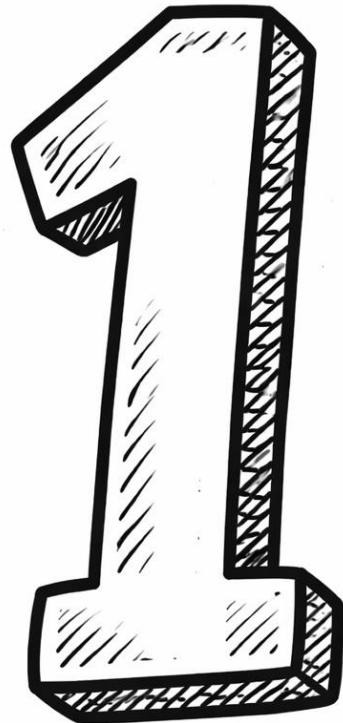




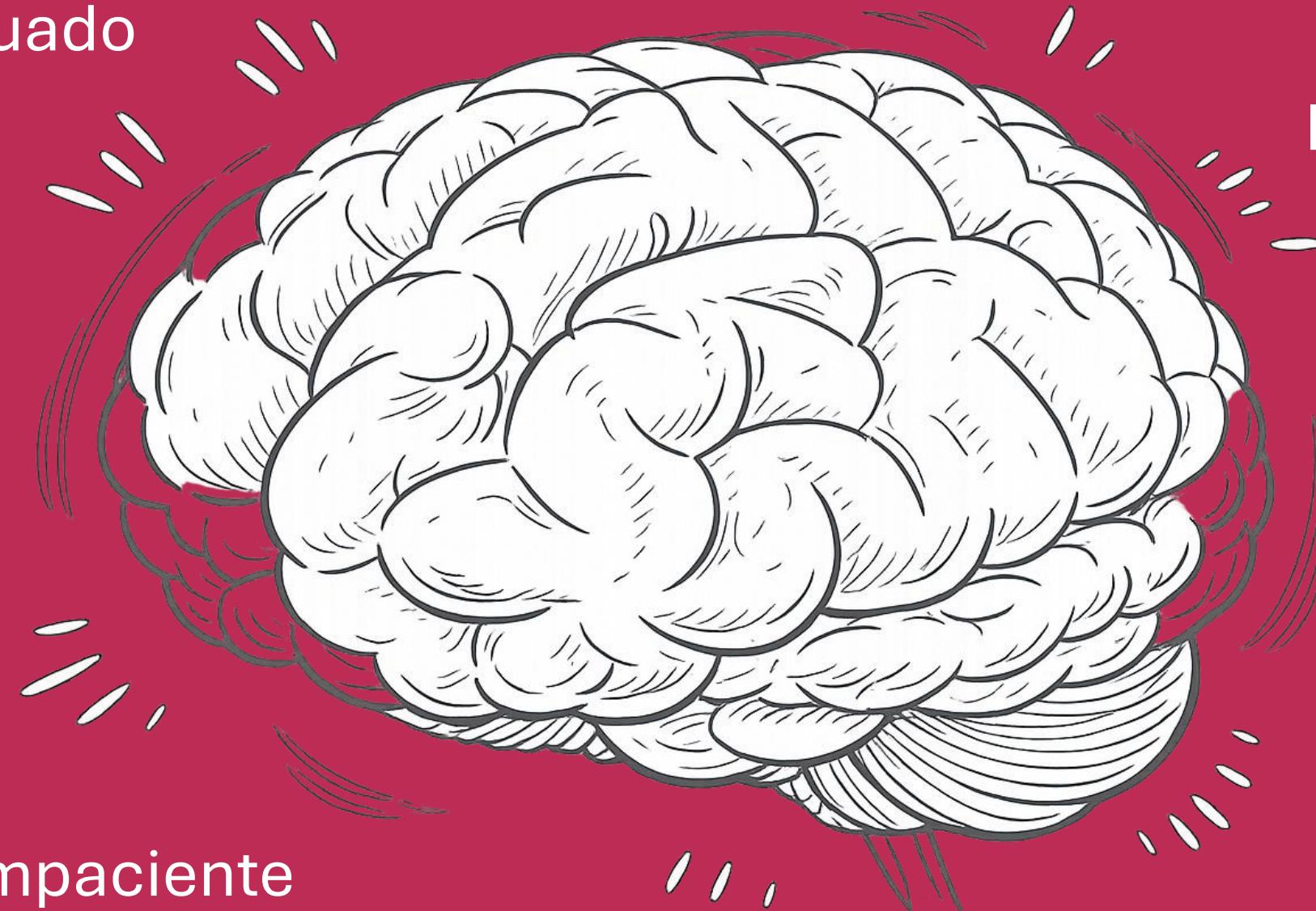
Finanzas emocionales y emocionantes: economía conductual y persuasión

**María Eugenia Cadenas
Coordinadora de Educación Financiera
Comisión Nacional del Mercado de Valores**



Nuestro cerebro

Anticuado



Eficiente

Impaciente

*Desmayarse, atreverse, estar furioso,
áspero, tierno, liberal, esquivo,
alentado, mortal, difunto, vivo,
leal, traidor, cobarde y animoso;
no hallar fuera del bien centro y reposo,
mostrarse alegre, triste, humilde, altivo,
enojado, valiente, fugitivo,
satisfecho, ofendido, receloso;
huir el rostro al claro desengaño,
beber veneno por licor suave,
olvidar el provecho, amar el daño;
creer que un cielo en un infierno cabe,
dar la vida y el alma a un desengaño;
esto es amor, quien lo probó lo sabe.*

Lope de Vega





¿Podría decir que no disfruto en absoluto sirviendo con humanos? Sus ilógicas y estúpidas emociones son una irritación constante.

Mr. Spock



**¿Qué es la psicología
económica o
economía
conductual?**

¿Qué es la psicología económica o economía conductual?



Comprender los fenómenos económicos sobre la base de comportamientos humanos REALES

La economía conductual nos puede ayudar a equivocarnos menos

Teoría económica neoclásica

- Sujetos completamente racionales
- Interpretación eficiente de la información sin sesgos ni influencias externas
- Decisiones maximizadoras

