

# EL SECRETO DE LA MOTIVACIÓN

---

RICARDO PERRET

Con la colaboración de:  
ZOHE VINASCO



# EL SECRETO DE LA MOTIVACIÓN

---

¿Qué es y cómo funciona la motivación?  
¿Cómo surge y se mantiene la motivación?  
¿Qué sucede cuando estamos motivados?

---

**Ricardo Perret**

Con la colaboración especial de Zohe Vinasco

Todos los derechos reservados  
Primera Edición: Septiembre 2016  
Segunda Edición: Diciembre 2016

Autor: Ricardo Perret Erhard  
Facebook: Ricardo Perret FB  
Mail: rperret@mindcode.com

Derechos de Autor.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio electrónico o mecánico, incluso en fotocopiado o sistema para recuperar información, sin permiso expreso del autor por escrito.

ISBN: 978-607-00-6879-9

Impreso en México / Printed in Mexico

**BIO**

RICARDO PERRET

Me aceptaron con beca del 90% en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, en agosto de 1993, logro estudiantil que marcó un punto crucial en mi vida. Poco tiempo después de graduarme como Licenciado en Comercio Internacional fui a estudiar una Maestría en Políticas Públicas en *Carnegie Mellon University*, quería meterme de lleno al gobierno de México y hacer un cambio. Al volver me bastaron dos años en el Gobierno Federal y dos en el Banco Mundial para darme cuenta que el objetivo de mi vida, por el momento, no era transformar la administración pública sino dedicarme a la vida empresarial.

En el Banco Mundial, estudiando por qué el dinero que prestaban los gobiernos de Latinoamérica a las MIPYMES no regresaba al gobierno, descubrí que había una gran área de oportunidad ayudando a las empresas a pasar de tener ideas creativas a tener ideas innovadoras, ideas para crear y desarrollar productos y servicios generadores de verdadero valor en los clientes. Este descubrimiento me motivó a fundar, en el 2003, mi primera Consultora enfocada en la Innovación, con oficinas en México y Colombia. A los pocos meses, y después de apoyar a algunos clientes en sus esfuerzos de innovación, me di cuenta que para innovar era fundamental entender a profundidad al consumidor, cliente o usuario. En aquel tiempo la investigación de mercados no permitía entender las emociones e instintos del consumidor, la parte profunda, por lo cual decidí comenzar a desarrollar nuestras propias metodologías de investigación aprovechando la Psicología. Poco tiempo después me asocié con otros profesionales e incorporamos metodologías de las Neurociencias, la Semiótica, la Antropología y la Economía Conductual, para entender mejor a los seres humanos y sus decisiones.

Como Socio de *Mindcode*, a partir del 2006, abrimos oficinas en siete países en el Continente Americano y hemos trabajado para más de 250 empresas medianas y multinacionales, ayudándoles a conocer a profundidad a sus clientes, sus ejecutivos, e innovar. Muchas de estas empresas son grandes multinacionales. Junto con mis socios internacionales, socios locales y muchos brillantes colaboradores, hemos hecho de Mindcode una empresa multinacional con proyectos en prácticamente todos los países del Continente Americano y con expansión hacia Europa y Asia. También me enorgullece haber apoyado a decenas de otras empresas pequeñas en sus sueños de crecer.

En el 2010 fundamos *BrainScan*, una empresa de Neuromarketing en donde nos esforzamos por comprender mejor el funcionamiento neurofisiológico del cerebro y generar recomendaciones de innovación y marketing. A partir de todo el conocimiento acumulado como consultor escribí los libros *Código de Innovación* y *Home Runs de Innovación*. En aquellos años descubrí que las metodologías para explorar y comprender el inconsciente de los consumidores también nos podían ayudar a entender el inconsciente de los seres humanos y ayudarlos a hacer mejoras en su vida. A partir de estos conceptos y experiencias creé el *Sistema Life Re-Design*, que detallo en el libro *New Me*, a través de la cual hemos apoyado a miles de personas a vivir más felices, sanas y productivas. Con *Life Re-Design* buscamos ayudarles a entender mejor lo que guarda su inconsciente, encontrar el origen de sus dolores emocionales y reprogramar su mente para siempre.

A principios del 2014 inicié un Doctorado en Psicología Profunda en *Pacifica Graduate Institute*, pues quería especializarme en el inconsciente del ser humano, pero a finales de ese año el Universo me colocó en una situación muy dura emocionalmente y, para sanar, me vi en la necesidad de abandonar los estudios y dedicarme a aplicar en mí mismo las metodologías y conocimientos de la Psicología y las Neurociencias que yo mismo había desarrollado para apoyar a otros, pero que ahora llegaba el momento de aplicarlas en mí. Al interiorizar a un nuevo nivel caí en cuenta que algo me faltaba y concluí que sin espiritualidad el ser humano no puede ser completamente feliz. Todo esto me llevó a iniciar una búsqueda profunda de experiencias espirituales que me ayudaran a sanar y a crecer, y también a compartir mis aprendizajes en territorios espirituales. Por ello decidí escribir los libros *La Montaña* y construir el *Centro de Transformación La Montaña*.

Una de mis pasiones ha sido escribir y la he satisfecho escribiendo diversos libros, cada uno de los cuales es una síntesis de profundas y extensas investigaciones. Algunos sobre Innovación Empresarial como *Código de Innovación* e *Innovation Home Runs* (publicado por *Penguin Random House*). Otros sobre Innovación Personal como *New Me*, *El Gen Exitoso*, *Factor Gratitud* y *El Secreto de la Motivación*. Uno sobre educación, *El Gran Maestro* y recientemente he escrito el ya mencionado sobre la transformación basada en el conocimiento espi-

ritual: *La Montaña* (Volúmenes 1, 2 y 3). Con excepción de *Innovation Home Runs*, todos mis libros son descargables gratuitamente en mi sitio web. He llevado a cabo más de 1000 conferencias en México y en otros 12 países y muchos talleres a empresarios, ejecutivos, profesores y universitarios, en los cuales hemos aprendido mutuamente. He dado clases en varias universidades y he publicado más de 300 artículos en revistas y periódicos, entre ellos *Forbes México* y *El Universal*. Algunas de estas conferencias y artículos están disponibles en mi sitio web: [www.ricardoperret.com](http://www.ricardoperret.com)

# CONTENIDO



Introducción.....	<b>12</b>
Qué es y cómo funciona la motivación.....	<b>16</b>
El gran promotor y el gran destructor de la motivación...	<b>26</b>
Crear en ti mismo como una gran herramienta de motivación.....	<b>34</b>
La aceptación de los demás y la motivación.....	<b>46</b>
La Neurobiología de la motivación.....	<b>52</b>
Dos tipos de motivación, la instintiva y la consciente.....	<b>58</b>
Objetivos y beneficios en la motivación.....	<b>68</b>
Los incentivos y la motivación.....	<b>82</b>
La motivación como fuente de creatividad e imaginación.....	<b>88</b>
Los líderes que motivan.....	<b>92</b>
Los rituales para promover la motivación.....	<b>102</b>
Momentos y lugares que te motivan más.....	<b>108</b>
Los enemigos de la motivación.....	<b>118</b>
La ética en la motivación.....	<b>132</b>

# INTRODUCCIÓN

Durante los años 2012-2014 llevé a cabo una de las investigaciones más interesantes de mi vida a la que denominé EL GEN EXITOSO, que dio origen a un libro con ese nombre. Allí buscaba entender cómo hemos sido programados como individuos alrededor del éxito, qué patrones y hábitos comparte la gente exitosa y cómo todos podemos ser un poco más exitosos tanto en nuestra vida personal como en nuestra vida profesional.

Una de las características más claras y puntuales que identificamos mi equipo y yo en las personas exitosas –y en aquellas que van derecho al éxito– es su MOTIVACIÓN. En ellos la motivación no es por lo general una condición temporal sino permanente. No es algo que en ocasiones está y otras veces no, sino que está presente durante la gran mayoría del tiempo, pues ya es parte de ellos. Por esto, en ese estudio concluimos que UNA PERSONA EXITOSA VIVE MOTIVADA.

A finales del 2014 me comprometí a explorar con mayor profundidad este fenómeno con la intención de entender cómo surge la motivación, cómo funciona en nuestra mente y en nuestro cuerpo, cómo se mantiene en su más alto nivel, y cómo impacta en nuestras acciones diarias y en la definición y el logro de objetivos.

Para este proyecto invité a Zohe Vinasco, una de las mejores investigadoras que conozco, quien me ha acompañado en más de 50 proyectos de investigación empresarial. Motivada por el tema ella aceptó contribuir a la investigación y juntos la iniciamos a principios del 2015. A esta investigación la denominamos EL SECRETO DE LA MOTIVACIÓN, la cual dio origen a este libro que tienes en tus manos.

