

11/2012

¿Bajo qué condiciones funcionan (o no) los incentivos económicos?



Los incentivos económicos se utilizan con frecuencia para estimular un comportamiento deseado por parte de la persona que los recibe. Sin embargo los incentivos también contienen información, sobre quien lo paga, sobre quien lo recibe, sobre lo costoso que es la tarea exigida o sobre la motivación para esforzarse que influye en la decisión final de esfuerzo. Por ello, el diseño óptimo de incentivos es una cuestión complicada que debe tener en cuenta todos estos aspectos.

Los economistas suelen enfatizar que “los incentivos importan”. La “ley básica del comportamiento” implica que cuanto mayor sea el incentivo ofrecido mayor será el esfuerzo de quien lo recibe y mejor su resultado. Los jefes, por ejemplo, utilizan con frecuencia incentivos directos para motivar a sus empleados. En los últimos años, se ha popularizado el uso de incentivos en otras áreas en las que se busca un comportamiento deseado. ¿Se debería pagar a los estudiantes por no faltar a clase, por ampliar sus hábitos de lectura o por sacar mejores notas?, ¿conseguirían los incentivos aumentar la contribución individual a ciertos bienes públicos, como la donación de sangre? ¿pueden ayudar los incentivos a inculcar hábitos saludables como el dejar de fumar o el hacer ejercicio?

Estas y otras aplicaciones del uso de los incentivos suele provocar un acalorado debate. Quienes defienden su uso en estas áreas argumentan que los incentivos simplemente refuerzan el comportamiento deseado porque añaden razones adicionales para llevar a cabo acciones que hasta cierto punto nos pueden resultar costosas. Por el contrario, sus detractores apuntan que los incentivos pueden sustituir la propia “motivación intrínseca” para esforzarse y que, por tanto, pueden tener efectos negativos. Esta sustitución puede tener especial importancia en el medio plazo, cuando quizá los incentivos económicos no puedan ya ser pagados, y el individuo puede haber perdido su motivación inicial para esforzarse.

La forma en que se ofrecen y la cuantía de los incentivos ofrecidos contienen información para el receptor, que será utilizada al tomar una decisión de esfuerzo. Un incentivo bajo puede enviar una señal de que el esfuerzo requerido no es muy apreciado, e incluso se puede llegar a tomar como un insulto y provocar que alguien se esfuerce aún menos de lo que lo hubiera hecho sin incentivo. Un incentivo excepcionalmente alto, podría indicar que la tarea que a uno le piden es más costosa de lo esperado, o incluso más peligrosa. Por ejemplo, se ha observado que cuando a los vecinos de un pueblo se les ofrece dinero por aceptar la instalación de una planta de residuos cerca de su vecindario, la oposición al proyecto creció de forma importante.

Los incentivos pueden incluso cambiar la imagen que otros tienen de nosotros o lo que nosotros pensamos de nosotros mismos. Cuando alguien que realiza actividades altruistas pasa a hacer la misma actividad como parte de un trabajo remunerado, puede ocurrir que pierda parte de su motivación, que puede ser inducida por la generosidad pura pero también por la buena imagen que proyecta sobre uno mismo y sobre los demás, y pase a esforzarse menos o a intentar beneficiarse, incluso ilícitamente, de su actividad.

Respondiendo a las tres preguntas iniciales:

1) Pagar a los estudiantes puede ser efectivo si lo que se pretende es que adquieran una nueva capacidad, como aprender a leer, o cuando los estudiantes tienen claro cómo su esfuerzo se traslada en un mejor resultado (ser puntual, o llevar uniforme), pero no está tan claro que sea útil cuando los alumnos desconocen hasta qué punto sus horas de estudio se trasladarán a una mejor nota. Además, el incentivo económico puede ir en contra de una forma extendida de entender la educación, como es el inculcar sentido de responsabilidad.

2) Los incentivos económicos pueden conseguir que aumenten las donaciones de sangre. Sin embargo, puede ocurrir a la vez un “efecto selección”: aquellos que donan sangre por razones altruistas o de imagen, pueden dejar de hacerlo. De esta forma, los nuevos donantes serán aquellos que se mueven por razones económicas. Esto puede traer efectos adversos si estos individuos son realmente los que tienen menor renta, pues existe hasta cierto punto correlación positiva entre capacidad económica y salud. Por ello, los incentivos económicos pueden provocar una disminución de la calidad de la sangre donada.

3) Por último, los incentivos pueden ayudar a crear hábitos saludables. Cuando uno decide ejercitarse, observa sólo los costes de dicha decisión (el sudor, el dolor, la pérdida de tiempo libre) y no tanto los beneficios (mejoras en salud, en estado anímico o en imagen). Por ello, los incentivos pueden dotar de una motivación inicial extra, que puede seguir no siendo necesaria en el medio plazo cuando se empiezan a observar las mejoras. Sin embargo, en temas como el

dejar de fumar, la adicción puede llegar a ser tan fuerte, que aunque los incentivos hayan funcionado relativamente bien en el corto plazo, han tenido poco éxito en crear ex_fumadores en el largo. No obstante, en ocasiones el corto plazo es vital, por ejemplo, si con el uso de incentivos podemos lograr que las mujeres dejen de fumar durante el embarazo.

Anticipar las consecuencias que puede tener el ofrecer un incentivo implica por tanto comprender no sólo el efecto directo que pueden tener, el que asocia mayor pago a mayor cumplimiento con el comportamiento esperado, sino también los efectos indirectos a través del mensaje que envían. El diseño de los incentivos óptimos es una importante cuestión teórica que se beneficiará de la observación empírica de los resultados obtenidos bajo distintas circunstancias.

Pedro Rey Biel

Pedro.Rey@uab.es

Referencias

“When and Why Incentives (Don’t) Work to Modify Behavior.” Gneezy, Uri; Meier, Stephan; Rey-Biel, Pedro. JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES, 25(1): 191-210 (2011).

[View low-bandwidth version](#)