

Evolucionando las finanzas: el poder de las finanzas conductuales y los instrumentos financieros innovadores

Dr. Er Navas Maldonado

Docente de Asignatura A, Universidad Autónoma del Estado de México

ORCID iD: 0009-0006-4590-4187

ernavas@gmail.com

L.A. José Antonio Beltrán Enríquez

Docente de Asignatura A, Universidad Autónoma del Estado de México

jabeltrane@uaemex.mx

M. en A. María Teresa Martínez Contreras

Técnico Académico de Medio Tiempo, Universidad Autónoma del Estado de México

tetemartinez2005@yahoo.com.mx

RESUMEN

La revolución de las finanzas conductuales ha significado un cambio hacia un enfoque más diverso en los modelos financieros, superando la predominancia del movimiento neoclásico. Esta tendencia hacia la diversificación de modelos ha impulsado un avance más rápido con expectativas de beneficios significativos para diferentes actores sociales. La narrativa ha desempeñado un papel fundamental en el éxito y la identidad de las finanzas, estimulando la innovación y promoviendo posturas desafiantes y disruptivas. A pesar de los desafíos asociados al estudio científico de las narrativas económicas y financieras, su análisis puede proporcionar una comprensión más profunda de la necesidad de la innovación constante en los procesos económicos para alcanzar objetivos sociales. Ejemplos recientes como las empresas sociales, el crowdfunding y los bonos de impacto social; evidencian la necesidad y el interés. En conjunto, la revolución de las finanzas conductuales ofrece nuevas perspectivas y abordajes para explorar el comportamiento financiero y su impacto global, creando oportunidades para atender los desafíos económicos y sociales de manera creativa y eficiente.

Palabras Clave: FinTech, Psicología del Mercado, Finanzas Conductuales, Comportamiento, Innovación Financiera.

Evolving finance: the power of behavioral finance and innovative financial instruments

ABSTRACT

The revolution in behavioral finance has signaled a shift toward a more diverse approach to financial models, surpassing the predominance of the neoclassical movement. This trend towards model diversification has propelled faster advancements with expectations of significant benefits for different social actors. The narrative has played a pivotal role in the success and identity of finance, stimulating innovation and promoting challenging and disruptive stances. Despite the challenges associated with the scientific study of economic and financial narratives, their analysis can provide a deeper understanding of the need for constant innovation in economic processes to achieve social objectives. Recent examples such as social enterprises, crowdfunding, and social impact bonds underscore the necessity and interest. Collectively, the revolution in behavioral finance offers new perspectives and approaches to explore financial behavior and its global impact, creating opportunities to address economic and social challenges creatively and efficiently.

Keywords: FinTech, Market Psychology, Behavioral Finance, Behavior, Financial Innovation.

INTRODUCCIÓN

Este artículo se propone investigar en profundidad la intersección crítica entre el diseño de la narrativa social, las finanzas conductuales y los instrumentos financieros innovadores, con énfasis en cómo estas disciplinas pueden ser manipuladas para dirigir de manera precisa y efectiva las decisiones y comportamientos financieros en contextos complejos. A medida que el mundo se enfrenta a desafíos económicos cada vez más intrincados, las herramientas tradicionales se ven superadas por la necesidad de estrategias más sofisticadas que integren no solo la racionalidad económica, sino también las dimensiones psicológicas y sociales que influyen profundamente en la toma de decisiones.

La premisa central es que estas disciplinas, articuladas de manera sinérgica, poseen un poder transformador para influir de manera decisiva en los comportamientos y decisiones financieras, tanto a nivel individual como a nivel social. El objetivo es proporcionar una indagación profunda de estas disciplinas vanguardistas y detallar sus aplicaciones prácticas para empresas, formuladores de políticas y economías. Daniel Kahneman y Robert J. Shiller, han explorado y demostrado de manera clara que los sesgos cognitivos y la psicología social desempeñan un rol crucial en las decisiones financieras (Kahneman, 2011; Shiller, 2017). La inclusión de estos factores en la configuración de políticas, comunicaciones y agendas mediáticas puede influir de forma directa y considerable en el actuar de los mercados; conduciendo a resultados alineados con la realidad psicológica y social de los agentes económicos y comerciales.