Economía conductual

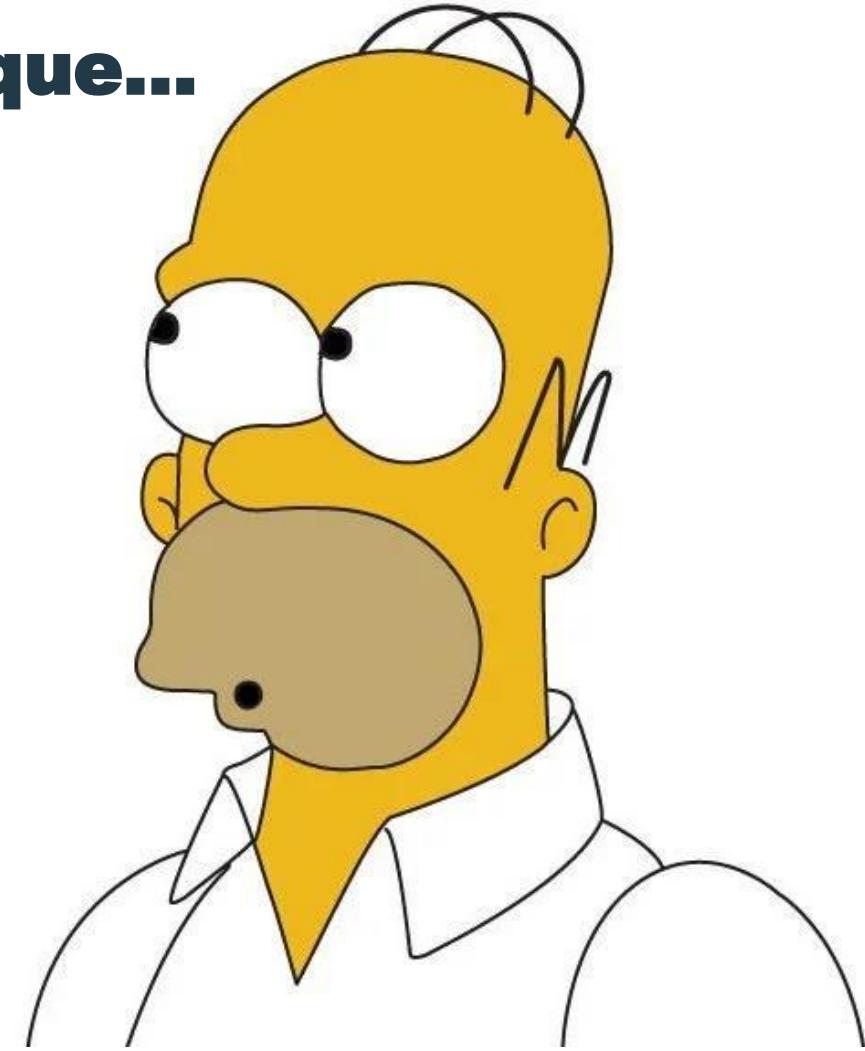
- Sujetos limitadamente racionales
- Interpretación de la información condicionada por los sesgos y las limitaciones cognoscitivas
- Decisiones satisficientes (satisfactoria+suficiente)

La economía conductual nos muestra que...

Somos aversos a tomar de decisiones

Somos parcialmente racionales

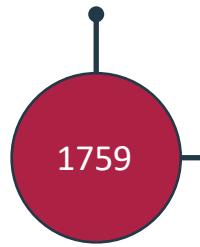
En las decisiones que tomamos estamos condicionados por nuestra circunstancia de ser “seres sociales”



Algunos hitos de la economía conductual

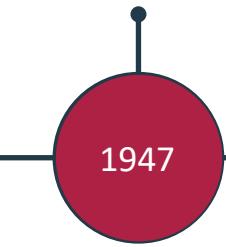
ADAM SMITH

Importancia de los factores psicológicos en la toma de decisiones económicas



HERBERT SIMON

Racionalidad limitada



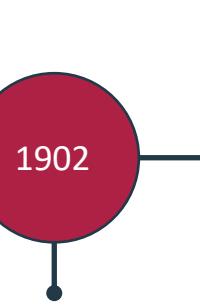
RICHARD THALER Y CASS SUNSTEIN

Acicates (*nudging*)



