



IA

LAS EMPRESAS NOS EMPUJAN, ¿PERO EL GOBIERNO?

3 de octubre de 2017

Victor V. Claar

En las primeras horas del lunes [9 de octubre] por la mañana aquí en los Estados Unidos, la Real Academia Sueca de Ciencias anunció que había otorgado el Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en Memoria de Alfred Nobel a un solo destinatario, Richard Thaler de la Universidad de Chicago, por su trabajo en economía conductual. El trabajo de Thaler plantea preguntas importantes sobre la influencia del Estado sobre la acción humana.

A diferencia de otros premios Nobel que tienden a reconocer, en términos relativos, descubrimientos y logros recientes, el premio de Economía se ha otorgado históricamente a los economistas en reconocimiento de su trabajo que, con el tiempo, ha alterado significativamente, y de una manera duradera, el camino de la investigación teórica y empírica. Dicho de otra manera, los galardonados económicos normalmente no ganan el premio por méritos de logros aislados; en cambio, estos legendarios economistas a menudo desafían y deshacen los paradigmas prevalecientes de maneras que influyen en toda investigación futura. Los galardonados nos ayudan a entender mejor que antes el orden económico de las cosas.

Algunos años, dos o tres economistas compartieron el premio por sus contribuciones colectivas a una línea de investigación específica, pero este año Thaler, de 72 años, fue el único destinatario por sus logros acumulados en economía del comportamiento. En pocas palabras, la economía del comportamiento es la aplicación de conocimientos de otras ciencias sociales, como la Psicología, a la toma de decisiones que los agentes económicos como usted y yo enfrentamos todos los días. Considere el molesto problema del comportamiento inconsistente en el tiempo. Mañana será igual de importante para mí levantarme y comenzar mi día a las 5:30 a.m. como lo es esta noche. La elección que maximiza la utilidad con respecto a la hora de levantarse no debería depender de cuándo me lo pregunte. Sin embargo, aunque configuro mi alarma para las 5:30 de la mañana, cuando lleguen las 5:30, es probable que no cumpla con lo que sé que es el plan óptimo (levantarse a las 5:30) y, en su lugar, presione el botón de dormir una vez. O dos.

Aunque tal comportamiento inconsistente en el tiempo no encaja perfectamente en nuestra descripción del [homo economicus](#), la economía del comportamiento intenta aumentar los modelos económicos tradicionales para hacerlos más resonantes con nuestras propias experiencias y comportamientos. Más aún, los economistas del comportamiento, como Thaler, están convencidos de que incluso pequeñas desviaciones del comportamiento individual de las elecciones racionales predichas pueden sumar cambios significativos, más ampliamente para la sociedad, lejos de lo que la teoría económica pura podría haber sugerido, y que tales cambios acumulados pueden resultar costosos.

Estas son las buenas noticias: todos nosotros encontramos formas de lidiar con las limitaciones humanas articuladas por la economía del comportamiento. Por ejemplo, si me preocupa que mi persona a las 5:30 a.m. pueda tomar una mala decisión acerca de la alarma de dormir, esta noche podría colocar mi alarma en el otro lado de la habitación para que por la mañana tenga que salir de la cama para que deje de sonar.

Y, aunque no tiene sentido racional, todos nos involucramos en algún tipo de contabilidad mental en la que visualizamos nuestros ahorros, ¡que son fungibles!, como asignados específicamente a una variedad de gastos planificados en el futuro (por ejemplo, dinero para el alquiler, fondos para la universidad, ahorros para la jubilación). Algunos de nosotros aún mantenemos cuentas de ahorro en clubes navideños por temor a que no nos quede dinero para cuando lleguen las fiestas para comprar regalos para nuestros amigos y vecinos, aunque todo lo que tenemos que hacer es ahorrar en consecuencia. No es necesario que yo tenga varias cuentas



IA

bancarias para hacer lo correcto con los recursos ganados. Solo necesito planear y tener la disciplina para ahorrar según sea necesario.

La economía del comportamiento brinda una variedad de otras ideas para influir en nuestra toma de decisiones. Por ejemplo, tendemos a descontar las consecuencias para nuestro yo futuro de nuestras acciones de hoy. Sabemos que debemos comer mejor, pero no siempre lo hacemos. Pero si pudiéramos ver nuestro futuro yo, o incluso nuestros futuros perfiles de Facebook, con más claridad cuando consideremos si trabajamos, ahorramos, comemos brócoli o somos amable con los demás, nos comportaríamos de manera más consistente en el tiempo y nuestras vidas serían mejores por eso.

Tal vez la parte más interesante del legado de Thaler es que ha dado lugar a un fenómeno conocido como «unidades de empuje». Tomado del título del exitoso libro de Thaler, *Nudge* (coautor con Cass Sunstein), las unidades de empuje son agencias gubernamentales específicamente diseñadas para empujarnos a tomar decisiones que son mejores de lo que podríamos hacer de otra manera. Varios países, incluidos los [Estados Unidos](#) y el [Reino Unido](#), crearon esas [unidades de empuje](#), y su trabajo consiste en replantear las decisiones a las que nos enfrentamos para que podamos elegir mejores dietas, ejercicios, ahorros, etc. Aunque las unidades de empuje en los Estados Unidos [expiraron](#) con el final de la presidencia de Obama, los defensores de los empujones públicos argumentan que usted y yo todavía enfrentamos el mismo rango de opciones, aunque el posicionamiento inteligente de las opciones de la unidad de empuje podría orientarnos en una mejor dirección.

El marketing corporativo intenta todo el tiempo empujarnos. La opción C, que podría parecer poco convincente como una propuesta de «tómalo o déjalo» por sí misma, comienza a parecer notablemente atractiva una vez que hemos visto las opciones anteriores A y B. Nuestros empleadores y aseguradores intentan empujarnos hacia actividades de bienestar. Y cada padre trata de empujar a su hijo a un mejor comportamiento remarcando los riesgos para el joven.

Pero hay un costo fundamental que debe considerarse cuando el gobierno emprende la tarea de ser «empujador en jefe». Si bien es cierto que ese empujón puede alentarnos a adoptar el comportamiento correcto en el corto plazo, puede muy bien debilitar nuestra capacidad innata para hacer lo correcto simplemente porque es lo correcto. Si el empujón debilita nuestra capacidad para ver claramente las consecuencias futuras de nuestras propias acciones, o erosiona nuestra fortaleza para seguir adelante, corremos el riesgo de convertirnos en una sociedad de ovejas: yendo en cualquier dirección en la que nos empujen, sin ninguna capacidad para tomar decisiones virtuosas de nuestra parte.

Nota

La traducción del artículo «[Marketers 'nudge' us, but should government?](#)» publicado por el Acton Institute el 11 de octubre de 2017, es de [ContraPeso.info](#): un proveedor de ideas que sostienen el valor de la libertad responsable y sus consecuencias lógicas.

El campo de estudio de Richard H. Thaler es el de «Behavioral Economics», que puede ser traducido como Economía conductual, del comportamiento, de la conducta y otras más.

Thaler publicó un libro, en coautoría con Cass R. Sunstein, titulado [Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness](#) (2009).

La traducción de «nudge» es la idea de empujar suavemente, dar un pequeño codazo para llamar la atención y mover a la persona hacia algo; llevar su atención a otra cosa y persuadirla.