

SOMOS LO QUE DECIDIMOS

Todos sabemos, de alguna forma, lo que tenemos que hacer para tener unas finanzas personales bajo control: no endeudarnos en exceso, ahorrar al menos el 10% de nuestro salario, pagar cumplidamente, no gastar más de la cuenta... Sin embargo, es fácil ver cómo terminamos por alejarnos de estas pautas de una manera más frecuente de la que esperaríamos, ¿por qué?

La respuesta tiene poco que ver con las excusas que tenemos para justificar esos comportamientos que se alejan del “manual de buenas prácticas de la gestión de nuestro dinero”; de hecho, la razón por la que a diario nos alejamos de la administración ideal de nuestras finanzas está relacionada con mecanismos biológicos y psicológicos que hemos desarrollado como especie a través de la historia para “facilitar” la toma de decisiones y sobrevivir.

Ahora bien, la ciencia que estudia la forma en la que nosotros como consumidores tomamos decisiones parece no haber tenido eso en cuenta. Lo primero que uno aprende al estudiar microeconomía es que los consumidores decidimos todos los días cómo asignar nuestra riqueza en la compra de distintos bienes con un único objetivo: alcanzar el mayor grado de utilidad o satisfacción posible. De igual forma le enseñan a uno que las preferencias y las restricciones son las determinantes de nuestras elecciones, para entender esto pensemos en el siguiente ejemplo: si tuviera que decidir para la próxima comida entre un plato que le gusta mucho, pero es caro y otro plato que también le gusta y es barato, ¿cuál escogería?

Según la microeconomía, usted será capaz de ordenar tus preferencias y analizar la restricción que el dinero que lleva en el bolsillo le plantea; luego, tomará la decisión que le produzca más placer bajo tres supuestos básicos: 1) que siempre podrá decir cuál de las dos opciones le gusta más; 2) que, si prefiere el producto A al producto B, y el producto B a un producto C, siempre preferirá –en consecuencia– A a C; y 3) que siempre buscará consumir más en lugar de consumir menos.

Cuando cumplimos con estos supuestos y tomamos una decisión que maximiza nuestro bienestar actuamos “racionalmente”, pero ¿cuántas cosas hacemos al día bajo este modelo de elección?

Muchas de las elecciones que hacemos a diario no son sencillas: las opciones no son fácilmente comparables y las restricciones van más allá del dinero (también está el tiempo o normas sociales que nos impiden hacer cosas que puedan afectar una amistad o un *estatus*, por ejemplo). Sumado a esto, nuestra capacidad cognitiva es limitada, lo que significa que, aunque tuviéramos toda la información necesaria para tomar la mejor decisión, no seríamos capaces de procesarla, como quizás lo pueda hacer un computador.

En este contexto la irracionalidad, entonces, está a la orden del día y no es algo negativo; el verdadero paso al momento de mejorar nuestro bienestar financiero es conocernos a nosotros mismos, incluso antes de buscar cursos completos de finanzas o economía como solución para manejar mejor nuestro dinero; a continuación, re • conoceremos algunas de las trampas en las que caemos al tomar decisiones financieras:

TOP DE TRAMPAS DE RACIONALIDAD

CÓMO FALLAMOS AL ELEGIR

Los psicólogos llaman “errores cognitivos” a las desviaciones sistemáticas de la lógica y de las conductas “óptimas”; la característica principal de estos errores es que no son ocasionales: se repiten una y otra vez, indistintamente de nuestros niveles de ingreso o nivel educativo. En este punto nos concentraremos en los siguientes 10 errores:

MIOPÍA INTERTEMPORAL

Estamos programados para posponer los costos de una decisión y tomar ahora los beneficios de la misma; en consecuencia, no nos gusta esperar y tendemos a decidir con inmediatez. Esta es la principal razón por la que, por ejemplo, sabiendo que debemos ahorrar no lo hacemos: preferimos la salida del viernes o el antojo del centro comercial.

EXCESO DE CONFIANZA

Creemos que somos muy buenos pronosticando cuando, desafortunadamente, no es así. Este es el principal obstáculo para hacer una buena planeación en nuestras finanzas; una cosa es lo que pensamos y otra cosa es lo que creemos saber, sin embargo, es mucho más frecuente escuchar decir “yo sé que ese contrato me va a salir” o “yo sé que ese dinero me llega la próxima semana” a “yo pienso que...”. Lo interesante es que no existe lo contrario: un efecto de falta de confianza; así mismo, está demostrado que los hombres tienden a pecar mucho más por exceso de confianza que las mujeres, y que, aunque se auto-proclamen así, los pesimistas también se sobrevaloran -aunque menos que los demás-.

