



Grup de tècniques estadístiques avançades aplicades a la Psicologia



MODELOS DE MOTIVACIÓN

Una mirada desde la Ciencia

Jornada Divulgativa. Incentivar para prevenir

Joan GuàrdiaOlmos

Departament de Metodologia de les Ciències del Comportament
Facultat de Psicologia
Universitat de Barcelona



DEFINICIÓN



OTRA OPCIÓN

<http://www.youtube.com/watch?v=Udy97slAw0A>

Definición: La Conducta Laboral motivada suele describirse considerando su inicio, dirección, persistencia, intensidad y terminación. La explicación de esta cualidad de se ha hecho desde un gran número de teorías.

Las que interpretan que son los **incentivos económicos** los que motivan al trabajador a incrementar su esfuerzo laboral, de ahí que sea el pago por unidad producida el sistema más eficiente para incrementar la productividad de las personas, aceptándose que la producción y el salario son variables que se condicionan mutuamente. Dentro de este marco teórico de pensamiento, se han desarrollado modelos que coincidiendo en los fundamentos (la concepción del hombre como un "ser económico") **difieren en cuanto a los sistemas de incentivación.**

CONCRETANDO INCENTIVOS

- Para Taylor (1985) requieren de la composición de dos elementos fundamentales: 1) La definición de unidades de trabajo estandarizadas, y 2) La especificación del pago que corresponde a cada unidad de trabajo realizada.
- Para Gantt (1919) trata de resolver la limitación que se produce si se aplica el modelo de "pago por unidad de trabajo", una vez que el **trabajador ha sobrepasado los estándares** establecidos de producción que se fijan como límite del crecimiento del incentivo, introduciendo la posibilidad de **gratificar a los trabajadores que alcanzan los estándares en función del tiempo que han necesitado para conseguirlo.**
- Para los "Scanlon Plan" y "Rutter Plan" (Wilson, Haslam y Bowey, 1982): el sistema de incentivación debe basarse no en la productividad individual sino en la **grupal o de equipo**, introduciendo el primero como criterio la "*disminución de los costos de producción*" y el segundo el "*beneficio de la empresa*".

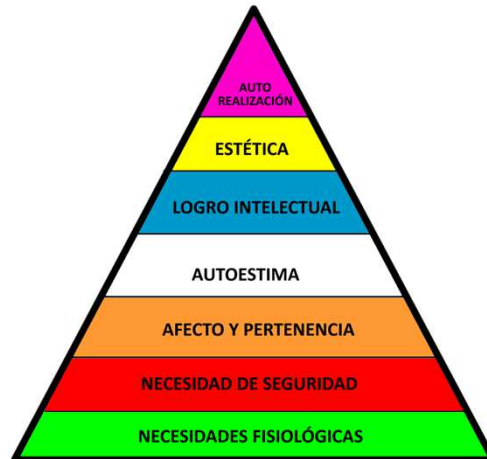
INCENTIVOS

- McKinsey (2007) entrevistó a 1047 ejecutivos, gerentes y empleados de diferentes sectores del mundo empresarial. Éstas son las conclusiones:
- Los incentivos no económicos son más efectivos que los económicos.
- Los incentivos económicos tienen resultados sólo a corto plazo.

COMO APLICARLOS

- Teorías de contenido. Estudian los elementos que motivan a las personas.
- Teorías de proceso. Se ocupan del proceso de la motivación: cómo se desarrolla, cuáles son sus posibles orígenes, entre otros.

TEORIA DE MASLOW (1963)



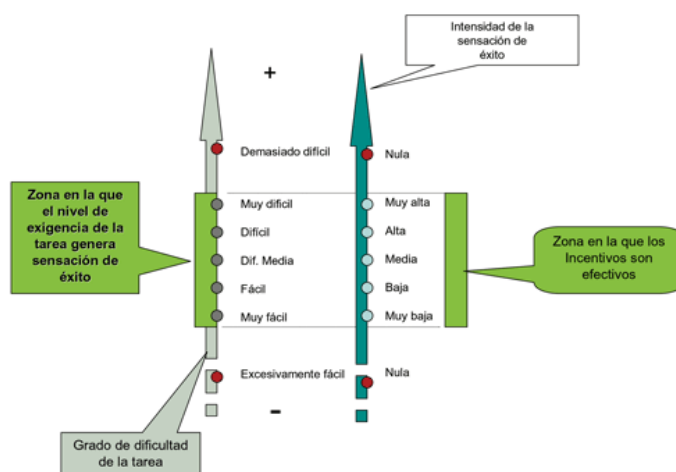
Teoría bifactorial de Herzberg (1976)

- Factores de higiene, asociados con la insatisfacción.
- Factores motivadores, asociados con la satisfacción

Teoría de las necesidades aprendidas de McClelland (1989)

- Motivador de afiliación. Es aquel que lleva a las personas a desarrollar relaciones de cordialidad y satisfacción con otras personas. La persona necesita sentirse parte de un grupo y, de esta forma, sentirse apreciado y estimado por los otros.
- Motivador de logro. Se trata del impulso que mueve a las personas a actuar en busca del mayor éxito en todo aquello que desarrollan.
- Motivador de poder. Es el deseo del individuo de controlar a los demás y al entorno que les rodea, adquiriendo la potestad para modificar situaciones. El poder que ejerce puede ser personal, cuando se trata de influir o controlar a las personas, o socializado, cuando utiliza su poder para beneficio de su equipo y de la empresa.
- Motivador de la competencia. La persona desea obtener los mejores resultados en las tareas que realiza y así poder diferenciarse de otros que están en su mismo puesto de trabajo.

MODELO DE COMPETENCIA



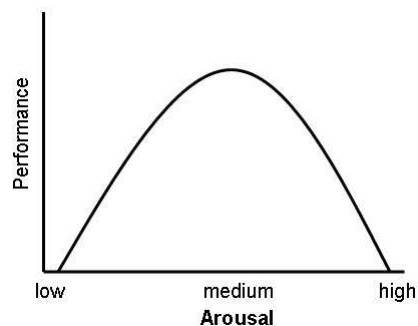
ALGUNOS DATOS

Al comparar los incentivos más usuales de la conducta laboral (“reconocimiento social” e “información de feedback respecto del rendimiento”), Stajkovic y Luthans (2001) hallan que los económicos, cuando adoptan la forma de “pago por unidad de trabajo”, o variables, son los más efectivos ($p < .05$)

Stajkovic, A.D. y Luthans, F.: Differential effects of incentive motivators on work performance. *Academy of Management Journal*, 4, 3, 2001, págs, 580-590.

LOS LÍMITES DEL INCENTIVO

- Ley de Yerkes-Dodson



Una demostración: [YERKES-DODSON / HANS EYSENCK DEMO](#)

PERO FALTA UN INGREDIENTE

<http://www.youtube.com/watch?v=SkijuuLaE98>

MUCHAS GRACIAS



Grup de tècniques estadístiques avançades
aplicades a la Psicologia

