

Economía del comportamiento

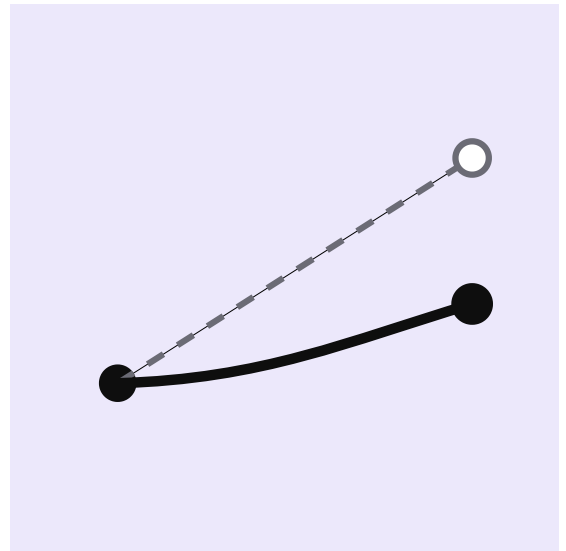
Estudia cómo decidimos de verdad, uniendo economía y psicología, en lugar de suponer personas perfectamente racionales.

En inglés

Behavioral economics

Origen

Antecedentes en Simon (1955); se consolida con Kahneman, Tversky y Thaler



Qué estudia

Por qué elegimos a veces en contra de nuestros propios intereses, qué atajos mentales usamos y cómo influye la forma de presentar las opciones. Al diseño le aporta evidencia sobre cómo las personas leen, comparan y eligen dentro de un producto o un servicio.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Diseña cada decisión a partir de cómo se comportan las personas, no de cómo deberían comportarse.

✗ Evita

Usar los sesgos para que la gente haga lo que no haría con calma.

👁 Para no caer

Prueba con personas reales, porque muchos efectos cambian según el contexto.

Teorías y conceptos

Teorías de base

Las ideas sobre las que se apoya el campo

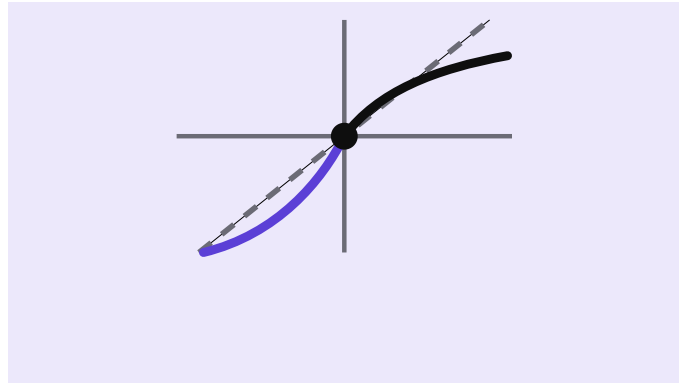




Teoría

Racionalidad limitada

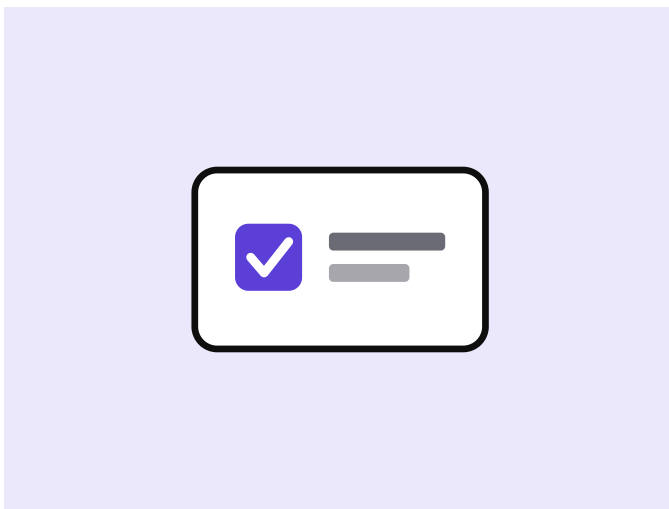
Decidimos con información, tiempo y atención limitados: buscamos lo suficiente.



