



# UN EMPUJÓN A LAS POLÍTICAS: LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

Prof. Laura Pérez Ortiz

[laura.ortiz@uam.es](mailto:laura.ortiz@uam.es)

Universidad Autónoma de Madrid

# UN EMPUJÓN A LAS POLÍTICAS: LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

¿Qué es economía del comportamiento?



Conceptos clave



Aplicación de políticas

Graph these comma-separated phrases:

behavioral economics

☐ case-insensitive

between 1960 and 2008 from the corpus English with smoothing of 3

Search lots of books



# CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

# ALGUNOS AUTORES DE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

Herbert  
Simon

Daniel  
Kahneman

Amos  
Tversky

Richard  
Thaler

Cass  
Sunstein

Colin  
Camerer

Dan Ariely

George  
Loewenstein

Eldar Shafir

George  
Akerlof

Robert  
Shiller

Sendhil  
Mullainathan

# IRRACIONALIDAD EN EL SENTIDO ECONÓMICO

Comportamiento



**Racional**

**Irracional**

Se rige por un orden  
prestablecido ideal  
Cumple los axiomas de la  
economía canónica

Se escapa a los  
argumentos económicos  
canónicos

# ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO?



# ECONOMÍA RACIONAL VS. ECONOMÍA COMPORTAMIENTO

## Economía racional

- Intereses egoístas
- Independencia emocional
- Función de utilidad
- Información completa

## Economía irracional

- Ética y valores morales
- Influencia del grupo
- Función asimétrica del valor
- Información incompleta y asimétrica

# CÓMO SE CREAN LAS PREFERENCIAS





# HEURÍSTICA

La mayoría de las personas son sólo “parcialmente” racionales y actúan por impulsos emocionales (H. Simon)



Cerebro dual: 1 parte es intuitiva, automática, basada en experiencia y 2 parte es reflexiva, analítica, controlada (D. Kahneman)

## Operaciones



# REGLAS HEURÍSTICAS BÁSICAS

## Accesibilidad o disponibilidad

- Estimamos la probabilidad de un acontecimiento por la facilidad con que podemos recordar ejemplos

## Representatividad

- Estimamos la probabilidad de que un elemento pertenezca a un grupo por el parecido o representatividad

## Anclaje y ajuste

- A partir de una referencia (ancla) se ajusta con información adicional

# ACCESIBILIDAD

## Recuperar memoria y construir ejemplos

En ocasiones la gente evalúa la probabilidad de un acontecimiento por la facilidad con que puede recuperar memoria

Sesgos debido a la facilidad para recuperar memoria

## Grandes categorías

generalmente se evocan con más facilidad ejemplos de clases grandes que ejemplos de categorías menos frecuentes

Sesgos debidos a la efectividad de un proceso de búsqueda: construir ejemplos

## Accesibilidad

puede venir dada por

- la estructura cognitiva de la persona
- o por factores de situación

Sesgos debidos a imaginar la situación y al contexto

# EJEMPLO DE ACCESIBILIDAD

¿Cuál es la probabilidad de que, algún día del próximo año se produzca en California un terremoto que provoque una inundación en la que se desplazarán más de 2.000 personas?

- Se tiende a conceder una probabilidad mayor porque un terremoto en California es más accesible que una mera inundación

¿Cuál es la probabilidad de que, en algún lugar de América del Norte, se produzca el próximo año una fuerte inundación que provocará el desplazamiento de más de 2.000 personas?

- Es más probable porque engloba a todas las inundaciones, provocadas o no por terremotos, y en toda América del Norte, no solo en California

# HEURÍSTICO DE REPRESENTATIVIDAD Y SESGOS

Evaluamos las probabilidades de que un elemento pertenezca a un grupo ...

... en función del grado de representatividad o parecido entre ambos

Insensibilidad a la probabilidad previa de los resultados

Insensibilidad al tamaño de la muestra

Concepciones erróneas sobre el azar

Concepciones erróneas sobre la regresión

Falacia de conjunción

# EJEMPLO DE REPRESENTATIVIDAD

Rosa es una persona tímida y amante de la poesía. Apostarías a que Rosa estudia...

