
PREDECIBLEMENTE IRRACIONALES: ROMPIENDO EL MITO DE LA “RACIONALIDAD” EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA.



Por: **INÉS MARÍA BALDEÓN B.**

PHD en Derecho, Doctora Internacional en Derechos Fundamentales y Libertades Públicas, Postdoctora en Inteligencia Artificial, MBA en Alta Dirección de Empresas, MBA en Administración de Negocios, Máster en Derecho Constitucional, Especialista en Contratación Pública, Maestrante en Comunicación Corporativa, Conferencista, Catedrática Universitaria y Asesora Empresarial en Ecuador y España, Directora General de GRUPO CEAS ABOGADOS & CONSULTORES.

Correo: ibaldeon@ceas.com.ec

Página web: www.grupoceas.com.ec

RESUMEN.

La Contratación Pública regula los “sombrosos públicos”, creyendo que de esa manera controla los “cerebros humanos”. El presente artículo es la continuación de “*LA NEUROCIENCIA Y EL NEUROMARKETING EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA: Superando el “neocórtex” y pasando al cerebro límbico*” y mantiene la inquietud sobre qué tan cierto es que un ser humano cuando compra en representación del sector público y/o usa recursos públicos, actúa con un “cerebro distinto” al que tiene cuando actúa en la esfera privada, pues esa persona fisiológicamente tiene un solo cerebro con tres capas: la reptiliana, la límbica y la racional o “neocortexiana”; y que las decisiones de compra se adoptan en las dos primeras capas, quedando la final para racionalizar la decisión previamente adoptada. ¿Por qué tendría que eso cambiar cuando la persona que actúa en representación del “Estado comprador” sigue siendo un ser humano con las 3 capas cerebrales?; a partir de lo cual entra en cuestionamiento el principio de la “racionalidad administrativa” puesto que habría que ver que tan cierto es que el “Estado” piense y tome decisiones de forma distinta a los seres humanos que lo conforman o representan; y que lo haga solo con “racionalidad” y sin emociones, olvidándose que sus representantes son personas físicas, que piensan y sienten.

CONTENIDO: **I.** Introducción. **II.** En la Contratación Pública: ¿existe la “racionalidad estatal”, ésta es diferente a la “racionalidad del funcionario público” y a la racionalidad de un ciudadano de “a pie”? **III.** Las decisiones emocionales detrás de la función administrativa que justifica la compra. **IV.** La Racionalidad Post Compra Pública. **V.** Predeciblemente Irracionales: así se trate de Compra Pública, ¿Por qué iba a ser distinto? **VI.** Conclusiones. **VII.** Recomendaciones.

I. INTRODUCCIÓN.



El reconocido administrativista español José Antonio Moreno Molina al leer *“LA NEUROCIENCIA Y EL NEUROMARKETING EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA: Superando el “neocórtex” y pasando al cerebro límbico”*, artículo de mi autoría me dijo *“Inés María eres la primera tratadista que a nivel mundial inicia en este tema una línea doctrinaria que nadie lo había tratado anteriormente”*.

La alegría del honor concedido es igual de intensa que la responsabilidad asociada, al haber entrado, después de 28 años de prolífica actividad como especialista en Contratación Pública, a un proceso disruptivo que se resume en “desaprender todo lo aprendido”, y entrar a cuestionar todos los esquemas mentales sin diferenciar que tan “sacramentales” y “aterrizados” están los principios rectores del famoso y a la vez lejano y frío Derecho Administrativo, que le tiene al Estado como figura principal.



Ramiro Rodríguez, socio de GRUPO CEAS ABOGADOS & CONSULTORES y especialista en el área de Propiedad Intelectual comentó así mi proceso disruptivo: *“Por donde usted está planteando el tema, va el nuevo Derecho en general y el Derecho Administrativo en particular, reconociendo la fragilidad y vulnerabilidad del Estado, desde la fragilidad y vulnerabilidad de los seres humanos que lo conforman; hablar del tema de la forma que lo plantea conlleva “una mirada innovadora, que se aproxima a las áreas de Propiedad Intelectual y que efectivamente trastoca nuestra mirada administrativista tradicional, pues se debe generar una nueva visión desde el atar las nuevas comprensiones del Estado, el ser humano, el Derecho y por su puesto la Contratación Pública como herramienta o instrumento de política pública”*.

