



Revista de Ciencias Sociales (Ve)

ISSN: 1315-9518

cclemez@luz.ve

Universidad del Zulia

Venezuela

Fernández-Huerga, Eduardo

La motivación en la toma de decisiones: una concepción alternativa

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XVIII, núm. 1, enero-marzo, 2012, pp. 41-57

Universidad del Zulia

Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28022785004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## La motivación en la toma de decisiones: una concepción alternativa

Fernández-Huerga, Eduardo\*

### Resumen

La teoría económica convencional supone que la motivación humana está dirigida hacia una única meta: la maximización de la utilidad. Frente a ello, este trabajo presenta un estudio descriptivo-documental, cuyo objetivo es ofrecer un modelo alternativo de motivación. La idea básica del mismo es que la motivación es un fenómeno complejo, dirigido hacia la cobertura de varias metas diferenciadas: las necesidades y deseos del individuo. Estas metas están organizadas en una estructura jerarquizada, que presenta unas características específicas asociadas a los principios de crecimiento de las necesidades, saciamiento y no independencia. El objetivo último es la satisfacción de esas metas, lo que presupone la construcción de unos niveles de aspiración adaptativos. Tanto la construcción de esos niveles como la identificación de la estructura de necesidades y deseos son procesos cognitivos; en un contexto sujeto a incertidumbre y con individuos con capacidades racionales y cognitivas limitadas, estos procesos están condicionados por el entorno socioinstitucional. Esta concepción de la motivación resulta más realista que la de la economía convencional y concuerda con los resultados de otras ciencias, como la psicología, sociología y las neurociencias. No obstante, este modelo no es un cuerpo teórico cerrado, sino abierto a la posibilidad de acoger mejoras.

**Palabras clave:** Motivación, toma de decisiones, necesidades, deseos, modelo alternativo.

### *Motivation in Decision Making: An Alternative Concept*

### Abstract

Conventional economic theory assumes that human motivation is directed toward a single goal: the maximization of utility. Contrary to this view, this paper presents a descriptive and documentary analysis that aims to provide an alternative model for motivation. The basic idea of this model is that human motivation is a complex phenomenon, directed toward covering several different goals: the needs and wants of the individual. These goals are organized in a hierarchical structure that presents specific characteristics associated with growth principles for needs, satiation and non-independence. The ultimate objective is to satisfy those goals, presupposing the construction of some adaptive aspiration levels. Both the construction of these levels and iden-

\* Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Doctorando en Economía. Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, adscrito al Departamento de Economía y Estadística. Universidad de León. España. E-mail: eduardo.fernandez@unileon.es

tification of the needs and wants structure are cognitive processes; in a context subject to uncertainty and among individuals with limited cognitive and rational capacities, these processes are conditioned by the socio-institutional environment. This concept of motivation is more realistic than the vision from the conventional economy and is consistent with the findings of other sciences, such as psychology, sociology and neuroscience. However, this model is not a closed theoretical body, but is open to the possibility of incorporating improvements.

**Keywords:** Motivation, decision making, needs, wants, alternative model.

## Introducción

Los resultados de cualquier análisis económico, especialmente en el ámbito micro, están condicionados por los supuestos adoptados sobre cómo se comportan los individuos y cómo toman sus decisiones. A su vez, la concepción de la motivación desempeña un papel clave dentro del modelo de conducta, pues es el elemento que permite identificar cuáles son los objetivos que guían cualquier actuación. La motivación podría definirse como el proceso que activa e impulsa el comportamiento hacia el logro de metas particulares (Kaufman, 1989, 1999a, 1999b). La visión típica de la economía ortodoxa asume que la conducta humana está guiada hacia la consecución de una meta concreta: la *maximización* de la *utilidad*. Dado que normalmente los recursos son insuficientes para cubrir los deseos del individuo, éste debe efectuar una elección (racional) entre las distintas opciones disponibles. El objetivo último de maximizar la utilidad puede ser alcanzado, entre otras razones, porque se asume que el individuo tiene una relación de *preferencias ordenadas* respecto a sus deseos y a los bienes que los satisfacen, siendo esta relación *conocida* por el agente, *consistente* y *estable* a lo largo del tiempo. Adicionalmente se suele asumir también que la estructura de preferencias presenta rasgos como la *transitividad*, la *continuidad* y el *no saciamiento*.

Varios son los aspectos recogidos en esta visión panorámica –quizás excesivamente simplista, por razones expositivas– que han suscitado críticas desde diferentes ámbitos de la literatura psicológica, sociológica y, por supuesto, desde distintos enfoques económicos. En este sentido, este trabajo trata de presentar los rasgos básicos que podrían definir un modelo alternativo de motivación de los individuos; en concreto, este modelo hunde sus raíces en los fundamentos de la economía institucionalista y, sobre todo, poskeynesiana (en adelante, I/PK), aunque también muestra afinidades con otros enfoques e, incluso, con otras ramas de las ciencias económicas y empresariales y de las ciencias sociales. No obstante, el objetivo fundamental no es tanto realizar una revisión exhaustiva de dicha literatura, sino presentar de forma estructurada un posible esqueleto teórico que pueda facilitar su comprensión y difusión, promover la aparición e incorporación de nuevas mejoras teóricas y favorecer su aplicación práctica a cualquier circunstancia del ámbito económico que involucre un comportamiento humano. Para ello se describen también los supuestos y características básicas que subyacen tras el modelo de conducta de la economía dominante, no tanto para poner de manifiesto sus deficiencias, cuanto para facilitar la comprensión y exposición ordenada del modelo I/PK así como la comparación entre ambos.

## 1. El objetivo perseguido: la utilidad vs. la cobertura de necesidades y deseos

El primer supuesto básico sobre el que se construye el modelo de motivación de la economía dominante es que el comportamiento del ser humano está orientado hacia una meta concreta y única: la maximización de la utilidad. Detrás de esta concepción se esconde el supuesto adicional de que todos los deseos de los individuos –y los bienes o atributos susceptibles de satisfacerlos son comparables entre sí– y, por tanto, potencialmente sustituibles– y reducibles a una escala de valoración común: su capacidad para aportar utilidad (Georgescu-Roegen, 1954; Lutz y Lux, 1979; Lavoie, 1992).

Como es sabido, fue Jeremy Bentham quien en el siglo XVIII introdujo el concepto de utilidad, asimilándolo al placer, y quien impulsó la idea –esbozada ya por los griegos– de que el valor económico de todos los bienes podía condensarse en este único elemento, convirtiéndolo así su búsqueda en el motor de toda conducta humana. Las críticas vertidas hacia este modelo por sus endeblecimientos psicológicos provocaron una reacción dirigida a liberar el concepto de utilidad, y en general la teoría de la elección, de cualquier sustrato psicológico, argumentando que era irrelevante para el análisis económico; estos esfuerzos tuvieron su plasmación en los desarrollos teóricos en torno a la utilidad ordinal y, en último término, en el surgimiento del enfoque de las preferencias reveladas (Samuelson, 1938). De cualquier forma, el concepto de utilidad nunca ha dejado de estar dentro del núcleo del análisis económico convencional, ya sea de forma explícita o implícita; de igual manera, la supuesta liberación de la teoría de la elección de cualquier sustrato psicológico resulta muy

cuestionable (Sen, 1973), entre otras razones porque con frecuencia se transgreden estos límites y se comparan la utilidad o el resultado de la elección con conceptos como los de “felicidad”, “satisfacción” u otros similares, con alto contenido psicológico (Kaufman, 1999b).