Literatura  
china

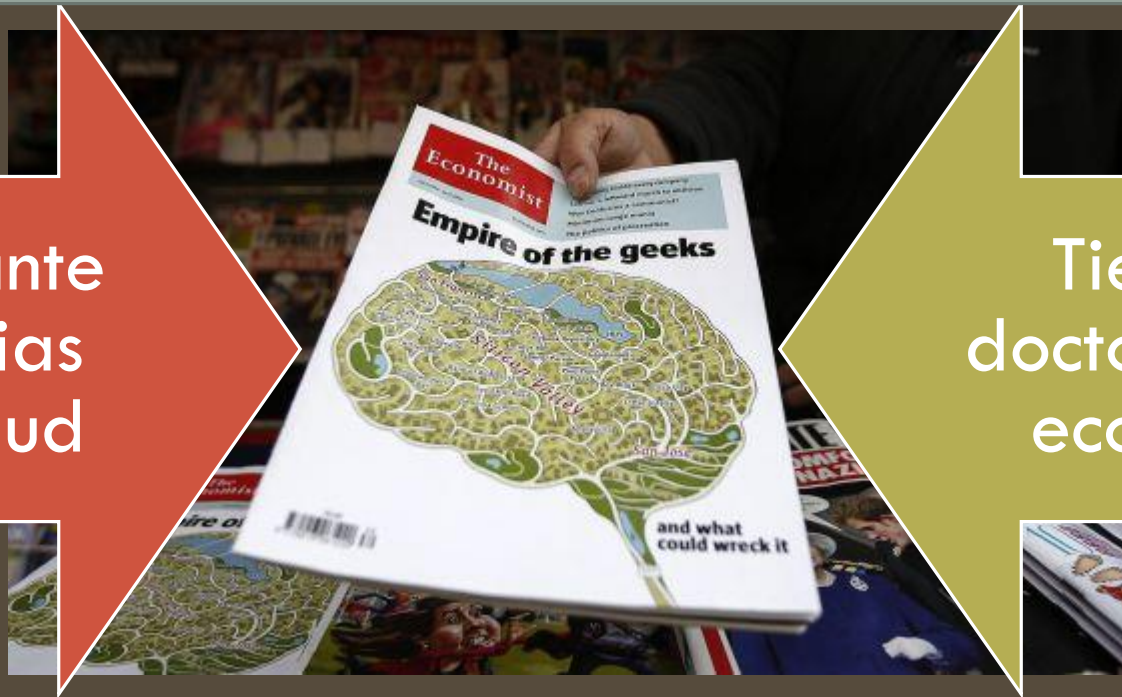
Administración  
y Dirección de  
Empresas

# EJEMPLO DE REPRESENTATIVIDAD

Vemos a una persona en el metro leyendo *The Economist*.  
¿Cuál de las siguientes es la mejor apuesta sobre el desconocido lector?

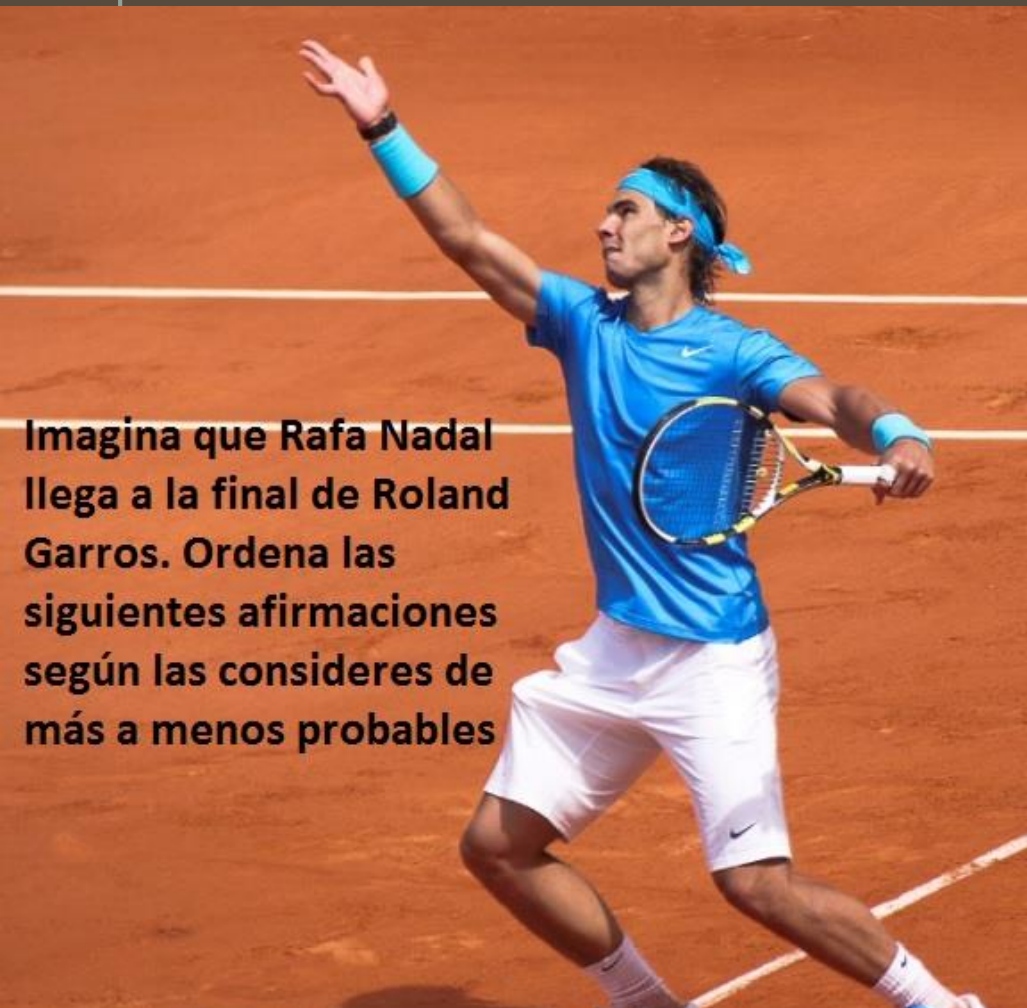
Es estudiante  
de Ciencias  
de la Salud

