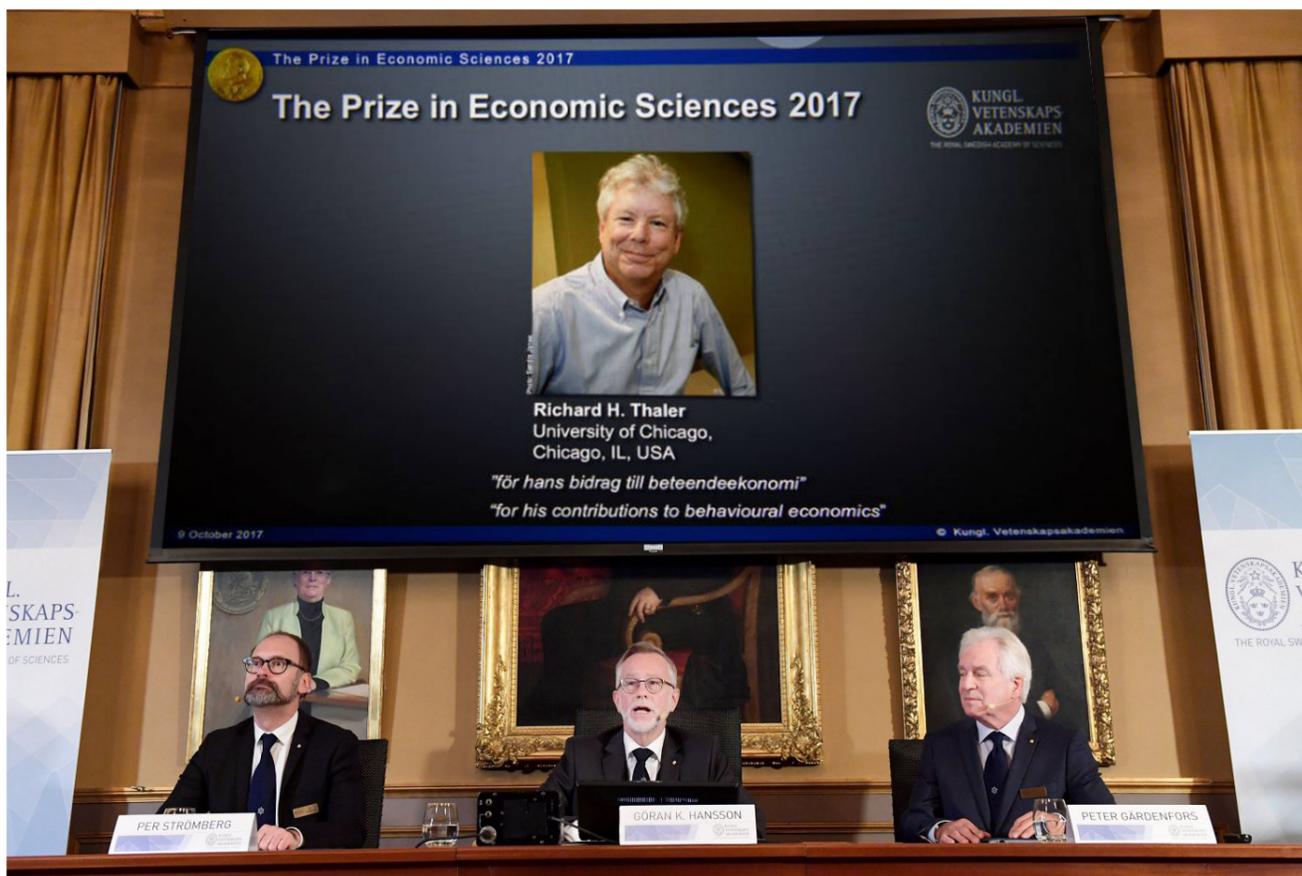


El “nudge” (empujón) de Richard Thaler

13 de octubre de 2017

El lunes pasado se anunció al ganador del premio Nobel de economía 2017, el cual ha sido otorgado a Richard Thaler de la Universidad de Chicago por sus contribuciones a la economía del comportamiento, por su «comprensión de la psicología de la economía». Thaler es conocido por sus colaboraciones con los economistas israelíes Daniel Kahneman y Amos Tversky sobre economía del comportamiento.