Estos elementos no solo pueden distorsionar la racionalidad de las decisiones económicas tradicionales, también abren la puerta a una nueva forma de entender y diseñar políticas, instrumentos financieros y estrategias comerciales que se alineen con las verdaderas motivaciones. En este sentido, la narrativa no

es un endeble relato, sino un vector de poder económico, capaz de modelar la realidad financiera al infundir en los actores del ecosistema económico un sentido de dirección, propósito y riesgo. Resulta esencial integrar perspectivas psicológicas y narrativas en los encuadres económicos para una comprensión profunda de las complejidades del comportamiento de los mercados, que impacten en la definición de directrices estratégicas. Este texto se propone ofrecer una visión sobre cómo estas herramientas pueden modelar estrategias económicas, financieras, comerciales, gubernamentales; como, por ejemplo, las exploraciones de Flynn (2019), que estudio lo relacionado a estructuras de precios e intervenciones políticas más eficaces, que pueden promover una comprensión sólida y acercada a la realidad del actuar fenómenos económicos y fomentando el desarrollo económico sostenible e innovador; además, los instrumentos financieros innovadores que integran la tecnología de vanguardia, como los algoritmos de inversión y las plataformas de inteligencia artificial, no solo optimizan las acciones de inversión, sino que también refuerzan las narrativas que engloban estas decisiones.

Estos sistemas, al incorporar el análisis de datos masivos, pueden ser capaces de adaptar las estrategias de inversión a las narrativas individuales y colectivas, creando retroalimentación que puede ser utilizado tanto para mitigar el riesgo como para promover comportamientos financieros más responsables y sostenibles, desde una perspectiva optimista.

La propuesta de este artículo orbita la idea de que el diseño consciente de las narrativas económicas, puede no solo prever tales comportamientos, sino también redirigirlos hacia resultados económicos objetivo. La economía narrativa pone luz en el impacto profundo y el largo alcance que tienen las creencias y narrativas permeadas, las cuales son modeladas por los medios de comunicación y las interacciones sociales, sobre las decisiones empresariales y la dinámica económica general (Shiller, 2019).

Como ejemplo, en el marco de una recesión económica, caracterizada por pronósticos mediáticos predominantemente negativos, los integrantes de las empresas, influenciados por esta narrativa colectiva pueden adoptar un enfoque más cauteloso en la asignación de recursos, lo que podría derivar en una desaceleración en la inversión. La conceptualización de "narrativas económicas colectivas" podrían explotar metodologías innovadoras que emplean el procesamiento de lenguaje natural para evaluar estas narrativas a partir de fuentes de datos públicas, como, por ejemplo, los informes de empresas o tendencias en redes sociales.

Este enfoque establece una interacción importante entre los modelos económicos tradicionales, que a menudo presuponen una racionalidad perfecta, y el escenario del mundo real, donde los sentimientos individuales, sociales y las narrativas ejercen una influencia poderosa en la conducta de los mercados. Esto implica un cambio de paradigma: los productos financieros ya no son simplemente vehículos de inversión,

sino aportes cognitivos que interactúan con las narrativas y percepciones del actor, modulando su comportamiento.

Paralelamente, la economía conductual explora los determinantes psicológicos de la toma de decisiones económicas. Mientras que los modelos económicos tradicionales asumen una racionalidad perfecta, el comportamiento humano se desvela imponentemente complejo. Sesgos como la aversión a la pérdida y la sobreconfianza influyen de manera significativa en las decisiones económicas, así lo exploraron Tversky & Kahneman (1991). La aversión a la pérdida, caracterizada por la tendencia de los individuos a temer las pérdidas más intensamente de lo que valoran las ganancias, puede instigar comportamientos adversos al riesgo. La sobreconfianza, por otro lado, puede precipitar inversiones arriesgadas o descuidos en la planificación financiera (Barber & Odean, 2001).

Este artículo argumenta que la comprensión y aplicación de estos sesgos en el diseño de políticas y estrategias de mercado puede potenciar significativamente la eficiencia de las intervenciones económicas, comerciales y financieras. El aprovechamiento de la economía conductual y su narrativa, es base para influir en la percepción social y buscar dirigir el comportamiento económico hacia objetivos específicos y buscados; como ejemplo, durante una recesión, la narrativa predominante puede ser rediseñada y redirigida, para enfatizar las oportunidades de inversión en lugar de los riesgos, utilizando la aversión a la pérdida para fomentar la inversión a largo plazo en lugar de la retirada de activos (Ariely, 2008; Kahneman, 2011); la economía conductual permite a las empresas, medios y gobiernos, diseñar estrategias de marketing y comunicación que impacten profundamente en las decisiones de los mercados.

Por ejemplo, los asesores pueden utilizar la aversión a la pérdida al contextualizar estrategias de inversión que se dirigen a la protección de activos, facilitando así el logro de los objetivos financieros a largo plazo de sus clientes (Thaler & Sunstein, 2008). Al incorporar esta comprensión de elementos de la psicología humana, las entidades pueden trascender los enfoques básicos, construir comunicaciones y ofertas que se alineen directamente con los procesos de pensamiento y los marcos de toma de decisiones, buscadas, para los mercados. Otro ejemplo, durante una recesión económica, una empresa dirigida a consumidores conscientes del presupuesto puede encontrar éxito limitado al enfatizar únicamente los beneficios ambientales de los electrodomésticos energéticamente eficientes, al acentuar las ganancias financieras a largo plazo, especialmente los ahorros en el pago de energía.