Teoría

Teoría prospectiva

Valoramos ganancias y pérdidas respecto a un punto de referencia.



Teoría

Nudge y arquitectura de decisión

Cambiar cómo se presentan las opciones cambia lo que elegimos, sin prohibir nada.

Atención y memoria

Qué vemos y qué recordamos



Concepto

Regla del pico y el final

Recordamos el momento más intenso y el final, no cuánto duró.

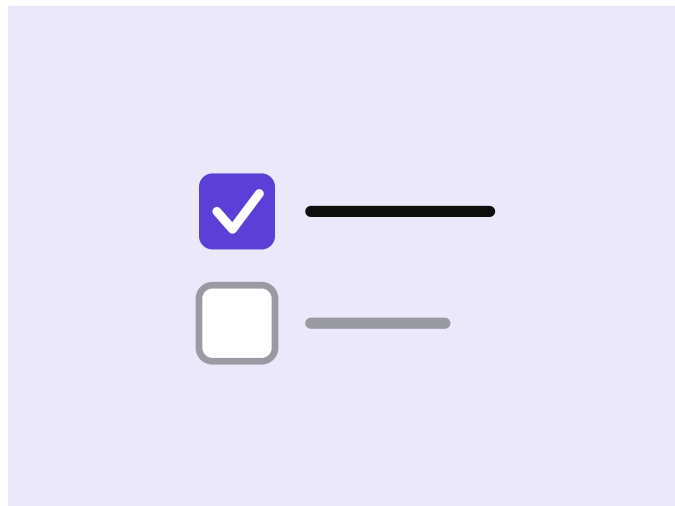
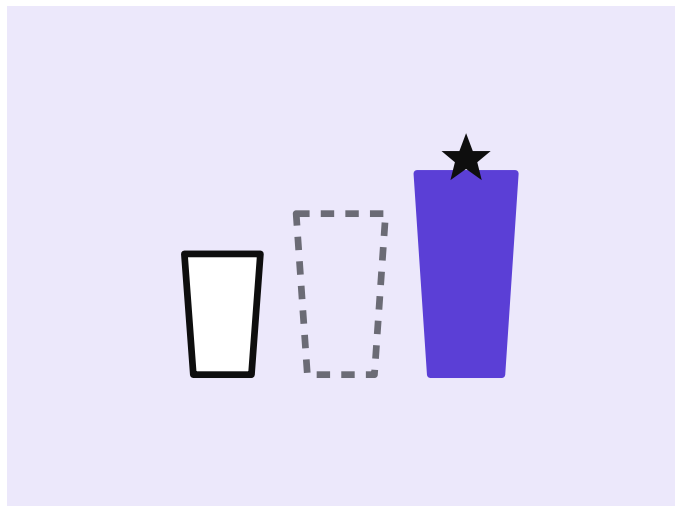
Concepto

Heurística de disponibilidad

Juzgamos lo probable que es algo por lo fácil que nos viene a la mente.