Frente a esta perspectiva, en el enfoque I/PK se considera que la conducta del ser humano es, generalmente, *intencionada*<sup>1</sup>, pero no se presupone que esté guiada hacia una meta única y concreta. En todo caso, podría aceptarse que el objetivo último es alcanzar la felicidad, pero ésta es una meta genérica, que muchas veces no presenta una conexión clara y directa con la mayoría de las innumerables actuaciones a que se enfrenta cotidianamente el individuo. Por ello, resulta más correcto identificar el núcleo de la motivación con el conjunto de submetas específicas que persigue el ser humano; de hecho, la mayoría de definiciones de felicidad suelen identificar ésta con el avance hacia la consecución de las metas importantes en la existencia humana y con la sensación subjetiva de satisfacción con la vida en general y en sus diferentes facetas. El problema se traduce entonces en identificar ese conjunto de submetas, así como la estructura o relaciones existentes entre ellas.

En este sentido, para el enfoque I/PK la motivación humana está dirigida hacia la satisfacción de sus distintas *necesidades y deseos* (Pasinetti, 1981; Hodgson, 1988; Lavoie, 1992, 2004; Reisman, 2002). Aunque obviamente no es un tema exento de discusión, se puede afirmar que las necesidades tienen una naturaleza objetiva y universalizable, en el sentido de que hacen referencia a prerrequisitos o a elementos de carácter indispensable, mientras que los deseos dependen de estados subjetivos y están asociados a preferencias, gustos o aspiraciones (Lutz y Lux, 1979; Do-

yal y Gough, 1984, 1991/1994; Berry, 1999). Una necesidad (alimentarse) existe aunque un individuo no desee satisfacerla (por ejemplo, por estar en huelga de hambre) o aunque no sepa que la tenga o no sea consciente de ella (una operación quirúrgica por una enfermedad no diagnosticada); por el contrario, una persona no puede desear algo que no conoce y sí puede desear algo que no necesita. En esta línea, Doyal y Gough (1984, 1991/1994) han analizado los diferentes usos aplicados a los términos de necesidad y deseos, y han asociado el primero de ellos a *metas* aplicables a la generalidad de los seres humanos y los segundos a metas no universalizables o a gustos derivados de las preferencias individuales o del entorno sociocultural. En consecuencia, los deseos pueden referirse o bien a metas que no son estrictamente catalogables como necesidades, o bien, de forma más general, a las diferentes formas (o preferencias) de satisfacer una determinada necesidad (Lutz y Lux, 1979); en cualquier caso, las necesidades siempre presentan un carácter superior (o una prioridad lexicográfica) sobre los deseos.

La distinción entre deseos y necesidades y la consideración de éstas como las principales metas que dirigen la conducta humana sitúa el foco de atención en el estudio de su estructura y características. En este sentido, resulta habitual recurrir a la jerarquía de necesidades de Maslow (1954/1991) como punto de partida del análisis, si bien es cierto que la idea de una ordenación de necesidades no era totalmente novedosa ni ajena al trabajo de muchos economistas<sup>2</sup>. El enfoque psicológico humanista de Maslow ha tenido una influencia incuestionable, aunque sus consecuencias prácticas sobre el modelo de agente de la corriente económica dominante hayan sido escasas. No obstante, la propuesta de Maslow también ha sido objeto de diversas críticas (Doyal y

Gough, 1991/1994; Reisman, 2002). Los intentos de vencer estos problemas han tenido quizás su plasmación más sólida en las aportaciones de Doyal y Gough (1984, 1991/1994), quienes han tratado de superar el carácter unidimensional de la jerarquía de Maslow describiendo la estructura de necesidades como una especie de sistema o de red de interrelaciones.

En cualquier caso, el elemento clave es que la inclusión de las necesidades en el análisis de la motivación conduce a reconocer que existen diversas metas *diferenciadas*, e incluso, a admitir la presencia de un cierto orden de prioridades. La aceptación de la diferenciación de metas encauza el análisis hacia la formulación de uno de los principios básicos del modelo de elección I/PK: el principio de irreductibilidad de las necesidades (Georgescu-Roegen, 1954). Según él, la satisfacción de distintas necesidades no resulta comparable entre sí (desde luego no cuantitativamente), ya que implica fines diferentes y por tanto valores distintos (Lutz y Lux, 1979; Eichner, 1985; Lavoie, 1992; Schefold, 1997; Reisman, 2002). Como resultado, no es posible reducir todos los deseos a una escala de valoración común, sino que sólo son comparables entre sí –y potencialmente sustituibles– aquellos que están incluidos dentro de una misma necesidad. Esto hace que los efectos sustitución sólo puedan estar presentes dentro de grupos de deseos o de bienes similares (asociados a una misma necesidad), lo que a su vez implica que no sean tan relevantes como suele asumir la corriente económica dominante (Arestis, 1992; Lavoie, 1992).

Por otra parte, el enfoque I/PK de la motivación permite incorporar mejor el papel que desempeñan las emociones y sentimientos de los individuos. Dejando al margen la influencia que las emociones pueden ejercer sobre otras fases del comportamiento humano,

su incidencia sobre la motivación del individuo presenta al menos una doble vertiente. En primer lugar, las emociones pueden condicionar la intensidad con la que éste se va a movilizar para la acción y el nivel de energía que destinará para alcanzar los objetivos que guíen su actuación (Kaufman, 1999a; Beckmann, 1999). En segundo lugar, en muchos casos las emociones son, en sí mismas, el objetivo cuya búsqueda moviliza el proceso de motivación. La visión más ortodoxa contenida en el *homo economicus* simplifica esta realidad al considerar que todas las metas se pueden reducir a la obtención de un beneficio individual, con lo que, empleando un razonamiento tautológico, entierra la mayor parte de características psicológicas del ser humano para destacar únicamente su carácter egoísta (Lutz y Lux, 1979). Esto supone, por ejemplo, ignorar que la satisfacción que puede obtener un individuo a través de un comportamiento altruista, aunque acabe generando un “beneficio” para sí mismo, no es comparable ni sustituible por otras conductas de naturaleza egoísta, ya que satisfacen necesidades diferentes.