Aprovechando esa conversación y dado que Ramiro fue por muchos años una alta autoridad del Estado en el ámbito de Propiedad Intelectual y de Derecho Administrativo, le pregunté si él pudo actuar de forma distinta cuando hacía compra pública a cuando compraba para sí de forma privada. Me contestó inmediatamente que no: que él actuó con la misma mente o cerebro, es decir, que había tanto en lo público como en lo privado compras que las hizo de forma racional; y por su puesto otras fueron de carácter emotivo, que se justifican o porque Ramiro se merecía (en el caso de sus compras personales) o porque el Estado se merecía (en el caso de las compras institucionales).

Lo importante de la experiencia de Ramiro, para efectos de este análisis, es que él se había confesado emocional en sus procesos de compra pública, sin que por ello se le aparezca una careta o figura de corrupción en su rostro.

Es decir, estaba siendo totalmente auténtico al ratificar mi teoría de que los seres humanos no actúan con cerebros distintos sino con sombreros distintos al realizar compra pública o privada, y también ratificando el hecho de que los seres humanos, indistintamente de que estén haciendo compra pública o no, realizan unas compras con la razón y otras con la emoción; aunque en los dos casos, intenten o busquen generar y documentar una compra pública racional o basada en el famoso y -hasta ahora- no cuestionado principio de la “racionalidad administrativa”.

Lastimosamente el tema no es ni fácil ni sencillo de tratar, ya que existen muchos años de doctrina y legislación en sentido contrario. ¿Quién podría justificar que sea yo la única tratadista a nivel mundial que me “vaya de la corriente” en contra del pensamiento general de mis colegas, con más experiencia y recorrido que yo?

La justificación solo podría estribar en mi permanente cuestionamiento intelectual, en la transparencia y coherencia que he intentado manifestar en mis actuaciones profesionales y claro está en la experiencia que se me ha generado trabajar de forma real en procesos de compra pública y privada, combinando los mundos jurídico, empresarial, comunicacional y académico; y entendiendo que doctrinarios como yo, tenemos el deber ineludible de cuestionar e incentivar la discusión profunda sin dejar de ser respetuosa de un tema en concreto.

La preocupación se centra también en una realidad vigente en todo el mundo; pues la abundante cantidad de normas expedidas en el ámbito contractual público, no ha logrado disminuir los aparentes escándalos de corrupción, sino más bien se ha profundizado la existencia de gente que en el ámbito privado habría tenido un actuar aparentemente honesto y que en la esfera pública se habría hecho social -o más bien dicho “normativamente - reprochable”.

Con la fiebre de aparente corrupción existente en todo el mundo, parecería que lo único que corresponde es sustituir las fábricas por cárceles, en donde estén encerrados – o más bien hacinados- todos.

La pregunta es, si esto es así, ¿quién trabajaría, o cómo se pagaría tanto desvío normativo? Será que, ¿nos contagiamos en todo el mundo de una enfermedad incurable? O, podrán existir algunas otras explicaciones que permitan entender el complejo mundo del cerebro humano. ¿Es el momento de entrar en ese análisis disruptivo?

II. EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA: ¿EXISTE LA “RACIONALIDAD ESTATAL”?, ÉSTA ES DIFERENTE A LA “RACIONALIDAD DEL FUNCIONARIO PÚBLICO” Y A LA RACIONALIDAD DE UN CIUDADANO DE “A PIE”?

El Derecho Administrativo se ha basado en “un artificio” que es el Estado, visto como un actor principal vivo, creado por la mente humana a través de la materialización en una norma. Se ha pretendido así darle al Estado una existencia y vida propia; con una concepción no del todo cierta, o más bien dicho cuestionable desde el sentido común y que solo tiene sustento normativo y de necesidad organizacional, al considerar que el Estado es un ente distinto (incluso en lo emocional) a los seres humanos que lo conforman.



En la actualidad parecería ser una concepción bastante ingenua defender el mito de creer que el Estado es o debe ser mejor que las personas que lo conforman. Para tener ese criterio tradicional, entiendo que hemos seguido a Hobbes, que concibió un “Estado” estilo “leviatán o súper héroe”, que actúa de una manera totalmente perfecta, casi santa, angelical, sin ningún tipo de error, olvidándonos que el Estado como tal es físicamente un ente ficticio, sin corporeidad propia;

más bien dicho en términos prácticos es solo la suma de personas físicas o humanas que se organizan normativamente dentro de un territorio determinado.

