

EL PODER DE LA EMOCIÓN EN LA INVERSIÓN

Andrés Cisneros Enríquez



ECOE
EDICIONES

El poder de la emoción en la inversión



Andrés Cisneros Enríquez

Contenido



Capítulo 1: Generalidades	1
1.1 Lo que no se vio venir y una breve introducción a las finanzas conductuales.....	1
1.2 Entonces ¿qué son las finanzas conductuales?	3
1.3 Los pilares fundamentales	4
1.3.1 La incorporación de las ciencias sociales.....	5
1.3.1.1 El análisis cerebral de los inversionistas	14
Capítulo 2: El poder de las emociones en el proceso de inversión	17
2.1 Inversión segura. Utilizando el pánico como aliado	19
2.2 ¿Dónde está presente el pánico y de dónde proviene?.....	19
2.3 ¿De qué manera adopta nuestro cerebro las decisiones de inversión?	20
2.3.1 Los sistemas cognitivos.....	20
2.3.2 Escenarios de decisión.....	21
Capítulo 3: La influencia del entorno financiero en nuestras vidas	23
3.1 El entorno tecnológico financiero	24
3.2 La asechanza de los bancos	24
3.3 La nueva psicología financiera	25

Capítulo 4: Las decisiones de inversión entre lo técnico y lo emocional	27
4.1 La heurística	28
4.2 Hacia una descripción real de las finanzas conductuales	30
Capítulo 5: Las ventajas de conocer sobre las finanzas conductuales	33
5.1 El Efecto manada. Una primera fase de la euforia grupal	34
5.2 Superando la tendencia a seguir el efecto manada	35
5.3 La tendencia a la ansiedad	36
5.4 Superando la tendencia a la ansiedad del inversionista	36
5.5 El Exceso de optimismo	37
5.6 Superando la tendencia al exceso de optimismo	38
5.7 La aversión a las pérdidas	39
5.8 Superando la tendencia a la aversión a las pérdidas	39
5.9 El exceso de confianza	40
5.10 Superando la tendencia al exceso de confianza	41
5.11 La tendencia a las proyecciones	41
5.12 Superando la tendencia a las proyecciones	42
5.13 La tendencia al presente	43
5.14 Superando la tendencia al presente.....	44
Capítulo 6: Los tipos de inversionistas	45
6.1 Tipos de inversionistas	46
6.2 Consideraciones sobre esta clasificación	47
6.3 Base científica.....	48
Capítulo 7: El modelo LOFB 1.0 (<i>Levels of behavior</i>). La matriz de planos y sus interacciones.....	55
7.1 Parámetros de definición	55
7.2 Definición de planos y niveles	57
7.3 Interacciones del modelo.....	59

7.3.1 Etapa conductual.....	59
7.3.1.1 Estados emocionales - ciclo de vida - momentos inversión - planos de acción (EE-CV-MI-PA).....	59
7.3.2 Planos de acción.....	62
7.3.2.1 Primera secuencia: actitud inversionista – estado emocional.....	62
7.4 ¿Por qué queremos y deseamos el dinero?	63
7.4.1 La avaricia	64
7.4.2 La codicia.....	65
7.4.3 Estrés por exceso de dinero	66
7.4.4 La urgencia manifiesta por dinero	67
7.5 ¿Qué nos hace sentir el dinero?	68
7.6 ¿Es el dinero, el causante de la afluencia?	71
7.7 ¿Es el dinero el causante de depresiones y aflicciones espirituales?.....	74
7.8 Primeros pasos del modelo	75
7.9 Los estados emocionales reinantes	76
7.10 Los momentos de inversión/consumo y los estados emocionales	80
7.10.1 Estrés	80
7.10.2 Situación real–teatro de operaciones.....	80
7.10.3 Estrés neutro e inversión automática	83
7.12 Euforia grupal e individual.....	86
7.12.1 Situación real – teatro de operaciones.....	87
7.12.2 ¿Cómo funciona?.....	88
7.13 Emoción latente	93
7.13.1 Situación real – teatro de operaciones.....	93
7.14 Emoción pausada	98
7.14.1 Situación real – teatro de operaciones	99

Capítulo 8: La racionalidad entrenada	105
8.1 Análisis financiero experto.....	105
8.2 Situación real – teatro de operaciones.....	106
8.3 Las escalas porcentuales de actitud hacia el dinero	107
8.4 Análisis financiero experto.....	108
8.5 Análisis económico medio	110
8.6 Análisis financiero básico.....	113
Capítulo 9: Estrategias de acción según el Modelo LOFB..	117
9.1 Doble interacción, estrés neutro – racionalidad entrenada ..	118
9.2 Doble interacción euforia grupal – racionalidad entrenada .	124
9.3 La doble interacción emoción latente – racionalidad entrenada	131
9.4 La doble interacción emoción pausada – racionalidad entrenada	138
Capítulo 10: Hacia un mejor entendimiento de las finanzas conductuales	145
10.1 La toma de decisiones económicas del inversor/ consumidor está basada en la generación de experiencias cognitivas	147
10.2 El inversor/consumidor genera atajos heurísticos en la toma de decisiones económicas	148
10.3 El inversor/consumidor genera escenarios de pánico económico.....	148
10.4 El inversor/consumidor es presa del consumismo.....	150
Anexos.....	151
El colombiano no se mide a la hora de gastar	151
Las emociones en el <i>trading</i>	155
<i>Marketing Mix</i>	160
Bibliografía	167