Tiene un  
doctorado en  
economía





# EJEMPLO REPRESENTATIVIDAD



Imagina que Rafa Nadal llega a la final de Roland Garros. Ordena las siguientes afirmaciones según las consideres de más a menos probables

Ordena las siguientes afirmaciones según las consideres **de más a menos probables**

1. Gana el primer set pero pierde el partido

2. Pierde el primer set

3. Pierde el primer set pero gana el partido

4. Gana el partido



# EFFECTO ANCLAJE

## Ancla

- Una vez que compramos un producto a un precio, ya nos sirve de referencia



## Coherencia arbitraria

- Aunque los precios iniciales sean arbitrarios, una vez establecidos en nuestra mente configuran los precios actuales y futuros y los precios de productos relacionados

Crea un modelo de precios que utilizamos como parámetro

## Ancla

Permanece con nosotros por mucho tiempo después de la decisión inicial

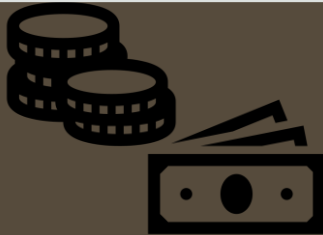
Nuestra decisión se traslada al largo plazo

# EJEMPLO DE ANCLA

Propinas:  
8-10%



Propinas: 22%



Cambio en el sistema  
de pago: ahora con  
tarjeta



El sistema recomienda automáticamente una  
propina de 30, 25 o 20%

# CONCEPTOS CLAVE

Altruismo

Función  
asimétrica  
de valor

Contabilidad  
mental

Exceso de  
confianza

Autocontrol

Efecto marco

Arquitectura  
de elección

Efecto  
dotación

Efecto  
rebaño

Efecto  
señuelo

Normas  
sociales

*Nudge*

# EFFECTO MARCO

En la teoría tradicional, las preferencias no se ven afectadas por variaciones intrascendentes respecto a la descripción de los datos

Sin embargo, descripciones equivalentes llevan a elecciones distintas

Diferentes representaciones de los resultados realzan rasgos distintos de la situación y ocultan otros

Importancia del marco en que se presentan las opciones

- Para la venta
- Para las políticas

# EJEMPLO DE EFECTO MARCO

En Estados Unidos se están preparando frente a una enfermedad poco corriente, que se prevé matará a 600 personas

Se proponen dos programas alternativos para combatirla. Los cálculos científicos exactos de las consecuencias del programa son los siguientes:



Una mayoría de los encuestados están a favor del **Programa A**, indicando aversión al riesgo

Con el programa A, se salvarán 200 personas

Con el programa B, hay una probabilidad de  $1/3$  de que se salven 600 personas y una probabilidad de  $2/3$  de que no se salve ninguna

Una mayoría de los encuestados se muestran ahora a favor del **Programa B'**, la opción de búsqueda de riesgo

Con el Programa A', morirán 400 personas

Con el Programa B', hay una probabilidad de  $1/3$  de que no muera nadie y una probabilidad de  $2/3$  de que mueran 600 personas

# EJEMPLO DE EFECTO MARCO



Dos conductores quieren reducir sus costes de automoción

Alberto ha pasado de un coche que hace 20 km por cada litro de gasolina a otro que consume menos y hace 25 km por litro de gasolina

↑  
5km

El ecológico Guillermo ha pasado de un coche que hace 50 km por cada litro de gasolina a otro que hace 65 km por litro de gasolina

↑  
15km

Si ambos conductores recorren igual distancia en un año



¿Quién ahorra más dinero con su cambio?

Si los dos conductores hacen 10.000 km en un año, Alberto reduce su consumo de 500 ( $10.000/20$ ) a 400 ( $10.000/25$ ) litros, mientras que Guillermo pasa de consumir 200 ( $10.000/50$ ) a 154 litros ( $10.000/65$ )



Ahorra más Alberto (100 litros de gasolina) que Guillermo (46)

# EFFECTO SEÑUELO

Observación  
fundamental: la gente  
no sabe lo que quiere  
hasta ver el contexto

Se toman decisiones en  
términos relativos, no  
absolutos

No realizamos  
selecciones en términos  
absolutos, sino que  
decidimos en función de  
las alternativas posibles

Nos inclinamos por  
comparaciones fáciles y  
evitamos aquellas que  
exigen un esfuerzo  
mayor

Además, nos fijamos en las ventajas relativas  
de un bien frente a otro

Pone en duda el  
supuesto teórico  
de elección  
racional: las  
decisiones NO  
son  
independientes  
de las opciones  
irrelevantes

# EJEMPLO DE EFECTO SEÑUELO

Vino tinto	
<hr/>	
Ramón Bilbao Reserva	15,00€
Viña Albina Reserva	9,00€



El propietario de este restaurante vendía más vinos de Viña Albina

Decidió introducir un nuevo vino en su menú



¿Qué crees que sucedió?