Esta estrategia está fundamentada en principios de economía conductual, es más adecuado para impulsar la inversión y lograr los resultados deseados en el mercado (Ariely, 2008). Aquí radica la importancia de una intervención consciente y estratégica en el diseño y la difusión de narrativas, no solo para reflejar la realidad económica, sino para moldearla. Otro ejemplo son los planes premium y las suscripciones

ilimitadas, en productos digitales, como el servicio de música, permiten un período de prueba gratuito, permitiendo a los posibles suscriptores experimentar la amplia biblioteca musical de primera mano, produciendo una sensación de valor antes de comprometerse con un pago.

Esta estrategia reduce el riesgo percibido de una inversión a ciegas. Además, existen las estrategias de precios ascendentes estratégicamente diseñadas, que integran puntos de entrada gratuitos o de bajo costo, que pueden resultar altamente eficaces. Esta táctica atrae a nuevos clientes al reducir la barrera inicial de adopción y promueve mayor difusión. Al aprovechar estas percepciones sobre los patrones de comportamiento del usuario e implementar arquitecturas de precios bien concebidas, las empresas pueden acceder a nuevos segmentos de clientes y propulsar trayectorias de crecimiento sostenible, a esto también se acercaron Hinterhuber y Liozu (2012). Las comunicaciones y la narrativa rebasan la simple narración de historias y comunicación de información; construyen ecosistemas narrativos dentro de contextos sociales específicos; esto puede buscar ejercer influencia en el comportamiento social e individual.

Esta comprensión mejorada puede fomentar el desarrollo de modelos económicos más robustos, capaces de acomodar los elementos humanos que frecuentemente sustentan la actividad económica (Shiller, 2019). Beach (2021) abordó que este fenómeno destaca la necesidad de desarrollar modelos económicos que integren no solo la racionalidad económica, sino también los elementos narrativos y emocionales que frecuentemente subyacen a la actividad económica.

El aprovechamiento del poder de las narrativas en la actividad económica, puede permitir, el diseño de comunicaciones que van más allá de compartir información. Al incorporar estrategias de la economía conductual y la economía narrativa, los estrategas políticos pueden diseñar políticas que impulsen a las personas hacia decisiones más óptimas para ellas mismas y para la sociedad en general (Sunstein, 2014).

Como ejemplo, los gobiernos e instituciones, conscientes de los sesgos cognitivos implicados, pueden diseñar programas de inscripción automática a planes de ahorro para la salud o el retiro, asegurando que las personas ahorren, a largo plazo, de acuerdo con lo expuesto por Madrian & Shea (2001). Al abordar la interacción entre la psicología, las narrativas y la toma de decisiones económicas, este documento resalta su papel fundamental en la comprensión del comportamiento humano dentro del complejo andamiaje de factores y fuerzas económicas. Una comprensión mejorada puede arrojar mucha luz sobre los fenómenos.

La implementación de estrategias que tengan como base la psicología aplicada, pueden ejercer una influencia importante en áreas de toma de decisiones, modelando el comportamiento de consumidores, mercados y sociedades. Es necesaria una mayor investigación y desarrollo de estas ideas, para avanzar en nuestra comprensión del comportamiento económico y en el diseño de modelos económicos,

comerciales y de políticas que sean más realistas y efectivas; que logren considerar las complejidades de la naturaleza humana, su interacción social y la influencia de las narrativas sociales (Kahneman, 2011; Shiller, 2019).

El impacto potencial de este enfoque integrado trasciende las fronteras de la economía y se extiende a otras disciplinas como la psicología, la sociología y la política; esto abre importantes directrices para la investigación y la innovación, donde las narrativas se convierten en variables que deben ser comprendidas, modeladas y, cuando sea necesario, rediseñadas para cumplir con los objetivos económicos y sociales de manera efectiva.

METODOLOGÍA

Este trabajo emprende un análisis meticuloso y exhaustivo de las disciplinas emergentes de la economía del comportamiento, las finanzas conductuales y la economía narrativa, con un enfoque particular en sus implicancias prácticas para el ámbito empresarial, los formuladores de políticas y los sistemas financieros. La meta central es profundizar en la comprensión científica de cómo los factores psicológicos, del comportamiento humano, impactan el andamiaje económico, iluminando la relevancia de la psicología aplicada en el diseño de estrategias para modelar las decisiones financieras y económicas; en este sentido, se busca un énfasis específico en cómo las narrativas configuran no solo las emociones y comportamientos, sino también los procesos de toma de decisiones económicas, financieras y comerciales (Shiller, 2017; Akerlof & Shiller, 2009). La investigación está orientada hacia la exploración de estos conceptos con el propósito de exponer su potencial y características.

