

Nadie es perfecto: psicología económica para gente corriente

Por María Eugenia Cadenas Sáez

Bueno, nadie es perfecto. Con esta improvisada frase pronunciada por el entrañable Osgood, el gran Billy Wilder puso fin a una de las comedias más descacharrantes de la historia del cine. Atrás quedaba un rodaje caótico y lleno de sobresaltos salvado por una combinación de elementos extravagantes e interpretaciones memorables que hicieron de *Con faldas y a lo loco* un éxito de su época.

Esta sentencia, mezcla de declaración de amor y rendición ante la evidencia, refleja de manera sencilla e inocente la esencia del ser humano: su falibilidad. Las acciones y el pensamiento humanos guiados por el cerebro no escapan del error. Este órgano, en el que residen funciones tan loables como la creación artística, el impulso de la experiencia humana e incluso la propia conciencia, presenta también ciertas limitaciones que influyen en todo lo que las personas piensan, dicen y hacen.

La teoría económica neoclásica parece haber pasado por alto esta circunstancia y ha convertido en protagonista de sus hipótesis a un ser completamente racional, calculador y egoísta, ajeno a cualquier anomalía cognitiva. El *Homo economicus* es una especie de superhéroe con capacidades extraordinarias que le permiten procesar información a la velocidad de la luz, analizar todas las posibles opciones y proponer soluciones precisas y maximizadoras de su propio beneficio. Este atrabiliario personaje no tomará una decisión por nimia que sea sin antes analizar una por una todas las alternativas posibles y asegurarse de que está adoptando la postura óptima, aunque para ello tenga que emplear días o meses.

El *Homo economicus* de Stuart Mill o Robbins se da de bruces con la realidad humana. La gente corriente pospone las decisiones de cierta relevancia, improvisa a la hora de tomarlas, no utiliza toda la información disponible para hacerlo, está fuertemente influida por lo que piensan y hacen los demás y muy condicionada por el miedo o la euforia, entre otros muchos factores. La gente corriente es humana y se encuentra irremediablemente influida por sus circunstancias.

La psicología económica incorpora este factor humano a la teoría económica neoclásica y le proporciona un cierto giro afectivo. Con ayuda de las neurociencias, la antropología, la sociología e incluso la lingüística, esta disciplina ayuda a entender el proceso de toma de decisiones económicas de los individuos. La mente humana no funciona como un ordenador, sino que se ve afectada por



factores psicológicos y sociales a la hora de tomar decisiones.

Esta vertiente, impulsada en los últimos cuarenta años por autores como Kahneman, Schiller o Thaler, puede contribuir a explicar las distintas burbujas o algunos comportamientos de los consumidores ante eventos disruptivos como la pandemia del Covid-19. En este ámbito, puede ayudar a prevenir la expansión del virus como ha señalado la OMS. A falta de vacuna, solo queda diseñar comportamientos eficaces para frenarlo.

Alrededor de un 70% de las decisiones diarias se adopta siguiendo procesos intuitivos y automáticos en vez de procesos analíticos y controlados. Este modo de pensar rápido e intuitivo está sometido a la influencia de los sesgos que pueden llevar a decisiones eventualmente desacertadas. Los sesgos son estrategias de pensamiento, trucos, atajos mentales que facilitan y aceleran la toma de decisiones, presentan un marcado carácter evolutivo y tienen su origen en la condición heurística de la mente humana, el contexto cultural de

cada individuo, la naturaleza social del ser humano y las emociones.

Existen numerosos sesgos descritos por los teóricos en la materia que afectan a muy diversos ámbitos, entre ellos al de las inversiones financieras. Desde hace unos años y como parte de su estrategia de educación financiera, la CNMV lleva a cabo una intensa labor de difusión de los principios y herramientas de la psicología económica para su aplicación por parte de los inversores.

Por favor, respóndase a estas preguntas: ¿Suele confiar (demasiado)

en su capacidad para acertar a la hora de elegir una inversión?, al seleccionar un producto de inversión, ¿se centra en buscar información que confirme sus preferencias?, ¿sigue los consejos de alguien únicamente por el hecho de ser quien es?, ¿prefiere una ganancia inmediata segura pero pequeña a una potencial ganancia futura pero más cuantiosa?

Si sus respuestas son afirmativas, entonces puede estar influido por los sesgos de sobreconfianza, confirmación, autoridad y descuento hiperbólico, respectivamente. Pero hay más sesgos, se dan en cada una de las fases del proceso de inversión (búsqueda de información, selección del producto, contratación y seguimiento del mismo) y están recogidos en la guía *Psicología económica para inversores* publicada por la CNMV.

Estos sesgos afectan a todas las personas y es imposible erradicarlos. Sin embargo, sí es viable aminorar sus efectos y la recurrencia de los mismos. La mitigación de los sesgos abarca una amplia variedad de técnicas, procedimientos e intervenciones que están diseñados para reducir los errores o distorsiones que se generan en el proceso de pensamiento y en la toma de decisiones. Las técnicas de mitigación son variadas y pueden ponerse en práctica por el propio inversor, las entidades o los reguladores.

El inversor puede recurrir a una sencilla lista de comprobación o al análisis premortem antes de decidirse por un producto de inversión. Las entidades deben elaborar cuidadosamente la información y evitar que oriente las decisiones de los inversores en un determinado sentido. Y los reguladores pueden recurrir a los acicates como herramientas para promover pequeños cambios en las conductas. Pero hay más técnicas y están recogidas en el documento de trabajo de la CNMV, *Economía conductual para la protección del inversor: recomendaciones prácticas para inversores, entidades y reguladores*.

El auge de la psicología económica refleja la creciente relevancia que están adquiriendo las disciplinas asociadas al comportamiento humano y constituye ya una clara tendencia. Saber realmente cómo se comportan los individuos se convierte así en una necesidad para el diseño y desarrollo de intervenciones más enfocadas y eficaces que mejoren las conductas.

Osgood tenía razón, nadie es perfecto, pero en algunos ámbitos y con la contribución y aplicación práctica de la psicología económica, al menos puede ser perfectible.

Coordinadora de Educación Financiera CNMV