# EJEMPLO DE EFECTO SEÑUELO



Estocolmo

Copenhague



Preparando tus próximas vacaciones dudas entre Estocolmo (250€) o Copenhague (220€)



De pronto ves un anuncio que ofrece un viaje a Estocolmo por 300€



**¿Por qué destino te decides?**

# EFFECTO DOTACIÓN

La utilidad de un bien no depende solo de su valor, sino también de si la persona ya es propietaria o no del mismo

La gente prefiere lo que tiene.  
Es una consecuencia de la aversión a la pérdida

Consecuencias: tendemos a sobrevalorar lo que tenemos

Nos “enamoram”  
de lo que ya  
tenemos



Valoramos más lo  
que podemos  
perder que lo que  
podemos ganar



Creemos que los  
demás ven la  
transacción como  
nosotros

# EFEECTO DOTACIÓN

Efecto dotación influye en el precio



Se valora más lo que se tiene (precio de oferta más alto)



El que pretende comprar (demanda) está dispuesto a pagar un precio inferior

El valor que tiene un bien para un individuo parece ser más elevado cuando dicho bien se ve como algo que puede ser perdido que cuando el mismo bien se considera como una ganancia potencial

Podemos probarnos un vestido y ver lo bien que nos sienta



Ya lo sentimos como propio



Estaremos dispuestos a pagar más

Promociones de prueba

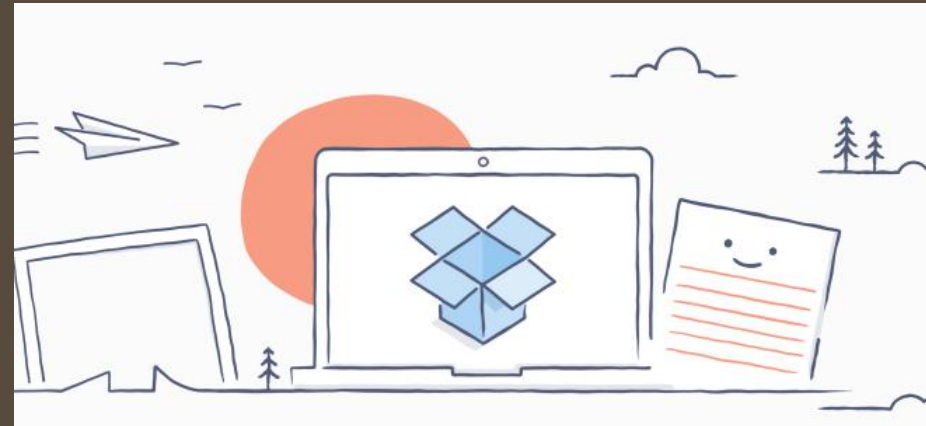


Garantía de devolución



# EJEMPLO DE EFECTO DOTACIÓN

Dropbox lanzó hace un tiempo una carrera en la que podías conseguir espacio extra durante 2 años



Pasado ese tiempo, el espacio extra desapareció

Ahora ofrece ese espacio extra



Cobro anual

99,00 €al año

(includes 2 free months)



Cobro mensual

9,99 €al mes

# CONTABILIDAD MENTAL (R. THALER)

## Dinero

el dinero se trata de forma diferente dependiendo

- \* su origen
- \* su uso previsto

Hacemos contabilidad compartimentada

## Fungibilidad

Teóricamente, el dinero es el mismo y no tiene etiquetas

En realidad, enmarcamos los activos/bienes como pertenecientes a riqueza actual, ingresos actuales o futuros ingresos

Propensión marginal a consumir es mayor para el dinero en la cuenta de ingresos actuales y menor en la cuenta de ingresos futuros

# CONTABILIDAD MENTAL

Preferimos juntar  
las pérdidas



Preferimos separar  
las ganancias

Mejor perder 100€ un solo día que perder 50€ dos días seguidos

ya te has gastado  
20.000€ en un coche  
nuevo



gastas 500€ más en  
artilugios adicionales  
varios



No ves tanta  
diferencia entre  
gastar 20.000€ o  
20.500€

# CONTABILIDAD MENTAL

Llegas a casa

Te ha tocado un premio:  
100€

Tienes que pagar una  
multa: 50€

Llegas a casa

Te ha tocado un  
premio: 50€

Sentimiento de pérdida es mayor que el de ganancia



Las personas simplemente experimentan acontecimientos, no introducen la información en una función de utilidad racional y toman decisiones

# EJEMPLO DE CONTABILIDAD MENTAL



Sales de paseo y en una tienda encuentras una cazadora rebajada de 500 a 250€

Vuelves a casa con ella, convencido de haber hecho una buena compra



# CERTIDUMBRE, INCERTIDUMBRE Y PROBABILIDADES

Teoría **utilidad esperada**

Las utilidades de los resultados se ponderan por sus probabilidades

**Realidad**

Efecto **certidumbre** (paradoja de Allais)  
→ la gente pondera más los resultados que considera con certeza que los solo probables