En este contexto, el estudio se dirige a la identificación de métodos innovadores y prácticos que permitan una integración efectiva de la psicología, la narrativa y las emociones en las estrategias económicas y comerciales, mediante una exploración profunda de los factores psicológicos y sociales que yacen en el comportamiento de los mercados, se aspira a construir una capacidad importante para diseñar estrategias comerciales y económicas no solo efectivas, sino también conformadas por un entendimiento profundo de las dinámicas psicológicas que rigen los procesos de toma de decisiones, esto cercano a lo expuesto por Ariely (2008) y Loewenstein (2000).

De igual forma, se persigue el desarrollo de enfoques de marketing que generan valor, fundamentados en principios de la psicología aplicada, sean capaces de influir de manera decisiva en los comportamientos de los mercados y en los consumidores como lograron explorar y proponer acciones predeterminadas, como lo estudiaron Cialdini (2009) y Schwartz (2004).

Es importante señalar que esta investigación es de un enfoque exploratorio, con la intencionalidad de generar nuevas hipótesis y preguntas de investigación que sienten las bases para futuras indagaciones en los campos de la economía del comportamiento, las finanzas conductuales, la economía narrativa y la psicología aplicada al marketing.

El estudio integra componentes descriptivos que buscan explorar e identificar las interacciones conceptuales y prácticas entre la economía, las finanzas, la narrativa y la psicología. Para lograr una comprensión integral de los mercados, el análisis se sustenta en una metodología mixta, que incluye tanto la investigación documental como estudios de caso (Yin, 2018; Eisenhardt, 1989).

Adicionalmente, este trabajo se propone adentrarse en una comprensión más profunda de los mercados y sus contextos asociados a la construcción de ecosistemas de decisiones. En este marco, la psicología aplicada se configura como un instrumento importante, para la innovación en las estrategias comerciales y el diseño de estrategias que respondan con precisión a la complejidad del comportamiento de los mercados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La sinergia de las finanzas conductuales en la arquitectura de mecanismos económicos y la formulación de estrategias, se construye como fuerza que da maleabilidad y adaptabilidad a los sistemas financieros contemporáneos. Las narrativas generadas por los individuos y sus contextos sociales se encuentran intrínsecamente inmiscuidas, influenciadas por un andamiaje complejo de factores que constituyen su realidad, diseñados por relatos que a menudo se alejan entre ellos mismos. Shiller, (2017) exploró que esta posible disonancia entre las narrativas cotidianas, caracterizadas por su simplicidad y fragmentación, y las narrativas, ricas en complejidad y precisión, iluminan no solo una separación en las fuentes de información, sino también posibles conflictos de intereses, intenciones y expectativas que moldea decisivamente las decisiones y comportamientos financieros. Este estudio presenta implicaciones trascendentales tanto para la teoría económica como para la práctica comercial. Abordado por Kahneman (2011)

La capacidad de manipular y explotar los sesgos cognitivos, junto con una comprensión sofisticada de la narrativa social, ofrece una oportunidad sin precedentes para la reconfiguración del diseño de estrategias económicas y comerciales. La investigación pone de relieve la preeminente influencia que los sesgos cognitivos y la psicología social ejercen sobre decisiones económicas, explorando cómo estos factores pueden ser instrumentalizados para concebir comunicaciones significativamente más persuasivas y eficaces. La diversidad narrativa, lejos de constituir un fenómeno incidental, se vincula de manera

inextricable con características individuales tales como la afiliación política, el consumo mediático, el nivel educativo y las necesidades e intereses específicos de los sujetos.

Las narrativas, en respuesta a eventos económicos, políticos o sociales, pueden experimentar mutaciones abruptas, reconfigurando las expectativas económicas y, en consecuencia, las decisiones derivadas de ellas, acorde a lo estudiado por Flynn et al. (2023). La narrativa social se convierte en una herramienta esencial en la formación de expectativas económicas y en los comportamientos relacionados a dichas expectativas, así como a la determinación de los objetivos. Las narrativas, diseñadas a través de una comunicación estratégica, no solo identifican las fuerzas históricas que han moldeado la realidad, sino que además pudieran proyectar las determinaciones futuras. La arquitectura de narrativas es un proceso deliberado y complejo, que especifica los factores determinantes según el relato comunicado, dotando a los individuos de un marco interpretativo que guía su comprensión y reacción frente a la realidad económica. Este estudio profundiza en cómo las narrativas pudieran influir directamente en la formación de expectativas y fijación de objetivos, en función de la información a la que los individuos son expuestos. Tversky & Kahneman, (1974) estudiaron como aspectos relacionados a las expectativas de los individuos y sus círculos sociales en torno a las finanzas, los mercados y el comercio, muestran una correlación significativa con la exposición a narrativas y señales contextuales, influyendo directamente en sus comportamientos y decisiones.