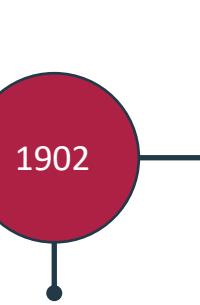
JEAN-GABRIEL DE TARDE

Psicología económica y pensamiento grupal



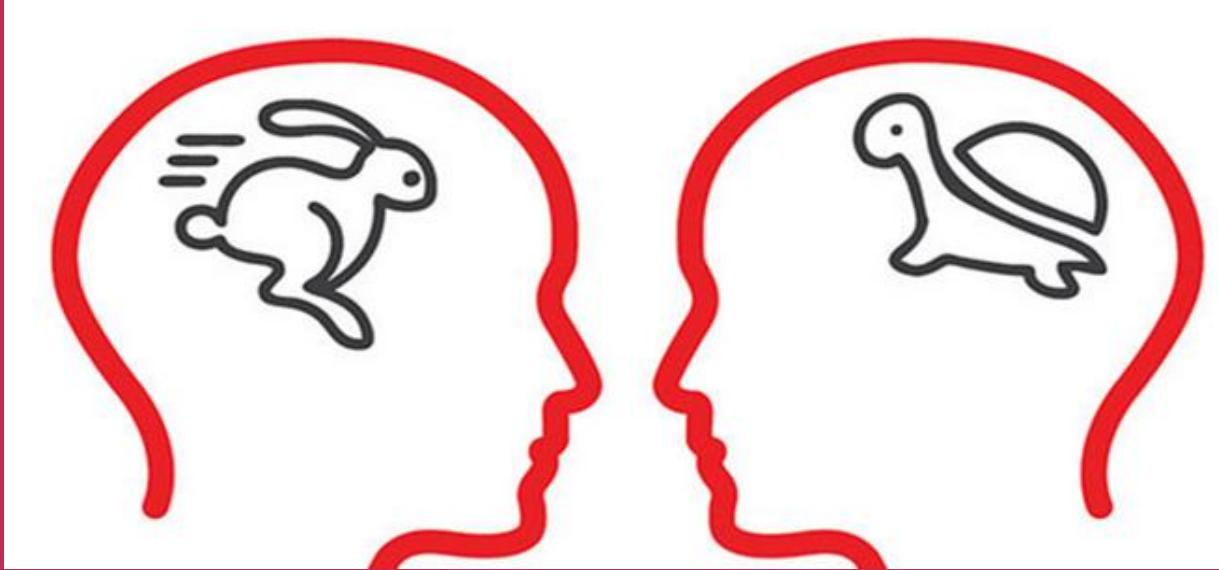
AMOS TVERSKY Y DANIEL KAHNEMAN

Heurística, perspectivas y efecto encuadre





**¿Cómo tomamos
decisiones?**

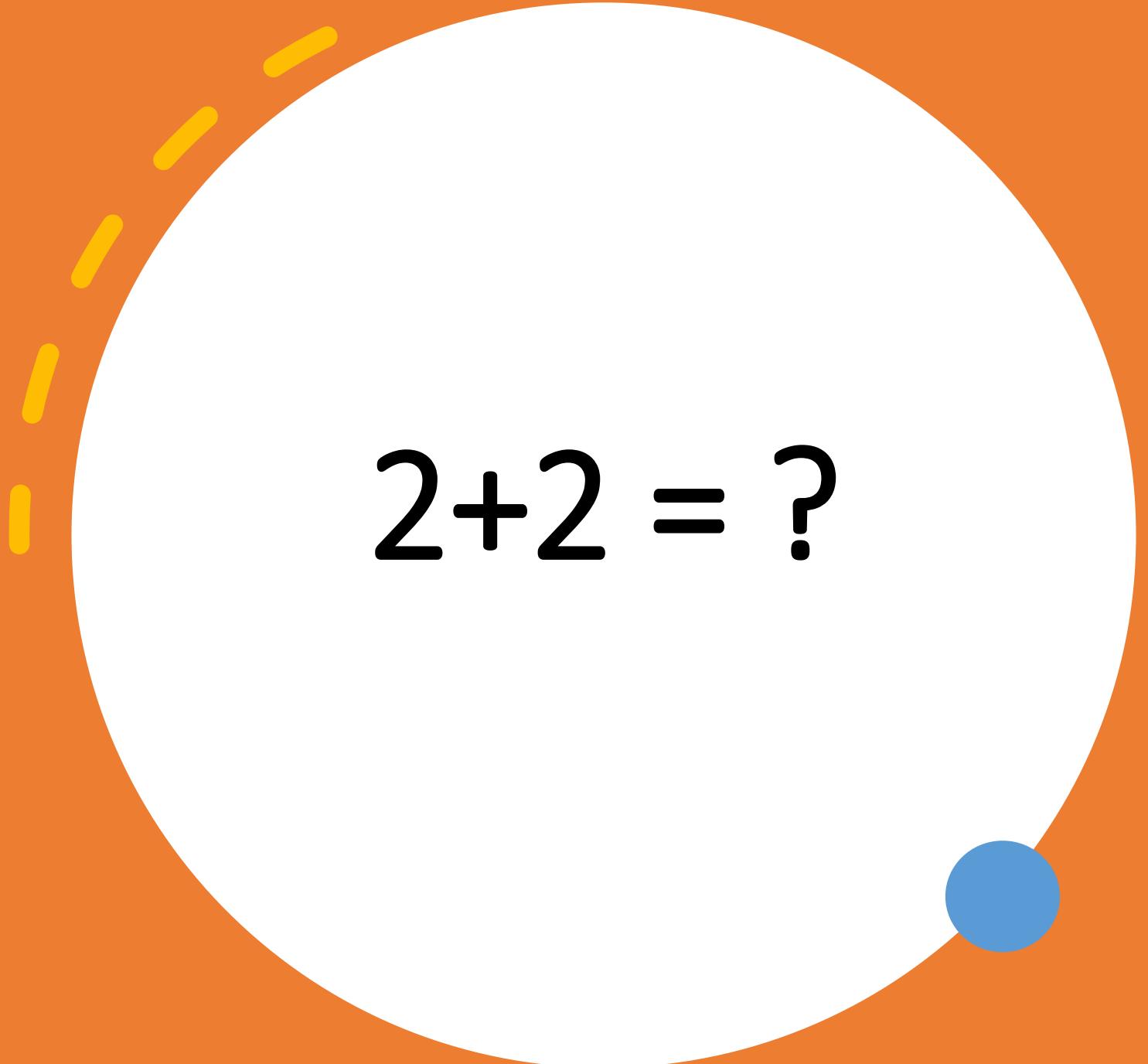


Sistema 1

- | | | |
|--------------|-----|--------------|
| Rápido | ▶ | Lento |
| Instintivo | ■ | Analítico |
| Emocional | ● | Estructurado |
| Automático | ■■■ | Lógico |
| Inconsciente | ▼ | Consciente |

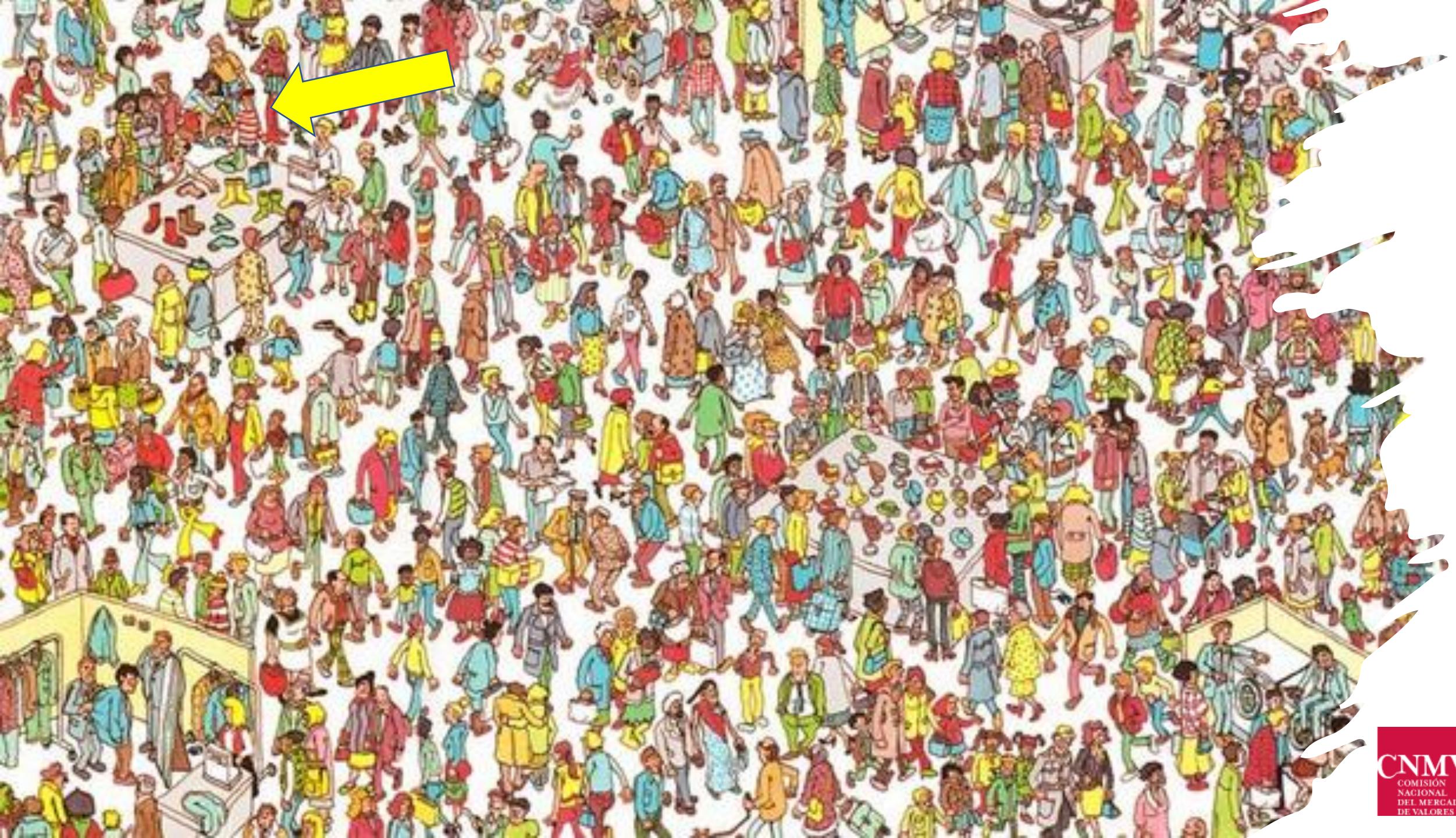
Sistema 2




$$2+2 = ?$$







$$2345+89+(87\times76)-456 = ?$$



Heurísticos = atajos mentales

Heurísticos de decisión



Disponibilidad

Decidimos según lo que recordamos más fácil, no según lo más probable.



