



LAS TRAMPAS DEL DINERO

Dan Ariely y Jeff Kreisler

Editorial Ariel (2018)

ISBN: 978-8434427587

"El dinero a menudo nos confunde y nos induce a centrarnos en las cosas equivocadas"

(página 287)

Con esa sencilla frase pueden resumirse las intenciones de D. Ariely y J. Kreisler en su libro "Las Trampas del Dinero" (Ariel 2018): demostrar que no somos ni muy racionales tomando decisiones ni habilidosos haciendo cálculos, y que en cuanto aparece el dinero lo somos menos. Como ellos mismos dicen, su objetivo es analizar las maldiciones y bendiciones del dinero, para que, como reza en el subtítulo, poder ayudarnos a "cómo controlar tus impulsos, gastar con cabeza y vivir mejor."

Dan Ariely es uno de los autores más prolíficos de la Economía de la Conducta. Ha publicado tanto artículos científicos en las principales revistas de investigación como libros de divulgación, e incluso tiene una web donde responde a preguntas (<http://danariely.com/>) y comenta las últimas novedades de esta área de la Economía cuya importancia está creciendo continuamente. Por su parte Jeff Kreisler es monologuista, conferenciante, comentarista de TV, escritor y abogado especializado en Economía de la Conducta.

Esta combinación de investigador/divulgador/humorista, junto con el gran número de ejemplos y casos prácticos que incorpora, es una de las grandes aportaciones del libro, a nuestro juicio. De una forma desenfadada, incluso con anécdotas de los autores como su gusto por el vino o sus relaciones personales, pero no menos rigurosa, se enfrentan a los problemas que nos plantea el manejo del dinero, que si bien tiene grandes ventajas, es general, lo podemos intercambiar por todo; es divisible, es fungible -un euro es siempre un euro y no necesitamos un billete concreto-, es almacenable y, sobre todo, es un bien común, "lo que significa que puede ser utilizado por cualquiera y para (casi) cualquier cosa", también nos provoca grandes errores. Los más destacados, según Ariely y Kreisler son:

- **Ignoramos los costes de oportunidad.** Cuando el dinero entra en juego los costes de oportunidad se diluyen, y lo único que tenemos en mente es aquello que deseamos comprar y no el resto de bienes, servicios e incluso experiencias a los que renunciamos por adquirir ese concreto. Para colmo, la vida contemporánea nos ha proporcionado innumerables instrumentos financieros, como tarjetas de crédito, hipotecas,

pagos a plazos, préstamos, etc., que dificultan aún más nuestra capacidad para comprender los efectos futuros de gastar hoy más dinero.

- **Nos olvidamos de que todo es relativo.** Por eso nos “engañan” con las rebajas o comprobamos cómo, a pesar de la teoría, el dinero no es fungible. Así, “cuando la relatividad entra en juego, podemos descubrir que tomamos decisiones muy rápidas en compras grandes y muy lentas en compras pequeñas, y todo porque tendemos a pensar en porcentajes sobre la cantidad total, en lugar de en cantidades absolutas”.
- **Compartimentamos nuestro presupuesto,** siguiendo las cuentas mentales definidas por R. Thaler. A partir de ella el valor de cada euro depende de la categoría a la que lo hallamos asignado, y, de paso, nos evitamos analizar los costes de oportunidad genéricos y nos centramos en el grupo.
- **Evitamos el dolor,** muy especialmente separando el placer de gastar del dolor de pagar. Para eso han creado los bancos las tarjetas de crédito, y nosotros contratamos los viajes con antelación y si es posible con “todo incluido”, reservamos el apartamento de verano o nos apuntamos a Amazon Prime. Así, cada consumición, cada día de playa o cada envío podemos considerarlo “gratis”.
- **Confiamos demasiado en nosotros mismos** y nos “anclamos” en precios como el coste de nuestra vivienda o los precios puestos por los productores, o actuamos como una “manada” al asumir que algo tiene valor porque otros parecen dárselo.
- **Sobrevaloramos lo que tenemos** solo porque es nuestro y porque tenemos aversión a la pérdida y no queremos renunciar a esos bienes.
- **Nos preocupa la justicia y el esfuerzo,** y por ello a veces pagamos por la ineficiencia: nos disgusta que el mecánico nos cobre 200 euros por solucionar un problema en 10 minutos y preferimos que nos cobre más pero que le dedique más tiempo.
- **Creemos en la magia del lenguaje y de los rituales** y ahí están las marcas para demostrarlo o la “nueva cocina”, con nombres más grandes que el contenido del plato.
- **Las expectativas afectan a nuestro consumo** teniendo un impacto real no solo en cómo nos preparamos para una experiencia de consumo, sino en cómo la vivimos tanto objetiva como subjetivamente. Así, esperamos más de las cosas caras que de las baratas.
- **Tenemos problemas de autocontrol,** especialmente si hacemos referencia al futuro.

- **Y le damos demasiada importancia al dinero** tendiendo a basar nuestras decisiones en él, en lugar de en objetivos más importantes. Porque como señalan los autores “a la hora de tomar decisiones financieras, lo que debería importar son los costes de oportunidad, el beneficio real que ofrece una compra, y el verdadero placer que obtenemos con ella, comparado con el que obtendríamos con otras formas de gastar nuestro dinero” y no lo que cuestan.

El siguiente comentario de la página 288 es un buen cierre para un libro que nos acerca a la parte más irracional de nuestra relación entre el dinero y nuestras elecciones: *“No es nuestra intención decirle cómo debe priorizar las cosas, es decir, en qué lugar debería poner el dinero en la escala de valores de la familia, el amor, el buen vino, los deportes y las siestas. Lo único que deseamos es ayudarle a que piense más en cómo suele pensar en el dinero”.*

■ José Luis Calvo González