

Economia quotidiana i emocions

Sovint s'ha considerat que l'economia era una ciència racional. Ara, en aquests temps de crisi, ja gairebé ningú ho asseguraria, si més no pel que fa a l'economia financera. Els forts augments i les successives davallades l'endemà dels índexs de les principals borses del món deixen prou de manifest el component emocional (fins i tot erràtic) dels inversors.

Però, és així també en el nostre comportament quotidià com a consumidors? A molts ens agradaria creure que no. Que som responsables i curiosos quan prenem decisions de despesa cada dia. Podem estar d'acord en la influència de la publicitat, però tots pensem que això afecta més "als altres". Certament, tendim a pensar que "yo no soy tonto".

Però no és de la influència de la publicitat del que avui vull parlar-vos. Vull anar una mica més enllà, o potser més "endins". És a dir, voldria cridar la vostra atenció sobre el fort component emocional que impregna les nostres decisions diàries de despesa, fins i tot d'aquelles en què la publicitat no hi juga cap paper. Permeteu-me plantejar-vos un petit joc. Es tracta que us contesteu com actuariu davant de dues situacions, aparentment, idèntiques. Vejam!

Situació 1.

Imagineu-vos que voleu anar al concert del vostre grup musical preferit (serveix també, pel cas, qualsevol esdeveniment esportiu o cultural del vostre interès). Fa dies va adquirir l'entrada pel Servicaixa, costava 120 €, Déu n'hi do!

En arribar al lloc on es celebra el concert (o l'esdeveniment) us adoneu que heu perdut l'entrada pel camí.

Què feu? Compreu una altra entrada a la taquilla? (suposem que teniu diners suficients a la cartera).

Situació 2.

Imagineu-vos que voleu anar al concert del vostre grup musical preferit (serveix també, pel cas, qualsevol esdeveniment esportiu o cultural del vostre interès). Us dirigeu cap al lloc on es celebra el concert (o l'esdeveniment). L'entrada costa 120€ i teníeu previst comprar-la a la taquilla.

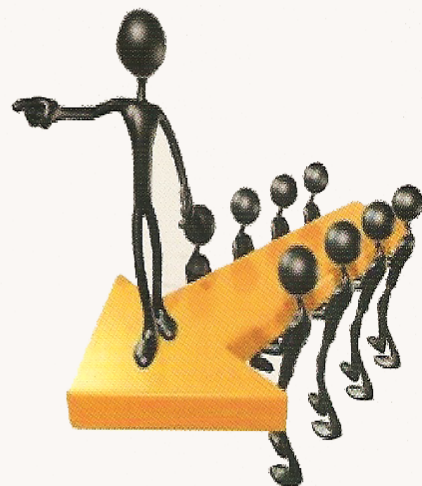
En arribar-hi us adoneu que, pel camí, heu perdut 120 €.

Què feu? Compreu l'entrada a la taquilla i entreu, tal com teníeu previst? (suposem que teniu diners suficients a la cartera).

Es tracta de comprovar si heu contestat igual o de manera diferent a les dues situacions. Des d'un punt de vista econòmic, les dues situacions són idèntiques: és a dir, tant a l'1 com a la 2, sou 120 € més "pobres".

Però.... estadísticament el més probable és que a la situació 1 haguéssiu desistit de comprar l'entrada, i a la situació 2 sí que l'haguéssiu comprat. Si més no, això és el que han demostrat en un seguit de treballs de camp els economistes de Chicago i Princeton Richard Thaler i Eldar Shariff i els han recollit en un fantàstic estudi.

Les persones associem sempre un component emocional a la nostra quotidianitat econòmica, sense ser-ne conscients. Fins i tot, negant-ho moltes vegades, doncs, ens pot semblar una bajanada. Cada cop que fem una despesa, per petita que sigui, fem un "apunt comptable



mental", totalment impregnat i condicionat per l'emoció. Així, en la situació 1 anotem 120 € en un compte que duu l'etiqueta "Entrada". Quan se'ns planteja que hem de comprar-ne una altra se'ns estan acumulant 240 € al mateix compte "Entrada".

En la situació 2, anotem 120 € en un compte que podríem anomenar "Fatalitat". Quan se'ns planteja comprar l'entrada o no, acostumen a fer-ho, doncs, l'apunt comptable, aquest cop, va a "Entrada". Aquí no és produïx l'efecte acumulació. I ens sentim més autoritzats. Què hauríeu fet vosaltres? Si voleu m'ho comenteu i en parlem.

Com sempre a la vostra disposició.

PD. En un PGCE (Pla General Comptable Emocional) "ENTRADA" i "FATALITAT" són comptes de passiu. Tant a la situació 1 com a la 2, les hauríem de "matar" amb una anotació al compte d'actiu: "SATISFACCIÓ", que en les dues situacions, si finalment haguéssim entrat al concert tindria un saldo de 240 €.