Seguramente habrás leído muchos libros de superación personal en los que los autores buscan motivarte a hacer y lograr más, a creer en ti y sentirte mejor. Muy probablemente habrás asistido a muchos eventos en donde los conferencistas y facilitadores tratan de motivarte también. Muchos tratan de hacerlo, pero pocos han escrito sobre sus significados, el funcionamiento de la motivación y las estrategias para lograr una verdadera automotivación. Aunque este libro busca ayudarte a profundizar en la esencia de la motivación, esperamos que después de haberlo leído puedas volverte experto en tu propia motivación, en

automotivarte cuando así lo desees, ser consciente de lo que te motiva y lo que te desmotiva, y poder participar activamente en la apasionante tarea de mantener altos los niveles de motivación en la vida de pareja, familia, organización, escuela y comunidad.

¿Cuál fue la última vez que hiciste o dijiste algo para motivarte a ti mismo? ¿Cuál fue la última vez que hiciste un autoanálisis de tus niveles de motivación? ¿Qué tan capaz te sientes de comprender tus motivadores y tus estrategias para automotivarte? ¿Serías bueno para motivar a alguien que te llama y te dice que siente que todo está perdido? Para muchos todo esto es aún un misterio.

La motivación es, a final de cuentas, la energía interna que nos mueve a romper la comodidad. Nuestro cerebro, por instinto, busca sufrir lo menos posible, tener comodidad y ahorrar recursos. Sin embargo, para ser exitoso, para ser verdaderamente feliz, para sentir que tu vida ha valido la pena y para lograr tus grandes objetivos, se requerirá justo lo contrario: sufrir un poco, romper la comodidad, gastar muchos recursos y, para lograr esto, sin duda requerirás mucha motivación de manera casi permanente.

Esta investigación la iniciamos en escuelas de la Ciudad de México con 320 niños, adolescentes y jóvenes. Con ellos aplicamos alrededor de 15 dinámicas que nos permitieran deconstruir, desenmarañar y entender a profundidad la motivación. Lo interesante es que después, cuando aplicamos metodologías similares en centros de trabajo y con adultos, descubrimos que los seres humanos, sin importar mucho la edad, reaccionamos y nos comportamos de maneras similares alrededor de la motivación.

Para esta investigación también llevamos a cabo ocho sesiones colectivas de Exploración del Inconsciente, para determinar cómo hemos sido programados a lo largo de nuestra vida –tanto por nuestros padres y entornos, como por nosotros mismos–, alrededor de la motivación. Con estas dinámicas buscábamos también descubrir nuestras creencias conscientes e inconscientes construidas a partir de experiencias emocionales que dejaron huella en nuestra mente inconsciente y memoria de largo plazo, en torno a la motivación y a su contraparte, la

desmotivación. Entrevistamos también a decenas de personas sobre lo que las motiva, sus sentimientos cuando están motivadas y desmotivadas, el impacto de la motivación en sus acciones diarias, la definición de sus objetivos y sus capacidades para lograrlos estando motivadas y no estándolo.

Esta investigación nos llevó a revisar literatura científica sobre el funcionamiento de la motivación a nivel neurobiológico y psicológico, aunque se ha hecho poco al respecto. Sin embargo, lo que encontramos complementó muy bien nuestros descubrimientos en campo.

Esperamos que disfrutes estas páginas tanto como nosotros disfrutamos al realizar esta reveladora investigación y al sintetizarla en este libro.



# **QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA LA MOTIVACIÓN**

Motor, fuerza, energía, combustible, la motivación es lo que mueve e impulsa a una persona a lograr un objetivo. Ya sea conquistar a una pareja, sacar diez en un examen, conseguir un trabajo, vencer una enfermedad, competir por un alto puesto o prepararse y lanzarse a conquistar la cima del Everest, la única manera de lograr todo esto es con una fuerte motivación.

Y por más que al hablar de motivación parezca que hablamos de un bien escaso, o de algo difícil de lograr, en realidad TODOS tenemos la capacidad de estar y sentirnos motivados, de automotivarnos. El punto es que muchos enfocan su motivación en lo que no es correcto y muchos no echan mano de su motivación como herramienta para actuar en el día a día. De hecho el ser humano es la única especie sobre este planeta que es capaz de automotivarse, de aprovechar esa gran gasolinera interna llamada motivación. Un perrito no es capaz de automotivarse: requiere una campanita, la señal de su dueño de que lo sacará a pasear, o el sonido de la caja de croquetas. El ser humano sí es capaz de provocar pensamientos que detonen su motivación.

**LA MOTIVACIÓN ESTÁ EN TODOS. EL SER HUMANO ES LA ÚNICA ESPECIE CAPAZ DE AUTOMOTIVARSE. DEPENDE DE LOS INTERESES DE CADA PERSONA EN QUÉ ENFOCA SU MOTIVACIÓN.**

El ser humano cuenta con recursos para operar y funcionar. Estos recursos son tiempo, esfuerzo, glucosa, oxígeno, conocimiento, emociones, dinero y hasta relaciones personales. Debido a que estos son limitados, el ser humano tiene que maximizar su uso, debe optimizarlos. Es decir, tú cuentas con una cantidad limitada de minutos en tu día, así que deberás decidir en qué actividades invertirlos. Lo mismo sucede con los otros recursos, deberás aprovecharlos en lo que más beneficios te brinde cada uno. Y, como en todo, lo que te mueve a aplicar más o menos recursos en una u otra actividad, es lo que PERCIBAS que te dará más o menos beneficios.



**LA MOTIVACIÓN ES LA DISPOSICIÓN A INVERTIR RECURSOS, QUE SUELEN SER LIMITADOS, PARA EL LOGRO DE ALGO QUE, PERCEPTUALMENTE, TE DARÁ LOS MAYORES BENEFICIOS, DESEADOS POR TU CONSCIENTE O POR TU INCONSCIENTE.**

Hasta cierto punto, la programación biológica y primitiva con que venimos cargados nos mueve a ahorrar energía y esfuerzos para estar preparados en caso de tener que escapar de un depredador o para sobrevivir en caso de ausencia temporal de alimentos.



La motivación, hasta cierto punto, es medible, ya que es posible cuantificar la cantidad y calidad de recursos que una persona está dispuesta a sacrificar con tal de obtener un objetivo. Si un padre quiere defender a su hija estará dispuesto a sacrificar su propia vida, la motivación es máxima; si un adolescente quiere ser respetado por sus compañeros estará dispuesto a pelear, pues su motivación es también muy alta; si un ejecutivo quiere obtener una promoción importante, estará dispuesto a trabajar de sol a sombra, incluso en algunos casos estará dispuesto a hacer cosas poco éticas para lograr ser percibido mejor por sus jefes, y hasta podrá no irse de vacaciones con su familia con tal de lograr la promoción tan deseada. En otros casos la motivación será menor, como al defender a un desconocido con el que no hay vínculos emocionales, obtener algo que será necesario pero muy a largo plazo o bien aprender algo que no podrás poner en práctica muy seguido.

Este tema me hace recordar algo que nos dijo el Coach Frank González, quien lideró al equipo de los Borregos Salvajes del Tec de Monterrey durante 27 temporadas consiguiendo 17 campeonatos. "El mismo equipo que ya había ganado tres campeonatos seguidos y que lo había hecho con una gran motivación, ya no estaba motivado para ganar un cuarto campeonato, ya no había nada nuevo en el reto. En el medio tiempo íbamos perdiendo, así que aproveché esos 20 minutos de pausa para recordarles que el objetivo no era simplemente ganar un cuarto campeonato, era estar en la cima, era ser recordados para siempre, era trascender en la historia del football americano en México. Ellos, ahora con una nueva visión, salieron totalmente motivados a ganar". La clave de los Motivadores es que son capaces de presentar las realidades ante otros de tal manera que detonen la motivación interna que antes no estaba, o potencializar la que antes era pequeña o débil.

La motivación para ganar tal vez existe siempre, salvo casos excepcionales (ejemplo el papá que a propósito deja que su hija pequeña gane); el tema es que el tamaño o nivel de la motivación está vinculado a la percepción del beneficio obtenido. Por ello, tanto para automotivarte como para motivar a otros, es clave identificar el objetivo y saber presentar los beneficios, de tal forma que sean los indicados para aumentar el nivel de motivación; esto lo veremos más adelante.

