

## EL GRAN DESAFÍO DE DESCIFRAR LA INTERACCIÓN ENTRE LAS DIMENSIONES PSICOLÓGICAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA A TOMÁS BONAVÍA, DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN TRABAJO EN EQUIPO PARA LA MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN (TEMPO) Y PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA

### REDACCIÓN DE INFOCOP

Asistimos en el momento actual a una crisis económica generalizada en la que, según los expertos, diferentes dimensiones psicológicas de los agentes económicos como la confianza, la expectativas, etc., son algunos de los principales factores que podrían explicar la situación que estamos enfrentando. Cada vez son más los libros, los escritos, los programas o las políticas que utilizan los conocimientos psicológicos para explicar esta situación, predecir qué es lo que ocurrirá e iniciar cambios para superarla. Este área de conocimiento psicológico se denomina Psicología Económica y del Consumidor.

Infocop ha querido entrevistar a **Tomás Bonavía**, para comentar las aportaciones de la Psicología a la Economía, la situación actual de la Psicología Económica y los retos que esta disciplina ha de enfrentar.

**Tomás Bonavía**, es Profesor Titular del Departamento de Psicología Social de la Universidad de Valencia, Director de la Unidad de Investigación Trabajo en Equipo para la Mejora de la Producción y la Organización (TEMPO), y miembro de la Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor (UIPEC) desde su constitución. Es, asimismo, profesor de la asignatura de Psicología Económica desde su implantación en la Universidad de Valencia y coordinador de la misma en diferentes años,



Tomás Bonavía

así como coautor de los libros *Psicología y Economía* y *Psicología Económica: Fundamentos Prácticos*. Además, ha publicado sus trabajos en distintas revistas científicas nacionales e internacionales.

### ENTREVISTA

**Infocop:** *En los últimos años, han ido proliferando los libros y escritos sobre cómo las dimensiones psicológicas pueden influir en la Economía. No obstante, ésta es un área de la Psicología con una larga tradición. Como especialista, ¿podría explicarnos en qué punto se sitúa este campo en España?*

**Tomás Bonavía:** En España, no deja de ser una especialidad relativamente reciente, lo cual no es obstáculo para que

haya experimentado un notable desarrollo en los últimos tiempos. Una prueba de ello es esta entrevista y otros artículos relacionados que *Infocop* dedica a la Psicología Económica y del Consumidor, que es como los conocedores de este tema preferimos denominar a esta especialidad. Hubo un monográfico muy anterior, en 1999, de la revista *Información Psicológica*, que posiblemente se tratase del primer monográfico de una revista en nuestro país dedicado a este ámbito. Los autores que colaboramos en ese monográfico respondimos desde diferentes vertientes y con distintos enfoques a la divulgación de la Psicología Económica y del Consumidor en España.

Actualmente, tanto en las universidades madrileñas como en las catalanas existen equipos de investigación activos en estos temas. Y desde luego no somos las únicas universidades en nuestro país en las que existen personas y grupos interesados en el desarrollo de este área. Este interés existe tanto desde las Facultades de Psicología como también, lo que resulta muy interesante, desde las Facultades de Economía. La Economía Conductual también va consolidándose en nuestro país con gran fuerza y con unas inmejorables perspectivas de desarrollo. Cuanto antes podamos estrechar vínculos y reforzar nuestra identidad y visibilidad, mejor que mejor, porque la tarea que nos ocupa plantea un gran desafío que puede tener

importantes repercusiones para el bienestar del ser humano.

**I.: La Universidad de Valencia cuenta con la Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor (UIPEC) pionera en España. Usted colabora muy estrechamente en esta unidad. ¿Podría explicarnos qué es la UIPEC? ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Qué proyectos se están desarrollando?**

**T.B.:** Hablar de la *Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor* y de **Ismael Quintanilla**, su Director, es hablar de una misma cosa. Es justo reconocer el trabajo de los pioneros, de las personas autodidactas que han sabido encontrar su camino para avanzar en la dirección adecuada. Así es UIPEC y así es su director. Su principal finalidad es el estudio de las conductas económicas con una fuerte impronta interdisciplinar. Por ello, en nuestra Unidad se han abordado diferentes líneas de investigación. En su momento fue de destacar, porque la ocasión era propicia para ello, una de nuestras primeras investigaciones acerca de la llegada del Euro y todos los análisis relacionados con el dinero como concepto social además de económico. Nuestro grupo formó parte activa de una investigación internacional por medio de la cual encontramos diferentes segmentos -o grupos de ciudadanos- en nuestro país con distintas actitudes y problemáticas relacionadas con este tema. La conducta del consumidor y muchas de sus manifestaciones (conductas ecológicas, bienestar, el efecto de la publicidad en los niños o la compra compulsiva) siempre han formado parte de los intereses de UIPEC a lo largo de estos años.

