

Psicología Financiera (1)

UNIDAD 3

Sesgos Cognitivos

A person in a blue shirt is shown from behind, covering their eyes with both hands. The background is a blurred stock market ticker board with red and green numbers. The image is framed by blue geometric shapes.

SESGOS COGNITIVOS



**CARTA
FINANCIERA**

IDEAS CONCRETAS

Psicología Financiera

Los seres humanos estamos condenados a realizar decisiones de inversión torpes. Si sirve como consuelo, no es nuestra culpa. Está en nuestra naturaleza. Incluso en principio, no aprendemos tan bien de nuestros errores sino que los cometemos una y otra vez.

(Born Suckers. The Greatest Wall Street Danger: You)



Sesgos Cognitivos



Fuertes limitaciones y errores sistemáticos al momento de estimar probabilidades y predecir en contextos de incertidumbre.



Pregunta 1:

¿Qué tan buen conductor es usted? Comparado con los otros conductores que se encuentra en la calle, usted conduce:

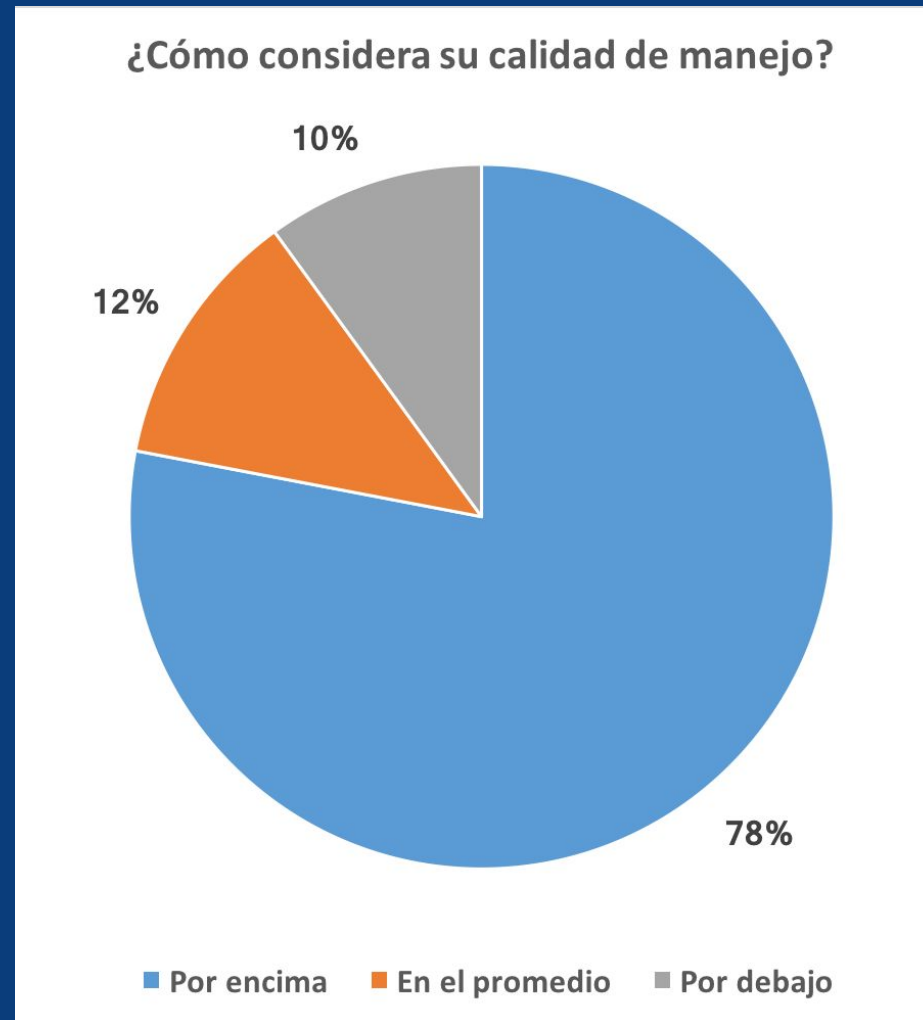
- A. Mejor que el promedio
- B. Promedio
- C. Por debajo del promedio



Feedback encuesta

Pregunta 1:

¿Qué tan buen conductor es usted? ¿Está usted por encima o por debajo del promedio en cuanto a calidad de manejo?



Sesgos Cognitivos

Optimismo



Sobreestimar las capacidades propias. Subestimar la probabilidad de eventos sobre los que no se tiene control.