**PUEDE QUE ALGO NO NOS MOTIVE MUCHO POR LA FORMA COMO LO ESTAMOS PERCIBIENDO, PERO SI CAMBIAMOS LA FORMA DE PERCIBIRLO, Y LE ENCONTRAMOS UN BENEFICIO PERSONAL, TAL VEZ HALLEMOS LA FORMA DE HACERLO CON MAYOR MOTIVACIÓN. ESA ES LA CLAVE DE LOS MOTIVADORES: AYUDAR A LAS PERSONAS A BUSCARLE EL LADO MOTIVADOR A LAS REALIDADES.**

El concepto de motivación es usado por todos, todo el tiempo, pero rara vez se entiende o explica a cabalidad. Lo mismo sucede con su contraparte, la Desmotivación, que es la no disposición a invertir recursos para el logro de algo. "Esto me motiva", "esto me desmotiva", "ando desmotivado", "necesito un motivo poderoso", "vamos a motivar a los colaboradores", "este es un niño desmotivado", "curso motivacional", etc.

Sin embargo, es importante aclarar que en la mayoría de las ocasiones estos conceptos se utilizan inconscientemente. No se reflexiona sobre ellos, las personas no se detienen a analizar por qué se sienten así, qué objetivo están persiguiendo, en qué momento del día lo dicen y qué pensamientos atraviesan su imaginación cuando expresan estas típicas frases.

La motivación siempre está ahí, en nosotros, y depende de nuestras experiencias de vida y prioridades en qué la enfocamos. Algunos sentirán motivación por vivir, otros por morir incluso, algunos sentirán motivación por sudar al máximo en una actividad, mientras otros buscarán descansar. Eres una entidad completa en la que la motivación es una gran parte o pieza, lista para ser utilizada en lo que tú busques lograr. En ocasiones serás consciente de tus deseos, en otras ocasiones tus deseos serán inconscientes y vivirás un tanto en automático.

**LOS DESEOS QUE TE MOTIVAN PUEDEN SER CONSCIENTES Y EN OTRAS OCASIONES SON INCONSCIENTES. NUESTRA MOTIVACIÓN SIEMPRE ESPERA EL DESEO, INSTINTO, IMPULSO, PENSAMIENTO O CREENCIA SUFICIENTEMENTE FUERTE PARA ACTUAR Y DETONARSE.**

Permíteme esta metáfora para explicar cómo funciona la fuerza de la motivación: imagínate una hormiga tratando de cargar una rama de árbol que pesa más de 1000 veces su peso; sola no lo logrará por más fuerte que esta sea. Sin embargo, si 10 hormigas le ayudan seguro lo lograrán. Pues bien, si nuestra motivación o energía interna está dispersa (muchas hormigas, cada cual haciendo cosas diferentes), con poco enfoque, no lograremos tener la disposición necesaria para sacrificar recursos tan valiosos para el logro de algo. Sin embargo, si enfocamos toda nuestra motivación (todas las hormigas) en un solo objetivo, la fuerza será muy grande, ya que invertiremos todos nuestros recursos en una dirección y seguro conseguiremos la meta.

**CUANDO ENFOCAS TODOS TUS RECURSOS Y PASIONES EN UN SOLO OBJETIVO, LA MOTIVACIÓN SERÁ MAYOR QUE CUANDO DIVIDES TU ATENCIÓN EN VARIOS OBJETIVOS.**

En realidad, uno de los grandes secretos de la motivación está en reconocer la existencia de una enorme capacidad de automotivarnos, de entender que somos capaces de lograr lo que sea que nos proponamos gracias a la motivación, esa fuerza inconmensurable que reside en nuestro interior. Sí, aquello que tanto admiramos en otros, también vive en nosotros. Uno de los secretos reside en comprender que no necesitas que otros te motiven porque es como pretender que otros sean tu fuente de energía, cuando esa fuente vive en ti mismo. Lo que tienes que buscar es estar en control de ella y aprovecharla para lograr aquello que más te agregue valor a ti, a los demás y al mundo. Hay muchas personas que no han despertado y no se han dado cuenta

que ellos mismos son capaces de motivarse. Esperan a que alguien los reconozca, les diga palabras de aliento, o acumular 50 likes en la foto que pusieron en sus redes sociales para sentirse motivados. Cuando en realidad ellos deberían ser capaces de automotivarse. La responsabilidad es sólo de ellos y de nadie más.

**LA RESPONSABILIDAD DE MOTIVARTE ES SÓLO TUYA, Y DE NADIE MÁS. NO ESPERES LAS PALABRAS DE ALIENTO DE OTROS; SÉ CAPAZ DE CREAR TUS PROPIAS FRASES, MÍRATE AL ESPEJO, PRONÚNCIALAS CON FUERZA Y CONVICCIÓN, Y SAL DISPARADO A LOGRAR TUS METAS.**

La motivación provoca cambios a nivel neuronal, psicológico y de comportamientos. Es decir, provoca la activación de ciertas zonas del cerebro y la segregación de ciertas hormonas. Cuando existe genera pensamientos y sentimientos y nos hace reaccionar de maneras distintas a cuando estamos desmotivados o en un estado basal o neutral. Una persona sentada frente al televisor está tranquila, descansando, tratando de desestresarse, olvidándose de los problemas del trabajo; de pronto ve un comercial de una cerveza, se activan ciertas áreas del cerebro, comienza a imaginarse a sí misma tomando la cerveza y disfrutándola. Entonces se levanta, toma las llaves del auto, se dirige a la tienda aunque tenga que esperar 15 minutos de tráfico, y compra un six pack de esa marca de cerveza en particular. El comercial logró reenfoque la motivación de esa persona, salir del descanso hacia la compra y disfrute de una o varias cervezas de esa marca en particular. O bien, bajo el mismo escenario, ves un comercial de un hijo con su mamá disfrutando un paseo por la playa, ambos conversan y platican plácidamente, lo cual genera un reenfoque de tu motivación que te llama a experimentar el mismo amor de la madre, tomas el celular y llamas en ese instante a tu madre, para escuchar su voz, para platicarle tus logros. Los estímulos, o elementos exteriores que captan los sentidos de una persona son capaces de redirigir su enfoque, su interés y provocar motivación para hacer algo distinto a lo que antes se hacía o se busca-

ba. Eso es justo lo que busca la publicidad: provocar el deseo o interés por probar algo una primera vez, después repetir la acción, que esta se vuelva placentera o satisfactoria, hasta crear un hábito alrededor del producto o la marca. Esto lo logran presentando cientos de veces el mismo estímulo sensorial y emocional, hasta que la persona llega a desear aquello que ve o escucha y actúa con motivación por ello. Cuando una acción se ha vuelto habitual, como cepillarte los dientes, bañarte, tomar determinado refresco durante la comida, ver cierto programa antes de dormir, consultar una página X de redes sociales, la motivación necesaria es menor, incluso se hace de manera inconsciente. En una actividad habitual se invierten menos recursos mentales, emocionales o fisiológicos, que en una que se hace por primera vez.

**LOS ESTÍMULOS A NUESTRO ALREDEDOR TIENEN EL PODER DE DESPERTAR NUESTRO INTERÉS EN ALGO DISTINTO, REDIRIGIR EL ENFOQUE DE LA MOTIVACIÓN Y EVENTUALMENTE CONSTRUIR NUEVOS HÁBITOS DE COMPORTAMIENTO.**

La motivación, según la neurociencia, debido a que activa el *striatum ventral* en nuestro cerebro, está altamente vinculada a la capacidad de memorizar un evento. Es decir, vivimos una experiencia placentera y nuestro cerebro genera una síntesis proteica (de proteínas) importante que consolida el recuerdo, reforzando la conexión sináptica neuronal; de esta manera el cerebro buscará repetir la acción para volver a experimentar ese placer. Así, a más motivación, más emociones y por ende mayor memoria sobre algo. Si un niño o niña está motivado en la escuela recordará mejor el material de la clase; si no lo está seguramente recordará poco del material. Si un colaborador está motivado en una reunión de trabajo, muy probablemente recordará las actividades que le corresponde hacer, si no lo está no lo hará muy bien.

Estar motivado nos permite estar más presentes, más interesados en algo, más atentos. Por ello podemos afirmar que quien está motivado vive más el presente, lo disfruta más y lo recuerda más. Así, una condición de vida para ser feliz y productivo es vivir motivado. Si no vives motivado la vida incluso te pasará de largo.

**ESTAR MOTIVADO IMPLICA ESTAR PRESENTE, VIVIR EL PRESENTE, DISFRUTAR EL PRESENTE Y GENERAR UNA BUENA MEMORIA DEL MOMENTO PRESENTE, QUE REVIVIRÁS Y DISFRUTARÁS TAMBIÉN HACIA EL FUTURO.**

Queremos hijos, alumnos, colaboradores, parejas y amigos presentes, que vivan con nosotros el HOY, y guarden gratos y poderosos recuerdos de lo que van viviendo.