Representatividad

Juzgamos por estereotipos, ignorando datos reales.

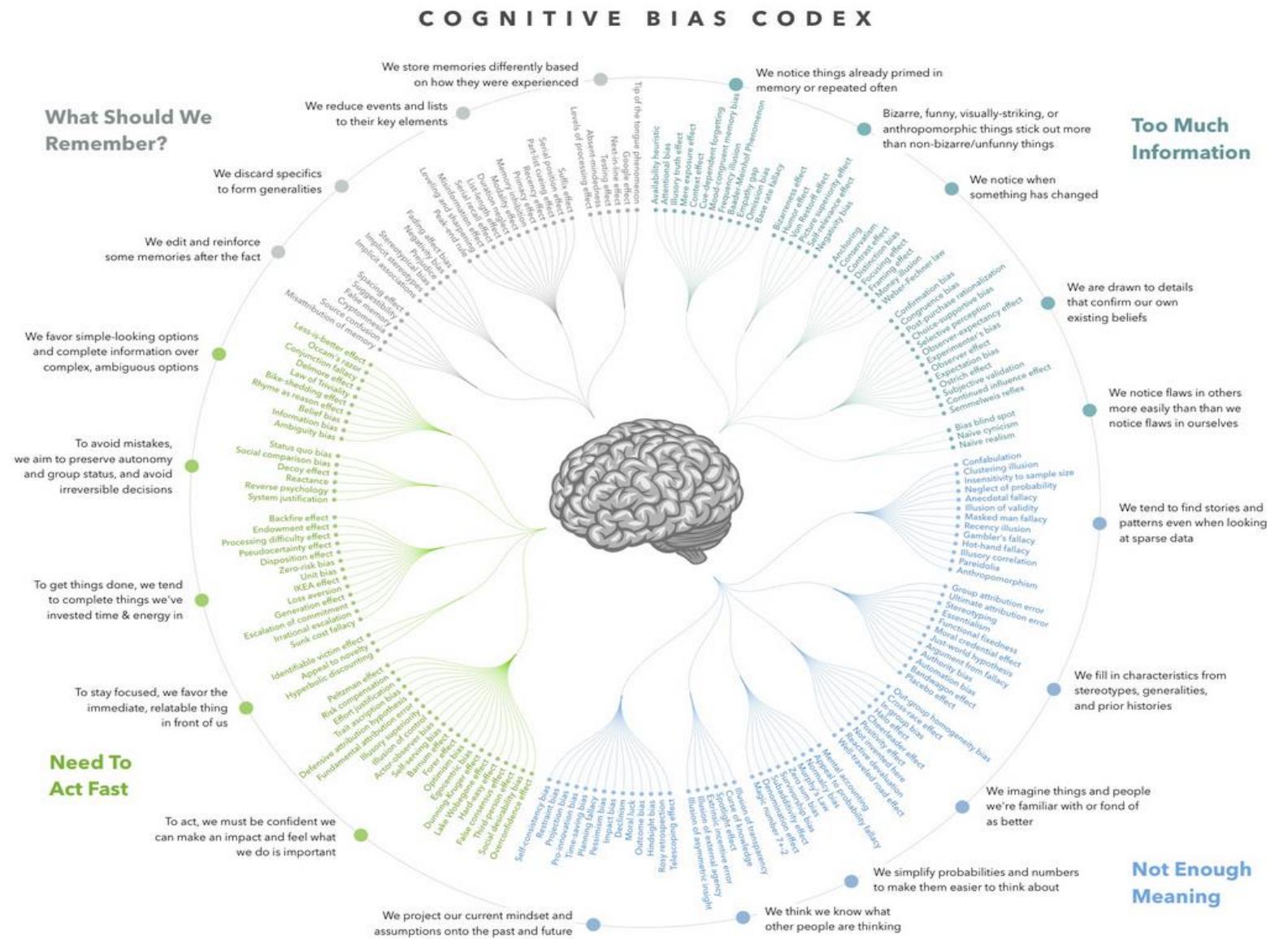


Anclaje

El primer número que vemos condiciona toda la decisión.