El hecho de contemplar el papel de las emociones conlleva dos consecuencias adicionales. En primer lugar, supone reconocer la existencia del “yo” como entidad psicológica específica, enriqueciendo su contenido al concebir al individuo como algo más que la simple suma de un sentimiento egoísta, una colección de preferencias ordenadas y un cerebro que posibilita cálculos perfectos (Kaufman, 1999b); esto permite explicar mejor muchos episodios de la actuación humana, conduce a acomodar con mayor facilidad las diferencias percibidas en el comportamiento de los individuos y posibilita la consideración de la conducta motivada internamente (Deci, 1975; Frank, 1988; Kaufman, 1999b; Niemiec *et al.*, 2009). En segundo lugar, supone

reconocer necesariamente el carácter social de la motivación; esto es así, por un lado, porque gran parte de las emociones de un individuo sólo pueden surgir por su relación con otros y, por otro, porque las emociones tienen un componente cognitivo –y, por ende, social– importante, en el sentido de que están relacionadas con creencias sobre lo que se considera “normal”, o “justo”, o sobre lo que se piensa que “puede suceder” en un futuro (Elsater, 1998).

## **2. La relación de preferencias en la teoría convencional vs. la estructura de necesidades y deseos en el modelo alternativo**

### **2.1. Las características de la relación de preferencias en la teoría convencional**

El segundo supuesto clave del modelo de motivación de la economía dominante, que hace posible que los individuos puedan guiar su comportamiento hacia la maximización de la utilidad, es que existe una relación de preferencias ordenadas de los deseos de los individuos (y de los bienes o atributos que los satisfacen) que presenta, además, una serie de características particulares<sup>3</sup>. El primero de esos rasgos es que la relación de preferencias es *conocida* por el individuo; en otras palabras, se asume que el individuo *conoce* qué es lo que le proporciona utilidad/felicidad, así como en qué cuantía lo hace o al menos en qué orden. La mera observación sugiere que hay muchos casos en los que esto no es así; además, los estudios psicológicos y la evidencia empírica también parecen poner en cuestión este supuesto. Rabin (1998), por ejemplo<sup>4</sup>, tras revisar algunos de los sesgos que cometen los individuos al valorar a priori el bienestar derivado de sus posibles decisiones, concluye que éstos tienden sistemáticamente a incurrir en

errores de percepción. Aún más, en ciertos contextos la construcción y conocimiento de las preferencias individuales exige la adquisición previa de ciertas habilidades y cualificaciones (Pagano, 2000). El elemento clave que se esconde detrás de todos estos problemas es el hecho de que la identificación de aquello que proporciona utilidad al individuo (o que le hace feliz) y que, por tanto, protagoniza el proceso de motivación humana –en el caso del modelo I/PK, la identificación de la estructura de necesidades y deseos–, es, en una parte importante, un *proceso cognitivo*. Esta circunstancia lleva aparejadas varias consecuencias, de entre las cuales merece la pena resaltar dos: en primer lugar, que está sujeto a las restricciones y condicionantes que plantea el entorno y a las limitaciones cognitivas del ser humano; en segundo lugar, que como todo proceso cognitivo está condicionado por el entorno institucional, social y cultural a través del cual se desarrolla (Hodgson, 1988).

Además, en el modelo de la economía dominante se suele asumir que la relación de preferencias de los individuos presenta otras características como la consistencia y estabilidad, la transitividad, la continuidad y el no saciamiento. Sin embargo, en los últimos años, y fundamentalmente gracias a los avances desarrollados en el campo de la psicología económica, se han identificado muchos fenómenos que ponen en tela de juicio estas características e incluso el modo de valoración de la utilidad que se suele asumir convencionalmente<sup>5</sup>. A modo de síntesis, podríamos mencionar los siguientes aspectos:

- Problemas con la valoración de la utilidad:
  - La evidencia muestra que los individuos son más sensibles ante cambios respecto a algún nivel de referencia que

a modificaciones en la magnitud absoluta de utilidad (Helson, 1964).

- Los efectos marginales en la utilidad o en el bienestar experimentado tienden a ser mayores (menores) cuanto más cerca (lejos) se produce el cambio respecto al nivel de referencia (Kahneman y Tversky, 1979; Tversky y Kahneman, 1981).
- Los individuos suelen mostrar una aversión significativamente mayor a sufrir pérdidas que la valoración que otorgarían a ganancias de magnitud similar (Kahneman *et al.*, 1991; Tversky y Kahneman, 1991).
- Efecto dotación: los individuos tienden a valorar más un bien una vez que pasan a poseerlo que previamente o, al menos, tienden a reclamar más dinero por dejar de tenerlo que lo que estarían dispuestos a pagar por adquirirlo (Thaler, 1980; Knetsch y Sinden, 1984; Knetsch, 1989; Kahneman *et al.*, 1990).
- Sesgo de status quo: en el contexto de elecciones múltiples, los individuos tienden a preferir permanecer en su estado inicial antes que involucrarse en cambios que implican la pérdida de algunos bienes y la ganancia de otros, incluso en casos en los que las ganancias puedan superar a las pérdidas (Knetsch y Sinden, 1984; Samuelson y Zeckhauser, 1988; Kahneman *et al.*, 1991).
- Problemas con la consistencia y estabilidad de las preferencias:
  - Algunos de los fenómenos previamente mencionados, como el efecto dotación y el sesgo de status quo, sugieren por ejemplo que la relación de preferencias puede presentar problemas de estabilidad, variando según que se posea o no alguno de los bienes afectados por la elección.

- Efectos de contexto: el resultado de la elección puede estar influenciado por el conjunto de alternativas puestas bajo consideración (Simonson y Tversky, 1992).
- Efectos de enmarcado: dos procesos de elección que sean equivalentes lógicamente (con un valor esperado de las alternativas similar), pero que sean distintos en la presentación formal de las opciones, pueden conducir a un resultado diferente por parte del decisor (Tversky y Kahneman, 1981, 1986).
- Efecto aislamiento: la tendencia de los individuos a simplificar los procesos de elección obviando los elementos comunes a las distintas alternativas puede conducir a distintas elecciones según la forma concreta en que se descompongan las alternativas en sus distintos componentes (Kahneman y Tversky, 1979).
- Inversión de preferencias: cuando un individuo se enfrenta a dos posibles juegos (o a dos alternativas cuyo resultado está sujeto a riesgo) que presentan un valor esperado parecido, puede atribuir un precio (valor) mayor a uno y sin embargo escoger el otro (Tversky *et al.* 1990; Tversky y Thaler, 1990).
- Problemas de estabilidad en elecciones intertemporales: la evidencia empírica parece mostrar que la tasa a la que, en su caso, descuentan los individuos la utilidad futura varía enormemente según la situación concreta de que se trate (Loewenstein y Thaler, 1989; Loewenstein y Prelec, 1992); este hecho sugiere que los individuos no utilizan una única tasa de descuento para efectuar sus elecciones o bien que ni siquiera realizan éstas a través del cálculo

racional que tradicionalmente se suele asumir (Rabin, 1998).

