



# ¿Es Racional, la Compra de un Auto Nuevo?

Una nueva óptica acerca de la racionalidad y la toma de decisiones

## Federico Torres Carballo

*Profesor de la Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Doctorando aprobado en Formación en Espacios Virtuales del Instituto Universitario de Ciencias de la Educación de Salamanca España. 2003. Maestría en Ciencias Cognoscitiva de la Universidad de Costa Rica. 2002. Master en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas. Universidad de Costa Rica. 1995-1997. Bachiller en Administración de Negocios. Universidad de Costa Rica 1990-1994.*

Arnoldo es un destacado profesional de 47 años quien ha decidido adquirir un vehículo nuevo de una marca renombrada por medio de un leasing financiero. Dos días antes estuvo a punto de comprar otra marca por medio de un préstamo

con otra entidad financiera. Arnoldo no conocía qué era el leasing; sin embargo, sus colegas se lo habían recomendado. Él administra muy bien su dinero y posee un ahorro considerable del cual percibe intereses, lo cual le brinda una gran satisfacción. Nuestro personaje firma unos cuantos papeles, consciente de que debe de cancelar una cuota de cientos de dólares por mes que no le produce ninguna dificultad financiera y sale a disfrutar su nueva adquisición, un tanto preocupado por si seleccionó el color correcto...

## EL "HOMO Oeconomicus RATIONALIS"

La teoría económica ha supuesto que la conducta humana se rige por un

principio de racionalidad según el cual los agentes económicos, ante una serie de opciones excluyentes, seleccionarán aquella que maximiza su satisfacción, expresándose esta última como una utilidad esperada subjetiva.

En su esfuerzo por racionalizar, los modelos económicos han esbozado dos principios que se relacionan con la información recibida por el tomador de decisiones. El primero apunta que ésta puede ser incompleta; el segundo, que la mente es finita y toma decisiones con la información disponible y en el tiempo que tiene permitido<sup>1</sup>, aunque para ello deba descartar la búsqueda de soluciones óptimas en pro de la satisfacción de las condiciones mínimas exigidas por la realidad.

<sup>1</sup>El concepto de racionalidad acotada o limitada se presenta en las investigaciones de Herberth Simon (1958), en el ámbito de la Inteligencia Artificial, para el diseño de agentes inteligentes que debían tomar decisiones en tiempos finitos.

Desde esta óptica, el tomador de decisiones persigue maximizar la utilidad esperada subjetiva de la opción que selecciona; sin embargo, se enfrenta a restricciones internas de carácter cognitivo y restricciones externas debido a la falta de información. En otros términos, cuando Arnoldo toma la decisión de adquirir el leasing para su auto nuevo, valora las opciones, les asigna mentalmente un peso a cada una y decide según esta utilidad esperada subjetiva. No obstante, es factible que no tenga toda la información sobre las opciones, sus calidades y ni disponga de los criterios necesarios para valorarlas. Por otro lado, es posible que Arnoldo decida descartar algunas opciones que teóricamente debió analizar y comparar, por la dificultad del análisis en términos de proceso mental o porque una característica las descarta inmediatamente. Arnoldo no compra el vehículo con sus propios fondos, pues puede invertir el dinero en actividades que le generan rentabilidad, en tanto que la compra del vehículo le genera costos, y finalmente descarta esa opción sin realizar un análisis de los números involucrados.

Así, el “homo oeconomicus rationalis” es un ser con una mente finita y un limitado acceso a la información, restricciones que lo desvían de su racionalidad con el fin de ser oportuno y eficiente en la toma de decisiones para su supervivencia social.

¿Cree usted realmente que Arnoldo realizó un análisis que medianamente se acerca al esperado por la teoría económica?

## La aversión a la pérdida se suele enunciar como el hecho de que el dolor de la pérdida excede al placer de una ganancia equivalente.

La mayoría, sin conocerlo, especularía que no se preocupó por los “detalles” financieros, sino por las características del vehículo y porque se lo dieran lo más pronto posible y hasta imaginó lo que sería poseerlo, ¡vaya que la imaginación es poderosa!, en tanto firmaba documentos, escuchaba aburridas especificaciones del contrato de arrendamiento, en fin, firmó y lo hizo sin analizar si esta decisión financiera aumentaba su riqueza o la disminuía...



## TAXISTAS DE NUEVA YORK

Algunos investigadores del comportamiento humano, psicólogos, neuropsicólogos y economistas experimentales, sistemáticamente han puesto en duda la racionalidad que se le endilga al único animal que paga cuentas. En esta línea crítica, resalta el trabajo realizado por los investigadores Daniel Kahneman, galardonado con el Premio Nobel de economía en el año 2002, y Amos Tversky, quienes desde los años setenta han realizado experimentos que retan el supuesto económico y que hoy trabajan en un programa de investigación internacional transdisciplinario.

Este programa de investigación, a veces denominado teoría prospectiva de la utilidad, se contrapone a la versión original de la teoría de la utilidad esperada, la cual fue planteada por Bernoulli desde el siglo XVIII. Esta asumía que el tomador de decisiones valoraba sus ganancias en función de la maximización de su riqueza total y no en función de la dotación económica que en ese momento percibía. La nueva propuesta invierte el supuesto anterior y establece que el ser humano valora la utilidad según las ganancias y las pérdidas relativas a un punto neutral de referencia.