Elegir entre opciones

Cómo influye la forma de presentar las opciones



Concepto

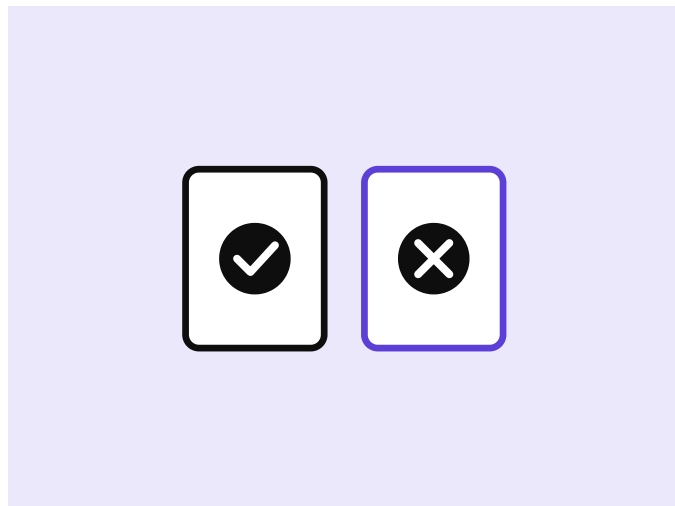
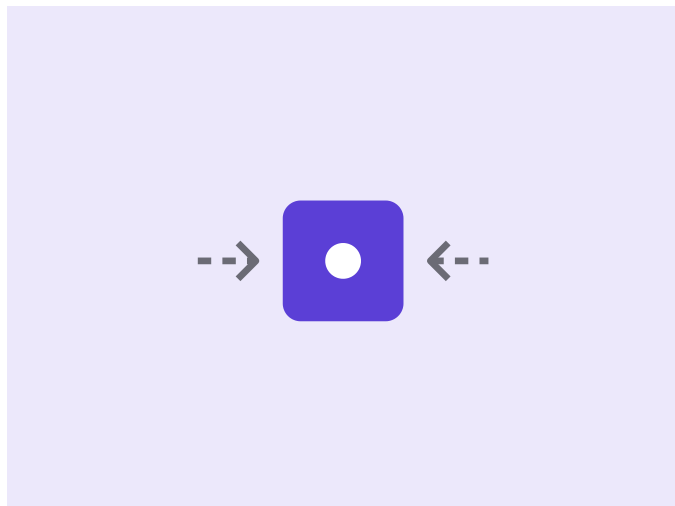
Efecto señuelo

Una opción que nadie quiere hace que otra parezca mejor.

Concepto

Opciones por defecto

Tendemos a quedarnos con lo que ya viene marcado.



Concepto

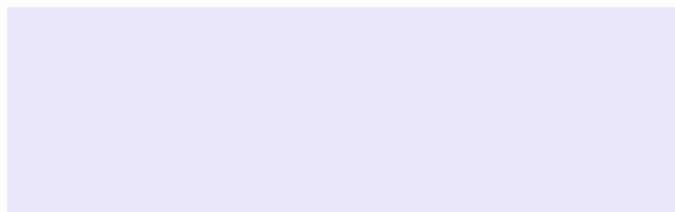
Sesgo del statu quo

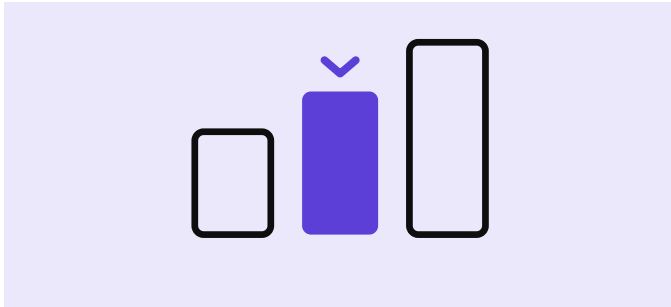
Preferimos que las cosas sigan como están.

Concepto

Encuadre

La misma información, contada como ganancia o como pérdida, cambia la decisión.