Como prueba de la diversidad de intereses que nos mueven, terminamos el año pasado un proyecto competitivo financiado por el Ministerio de Educación y

Ciencia con el objetivo de analizar las relaciones que se establecen entre la cultura organizacional, la gestión del conocimiento y los resultados científicos y tecnológicos que obtienen los grupos de I+D. Esto es así porque la conducta laboral en contextos organizados es también un comportamiento económico en el que confluyen, de una forma muy evidente en su explicación, variables económicas y psicológicas. Para terminar, actualmente se está llevando a cabo un proyecto conjunto con la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), avalado por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), titulado *Perfil de Emprendedores en Instituciones de Microcrédito* cuyo objetivo es analizar las variables psicológicas y económicas que inciden en la devolución de los préstamos concedidos.

**I.: Actualmente, nos encontramos sumidos en una crisis económica a nivel global. Como experto, y en relación con el conocimiento científico disponible, ¿podría indicarnos cuáles son, si existen, los principales predictores o indicadores psicosociales de una crisis económica?**

**T.B.:** Expectativas y confianza son dos de las variables claves. El juego que se establece entre las expectativas futuras (qué pensamos que va a suceder en los próximos meses o años) y nuestro grado de confianza (el de todos los agentes económicos), puede determinar en muy buena medida la aparición de una crisis económica y su evolución. En este caso, han sido, simplificando mucho, las decisiones de unos pocos altos directivos de algunos grandes bancos las que han deteriorado la confianza de los ciudadanos (sean consumidores, empresarios u otros

banqueros) en el sistema financiero, hasta tal punto que hemos estado muy cerca de que sucediera una gran catástrofe económica. Y, así hubiera sido, si el sector público no hubiera acudido al rescate del sector privado ¡una vez más!, de la mano de políticos valientes que han sabido adoptar -de nuevo- decisiones arriesgadas. Como vemos, pues, lo que tenemos en el fondo son un conjunto de variables esencialmente psicológicas que, según cómo se *interpreten* en conjunción con otras variables económicas (por ejemplo, el abultado endeudamiento de las arcas públicas al que asistimos actualmente como consecuencia de lo anterior) pueden condicionar nuestro futuro a corto y medio plazo. ¿Qué puede suceder? Nadie lo sabe ni lo puede saber porque, aunque lo deseemos con mucha fuerza (los políticos, los primeros), el peligro aún no ha pasado. Va a depender, precisamente, del juego de relaciones que se establezca entre estas variables, y, como no se trata de unas relaciones puramente mecánicas, tendremos que estar muy atentos a los indicios que puedan darse. En España, por ejemplo, los últimos datos indican que está aumentando la confianza de los consumidores y parece que el crédito financiero (que en lo esencial no depende más que de la confianza que se establece entre prestamista y prestatario) va poco a poco regularizándose. Son buenos indicios, pero en cualquier momento pueden dar un vuelco que den al traste con las expectativas generadas. El miedo, otro sentimiento muy humano, podría ser el causante de un cambio en la situación.

**I.: Parece que algo está comenzando a cambiar porque, entre otros elementos, muchas de las políticas que se están llevando a cabo en EEUU por parte del equipo de gobierno de Barack Obama se están fundamentando en los principios**

*psicológicos del cambio. ¿Cuál es su opinión al respecto? ¿Está también ocurriendo esto en España?*

**T.B.:** Resulta de lo más curioso que también haya sido **Obama** el que nos haya tenido que recordar a nuestros clásicos, o ¿es que ya hemos olvidado las aportaciones de **Kurt Lewin**? Pareciera como si cada tiempo necesitara su “mesías” y nosotros ya hayamos elegido el nuestro. Me da miedo pensar qué podrá suceder si **Barack Obama** no está a la altura de las circunstancias que le ha impuesto la historia.

