**CONTABILIDAD MENTAL**

 Echamos cuentas con el propósito de controlarnos, como cuando

hacemos un presupuesto doméstico, limitamos el consumo diario de café o aumentamos el tiempo dedicado a hacer ejercicio. A menudo pagamos por controlarnos, por ejemplo cuando simultáneamente ingresamos dinero en una cuenta de ahorro y evitamos aumentar la deuda en las tarjetas de crédito. Para los humanos, las cuentas mentales permiten tener las cosas bajo control. Un ejemplo irónico es una de las mejores ilustraciones del modo en que la contabilidad mental afecta al comportamiento:

Dos aficionados planean viajar 40 millas para ver un partido de baloncesto. Uno de ellos pagó su entrada; el otro iba a comprar una entrada cuando la recibió gratis de un amigo. Se anuncia una tormenta de nieve para la noche del partido. ¿Cuál de los dos es más probable que haga frente a la tormenta para ver el partido?

La respuesta es inmediata: sabemos que lo más probable es que sea el aficionado que pagó por su entrada. La contabilidad mental nos proporciona aquí la explicación. Suponemos que los dos aficionados se

hicieron su cuenta para el partido que esperaban ver. Perderse el partido cerraría la cuenta con un balance negativo. Con independencia de la manera en que consiguieron su entrada, ambos quedarían decepcionados, pero el balance final seria más negativo para el que compró la entrada, que entonces se quedaría sin el dinero y sin el partido. Como para él quedarse en casa es peor, estará mas motivado para ver el partido y, por

consiguiente, estará más dispuesto a intentar conducir en medio de la

tormenta. Estos son cálculos tácitos de balance emocional, del género de los que el *Sistema1* realiza sin deliberación.

Un error análogo aqueja a los inversores cuando venden acciones de su cartera:

Usted necesita dinero para cubrir los costes de la boda de su hija, y tendrá que vender algunas acciones. Recuerda el precio al que compró cada paquete de acciones, y puede identificarlas como «ganadoras», porque actualmente valgan más de lo que pagó por ellas, o como perdedoras. Entre las acciones que posee, las de Blueberry Tiles son ganadoras; si las vende hoy, obtendrá unas ganancias de 5.000 dólares. También posee una inversión igual en Tiffany Motors, que actualmente vale 5.000 dólares menos de lo que pagó por ella. El valor de ambos paquetes de acciones ha permanecido estable en las últimas semanas. ¿Cuál venderá?

Una manera plausible de formular la eleccion sería esta: “Puedo cerrar la cuenta de Blueberry Tiles y apuntarme un tanto en mis éxitos como inversor. Alternativamente, puedo cerrar la cuenta de Tiffany Motors y anadir un fracaso a mi historial como inversor. ¿Que debo hacer?”. Si el problema se plantea como una elección entre darse una alegría u ocasionarse un perjuicio, ciertamente tendrá que vender Blueberry Tiles y disfrutar de sus proezas como inversor. Como cabía esperar, las investigaciones sobre finanzas han documentado una preferencia masiva por la venta de acciones ganadoras frente a las perdedoras, un sesgo al que se ha colgado una opaca etiqueta: el “efecto de disposición”.

 Un agente racional tendría una visión comprehensiva de la cartera, y

vendería las acciones que fuera menos probable que subieran en el futuro sin considerar si son ganadoras o perdedoras. El efecto de disposicion es un costoso sesgo, puesto que la cuestión de vender acciones ganadoras o perdedoras tiene una clara respuesta. Si nuestra riqueza es más importante que nuestras emociones inmediatas, venderemos las acciones perdedoras de Tiffany Motors y preservaremos las ganadoras de Blueberry Tiles.