- Problemas de intransitividad en la relación de preferencias: se aprecia a veces en contextos de elección sencillos y se multiplica en aquellos casos en los que están implicados bienes que presentan múltiples atributos diferentes (Tversky, 1969).
- Problemas con el supuesto de continuidad de las funciones de preferencias: esto exige que los bienes o atributos sujetos a elección sean divisibles y sustituibles entre sí, lo que a su vez requiere que todos ellos sean comparables según alguna base de medición común, que sean medibles cuantitativamente (en fracciones infinitesimales) y que cualquier cantidad de esos bienes o atributos sea una alternativa de elección viable. La experiencia propia pone en tela de juicio la aceptación de este supuesto.
- Problemas con el supuesto de no saciación: supone que para cualquier bien o atributo siempre es aplicable el principio de que lo que moviliza la conducta es obtener la mayor cantidad posible del mismo; este enfoque, por tanto, excluye la posibilidad de que exista satisfacción y adopta la presunción de que siempre hay una situación de carencia. Al igual que en el caso anterior, la experiencia propia pone en cuestión este principio; además, como señala Kaufman (1999b), su validez resulta desautorizada al incluir en el análisis el estudio de las necesidades humanas y de sus características.

## **2.2. Las características de la estructura de necesidades y deseos en el modelo alternativo**

Frente a estas características que se suelen atribuir a la relación de preferencias



propia del modelo dominante, también es posible identificar algunos rasgos elementales que definen la estructura de necesidades y deseos en el enfoque I/PK. Además del principio de irreductibilidad de las necesidades, Georgescu-Roegen (1954) identificaba otros tres adicionales: el principio de subordinación de las necesidades, el principio de saciamiento y el principio de crecimiento de las necesidades. El primero de ellos supone reconocer la existencia de un cierto orden de prioridades. En particular, los deseos aparecen subordinados a las necesidades, y dentro de éstas, en cada momento existe también un orden (Pasinetti, 1981; Hodgson, 1988; Lavoie, 1992; Reisman, 2002); ese orden no tiene por qué ser estricto, ni lineal, ni exactamente igual para todas las personas y en todas las circunstancias, ni inalterable ante la influencia de las emociones, y ni siquiera tiene que ser el resultado de una deliberación plenamente consciente. Además, se suele afirmar que ese orden presenta un carácter lexicográfico, en el sentido de que su formación se asemeja al proceso de composición de un diccionario: las necesidades estarían ordenadas según su prioridad, a través de criterios no numéricos, y dentro de cada una de ellas se podrían ordenar las subnecesidades, y dentro de éstas los diferentes deseos relacionados con su satisfacción, etc. (Arestis, 1992; Lavoie, 1992).

El principio de saciamiento recoge la idea de que las necesidades pueden llegar a ser saciadas o satisfechas. Dentro del modelo convencional, este principio se ve reemplazado por el de utilidad marginal decreciente, que implica que la saturación total sólo se produciría en un contexto de precios nulos o ingresos infinitos (Lavoie, 1992). Por el contrario, el principio de saciamiento supone reconocer que éste sí se puede alcanzar, y que incluso puede no ser gradual. Así, por ejemplo, algu-

nas necesidades presentan homeostasis, en el sentido de que se manifiestan cuando existe una deficiencia en su cobertura, pero desaparecen automáticamente cuando ésta se elimina (Maslow, 1954/1991; Kaufman, 1999b); en otros casos la necesidad puede estar plenamente viva hasta que su cobertura alcance un determinado umbral considerado satisfactorio, momento en el que, aunque no desaparezca, puede perder su lugar dentro del orden de prioridades del individuo (Earl, 1983, 1986; Lavoie 1992).

De cualquier forma, el hecho de que una necesidad se sacie o pierda protagonismo no implica que el individuo se encuentre plenamente satisfecho, sino simplemente que el lugar que ocupaba esa necesidad dentro del orden de prioridades se verá reemplazado por otra diferente; en definitiva, existiría un saciamiento relativo, pero no absoluto (Georgescu-Roegen, 1954; Maslow, 1954/1991; Pasinetti, 1981; Lavoie, 1992; Reisman, 2002). Ésta es la idea que recoge el principio del crecimiento de las necesidades. Además, y dado que la cobertura de una parte de las necesidades se realiza a través del consumo, este principio implica que la estructura y composición de la demanda, así como su evolución en el tiempo, vienen determinadas en buena medida por los efectos ingreso. La idea que sostiene el enfoque I/PK, sustentada por los resultados de varios estudios empíricos –véase Lavoie (1992)–, es que la repercusión de estos efectos es superior a la de los efectos sustitución, especialmente desde un punto de vista dinámico.

### **3. Maximización vs. satisfacción como objetivo de la motivación**

El modelo del *homo economicus* aparece asociado a una concepción optimizadora

del comportamiento humano y, en particular, de su motivación, ya que se supone que el objetivo perseguido es la *maximización* de la utilidad. Este hecho es consecuencia tanto de las características atribuidas al proceso de motivación como de los supuestos adoptados sobre las capacidades cognitivas y racionales de los individuos. En primer lugar, al adoptar el supuesto de que todos los deseos son comparables entre sí en función de una escala de valoración común (su capacidad para aportar utilidad), se puede asumir que la meta de la motivación es única y que el objetivo último de cualquier decisión es alcanzar la mayor puntuación posible dentro de esa escala. En segundo lugar, para que la conducta maximizadora sea una opción viable es necesario asumir que los individuos tienen unas capacidades cognitivas y racionales que les permiten conocer la realidad con certidumbre o con riesgo probabilístico (Lavoie, 1992), así como procesar posteriormente toda esa información para aplicar una racionalidad instrumental o sustantiva (Simon, 1976): aquella que, partiendo del conocimiento obtenido de la realidad, busca escoger el medio más eficiente para lograr una meta dada.

Frente a ello, el enfoque I/PK sostiene que en el mundo real resulta imposible considerar la optimización como la finalidad última que dirige la toma de decisiones, al menos de forma generalizada. Esto es así, en primer lugar, porque los individuos tienen unas capacidades cognitivas y racionales limitadas (Simon, 1955; Hodgson, 1988, 1997; Lavoie, 1992; Camerer *et al.*, 2005; Fernández-Huerta, 2008; Hastie y Dawes, 2010), y porque en la mayoría de las ocasiones el conocimiento está sujeto a la presencia de incertidumbre fundamental (Lavoie, 1992; Dequech, 2006). Este hecho abre la posibilidad de que exista un “conocimiento incierto”, que se obtiene en

buena parte recurriendo al uso de convenciones, hábitos, creencias, entre otros, adquiridos a través de la participación social del individuo (Hodgson, 1988, 1997).

