

¿Por qué hablar de economía conductual?

(Lo que la psicología enseña a la economía)

Juan C. Correa 

Critical Centrality Institute



Universidad Militar
NUEVA GRANADA

Al finalizar esta charla, usted va a:

- 1 Conocer los fundamentos elementales de la economía conductual.
- 2 Comprender por qué la psicología y la economía son complementarias.
- 3 Conocer algunas evidencias de la economía conductual.
- 4 Entender cómo se usa la economía conductual en la psicología del consumidor.



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

1 Economía Clásica versus Economía Conductual

- Algunas Ideas básicas en Economía Clásica y Neo-clásica
- Economía conductual en breve
- Pioneros y representantes

2 Heurísticos como Evidencia de la Economía Conductual

- Efecto de la opción predeterminada
- Efecto del Anclaje
- Efecto Encuadre
- Efecto de la recompensa inmediata
- Aversión a la pérdida

3 Aplicaciones en Psicología del Consumidor

4 La Tragedia de los Comunes y reflexiones finales



Universidad Militar
NUEVA GRANADA



Economía Conductual

Economía
Clásica



UNIVERSIDAD NARÍO

NUEVA GRANADA

Algunas Ideas básicas en Economía Clásica y Neo-clásica

Adaptado de Corr y Plagnol (2023)

Economía clásica

(finales del siglo XVIII y mediados del siglo XIX, principalmente en Gran Bretaña)

Pensadores (una selección)

Adam Smith (1723-1790): el padre de la economía moderna

- libre mercado, mano invisible (que guía la asignación eficiente de recursos escasos), las personas se cuidan a sí mismas (prudencia) pero también se preocupan por los demás (simpatía/empatía) y sus comunidades (que necesitan ser reguladas por sistemas de "justicia"; el comportamiento también está regulado para complacer a un "espectador imparcial"; esto requiere autocontrol/"virtud")

David Ricardo

(1772–1823)

- libre comercio, costos/ventajas comparativas, ley de rendimientos marginales decrecientes, ley de hierro de los salarios

Jeremy Bentham

(1748–1832)

- utilitarismo (la mayor felicidad para el mayor número)

Thomas Robert Malthus

(1766–1834)

- Relación entre el crecimiento poblacional y la producción de alimentos, las personas son sensibles a los incentivos.

Jean-Baptiste Say

(1767–1832)

- Ley de Say (la oferta crea su propia demanda)

John Stuart Mill

(1806–1873)

- costos de oportunidad, ventaja de costos comparativos, libertad de expresión, libertad de elección

William Stanley Jevons

(1835–1882)

- visión marginal (utilidad marginal decreciente), la productividad está limitada por los recursos naturales finitos

Críticos de la economía clásica y neoclásica

(una pequeña selección)

Thorstein Veblen

(1857–1929)

- consumo conspicuo (por ejemplo, bienes de estatus)
- La maximización de la utilidad y los mercados no conducen a sociedades exitosas.

John Maynard Keynes

(1883–1946)

- fallo del equilibrio del mercado
- La economía se ve afectada por los 'espíritus animales'
- Los ciclos económicos deberían suavizarse mediante políticas fiscales y monetarias.

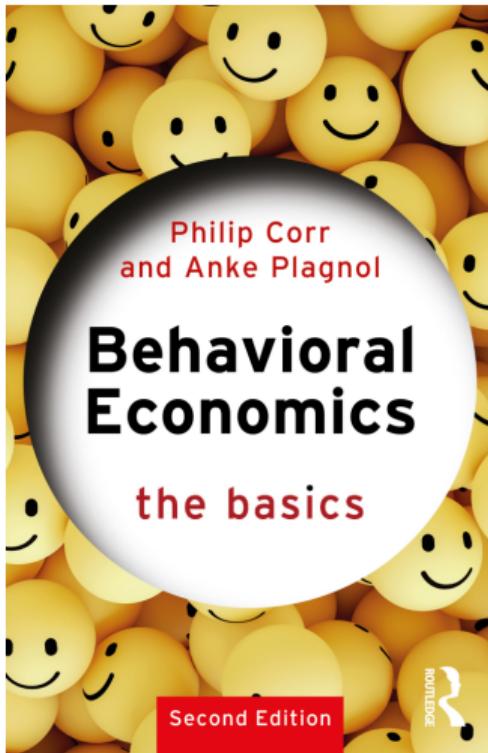
John Kenneth Galbraith (1908–2006)

