

Anche la psicologia influisce sulle nostre scelte di investimento

01 LA FINANZA COMPORTAMENTALE

Che cos'è? La branca degli studi economici che indaga i comportamenti dei mercati finanziari includendo nei propri modelli i principi di psicologia individuale e sociale.



02 ATTENZIONE AGLI ERRORI COGNITIVI

Conoscere i nostri punti deboli per evitarli

Che cosa sono gli errori cognitivi?

Distorsioni sistematiche nel giudizio, basate su una personale interpretazione della realtà che non necessariamente corrisponde all'evidenza.



QUALCHE ESEMPIO?

1 Effetto declinismo

Qualcuno più anziano di noi potrebbe esprimere questo concetto:

"...Una volta si stava meglio. I rendimenti pagati dai titoli di Stato erano più del **20%**, si guadagnava senza far nulla"

Si dovrebbe verificare però se, all'epoca, fosse davvero così. Abbiamo la tendenza a pensare che il mondo sia sull'orlo del fallimento e che le condizioni del passato segnassero invece una vera e propria età dell'oro.



2 Effetto bandwagon

Siamo portati a seguire l'opinione comune generale e a prendere determinate decisioni solo perché la maggior parte delle persone lo fa



BANDWAGON

=

CARROZZONE



3 Euristica della disponibilità

È una scorciatoia mentale che si basa su esempi immediati che arrivano alla mente di una determinata persona quando valuta un argomento, un concetto, un metodo o una decisione specifici

03 ANCHE LA CORNICE CONTA

Attenzione all'effetto framing



Ma c'è anche un altro errore cognitivo a cui prestare attenzione.



Siamo portati a decidere tra diverse opzioni in base al contesto e in particolare a come ci vengono presentate le loro conseguenze.

Un esempio basato su uno studio effettivamente realizzato*

Studio su un campione di 155 persone

Se si adotta il **programma A**, verranno salvate **200** persone

Se si adotta il **programma B**, c'è 1/3 di probabilità che **600** persone vengano salvate e 2/3 di probabilità che non si salvi nessuno

La domanda ai partecipanti era:

Quale dei due programmi favorireste?

72%

Programma A

La soluzione più razionale dovrebbe invece portare le persona a scegliere l'opzione B, perché esiste una possibilità su tre di salvare il triplo delle persone rispetto all'opzione A

*The Framing of Decisions and the Psychology of Choice, 1985 Amos Tversky & Daniel Kahneman

04 ATTENZIONE A NON SENTIRSI TROPPO ESPERTI

L'EFFETTO DUNNING-KRUGER

La storia

Gli psicologi David Dunning e Justin Kruger hanno teorizzato questo errore cognitivo nel 1999: meno sappiamo e più ci sentiamo sicuri, mentre se abbiamo più conoscenze tendiamo ad avere più dubbi.

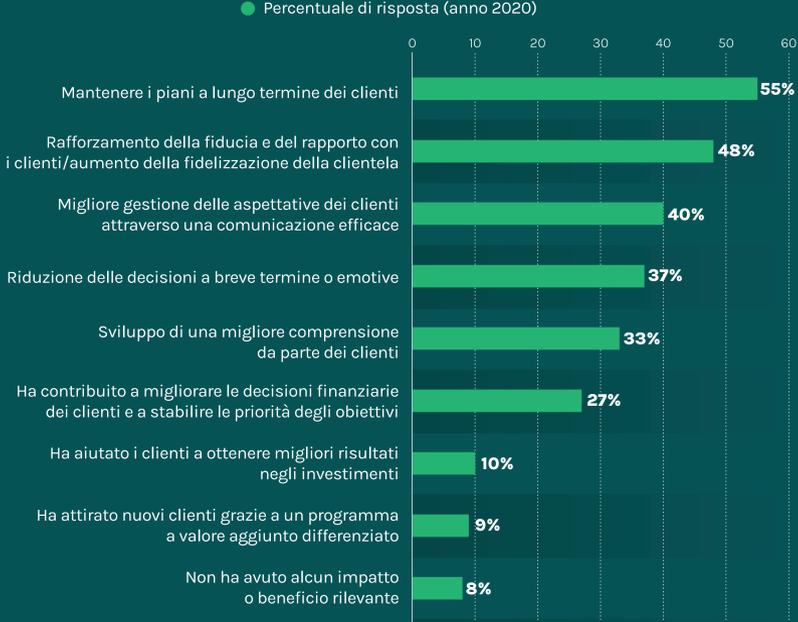


Per questo è necessario affidarsi a persone che conoscono bene il settore degli investimenti e del risparmio.

I principali benefici della finanza comportamentale

Gli operatori finanziari hanno indicato come questa disciplina può favorire investimenti consapevoli

● Percentuale di risposta (anno 2020)



Fonte: The Evolving Role of Behavioral Finance in 2020 Charles Schwab Corporation - Statista

05 COME NON INCAPPARE IN ERRORI

CI SONO ALCUNE REGOLE BASE CHE POSSONO ESSERE SEGUITE DA TUTTI



Non far entrare le emozioni nella pianificazione finanziaria

La considerazione dei risultati, delle risorse di partenza e dei prodotti di mercato, sono alcuni degli ingredienti fondamentali per una pianificazione finanziaria di successo



Evitare il trading a breve termine

È bene analizzare la situazione regolarmente ed evitare decisioni avventate causate dall'ansia finanziaria



Conoscere i propri limiti

La complessità dei mercati richiede un'attenzione che non tutti possono dedicare. Alcuni strumenti possono aiutarci a investire in modo "protetto"

06 EVITARE GLI ERRORI COGNITIVI SI PUÒ

È utile soprattutto per chi si affaccia al mondo della pianificazione finanziaria, che rischia di incorrere nelle distorsioni cognitive sopra rappresentate.



È importante avere informazioni corrette e un consulente esperto che consenta di analizzare tutti i fattori di evitare i più comuni errori cognitivi

Scarica l'infografica completa

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.