En este contexto, el concepto de racionalidad instrumental carece de sentido y no puede ser aplicado. En un mundo con incertidumbre fundamental y en el que las capacidades racionales de los agentes son limitadas, lo racional es recurrir a hábitos, rutinas, reglas de decisión simples, entre otros, que permitan adoptar decisiones en ese entorno y que conduzcan a buenas soluciones; surge así el concepto de racionalidad procedimental<sup>6</sup> (Simon, 1976; Lavoie, 1992). Si la racionalidad instrumental está asociada al concepto de optimización, la racionalidad procedimental aparece ligada a la búsqueda de buenas soluciones y a la idea de satisfacción. El concepto de satisfacción y su consideración como el objetivo fundamental de la toma de decisiones fue propuesto por Simon (1955, 1997) y supone que los agentes económicos buscan hasta encontrar una alternativa que alcance un criterio de aceptación previamente establecido (es decir, una alternativa satisfactoria o suficientemente buena), aunque pueda suceder que ésta no sea la única, o aunque no existan garantías de que sea la mejor posible (Simon, 1997).

De cualquier forma, el hecho de que la conducta esté dirigida hacia la satisfacción no es sólo el resultado lógico de la incertidumbre y de la capacidad limitada de los agentes, sino también una consecuencia de la estructura y características del proceso de motivación. En efecto, el concepto de optimización pierde su sentido como finalidad de la actuación desde el momento en que se reconoce un proceso motivacional como el aquí descrito, en el que se admite la existencia de diferentes necesidades –y, por tanto, de diversas metas en el comportamiento humano– estructuradas de una

forma compleja, con un cierto orden de prioridades y cambiante. Los dos elementos que de forma más clara conducen a reconocer la necesidad de utilizar la noción de satisfacción en lugar de la maximización son el principio de saciamiento y el principio de irreductibilidad de las necesidades. El primero de ellos significa que las necesidades pueden llegar a ser saciadas o satisfechas y que, para muchas de ellas, lo realmente relevante —o lo que motiva al individuo— es alcanzar un determinado umbral en su cobertura, y no tanto obtener la mayor “puntuación” posible. El principio de irreductibilidad de las necesidades supone que la satisfacción de necesidades diferentes no es comparable entre sí, ya que involucra finalidades y escalas de valoración distintas; si tenemos en cuenta que el ser humano persigue en todo momento complacer varias necesidades y deseos diferentes, que la valoración obtenida en parcelas distintas normalmente no se puede compensar entre sí, y que el grado de cobertura alcanzado en cada necesidad y deseo puede hacer que varíe el lugar que ocupa dentro del orden de prioridades, entonces se llega a la conclusión de que la búsqueda de la maximización en un determinado ámbito pierde gran parte de su sentido y no refleja la finalidad del comportamiento humano.

La noción de satisfacción sugiere simultáneamente que el individuo establece unos criterios o niveles de aspiración que le permiten discernir lo que es aceptable (o satisfactorio) de lo que no lo es (Simon, 1955, 1979, 1997; Hodgson, 1988; Lavoie, 1992). Efectivamente, ante cualquier decisión el individuo suele formarse una idea sobre cuáles son los resultados que podría llegar a alcanzar. Esas aspiraciones, que se convierten en la meta final del comportamiento, no son ilimitadas, y tampoco son determinadas de forma exógena, sino que dependen de las experien-

cias previas del individuo, de sus éxitos y fracasos precedentes, de los resultados obtenidos en situaciones similares por otros individuos pertenecientes a su grupo de referencia (Simon, 1955, 1979; Hodgson, 1988, 2003, 2004; Kaufman, 1999b); en definitiva, los niveles de aspiración que fija el ser humano no sólo son consecuencia de determinados rasgos de su personalidad, sino que dependen de la percepción y conocimiento que éste haya ido adquiriendo sobre los resultados que considera potencialmente alcanzables.

Este hecho tiene, a su vez, dos consecuencias. En primer lugar, esas aspiraciones de los agentes, como cualquier proceso de carácter cognitivo, están condicionadas por las instituciones socioeconómicas que rodean y afectan a cada individuo; esas instituciones, a través de su influencia en los hábitos de pensamiento y acción de los seres humanos y en el conocimiento que éstos adquieren de su entorno, moldean las oportunidades, restricciones, intenciones y, en definitiva, aspiraciones y decisiones de los individuos (Hodgson, 1988, 2003, 2004; Lane *et al.*, 1996). En segundo lugar, el reconocimiento del papel que ejercen los niveles de aspiración implica, simultáneamente, la incorporación de una perspectiva dinámica. En efecto, esos niveles que forman los individuos no son estáticos, sino que cambian y se van ajustando a medida que varían las experiencias propias y ajenas que conoce, las oportunidades y restricciones que percibe, las instituciones y hábitos que condicionan su conocimiento del entorno, etc.; en definitiva, las aspiraciones y los objetivos de los individuos presentan un carácter adaptativo (Helson, 1964; Simon, 1979; Elster, 1983; Hodgson, 1988, 2003) y, como cualquier construcción cognitiva, varían como consecuencia del proceso de aprendizaje. Además, el carácter limitado y finito que presentan esos niveles

y la concepción adaptativa de los mismos protegen al individuo de sufrir una sensación de frustración constante (Reisman, 2002) y encajan, como señala Hodgson (1988, 2003), con las explicaciones psicológicas ofrecidas por la teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, 1957).

#### **4. Una visión global del modelo alternativo de motivación: aplicación a las decisiones de consumo de bienes**

Por último, puede ser útil exponer, de forma resumida, cómo se desarrolla en la práctica un proceso de toma de decisiones marcado por una motivación con los rasgos definidos en los anteriores apartados; quizás la ejemplificación más clara puede surgir con las decisiones relativas al consumo, pero también puede extenderse a cualquier proceso de elección y de comportamiento humano. El primer aspecto que hay que recordar es que el individuo presenta una serie de necesidades y deseos diferenciados entre sí, que persigue satisfacer de forma simultánea o progresiva, y que están organizados en alguna clase de estructura compleja, con distintos grados de prioridades. Además, lo normal es que cada bien –entendido de forma genérica, como cualquier “objeto” potencial de elección– presente múltiples características y atributos (Lancaster, 1966), que pueden afectar –de forma positiva o negativa, y en distinta magnitud– a diferentes necesidades y deseos del ser humano. El resultado de todo ello es que, en la mayoría de los casos, no hay una correspondencia biunívoca entre las necesidades y deseos y los diferentes bienes susceptibles de elección (Georgescu-Roegen, 1954), sino una estructura de interrelaciones mucho más compleja, que complica la toma de decisiones.