Efecto **reflexión** → la preferencia entre alternativas negativas es la imagen en espejo de preferencias entre alternativas positivas

# PROSPECT THEORY (KAHNEMAN Y TVERSKY, 1979)

Los valores son **cambios en la riqueza**, no cambios en los estados finales

- Hay un punto de referencia para evaluar los cambios

Perspectiva o **sensibilidad no lineal** respecto a los cambios de riqueza o felicidad

El valor marginal de pérdidas y ganancias normalmente decrece con su magnitud

- La diferencia de percepción de **ganar** 100 o 200 parece ser mayor que la de ganar 1.100 o 1.200
- Por el contrario, la de **perder** 100 o 200 parece ser mayor que la de perder 1.100 o 1.200

Para cambios de riqueza es normalmente **cóncava**, por encima del punto de referencia y generalmente **convexa**, por debajo de este punto

# FUNCIÓN ASIMÉTRICA DEL VALOR

Definida sobre desviaciones respecto a la referencia

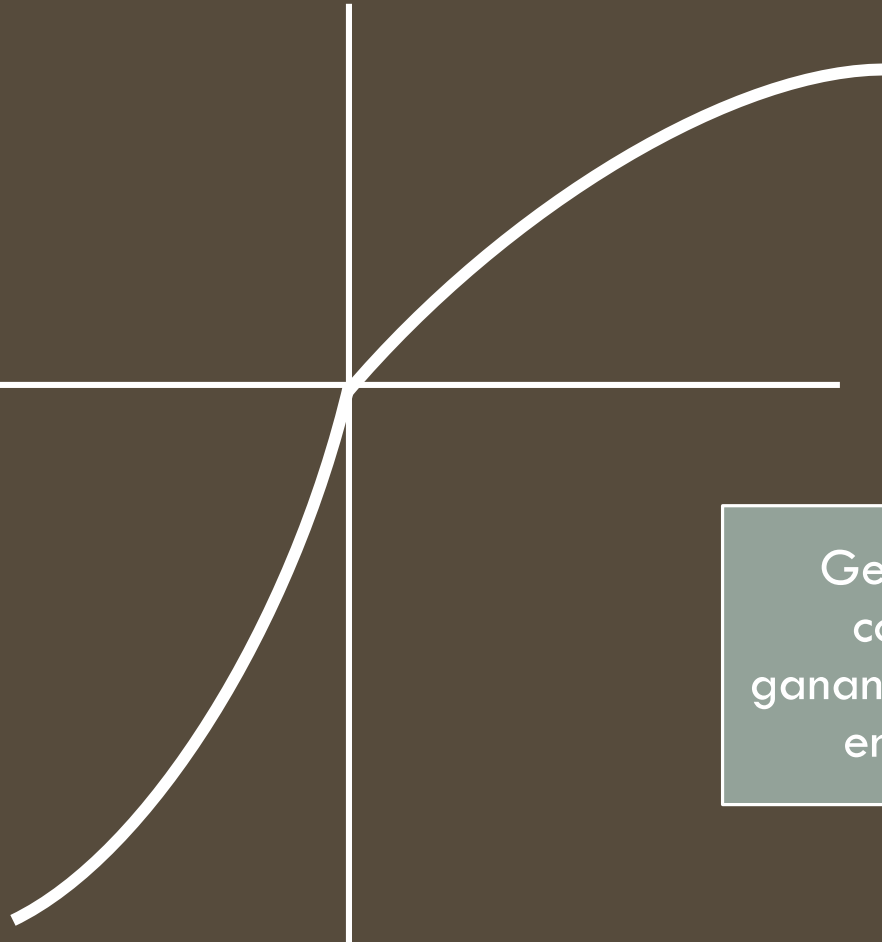
VALOR

PÉRDIDAS

GANANCIAS

Más acelerada para las pérdidas que para las ganancias

Generalmente cóncava en ganancias y convexa en pérdidas



# PATERNALISMO

opción  
por  
defecto

efecto  
anclaje

efecto  
señuelo

Tomamos  
decisiones  
irracionales

¿Significa  
que falla el  
libre  
mercado?

¿Hace falta  
intervenir?

falta de  
autocontrol

tendencia  
al *statu  
quo*



# OPCIÓN POR DEFECTO

Dentro de un conjunto de opciones, es la que aparece predefinida: si no tomamos ninguna decisión activa, es la que entra en funcionamiento