- cuestionó la presunción de soberanía del consumidor
- La economía sufre crisis periódicas si se deja en manos de las fuerzas del mercado.

- Las estructuras de poder en la sociedad moldean la actividad económica (no la mano invisible)



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA



Para Corr y Plagnol (2023), la economía conductual aplica principios psicológicos en el juicio y la toma de decisiones económicas. Tiene el objetivo de describir cómo la gente decide en su ámbito público y privado bajo restricciones de tiempo, espacio, conocimiento, capacidad intelectual y de presión social.

Pioneros y representantes

Daniel Kahneman



Premio Nobel de Economía 2002
Universidad de Princeton

Daniel Ariely



Profesor Universidad de Duke

Richard Thaler



Premio Nobel de Economía 2017
Universidad de Chicago



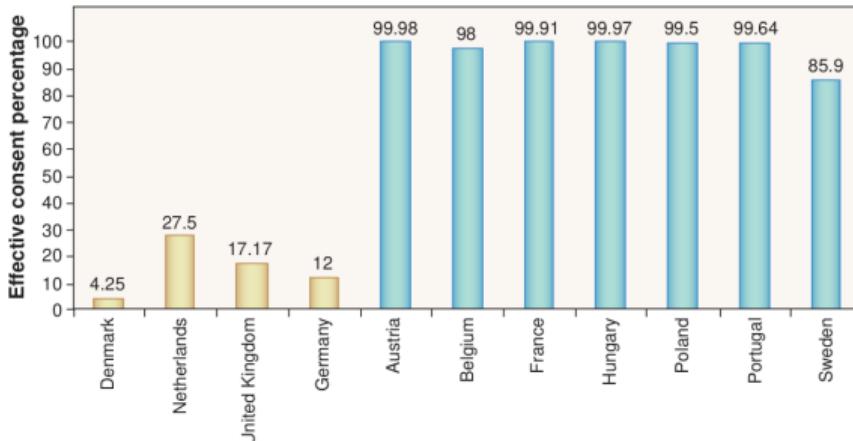
UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Efecto de la opción predeterminada

Johnson y Goldstein (2003) mostraron cómo al cambiar la opción predeterminada de respuesta en una encuesta sobre voluntad de participar en un programa de donaciones de órganos, la decisión cambia drásticamente.

Haga clic en esta casilla **si usted quiere** participar en el programa de donación de órganos

Haga clic en esta casilla **si usted no quiere** participar en el programa de donación de órganos



Efecto del anclaje

Economist.com

OPINION	SUBSCRIPTIONS
WORLD	Welcome to
BUSINESS	The Economist Subscription Centre
FINANCE & ECONOMICS	Pick the type of subscription you want to buy or renew.
SCIENCE & TECHNOLOGY	
PEOPLE	<input type="checkbox"/> Economist.com subscription - US \$59.00
BOOKS & ARTS	One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.
MARKETS & DATA	
DIVERSIONS	

Print subscription - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist*.

Print & web subscription - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist* and online access to all articles from *The Economist* since 1997.

En uno de los libros más vendidos de Ariely (2008) se ve claramente cómo la manera de presentar las opciones de compra por suscripción pueden "dirigir" la compra hacia la opción deseada por el vendedor.



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Efecto Encuadre

En uno de sus artículos clásicos Tversky y Kahneman (1981) muestran varios "problemas de decisión" y en todos ellos se evidencia cómo la manera de encuadrar los resultados de una decisión pueden "afectar" la decisión de una persona. Aquí vemos un problema de decisión que ilustra el encuadre de contingencias.