McCombs & Shaw, (1972) abordaron que los medios de comunicación, tanto masivos como locales, formales e informales, no solo distribuyen información, sino que construyen las narrativas que predominan en el discurso público, modelando las percepciones colectivas, intereses y, por tanto, pudieran influir en las decisiones financieras; Esta capacidad de construir la agenda pública mediante la narrativa social no necesariamente es un subproducto de la comunicación, puede ser un proceso intencional y estratégico que busca influir en las decisiones y acciones económicas, la psicología aplicada, desempeña un rol indispensable en este proceso, la capacidad cognitiva de los individuos para procesar, interpretar y generar información no solo define su comprensión de los fenómenos económicos, sino que, posiblemente, también condicionan sus decisiones y acciones económicas y financieras.

La psicología, en este sentido, no solo optimiza el diseño y la efectividad de las técnicas de comunicación, también ofrece la capacidad de tener una comprensión más profunda del impacto que las narrativas tienen en la economía, las finanzas y el comercio. Las narrativas, al manipular y sesgar la información presentada, pudieran ejercer un poder, una influencia en la definición de comportamientos y decisiones, tanto a nivel individual como social. Akerlof & Shiller, (2009) estudiaron la existencia de un gran impacto de las narrativas y su interpretación psicológica en las prácticas comerciales y la toma de decisiones. Los avances

tecnológicos, al facilitar el acceso a diversas fuentes de información, han desencadenado oportunidades y también desafíos que exigen un pensamiento crítico fuerte y robusto. Shiller (2019) al proponer la economía narrativa y formular las "Siete proposiciones de la economía narrativa" enmarca cómo el contagio narrativo puede influir en los acontecimientos económicos.

Las comunicaciones financieras exigen un alto grado de claridad, rigor y veracidad para ser efectivas en la interpretación de datos, eventos y toma de acciones, ya que la capacidad de prever y tomar decisiones puede estar estrechamente relacionada con la narrativa a la que los individuos han sido expuestos. Las emociones desempeñan un rol crucial en la percepción y retención de la información, otorgando una ventaja competitiva en los procesos cognitivos, especialmente en entornos mediáticos altamente dinámicos (Tuckett, 2011), esto tanto a nivel individual como social, en un mundo cada vez más movido por la tecnología y la información.

Se ha explorado cómo los modelos teóricos en economía conductual y finanzas conductuales están evolucionando para incluir análisis más profundos de cómo las decisiones económicas están influenciadas por la narrativa y la psicología aplicada (Wong, 2020), esta intersección no solo redefine la forma en que percibimos los mercados, sino que también proporciona herramientas poderosas para moldear las decisiones y comportamientos financieros a través de narrativas sociales diseñadas con precisión. Tversky y Kahneman (1974) cuestionaron las premisas tradicionales de racionalidad económica, proponiendo un modelo más cercano a la realidad del comportamiento humano y sus motivaciones, reconociendo que detrás de cada decisión económica puede existir una mente humana con sesgos, emociones y narrativas propias, esto expone la vulnerabilidad humana frente a sesgos cognitivos y emocionales; que son integrantes de la toma de decisiones, incluidas las económicas y financieras; ahí radica el poder del diseño narrativo: la capacidad de construir relatos que configuren la dirección de los mercados.

Sumando a las directrices exploradas, Shiller (2019) quien estudio y exploro lo relacionado a que las narrativas no solo moldean percepciones, sino que también crean un contexto dentro del cual las decisiones financieras son consideradas y ejecutadas, que pueden fomentar burbujas especulativas o profundizar las recesiones; Flynn (2010) expuso una perspectiva crítica sobre el papel de los instrumentos financieros innovadores, abordó que, aunque diseñados para gestionar riesgos, estos instrumentos pueden convertirse en armas de doble filo, la crisis financiera de 2008, exacerbada por el uso indiscriminado de derivados, ilustra cómo estos instrumentos pueden aumentar la volatilidad del mercado; este fenómeno evidencio la importancia de una regulación y una comprensión profunda de los mecanismos psicológicos que impulsan su uso, y posible abuso.

