

ANÁLISIS DE LA PROCRASTINACIÓN, FECHAS DE ENTREGA Y RENDIMIENTO

Pescador Rodríguez José Luis (1), Moreno Okuno Alejandro Tatsuo (2)

1 [Licenciatura en Economía, Departamento de Ciencias Económico Administrativas (DCEA)] | Dirección de correo electrónico: [lupes16_17@hotmail.com]

2 [Departamento de Economía y Finanzas, DCEA, Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [atatsuo@hotmail.com]

Resumen

El modelo de elección del consumidor de la teoría microeconómica involucra axiomas básicos. Generalmente se asume que las personas son racionales, pero en la realidad las personas son más complejas, esto implica que no siempre actuamos racionalmente. Por esto surge el estudio de la economía del comportamiento, para estudiar a las personas de manera más compleja, incluyendo sus emociones y debilidades. En esta investigación analizaremos el problema de la procrastinación la cual es más común de lo que nos imaginamos. Para entender este problema es necesario considerar la obediencia de las personas y la distribución del tiempo para realizar diferentes tareas. Se plantea un experimento donde trataremos de influenciar su comportamiento

Abstract

The consumer choice model of microeconomic theory involves basic axioms. Generally it is assumed that people are rational, but in reality people are more complex, this implies that we do not always act rationally. This is why the study of behavioral economics arises, to study people in a more complex way, including their emotions and weaknesses. In this investigation we will analyze the problem of procrastination which is more common than we imagine. To understand this problem it is necessary to consider the obedience of the people and the distribution of time to perform different tasks. An experiment is proposed where we will try to influence their behavior.

Palabras Clave

Racionales; Procrastinación; Obediencia; Distribución; Experimento

INTRODUCCIÓN

Marco Teórico

En el modelo de elección del consumidor la teoría parte de que somos agentes racionales, la teoría microeconómica nos menciona tres supuestos necesarios para poder estudiarla y tener fundamento teórico de cómo se comportan las preferencias de los individuos. Estas preferencias son tan importantes que son denominadas axiomas – Completitud, Reflexividad y Transitividad-.

La utilidad es una forma de describir las preferencias [1], ya que el agente elige en función a la opción que le genera mayor utilidad. La función de utilidad es un instrumento que asigna un valor a una elección y se deben preferir las opciones que generan el valor más alto.

Se ha mencionado a grandes rasgos los principios básicos para satisfacer las preferencias y la utilidad de un individuo, estos principios son importantes para analizar diferentes comportamientos, como la toma de decisiones de los individuos, pero esos axiomas no son capaces de explicar todos los fenómenos ya que nuestras preferencias no siempre son continuas o transitivas.

La economía del comportamiento se dedica a estudiar como eligen realmente los consumidores. Utiliza algunas de las ideas de la psicología para hacer predicciones sobre la decisión de las personas y muchas de esas predicciones contradicen el modelo económico convencional de los consumidores racionales [1]

Frecuentemente las personas tienen problemas para comprender su propio comportamiento lo cual nos lleva a tener incertidumbre en la decisión que se va a tomar, esta incertidumbre se incrementa entre más opciones se tengan y la decisión será aún más difícil. Esto nos conduce a tomar decisiones por obediencia o influencia de otras personas.

Antecedentes bibliográficos

El descuento del tiempo según un modelo convencional en economía es el del descuento exponencial que descuenta el futuro a una tasa constante. El descuento hiperbólico muestra mejor el comportamiento de las decisiones de las personas, ya que le da más peso al descuento futuro a largo plazo que a la decisión de corto plazo, pero la función que mejor se ajusta al comportamiento es el cuasi-hiperbólico.

Para entender más acerca del descuento cuasi-hiperbólico hemos realizado una lectura del artículo “Golden eggs hyperbolic discounting” de David Laibson [2].

David Laibson nos dice que las funciones de descuento hiperbólico nos conducen a preferencias inconsistentes dinámicas. El auto control por medio de fechas límite nos ayuda a regular el tiempo, David Laibson es el primero en acuñar el término de descuento cuasi-hiperbólico el cual nos muestra como el valor de la función de descuento es alto, después tiene un descenso rápido hasta llegar al punto crítico donde se produce un cambio estructural, después la función atenúa su descuento, este descuento será muy lento el cual está por encima de un descuento exponencial, esto nos conduce a un equilibrio perfecto en sub juegos.