Y ya que no se le puede mandar a la cárcel al “Estado” por las acciones tomadas en su nombre, entonces se ha previsto que se “encierre” a las personas físicas que actúan en su nombre, es decir en ejercicio de una función administrativa o pública; pero pensando que quienes actúan en nombre del Estado, dejan de lado su carácter humano, con todo el componente fisiológico y espiritual que conlleva y actúan con un cerebro distinto al de su propia naturaleza.

¿Se va notando por dónde se plantea la problemática existente al respecto?

¿Cómo se puede esperar, que el Estado sea racionalmente distinto, a los seres humanos que lo conforman?, o lo que es peor, ¿cómo se puede esperar que los seres humanos que representan al Estado actúen solo y exclusivamente de forma racional, cuando están dotados de una fuerte y predominante base emocional?

¿Se quiere por decreto -o más precisamente por Constitución- generar un artificio “no humano”, o “supra humano”, que, teniendo base corpórea, actuase como si no la tuviera?

¿Eso se quiere en la Contratación Pública?, que, con una norma, se pretenda exigir que un ser humano actúe en el ejercicio de la función administrativa, haciendo compras públicas, sin emociones, solo haciendo prevalecer la razón; y lo que es peor ¿con una razón no humana sino con una “razón estatal”, que como tal no existe o al menos nunca se la ha visto más allá de una norma?



Fotografía: Descargada de Internet
(No representa propiedad de la autora)

Bajo esa lógica se entendería que todas las compras públicas son así de frías, así de calculadas, cuando en realidad, en muchas de ellas, hay una gran dotación de emoción, de creatividad, de “feeling”, de confianza, porque a través de ellas se concreta no solo un estado de mera supervivencia que le puede dar en teoría la compra mecánica o racional; pues hay compras estatales que tienen que ver con la economía del bienestar, del famoso

“buen vivir”, de la concreción emocional de políticas públicas, basadas en el ser humano, centro y destino final de todos los esfuerzos estatales.

El mismo concepto de la “bondad” constitucional del “vivir” o de la satisfacción del interés común tiene una carga emocional fuerte, que no puede ser solo ni limitarse a la mera razón, a la sola justificación “neocortexiana” de la compra pública.

¿Qué tan cierto sería que un ser humano cuando compra en representación del sector público y/o usa recursos públicos, actúa con un “cerebro distinto” al que tiene cuando actúa en la esfera privada, partiendo de que esa persona fisiológicamente tiene un solo cerebro?

La Contratación Pública, se han dedicado a regular los “sombrosos públicos”, creyendo que de esta manera regula los “cerebros humanos”; en esta “sutil diferencia” podría estribar la decadencia de la Contratación Pública, que intenta “encerrar en las cárceles” a todos, por ser considerados “normativamente delincuentes y desviados sociales”.

Fotografía: Descargada de Internet
(No representa propiedad de la autora)



Tal vez nos hemos olvidado que fisiológicamente, el cerebro humano tiene tres capas: la reptiliana, la límbica y la racional o “neocortexiana”; que muchas decisiones de compra se adoptan a través de la capa reptiliana o límbica y que el neocórtex, racionaliza de alguna forma la decisión previamente adoptada.

¿Por qué tendría que ser eso distinto, tratándose de Contratación Pública, cuando la persona que actúa en representación del “Estado comprador” sigue siendo un ser humano con las 3 capas cerebrales?, solo porque creamos de forma previa -y por norma- un “ser ficticio” llamado “Estado”?.

Con todo lo indicado, va a resultar cuestionable, el hasta ahora incuestionable, principio de la “racionalidad administrativa” en la decisión de compra pública; puesto que el Derecho Administrativo parte de un supuesto que implica entender que por norma hay un Estado que piensa y toma decisiones de forma distinta a los seres humanos que lo conforman o representan; y que lo haría con “racionalidad” y sin emociones, olvidándose que sus representantes son personas físicas, que piensan y sienten.