**ARREPENTIMIENTO**

El arrepentimiento es una emoción, y también una pena que nos imponemos. El temor a arrepentirse es un factor presente en muchas de las decisiones que tomamos (“No lo hagas, o te arrepentiras” es una advertencia común), y la experiencia del arrepentimiento nos resulta familiar. El estado emocional correspondiente lo han descrito muy bien dos psicólogos holandeses, los cuales observaron que el arrepentimiento “se acompaña del sentimiento de que uno debería haber sabido lo que iba a hacer, de un sentimiento de hundimiento, de pensamientos acerca de la equivocación cometida y de oportunidades perdidas, de una tendencia a acusarse y a intentar corregir el error, y de la esperanza de deshacer lo ya hecho y tener una segunda oportunidad”. El arrepentimiento intenso es lo que experimentamos cuando más fácilmente podemos imaginarnos haciendo algo distinto de lo que hemos hecho.

El arrepentimiento es una de las emociones que evoca la disponibilidad de alternativas a la realidad consumada. Después de cada accidente de aviación conocemos historias de pasajeros que “no debieron” haber

tomado el avión, que encontraron plaza en el último momento, que fueron transferidos de otra linea aerea, o que pensaban volar un día anterior, pero tuvieron que posponer el viaje. La característica común de estas penosas historias es que implican eventos inusuales, y los eventos inusuales son más fáciles de deshacer en la imaginacion que los eventos normales. La memoria asociativa contiene una representación del mundo normal y sus reglas. Un evento anormal atrae la atencion y activa la idea

del evento que habría sido el normal en las mismas circunstancias.

Para apreciar el vínculo entre el arrepentimiento y la normalidad,

consideremos la siguiente situacion:

Mr. Brown casi nunca recoge autoestopistas. Ayer llevó en el coche a

un hombre que le robó.

Mr. Smith recoge con frecuencia autoestopistas. Ayer llevó en el coche a un hombre que le robó.

¿Cuál de los dos habrá experimentado mayor arrepentimiento después del episodio?

Los resultados no son sorprendentes: el 88 por ciento de los que respondieron a esta pregunta dijeron que Mr. Brown, y el 12 por ciento que Mr. Smith.

El arrepentimiento no es lo mismo que el sentimiento de culpa. A otros participantes se les hizo esta otra pregunta sobre el mismo incidente:

¿Quién será más severamente criticado por otros?

Los resultados: Mr. Brown, 23 por ciento; Mr. Smith, 77 por ciento.

El arrepentimiento y la culpa son fruto de la comparación con una norma, pero las normas relevantes son diferentes. Las emociones que experimentan Mr. Brown y Mr. Smith están dominadas por lo que uno

y otro suelen hacer con los autoestopistas. Recoger un autoestopista es algo anormal en Mr. Brown, y casi todo el mundo espera que su arrepentimiento sea más intenso. Pero un observador que juzgue más

severamente a ambos hombres comparará sus acciones con normas convencionales de comportamiento razonable y es probable que culpe a Mr. Smith por su costumbre de arriesgarse de forma irrazonable. Estamos tentados de decir que Mr. Smith merecía lo que le ocurrió y que Mr. Brown tuvo mala suerte. Pero Mr. Brown es el único que podría acusarse a sí mismo, puesto que actuó en contra de su costumbre en este caso en concreto.

Quien toma una decision sabe que puede arrepentirse, y la anticipacion de esta dolorosa emoción desempeña un papel importante en muchas decisiones. Las intuiciones sobre un posible arrepentimiento son notablemente uniformes y persuasivas, como ilustra el siguiente ejemplo.

Paul posee acciones de la compañía A. Durante el año pasado consideró cambiarse a la compañía B, pero decidió no hacerlo. Ahora se ha enterado de que habría ganado 1.200 dólares más de haberse pasado a la compañía B.

George poseía acciones de la compañía B. El año pasado se cambió a la compañía A. Ahora se ha enterado de que habría ganado 1.200 dólares más de haber permanecido en la compañía B.

¿Cuál de los dos se habrá arrepentido más?

Los resultados son claros: El 8 por ciento de los que respondieron a la pregunta dijeron que Paul y el 92 por ciento, que George.

Algo curioso, pues las situaciones de los dos inversores son objetivamente

idénticas. Ambos poseen ahora acciones de la compañía A, y ambos habrían ganado esa cantidad más si hubieran adquirido las acciones de la compañía B. La única diferencia es que George se quedó donde ahora está por haberse pasado a otra compañía, mientras que Paul sigue estando

donde estaba por no hacer nada.

