**RESUMEN MODULO 2**

Herbert Simon, fue el primero que impresiono a los economistas cuando expreso que los seres humanos eran incapaces de comportarse como los seres racionales que describen los modelos tradicionales de la elección racional. Integra la realidad del comportamiento humano frente a situaciones cotidianas que pueden hacer variar su bienestar. Desde esta visión es que se comienza a estudiar la conducta del consumidor.

La Conducta del Consumidor tiene como objetivo demostrar las diversas irracionalidades de las personas en su forma de actuar y decidir; No pueden ignorar la importancia que han tenido personas como Kahneman, Thaler y Tversky, ya que su aporte ha sido la base y causa de muchos estudios que siguen mostrando nuevas falencias del raciocinio humano.

Al resumir lo aprendido hasta ahora podemos considerar las siguientes irracionalidades del ser humano:

* Tomando en cuenta la forma de actuar de los consumidores hemos visto cómo las empresas pueden influenciar la compra de un producto haciendo pequeños cambios en los precios y en la forma de presentarlos.
* Existen distintas señales que se puede enviar a las personas de tal forma de hacerlos percibir la conveniencia de un precio, algunas son los carteles de oferta y los precios terminados con número 9.
* La mantención de los clientes luego de que estos adquieren los productos o servicios dependerá de dos factores principales que están sumamente relacionados. La calidad del producto debe ser satisfactoria para la persona y la única manera de que ésta la perciba, es utilizándolo. Por esta razón se aplican diversas políticas de precios que permitirán al cliente darse cuenta del costo de su producto para que realmente lo consuma y tenga la necesidad de adquirirlo nuevamente.

Las empresas deben ser cautelosas ya que un exceso de su aplicación puede disminuir su eficiencia y puede crear irritación en su público objetivo. Por esta razón se hace necesario poner límites para así poder generar fidelidad y no desconfianza.

La conducta anormal de las personas también está presente cuando éstas enfrentan el mundo financiero. La renuencia a vender activos con resultados negativos, la imposibilidad de analizar las alternativas de inversión de manera conjunta y la excedida frecuencia de evaluación de las inversiones, reflejan la aversión a las pérdidas que existe en las personas.

La evaluación independiente de los distintos sucesos enfrentados por las personas trae consecuencias significativas en sus resultados. Distintas estrategias pueden hacer percibir un mayor valor en las personas y mejorar su bienestar. El mayor peso otorgado a una pérdida por sobre una ganancia es la causa de este comportamiento. La separación de eventos positivos o la agrupación de los negativos pueden traer beneficios sorprendentes. Si se entienden estos efectos se podrán tomar decisiones más efectivas. La imposibilidad de las personas de entender sucesos de incertidumbre hace que sus decisiones no sean las adecuadas cuando se enfrentan a alternativas poco probables o riesgosas.

La gente tiende a etiquetar y a separar su dinero creando distintas cuentas mentales para sus gastos e ingresos. Estas afectan tanto su comportamiento como sus decisiones. Cuando las personas poseen un objeto lo valoran de mayor manera de lo que estarían dispuestos a pagar por él. Las personas tendemos a considerar los costos ya desembolsados en nuestras decisiones lo que trae consecuencias desventajosas en nuestras vidas. La inercia en nuestras decisiones y el poco interés de informarse sobre algunas alternativas, nos hace perder favorables oportunidades.

El control de estas conductas nos puede llevar a una mejor vida y al bienestar. Creemos que lo más importante de destacar es que mediante el estudio del comportamiento de las personas podemos aprender de nosotros mismos y de nuestros errores, para así tratar de superarlos y poder ser capaces de tomar mejores decisiones en las empresas y en la vida diaria. La racionalidad del ser humano ha sido cuestionada desde hace más de 50 años y es poco lo que se ha tomado en cuenta. Las implicancias de esta conducta son relativamente nuevas en todo ámbito, por eso nuestro mensaje final es que se saque el mayor provecho de esta ciencia ya que podría cambiar nuestro futuro.