III. LAS DECISIONES EMOCIONALES DETRÁS DE LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA QUE JUSTIFICA LA COMPRA.

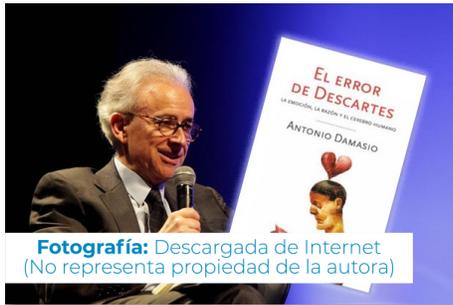
Desde una visión económica tradicional de la naturaleza humana; la gente es o más bien dicho se “declara” racional y tiene como objetivo maximizar la utilidad y ahorrar.

Sin embargo, cuando se pasa del análisis racional, comprobamos que los seres humanos vivimos en el “aquí y en el ahora”; tomando decisiones fuertemente influenciadas por el contexto – que varían en el tiempo y en el espacio – y que están sujetas a las emociones, las influencias sociales y los prejuicios.

Los compradores, sin importar si son públicos o privados, se comportan de manera inconsistente, irracional, y con cambios repentinos de sus preferencias, a pesar de lo que ellos podrían pensar o decir.

No hay duda que las emociones que sentimos los seres humanos, nos ayudan a aprender y tomar decisiones.

En un mundo tan complejo como el que vivimos no se realizan solo análisis racionales de costo-beneficio; pues además del tiempo que se consume y de lo tremendamente agotador que resulta, existen demasiadas variables a considerar; esta situación no cambia por el hecho de que la persona esté ejerciendo función administrativa, pues es su mismo cuerpo y su misma mente las que actúan.



En libros como *El Error de Descartes. Emoción, Razón y Cerebro Humano* de Antonio R. Damasio (1994), se analiza profundamente la relación que existe entre la razón y los sentimientos, las emociones y el comportamiento social.

Resulta extremadamente difícil separar la razón de la emoción; y es imposible que una persona incapaz de sentir emociones, por más racional que sea, continúe tomando decisiones acertadas y adaptadas a su entorno. Y sin embargo se pretende que esto que es natural en el ser humano, sea distinto cuando ejerce función pública en representación de un artificio llamado “Estado”.

En dicha lógica, la emoción, consciente e inconsciente, es necesaria en todas las decisiones; ¿por qué sería distinto en tratándose del ser humano que actúa en ejercicio de la función pública cuando compra para el Estado?

Daniel Kahneman en su obra “*Pensar Rápido, pensar despacio*” (2011), esboza un modelo que ayuda a comprender los dos tipos de pensamientos que usamos los seres humanos en nuestros procesos de compra:



Por un lado, un pensamiento automático, inconsciente, instintivo, implícito, rápido e impulsado por las emociones y asociaciones; y, por otro lado, un pensamiento reflexivo, consciente, razonado y explícito, lento y secuencial, deliberado y basado en normas y usos de cálculo para llegar a decisiones.

El autor señala que los dos tipos funcionan en paralelo, e insiste que la compra en ese segundo grupo de compra racional y reflexiva, implica un trabajo muy duro.

En la realidad se señala que las decisiones de alta relevancia que están ubicadas en la compra racional de este segundo grupo, toma “atajos mentales” importantes de carácter automático, inconsciente e instintivo del primer grupo; es decir aún en esa decisión racional y lógica se produce una combinación de los dos tipos de pensamientos.

Bajo esta realidad que tiene fuerte base objetiva y práctica, tenemos que aceptar que los compradores, independientemente de que sean públicos o privados, o más bien dicho indistintamente del sombrero que estén puestos, no son completamente racionales, y ni siquiera conscientes en alto grado, de los factores que influyen en

sus decisiones; pero el absurdo administrativista, ha sido creer que con una norma se va a lograr que una persona que tiene emociones actúe en su decisión y justificación de compra, como si no lo tuviere y actúe solo bajo el principio de “racionalidad administrativa”.

Es que muchas veces lo que pensamos que es una decisión altamente considerada (racionalizada) de compra, podría en realidad, debido a su naturaleza compleja, implicar un alto grado de emoción y por lo tanto, un potencial de irracionalidad.