El problema de auto-control nos conduce a preferencias hiperbólicas, pero estos problemas también suelen ser sociales donde influye lo que nos rodea, esto se podría mejorar con reglas personales y fuerza de voluntad.

En el artículo “Doing Now Or Later” de Ted O’Donoghue y Mathew Rabin [3], nos dice que las preferencias de la gente no siempre son continuas, dice que tiene saltos que las vuelven inconsistentes en el tiempo lo que traduce a preferencias parciales, esto da como resultado costos inmediatos y recompensas inmediatas.

En [3] se considera dos tipos diferentes de individuos: el ingenuo el cual siempre aplaza la actividad y evade o ignora los costos y se fija más en la recompensa inmediata, el otro agente es el sofisticado que siempre hará todo a la brevedad posible y minimizará los costos, el sofisticado evita problemas futuros ya que le da el

mismo peso a hoy que mañana, él considera que en el futuro la actividad será del mismo valor y hasta tiende a ser pesimista, analiza los costos inmediatos contra la recompensa inmediata, evalúa y actúa rápido.

Se considera que la gente siempre es impaciente lo cual hace que el comportamiento no sea homogéneo y las preferencias son discontinuas lo cual produce inconsistencias.

El artículo “Procastinacion, Deadlines, and performance: Self-Control by Precomment, de Dan Ariely” [4] nos ayuda a entender cómo puede mejorar el rendimiento de acuerdo a una estrategia por medio de nosotros mismos y con otra persona que nos ayuda a comprometernos y respetar los tiempos para ser más eficientes.

El problema de autocontrol implica preferencias inconsistentes en el tiempo, la recompensa disponible fue mayor que la recompensa futura marcada por una preferencia relativa, las preferencias se ven modificadas por la relatividad entre costos y beneficios inmediatos.

En el artículo de “Procrastination and Obedience de George Akerlof” [5], nos muestra diferentes escenarios donde se involucran decisiones repetidas con un comportamiento donde no se tiene idea o cálculo de lo que afecta en un futuro, lo cual da como resultado una percepción borrosa, se manifiestan inconsistencias en el tiempo. Deberíamos en cada elección maximizar los beneficios y solo tener pequeñas pérdidas, porque si se considera que no es solo una decisión sino muchas, ya no serán pequeñas pérdidas sino serán bastante grandes por la acumulación de los errores.

En [5] encontramos información valiosa respecto a la obediencia, factor clave para aumentar la eficiencia, pero como lo muestra el experimento de Stanley Milgram somos capaces de infligir un castigo muy severo por el solo hecho de ser obedientes así que hay que manejar la obediencia con cierta precaución.

Justificación

En [5] nos dice que las preferencias ya no son racionales, rompen la regla de maximizar la utilidad, la procrastinación ocurre cuando los costos del presente no son bien calculados y no le damos la debida importancia respecto a su valor futuro, por eso es fácil aplazar las cosas y decir que mañana las haremos.

Una de las finalidades de la investigación es ser capaces de proponer alguna técnica o herramienta para mejorar la eficiencia de las personas cuando nos son capaces de lograrlo por ellas mismas.

Realizaremos el diseño y ejecución de un experimento social que se realizara por parte del profesor a sus estudiantes para ver si las personas menos eficientes son capaces de incrementar su desempeño en sus tareas, por medio de la obediencia resultado de un castigo por aplazar sus actividades.

MATERIALES Y MÉTODOS

El método de la investigación consiste principalmente en el diseño e implementación de un experimento el cual se describe a continuación:

Planteamiento del experimento.

El experimento consiste en asignar cuatro tareas por parte del profesor. Se propone dividir el grupo en tres subgrupos (subgrupo A, subgrupo B y sub grupo C).

El profesor designará al azar la conformación de los tres subgrupos. Esto lo dictaminará el profesor al inicio de clases en la forma de evaluación para evitar reclamos e inconformidades.

El profesor dictamina la fecha inicial para que inicie el plazo de entrega para la primera tarea.

A los integrantes del subgrupo A se les permite entregar la primera tarea el día viernes a las 10 am de la tercera semana y las otras tres tareas juntas el día viernes a las 10 am de la doceava semana.

