



knowsquare .

FRANCISCO ABAD JIMÉNEZ

23 DE JULIO DE 2015

MOTIVAR CREANDO ENTORNOS DE AUTOMOTIVACIÓN

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

Sobre motivación

¿Qué nos mueve a levantarnos ilusionados algunas mañanas? ¿Y a vivir intensamente un momento? ¿Y a dar lo mejor de nosotros mismos en la vida? ¿Y en el trabajo?

Motivación significa *“fuerza motriz”, “causa o razón que tiene eficacia o virtud para mover”, “ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse para ejecutarla con interés o diligencia”*. Un fenómeno complejo, porque depende de la personalidad, intimidad y circunstancias de cada uno, e incluso de cada momento.

Los enfoques tradicionales y la mayor parte de los estudios más relevantes recientemente publicados sobre motivación, atracción y retención del talento en el trabajo acentúan la importancia de los incentivos económicos, la carrera profesional o la seguridad en el empleo. No se hacen eco de las teorías contemporáneas, que cambian el paradigma y se centran en que la motivación no depende tanto de factores externos como de factores internos a cada uno, en los que la empresa solo puede incidir creando contextos que permitan el desarrollo personal. Entre los impulsores de la joven idea de motivación intrínseca destaca Daniel Pink (*“La sorprendente verdad sobre qué nos motiva”*, Ediciones 2000, 2010), cuyas investigaciones concluyen que estamos más motivados para trabajar cuando lo hacemos en entornos que favorezcan nuestra autonomía, aprendizaje y autorrealización personal. Por un lado, los trabajadores demandamos más autonomía y responsabilidad en nuestro puesto de trabajo. Damos lo mejor de nosotros mismos en un equipo diverso e incluso algo caótico que actuar como robots clónicos y cualificados, programados por un ser superior llamado jefe. Por otro, nos gusta aprender de la experiencia, propia o de quienes reconocemos con autoridad, participando en retos que permitan generar soluciones creativas colaborativamente. Además, nos sentimos más satisfechos en un trabajo que nos permite desarrollarnos como personas.

Hacia una motivación emocional, indirecta e inteligente

El mundo de las motivaciones está empezando a evolucionar, pero el cambio se acelerará enseguida según anticipan la demografía y la diversidad generacional.

Las nuevas promociones que llegan a la empresa se puede decir que están formadas por nativos digitales hiperconectados, nómadas laborales, colaborativos, solidarios y que unen su perfil público y privado. Ya no les mueven los incentivos materiales de toda la vida del mundo empresarial. Su talento solo lo activan ellos, por lo que solo se vuelcan en el trabajo si les facilita autonomía, crecimiento como personas y aprendizaje técnico y humano.

Dentro de una década, los que hoy tienen menos de treinta años (los *millennials* o la generación Y) representarán el 75% de las plantillas. Entonces habrán reemplazado por completo a los hoy mayoritarios *babyboomers*, trabajadores incansables, competitivos, por objetivos, buscadores de una vida saludable y estancados en su carrera profesional. Los soldados y mandos del ejército empresarial tendrán un perfil tan diferente que requerirá otro tipo de generales.

Con los más jóvenes parece que llega la era de la motivación emocional, indirecta e inteligente ya que nadie es capaz de motivar fácilmente a nadie. Y resulta que su planteamiento es válido no solo para su generación. Vale para todas. Incluso para unir la energía y tecnología de los más jóvenes con la sabiduría y criterio de los más experimentados.

Parece que los futuros gestores de la motivación empresarial deberán mostrar un perfil más humano, emocional, inspirador, de habilidades y actitudes más femeninas que masculinas. Algo que contrasta con lo que todavía piensan la mayor parte de los altos directivos de la gran empresa, concentrados en un día a día frenético, en obtener resultados inmediatos en su negocio y en los monitores de reputación corporativa. Pero hay un horizonte nuevo que algunos empiezan a descubrir cuando encuentran un espacio y un tiempo para analizar con perspectiva el fuerte contraste entre las claves de las nuevas generaciones que acceden al mercado de trabajo y las más cercanas a la jubilación.

Con algunas claves nuevas

Según un reciente análisis del Foro Empresa y Sociedad, en el que han compartido su opinión 1.245 personas de un perfil similar al del ecosistema de Know Square, la motivación en la vida y en el trabajo crece linealmente con la edad. Una conclusión que puede sorprender, pero posiblemente sea porque la vida nos va enseñando a vivir y finalmente aprendemos a ser felices, aunque sea justo antes de marcharnos.

También destaca la importancia que tiene la familia como motor de vida. Una organización que ha sido clave tanto para superar los años difíciles como para afrontar el futuro en buena compañía. No tiene sentido que todavía juegue un papel tan secundario en las políticas públicas y empresariales cuando la familia es tan importante desde todos los puntos de vista.

Dicen los participantes, sin distinción de edad, que la mayor motivación en el trabajo se produce cuando se consigue un entorno colaborativo que les permite aportar soluciones creativas y que contribuyen al bien común. Dicho de otra forma, un sistema en el que cada uno puede aportar lo mejor de sí mismo participando en equipos diversos. Es decir,

los resultados de esta encuesta avalan que los incentivos que consiguen un mayor y mejor compromiso con la empresa son los que más ayudan a que nos desarrollemos como personas en el trabajo. Los más tradicionales, sobre todo el dinero o las recompensas económicas, apenas han sido mencionados por los participantes.

Habría mucho que decir sobre el vil metal, sobre todo en dolorosas situaciones extremas que todos conocemos. O de corrupción. Pero, aunque en época de melones es mejor evitar los sermones, seguro que coincidimos en que lo más importante de la vida ni se compra ni se vende.

Las ideas anteriores proceden de la opinión de un público especial, por lo que no son directamente extrapolables. Aunque creemos que ayudarán a generar conversaciones sobre un tema de indudable futuro.

Entonces, ¿cómo motivar?

Espero haber generado más preguntas que respuestas. Una de las cuestiones seguro que es qué hacer para que todos demos lo mejor de nosotros mismos y consigamos que lo hagan quienes trabajan en nuestros equipos.

Ojalá tuviéramos la varita mágica. Mi apuesta personal es activar el mundo de las ideas sobre el futuro para que quien quiera pueda aportar y recibir activamente. Porque el futuro genera sensaciones parecidas a las de un viaje. Lo disfrutamos mucho más si tenemos ocasión de soñar, investigar, diseñar y organizar sus detalles que si vamos como una maleta en manos de otro. A veces es incluso mejor la fase previa, que no se hace solo en clave racional sino, sobre todo, emocional.

© Francisco Abad Jiménez

© Know Square S.L.