Esto que es tan así, y tan natural de entender, resulta que, en la práctica de la función pública, no solo se tendría que entender, sino que se criminaliza y se encierra; catapultando como delincuentes a seres humanos, que, a veces, sin haber cometido un delito como tal, desde el entendimiento fisiológico, se han convertido en “delincuentes normativos”.

Muchas de las normas penales que “vienen en auxilio del Derecho Público”, lo que han hecho es criminalizar aquellas conductas que dejan de demostrarse solo racionales y que tienen ribetes de emoción, mucho más evidentes cuando se tratan de procesos de compra pública.

Demás está señalar que no es que el camino doctrinario planteado se convierta en “patente de corso” para justificar conductas como aquellas en las que un funcionario público, haciendo uso “arbitrario” del puesto que ostenta, deja a un lado su discrecionalidad para actuar y abusa del cargo que ostenta para beneficio propio.

Esta situación nada tiene que ver con aquella que se pretende exponer a lo largo de este documento, en que se busca argumentar que no todas las decisiones de compra pueden justificarse solo por la racionalidad y que, sin embargo, de ello, no tendrían por qué ser necesariamente punibles.

Sobre este tema, nada se ha escrito ni ha debatido, siendo un campo totalmente abierto a generar discusión y análisis, no exento de razón y también de emociones.

IV. LA RACIONALIDAD POST COMPRA PÚBLICA.

Siguiendo este afán de desaprender lo aprendido, en tratándose del análisis del Principio de Racionalidad en la toma de decisiones de la Compra Pública, hay que señalar que la realidad nos demuestra que la racionalización en gran medida es un proceso posterior a la compra; es decir humanamente es posterior a la decisión de compra; sin que esto sea distinto cuando se trate de una compra pública o de una compra privada.

Esta “racionalidad post compra” nos lleva a la necesidad de justificar -esta vez si, racionalmente-, a nosotros mismos y a otros (en el caso de la Compra Pública a las demás autoridades públicas, contratantes, de control,

regulación y sanción), que la decisión adoptada fue la correcta y adecuada; es decir se racionaliza ese instante el proceso de compra.

Difícilmente en ese proceso posterior escucharemos o deberíamos escuchar “es que me enamore de este producto”; pues ese momento y en esas circunstancias se demostrará el “comportamiento esperado”.

Tradicionalmente, en la parte normativa de compra pública y en general de cualquier tipo de compra se nos han dado técnicas para fundamentar de forma racional las compras; sin embargo, ahora sabemos, o al menos se intenta evidenciar que existe una fuerza inconsciente que impulsa la compra y que poco tiene que ver con razones y mucho con emociones.

Podemos concluir que está ampliamente demostrado el fuerte componente emocional que se genera en los procesos de compra, incluida la compra pública.

V. PREDECIBLEMENTE IRRACIONALES: ASÍ SE TRATE DE COMPRA PÚBLICA, ¿PORQUÉ IBA A SER DISTINTO?

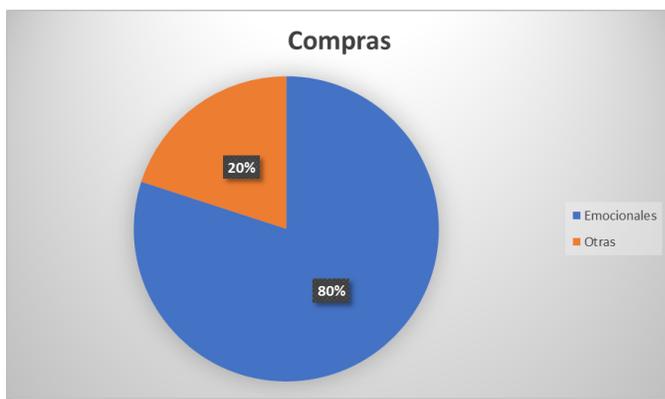


Tabla 1. Elaborado por Inés María Baldeón B.

Está claro entonces que cuando compramos, generalmente no lo hacemos con la cabeza; y esta situación no es diferente si se trata de una compra pública o privada

Los estudios demuestran que el 80 por ciento de las decisiones de compra son emocionales (un estudio de Harvard lo eleva al 95%), y sólo la diferencia de las decisiones son racionales. (Tabla 1).