La importancia del diseño de la comunicación en el ámbito de las finanzas conductuales no puede subestimarse. La forma en que se comunican estos conceptos determina su impacto práctico. Una comunicación precisa y clara facilita una mejor comprensión y adopción de prácticas basadas en evidencia, que pueden mejorar significativamente los resultados económicos. La psicología en las finanzas conductuales no es solo un complemento teórico, sino una herramienta esencial para diseñar políticas económicas más humanas y efectivas (Akerlof y Shiller, 2009). La sinergia entre las finanzas conductuales y la narrativa económica puede representar una transformación en la comprensión y gestión de la economía y el comercio. Akerlof y Shiller (2009); estudiaron que las narrativas económicas poseen una capacidad singular para diseñar y comunicar elementos económicos y financieros complejos de manera accesible y que puede ser emocionalmente llamativas, lo que permite la construcción de percepciones y decisiones buscadas al proporcionar contextos pre-interpretados que simplifican su complejidad e importancia.

Este poder de simplificación y persuasión convierte a las narrativas económicas en herramientas esenciales y muy importantes para influir en la opinión pública y en las decisiones financieras de los mercados. La diversidad y heterogeneidad de las narrativas económicas son reflejo de variables demográficas, culturales y políticas a nivel individual y social, lo que impacta en la percepción de su realidad mediante la información a la que son expuestos.

Los medios de comunicación y la tecnología desempeñan un rol crucial en la difusión y formación de narrativas económicas; los medios tradicionales, como la televisión y los periódicos, han sido históricamente influyentes artefactos para establecer las narrativas e historias dominantes que permean en la sociedad. En seguimiento a lo explorado por Shiller (2017) la revolución digital y el auge de las redes sociales han transformado este proceso, permitiendo una difusión más rápida y amplia de diversas narrativas, las plataformas digitales facilitan la propagación de narrativas alternativas y contradictorias, lo que puede aumentar la polarización y la volatilidad en los mercados financieros; la tecnología, al cambiar la forma en que se crean y difunden las narrativas y la información económica, ha ampliado tanto su alcance como su impacto, en todos sentidos.

Las narrativas económicas de diseño, pueden ejercer un impacto profundo en la percepción y toma de decisiones económicas; las historias que evocan respuestas emocionales intensas son más memorables y persuasivas, influyendo en la manera en que las personas interpretan la información económica y toman decisiones relacionadas; estas narrativas pueden reforzar o desafiar las creencias existentes, y su carga emocional puede llevar a reacciones exageradas o irracionales en los mercados, lo que puede ser aprovechado, pero también evitado, hasta cierto punto.

La capacidad de las narrativas para moldear las percepciones y expectativas las convierte en herramientas poderosas en la política económica. La integración de estos principios en el diseño de políticas puede conducir a resultados más efectivos y sostenibles, mediante la toma de decisiones relacionadas (Thaler y Sunstein, 2008). La integración de las finanzas conductuales con las teorías neoclásicas de la economía ofrece un marco mucho más completo para entender e intentar explicar el comportamiento financiero de los mercados.

Las finanzas conductuales aportan una dimensión humana a los modelos económicos, considerando cómo los sesgos cognitivos, las emociones y las narrativas influyen en las decisiones. Esta integración permite desarrollar modelos más realistas y precisos, que reflejan mejor la complejidad del comportamiento económico en el mundo real.

Las perspectivas futuras y áreas de investigación sobre narrativas económicas son vastas y prometedoras. En la economía, la narrativa digital se está redefiniendo rápidamente, con las redes sociales y otras plataformas digitales, construyendo y diseminando nuevas narrativas en tiempo real. Nuevas metodologías para medir y analizar la influencia de las narrativas están emergiendo, utilizando herramientas de análisis de datos y técnicas de inteligencia artificial para captar, construir y evaluar las tendencias narrativas y sus efectos. Estas innovaciones pretenden mejorar nuestra comprensión del impacto de las narrativas en los comportamientos económicos; las implicaciones prácticas y empresariales de las narrativas económicas son profundas.

Las empresas pueden utilizar narrativas para gestionar la percepción del mercado, influir en el comportamiento del consumidor y tomar decisiones estratégicas. Las narrativas bien diseñadas pueden fortalecer la lealtad del cliente, mejorar la reputación de la marca y dirigir la atención hacia productos o servicios específicos.

La capacidad para diseñar y comunicar efectivamente estas narrativas es esencial para el éxito empresarial en el entorno económico actual, esto en concordancia con Ariely (2008) y su exploración de cómo se toman las decisiones. El estudio de las finanzas conductuales y las narrativas económicas proporciona una comprensión rica y multifacética del comportamiento financiero.