Opción A

Ganarte de manera segura 30\$



Opción B

Ganarte con 80% de chance 45\$



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Efecto de la recompensa inmediata



El experimento clásico de Mischel et al. (1989) ilustró claramente cómo los niños desvalorizan las recompensas futuras en relación con las recompensas inmediatas. Luego, en un experimento que registró una cohorte de 1000 niños desde 1972 hasta 2005 se mostró que los niños con mayor auto-control para postergar recompensas inmediatas resultaron con mejores condiciones de salud física, menor dependencia a sustancias, mejores finanzas, y menores registros criminales (Moffitt et al., 2011).



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Aversión a la pérdida



El sesgo por aversión a la pérdida establece que como seres humanos somos más sensibles a escoger aquello que nos evita perder que aquello que nos acerca a ganar (Kahneman et al., 1991).



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Aplicaciones en Psicología del Consumidor

1. The Framing Effect
How you phrase a benefit dramatically changes how people perceive it.

1% fat fries 99% fat free fries

2. The Affordability Illusion
Breaking down a large number into smaller amounts makes it seem more reasonable.

Membership is \$350 per year Membership is less than a \$1 per day

3. The Rule of 3
People almost never go for the cheapest option when there is a choice of 3.

2 options limits choice 3 choices gives the option for differentiation

4. The IKEA Effect
People value things more if they contribute effort.

Buy this pre-made shoe Customize your own

5. The Power of Free
People overvalue things that are free, even if they don't need them.

Get \$5 off your first order Get a free gift with your first order.

6. The Contrast Effect
People perceive something as better value when placed next to a more expensive alternative.

A \$1,000 watch on its own \$1,000 watch next to a \$8,000 watch

7. The Paradox of Choice
Too many choices overwhelm buyers and lead to indecision.

Choose from 15 different options. Pick from our top 3 best-selling plans.

8. Anchoring Bias
The first price you show will always influence perceived value.

On sale for just \$99 Originally \$200, now only \$99 (Save 50%)

9. Endowment Effect
People value things more once they own them (or feel ownership).

Get started for \$9.99 per month Start your free trial today — no commitment.



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Tragedia de los comunes y reflexiones finales



NARIÓ

UNIVERSIDAD NARÍO

Tragedia de los comunes



Aunque algunos productos o servicios puedan parecer inofensivos, su producción y consumo a menudo pueden amenazar los ecosistemas y agotar los recursos naturales. Este fenómeno se conoce como la tragedia de los comunes, y comprenderlo es crucial para tomar decisiones sostenibles en tus prácticas personales y profesionales.

Tragedia de los comunes



INICIO COLOMBIA VENEZUELA MÉXICO ESTADOS UNIDOS INTERNACIONAL

EN VIVO



INICIO / ACTUALIDAD / *Usuarios de ChatGPT están causando problemas generando imágenes: CEO de la compañía dice que los servidores "se están derritiendo"*



INTERNACIONAL

Papa Francisco

Israel - Hamás

Benjamín Netanyahu

Guerra en Ucrania

Volodímir Zelenski

Vladímir Putin

Daniel Noboa

Luisa González



Según Sam Altman, CEO de OpenAI, la exorbitante cantidad de imágenes que se han creado en los últimos días ha provocado una sobrecarga en los servidores.

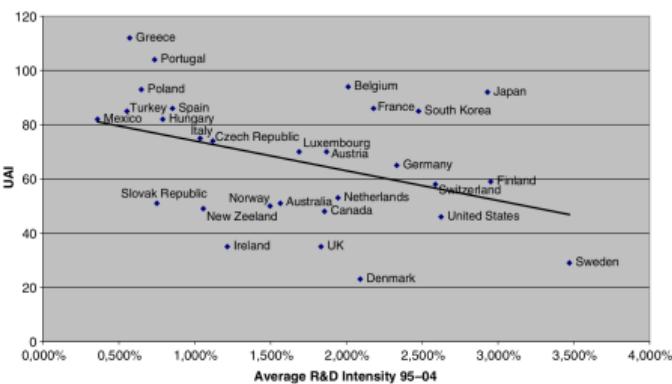
<https://www.ntn24.com/noticias-actualidad/generacion-de-imagenes-tipo-animacion-con-chatgpt-estan-causando-problemas-ceo-de-la-compania-dice-que-los-servidores-se-estan-derritiendo-547370>