Cuando la razón no vale o no es suficiente, vamos hacia procesos más emocionales”. Hay estudios que demuestran que procesos cognitivos superiores “están muy relacionados con la decisión de compra”, con lo cual “ni todo es emocional ni todo es racional”. Viene en auxilio de todo esto la Neurociencia para descifrar por qué los compradores, sin distinguir si son públicos o privados, toman unas decisiones y descartan otras.

Esto nos hace entender que las decisiones de compra son emocionales y que necesitamos justificarlas racionalmente.

La neurociencia demuestra que se compra subjetivamente, por lo que se necesitan razones objetivas que sirvan como excusa.

El desarrollo de la ciencia ha permitido conseguir información sobre las razones por las que compramos; permitiendo comprender cuáles son los impulsos que mueven al cerebro humano a decidir una compra.

Según los datos neurocientíficos que estudian el cerebro humano, se han demostrado que son las emociones las que mueven a comprar, las que se toman en la parte del cerebro que no está controlada por la razón.

Más del 80% - algunos lo ubican en el 95%- de todas nuestras decisiones de compra se toman a un nivel subconsciente y son, por tanto, dominadas por nuestras emociones. Esto ocurre por una razón ligada a cómo funciona nuestro cerebro.

La parte subjetiva y emocional es capaz de procesar la información mucho más rápido de lo que lo hace la racional.

En el tiempo en el que nuestro cerebro consciente procesa tres o cuatro cosas, la parte irracional de nuestro cerebro ya ha procesado millones de pedacitos de información sin que por ello nuestro cerebro se haya saturado. Uno es mucho más rápido que el otro.

A pesar de que las emociones son las que dominan, es la razón la que sigue explicando o justificando la decisión de compra.

De hecho, cuando se le pregunta a un comprador privado o mucho más si es público, está claro que éste no dará una explicación ligada a los factores que motivaron su decisión, sino que se trasladará los datos objetivos y racionales, explicando de una forma “comprensible”, por así decirlo, por qué se compró un producto; buscando justificar lo que está haciendo de un modo racional; pues tras tomar una decisión de compra, llega el momento de crear las razones que sostienen esa decisión.

Entonces al sostener el principio de “racionalidad administrativa”, el reto sería entender que la razón entra en juego para explicar de forma posterior la decisión de compra adoptada, desde la emoción; aspecto que no se ha considerado así, de forma tan evidente al tratar el principio de la racionalidad en la toma de decisiones de compra pública, en la que se ha pretendido generar artificios y por lo tanto situaciones irreales que pretenden justificar solo a la razón como único actor interviniente en el proceso de decisión de compra pública.

VI. CONCLUSIONES.

Llevamos miles de años intentando menospreciar la parte emocional de nuestro cerebro y su poder para tomar decisiones.

Esto intenta cambiar en la compra privada, aunque no ha tenido ni el más más mínimo intento de tratarse en la Contratación Pública, insisto porque hemos creído que el cerebro que toma decisiones en la función pública sería uno totalmente distinto al cerebro humano; y que la norma expedida que dice que hay “total racionalidad” en el Estado, es el “manto protector” que “santifica”, y “purifica” la compra pública, que, desde esa lógica, deja de ser una compra sencillamente “humana”, y pasa a ser “etérea” y por lo tanto “subliminal” o inexistente.

El clímax llega cuando esa compra celestial y etérea la deciden seres humanos corpóreos que actúan con razón, pero sobre todo con emoción; y en lugar de entender algo tan obvio, los iluminados del Derecho Administrativo hemos creído que la solución es cerrar los ojos a esa realidad y seguir escribiendo normas, para ver si “a la cansada”, los hombres se convierten o en máquinas o en ángeles, para que actúen de forma perfecta y sin emociones.

Lo racional siempre se ha considerado superior y se lo ha visto como la esencia de lo que es el ser humano y de cómo toma decisiones; por ello siempre en el ámbito humano y sobre todo en el jurídico y mucho más en el de Derecho Administrativo, hemos necesitado encontrar razones lógicas y racionales para “racionalizar” lo que estamos haciendo y las razones por las que lo estamos haciendo.