La corriente económica dominante aborda esta dificultad –o simplemente la elude– adoptando, como señala Earl (1983, 1986), un modelo compensatorio, pues se asume que esos diferentes atributos se pueden comparar entre sí y que el individuo puede calcular una especie de media ponderada de las puntuaciones de todos ellos, hasta obtener el valor esperado, en términos de utilidad, que reportaría la elección de ese bien. El modelo de toma de decisiones I/PK resulta bastante diferente. En primer lugar, se reconoce que muchas de las decisiones cotidianas se adoptan sin ser sometidas a una deliberación y reflexión plenamente consciente, guiándose por las tendencias que marcan los hábitos y rutinas previamente adquiridos, que, a su vez, consagran, por ejemplo, la reiteración de comportamientos pasados o la imitación de otros. Otras decisiones, en cambio, se adoptan tras un proceso de razonamiento más reflexivo, pero siguiendo reglas de elección no compensatorias, sino de carácter lexicográfico, es decir, caracterizadas porque el decisor no efectúa cálculos compensados entre los diferentes atributos de un bien, sino que evalúa las distintas características de forma separada y más o menos secuencial, según el orden derivado de su estructura de prioridades<sup>7</sup>.

Earl (1983, 1986) identifica dos formas básicas de llevar a cabo la elección a partir de esta jerarquización de atributos: “naïve” y “behavioural”. La primera de ellas (Tversky, 1969) recoge aquellas situaciones en las que el decisor se centra únicamente, en cada momento, en el atributo con mayor grado de prioridad, y escoge aquel bien que obtenga una valoración más alta en dicha característica; sólo en el caso en que dos bienes empaten en la valoración alcanzada en ese atributo se recurriría a analizar, siguiendo el mismo criterio, la siguiente característica en el ranking de prio-

ridades. Mucho más relevantes y realistas, por ser aplicables a una gran mayoría de situaciones, serían los procedimientos lexicográficos de tipo “behavioural”; de acuerdo con ellos, se supone que cuando un individuo se enfrenta a la decisión de elegir entre un conjunto de bienes parte de un orden más o menos estructurado de los diferentes atributos según su importancia—emanado de la configuración jerarquizada de las necesidades y deseos— así como de unas valoraciones de lo que sería satisfactorio o deseable alcanzar en cada atributo. Cuando un bien no alcanza el nivel prefijado en el atributo prioritario, lo normal es desestimar su elección; si, por el contrario, lo alcanza o lo supera, entonces se procede a analizar la valoración obtenida en la siguiente característica dentro del orden de prioridades, y así sucesivamente.

En algunos atributos el nivel prefijado como objetivo puede operar como un nivel de saturación, en el sentido de que lo que realmente importa es alcanzar ese límite “mínimo” y, si se logra, la obtención de valoraciones superiores no es relevante (esto sucede, por ejemplo, en aquellas características cuya dotación puede presentar una forma dicotómica del tipo “existencia/no existencia”, o transformarse en una variable similar); en otras ocasiones, el nivel considerado satisfactorio puede funcionar como un umbral mínimo (Georgescu-Roegen, 1954), de manera que cuando un bien supera ese límite en un determinado atributo, la obtención de valoraciones adicionales sigue siendo relevante y proporcionando satisfacción, aunque seguramente su lugar dentro del ranking de prioridades cambie y decrezca (una vez alcanzado el umbral, el agente puede preferir que el bien tenga otros atributos diferentes antes que una valoración superior en éste).

Además, lo más probable es que la relación de prioridades del individuo no sea “perfecta” y estricta, entre otras razones porque su identificación es un proceso cognitivo. Por ejemplo, puede suceder que a partir de un determinado lugar—o dentro de un rango— en el orden de prioridades, el individuo no sepa jerarquizar los diferentes atributos de los bienes; en este caso, lo normal es que tenga que recurrir a las opiniones de otros agentes o utilizar otras reglas de decisión simples. También puede ocurrir que el individuo no tenga prioridades entre un conjunto concreto de atributos (es decir, que sea indiferente); en esta situación la regla de decisión puede ser elegir el bien que tenga un mayor número de esos atributos (o que alcance un nivel satisfactorio en un mayor número de ellos).

Como señala Lavoie (1992), la especificación matemática<sup>8</sup> de este modelo puede ser muy compleja, pero en la práctica su aplicación resulta mucho más sencilla y acorde con las facultades cognitivas y racionales de los seres humanos.

## **5. Reflexiones finales**

La motivación humana constituye un elemento clave que condiciona crucialmente el resultado de cualquier proceso de toma de decisiones. En la teoría económica dominante se supone que esa motivación está dirigida hacia una única meta: la maximización de la utilidad. A lo largo del presente trabajo se ha tratado de exponer los supuestos básicos sobre los que se construye este modelo así como sus principales características, no tanto para destacar sus posibles deficiencias, cuanto para facilitar la comprensión de (y la comparación con) otro modelo de motivación alternativo, que hunde sus raíces, principalmente, en los fundamentos de la economía institucionalista

y poskeynesiana. Desde esta óptica, la motivación humana aparece como un fenómeno complejo, que opera a niveles diferentes de consciencia y que está guiada hacia la cobertura de varias metas más o menos diferenciadas: las necesidades y deseos del individuo. Esas necesidades y deseos están organizadas en algún tipo de estructura jerarquizada, con un cierto orden (lexicográfico) de prioridades y que presenta otra serie de características adicionales (como las derivadas de los principios de crecimiento de las necesidades, de saciamiento y de no independencia). En este contexto, la finalidad última que de forma generalizada moviliza la conducta humana es la satisfacción –en oposición a la maximización–, más o menos progresiva, de esas diferentes necesidades y deseos. Para ello, el individuo construye de forma más o menos consciente unos niveles de aspiración que le permiten discernir lo que es aceptable o satisfactorio de lo que no lo es. Tanto la construcción de esos niveles como la propia identificación de la estructura de necesidades y deseos son procesos cognitivos y, por tanto, están condicionados por el entorno socioinstitucional de cada individuo. Además, es necesario reconocer que las emociones y características psicológicas de cada ser humano desempeñan un papel importante en el proceso de motivación. Por último, se ha tratado de exponer brevemente cómo se desarrollaría un proceso de toma de decisiones marcado por este modelo de motivación, aplicándolo a las elecciones relativas al consumo.

Esta concepción de la motivación humana, aunque más compleja, quizás resulta más realista que la propia de la economía convencional, y encaja mejor con los resultados de la investigación de otras ciencias, fundamentalmente de la psicología. No obstante,

este modelo no debe interpretarse como un cuerpo teórico cerrado, sino que está abierto a la posibilidad de acoger mejoras teóricas –por ejemplo, que permitan comprender mejor cómo es realmente la estructura de necesidades de los seres humanos– así como a incorporar los resultados y los avances procedentes de la investigación en otros ámbitos del saber, como la psicología, la sociología o las neurociencias.

