

Economía del comportamiento: las verdades ocultas en la decisión de los consumidores



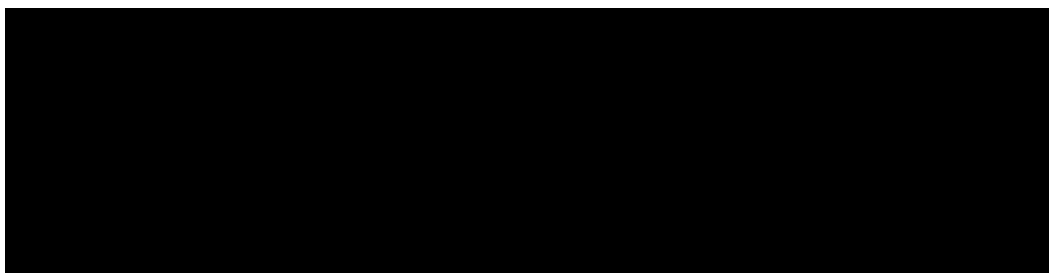
Imagen de Dreamstime

1. Cristina Jodar

11:46 - 12/07/2018

Cómo descubrir por qué las personas elegimos algo cuando ni nosotros mismos sabemos por qué lo hacemos? Todos los días tomamos multitud de decisiones de todo tipo, unas más sencillas y otras más complejas. Detrás de todas ellas se produce una lucha en nuestra mente, la intuición contra la lógica o razón.

PUBLICIDADE



Cuando permitimos que la intuición tome decisiones que deberían pasar por la lógica, es cuando nos equivocamos. Se ha demostrado que nos equivocamos continuamente, como por ejemplo: gastar por impulso, confiar en personas que no debemos, no escuchar otros puntos de vista... Descubrir que en nuestra forma de pensar existen muchos errores sistemáticos conocidos como sesgos cognitivos que afectan en nuestras decisiones, es muy importante para los profesionales que estudiamos el comportamiento del consumidor, conocer e identificar el papel que juega cada uno de estos sesgos.

Uno de los sesgos más importantes que condicionan muchas de las decisiones que tomamos es el sesgo del presente, este explica, por ejemplo, por qué nos cuesta tanto seguir unas pautas de alimentación o ahorrar. Es el responsable de que busquemos una recompensa rápida frente a una más a largo plazo con mayores beneficios.

Veámoslo con un ejemplo: Cuando preguntamos a un grupo de consumidores por su alimentación en la próxima semana, la mayoría tiende a indicar que consumirá mayoritariamente fruta y verdura. En cambio cuando se pregunta por la preferencia de consumo ese mismo día, la mayoría indica chocolate. La intención y propósito es uno, pero en el momento presente adoptamos una decisión diferente. Podemos saber que una pieza de fruta es más sana que un dulce de chocolate, sin embargo, decidimos comer este último. Esto sucede porque muchas de las decisiones que tomamos socavan nuestros propios intereses en el largo plazo.

La economía del comportamiento nos ayuda a entender el proceso de toma de decisiones de las personas. Combina la economía con la psicología, además se nutre de otras disciplinas como la sociología, con el objetivo de explicar conductas tan diversas como, por ejemplo, los hábitos poco saludables de alimentación, estudiar lo que ocurre en los mercados, como se comportan las personas, entre otros aspectos. Por tanto, se puede decir que muchas de nuestras decisiones no siguen un camino lógico. A continuación podemos ver algunos errores que nos conducen a unos hábitos alimenticios poco saludables.

"No planificar las comidas ni la compra, dará como resultado una cesta llena de caprichos poco nutritivos"

No planificar las comidas ni la compra, dará como resultado una cesta llena de caprichos poco nutritivos. Además comprar estos caprichos 'ocasionales' se pueden multiplicar convirtiéndose en un riesgo si asociamos alimentos poco saludables con placer.

Saltar comidas pensando que estamos evitando la ingesta de calorías, es un error que el campo de la nutrición y dietética desterró hace mucho tiempo. Nuestro organismo responderá pidiéndonos alimentos poco saludables para saciar el apetito con altas probabilidades de darnos un atracón.

Justificar que haciendo ejercicio podemos comer alimentos que en muchos casos solo aportan un extra de calorías. El ejercicio contribuye a nuestro bienestar general, y quemar calorías no evitará que nuestra salud sufra las consecuencias de la ingesta de alimentos poco saludables.

Daniel Kahneman integra aspectos de la investigación psicológica en la ciencia económica, especialmente en lo que se refiere al juicio humano y la toma de decisiones en estados de incertidumbre. Para el Premio Nobel de Economía de 2002 las personas operamos siempre bajo dos sistemas de pensamiento.

El sistema 1º o implícito. Es rápido, intuitivo, automático. Es el que guía la mayor parte de los actos cotidianos que realizamos. Nos lleva a conclusiones que no nos cuestionamos, evitando así valorar alternativas. Este sistema nos permite realizar tareas sencillas y rutinarias como ir a comprar el pan cada día sin esfuerzo. Asocia la nueva información que captamos con patrones ya existentes, en lugar de crear nuevos patrones para cada nueva experiencia.

El sistema 2º o explícito. Es lento, lógico, reflexivo, racional. Lo utilizamos para resolver los temas más complejos. Es más preciso y fiable, consume más recursos, esfuerzo y energía. Este sistema nos permite realizar tareas más complejas como aprender a leer.



Cinco claves del neuromarketing para incrementar las ventas de las pymes

Tanto el sistema uno como el dos están en continua comunicación, aunque son de naturaleza opuesta, se encuentran implicados en las diferentes decisiones que adoptamos.

Veamos con dos ejemplos como actúan estos sistemas de pensamiento. Vamos a comprar fruta, si vemos una manzana con algún defecto de aspecto, lo más probable es que nuestra decisión sea no comprarla aunque su sabor sea exquisito. Buscaremos una manzana con un aspecto delicioso, sin tener en cuenta su sabor. Racionalmente (sistema 2) cuando nos preguntan por el atributo más importante en un alimento, nuestra respuesta es el sabor, sin embargo, cuando tomamos la decisión de compra, nos guiamos por el aspecto, tomamos una decisión rápida e intuitiva (sistema 1).

Otro de los atributos más importantes a la hora de comprar un producto es el precio (sistema 2), en cambio, cuando hacemos el análisis del comportamiento de compra en

el lineal, elegimos un producto que nos impacte su diseño de envase, en lugar de comprar el más económico (sistema 1).

Conocer cómo nos comportamos en la toma de decisiones, es verdaderamente significativo a la hora de enfocar una investigación si no queremos que estos atajos mentales nos jueguen una mala pasada.

Copyright 2006-2018, Editorial Ecoprensa, S.A.

[Política de Privacidad](#) • [Aviso Legal](#) • [Política de cookies](#) • [Cloud Hosting en Acens](#) • [Gestión de consentimiento de cookies](#)