COSTOS HUNDIDOS

¿Se ha encontrado pensando en algún momento de la siguiente forma?:

- Llevo 6 semestres estudiando mi carrera y, la verdad, no me gusta para nada. Pero ya que he empezado, la voy a terminar.
- Compré ese vestido hace 5 años y solo me lo he puesto una vez, pero me costó 800 mil pesos... me da pesar tener que regalarlo por 80 000 aunque ya no lo use.
- El plan de mercadeo que emprendimos en nuestra compañía no funciona, pero ya que hemos invertido \$ 50 000 000 sería ilógico abortarlo. Si paramos ahora se irá todo ese dinero por la borda.
- He invertido tanta energía emocional en esta relación que sería una equivocación abandonarla ahora.

Todas estas situaciones tienen algo en común: se trata de una decisión que hemos tomado en el pasado, que involucra costos o inversiones que ya realizamos y que no podemos recuperar, y sobre la que sentimos algún tipo de pesar o arrepentimiento. A estos costos del pasado, por los que ya hemos pagado y que no pueden reponerse los conocemos como costos hundidos.

La trampa está en que –en el escenario ideal– deberíamos considerar únicamente los costos futuros de una decisión; sin embargo, es usual que terminemos atándonos emocionalmente a aquellos que ya hacen parte del pasado y son irrecuperables. En otras palabras, una decisión fue haber comprado o no ese vestido, empezado esa carrera, empezar esa relación... pero la decisión de vender el vestido, cambiar de carrera o terminar la relación es otra decisión sobre la cual deberíamos considerar únicamente nuestras expectativas a futuro, no nuestros sentimientos sobre el pasado.

EFEECTO CONTRASTE

Cuando elegimos rara vez lo hacemos evaluando objetivamente los costos y beneficios de cada una de las opciones disponibles; en cambio, entendemos las ventajas de una opción comparándola con otra alternativa. En otras palabras, juzgamos que algo es más bonito, caro, grande, etc., cuando al mismo tiempo tenemos ante nosotros algo feo, barato, pequeño, etc.: nos cuesta hacer valoraciones absolutas.

La trampa de este efecto recae en que la mayoría de nosotros no sabemos lo que queremos si no lo vemos en nuestro contexto: ¿le ha pasado que no sabe qué clase de carro quiere hasta que ve a un vecino o a un amigo montado en un modelo determinado? ¿O que no sabe qué audífonos quiere hasta que oye unos que suenan mejor que los que ya tiene? ¿O que no sabe qué hacer con su vida hasta que un pariente está haciendo exactamente lo que cree que debería estar haciendo?

Ya lo decía HL Mencken, “la satisfacción de un hombre con respecto a su salario depende de si gana más, o no, que el marido de la hermana de su esposa”. Entre otras, ya se ha demostrado que la relación entre el monto del salario y la felicidad no es tan fuerte como cabría esperar; lo que sugiere que los problemas de dinero no se solucionan (únicamente) con dinero.

ILUSIÓN DE CONTROL

Rolf Dobelli cuenta la historia de un hombre que cada día, poco antes de las 09 a.m., va a una plaza y se pone a agitar la gorra violentamente de un lado a otro y a los cinco minutos desaparece. Un día se le acerca un policía: - ¿Qué hace usted en realidad? -Espanto jirafas. - ¡Pero si aquí no hay jirafas! -Ya, es que hago un buen trabajo.

La anécdota se asemeja a esa tendencia natural de creer que tenemos todo bajo nuestro control, o que podemos influir casi en todas las variables que nos afectan; en los casinos o en el parqués, por ejemplo, es el caso de las personas que lanzan los dados con la mayor fuerza posible cuando necesitan un número elevado, y lo más suavemente posible cuando esperan uno bajo. La ilusión de control es la tendencia a creer que podemos dominar o influir en algo sobre lo que objetivamente no tenemos ningún control.

SESGO DE RESULTADO

Tendemos a valorar decisiones en virtud del resultado y no en función del proceso de tomarlas decisiones. La trampa consiste en que un mal resultado no significa automáticamente que la decisión que tomamos haya sido “mala” ... y al revés: ganar dinero no es lo mismo que tomar una buena decisión. En cambio, en vez de estar tristes con una decisión que parece haber resultado equivocada, o de felicitarnos por una decisión que quizás haya resultado exitosa por suerte, deberíamos tener presente el por qué tomamos esa decisión; si fue por motivos sensatos y lógicos haríamos bien en volver a actuar así nuevamente, aunque la última vez hayamos tenido mala suerte.