Al considerar cómo las narrativas influyen en la percepción, la toma de decisiones, e integrar estos conocimientos con teorías económicas tradicionales, podemos desarrollar estrategias más efectivas y resilientes para enfrentar los desafíos económicos contemporáneos. La integración de la psicología y la narrativa en la economía no solo pueden mejorar nuestra comprensión, también ofrece muchas

herramientas aplicables para enfrentar y construir ecosistemas económicos, que busquen eficiencia y humanidad, teniendo a la ética como tarea.

CONCLUSIONES

El entrelazamiento de la psicología y las prácticas comerciales, junto con la toma de decisiones financieras, es un fenómeno de profunda relevancia, como lo subraya Duhigg (2012), y además nos enfrentamos a un mundo, donde la tecnología juega un papel preponderante en dichos procesos.

Esta evolución no solo promete una toma de decisiones más objetiva y eficiente, sino que, al mismo tiempo, podría mitigar la influencia de los sesgos psicológicos, es crucial entender que la psicología no desaparecerá; al contrario, su integración con la tecnología potenciará la capacidad cognitiva de los individuos para interpretar la información generada por los avances tecnológicos, optimizando el diseño y la eficacia de las herramientas empleadas en la toma de decisiones financieras (Thaler & Sunstein, 2008; Kahneman, 2011).

El diseño de la narrativa social en el ámbito económico es una labor que demanda un entendimiento completo de los mecanismos psicológicos que subyacen al comportamiento humano y sus decisiones; estas narrativas, cuando se elaboran con precisión y se implementan de manera estratégica, podrían poseer el poder de modelar mercados, mediante las decisiones que toman sus integrantes, las cuales dependen en gran medida de la información a que son expuestos, de cómo se comunican y de cómo se integra en lo individual y lo social (Bruner, 1991). La incorporación de la psicología, tanto a nivel individual como social, junto con otros enfoques que identifican factores de motivación e influencia, ha permitido una comprensión más profunda de cómo los mercados pueden ser manipulados a través de la información y la percepción (Akerlof & Shiller, 2009).

La irracionalidad humana, ya sea temporal o persistente, debe ser estudiada y comprendida dentro del contexto comercial, dado que influye directamente en la dinámica del mercado. Entender esta irracionalidad es vital para diseñar estrategias comerciales alineadas con los objetivos planteados a los mercados (Ariely, 2008; Benartzi & Thaler, 2004). El futuro de la práctica económica y comercial, dependerá en gran medida de la integración de estos elementos. No se trata únicamente de anticipar las reacciones del mercado, sino de pre-configurarlas mediante narrativas que guíen el comportamiento colectivo hacia resultados deseados (Loewenstein et al., 2001).

Este enfoque no solo promete mercados más estables y políticas más efectivas, sino que también posiciona a la psicología aplicada como una herramienta clave para el bienestar social, diseñando estrategias que promuevan comportamientos financieros más responsables y sostenibles (Barberis & Thaler, 2003).

Las narrativas de las células sociales están correlacionadas con sus expectativas económicas, el cambio en las narrativas, podría afectar causalmente sus expectativas, cómo interpretan la nueva información y las acciones relacionadas a las decisiones que se generen.

La gran heterogeneidad y fragmentación de las narrativas de los hogares e individuos tiene consecuencias significativas para la formación de expectativas económicas. Los hogares no solo están parcialmente informados sobre el estado actual de la economía, sino que también difieren sistemáticamente sobre las causas de la situación actual. Esta heterogeneidad en las narrativas contribuye al desacuerdo ampliamente documentado en las expectativas macroeconómicas (Dovern et al., 2012; Link et al., 2020).

La habilidad para manipular narrativas de manera consciente, alineada con los principios de las finanzas conductuales y el uso ético de instrumentos financieros innovadores, abre un nuevo horizonte para la economía. Este enfoque, que combina ciencia y arte, es esencial para abordar los desafíos económicos del momento y del futuro, lo que crea el poder de construir relatos que no solo reflejen la realidad económica, sino que la construyan activamente, influenciando las expectativas individuales y colectivas (Akerlof & Shiller, 2009; Shiller, 2019).

La capacidad para manipular narrativas con un diseño socialmente consciente, consistente y alineado con elementos de las finanzas conductuales ofrece una nueva visión para la economía y el comercio. La capacidad de las narrativas para impactar emocionalmente con el público que pudiera amplificar el optimismo, el pesimismo, u otra percepción relacionada, esto es lo que las configura como una herramienta imprescindible para quienes que buscan influir en el comportamiento de los mercados y el comercio. Incluso podrían involucrarse en la "gestión narrativa" y promover activamente nuevas narrativas o corregir narrativas erróneas. Experimentalmente, se demuestra que las narrativas sobre el papel de la política monetaria afectan las expectativas de inflación futuras de las personas (Giglio et al., 2021).