Sesgos = errores sistemáticos



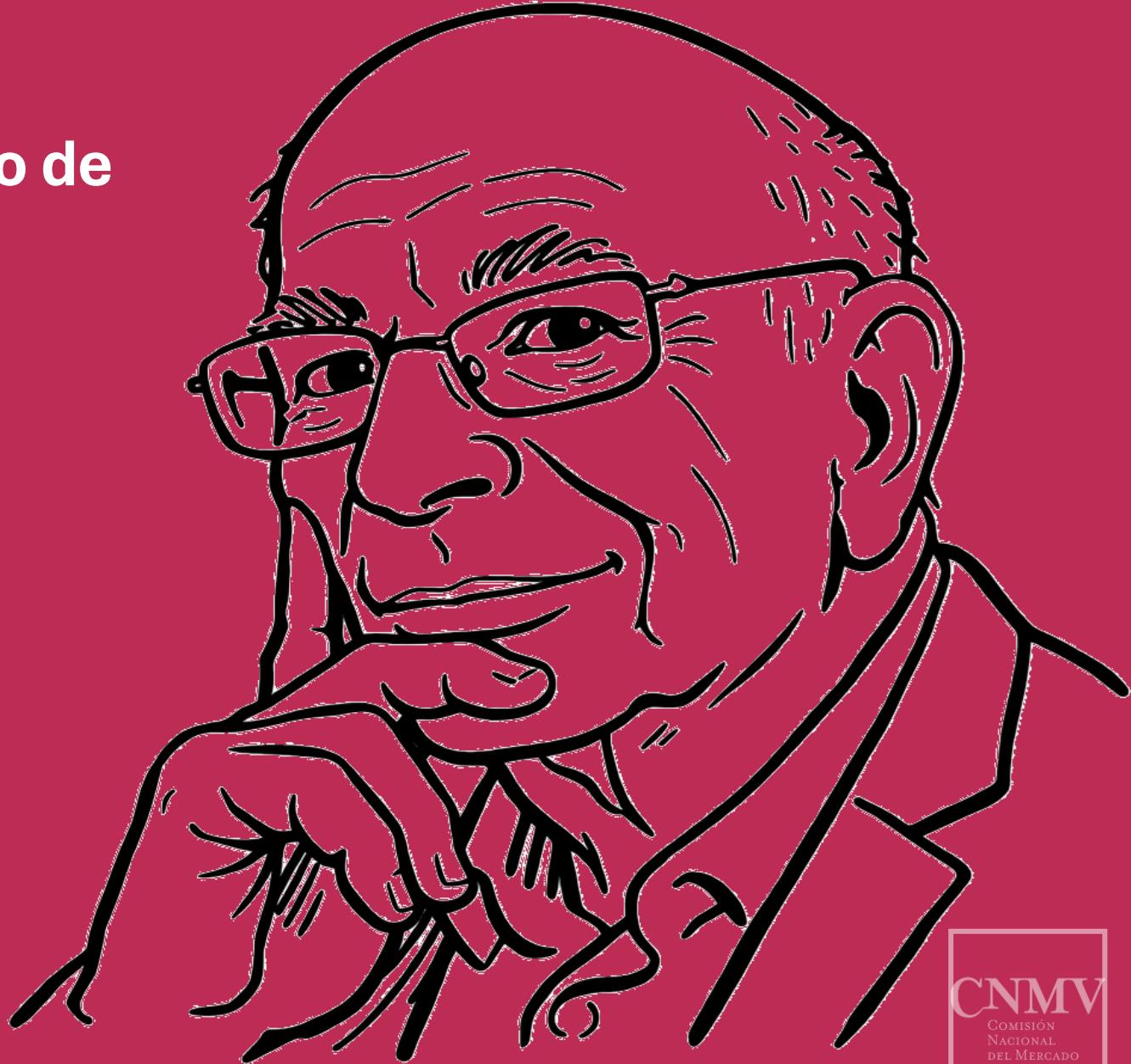
PRECAUCIÓN

**SESGO
CRÍTICO**

En particular... huye del exceso de confianza...

What would I eliminate if I had a magic wand? Overconfidence.

Daniel Kahneman



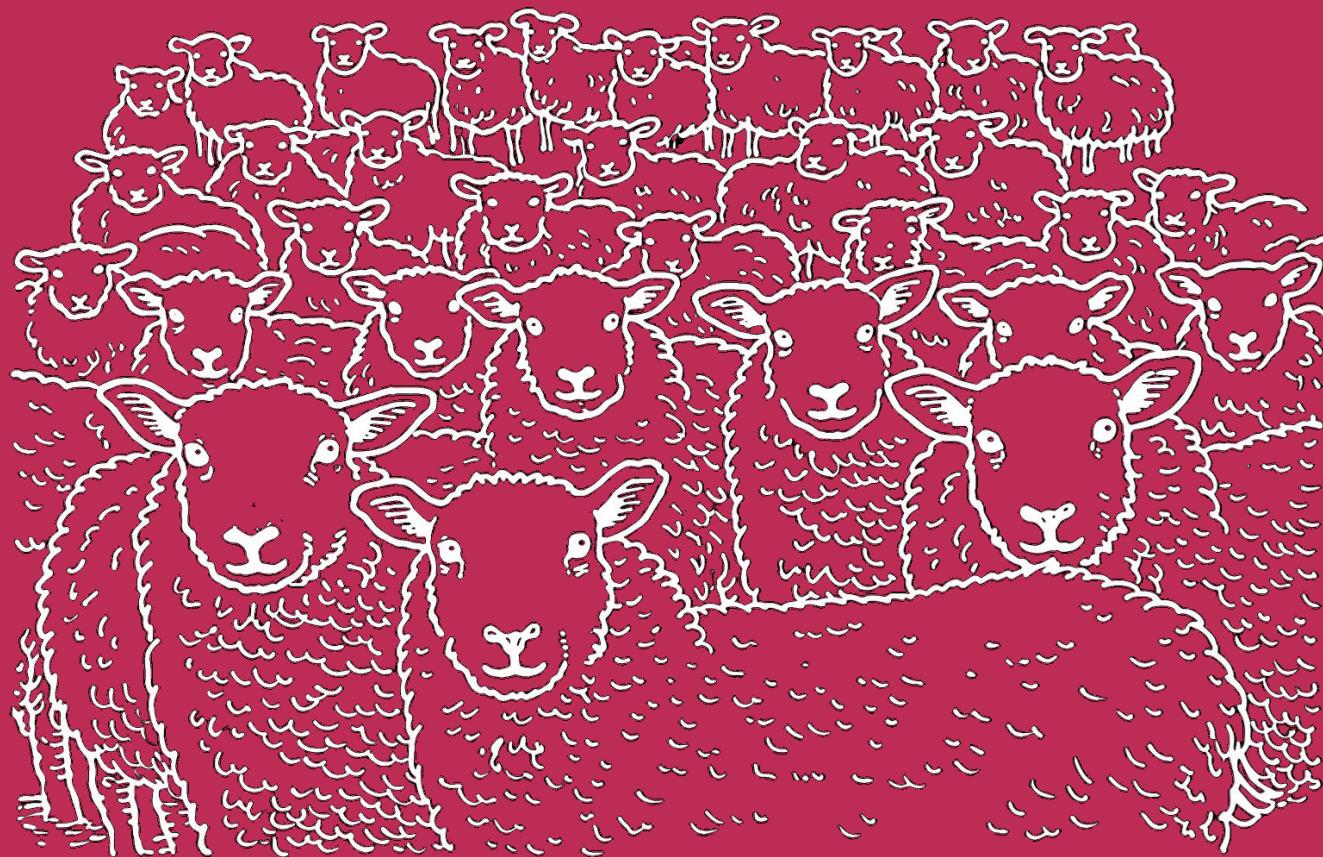
Y de tus propias certezas
(sesgo de confirmación)...



Muchas de las verdades a las que nos aferramos dependen de nuestro punto de vista.