Cuando compramos y mucho más por la exigencia en Derecho Público, estamos compelidos a pensar que nuestras decisiones son lógicas y racionales, aunque en realidad rara vez lo son, pues la mayoría de las veces dichas compras están influenciadas por nuestras emociones; pues sin éstas sería prácticamente imposible tomar decisiones; ya que éstas nunca se toman sólo de manera racional.

En consecuencia, es necesaria la emoción, ya sea consciente e inconsciente en la adopción de decisiones; considerando además que las reacciones emocionales que se dieron en situaciones pasadas podrían influir en nuestras decisiones actuales.

Esta situación no desaparece cuando el comprador está vestido o puesto una careta o sombrero de comprador público, porque su cerebro sigue siendo el mismo.

Hemos creído ingenuamente que la gente es solo racional y lógica y que no se deja influir por sus emociones en sus procesos de compra. Mucho más grave sería haber confiado que el Estado, ente ficticio, al que nunca lo hemos visto, ni hemos comprobado su desenvolvimiento “fisiológico” pretenda ser visto como mucho más lógico y racional que todos los seres humanos que lo integran, y que tendría cerebro por sí mismo.

Lo que no hemos podido entender es que en la realidad ni el Estado. existe como ser propio y distinto, sino como artificio jurídico creado por una norma, ni éste tiene cerebro propio, sino que depende para su funcionamiento y existencia de seres humanos, comunes y mortales, que tienen razón y emociones para actuar; y, que, en el caso de las compras, existe una fuerza inconsciente que la impulsa y que poco tiene que ver con «razones» y la lógica y mucho que ver con las emociones.

Por ello, la racionalización en gran medida, y dentro de ella, el principio de racionalidad administrativa, es un proceso posterior a la compra que viene con la necesidad legal y sobre todo humana de justificar racionalmente (a nosotros mismos y a otros), que la decisión de compra pública fue la correcta y adecuada; pues en definitiva, se compra por Emoción; y se justifica con la Razón, aunque el problema estriba en que en Contratación Pública se termina sancionando y criminalizando a quien en ejercicio de la función pública osó por dejar de ser humano y de usar su cerebro en las diferentes capas existentes.

Tomar en cuenta también como conclusión que la realidad en un proceso de compra, incluida la pública, es que los compradores no adquieren productos y servicios, sino las percepciones que tienen de éstos; por lo que los contratistas tienen la obligación de mejorar la experiencia del sector público, pudiendo ser capaces de entender los elementos de mayor valor que busca el Estado para generar soluciones que satisfagan y logren el bien común, como el objetivo final de su existencia.

La conclusión final es que los artificios legales que los seres humanos nos hemos visto obligados a construir para vivir en sociedad, el Estado, como quizá el más importante artificio de todos ellos, desde su concepción estructural y de connotación, nos ha implicado el reto de construir normas que hacen que estas instituciones vivan y funcionen de forma independiente a los seres humanos que lo integran.

Nuestra evolución nos obliga a un repensar permanente sobre todo cuando de decisiones humanas se trata, asociadas por ejemplo a los procesos de compra, en donde actúa de entrada el ser humano y su cerebro; independientemente de lo que diga la norma en un caso específico.

El reto es entender esta realidad y construir bajo esa lógica la explicación de los principios y bases de un nuevo Derecho Administrativo, que no por tener como actor principal al Estado, tiene derecho a olvidar que detrás de todas estas estructuras están -estamos- seres humanos que actuamos con razón y emoción.

VII. RECOMENDACIONES.

El planteamiento expuesto a lo largo de este documento y del previo que también es de mi autoría sobre la misma temática, genera un enorme proceso disruptivo y de “deconstrucción mental”, que arrastra el análisis de las mismas instituciones del Derecho Administrativo que parecerían indelebles y de otras asociadas a la conducta humana del funcionario que actúa en ejercicio del poder público, pero que no por ello deja de ser humano; para hacer un barrido de revisión y deconstrucción general de normas vinculadas por ejemplo al derecho sancionatorio y punitivo.

Todo ello, no solo reta a la doctrina en sus diferentes esferas y niveles sino también a la acción legislativa de actores políticos que al escribir las normas no pueden olvidar que están regulando la actuación no de artificios o seres irreales creados por norma, sino de seres humanos emocionales y cognitivos.

Gran desafío al que estamos invitados todos, pues está en juego nuestra propia subsistencia humana y en convivencia social.