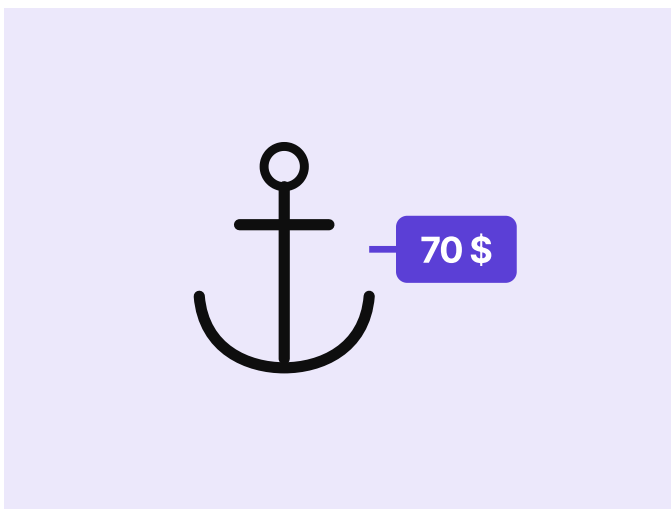
Concepto

Efecto compromiso

Ante tres opciones, tendemos a elegir la del medio.

Precio y dinero

Cómo percibimos el dinero



Concepto

Anclaje

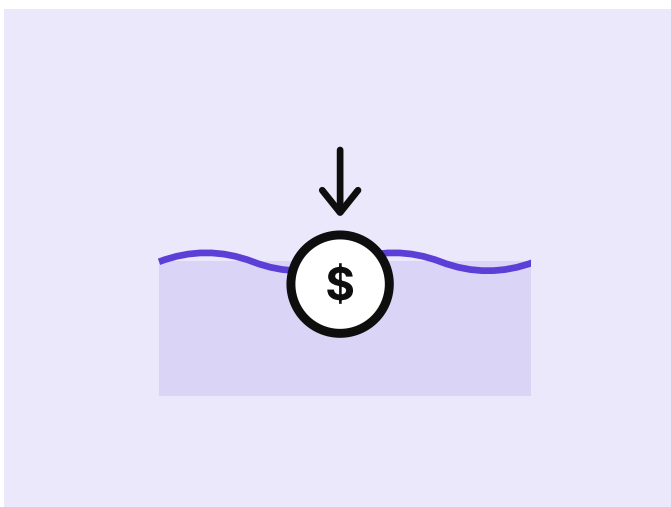
El primer número que vemos condiciona los que vienen después.



Concepto

Contabilidad mental

Tratamos el dinero distinto según de dónde viene o a qué lo destinamos.



Concepto

Coste hundido

Tiempo y voluntad

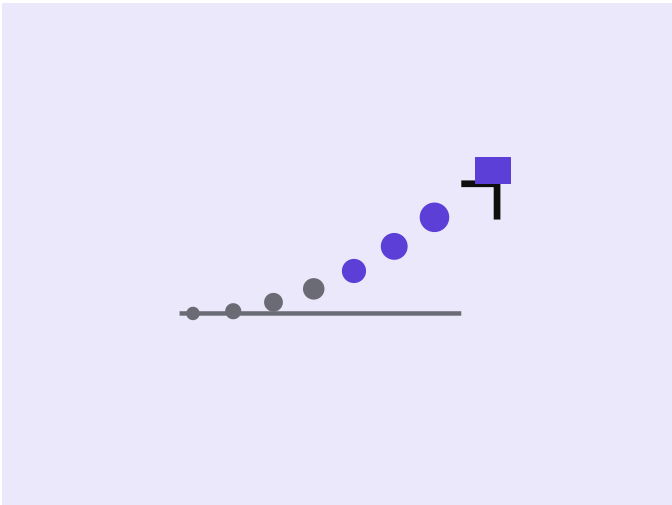
Cómo valoramos el ahora frente al después