El comité del Nobel dijo que, como pionero en la economía del comportamiento, Thaler ha construido un puente entre la economía y la psicología para mostrar un «análisis más realista de cómo la gente piensa y se comporta cuando toma decisiones económicas».



Después del anuncio del premio, se le preguntó en una conferencia de prensa, qué planeaba hacer con el dinero del premio y Thaler, fiel a su ideología, bromeó diciendo que tenía la intención de gastarlo «lo más irracionalmente posible». Luego explicó que «en la teoría económica tradicional, es una pregunta tonta. Y la razón es que el dinero no viene con etiquetas. Entonces, una vez que ese dinero está en mi cuenta bancaria, ¿cómo se si esa elegante botella de vino que he comprado está siendo pagada con el dinero del Nobel o algún otro tipo de dinero? La respuesta sería a la pregunta es que planeo gastar parte de él en divertirme y dar el resto a las causas más necesitadas que pueda encontrar.»

La asignación irracional del dinero es, de hecho, parte de los estudios de Thaler. Descubrió que la tendencia de las personas a asignar dinero a ciertas categorías puede llevar a errores financieros. Por ejemplo, los consumidores pueden gastar más de lo necesario cuando cargan, por ejemplo, una nueva lavadora en una tarjeta de crédito de alto costo porque no quieren aprovechar el dinero que han categorizado como ahorro.

Thaler y sus colegas analizaron cómo los taxistas tratan de equilibrar el hacer dinero frente a disfrutar de su tiempo libre. El conductor puede tomar la decisión marcándose objetivos: Una vez que su ganancia diaria llega a un cierto monto, da como terminado el día. Pero eso significaría que trabajaría horas más cortas cuando la demanda de taxis es alta y más larga cuando el negocio es lento. Si tomara otro enfoque, podría ganar más dinero trabajando menos horas y habría más taxis en la calle cuando los clientes lo necesitaran.



Thaler y otros economistas del comportamiento también encontraron que la gente tiene nociones de imparcialidad que confunden las expectativas económicas clásicas. Ellos se resienten, por ejemplo, con un vendedor de paraguas que sube los precios en medio de un día lluvioso; pero los economistas tradicionales dirían que el vendedor ambulante sólo está respondiendo al aumento de la demanda.

Las actitudes de los consumidores también sugieren que existe un riesgo para las empresas que aumentan los precios de forma agresiva, incluso cuando aparentemente se justifica, al aumentar la demanda. El servicio de Uber ha aprendido esta lección o está en el proceso de aprenderlo, porque el aumentar el precio durante una tormenta de nieve en Nueva York no es una decisión comercial inteligente.