Yoda

**Y de lo que digan o hagan los demás
(sesgo de la prueba social o influencia
social informativa)...**



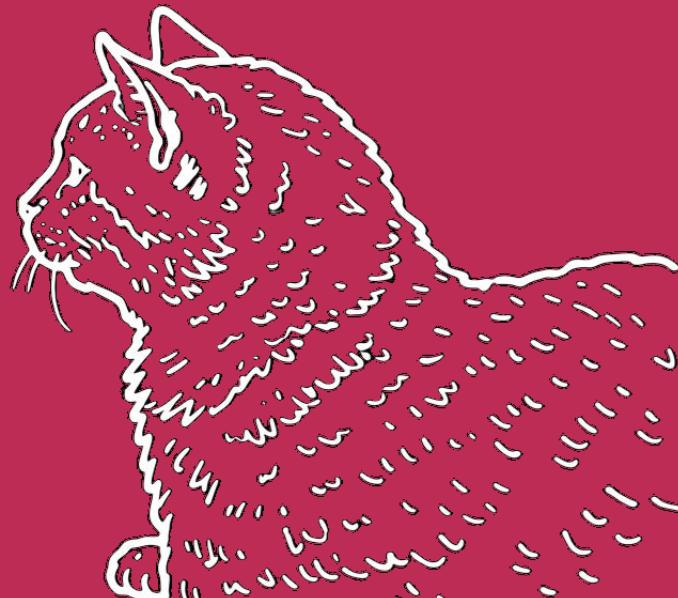
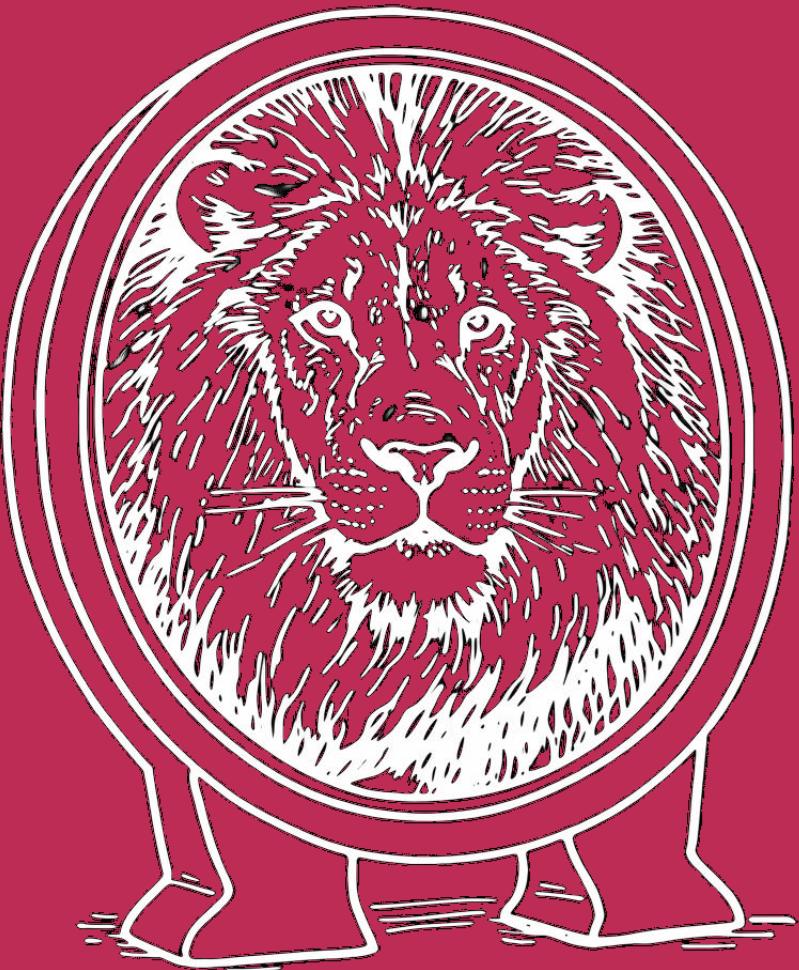
*¿Dónde va Vicente?
Donde va la gente.*

Refrán popular

**y de los falsos “gurús”
de las finanzas o de lo
que sea (sesgo de
autoridad)...**



Pero sobre todo, recuerda que nadie es perfecto (sesgo del punto ciego)



No hay nada más fácil que el autoengaño. Ya que lo que desea cada hombre es lo primero que cree.

Demóstenes



**¿Cómo se aplica
este conocimiento a
la práctica?**

Una de las formas en que este conocimiento se traslada a la práctica es a través del diseño de decisiones y de estrategias de persuasión

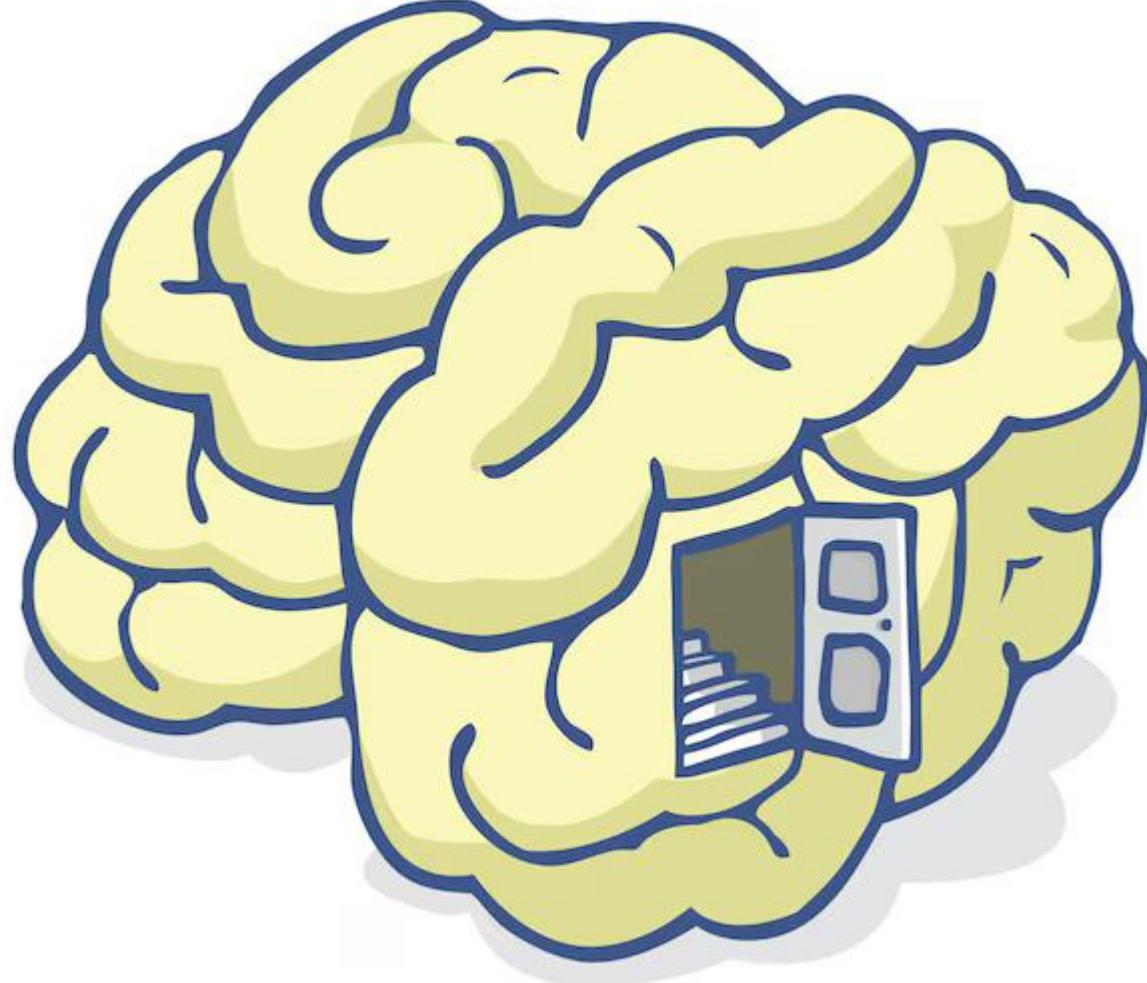


La persuasión



¿Qué es la persuasión?