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. El anuncio de la crisis en Times New York.....	3
Figura 2. Daniel Kahneman.....	5
Figura 3. Gabriel Tarde.....	7
Figura 4. George Katona.....	8
Figura 5. Modelo de George Katona. Las cinco variables psicológicas del consumidor.....	9
Figura 6. Modelo de Fred Van Raaij. Integración de variables económicas con psicológicas	11
Figura 7. Pánico financiero	19
Figura 8. Sistemas cognitivos	21
Figura 9. Pensamiento automático.....	22
Figura 10. El mundo <i>fintech</i>	25
Figura 11. Efecto manada.....	34
Figura 12. Ansiedad del inversionista	36
Figura 13. Tu solo sigue el plan	37
Figura 14. El exceso de optimismo.....	38
Figura 15. Aversión a las pérdidas	39
Figura 16. Exceso de confianza	40
Figura 17. Tendencia dominó.....	42
Figura 18. La tendencia al presente	43
Figura 19. Inversionista/consumidor promedio	49
Figura 20. Inversionista/consumidor con habilidades de comerciante	50
Figura 21. Inversor/consumidor constructor	51
Figura 22. Inversor/consumidor con tendencias de comisionista de Bolsa.....	52
Figura 23. Inversor/consumidor juvenil.....	53
Figura 24. Inversor/consumidor ama de casa.....	54
Figura 25. Inversor/consumidor emergente de negocios ilícitos..	54

Figura 26. Modelo LOFB 1.0.....	59
Figura 27. Icono avaricia.....	65
Figura 28. Icono codicia.....	66
Figura 29. Icono del estrés por exceso de dinero.....	67
Figura 30. Icono urgencia manifiesta por dinero.....	68
Figura 31. Portada New York Magazine Julio 2012.....	69
Figura 32. Etapa 1 – Interacción euforia grupal.....	90
Figura 33. Escala porcentual actitud hacia el dinero.....	107
Figura 34. Procesos cognitivos.....	147
Figura 35. Pánico económico.....	149
Figura 36. Presos del consumo.....	150



Al final del libro está ubicado el código para que pueda acceder al Sistema de Información en Línea – **SIL**, donde encontrará archivos como el Modelo LOFB 1.0 Levels of behavior que servirán de complemento a la lectura del libro..

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Las funciones del dinero.....	63
Tabla 2. Punto de partida, el ser integral.....	75
Tabla 3. Las actitudes hacia el dinero.....	76
Tabla 4. Estados emocionales reinantes en la urgencia manifiesta por dinero	77
Tabla 5. Estados emocionales reinantes en la avaricia	78
Tabla 6. Estados emocionales reinantes en la codicia	79
Tabla 7. Estados emocionales reinantes en el estrés por exceso de dinero.....	79
Tabla 8. Etapa 1 - Interacción estrés neutro e inversión automática	84
Tabla 9. Etapa 1- Interacción emoción latente	96
Tabla 10. Etapa 1. Interacción emoción pausada	101
Tabla 11. Etapa 2. Racionalidad entrenada – análisis financiero experto	109
Tabla 12. Etapa 2. Racionalidad entrenada – análisis económico medio	112
Tabla 13. Etapa 2- Racionalidad entrenada – análisis financiero básico.....	115
Tabla 14. Doble interacción. Emociones reinantes - estrés neutro	121
Tabla 15. Doble interacción-escenario euforia grupal.....	128
Tabla 16. Doble interacción-escenario emoción latente.....	134
Tabla 17. Doble interacción-escenario emoción pausada	141

EL PODER DE LA EMOCIÓN EN LA INVERSIÓN

¿Qué espera alguien cuando invierte su dinero? ¿Buenos rendimientos? ¿Recuperar la inversión completa? ¿O simplemente experimentar la sensación de riesgo de ganarlo –o perderlo– todo en un segundo? El campo de las neurofinanzas, o finanzas conductuales, aborda la relación emocional entre el ser humano y el dinero, y puede llegar a explicar las razones detrás de la crisis financiera del 2008.

En esta obra el autor describe el papel de las emociones y el entorno financiero sobre el inversionista en su afán de riqueza, creación de valor y sostenibilidad. Para ello, utiliza un modelo propio de análisis de comportamiento (LOFB 1.0) que describe perfiles de inversores de acuerdo con su actitud hacia el dinero, racionalidad y capacidad de decisión en tiempo real.

Una obra que nos hará reflexionar sobre nuestros sentimientos hacia el dinero y la vasta influencia en nuestras vidas.

Colección: Ciencias empresariales

Área: Mercadeo y ventas

Andrés Cisneros Enríquez

Economista de la Universidad Militar Nueva Granada con una larga experiencia en el sector público y privado en gerencia de proyectos de desarrollo regional. Autor de Neuromarketing y Neuroeconomía: Código emocional del consumidor (2013).

ECOE
EDICIONES

www.ecoediciones.com

ISBN 978-958-771-397-8



9 789587 713978

e-ISBN 978-958-771-398-5