Concepto

Sesgo del presente

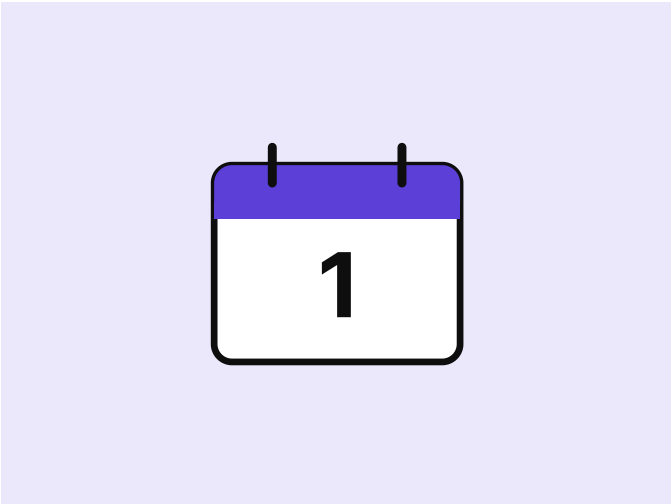
Preferimos poco ahora a más después.



Concepto

Gradiente de la meta

Nos esforzamos más cuanto más cerca estamos del objetivo.



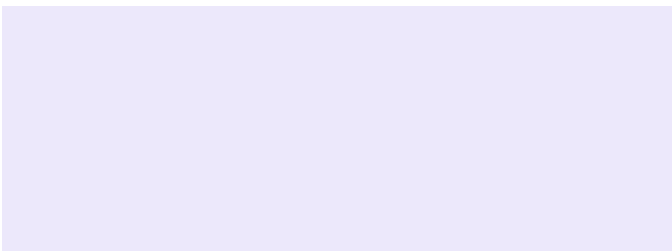
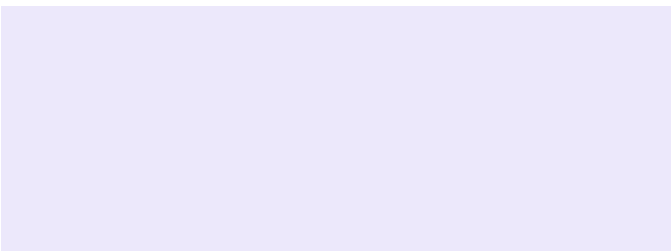
Concepto

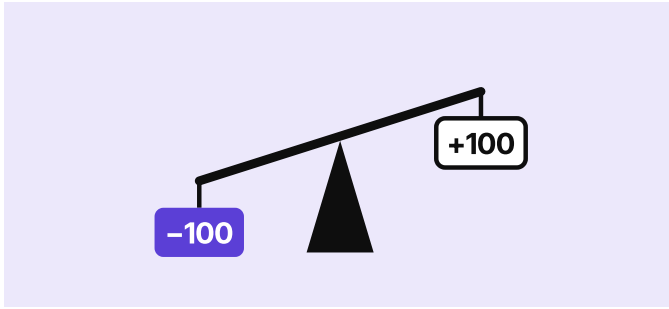
Efecto nuevo comienzo

Las fechas que marcan un inicio nos animan a empezar hábitos nuevos.