## Notas

1. El hecho de considerar que el comportamiento humano es intencionado significa reconocer que existe un motivo que lo pone en marcha y que permite explicarlo, pero esto no implica que exista necesariamente y en todos los casos una deliberación consciente y plena detrás de él. De hecho, la motivación, como cualquier otra actividad mental del ser humano, puede operar a niveles diferentes de consciencia; incluso es necesario reconocer y dar cabida a la conducta motivada inconscientemente (Maslow, 1954/1991).
2. A este respecto, la literatura (Georgescu-Roegen, 1954; Lutz y Lux, 1979; Hodgson, 1988; Lavoie, 1992; Reisman, 2002) suele resaltar algunas ideas y propuestas de Alfred Marshall y, sobre todo, de Carl Menger; Georgescu-Roegen (1954) incluso se remonta hasta Platón, y sugiere también un reconocimiento de este aspecto, más o menos explícito, por parte de autores como Leon Walras y Vilfredo Pareto.
3. Esta concepción de la motivación es la que subyace tras la teoría ordinal de la utilidad, construida a principios del siglo XX a partir de las ideas primigenias de Vilfredo Pareto y desarrollada, entre otros, por John Hicks y R.G.D. Allen. Para ver una evolución de la teoría de la utilidad y de sus principales aspectos, véase, por ejemplo, Wong (2006).
4. Véase también Kahneman (1994).
5. Muchos de estos aspectos aparecen recogidos en la revisión de Rabin (1998).

6. En realidad, la racionalidad propia del enfoque I/PK es “un tipo” de racionalidad procedimental (Dequech, 2006; Fernández-Huerga, 2008), complementada con dos elementos adicionales. El primero de ellos supone reconocer el papel de la creatividad en la toma de decisiones; en efecto, lo racional no es siempre seguir las convenciones, sino que a veces la mejor manera de comportarse es actuar de forma novedosa y creativa (Loasby, 2001; Dequech, 2006). En segundo lugar, en un mundo con incertidumbre fundamental cualquier decisión está marcada por un cierto grado de inseguridad que hay que vencer para actuar; esto implica que las características psicológicas y emociones de los individuos desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones (Dequech, 2003), lo que parece corroborado por varios estudios neurobiológicos desarrollados hasta la fecha (Elster, 1998).
  7. Esto no excluye la posibilidad de que en casos concretos, que afecten a atributos con determinados rasgos –por ejemplo, que sean valorables de una forma más o menos continua y cuantitativa, y que estén relacionados con la cobertura de deseos parecidos– y dentro de ciertos rangos –por ejemplo, una vez que la valoración alcanzada en cada uno de ellos supere un umbral mínimo de satisfacción–, el individuo pueda efectuar cálculos compensatorios entre las ganancias en unas características y las pérdidas en otras, pero esto no puede ser considerado como la regla general del comportamiento.
  8. El primer intento de formalización matemática de estos procedimientos se suele atribuir a Encarnación (1964); véase también Lutz y Lux (1979) y Lavoie (1992).
- and Economic Psychology**, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton, pp. 182-187.
- Berry, Christopher J. (1999). “Needs and Wants”. En Earl, Peter E. y Kemp, Simon (eds.): **The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology**, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 401-405.
- Camarer, Colin, Loewenstein, George y Prelec, Drazen (2005). “Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics”. **Journal of Economic Literature**, Vol. 43, No. 1, pp. 9-64.
- Deci, Edward L. (1975). **Internal Motivation**. Plenum, New York.
- Dequech, David (2003). “Conventional and Unconventional Behavior under Uncertainty”. **Journal of Post Keynesian Economics**, Vol. 26, No. 1, pp. 145-168.
- Dequech, David (2006). “The New Institutional Economics and the Theory of Behaviour under Uncertainty”. **Journal of Economic Behavior & Organization**, Vol. 59, No. 1, pp. 109-131.
- Doyal, Len y Gough, Ian (1984). “A Theory of Human Needs”. **Critical Social Policy**, Vol. 10, pp. 6-38.
- Doyal, Len y Gough, Ian (1991/1994). **Teoría de las Necesidades Humanas**. Icaria-FUHEM, Barcelona (versión en español de Doyal, Len y Gough, Ian (1991): **A Theory of Human Need**, MacMillan, London).
- Earl, Peter E. (1983). **The Economic Imagination: Towards a Behavioural Analysis of Choice**. Wheatsheaf Books, Brighton.
- Earl, Peter E. (1986). **Lifestyle Economics: Consumer Behaviour in a Turbulent World**. Wheatsheaf Books, Brighton.
- Eichner, Alfred S. (1985). **Toward a New Economics: Essays in Post-Keynesian**

### Bibliografía citada

- Arestis, Philip (1992). **The Post-Keynesian Approach to Economics**. Edward Elgar, Aldershot.
- Beckmann, Suzanne C (1999). “Emotions and Consumer Behaviour”. En Earl, Peter E. y Kemp, Simon (eds.): **The Elgar Companion to Consumer Research**



- and Institutional Theory.** M.E. Sharp, New York.
- Elster, Jon (1983). **Sour Grapes: Studies in the Subversion of Rationality.** Cambridge University Press, Cambridge.
- Elster, Jon (1998). "Emotions and Economic Theory". **Journal of Economic Literature**, Vol. 36, No. 1, pp. 47-74.
- Encarnación, José (1964). "A Note on Lexicographical Preferences". **Econometrica**, Vol. 32, No. 1-2, pp. 215-217.
- Fernández-Huerta, Eduardo (2008). "The Economic Behavior of Human Beings: The Institutional/Post-Keynesian Model". **Journal of Economic Issues**, Vol. 42, No. 3, pp. 709-726.
- Festinger, Leon (1957). **A Theory of Cognitive Dissonance.** Stanford University Press, Stanford, CA.
- Frank, Robert (1988). **Passions within Reason. The Strategic Role of the Emotions.** W.W. Norton & Company, New York-London.
- Georgescu-Roegen, Nicholas (1954). "Choice, Expectations and Measurability". **Quarterly Journal of Economics**, Vol. 48, No. 4, pp. 503-534.
- Hastie, Reid y Dawes, Robyn M. (2010). **Rational Choice in an Uncertain World. The Psychology of Judgment and Decision Making.** Sage Publications, California.
- Helson, Harry (1964). **Adaptation Level Theory: An Experimental and Systematic Approach to Behavior.** Harper & Row, New York.
- Hodgson, Geoffrey M. (1988). **Economics and Institutions. A Manifesto for a Modern Institutional Economics.** Polity Press, Cambridge.
- Hodgson, Geoffrey M. (1997). "The Ubiquity of Habits and Rules". **Cambridge Journal of Economics**, Vol. 21, No. 6, pp. 663-684.
- Hodgson, Geoffrey M. (2003). "The Hidden Persuaders: Institutions and Individuals in Economic Theory". **Cambridge Journal of Economics**, Vol. 27, No. 2, pp. 159-175.
- Hodgson, Geoffrey M. (2004). "Reclaiming Habit for Institutional Economics". **Journal of Economic Psychology**, Vol. 25, No. 5, pp. 651-660.
- Kahneman, Daniel (1994). "New Challenges to the Rationality Assumption". **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, Vol. 150, No. 1, pp. 18-36.
- Kahneman, Daniel, Knetsch, Jack L. y Thaler, Richard H. (1990). "Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem". **Journal of Political Economy**, Vol. 98, No. 6, pp. 1325-1348.
- Kahneman, Daniel, Knetsch, Jack L. y Thaler, Richard H. (1991). "Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion and Status Quo Bias". **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 5, No. 1, pp. 193-206.
- Kahneman, Daniel y Tversky, Amos (1979). "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk". **Econometrica**, Vol. 47, No. 2, pp. 263-291.
- Kaufman, Bruce E. (1989). "Models of Man in Industrial Relations Research". **Industrial and Labor Relations Review**, Vol. 43, No. 1, pp. 72-88.
- Kaufman, Bruce E. (1999a). "Emotional Arousal as a Source of Bounded Rationality". **Journal of Economic Behavior and Organization**, Vol. 38, No. 2, pp. 135-144.
- Kaufman, Bruce E. (1999b). "Expanding the Behavioral Foundations of Labor Economics". **Industrial and Labor Relations**