EJEMPLO: Dos estados, Pensilvania y New Jersey, ofrecen un seguro al mismo precio

a) Seguro a todo riesgo

b) Seguro con franquicia

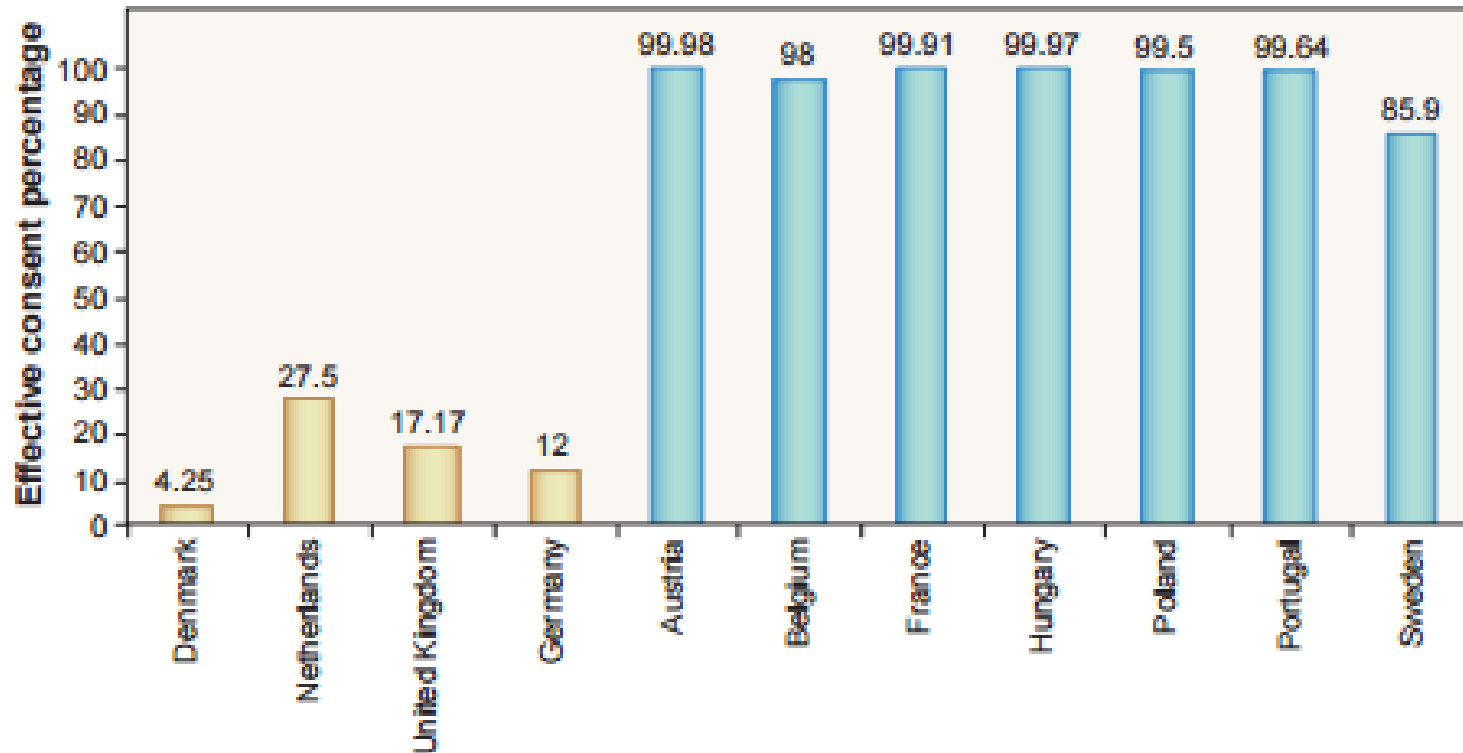
En Pensilvania, aparece por defecto, la opción a)

En New Jersey aparece por defecto la opción b)

Resultado: la **opción por defecto** es mayoritaria en ambos estados  
Nos aferramos a la alternativa por defecto e ignoramos los pros y los contras

# OPCIÓN POR DEFECTO: DONACIÓN DE ÓRGANOS

Consentimiento explícito



Fuente: Johnson y Goldstein (2003)

# PATERNALISMO LIBERTARIO



# IMPULSO (*NUDGE*)

## Nudge (empujón)

cualquier aspecto de la **arquitectura de elección** que altera el comportamiento de las personas de una forma predecible sin prohibir el resto de opciones y sin cambiar significativamente sus incentivos económicos

## Aplicaciones

- Medio ambiente
- Salud pública
- Ahorro para la jubilación
- Defensa del consumidor
- Energía
- Educación financiera
- Recaudación de impuestos
- Lucha contra corrupción



# CÓMO DISEÑAR LOS *NUDGES*

	consciente		inconsciente	
	alentar	desalentar	alentar	desalentar
Activar un comportamiento deseado	Simplificar normas fiscales para facilitar pago de impuestos	Colocar señales para recordar no tirar basura (pies a papelera)	Publicitar que mayoría recicla, para aumentar el esfuerzo de reciclaje	Utilizar reductores de velocidad falsos para frenar exceso velocidad



Un estudio de 2011 en Copenhague mostró una reducción del 46% de la basura tirada en las calles donde las huellas verdes estaban en uso.



