



PROSPECT THEORY

D. Kahneman & A. Tversky (1979)

José L. Calvo, 2017

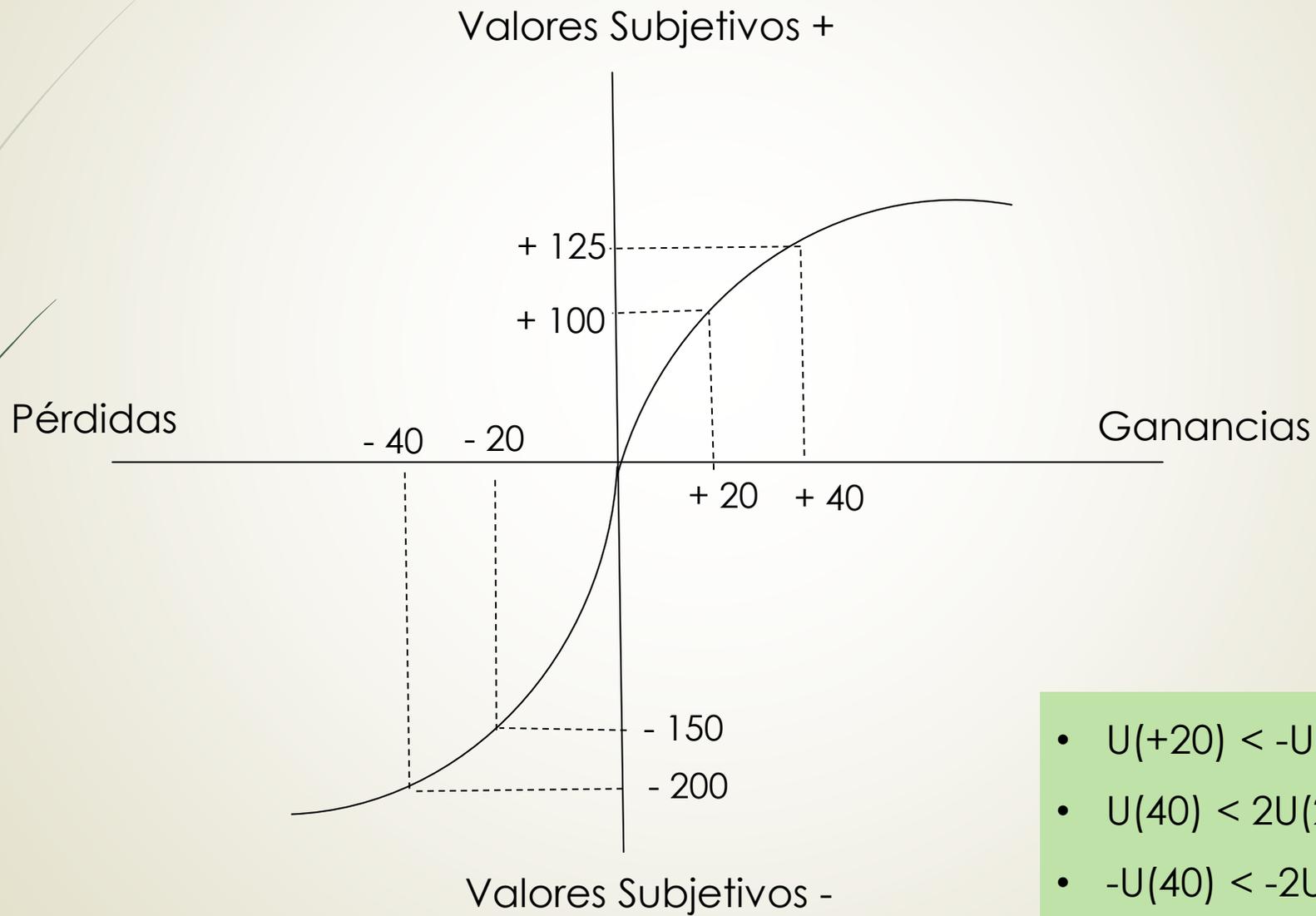
ECONOMÍA DESCRIPTIVA



PROSPECT THEORY

1. Pérdidas y ganancias tienen un impacto emocional diferente. Una pérdida tiene un efecto negativo mayor que el de una ganancia equivalente. **AVERSIÓN A LA PÉRDIDA**
2. No medimos nuestra utilidad por la cantidad total del bien sino por la variación con respecto a lo que teníamos antes y a lo que tienen los demás. **PUNTO DE REFERENCIA**
3. La gente se esfuerza más por evitar pérdidas que por obtener ganancias. **MINIMIZAR PÉRDIDAS** en lugar de maximizar beneficios
4. Somos aversos al riesgo en las ganancias (f. valor cóncava con la Ut. Mg decreciente) y amantes del riesgo en las pérdidas (f. valor convexa con la Ut. Mg. decreciente)

FUNCIÓN DE VALOR



- $U(+20) < -U(-20)$
- $U(40) < 2U(20)$
- $-U(40) < -2U(20)$ Valor absoluto

EFECTOS

- ★ **Marco.** Cómo se presenta una elección condiciona los resultados. (la enfermedad asiática)
- ★ **Status Quo.** No cambiar por temor a posibles pérdidas. Teléfono, gas... Donaciones órganos
- ★ **Costes sumergidos.** "Perseverar en el error". Concorde, guerra de Vietnam, matrimonios, etc.
- ★ **Enganche emocional + ef. Ancla.** *No vender el piso aun cuando se "acumulen" las pérdidas*
- ★ **Disposición.** Vender las acciones con ganancias (obtener un beneficio) y no vender las que tienen pérdidas (asumir la pérdida)
- ★ **Dotación.** El precio de venta de un bien que poseemos es superior al precio que estamos dispuestos a pagar.



EFECTO MARCO. LA ENFERMEDAD ASIÁTICA

Tversky Kahneman (1981). La salud pública está amenazada por una insólita epidemia que puede matar a 600 personas. Se pide a los individuos que elijan entre dos tipos de intervenciones.

VERSIÓN 1

- A. Salvar con seguridad a 200 personas
- B. Salvar a 600 personas con probabilidad de $1/3$ y no salvar a nadie con probabilidad de $2/3$

VERSIÓN 2

- C. Dejar morir a 400 personas
- D. Que mueran 600 con probabilidad de $2/3$ y que no muera nadie con probabilidad de $1/3$

El resultado final de las 4 opciones es el mismo. Sin embargo los resultados empíricos se decantan hacia la elección de A en 1 y de D en 2.

La certeza de salvar vidas es desproporcionadamente atractiva respecto de la incertidumbre de que algunas se salven y otras se pierdan.

La certidumbre de las muertes es aborrecida de manera igualmente desproporcionada.

EFECTO DOTACIÓN. LA PERSPECTIVA DEL COMPRADOR/VENDEDOR

El precio de venta de un bien que poseemos es superior al precio que estamos dispuestos a pagar.

JUEGO.

1. Se reparten aleatoriamente tazas (mugs) entre los alumnos.
2. Se les pide a los alumnos que han recibido taza el precio por el que estaría dispuestos a venderla (p_V)
3. Se les pide a los alumnos sin taza el precio que estarían dispuestos a pagar por ella (p_C)
4. Racional: $p_V = p_C$; Resultado: $p_V > p_C$

Dar dinero es menos costoso emocionalmente que entregar el bien.