SESGO DE ACCIÓN Y SESGO DE OMISIÓN

El sesgo de acción es la tendencia a actuar demasiado rápido cuando una situación es nueva o poco clara para nosotros; es el caso de los porteros de fútbol que prefieren tirarse a cualquier lado en un penalti aun cuando al menos un tercio de los cobros van al centro: generalmente esperamos estar más contentos si jugamos y ganamos que si nos abstenemos de jugar y obtenemos la misma cantidad.

En cambio, el sesgo de omisión es la tendencia a no hacer nada siempre que tanto una omisión como una acción puedan producir daños (entre otras, porque pensamos que los daños que causa son más inofensivos). Al contrario del sesgo de acción, aquí las situaciones suelen ser clara: podríamos impedir un daño futuro actuando hoy, pero esto no nos motiva con tanta fuerza como el sentido común exigiría.

AVERSIÓN A LA PÉRDIDA

Lo malo es más fuerte que lo bueno: está demostrado que reaccionamos con más sensibilidad a las cosas negativas que a las positivas. En otras palabras, la carga emocional que supone perder una cantidad determinada (de dinero, tiempo, etc.) es mucho más fuerte que la carga emocional de ganar; en consecuencia, cuando se trata de elegir, preferimos ganancias seguras y nos confiamos a las probabilidades cuando perdemos (como el jugador que en el casino sigue pensando que “en la próxima se recupera”).

AVERSIÓN AL RIESGO

El cúmulo de experiencias que llevamos, o los procesos de socialización financiera en los que nos hemos visto envueltos condicionan el nivel de riesgo que estamos dispuestos a asumir frente a una decisión. Conocer esa medida es importante para comprender cuánto podemos obtener al arriesgar poco o mucho cuando elegimos.

EFFECTO ANCLA

Nos sorprendería ver lo poco que consideramos nuestras decisiones de compra en el día a día y lo mucho que dependen de la noción del “precio justo” que tenemos del producto o del servicio en nuestra mente. No obstante, dicho “precio justo” resulta ser no solo subjetivo sino, frecuentemente, inducido; en otras palabras, no somos nosotros quienes conscientemente decidimos cuál es el valor óptimo de un artículo, mucho antes de reflexionar sobre el mismo nuestro cerebro ya se ha casado con un precio que, en la mayoría de veces, resulta ser el primero con el que nos cruzamos.

A esta tendencia de nuestro cerebro a considerar como referente la primera información que logre encontrar sobre aquello que estamos buscando se le conoce en psicología y finanzas del comportamiento como efecto ancla.

Este mecanismo opera en la toma de decisiones financieras que hacemos todos los días: existen momentos en los que tenemos que elegir y no tenemos mucho tiempo para hacerlo, además

sabemos que nuestro cerebro ha evolucionado diseñado para ahorrar energía en este tipo de procesos; por tal razón, cuando no conocemos el precio de un bien o un servicio tomamos como referencia el primero –o los primeros– que logremos averiguar. Una vez estos precios se han establecido en nuestra mente condicionarán la evaluación que hagamos en adelante sobre lo caro o barato, la buena o mala calidad de un producto.

OTROS SESGOS

- ⚠ *Efecto rebaño / norma social:* Aceptamos pautas de comportamiento del grupo social en el que nos enmarcamos, que consideramos normales y cuyo incumplimiento creemos que puede implicar una sanción interna –culpa– o externa en forma de recriminación.
- ⚠ *La ilusión del fin de la historia:* Creemos que hemos cambiado (físicamente, en nuestros gustos, en nuestra forma de pensar) significativamente cuando miramos 5 o 10 años hacia atrás; sin embargo, creemos que hacia adelante no cambiaremos significativamente porque hemos alcanzado una versión muy cercana de lo que “seremos”.
- ⚠ *Gastar en cosas que “nos hagan felices”:* Es el gasto en las experiencias, no en cosas, el que aporta mayor felicidad. Esto está soportado, básicamente, en que al comprar cosas no podemos escapar del “efecto habituación”, ni de la tendencia a compararlas con las que tienen los demás, algo que pasa al gastar en experiencias.
- ⚠ *Efecto escasez:* Cuando nos preocupamos en exceso por lo poco que nos alcanza el dinero, perdemos de vista la película completa de nuestras finanzas y generamos efectos que reproducen y magnifican la escasez: los horizontes de planeación se hacen más cortos; estamos más dispuestos a tomar préstamos a intereses altos; habilidades como el auto-control, la planeación o la flexibilidad mental se disminuyen.
- ⚠ *Inercia:* el 45% de las cosas que hacemos todos los días no son decisiones conscientes sino hábitos; si identificamos un hábito fuerte y queremos cambiarlo la mejor estrategia es cambiar el contexto del que ese hábito depende.
- ⚠ *Sesgo de autoservicio:* El éxito se atribuye a uno mismo, el fracaso a factores externos.