Pero centrándome en la pregunta, los psicólogos ya somos especialistas en cambiar con éxito las conductas en muy diferentes ámbitos (en la salud, en las organizaciones educativas, en el trabajo, en el deporte, en el consumo, en la carretera, en contextos comunitarios y sociales, y así en un amplio etcétera). Para lograr estos cambios, utilizamos distintas estrategias y enfoques teóricos. El conductismo es uno de ellos. Lo que sucede ahora en mayor medida que antes es que los economistas están descubriendo las posibilidades que el conductismo ofrece para cambiar la conducta de los ahorradores, los consumidores o los trabajadores. Los incentivos juegan un papel fundamental en estos cambios. Las políticas que ahora se están aplicando en EE.UU., como los planes para que los ciudadanos cambien sus coches viejos por otros nuevos o sus electrodomésticos, se basan en la utilización de estos incentivos y, por cierto, ya han sido aplicadas con anterioridad en España sobre la base de los mismos principios. Y, como conocemos bien los psicólogos, el conductismo no es la única posibilidad, siendo el cognitivismo otra gran fuente de inspiración. Por poner un ejemplo sencillo, se sabe que la opción “por defecto” (típica en los ordenadores) la elegimos sensiblemente en un mayor número de casos que el resto de alternativas posibles (una proporción de 80 a 20).

Aplicado a los planes de jubilación voluntarios, esto significa que, la tasa de incorporación a los planes de pensiones en donde se presume su consentimiento superará ampliamente a aquéllas en donde ésta ha de ser explícita, con diferencias que van de más del 80% a menos del 20%, respectivamente. Precisamente, esta estrategia es la que ha elegido mi universidad recientemente en la implantación de los nuevos planes de pensiones complementarios para los funcionarios públicos (estrategia que probablemente se está aplicando de manera generalizada). “Por defecto”, todos pasamos a formar parte de este plan con la posibilidad, como no podía ser de otra manera, de poder darse de baja en el caso en que uno no esté interesado mediante un sencillo procedimiento. Ya podemos imaginar lo que va a suceder, casi nadie va a querer excluirse de este plan, por lo que podemos augurarle un gran éxito a esta iniciativa. ¿Qué hubiera sucedido si cada uno de nosotros hubiésemos tenido que dar explícitamente nuestro consentimiento? Aparte de consideraciones relacionadas con la gestión administrativa, que no son lo más importante en este caso, es indudable que los resultados hubieran sido completamente distintos.

**I:** *¿A qué retos se enfrenta la Psicología Económica como disciplina?*

**T.B.:** En mi opinión, la gran aportación de la Psicología Económica consiste en poner de manifiesto que las variables económicas y psicológicas (¡sí es que las variables tienen “dueños”!, pero me van a permitir esta licencia para poderme explicar mejor) se retroalimentan, es decir, que no se pueden establecer sin más efectos directos y mecánicos de unas sobre otras. La Economía ha avanzado a pasos agigantados en la comprensión de cómo las variables económicas se influ-

yen entre sí. El progreso de las ciencias económicas en el siglo pasado es incuestionable. Hemos avanzado también en la comprensión de cómo las variables económicas afectan a las psicológicas. Pero aún nos queda un largo camino para saber más acerca de cómo las variables psicológicas inciden en las económicas, y más largo aún para llegar a conocer cómo interaccionan entre sí recíprocamente. Éste último es, sin duda, el gran desafío que tiene planteado hoy por hoy la Psicología Económica (en este sentido, puede ser muy ilustrativo leer la editorial que el *Presidente* del COP, **Francisco Santolaya**, escribía en la versión *on-line* de *Infocop* en mayo de 2009).

**I:** *Para finalizar, ¿le gustaría añadir algo más?*

**T.B.:** Agradecerles que hayan pensado en mí para llevar a cabo esta entrevista. Tenemos que seguir sumando esfuerzos entre todos. Los problemas, ya se trate de una crisis económica o del aumento de las enfermedades mentales (en el que también intervienen frecuentemente variables económicas), son problemas que requieren soluciones y no dueños. Y con el tiempo se va demostrando que las soluciones a los problemas complejos de nuestro tiempo provienen de las aportaciones de varias disciplinas. Así esta ocurriendo con las Neurociencias. En nuestro campo, seguramente el ejemplo más destacado sea **Daniel Kahneman**, psicólogo y Premio Nobel de Economía por sus aportaciones a la hora de integrar ambas disciplinas (y contamos con ilustres precedentes como **Herbert A. Simon**, también Premio Nobel de Economía). Por ello, psicólogos y economistas tenemos que trabajar juntos porque los problemas a los que nos enfrentamos así lo exigen y no admiten demoras.