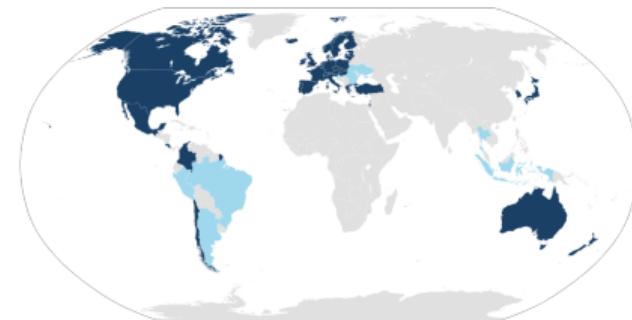
UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Reflexiones finales

¿Podrá Latinoamerica aprovechar la IA generativa para aportar soluciones de base tecnológica a sus propios problemas regionales?

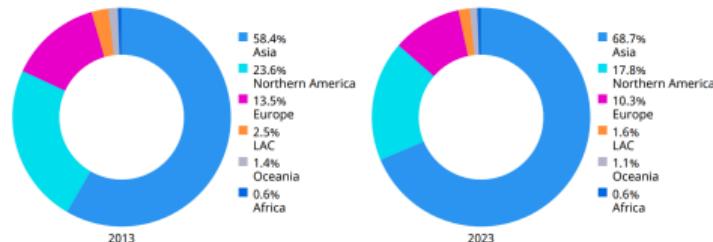


"Uncertainty Avoidance Index" (UAI)
Cozzi y Giordani (2011)



Offices located in Asia received more than two-thirds of patent applications filed worldwide in 2023

1.3. Patent applications by region, 2013 and 2023



Convocatoria Curso Especializado

Descubre el Poder del Análisis Inferencial de Redes

Aprende a Extraer Información Valiosa y Tomar Decisiones Estratégicas

El programa de Economía invita a todos los profesores de la Universidad Militar Nueva Granada a participar en este curso intensivo, diseñado para comprender e interpretar redes complejas mediante herramientas estadísticas y computacionales de vanguardia.

En una era interconectada, dominar el análisis de redes es clave para entender estructuras sociales, sistemas financieros, interacciones biológicas y flujos de información.



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Referencias |

- Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational: The hidden forces that shape our decisions*. Harper Collins: New York.
- Corr, P., & Plagnol, A. (2023). *Behavioral Economics* (Second edition). Routledge.
- Cozzi, G., & Giordani, P. E. (2011). Ambiguity attitude, R&D investments and economic growth. *Journal of Evolutionary Economics*, 21, 303-319. <https://doi.org/10.1007/s00191-010-0217-x>
- Johnson, E. J., & Goldstein, D. (2003). Do defaults save lives? *Science*, 302(5649), 1338-1339. <https://doi.org/10.1126/science.1091721>
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic perspectives*, 5(1), 193-206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
- Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of gratification in children. *Science*, 244(4907), 933-938. <https://doi.org/10.1126/science.2658056>



UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA

Referencias II

- Moffitt, T. E., Arseneault, L., Belsky, D., Dickson, N., Hancox, R. J., Harrington, H., Houts, R., Poulton, R., Roberts, B. W., Ross, S., et al. (2011). A gradient of childhood self-control predicts health, wealth, and public safety. *Proceedings of the national Academy of Sciences*, 108(7), 2693-2698. <https://doi.org/10.1073/pnas.1010076108>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>



Universidad Militar
Nueva Granada