Este pequeño ejemplo ilustra una gran historia: los seres humanos esperan tener reacciones emocionales más intensas (el arrepentimiento incluido) frente a un resultado producido por una acción que frente al mismo resultado producido por la inaccion. Esto ha hallado confirmación en el contexto del juego: todo el mundo espera estar más contento si juega y gana que si se abstiene de jugar y obtiene la misma cantidad. La asimetría es la misma, por lo menos, en el caso de perder, y se da tanto en el sentimiento de culpa como en el de arrepentimiento. En realidad, la *clave no esta en la diferencia entre comisión y omisión, sino en la distincion entre opciones por omisión y acciones que se apartan de la omisión*. La opción por omisión cuando poseemos determinadas acciones no es venderlas, pero la opción por omision cuando encontramos a nuestro colega por la mañana es saludarlo. Vender acciones y no saludar al colega son desviaciones de la opción por omisión y candidatos naturales al arrepentimiento o la acusación.

Esta asimetría en la evaluación del riesgo que comporta el arrepentimiento, favorece las elecciones convencionales dominadas por la “aversión al riesgo”. Este sesgo aparece en muchos contextos. Los consumidores a los que se les recuerda que pueden arrepentirse de sus elecciones muestran una preferencia mayor por las opciones convencionales, favoreciendo las marcas frente a los productos genéricos. Incluso decisiones de vida o muerte pueden resultar afectadas. Un tratamiento médico se ajusta al estándar normal; otro es poco habitual. El médico que prescribe el tratamiento inhabitual corre un riesgo

importante de arrepentimiento, culpabilización y tal vez querella. En una

visión retrospectiva es más fácil imaginar la elección normal, y la elección anormal es fácil de deshacer. En verdad, un buen resultado contribuirá a la reputación del médico que se atrevió con el tratamiento, pero el beneficio potencial es más pequeño que el coste potencial, pues el éxito es generalmente un resultado más normal que el fracaso.

**RESPONSABILIDAD**

Las pérdidas pesan dos veces más que las ganancias en diversos contextos. Por ejemplo, nuestra resistencia a “vender” patrimonios importantes aumenta drásticamente si ello nos hace responsables de un resultado pésimo. Y, en particular, podemos sentir mayor aversión a la pérdida en aspectos de nuestras vidas que son más importantes que el dinero, como la salud. Consideremos el siguiente caso:

Usted se ha expuesto a una enfermedad que, de contraerla, moriría rápidamente y sin dolor al cabo de una semana. La probabilidad de que tenga esa enfermedad es de 1/1.000. Existe una vacuna que solo es efectiva antes de que aparezca ningún síntoma. ¿Cuánto es lo máximo que estaría dispuesto a pagar por la vacuna?

Casi todo el mundo está dispuesto a pagar una cantidad importante aunque limitada. Pensar en la posibilidad de morir es desagradable, pero el riesgo es pequeño, y parece poco razonable arruinarse para evitarlo. Ahora consideremos una ligera variacion:

Se necesitan voluntarios para investigar la enfermedad arriba citada. Todo lo que se requiere es que acepten exponerse a una posibilidad de 1/1.000 de contraerla. ¿Cuánto es lo mínimo que pediría que le pagasen por presentarse voluntario en este programa?

Como se podía esperar, los honorarios que los voluntarios reclamaban eran más altos que el precio que estaban dispuestos a pagar por la vacuna. Acaso lo más importante que explica esta asimetría, es que uno se sentirá más responsable, si el resultado es perjudicial, en el segundo caso. Uno sabe que si una mañana se despierta con síntomas indicativos de que pronto morirá, sentirá más arrepentimiento en el segundo

caso que en el primero, ya que podría haber descartado la idea de vender su salud sin pararse a considerar el precio. Pudo haberse quedado en la opción por omision y no haber hecho nada, y ahora esta idea contrafáctica (lo que podría haber sido y no fue) lo perseguirá el resto de su vida.