# **EL GRAN PROMOTOR Y EL GRAN DESTRUCTOR DE LA MOTIVACIÓN**

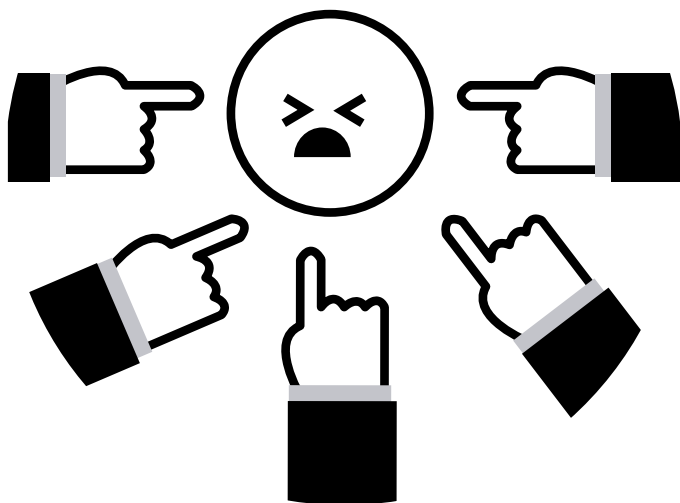


Las dinámicas con niños y adolescentes, y luego los ejercicios con adultos, fueron muy reveladoras y nos ayudaron a descubrir que hay un gran promotor así como un gran destructor de la motivación. Ambos parecen obvios, pero por eso los pasamos por alto y no los llevamos a la práctica. Comenzaremos por el segundo, el gran destructor de la motivación, y después veremos el primero, su gran promotor.

El arma de destrucción masiva de la motivación es el JUICIO: tiene un poder enorme para destruir, minar y debilitar a esa energía interna que nos mueve a hacer las cosas. El juicio paraliza, frena, detiene los deseos e impulsos a actuar. Cuando alguien juzga a otra persona por una acción o comportamiento, automáticamente está poniéndole un freno. Claro, existen las ocasiones cuando el juzgado aceptará el juicio y otras cuando no lo hará, pero imagínate a un niño de primaria siendo juzgado por sus compañeros o por el mismo Maestro o Maestra. En estas edades la aceptación es tan importante que inmediatamente creará y aceptará el juicio y pondrá freno a sus deseos o comportamientos. No sólo eso, el juicio se meterá en lo más profundo de su cerebro o mente inconsciente y viajará ahí de por vida, y de por vida lo afectará y lo frenará en actividades similares a aquellas en las que está siendo juzgado.

Obviamente, cuando en esta sección hablamos sobre el juicio, nos estamos refiriendo a la crítica destructiva, ofensiva, que realmente tiene el objetivo de frenar a la persona. Sin duda podríamos pensar en un juicio positivo, constructivo, con el objetivo sano de apoyar o guiar a la persona a hacer mejor las cosas, incluso de motivarla más, pero por ahora en esta sección con la palabra *juicio* nos referimos al juicio duro, ya que descubrimos que de este hay mucho a lo largo y ancho de la vida de las personas y las afecta mucho.

**EL JUICIO ES EL ARMA DE DESTRUCCIÓN MASIVA DE LA MOTIVACIÓN. CUANDO UN MAESTRO O MAESTRA, PADRE DE FAMILIA, HERMANO O AMIGO JUZGAN SEVERAMENTE AL NIÑO O ADOLESCENTE, LO ESTÁN FRENANDO EN SU MOVIMIENTO O MOTIVACIÓN. TAMBIÉN CUANDO AL ADULTO SE LE LANZA UNA CRÍTICA, SI ÉL LA RECIBE SIN DISCERNIMIENTO, CONSCIENTE O INCONSCIENTEMENTE PERMITIRÁ QUE LO FRENE.**



Tuvimos varios casos en donde algún Maestro o Maestra había juzgado en el pasado a algún niño o niña, y el juicio se había seguido repitiendo. Debido a las muchas veces que el niño o niña habían escuchado la misma valoración negativa, terminaban por referirse a sí mismos utilizando estos mismos adjetivos negativos. Es decir, los niños ya habían integrado el juicio duro de los maestros como parte de las verdades de su vida: “es que soy un burro”, “es que soy muy desordenado”, “es que soy antisocial”, etc. Cuando aplicamos algunas metodologías de motivación para que los niños mejoraran en actividades específicas, los mismos maestros que antes los habían juzgado severamente ahora eran los primeros sorprendidos.

**LOS JUICIOS TIENEN EL PODER DE CREAR VERDADES QUE SE INSTALAN PROFUNDAMENTE EN LA MENTE INCONSCIENTE DE LOS NIÑOS, LAS CUALES CONDICIONARÁN SU COMPORTAMIENTO YA DE ADULTOS.**

El juicio normalmente va acompañado, o es producto, de una comparación. Sin embargo las comparaciones normalmente no son tan técnicas y carecen de sustento, más cuando se lanzan así nada más como punto de referencia para generar un juicio en contra de la otra

persona. "Tomás, tú nunca has sido capaz de hacer esto, y mira a Pedro, él siempre lo logra, es que tú eres un flojo". En esta frase las palabras "nunca", "siempre" son exageradas y absolutistas, y obviamente la palabra "flojo" es demasiado dura y negativa. Queda claro que hay emociones negativas detrás en la persona que lanza este juicio.

La retroalimentación, en cambio, es muy distinta al juicio, es su hermana noble, positiva, amorosa. La retroalimentación busca construir y no destruir. Busca identificar puntualmente las áreas de oportunidad y ofrecer una guía para superarse. Busca promover la motivación y no destruirla. La retroalimentación, en lo privado, y no en frente de los demás, en ocasiones tiene mejores efectos, sobre todo con los niños y adolescentes.

**LA RETROALIMENTACIÓN PUNTUAL, QUE TE PERMITE IDENTIFICAR ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA MEJORAR, Y QUE TE OFRECE GUÍAS PARA SUPERARTE, ES LA CARA OPUESTA DEL JUICIO, Y ES UNA GRAN PROMOTORA DE LA MOTIVACIÓN.**

Veámos lo mismo cuando colegas en el trabajo criticaban duramente a algún compañero. Eventualmente esa persona se autodescribía utilizando esas valoraciones en su propia vida. Resistirse al juicio de los demás es difícil, ya que ser aceptados por otros es una herramienta de adaptación, integración y supervivencia. Se requiere mucha conciencia y madurez para cambiar el enfoque de una búsqueda de aceptación de los demás a una búsqueda de autoaceptación. Como bien lo establecimos en el libro *El Gen Exitoso*, la autoaceptación es esencial para vivir.

El juicio de una persona a otra provoca un daño en quien lo recibe, claro, pero también en quien lo emite. En primer lugar porque al lanzar un juicio se generan emociones negativas internas que afectan a la persona, pero en segundo lugar porque al lanzar un juicio por lo general se exterioriza un miedo, y como el universo es nuestro gran aliado y busca que superemos nuestros miedos, eventualmente la situación nos podrá ocurrir a nosotros y viviremos ese miedo o juicio en carne propia. Es decir, cada vez que lanzamos un juicio establecemos la posibilidad de que se nos regrese como boomerang esa situación por la que critica-

mos, para que nosotros mismos tengamos la oportunidad de vencer el miedo. Así funciona el universo, tan directo y claro como esto.

**CADA VEZ QUE LANZAMOS UN JUICIO DURO ESTABLECEMOS UN MIEDO. EL UNIVERSO, NUESTRO GRAN ALIADO PARA QUE SUPEREMOS LOS MIEDOS, NOS PRESENTA PRONTO LA MISMA SITUACIÓN POR LA QUE CRITICAMOS A ALGUIEN MÁS PERO AHORA EN NUESTRA VIDA.**

Nadie nos eligió de jueces. El papel de jueces es muy duro y hace que carguemos con muchas emociones negativas. El que critica es el que menos claros tiene sus objetivos de vida, y llena sus vacíos mentales siendo el criticón. Quien no se siente relevante en el mundo busca ponerse en el rol de juez para sentirse relevante, pero en realidad esto lo vuelve el menos relevante de todos a nivel energético. Una de las posturas que más provoca dolor en un ser humano, lo desgasta y eventualmente lo enferma, es el rol de juez de sus padres. Sí, juzgar o criticar severamente a nuestros padres (papá o mamá) es una de las posiciones más dolorosas en la vida de un ser humano. A nuestros padres tenemos que celebrarlos y agradecerles la vida, y todo lo demás que hayan hecho es valor agregado; juzgarlos es una condición muy dura para ellos, pero sobre todo para nosotros. Nadie te eligió de juez de nadie. Si estás en ese pedestal, bájate de ese lugar tan dañino al que tú solo(a) te subiste.