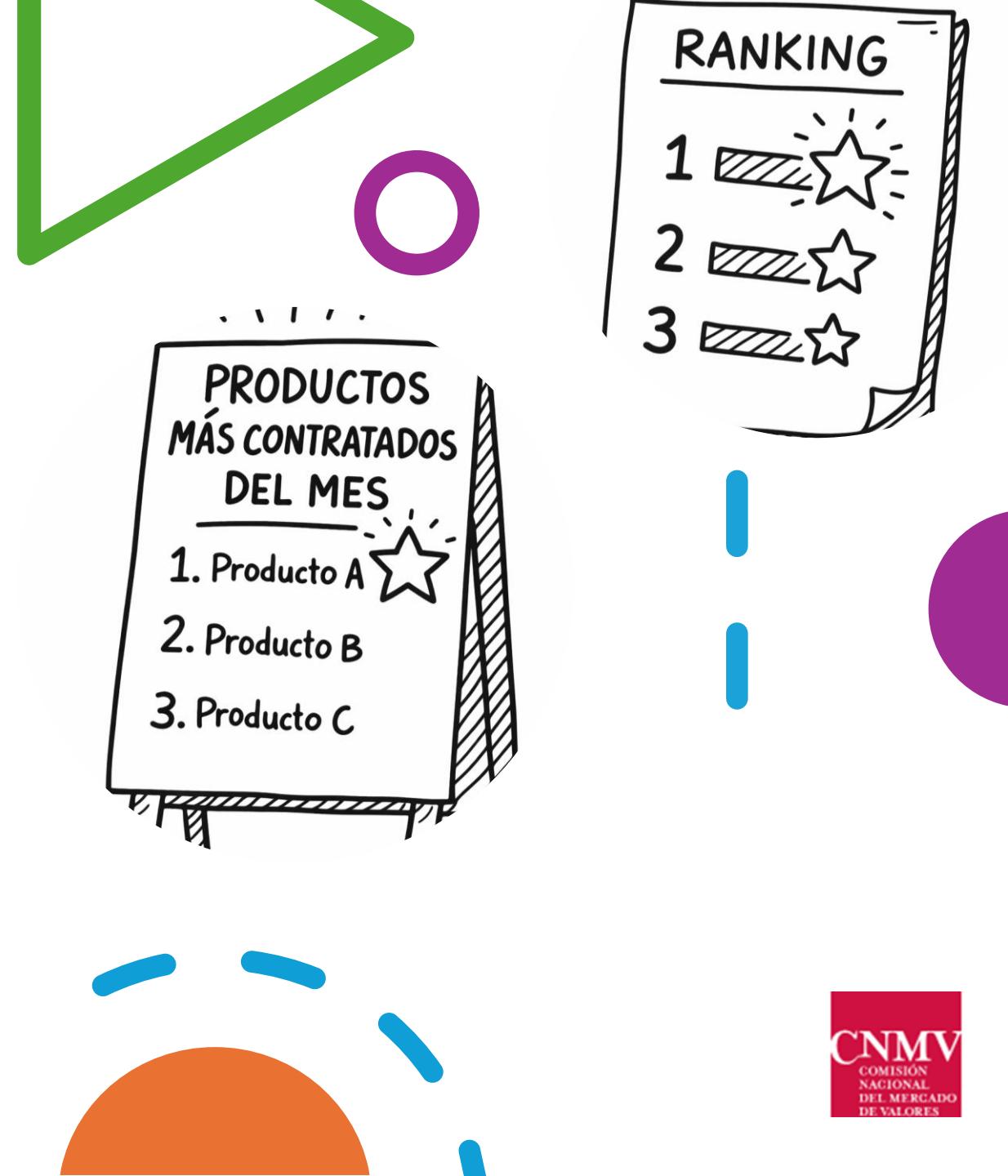




**Los sesgos y
heurísticos
son
puntos de
entrada**

PRUEBA SOCIAL

“Si otros lo eligen, será una buena opción”



AUTORIDAD

“Si lo dice una fuente experta, será una buena decisión”

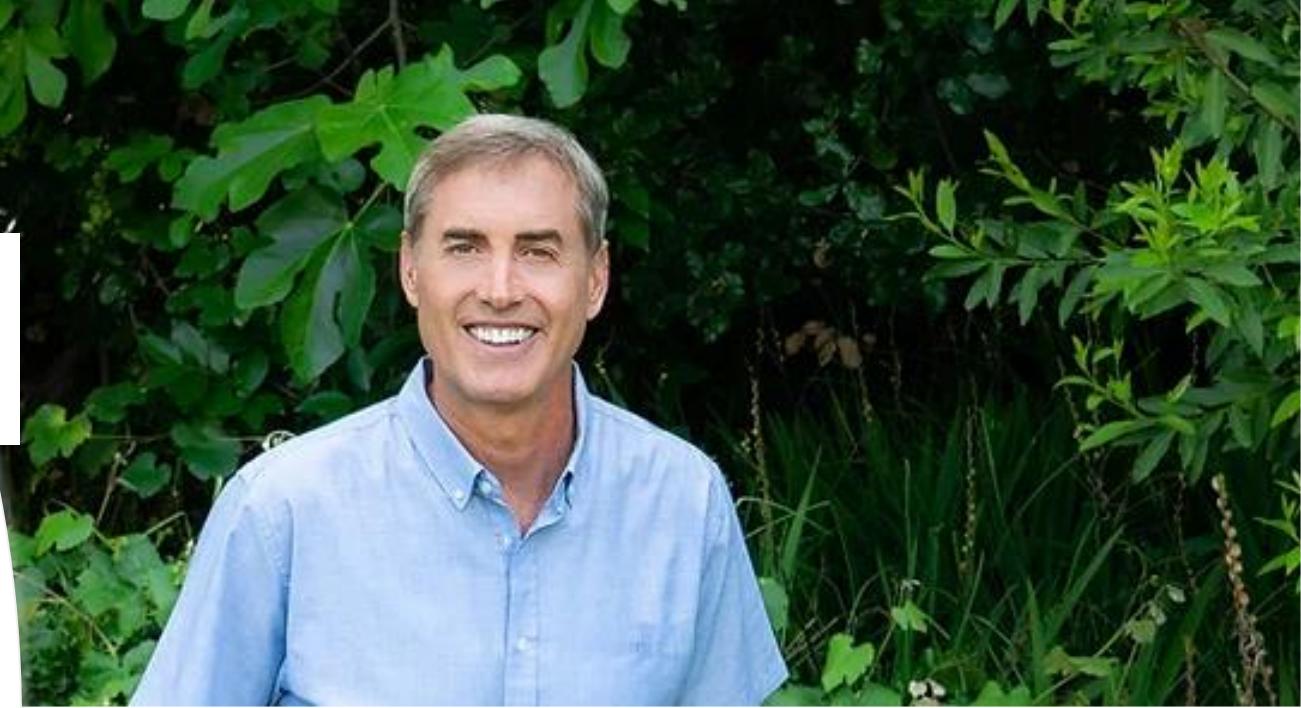


Persuasión en el ámbito digital

Stanford | Behavior Design Lab

Captología

CAPT (Computers as Persuasive Technologies)