Un experimento desarrollado por Colin et al. (1997) ejemplifica esta nueva perspectiva. >>



Desde la teoría económica, los taxistas de Nueva York deberían trabajar pocas horas en los días malos y hacer horas extra en los días buenos, días lluviosos por ejemplo, para maximizar sus utilidades a largo plazo. Parece lógico aprovechar la continua demanda de clientes en los días en que se presenta. Así alcanzan una “ocupación plena” y se evitan amplias jornadas en los días bajos, ahorran combustible y disminuyen otros gastos. ¿Ese es el comportamiento de los taxistas? Nada más alejado de la realidad, hacen lo contrario. Fijan un punto de referencia, una cuota o ingreso meta al día; por tanto, los días malos trabajan más horas hasta acumular la cuota y los días buenos trabajan menos horas, dado que alcanzan su meta en menos tiempo.

Una vez establecido que la utilidad depende de ganancias y pérdidas relativas, la siguiente cuestión a resolver es si, para el ser humano, valen lo mismo las ganancias y las pérdidas, es decir, si a montos iguales de pérdida o ganancia les corresponde la misma utilidad subjetiva. El siguiente experimento presenta este punto.

En este participan vendedores y compradores. Los vendedores reciben

como regalo una jarra de café y se les solicita que le fijen un precio mínimo de venta. A los compradores, por su parte, les piden establecer el precio máximo que estarían dispuestos a pagar por ella. Aplicado por diferentes científicos en distintas partes del mundo, el resultado es el mismo: el precio de los vendedores equivale al doble o más del fijado por los compradores, muy pocos bienes se transan entre las partes.

La explicación a este fenómeno ha sido denominada en la literatura “aversión a la pérdida” y se suele enunciar como el hecho de que el dolor de la pérdida excede al placer de una ganancia equivalente. Se refleja en el experimento como la aversión de los vendedores a deshacerse de un bien regalado para su consumo y esto los insta a fijar precios significativamente mayores para su transacción.

Hasta el momento, según estos hallazgos, el ser “oeconomicus” aparece como un ente emocional que tiende a establecer una relación afectiva con sus posesiones, a las cuales puede sobrevalorar, y que está en constante vigilancia de su estado económico con respecto a un “status quo”, un punto de referencia. Por

esta vía creo estar más cerca del Arnoldo que va en su auto nuevo, imaginando lo que dirán sus amigos cuando lo vean...

### LA OVEJA PERDIDA

Siguiendo con la aversión a la pérdida, suponga que en una lotería local de 100 números a 100 dólares cada uno y cuyo premio asciende a \$10,000, usted logra hacerse con 99 de ellos por menos de \$1,000: ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por el que le falta?, ¿\$500, \$1,000 o más? La diferencia entre la certeza y la incertidumbre, por fina que sea, es sobrevalorada por el ser humano.

En economía, generalmente se ha considerado una respuesta lineal a las variaciones en la probabilidad, es decir, en el ejemplo anterior, nadie debería estar dispuesto a pagar más de \$100 (10,000/100) por el número que falta. Sin embargo, con 99 sobre 100 posibilidades de ganar, la opción de perder es tan dolorosa que nos disponemos a pagar más con el fin de evitarla.

La aversión a la pérdida ha estado presente en el discurso y en la psicología popular (folk psychology) a través de la historia de la humanidad. Un ejemplo interesante es la parábola del Buen Pastor citada en las Santas Escrituras: “Si uno tuviera cien ovejas y se le pierde una de ellas, ¿acaso no deja las noventa y nueve en los montes, y va a buscar aquella que se extravió?”

Las implicaciones del comportamien-

**El ser humano valora la utilidad según las ganancias y las pérdidas relativas a un punto neutral de referencia.**



to del “Buen Pastor” sobre el cálculo de las utilidades esperadas individuales son enormes. Dado que la teoría de la utilidad esperada se basa en los axiomas de Von Neumann y Morgenstern y dado que estos se basan en el método usual de combinación y asignación de probabilidades, todo el modelo micro económico que explica las decisiones individuales y empresariales es afectado en sus cimientos.

## EL ARREPENTIMIENTO

En la historia económica, siempre se ha confiado en la capacidad del ser humano para valorar utilidades presentes, pasadas y futuras de modo consistente. Ha pasado una semana desde que Arnoldo compró su auto nuevo y ahora está convencido de que debió comprar el azul perlado y de que pudo haber negociado su leasing en mejores términos...pero no se arrepiente, al fin y al cabo, disfrutará su vehículo y, además, lo puede cambiar en un año o dos.