X. BIBLIOGRAFÍA.

Álvarez, Gustavo, Antonella Mazzitelli, and Diego Tristezza. "El neuromarketing." *Creación y Producción en Diseño y Comunicación* (2010): 65-66.

Arana, Jaime Rodríguez, et al. "Derecho internacional de las contrataciones administrativas." (2011): 17.

Capó, Miguel, et al. "Neuroética. Derecho y neurociencia." *Ludus Vitalis* 14.25 (2017): 163-176.

Carasila, Andrés Milton Coca. "Neuromarketing: Las emociones y el comportamiento de compra." *Perspectivas* 25 (2010): 9-24.

Carvajal□Orozco, José Gabriel, and Jhon Alexander Isaza□Echeverry. "Aportes del concepto de racionalidad a la teoría administrativa."

Casado-Aranda, Luis-Alberto, and Juan Sánchez-Fernández. "¿Puede el neuromarketing ayudar a mejorar el diseño de la web de compra? Un estudio neurocientífico sobre entornos de compra hedónicos y utilitarios." *Revista de Marketing y Publicidad* (2021): 7-30.

Colquehuanca, Jhoni Shang Castilla. "Neurociencia y derecho: Entorno neurocientífico, dintorno jurídico y contorno conceptual." *Revista de Derecho* 4.1 (2019): 45-60.

Cuauro, Juan Carlos Araujo. "Las Neurociencias y su impacto en el Derecho. El papel del Cerebro en el quehacer jurídico. El Neuroderecho." *Revista Mexicana de Medicina Forense y Ciencias de la Salud* 7.1 (2021).

Damasio, Antonio. "El Error de Descartes. Emoción, Razón y Cerebro Humano", Editorial Destino (1994).

De Enterria, Eduardo García. *Reflexiones sobre la Ley y los principios generales del Derecho*. ARANZADI/CIVITAS, 2016.

Fernández, Atahualpa. "Derecho y neurociencia." *Revista Telemática de Filosofía del Derecho* 9 (2005): 2006.

Gimeno Feliú, José María. "La corrupción en la contratación pública." *La corrupción en la contratación pública* (2016): 13-49.

Kahneman, Daniel, "Pensar rápido, pensar despacio" (traducido por Joaquín Chamorro Mielke), Editorial Debolsillo (2021).

López, José Manuel Touriñán. "Racionalidad administrativa y racionalidad epistemológica una convergencia necesaria en la universidad actual." *A universidade: raízes históricas e desafios de futuro: homenaxe aos profesores César Raña Dafonte, Ángel González Fernández, Jesús Ríos Vicente e José Antonio Fidalgo Santamariña*. Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, 2012.

Moreno Molina, Jose Antonio. "La construcción jurisprudencial europea de la teoría de los principios generales de la contratación pública y su plasmación posterior en la legislación de la Unión Europea." *Rev. Digital de Derecho Admin.* 19 (2018): 27.

Pardo, Michael S., and Dennis Patterson. "Fundamentos filosóficos del Derecho y la neurociencia." *InDret* (2011).

Rozo, Óscar Eduardo Vargas. "El carácter normativo de los principios del derecho administrativo." *Revista Estudios Socio-Jurídicos* 4.2 (2002): 249-263.

Restrepo, Santiago Restrepo. "Neurociencia y marketing: de la emoción a la compra.": 101.

Tinoco-Egas, Raquel. "Fundamentos del neuromarketing desde la neurociencia del consumidor para la generación de confianza." *Redmarka: revista académica de marketing aplicado* 16 (2016): 29-40.

Vargas Rozo, Oscar Eduardo. "El carácter normativo de los principios del derecho administrativo." *Estudios Socio-Jurídicos* 4.2 (2002): 247-264.

¿Desea conocer más sobre este tema? 

Comuníquese con nosotros: www.grupoceas.com.ec // ibaldeon@ceas.com.ec // España: +34 636 164 324 // WhatsApp: +593 99 239 4213.

En **GRUPO CEAS ABOGADOS & CONSULTORES** por más de 28 años rentabilizamos las normas y la estrategia, para que las empresas privadas obtengan mayores ingresos y logren tranquilidad en sus relaciones con el Sector Público de España, Ecuador, Bolivia e Israel.