

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

Motivaciones humanas

Los dogmas sobre las motivaciones que mueven a las personas, a las sociedades y a la humanidad son peligrosos e improductivos.

Suele decirse que las motivaciones humanas son la salud, el dinero y el amor. La salud, con la actual definición científica, incluye la salud corporal (biológica), la salud interior (psicológica) y la salud exterior (profesional, familiar y social). Algunos quieren dinero suficiente para vivir razonablemente bien y otros nunca tienen suficiente. El amor algunos lo sustituyen por sexo y la ciencia la sustituyen por los afectos.

Por otro lado, también suele decirse que el dinero, el poder, la fama (reconocimiento), el amor y el sexo son las grandes motivaciones que mueven el mundo; sin embargo, no es cierto.

En la segunda mitad del siglo 20, aparecieron las primeras teorías sobre las motivaciones, siendo la pirámide de Maslow la primera de ellas. Desde entonces han aparecido numerosas teorías y numerosos librepensadores hemos escrito sobre otras motivaciones.

Cabe afirmar que el mundo lo mueve principalmente la inercia y la innovación cambia esa inercia. Si nos centramos en la innovación, en la emprendeduría y en los resultados extraordinarios, propios de los agentes del cambio, observaremos que sus motivaciones suelen ser otras como hacer bien las cosas, obtener resultados, superación de retos, superación personal, responsabilidad social, mejora de la sociedad o servicio hacia los demás. Ya dijo Einstein que sólo una vida de servicio a los demás tiene sentido.

Somos multidimensionales y, por tanto, nuestras motivaciones suelen ser múltiples, de forma que cuando adquirimos un alto compromiso para afrontar un reto complejo, suelen ser varias motivaciones las que nos llevan a realizar ese enorme esfuerzo.

Esta perspectiva multidimensional hace compatibles motivaciones que no son compatibles desde la perspectiva unidimensional tradicional (filosófica-religiosa); por ejemplo, el deseo de fama o de dinero con la motivación de servicio a los demás o de mejora social.

En realidad, las motivaciones surgen del principal mecanismo mental que consiste en eliminar las incoherencias que nos producen desasosiego, lo que en la psicología

se denomina disonancia cognitiva. Por tanto, dependerán de nuestras creencias y de nuestra escala de valores las motivaciones principales para tomar las grandes decisiones vitales, como es la actitud frente al aprendizaje, frente al trabajo o frente a las relaciones privadas o las relaciones socioprofesionales.

La responsabilidad social, la mejora colectiva, la superación de los retos, la superación personal, la utilización de nuevas posibilidades, son principios de la Nueva Conciencia, del Nuevo Orden Mundial (no conspirativo) y del **Nuevo Management**; es decir, de los modelos de la actual Era de la información.

