

# Los consumidores necesitan una referencia: la máquina de hacer pan

*Allá por los 80, salió al mercado la primera máquina automática de hacer pan, al precio de 270\$. La gente se preguntaba, ¿es cara, es barata, comparado con qué, con un Mercedes, con una tostadora?. El caso es que la gente la compraba.*

*Al poco tiempo apareció un fabricante que sacó al mercado una máquina de lujo de hacer pan, que tenía opciones y funciones adicionales, al precio de 500\$. Adivina qué ocurrió. Las ventas de la máquina barata se dispararon, porque ahora la gente sabía que 270\$ no era mucho dinero para gastar en una máquina de hacer pan, porque podían gastar 500\$. Evidentemente, la empresa que sacó la máquina cara al mercado, no lo hizo para aumentar las ventas de la barata; resultó ser que la cara fue un punto de referencia para la gente sobre lo que era caro y entonces la otra le pareció una ganga lo que provocó que se disparasen sus ventas.*



\*Contado por Barry Schwartz en el programa de «Redes para la ciencia», de Eduard Punset, «Por qué más es menos» ([programa parte 2](#))

Para entender el comportamiento del consumidor, necesitamos llevar nuestra mochila cargada de psicología ☐ .

Un placer,

[En twitter estoy por aquí: @aabrilru](#)