A los integrantes del subgrupo B se les permite entregar la primera tarea el día viernes a las 10 am de la tercera semana y para entregar las tres tareas que restan el alumno puede decidir en qué fecha entregar teniendo como plazo máximo el día viernes a las 10am de la doceava semana.

A los integrantes del subgrupo C se les permite entregar una tarea el día viernes a las 10 am de la tercera semana, la siguiente tarea el día viernes a las 10 am de la sexta semana, la tercera tarea el día viernes a las 10 am de la novena semana, y ultima tarea la debe entregar el día viernes a las 10 am de la doceava semana.

Como se va a evaluar la tarea:

No basta con entregar la tarea debe estar resuelta correctamente, si está bien resuelta el alumno tendrá el 100% del valor asignado, si la tarea entregada no está bien resuelta tendrá descuentos y el alumno no podrá tener el 100% del valor asignado. Estos criterios son básicos para entregar la tarea en las diferentes fechas señaladas y aparte tendrá una sanción por entregar fuera de fecha que se describe a continuación.

Castigos por incumplimiento de fecha de entrega:

Por un día de retraso se le descuenta el 25%.

Por dos días de retraso un descuento del 50%.

Por tres días de retraso un descuento del 75%

Por cuatro días de retraso la tarea correspondiente tendrá un valor del 0% y se tiene que entregar para conservar el derecho de entregar las siguientes tareas, las cuales serán evaluadas con los mismos criterios mencionados anteriormente.

Los alumnos que correspondan al subgrupo A y subgrupo B se les podrán ofrecer ayuda en el momento que ellos así lo soliciten después de entregar la primera tarea. La ayuda consiste en distribuir el tiempo de forma óptima, es decir si les quedan tres tareas y nueve semanas el tiempo óptimo sería cada tres semanas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al inicio del diseño del experimento fuimos capaces de visualizar dos experimentos. El primero se basaba en que las personas que tienden a ser más procrastinadoras son las más ingenuas, partiendo de esta premisa pensamos que si a los alumnos se les da información que de alguna forma sea capaz de reducir su ingenuidad podríamos mejorar su eficiencia, este experimento fue descartado y nos quedamos con el descrito en este trabajo de investigación.

En [4] diseñaron diferentes experimentos, nosotros realizamos el diseño del experimento el cual involucra pedir ayuda para controlar la distribución del tiempo de los alumnos y mejorar la eficiencia.

En [5] podemos ver que un castigo fuerte ayuda a que las personas corrijan su comportamiento, en común acuerdo, el experimento presenta fuertes castigos por incumplimiento de las reglas. Esto lo hacemos con la finalidad de que los alumnos consideren necesario solicitar ayuda, así pueden corregir su comportamiento y sus notas podrían ser más altas.

CONCLUSIONES

La economía del comportamiento permite explicar lo que no se puede con los axiomas básicos de la microeconomía. Se diseñó un experimento que cubre un hueco en la literatura, nos permite observar el comportamiento real de los alumnos al tomar sus decisiones. El experimento sirve como herramienta para persuadir a los alumnos y mejoren su desempeño académico.

El experimento requiere de doce semanas para poder llevarlo a cabo, motivo por el cual será aplicado en el próximo semestre y servirá de materia prima para la elaboración de mi tesis.

AGRADECIMIENTOS

Por medio de estas líneas me permito expresar el agradecimiento a la Universidad de Guanajuato por aceptarme en este verano de investigación, así como al Departamento de Ciencias Económico Administrativas por permitir mi estancia durante este trabajo, también quiero agradecerle al Dr. Alejandro Tatsuo Moreno Okuno por ayudarme con su conocimiento en la materia ya que sin su colaboración no hubiera sido posible realizar esta investigación.

REFERENCIAS

- [1] Varian Hal R, (2011).Economía del comportamiento (8va Ed), Un enfoque actual microeconomía intermedia, (pp. 589-604) Barcelona, ANTONI BOSCH
- [2] Laibson David. (1997). "Golden eggs hyperbolic discounting," The Quarterly Journal of Economics, pp. 443-477
- [3] O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). "Doing it now or later". *American Economic Review*, 89, pp.103-124.
- [4] Ariely Dan, "Procrastination, Deadlines, and Performance: Self-Control by Precommitment," pp.1-13
- [5] Akerlof George. (May, 1991). " Procrastination and Obedience," *American Economic Review*, pp. 1- 19