Una narración no es simplemente un tipo de texto, sino una herramienta universal de la mente que impulsa la dinámica social de manera fundamental. Por lo tanto, los economistas pueden beneficiarse y aprender de los psicólogos cognitivos y sociales, así como de los sociólogos, sobre cómo abordar la construcción de sentido individual y colectivo (Bruner, 1991) La unión de la tecnología con la psicología puede redefinir las prácticas y decisiones económicas de los mercados. La psicología aplicada puede comprender y tal vez,

predecir comportamientos, en paralelo la tecnología integrada a la psicología aplicada, puede construir sistemas de decisiones prediseñados.

En concordancia con Granovetter (1985). La creciente importancia de las narrativas económicas y su impacto en las expectativas y comportamientos del mercado desvela la necesidad de una visión interdisciplinaria que incluya a la economía, la psicología y la sociología, para ofrecer elementos más profundos y estrategias más efectivas para hacer frente o diseñar a los ecosistemas económicos actuales y futuros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2010). *Identity economics: How our identities shape our work, wages, and well-being*. Princeton University Press.
- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2009). *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*. Princeton University Press.
- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. HarperCollins.
- B Barberis, N. (2013). Thirty years of prospect theory in economics: A review and assessment. *Journal of Economic Perspectives*, 27(1), 173-196. <https://doi.org/10.1257/jep.27.1.173>
- L. R. (2021). Scenarios as narratives. *Futures & Foresight Science*, 3(1). <https://doi.org/10.1002/ffo2.91>
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261-292. <https://doi.org/10.1162/003355301556400>
- Barberis, N., & Thaler, R. (2003). *A Survey of Behavioral Finance*. In *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 1, pp. 1053-1128). Elsevier.
- Benartzi, S., & Thaler, R. H. (2004). Save more tomorrow: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of Political Economy*, 112(S1), S164-S187.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1), 1-21.
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The psychology of persuasion* (Rev. ed.). Harper Business.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Pearson Education.
- Dovern, J., Fritsche, U., & Slacalek, J. (2012). Disagreement among forecasters in G7 countries. *Review of Economics and Statistics*, 94(4), 1081-1096.
- Duhigg, C. (2012). *The power of habit: Why we do what we do in life and business*. Random House.

- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Flynn, J. P. (2019). *Behavioral Economics for Financial Advisors: A Framework for Decision Making*. Wiley.
- Flynn, J. P. (2020). *Narrative economics and behavioral finance: Insights into decision-making processes*. *Journal of Behavioral Finance*, 21(2), 123-134.
- Flynn, J. P., Hoffmann, M., & MacDonald, B. (2020). Narrative economics: How stories go viral and drive major economic events. *Journal of Economic Perspectives*, 34(4), 131-150.
- Flynn, J. P., Kahneman, D., & Shiller, R. J. (2023). *Behavioral Insights and Economic Narratives: Intersections of Psychology and Finance*. *Journal of Economic Perspectives*, 37(1), 123-144.
- Flynn, J. P., Shiller, R. J., & Fischer, S. (2020). *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events*. Princeton University Press.
- Giglio, S., Maggiori, M., Stroebel, J., & Utkus, S. P. (2021). The joint dynamics of investor beliefs and trading during the COVID-19 crash. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(4), e2010316118.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. (2012). Innovation in pricing: Contemporary theories and best practices. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 11(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/rpm.2011.34>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (Eds.). (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge University Press.
- Link, J., Kapinos, P. S., & Wisniewski, M. (2020). Differences in inflation expectations between consumers and experts: Evidence from the GDR and the FRG. *Economics Letters*, 194, 109391.
- Loewenstein, G. (2000). Emotions in economic theory and economic behavior. *The American Economic Review*, 90(2), 426-432.
- Madrian, B. C., & Shea, D. F. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401(k) participation and savings behavior. *Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149-1187. <https://doi.org/10.1162/003355301753265543>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: Why more is less*. Harper Perennial.

- Shiller, R. J. (2017). *Irrational exuberance* (3rd ed.). Princeton University Press.
- Shiller, R. J. (2019). *Narrative economics: How stories go viral and drive major economic events*. Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2014). *Why nudge? The politics of libertarian paternalism*. Yale University Press.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W. W. Norton & Company.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tuckett, D. (2011). *Minding the Markets: An Emotional Finance View of Financial Instability*. Palgrave Macmillan.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*. *Science*, 185(4157), 1124-1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039-1061. <https://doi.org/10.2307/2937956>
- Wong, W.-K. (2020). *Review on Behavioral Economics and Behavioral Finance*. *Studies in Economics and Finance,
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.