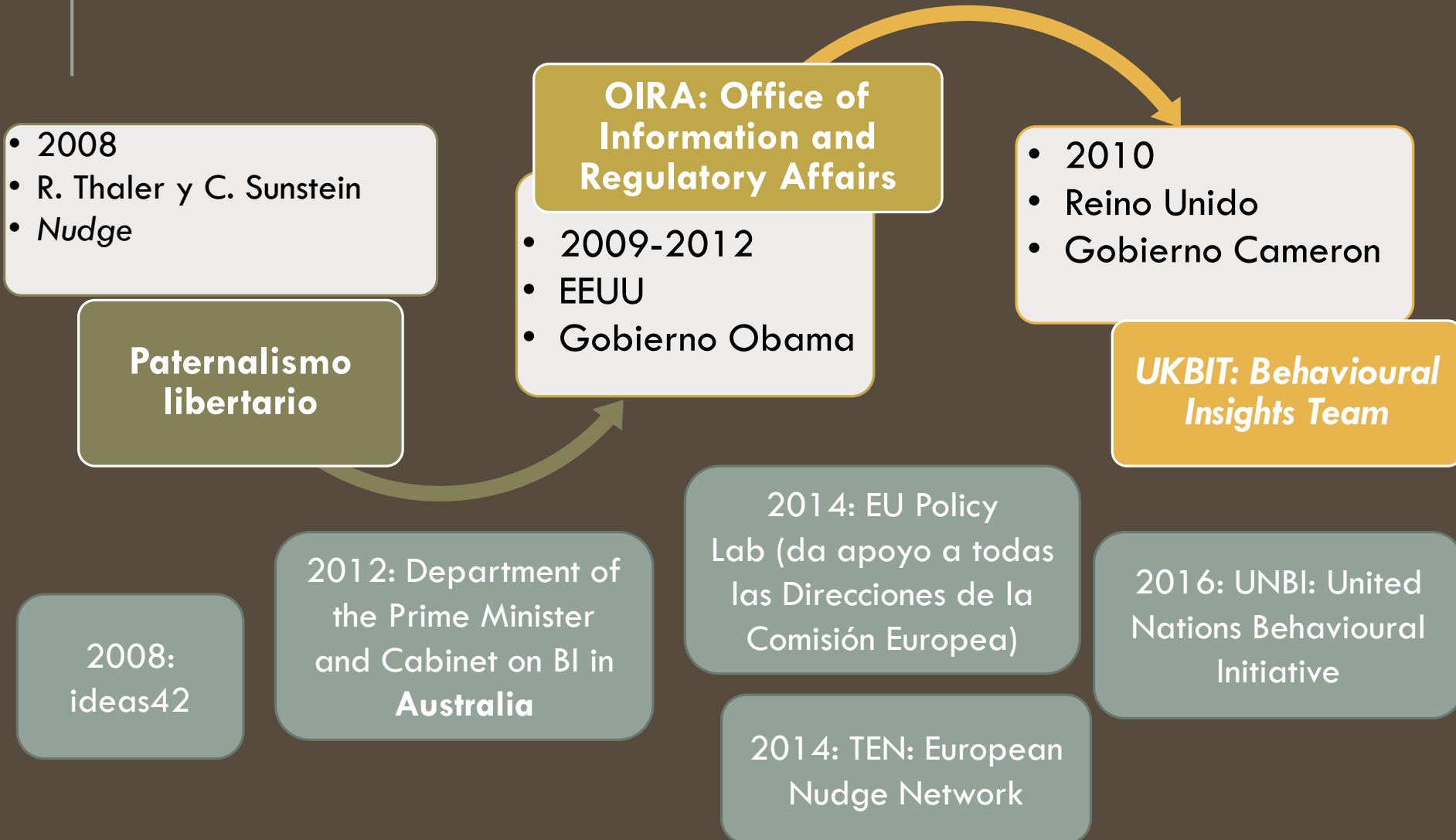
# OTROS EMPUJONES

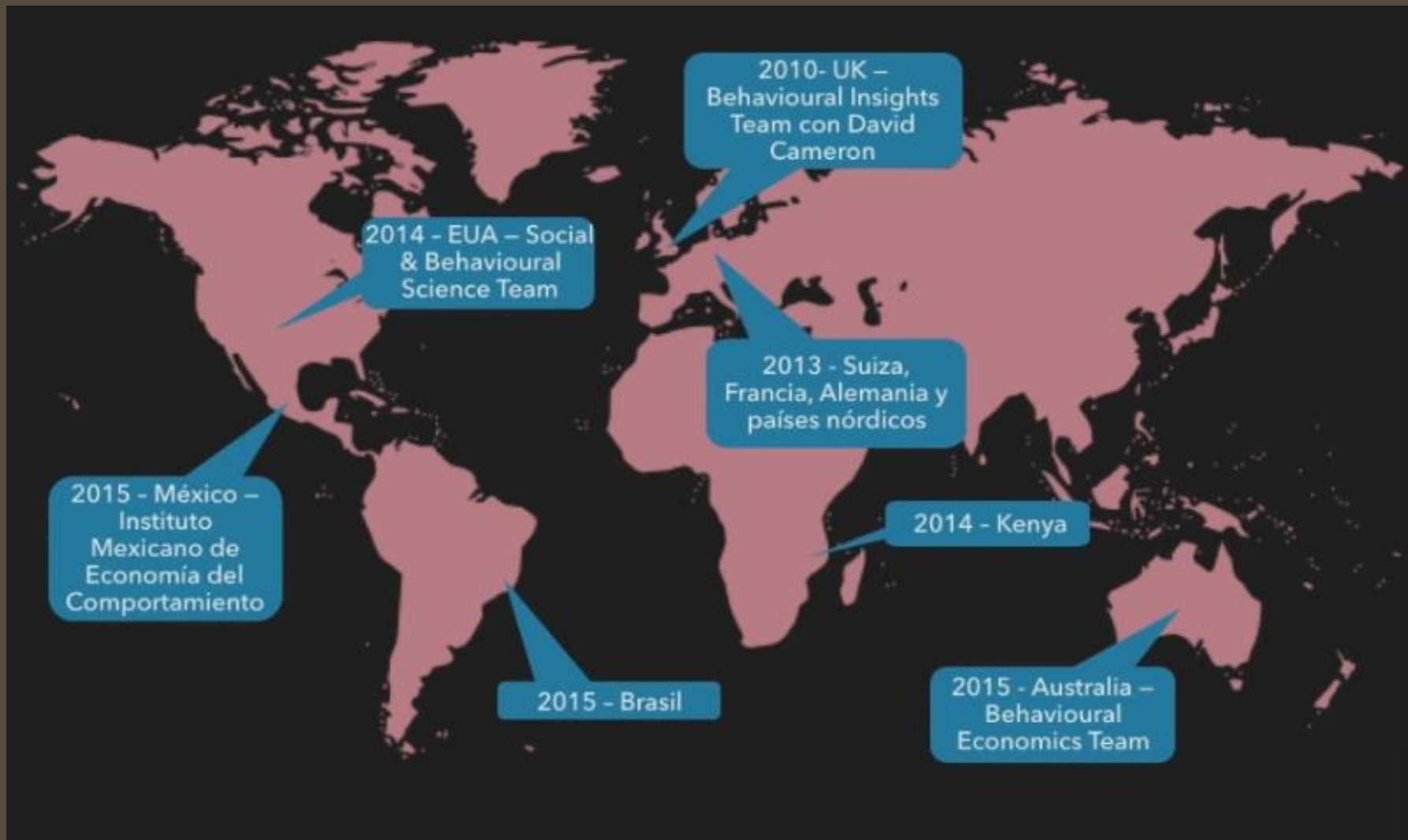
## Papel secamanos



## Líneas curvas

# OFICINAS DE ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO





# INSTITUTOS O DEPARTAMENTOS DE ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

Fuente: Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento

# LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS

## OCDE

- **2014:** Informe Regulatory Policy and Behavioural Economics
- **2017:** Informe Behavioural Insights and Public Policy, Lessons from Around the World (112 ejemplos)

## Banco Mundial

- **2015:** Informe sobre desarrollo: Mente, sociedad y conducta

## Comisión Europea

- **2016:** Informe Behavioural Insights Applied to Policy (32 países europeos)

## Naciones Unidas

- **2016:** Behavioral Insights at the UN: achieving Agenda 2030 (10 estudios de caso)

# INFORME DEL BANCO MUNDIAL

## *MENTE, SOCIEDAD Y CONDUCTA*

¿Se puede incrementar el grado de participación en un programa de ayuda financiera **simplificando** el proceso de inscripción?

¿Se puede incrementar el uso de fertilizantes **cambiando el momento de la compra** para hacerlo coincidir con la época en que los agricultores reciben las ganancias de sus cosechas?

