

LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA EXPERIMENTAL Y DEL COMPORTAMIENTO



“Los seres humanos
somos previsiblemente
irracionales”



Richard H. Thaler, Premio Nobel de Economía 2017

“No se porqué, pero lo hice”

¿Lo has escuchado?

En ocasiones nuestras decisiones no son controladas por la parte racional de nuestro cerebro, sino por sesgos cognitivos que accionan comportamientos automáticos al margen de la razón.

La balanza y la teoría económica clásica

De acuerdo con la teoría económica clásica, todas las decisiones de las personas se guían por el balance coste-beneficio.

Antes de tomar una decisión ponemos en una balanza todos los costes y los beneficios para examinarlos con atención. Ese análisis determinaría una decisión racionalmente óptima.

Sin embargo, es complicado procesar toda la información disponible antes de tomar una decisión. Si lo hiciéramos, deberíamos reducir drásticamente el número de decisiones que tomamos cada día.

La realidad y los sesgos cognitivos

La realidad es que el 90% de nuestras decisiones son intuitivas. Se guían por los sesgos cognitivos, definidos como atajos mentales que nuestro cerebro utiliza para agilizar la toma de decisiones. Producen comportamientos rápidos, automáticos e impulsivos.

Los Nudges y la atmósfera de decisión

Los sesgos cognitivos no se pueden modificar, pero sí podemos variar nuestra atmósfera de decisión. Mediante la introducción de *nudges* (entendidos como pequeñas alteraciones en la arquitectura de la decisión que activan un impulso automático) es posible modificar la intensidad e incluso el sentido de las decisiones de las personas y su comportamiento.

Metodología: Economía del Comportamiento

Identificar estos factores, cuantificarlos y optimizarlos es el objetivo de la economía experimental y del comportamiento.

LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA EXPERIMENTAL Y DEL COMPORTAMIENTO



Impulsa el comportamiento
Experimenta

- RIESGO

LABORATORIOS

+ RIESGO

Laboratorio VLC

Control: alto
Realismo: bajo
Exposición: nula
Aporta insights

Laboratorio ONLINE

Control: bajo
Realismo: medio
Exposición: media
Muestra gran escala

Laboratorio MÓVIL

Control: medio
Realismo: medio
Exposición: media
Entorno en cliente

Laboratorio CAMPO

Control: bajo
Realismo: alto
Exposición: alta
Validación resultados

FASES DEL PROYECTO EXPERIMENTAL

Identificación
de hipótesis

Comportamiento

Diseño
Experimental

Nudges

Test de
impacto

Experimentación

Identificación
de patrones

Modelización

Rediseño de
estrategia

Validación

VENTAJAS METODOLÓGICAS

1. Analiza comportamientos, no respuestas hipotéticas
2. Reduce los riesgos asociados a la innovación
3. Impulsa comportamientos, no pensamientos
4. Valida científicamente estrategias innovadoras
5. Es aplicable a usuarios, clientes o empleados

Un ejemplo sencillo de un Nudge

En la web de pago del impuesto de circulación de una región se incluyó el siguiente mensaje con un link:

*Si necesitaras un trasplante,
¿te gustaría tener un donante?*

Rdo: 100,000 registros adicionales/ año

NUESTROS CLIENTES