En un estudio realizado por Kahneman (2000), los participantes debían introducir sus manos en agua fría durante

un minuto y, en otra ocasión, durante minuto y medio. En la segunda oportunidad, el agua subía de temperatura lentamente durante el medio minuto final. El resultado, contra todos los pronósticos, fue que los individuos prefirieron la sesión más larga con un final más cálido. Este y otros experimentos señalan que la utilidad recordada depende de cómo termina la actividad y de su pico de placer o dolor, no tanto de su duración. Nuevamente la linealidad se ve comprometida, en cuanto se espera que a mayor exposición a actividades que reportan placer o dolor, ganancias o pérdidas; mayor sea la utilidad valorada por el sujeto.

Estos y otros retos a las teorías vigentes surgen de las investigaciones como de una caja de Pandora que contrapone las viejas bondades del “paraíso”, donde un supuesto “ente supremo” decía que el “homo oeconomicus” debería de razonar de una manera determinada, con los males derivados al descubrir nuestra verdadera naturaleza. La pregunta crucial es si es posible agregar otro u otros principios que completen los mencionados inicialmente para sostener la racionalidad en la economía o si el modelo

debe ser repensado para asimilar la verdadera “psique” del “homo oeconomicus”. ¿Será posible encontrar la oveja perdida

o sólo nos queda el arrepentimiento?

## ¿Y ARNOLDO?

Si Arnoldo no es un maximizador en sus decisiones financieras, es posible que las empresas no sean del todo maximizadoras del beneficio y que la sociedad no sea tan “económica” como se nos ha hecho creer.

No se trata de que la racionalidad individual esté acotada por las limitaciones mentales y temporales, sino de que el ser humano no toma las decisiones como la economía había supuesto.

Independientemente de la solución a futuro que permita conciliar ambas posiciones, ciertamente estos hallazgos obligan a repensar el concepto de firma y de cliente sobre los cuales se han asentado las disciplinas de la administración. La teoría del consumidor y de su toma de decisiones, entre otros por qué Arnoldo compra o no compra y por qué la entidad financiera coloca su producto de leasing, así como los modelos de decisiones de inversión, de evaluación de proyectos y de optimización en microeconomía están sujetos a posibles cuestionamientos en pro de un mayor acercamiento a la realidad.

Finalmente, no es racional comprar un auto nuevo o el vehículo que se desee. Hacerlo es, más bien, fruto de un conjunto de sesgos cognitivos y emocionales; es una actividad básicamente humana más allá de las curvas de indiferencia. ■

**La utilidad recordada depende de cómo termina la actividad y de su pico de placer o dolor, no tanto de su duración.**



**Bibliografía**

Blair, Roger & Kehy, Lawrence. (1990). *Microeconomía con aplicaciones a la empresa*. Naucalpan de Juárez, Mx: McGraw-Hill.

Conferencia del Episcopado Dominicano. (1994). *Biblia Americana San Jerónimo*. Valencia, Esp: EDICEP.

Fox, Craig R. & Tversky, Amos. (1998). A belief-based account of decision under uncertainty. *Management Science*, 44 (7): 879. Consultado 25 abril. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Kahneman, Daniel. (2003). Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics. *American Economic Review*, 93 (5):1449-1475.

Consultado 26 abr. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Kahneman, Daniel & Lovallo, Dan. (1993). Timid Choices and Bold Forecasts: A Cognitive Perspective on Risk Taking (en línea). *Management Science*, 39(1):17-31. Consultado 26 abr. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Kahneman, Daniel & Odean, Terrance & Barber, Brad. (2005). Privatized pensions: an irrational choice (en línea). *Global Agenda*, 3:136-138. Consultado 25 abr. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Morse, Gardiner. (2006). Decisions and Desire. *Harvard Business Review* 84 (1): 42-51; Consultado 24 abr.

2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Simon, H. A. (1958). Rational Choice and the structure of the environment. *Models of Bounded Rationality*, 2. MIT Press. Cambridge. Massachusetts.

Tetlock, Philip E.; Mellers, Barbara A. (2002). The Great Rationality Debate. *Psychological Science* 13 (1): 94. Consultado 24 abr. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

Tversky, Amos & Kahneman, Daniel. (1986). Rational Choice and the Framing of Decisions. *Journal of Business* (Part 2 of 2) 59(4): 251-278. Consultado 25 abr. 2006. Extraído de <http://www.ebsco.com/>

**RESUMEN:**

Durante siglos hemos confiado en supuestos sobre el comportamiento económico del ser humano, el más básico, quizás, es la racionalidad. Por otra parte, los postulados científicos envejecen y deben de ser sustituidos para que las ciencias puedan renovarse. Este artículo esboza el debate entre los recientes hallazgos de la psicología, la economía experimental y la teoría económica vigente. Se explora esa dimensión de la toma de decisiones menos estructurada a nivel administrativo, pero cognitiva y emocionalmente humana.

**Palabras claves:** consumismo, economía experimental, racionalidad, toma de decisiones, administración financiera.

**SUMMARY:**

For centuries we have trusted assumptions about the economic behavior of human beings, the most basic one which perhaps is rationality. On the other hand, scientific postulates grow old and should be substituted by new ones in order to advance science. This article sketches out the debate between recent findings in psychology, experimental economics and current economic theory. This dimension of the less structured decision making at the managerial level but still cognitive and emotionally human is explored.

**Keywords:** consumerism, experimental economics, rationality, decision making, financial management.