¿Se puede reducir la tasa de accidentes promoviendo una **norma social** sobre la prudencia al conducir?

¿Se puede inducir el ahorro de energía en los individuos brindando **información** sobre el consumo energético de sus vecinos?



# INFORME DEL BANCO MUNDIAL

## *MENTE, SOCIEDAD Y CONDUCTA*

una visión más completa de la **conducta humana** puede contribuir a lograr objetivos de desarrollo en numerosas áreas

el desarrollo en la primera infancia

las finanzas domésticas

la productividad

la salud

el cambio climático

una perspectiva más sutil acerca de la conducta humana da pie a **nuevas herramientas de intervención**

Con pequeñas modificaciones en el **contexto** en que se toman las decisiones, con iniciativas diseñadas a partir de la comprensión de las **preferencias sociales** y con la exposición de los individuos a nuevas experiencias y nuevos modos de pensar, se puede lograr que las personas mejoren su calidad de vida



# BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Thaler, R. (2015): *Todo lo que he aprendido con la psicología económica*, Deusto (en inglés *Misbehaving*)
- ✓ Kahneman, D. (2015): *Pensar rápido, pensar despacio*, Debate
- ✓ Sunstein, C. y Thaler, R. (2009): *Un pequeño empujón (nudge)*, Taurus
- ✓ Ariely, D. (2008): *Las trampas del deseo*, Ariel