Pregunta 2:

¿Qué prefiere usted? Tiene que elegir entre estas dos opciones:

A. Jugar un juego donde tiene un 80% de probabilidades de ganar USD 4.000 y un 20% de no ganar nada.

B. Ganar USD 3.000 con certeza.

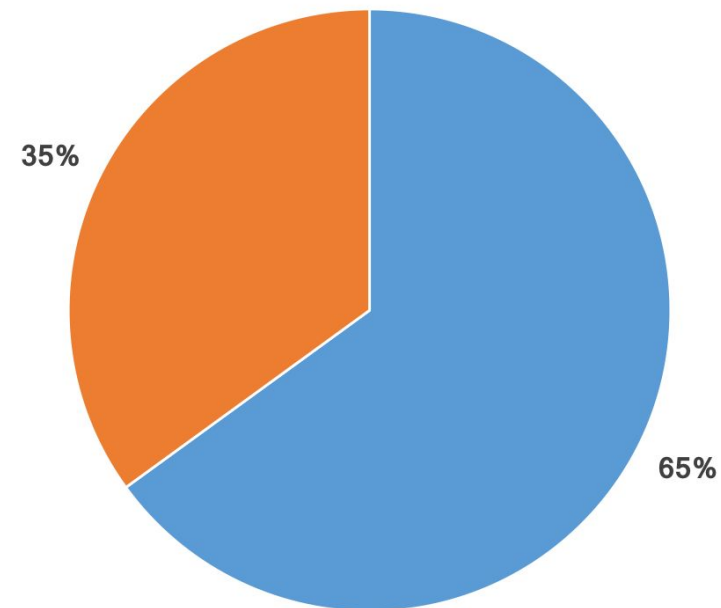


Feedback encuesta

Pregunta 2:
¿Qué prefiere usted?

- A) Ganar US\$ 4.000 con probabilidad 80%.
- B) Ganar US\$ 3.000 con certeza.

¿Prefiere \$3000 con certeza o \$4000 con prob del 80%?



■ Ganar \$3000 con certeza ■ Ganar \$4000 con Prob 80%



Sesgos Cognitivos

**Aversión al Riesgo
en Ganancias**



Preferimos una ganancia segura menor por sobre una ganancia probable mayor.



Pregunta 3:

¿Qué prefiere usted? Tiene que elegir entre estas dos opciones:

- A. Jugar un juego donde tiene un 80% de probabilidades de perder USD 4.000 y un 20% de no perder nada.
- B. Perder USD 3.000 con certeza.

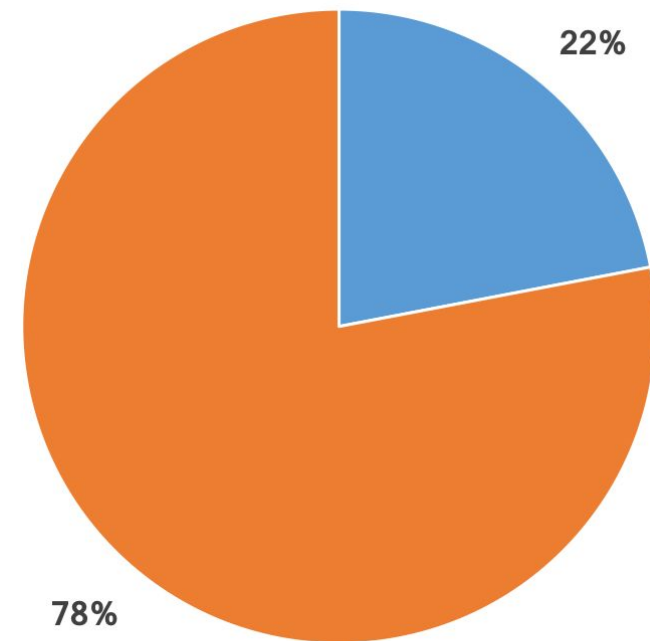


Feedback encuesta

Pregunta 3: ¿Qué prefiere usted?

- A) Perder US\$ 4.000 con probabilidad 80%.
- B) Perder US\$ 3.000 con certeza.

¿Prefiere perder \$3000 con certeza o perder \$4000 con Prob 80%?



■ Perder \$3000 con certeza

■ Perder \$4000 con Prob 80%



Sesgos Cognitivos

**Propensión al Riesgo
en Pérdidas**



Preferimos una pérdida probable mayor por sobre una pérdida segura menor.



Pregunta 4:

Usted está evaluando realizar una inversión en una industria del sector tecnológico que tendrá un gran crecimiento en los próximos años.

Existen dos empresas importantes en esta industria: F y R.

Las acciones de F cotizan a 7 dólares, mientras que las acciones de R cotizan a 63 dólares. Si usted no tiene más información, ¿comprará acciones de F o de R? ¿Por qué?



Feedback encuesta

Respuestas a pregunta 4:

Compraría acciones de R: 38%.

Compraría acciones de F: 62%.

Principales razones para comprar F:

- Porque están más baratas: 27%.
- Porque tienen mayor potencial de crecimiento: 64%.

De los que comprarían R, algunas razones:

- Mayor capitalización / es más grande.
- Es mejor empresa.

Indistinto: El monto a invertir es el mismo en los dos casos.



Sesgos Cognitivos

**Sobrerreacción
frente a
información
irrelevante**



Tendencia natural a encontrar patrones en eventos aleatorios. Esto provoca una sobrerreacción ante información irrelevante.



Sesgos - Algunos Ejemplos Adicionales:

Subestimar el rol de la suerte en aspectos humanos y confundir juegos de azar con juegos de habilidad (Gran DT, Ruleta).

En el casino, jugando a la ruleta, luego de salir tres veces seguidas el color negro, apuesto a color rojo ya que hay más posibilidades de que salga un número de este color.

Los eventos que los expertos no pudieron anticipar, generalmente aparecen como casi “inevitables” después de ocurrir. Ejemplo: ¿Cómo nadie se había dado cuenta del problema de los bancos?

