

Concepto

Sesgo del presente

Damos mucho más valor a lo inmediato que a lo futuro, y por eso a menudo no cumplimos lo que habíamos planeado.

En inglés
Present bias

Origen
Laibson (1997)



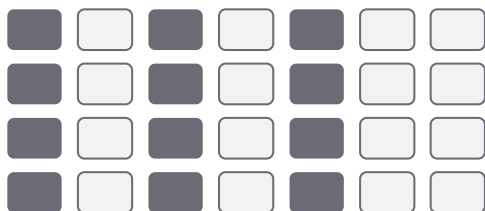
Qué problema aborda

Explica por qué posponemos el ahorro, el ejercicio o las tareas pesadas aunque sepamos que nos conviene.

Un ejemplo

Al inscribirse en un gimnasio, mucha gente elige una cuota mensual de más de 70 \$ porque piensa ir a menudo.

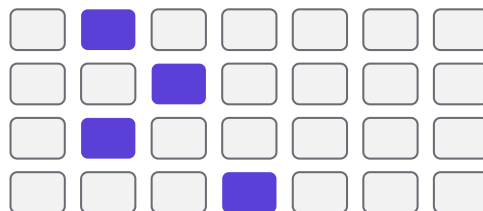
Lo que planean



Lo planeado: «iré tres veces por semana»

Contaban con ir **varias veces por semana**.

Lo que hacen



Lo real: unas 4 visitas al mes

Van 4,3 veces al mes, así que cada visita sale a **más de 17 \$**.

Con un bono de 10 visitas habrían pagado 10 \$ por visita. Al elegir, contaban con un yo futuro más constante.

Por qué pasa



Lo de ahora pesa mucho más que lo de después.



Planeamos pensando en un yo futuro más disciplinado que el actual.



Pero cuando llega el momento, vuelve a ganar lo inmediato.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Trae los beneficios al presente o decide hoy lo que se hará mañana, como el ahorro automático.

✗ Evita

Cobrar por adelantado contando con que la gente no usará lo que paga.

👁 Para no caer

Decide con antelación y quita la elección del momento: automatiza, agenda o comprométete.

17\$ vs 10\$

Bono de visitas



Cuota mensual



Lo que dice la investigación

17\$ vs 10\$ pagaban de media por visita quienes tenían cuota mensual, frente a los 10 \$ de un bono de visitas (DellaVigna y Malmendier, 2006).

● ● ● **Evidencia sólida.** Laibson (1997) formalizó este patrón como descuento hiperbólico: el presente pesa de forma desproporcionada.

Autores y obras

David Laibson (1997)

Lo formalizó en un modelo económico de ahorro.

Stefano DellaVigna y Ulrike Malmendier (2006)

Lo midieron con datos reales de gimnasios.

Conexiones

Se usa en

Diseño del comportamiento
Disciplina

Relacionado con

Efecto nuevo comienzo
Concepto

Gradiente de la meta
Concepto

Nudge y arquitectura de decisión
Teoría

Fuentes

Fuentes originales

- Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. The Quarterly Journal of Economics, 112(2), 443–478. Ver fuente (<https://doi.org/10.1162/003355397555253>)
- DellaVigna, S. y Malmendier, U. (2006). Paying not to go to the gym. American Economic Review, 96(3), 694–719. Ver fuente (<https://doi.org/10.1257/aer.96.3.694>)

Última revisión: 22 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.