- tions Review, Vol. 52, No. 3, pp. 361-392.
- Knetsch, Jack L. (1989). "The Endowment Effect and Evidence of Nonreversible Indifference Curves". **American Economic Review**, Vol. 79, No. 5, pp. 1277-1284.
- Knetsch, Jack L. y Sinden, John A. (1984). "Willingness to Pay and Compensation Demanded: Experimental Evidence of an Unexpected Disparity in Measures of Value". **Quarterly Journal of Economics**, Vol. 99, No. 3, pp. 507-521.
- Lancaster, Kevin J. (1966). "A New Approach to Consumer Theory". **Journal of Political Economy**, Vol. 74, No. 2, pp. 132-157.
- Lane, David, Malerba, Franco, Maxfield, Robert y Orsenigo, Luigi (1996). "Choice and Action". **Journal of Evolutionary Economics**, Vol. 6, No. 1, pp. 43-76.
- Lavoie, Marc (1992). **Foundations of Post-Keynesian Economic Analysis**. Edward Elgar, Aldershot-Brookfield.
- Lavoie, Marc (2004). "Post Keynesian Consumer Theory: Potential Synergies with Consumer Research and Economic Psychology". **Journal of Economic Psychology**, Vol. 25, No. 5, pp. 639-649.
- Loasby, Brian J. (2001). "Cognition, Imagination and Institutions in Demand Creation". **Journal of Evolutionary Economics**, Vol. 11, No. 1, pp. 7-21.
- Loewenstein, George y Prelec, Drazen (1992). "Anomalies in Intertemporal Choice: Evidence and an Interpretation". **Quarterly Journal of Economics**, Vol. 107, No. 2, pp. 573-597.
- Loewenstein, George y Thaler, Richard H. (1989). "Anomalies: Intertemporal Choice". **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 3, No. 4, pp. 181-193.
- Lutz, Mark A. y Lux, Kenneth (1979). **The Challenge of Humanistic Economics**. The Benjamin/Cummings Publishing Company, Menlo Park, California.
- Maslow, Abraham H. (1954/1991). **Motivación y Personalidad**. Ediciones Díaz de Santos, Madrid (versión en español de Maslow, Abraham H. (1954): **Motivation and Personality**, Harper and Row, New York).
- Niemiec, Christopher P., Ryan, Richard M. y Deci, Edward L. (2009). "The path taken: Consequences of attaining intrinsic and extrinsic aspirations in post-college life". **Journal of Research in Personality**, Vol. 43, No. 3, pp. 291-306.
- Pagano, Ugo (2000). "Bounded Rationality, Institutionalism and the Diversity of Economic Institutions". En Louçã, Francisco y Perlman, Mark (eds.): **Is Economics an Evolutionary Science?**, Edward Elgar, Cheltenham-Northampton, pp. 95-113.
- Pasinetti, Luigi L. (1981). **Structural Change and Economic Growth**. Cambridge University Press, Cambridge.
- Rabin, Matthew (1998). "Psychology and Economics". **Journal of Economic Literature**, Vol. 36, No. 1, pp. 11-46.
- Reisman, David (2002). **The Institutional Economy. Demand and Supply**. Edward Elgar, Cheltenham-Northampton.
- Samuelson, Paul A. (1938). "A Note on the Pure Theory of Consumer's Behavior". **Economica**, Vol. 5, pp. 61-71 y 351-352.
- Samuelson, William y Zeckhauser, Richard (1988). "Status Quo Bias in Decision Making". **Journal of Risk and Uncertainty**, Vol. 1, No. 1, pp. 7-59.
- Schefold, Bertram (1997). **Normal Prices, Technical Change and Accumulation**. MacMillan, London.

- Sen, Amartya (1973). "Behaviour and the Concept of Preference". **Economica**, Vol. 40, pp. 241-259.
- Simon, Herbert A. (1955). "A Behavioral Model of Rational Choice". **Quarterly Journal of Economics**, Vol. 69, No. 1, pp. 99-118.
- Simon, Herbert A. (1976). "From Substantive to Procedural Rationality". En Latsis, S. (ed.): **Method and Appraisal in Economics**, Cambridge Univ. Press, Cambridge, pp. 129-148.
- Simon, Herbert A. (1979): "Rational Decision Making in Business Organizations". **American Economic Review**, Vol. 69, No. 4, pp. 493-513.
- Simon, Herbert A. (1997). **Models of Bounded Rationality. Volume 3**. MIT Press, Cambridge.
- Simonson, Itamar y Tversky, Amos (1992): "Choice in Context: Tradeoff Contrast and Extremeness Aversion". **Journal of Marketing Research**, Vol. 29, No. 3, pp. 281-295.
- Thaler, Richard H. (1980). "Toward a Positive Theory of Consumer Choice". **Journal of Economic Behavior and Organization**, Vol. 1, No. 1, pp. 39-60.
- Tversky, Amos (1969). "Intransitivity of Preferences". **Psychological Review**, Vol. 4, pp. 175-201.
- Tversky, Amos y Kahneman, Daniel (1981). "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice". **Science**, Vol. 211, pp. 453-458.
- Tversky, Amos y Kahneman, Daniel (1986). "Rational Choice and the Framing of Decisions". **Journal of Business**, Vol. 59, No. 4, pp. 251-278.
- Tversky, Amos y Kahneman, Daniel (1991). "Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model". **Quarterly Journal of Economics**, Vol. 106, No. 4, pp. 1039-1061.
- Tversky, Amos, Slovic, Paul y Kahneman, Daniel (1990). "The Causes of Preference Reversal". **American Economic Review**, Vol. 80, No. 1, pp. 204-217.
- Tversky, Amos y Thaler, Richard H. (1990). "Anomalies: Preference Reversals". **Journal of Economic Perspectives**, Vol. 4, No. 2, pp. 201-211.
- Wong, Stanley (2006). **Foundations of Paul Samuelson's Revealed Preference Theory**. Routledge, Nueva York.