Ahora bien, si el juicio es el gran destructor de la motivación, también existe su contraparte, el gran promotor de la motivación: LA ACEPTACIÓN DE QUE TODOS SOMOS ÚNICOS Y EXTRAORDINARIOS.

No siempre tienes que entender a alguien para aceptarlo. En ocasiones buscamos demasiadas explicaciones para entender las acciones o comportamientos de los demás, pero no siempre es necesario. Entender es algo que busca la mente, aceptar es algo que busca el corazón. El corazón no necesita tantos motivos para aceptar y amar a los demás tal como son. Siempre seremos capaces de considerar a otros como únicos, irrepetibles y extraordinarios, celebrar y festejar las característi-

cas que los hacen grandes y diferentes. El papá o mamá que considera único y extraordinario a cada uno de sus hijos, que no los compara, que los ve como individuos, a la larga motiva mucho a sus hijos a seguir adelante con mucha fuerza. Lo mismo el maestro o maestra que promueve el cultivo de capacidades en los estudiantes, las cuales los hacen únicos, les ayuda a desarrollarlas y se las festeja cada vez que puede, está motivándolos y haciéndolos felices. Por ello, la comparación es buena en algunas contadas ocasiones, pero en muchas otras destruye la motivación en los demás. Comparar a la ligera, lanzarle un juicio a un niño o persona con base en lo que hace otra no es justo y puede provocar dolor.

**ENTENDER ES ALGO QUE BUSCA LA MENTE,  
ACEPTAR ES ALGO QUE BUSCA EL CORAZÓN.  
EL CORAZÓN NO NECESITA TANTOS MOTIVOS PARA  
ACEPTAR Y AMAR A LOS DEMÁS TAL COMO SON.**

Siempre, siempre habrá algún motivo o situación por la que un padre de familia, maestro, amigo, colega o jefe puedan celebrarte y festejarte algo muy tuyo, muy único en ti. El gran secreto de la motivación está alineado a un gran secreto de la felicidad: ser capaces de encontrar algo que hace al otro único y extraordinario y celebrarlo. Para hacerlo, tenemos que aceptar que todos tenemos un gran reflector de luz en nuestro corazón, que es capaz de proyectarle luz a los demás para encontrar en él detalles que lo hacen único y extraordinario. El juicio es proyectarle oscuridad a los demás, y a nosotros mismos cuando nos autocríticamos, dejando de ver lo que nos hace únicos y extraordinarios.

**¡PROYÉCTALE AMOR A LOS DEMÁS A TRAVÉS DE LA LUZ DE  
TU CORAZÓN, ENCUENTRA LO ÚNICO Y EXTRAORDINARIO EN  
ELLOS Y CELÉBRASELO!**

Es absurdo querer convertir a todos nuestros estudiantes, hijos, colaboradores y amigos en réplicas o robots, al juzgarlos y compararlos. ¡Queremos y necesitamos que todos se desarrollen como seres humanos individuales e irrepetibles! Sin duda, muchas organizaciones y personas buscan estandarizarnos, porque así les será más fácil controlarnos. Debemos resistirnos a ello, porque la estandarización mata la individualidad y la motivación y nos impide ir más allá, lograr nuestros sueños y desarrollarnos plenamente.

Así como bien podemos identificar lo que hace único y bello a un arbolito, a una montaña o a un animalito, seamos capaces de verle lo excepcional y extraordinario a cada persona a nuestro alrededor, y veamos con nuevos ojos todo aquello que nos convierte a nosotros mismos en seres únicos y maravillosos.





# **CREER EN TI MISMO COMO UNA GRAN HERRAMIENTA DE MOTIVACIÓN**



Creer en ti mismo(a) es otro gran promotor de la motivación, muy ligado o producto del no-juicio y de la aceptación de los demás. Cuando te autoaceptas, cuando crees en ti mismo, eres mucho más capaz de lograr algo, simplemente porque tu cabeza está más clara, confías en que podrás y actúas sin miedos. El miedo, en muchas ocasiones, te impide actuar con confianza, no darlo todo y así evita que logres el objetivo.

**CREER EN TI MISMO ES UNA GRAN HERRAMIENTA PARA DETONAR LA MOTIVACIÓN. SI CREES MÁS EN TI MISMO ACTUARÁS CON MENOS MIEDOS Y LOGRARÁS MEJOR LOS OBJETIVOS.**

En nuestros ejercicios con niños y adolescentes, aplicamos varias técnicas que tenían que ver con la credibilidad y la confianza, y los resultados fueron fascinantes. Dinámicas que tú mismo(a) podrás aplicar con tus hijos y estudiantes, incluso que tú, jefe de una organización, podrías aplicar con tus colaboradores y mantenerlos motivados para que sean mejores y más productivos. Una de las actividades que desarrollamos fue la siguiente: contactamos a 30 padres de familia cuando recogían a sus hijos en la escuela un día martes. Sabíamos que sus hijos tendrían examen de historia al día siguiente. A estos papás, en privado, les explicamos el objetivo de nuestra investigación y les entregamos una carta en sobre cerrado que ellos deberían leerle a sus hijos al día siguiente durante el desayuno, justo horas antes de su examen de historia. Los papás, al día siguiente, les leyeron por la mañana la carta a sus hijos en la que se mencionaba claramente su confianza y credibilidad en sus hijos en que sabían de historia, que conocían la información que se había mencionado en clase, y que la historia era interesante y divertida; sin mencionar específicamente el examen. En esta carta había frases como "hijo, yo sé que tú eres muy bueno en la materia de historia", "que conoces ya muchos datos importantes de la vida de nuestro país", "la historia es interesante, es divertida, conocer los misterios de las cosas que ocurrieron y cuándo ocurrieron nos ayuda a saber por qué hoy las cosas son como son, y también nos ayuda a predecir lo que puede ocurrir", etcétera. Muchos papás nos contaron que al principio sus hijos estaban extrañados pues no sabían porqué

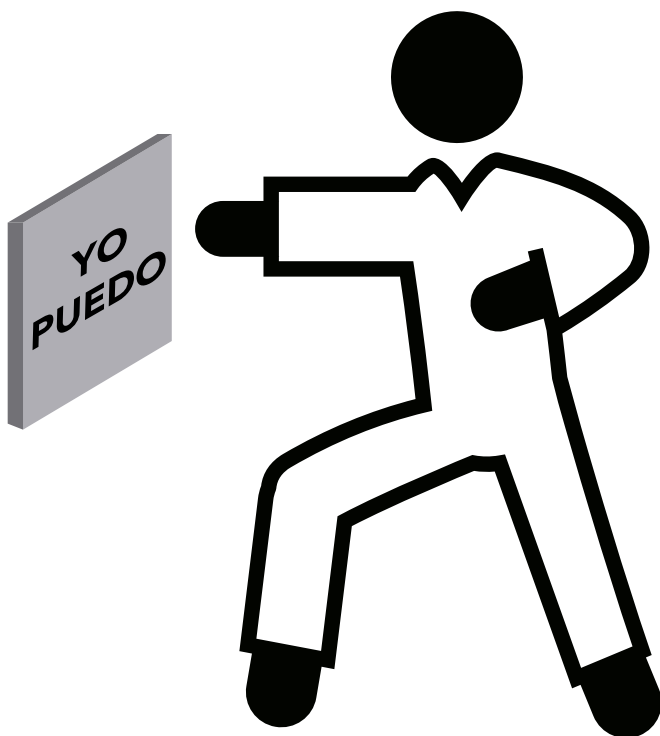
sus papás hacían esto, que nunca lo habían hecho antes. Pero que al final de la carta podían ver que el rostro de sus hijos era de felicidad, de entusiasmo y de motivación. No había juicio en la carta. Todo lo contrario, estaba llena de amor, sentido de confianza y enfoque positivo para el hijo. No había comparaciones con otros, eran mensajes sencillos centrados en promover y celebrar las capacidades del hijo o la hija. Cuando contrastamos, para efectos del estudio, los resultados de estos treinta niños con los resultados de otros a quienes no les habían leído la carta, y al mismo tiempo contra los resultados de los exámenes de historia de los meses anteriores de estos mismos niños, descubrimos algo sorprendente: al demostrarle a tu hijo(a) que crees en él o en ella –justo en lo que está a punto de hacer, sin mencionar exactamente eso que se dispone a hacer– la motivación se detona, se logra mayor interés, se activa la memoria y se potencializan los resultados. Muchos maestros nos decían que no podían creer los resultados que los niños estaban obteniendo, hasta que les explicamos el motivo; se mostraron sorprendidos con lo fácil que es motivar a los niños y lograr que mejoren sus resultados desde el amor y no la coerción, desde la aceptación y no la comparación o juicio.

