

MOTIVACIÓN

En el complejo proceso de la comunicación humana, intervienen infinidad de factores y muchos de ellos, son claves a tener en cuenta, para pasarlos a la C.C (Competencia Conciente) y así maximizar resultados o mejorar respuestas.

La motivación, se encuentra relacionada, con los valores fundamentales del individuo. Motivación, equivaldría a "querer", a "tener el propósito activo de alcanzar un objetivo en el cual se cree".

Para que haya motivación, han de existir ciertas estrategias con umbrales de intensidad altos como para mantener la Conducta: la meta fijada ha de ser válida, beneficiosa y estar dentro de nuestras posibilidades.

Para motivarnos o motivar a los demás es necesario conocer el Fin y tener un acicate, que nos ha de conducir a la adquisición de un valor.

No existe una forma estandarizada de motivación recomendable para todos los procesos de comunicación. Cada situación ofrece incentivos diferentes y nos inspira de distinta manera.

No es posible motivar en un nivel superior, si el nivel inferior que lo sostiene, no se encuentra satisfecho.....Buda decía: "A un hambriento no le hables de Dios...Enséñale a pescar".

Para que exista motivación, el beneficio que el cliente espera conseguir, ha de ser lo suficientemente valioso e importante como para que se comprometa... Sin Necesidad (real o imaginaria), no puede haber motivación y sin motivación no hay acción que sea duradera.

La motivación afecta tanto al emisor como al receptor y del mismo modo que determina ciertos signos fisiológicos (respiración, postura, comodidad) pueden determinar nuestro nivel de motivación y atención.

*El exceso de motivación, origina voracidad.

*La motivación más efectiva o más determinante (según el caso), es la Necesidad

Respecto a esto, A. Maslow elaboró su famosa pirámide, en la que se escalonan, los niveles de Necesidad del ser humano. Partiendo de la base tenemos:

- 1) Necesidades fisiológicas.
- 2) Seguridad
- 3) Pertenencia
- 4) Estima.
- 5) Autorrealización.

No confundir deseo con Necesidad.....El deseo es temporal....La Necesidad es permanente.

El facilitador tendría que indagar y detectar, si existe en su cliente Motivación para el cambio y si tal cambio, lo conduce al logro de sus expectativas. "Conviene renovar: Metas, Retos y Niveles de excelencia a los que se desea arribar".

Bibliografía:

Carrión Salvador "PNL y Sentido Común"
Carrión Salvador "Curso de practitioner en PNL"