

Concepto

Coste hundido

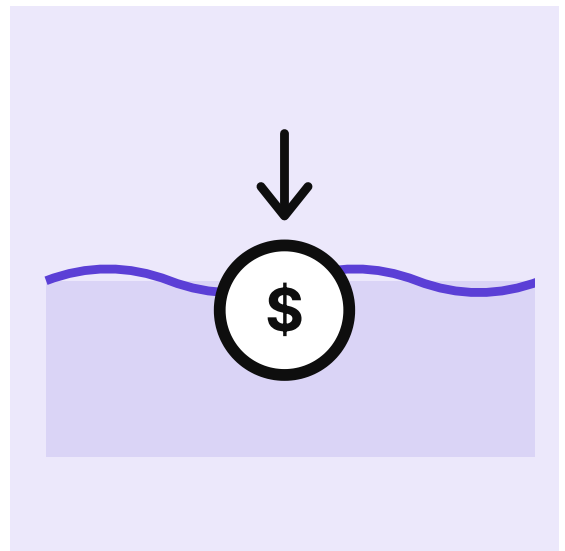
Seguimos con algo porque ya hemos invertido dinero, tiempo o esfuerzo en ello, aunque continuar no nos convenga.

En inglés

Sunk cost effect

Origen

Arkes y Blumer (1985)



Qué problema aborda

Explica por qué acabamos una película que no nos gusta, mantenemos proyectos que no funcionan o usamos lo que pagamos aunque ya no nos apetezca.

Un ejemplo

Has pagado dos viajes para el mismo fin de semana: uno de 100 \$ y otro de 50 \$ que prefieres. No puedes devolver ninguno.

La situación



El que prefieres

Mismo fin de semana. Ninguno se puede devolver.

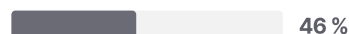
El dinero ya está gastado en los dos casos. Lo sensato es ir **al que prefieres**.

Lo que eligió la gente

Viaje A, el de 100 \$



Viaje B, el que prefieres



Porcentaje que eligió cada opción

El 54 % fue al viaje **de 100 \$**.

Ninguna elección recuperaba el dinero, pero el viaje más caro pesó más que el disfrute.

Por qué pasa



1 Ver perdido lo que invertimos duele, y queremos evitarlo.



2 Seguir se siente como no desperdiciar, aunque lo gastado no vuelva.



3 Abandonar parecería admitir que nos equivocamos.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Ayuda a decidir mirando hacia delante: qué gana la persona a partir de ahora.

✗ Evita

Recordar lo ya pagado para que alguien no cancele algo que no le sirve.

👁 Para no caer

Pregúntate: si no hubiera pagado nada, ¿seguiría con esto?

4,11 vs 3,3

Con descuento



Precio completo



Lo que dice la investigación

4,11 vs 3,3 obras de teatro vistas de media en la primera mitad de la temporada por quienes pagaron el abono completo, frente a quienes tuvieron descuento (Arkes y Blumer, 1985).

● ● ● **Evidencia sólida.** En la segunda mitad de la temporada la diferencia desapareció: el peso del gasto pasado se diluye con el tiempo.

Autores y obras

Richard Thaler (1980)

Lo describió como uno de los comportamientos del consumidor que la economía clásica no explica.

Hal Arkes y Catherine Blumer (1985)

Lo demostraron con dilemas y con un experimento real de abonos de teatro.

Conexiones

Se usa en

Diseño de servicios
Disciplina

Relacionado con

Aversión a la pérdida
Concepto

Contabilidad mental
Concepto

Fuentes

Fuentes originales

- Arkes, H. R. y Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35(1), 124–140. Ver fuente ([https://doi.org/10.1016/0749-5978\(85\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0749-5978(85)90049-4))
- Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39–60. Ver fuente ([https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7))

Última revisión: 22 de octubre de 2026