**CUANDO ALGUIEN MUY IMPORTANTE PARA TI TE MUESTRA QUE CREE EN TI, TU NIVEL DE MOTIVACIÓN AUMENTA, DETONANDO LA ATENCIÓN, EL ENFOQUE, LA MEMORIA, LAS EMOCIONES Y LOGRANDO MEJORES RESULTADOS.**

Otra de las dinámicas que aplicamos con niños y adolescentes fue hacer que logran algo que creían que no podrían, para después trasladar esa motivación a otro territorio. Déjame te lo explico para que puedas tú aplicarlo en tu casa, escuela u organización. Compramos unas tablas de pino blanco, que son gruesas pero no difíciles de romper. Le explicamos a los estudiantes que tendrían que romper esas tablas –que aparentaban ser muy fuertes–, a pesar de su incredulidad, ya que romper la tabla representa un desafío que se piensa que es sólo para expertos en artes marciales. Sin embargo, conforme fueron desfilando por el espacio asignado y rompiendo la tabla, su credibilidad en ellos mismos fue aumentando y, por ende, su motivación, también.

Inmediatamente después los estudiantes eran enviados a las clases de deportes, llevando toda esa gran motivación en su corazón y en su mente, demostrando mucho mayor entusiasmo, interés y fuerza de voluntad en las tareas asignadas. Es decir, la credibilidad en un territorio se trasladó con éxito a otro. Pasar del estado de “no creo que pueda romper esta tabla” a “sí puedo romper esta tabla” les dio un boost adicional de motivación para lograr muchas otras cosas.

**CUANDO LOGRAS ALGO QUE ANTES CREÍAS QUE NO PODRÍAS LOGRAR, TU MOTIVACIÓN AUMENTA MUCHO. CUANDO ESTÁS MOTIVADO EN UN TERRITORIO, PUEDES TRASLADAR ESA MOTIVACIÓN A OTRO TERRITORIO.**



Por otra parte le dimos un pequeño giro a la dinámica de romper tablas de pino blanco. Reunimos al grupo de estudiantes que no habían hecho aún esta dinámica, y les dijimos que esa tabla era una de las más duras que existían, que ni karatecas profesionales habían logrado romperlas. Pero, en lo privado, separamos a la niña más chiquita y delgadita del salón, le explicamos que la tabla era de un material muy fácil de romper y le dimos algunas técnicas para romperla, incluso practicó en varias ocasiones con éxito. Después, ante la mirada incrédula del resto de los niños que habían recibido la primera explicación sobre la tabla durísima, la niña rompió esta tabla. El resto de los estudiantes quedaron sorprendidos pero al mismo tiempo dijeron que si ella había podido, ellos también podrían. Así, uno por uno fue desfilando por el espacio de la prueba logrando romper con éxito la tabla. Esta prueba demostró que por más que te digan que algo será muy difícil, si ves con tus propios ojos que alguien lo puede lograr, incluso alguien a quien considerabas más débil que tú, seguramente tú podrás hacerlo. Quedó demostrado que el ejemplo es más poderoso que las palabras y que una persona se motiva cuando ve que otros, a quienes consideraba menos capaces, logran hacer algo.

**VER QUE ALGO ES POSIBLE MOTIVA MUCHO. EL EJEMPLO ES MÁS PODEROSO QUE LAS PALABRAS. POR ELLO LAS PELÍCULAS Y LAS HISTORIAS DE PERSONAS QUE LOGRARON ALGO NOS MOTIVAN MUCHO A TRATAR DE LOGRAR ALGO DENTRO DE NUESTRAS PROPIAS REALIDADES.**

Cuando ves que alguien que tú creías que no podía hacer algo, lo hizo, te sientes motivado a tratar de hacerlo. El ego es fuerte y aquí juega a nuestro favor motivándonos a lograrlo. Entre las actividades para contribuir a vidas más felices, sanas y productivas, he escrito los libros *El Gen Exitoso* y *New Me*, en los que doy a conocer metodologías que le permiten a las personas autoexplorar su inconsciente y descubrir dolores emocionales guardados en su mente. En el libro *New Me*, después de estudiar más de 400 casos de personas participantes en estas sesiones, descubrimos que existen cuatro grandes factores comunes a todas las historias detrás de dolores emocionales, y uno de ellos es NO

CREER EN TI. Así es, creer que no puedes hacer algo en particular, o sentirte incapaz para muchas cosas en general. Esta creencia, guardada en la mente inconsciente, representa una impronta o VERDAD que se estableció en las personas desde su niñez, adolescencia o juventud, ya sea por una situación emocionalmente intensa o bien por varias situaciones que reforzaron esa creencia poco a poco. Ya sea un momento de "fracaso", en que el fracaso no se entendió como aprendizaje, una comparación mal desarrollada contra quien no debías compararte o bien una afirmación de una persona con imagen de liderazgo, autoridad, amor o respeto (papá, mamá, maestro, hermano mayor, amigo-líder, etc.) asegurándote que no podías hacer algo.

Estas situaciones o afirmaciones se enraízan en las personas y viven en las profundidades del inconsciente ejerciendo una gran fuerza, manifestándose cada vez que pueden y limitándolas para definirse objetivos altos y lograrlos.

Prácticamente el 100% de la población tiene alguna creencia inconsciente de NO poder hacer algo, ya sea no poder correr una maratón, no poder subir una montaña muy alta, no poder hablar en público, no poder evitar pensamientos en una meditación profunda, no poder pilotear un avión, no poder conquistar a una pareja que les atrae poderosamente, no poder estar en un cuarto oscuro por tres días, no soportar cierta temperatura, o no poder dar la vida por un semejante. Sin embargo, detrás de todo aquello en lo que NO crees que puedes hacer hay tan sólo una creencia, una verdad que vive en ti, un pensamiento que pudiera cambiarse con cierto trabajo especializado.

Hay muchas personas que le tienen miedo al compromiso de casarse, tal vez porque se creen muy similares a sus papás, vieron que aquellos fracasaron y creen que ellos mismos fracasarán, o por un sin fin de razones. Pero cuando les ayudas a verse cara a cara con este miedo inconsciente, se dan cuenta de la razón de este miedo, se hacen conscientes de que ellos son muy diferentes a sus papás, y que ellos sí pueden ser exitosos en el matrimonio, entonces surge una motivación profunda y salen decididos a lograrlo.

**TODOS VIVIMOS BAJO CREENCIAS INCONSCIENTES DE QUE SOMOS INCAPACES DE HACER ALGO. PERO ESA CREENCIA, CUANDO SE HACE CONSCIENTE, ES POSIBLE MODIFICARLA. CREER QUE NO PUEDES HACER ALGO ES SIMPLEMENTE UN PENSAMIENTO, Y COMO TAL SE PUEDE CAMBIAR, SIEMPRE Y CUANDO SE APLIQUEN METODOLOGÍAS ESPECIALIZADAS.**

La depresión, que es una tristeza o estrés permanente, hasta cierto punto se deriva de no creer en nosotros mismos, una creencia que nos lleva incluso a sentirnos incapaces de salir de la situación en la que estamos. Nuestras experiencias nos indican que el ser humano está cableado instintivamente –y no nos referimos a un instinto primitivo o animal, sino a un instinto espiritual, de esencia de vida– de tal forma que venimos a este mundo con una flama interna que siempre nos va a **MOTIVAR A VOLVER A CREER EN NOSOTROS MISMOS.**

Creer en nosotros mismos es un derecho, una necesidad y una responsabilidad de cualquier ser humano. Creer en nosotros mismos, en que podemos lograr lo que nos proponemos, en que incluso si nos caemos en el camino nos levantaremos y seguiremos adelante, y que aún si no logramos el objetivo seremos capaces de ser felices y mantener la frente en alto, es un instinto espiritual que todos llevamos dentro, algunos lo aplican y lo dejan vivir en sí mismos, y otros no, pero ahí está.

Creer en ti es un poderoso motor o motivador para definirte grandes objetivos y lograrlos. Y al ser conscientes de que creer en nosotros mismos es una gran herramienta, muchos buscan recuperar la confianza en sí mismos en toda forma posible. “¿Por qué te esfuerzas tanto?”, “¿Por qué haces lo que haces?”, suelen preguntar muchos a quienes luchan, y algunas personas suelen responder: “Porque quiero volver a creer en mí mismo”. Es decir, las ganas de creer nuevamente en ti mismo es de hecho un poderoso motivador. Esto me hace recordar que hace mes y medio, yo, Ricardo Perret, sentí la necesidad interna de subir el Nevado de Toluca, después de escuchar a un amigo contar su aventura escalándolo. Y así, sin más ni más, tomé mi camioneta y me fui muy tempranito hasta la estación Los Venados en las faldas de la imponente montaña, cargué mi mochila y comencé a subirla. En el

camino me cansé, sentí un poco de miedo por ir solo, me di un santo trancazo en una espinilla, pero seguí adelante. Tres horas después había llegado a la cima: impresionante, un paisaje precioso. Y estando arriba sentí una fuerza interna increíble, una sensación grandiosa de poder personal. Sentí que volvía a creer que era joven, fuerte, lleno de energía y pasión, capaz de definirme grandes objetivos y capaz de lograrlos sin tanta preparación previa. ¡Me recordó que yo era capaz de seguir mis instintos y conquistar la cima!