El yo y las pérdidas

Cómo nos vemos a nosotros y a lo nuestro





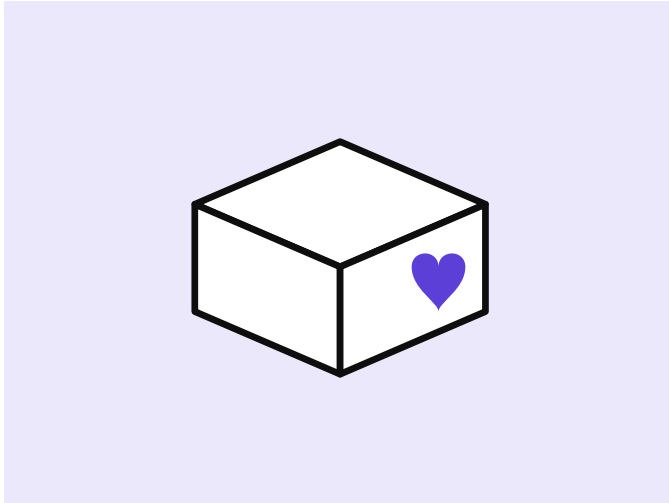
Concepto

Aversión a la pérdida



Concepto

Efecto dotación



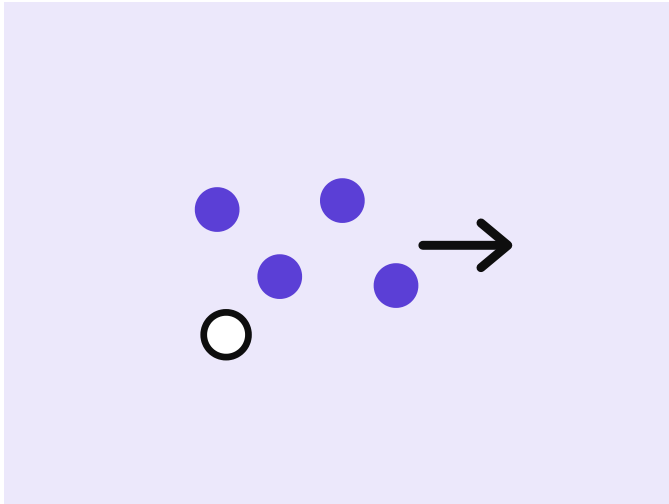
Concepto

Efecto IKEA

Valoramos más lo que hemos ayudado a construir.

Lo social

Cómo nos influyen los demás

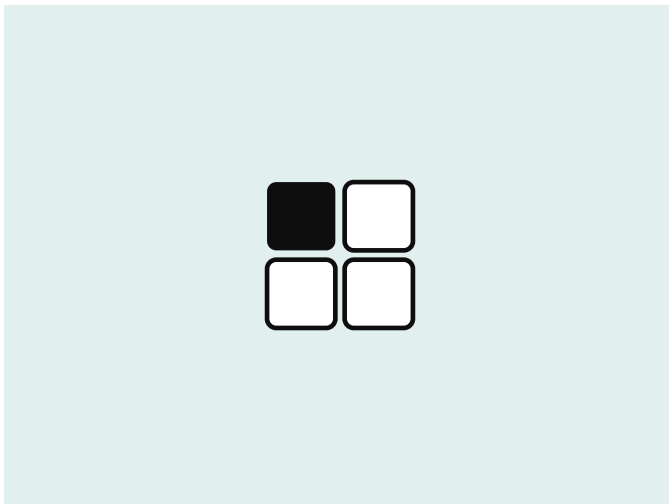


Concepto

Efecto arrastre

Hacemos algo con más facilidad si vemos que muchos otros ya lo hacen.

Métodos y herramientas



Enfoque

Marco EAST

Para cambiar un comportamiento, hazlo fácil, atractivo, social y oportuno.



Método

Journey map

Mapa del recorrido de una persona por un servicio, con lo que hace, usa y siente en cada paso.

Campos cercanos

Psicología cognitiva

Principios

Atención limitada

Decidimos sin poder conocer ni comparar todas las opciones.

El contexto cuenta

La misma opción se elige de forma distinta según cómo y junto a qué se presente.

Todo es relativo

Valoramos ganancias y pérdidas respecto a lo que ya tenemos o esperamos.

Autores y obras

Herbert A. Simon

Propuso la racionalidad limitada en 1955.

Daniel Kahneman y Amos Tversky

Estudiaron los atajos y sesgos del juicio y la teoría prospectiva.

Richard Thaler

Llevó estas ideas a la economía y, con Cass Sunstein, propuso el nudge.

Conexiones

Se usa en

Diseño de servicios Disciplina	Diseño del comportamiento Disciplina	Diseño UX Disciplina
-----------------------------------	---	-------------------------

Fuentes

Fuentes originales

- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. The Quarterly Journal of Economics, 69(1), 99–118. Ver fuente (<https://doi.org/10.2307/1884852>)
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica, 47(2), 263–291. Ver fuente (<https://doi.org/10.2307/1914185>)
- Thaler, R. H. y Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Yale University Press.

Fuentes secundarias

- Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.