Stanford
University



PERSUASIÓN TRADICIONAL:

- Contacto directo
- Más tiempo para evaluar información
- Atención más sostenida
- Emociones más contenidas
- Los sesgos cognitivos operan de forma amplia y no personalizada



PERSUASIÓN DIGITAL:

- Entornos *online* altamente dinámicos
- Personalización algorítmica
- Emociones amplificadas
- Los sesgos se amplifican y se ajustan al perfil de cada usuario
- Promueve decisiones muy rápidas



Estrategias de mitigación





Conócete a ti mismo



Fórmate e infórmate

A black and white photograph of a man in a dark suit and tie walking up a wide, curved staircase. He is positioned in the upper right quadrant of the frame, moving towards the left. The staircase has a minimalist design with a dark metal railing and light-colored steps. The background is a plain, light-colored wall.

**Racionaliza tu proceso de
decisión/inversión y céntrate sólo
en él**



Atempera tu optimismo

A photograph of a modern office hallway. On the left, there's a large window overlooking a cityscape. Inside, a white sofa and a floor lamp are visible. The hallway has a polished floor and pendant lights hanging from the ceiling. The overall atmosphere is professional and contemporary.

**Anticípate:
piensa que las cosas pueden salir mal
(o muy mal)**

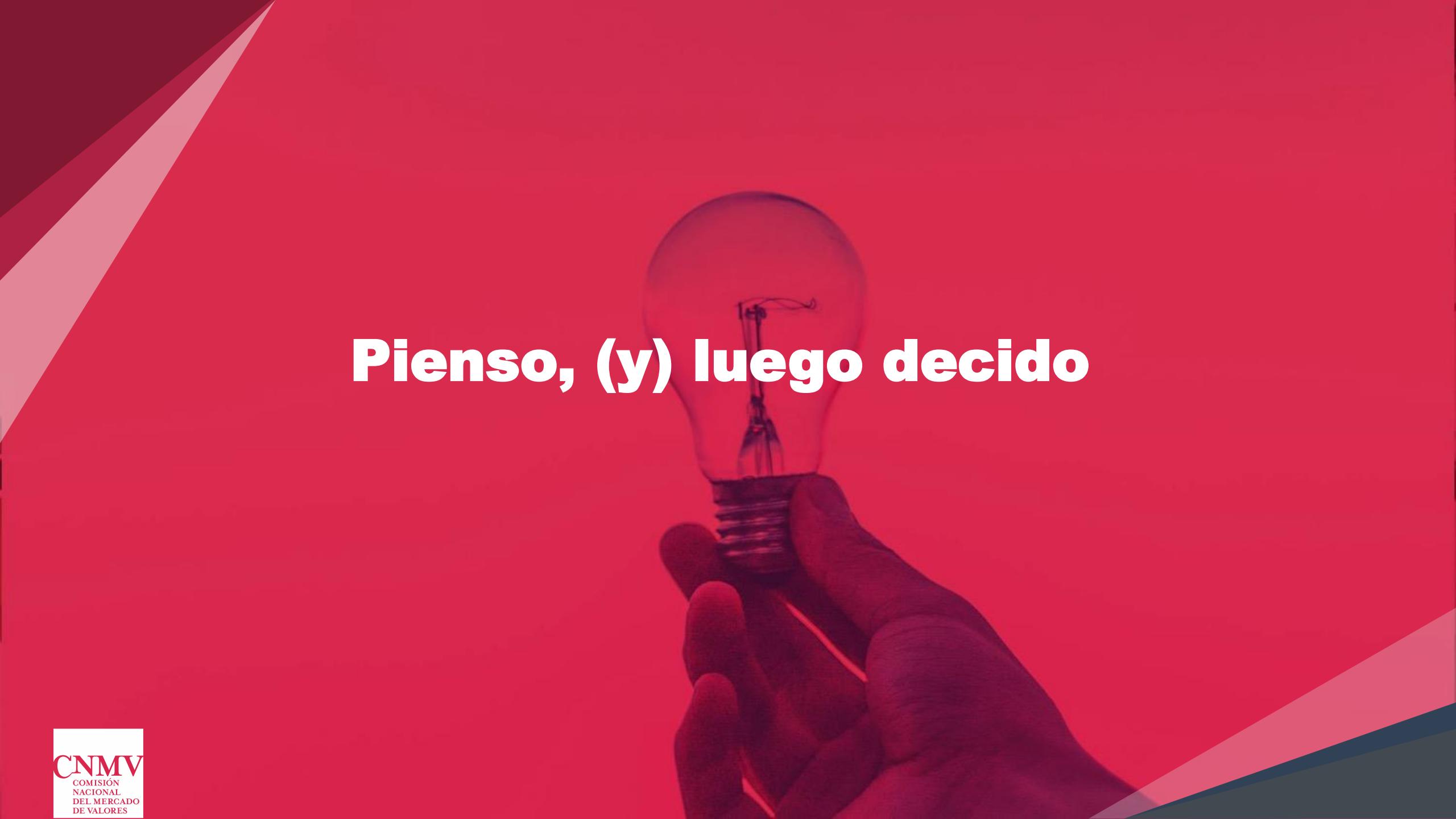
A photograph of a modern office interior. On the left, there's a long, low sofa with several pillows and a floor lamp next to it. The floor is made of light-colored wood planks. In the background, there are large windows looking out onto a city skyline at night. The ceiling has recessed lighting and some pendant lamps. The overall atmosphere is professional and contemporary.

¡No seas incauto!

A photograph of a modern office or study room. It features a long, low-profile sofa with several pillows against a wall with large windows. The floor is a polished wood. In the foreground, a portion of a chair is visible. The ceiling has several black pendant lights. The overall atmosphere is professional and contemporary.

“Thinking is to humans as swimming is to cats; they can do it but they'd prefer not to”

Daniel Kahneman

A close-up photograph of a person's hand holding a clear glass lightbulb. The hand is positioned with the fingers supporting the base of the bulb. The background is a solid, vibrant red color. The lighting creates a soft glow around the hand and the bulb.

Pienso, (y) luego decido

Más información en WWW.CNMV.ES



María Eugenia Cadenas
mecadenas@cnmv.es