**RECUPERAR LA CREDIBILIDAD EN TI MISMO ES UN GRAN MOTOR DE MOTIVACIÓN. HAZ LO QUE SEA NECESARIO PARA RECUPERAR LA CONFIANZA EN TI MISMO, Y LO DEMÁS VENDRÁ POR AÑADIDURA.**

Esto nos debería motivar a definirnos objetivos para retomar la credibilidad en nosotros mismos, incluso en los territorios en los que no creemos actualmente. Si tienes miedo de viajar solo o sola a Europa, vete pronto. Si tienes miedo o no crees ser capaz de conseguir el trabajo de tus sueños, ve hoy mismo a las oficinas o lugares indicados y espera sentada o sentado, las horas que sean necesarias, a la persona indicada para expresarle tus pasiones. Si tienes miedo de conquistar a una persona que te atrae mucho, hoy mismo espéralo o espérala afuera de su trabajo y dile directamente lo que sientes, con honestidad; si te rechaza no pasa nada, habrás logrado vencer el miedo a acercarte a esa persona y expresar de frente tus sentimientos.

Es común utilizar una estrategia, aprovechar aquello en lo que SÍ crees como herramienta para lograr aquello en lo que NO crees. Si te crees muy bueno para hacer poesía, pues escríbele un poema a esa persona que tanto te atrae. Si eres bueno para andar en bicicleta, pues sube con ella a esa montaña tan alta, al menos hasta donde te sea posible llegar. Si eres bueno para hacer videos, haz uno para explicar por qué consideras que agregarías un gran valor a una empresa en donde sueñas trabajar. Verás que una vez que superas un objetivo en un territorio en el que NO creías previamente que eras capaz, ahora te sentirás capaz de lograr nuevos objetivos, y esto se convertirá en una secuen-

cia ininterrumpida de nuevos logros. Es tu responsabilidad hacer que ese proceso no tenga interrupciones. Aprovecha el ímpetu inicial y no pierdas el empuje.

**CUANDO LOGRES ALGO, EN ESE MOMENTO DEFÍNETE UN NUEVO OBJETIVO; DE ESA MANERA MANTENDRÁS LA MOTIVACIÓN EN UN NIVEL ALTO.**

Cuando crees en ti tu percepción de ti mismo cambia dramáticamente, tanto en tu postura física, como en tu manera de expresarte, en tu actitud y en tus emociones. Cuando crees en ti cambia tu propia percepción de lo que eres capaz, defines nuevos objetivos y eres más creativo para lograrlos porque actúas con la mente más despejada (sin miedos). Cuando crees en ti tienes y muestras más seguridad y por ende logras más. Cuando crees en ti atraes a más personas como tus aliados, ya que la fuerza atrae a otros y la debilidad los repele.

**CUANDO CREES EN TI CONSIGUES ALIADOS FÁCILMENTE. A LAS PERSONAS LES GUSTA ESTAR CERCA DE QUIENES CREEN EN SÍ MISMOS Y VIVEN FELICES, PORQUE INTUYEN QUE TIENEN LA FÓRMULA IDEAL DE VIDA Y LA QUIEREN APRENDER.**

*La Fe es un gran tema asociado a la Motivación.*

Ahora bien, hay un tema que en apariencia podría escucharse un poco más místico, vinculado a la credibilidad en ti mismo y que provoca mucha motivación, que es la FE. Pero danos la oportunidad de explicártelo para que te quede claro cómo funciona y cómo están vinculados ambos temas.

La FE, aunque para fines religiosos tiene una connotación de creer en un Ser Superior, o creer en algo aún sin verlo o comprobarlo, en realidad puede ser definida como la certeza en lo que se espera: *"tengo fe en que mi papá llegará por mí", "tengo fe en sus palabras de amor",*



*“tengo fe en que mi hijo sanará”, “tengo fe en que si vivo con amor incondicional hay un gran regalo esperándome a la vuelta de la esquina”.* Sin duda la FE es un concepto complicado, pero te lo vamos a aterrizar de una manera sencilla y didáctica para que lo puedas aplicar en tu vida y en la de tus estudiantes, hijos y colaboradores, ya que descubrimos que mientras mayor sea la FE, mayor es la motivación.

La FE es la certeza de que algo llegará. Por ende cuando hay FE disminuyen los miedos y aumentan las emociones positivas como la alegría, la esperanza y la certidumbre.

Y con emociones positivas hay mayor enfoque, atención y disposición a hacer algo. Es decir, si tienes FE en la palabra de tu jefe de que si lograbas ciertos objetivos te promovería a una mejor posición, pues obviamente habrá mayor motivación en ti. Pero si no tienes FE en sus palabras, la motivación será mucho menor. Lo mismo si un hijo tiene FE o no la tiene en las promesas que sus padres le hacen.

Algo significativo que descubrimos es que la FE aumenta cuando tienes la seguridad de MERECE algo puesto que HAS HECHO lo necesario o lo requerido. Es decir, tienes FE en que Dios te premiará con recuperar pronto la salud puesto que has hecho grandes obras filantrópicas en los últimos años; o tienes FE en que tu pareja te amará de por vida y te será fiel puesto que has puesto todo tu empeño para escucharla, tratarla bien, dedicarle tiempo de calidad y ser un gran padre o madre de sus hijos.

Tienes FE en que el Universo te recompensará con muchas bendiciones porque has aplicado las virtudes de justicia, honestidad y amor incondicional en tu vida; tienes FE en una vida eterna feliz después de la muerte ya que en vida te has portado como buen hijo de Dios.

Una persona con FE vive motivada, una persona que ha hecho lo necesario para merecer algo tiene FE y vive MOTIVADA.

LA FE ES UN GRAN MOTOR DE LA MOTIVACIÓN. LA FE TE PERMITE CREER EN TI, EN LOS DEMÁS Y EN EL UNIVERSO. LA FE TE PERMITE ESTAR FELIZ Y CONFIADO DE QUE LO MEJOR ESTÁ POR VENIR PORQUE TE LO MEREDES, PORQUE HAS HECHO TODO LO NECESARIO PARA QUE LAS BENDICIONES LLEGUEN. LA CULPABILIDAD, AL CONTRARIO, ES UN MOTOR DE LA DESMOTIVACIÓN QUE MUEVE A ATRAER COSAS NEGATIVAS, CREYENDO ERRÓNEAMENTE QUE SE ESTÁ PAGANDO UN KARMA.





# LA ACEPTACIÓN DE LOS DEMÁS Y LA MOTIVACIÓN

Y si recuperar la confianza en ti mismo llega a ser un gran motivador, también lograr ser aceptado o recuperar la confianza de los demás puede ser otro gran motivador. Incluso, tristemente, para muchos recuperar la confianza de otros es más importante que recuperar su propia confianza. Y decimos "tristemente" porque lo más importante, y al mismo tiempo auténtico y duradero, es la confianza en sí mismo.

Para un niño o niña, el hecho de que sus papás creen en él o ella es la vida misma, es extremadamente valioso. Para un niño que percibe señales de que sus papás no creen en él, esto puede ser devastador, no sólo en ese momento, sino que puede generar improntas poderosas que vivirán el resto de su vida. Sanar la autopercepción de no ser aceptado por otros, sobre todo por personas en tu círculo vital o muy importantes para ti, es fundamental para desarrollarse con felicidad, salud y productividad en el futuro. Somos en gran medida como hemos sido programados para ser, tristemente (porque esto nos resta libre albedrío), lo que se traduce en que lo que vivimos de niños o adolescentes puede impactar poderosamente en nuestra vida de adultos.

Lo cierto es que enseñar a un niño o adolescente que lo más importante es que él o ella crea en sí mismo no es tan fácil o rápido. Por ello, algo que ayuda mucho es que adultos, padres, hermanos mayores, tíos, abuelos, maestros, etc., demuestren creer en ellos para que se sientan motivados y con ganas de hacer algo. Cuando los niños quieren atraer la atención de sus padres o ser felicitados por los maestros, hacen grandes cosas, le meten mucha energía, son incansables: "Papi, papi, mírame saltando", "Maestro, yo sé la respuesta, practiqué mucho ese ejercicio".