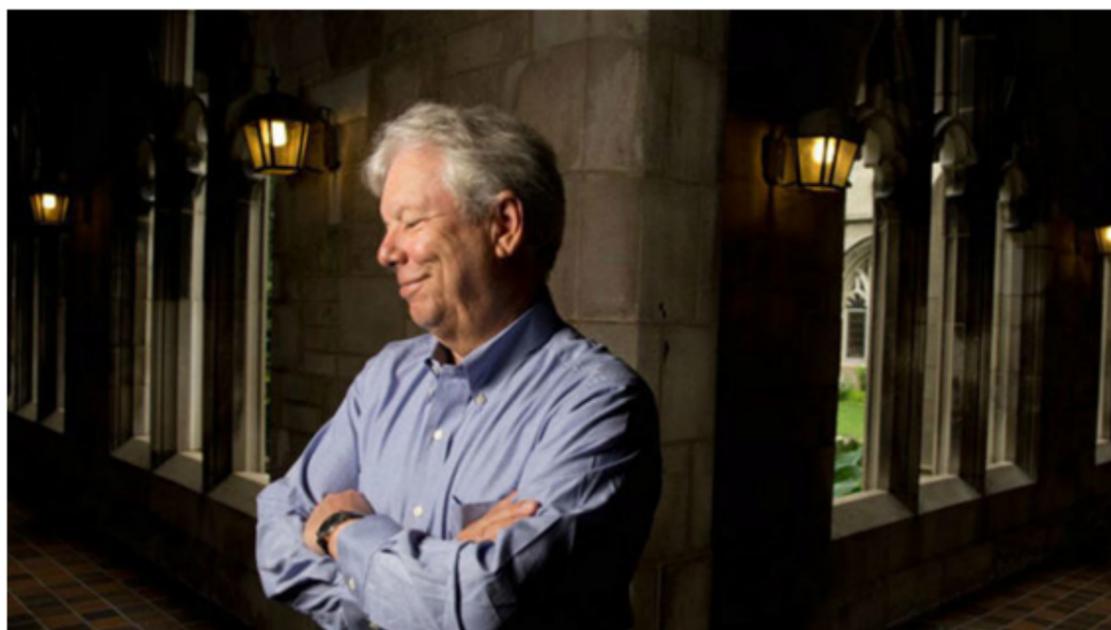
Reconocido por su uso de datos para observar y predecir cómo se comportan las personas en el mundo real, la carrera de Thaler ha sido una guerra de por vida contra el 'Homo Economicus', esa especie mítica de homínidos puramente racionales que residen exclusivamente en los modelos de la teoría económica clásica. En sus estudios mezcla la economía, psicología y sociología para demostrar que la humanidad estaba afectada por la emoción y la irracionalidad, lo que influye en la toma de decisiones, desde el ahorro para la jubilación, la política de atención médica y otras medidas.



Pero Thaler no sostuvo que los seres humanos eran irracionales al azar. Sino que observó que la gente es previsiblemente irracional. Algunos de los trabajos más interesantes de Thaler estudiaron los efectos previsiblemente irracionales de la propiedad, la confianza y un sentido de equidad.

1. **Propiedad:** Según la teoría económica clásica, el valor de un producto no debe depender de la propiedad. En uno de sus experimentos más famosos (que llevó a cabo con el psicólogo ganador del Premio Nobel Daniel Kahneman), Thaler dio tazas a la mitad de los estudiantes en un aula y pidió a los estudiantes asignar un valor a las tazas. Los estudiantes que ya tenían una taza lo consideraron dos veces más valioso que aquellos que no tenían. La gente coloca un valor más alto a lo que ya posee, a lo que se llama «efecto de dotación».
2. **Confianza:** La teoría dice que más información debe conducir a una mejor toma de decisiones. Pero en un estudio de la NFL (National Football League, por sus siglas en inglés), Thaler encontró que «cuanta más información adquieran acerca de los jugadores, más confiados se sentirán sobre su capacidad para hacer distinciones y tomar mejores decisiones», escribió Thaler. Esto sugiere que una desventaja de las estrategias y de la analítica avanzada es que hace que los equipos deportivos estén confiados sobre sus habilidades.
3. **Equidad:** la investigación de Thaler ha demostrado que las personas tienen estándares firmes de imparcialidad. Dado que la mayoría de los consumidores no saben qué bienes realmente valen, determinan el valor basado en lo que parece justo. Tal vez US\$ 5 por un paraguas es justo, pero ¿qué pasa si el precio se elevó US\$ 1 durante un día lluvioso? Ese sentimiento familiar de que uno está siendo estafado podría desalentar las ventas de maneras que no tienen nada que ver con la utilidad del paraguas.

Según Thaler, si se puede predecir el comportamiento humano irracional, entonces puede ser incitado o manipulado. Thaler acuñó el término «nudge» (dar un pequeño empujón en cierta dirección) para describir las intervenciones baratas y fáciles que cambian la toma de decisiones de la gente.



Thaler logró crear nexos entre la economía y la psicología, explicando cómo organizamos y ejecutamos decisiones económicas, e interpretó cómo éstas decisiones afectan los precios del mercado y la asignación de recursos. [Lampadía](#)