**PARA QUE UN NIÑO CREZCA CREYENDO EN SÍ MISMO, NORMALMENTE, PRIMERO EXISTIÓ LA CONDICIÓN DE QUE SUS PADRES O MAESTROS CREYERAN EN ÉL.**

Ya incluso de grandes, sentir que tus hijos y tu pareja te aceptan y valoran, que tus jefes o tus colaboradores te aprecian realmente, esto es algo básico que te agrega motivación. Cuando un chavo o chava recién graduado de la universidad consigue un trabajo, hace hasta lo imposible para pasar del estatus de "nuevo" a "experimentado", de "aislado" a "integrado", de "el que sólo escucha" a "el que propone".

Lo más importante es la AUTOACEPTACIÓN, como bien lo afirmo en el libro *El Gen Exitoso*. Allí soy contundente (porque así lo fueron los resultados de nuestras investigaciones) en afirmar que la autoaceptación es sinónimo de éxito. Si quieres sentirte exitoso, autoacéptate: este es un gran atajo para sentirte, saberte y proyectarte como exitoso.

La adolescencia es una etapa donde la autoaceptación está condicionada por la aceptación del grupo. Si de algo carecen muchos adolescentes es de autoaceptación. Necesitan a su grupo, su banda, para sentirse aceptados, les importa más que sus amigos los acepten que los adultos, por eso desarrollan rituales y hábitos que les provean de sentido de identidad y pertenencia. Las típicas novatadas son rituales pesados y duros que implican demostrar las ganas de pertenecer, de ser aceptados y, hasta cierto punto desde una perspectiva simbólica, someter su identidad individual a una identidad de grupo. Ser aceptados, sentir que se cuenta con la protección de un grupo, genera una gran motivación para hacer actividades tan arriesgadas como salir desnudo a la calle, pedir limosna vestido de pordiosero (no tenemos nada en contra de los pordioseros, al contrario, todo nuestro respeto para ellos), o tratar de ligar a una maestra. El miedo a no ser aceptados los mueve, sí, y su cerebro busca eliminar el miedo. Y algo que tenemos que tener presente siempre es que si bien el miedo es un motivador, a largo plazo es un motivador destructivo por el estrés interno que genera, así que siempre habrá que moderarlo y cuidarlo, más con los niños y adolescentes.

Sin duda ganar credibilidad de otros es un proceso que implica mucha motivación, pero que trae grandes beneficios. Los vendedores, por ejemplo, construyen con mucho esfuerzo su credibilidad para que les sigan comprando, lo que también se conoce como lealtad. Puedo imaginar a un vendedor que llega a su casa celebrando con toda

su familia su gran hazaña del día. ¿Para qué? Para mantener o seguir construyendo la credibilidad y aceptación de su familia. La credibilidad de otros integra un sistema de reputación que es necesario para el ser humano tan gregario (de grupos) y su supervivencia y crecimiento. Una vez que has construido cierta reputación, ahora la motivación funciona o te mueve a no decepcionar a otros ni perder lo ya ganado, lo que tanto te ha costado. Un médico sin credibilidad tendría que dejar simplemente la profesión, ya que nadie quisiera poner su salud en sus manos y menos la de sus hijos.

**UNA VEZ QUE GANAS ACEPTACIÓN Y CREDIBILIDAD NO QUIERES PERDERLA. MANTENER LA CREDIBILIDAD Y CONSTRUIR UNA SÓLIDA REPUTACIÓN ES UNA GRAN FUENTE DE MOTIVACIÓN. LA REPUTACIÓN SE GANA CON MUCHOS AÑOS, PERO PUEDE LLEGAR A PERDERSE EN UN SEGUNDO. ASÍ QUE ES IMPORTANTE MANTENERTE MOTIVADO Y MUY CONSCIENTE PARA NO CAER EN TENTACIONES EN EL CAMINO QUE TE HAGAN PERDERER TU REPUTACIÓN.**



¿Qué no hará un hombre o una mujer para que la pareja de sus sueños crea en él o en ella? Mucho, mucho y más que mucho, y lo hemos visto en cientos y cientos de casos.

Lograr la aceptación del ser amado o tan deseado provoca una alta, gigantesca motivación. Te conviertes en poeta, cantautor, mecánico, arquitecto, cocinero, chofer, psicólogo, masajista y hasta experto cuidador de perros. Los beneficios son muchos, no solamente salir con esa persona, compartir momentos de intimidad, celebrar con tus amigos lo logrado, sino concebir hijos cuyos genes estarán en ellos, asegurar tu futuro, anticipar una vida feliz y compartir sueños con alguien más.

Durante las dinámicas que llevamos a cabo para este proyecto en las escuelas, aplicamos una enfocada específicamente en descubrir en qué medida aumentaba la motivación cuando los niños y adolescentes sabían que eran observados por alguien importante para ellos. Así, primero encuestábamos a los estudiantes para descubrir quién les gustaba o les atraía. Después poníamos a los chicos a cargar y llevar una serie de cajas de un lado hacia otro en un escenario, e invitábamos justo a la persona que nos habían dicho que les atraía y la situábamos en primera fila de la audiencia.

Los resultados fueron evidentes: cuando tienes frente a ti a una persona que te gusta, con la que quieres quedar bien, ser aceptado por ella, tu rendimiento es mayor, porque tu motivación es mayor.







# LA NEUROBIOLOGÍA DE LA MOTIVACIÓN

Según el profesor Sung-il Kim, de la Universidad de Korea, uno de los científicos que más ha estudiado la neurobiología de la motivación, las regiones del cerebro que se activan cuanto existe una fuerte motivación para hacer algo son varias y muy importantes. Él y su equipo, utilizando equipos de fMRI (*functional magnetic resonance imaging*), pudieron identificar, además del *striatum ventral*, las siguientes áreas del cerebro como fundamentales en la motivación:

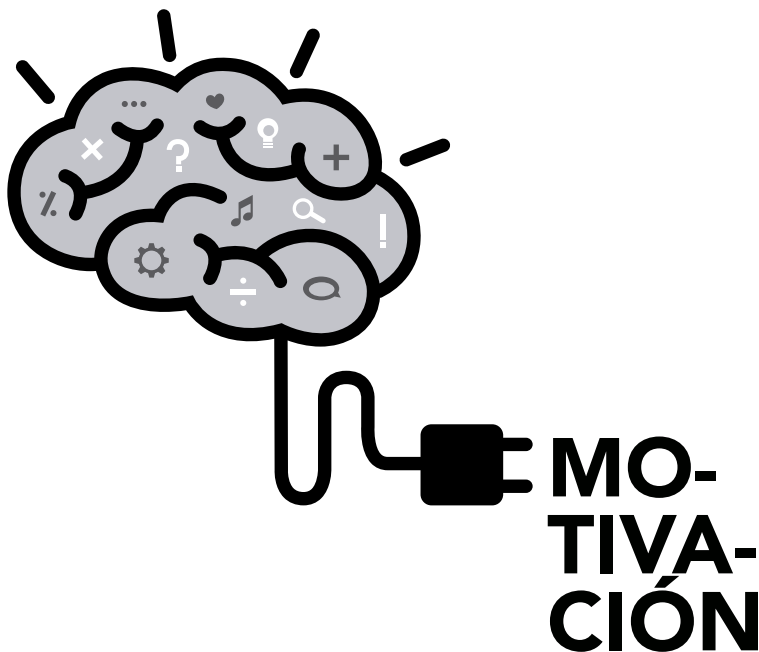
*La corteza orbitofrontal:* esta zona está altamente vinculada a los juicios de valor que formulamos, y por ende a la toma de decisiones, y está involucrada en la decisión de qué tanto asignarle esfuerzo a una decisión según la valoración que hagamos de esta. Hoy la neurociencia sabe que cada logro o meta tendrá un valor distinto y subjetivo para cada persona y que dependiendo de las preferencias, generadas por la experiencia y la visión de cada persona en particular, será la fuerza de la motivación. Esta es una zona que ayuda al ser humano en la ponderación de las opciones que tiene frente a sí: jugar fútbol con los amigos o quedarse en casa viendo tele, buscar ligar con una mujer o con otra, ir a una entrevista de trabajo o a otra. La motivación dependerá del juicio y valoración que hagamos, muy subjetivamente, de cada actividad. Entonces sabemos que la motivación implica, aunque sea de manera muy inconsciente, un proceso de valoración de opciones que puede tardar desde milisegundos hasta meses.

**SI TU CEREBRO CONSIDERA VALIOSO UN OBJETIVO, DECIDIRÁ  
INVERTIR MUCHOS RECURSOS Y ESFUERZOS PARA LOGRARLO.**

*La corteza anterior singular y la corteza prefrontal dorsolateral:* ambas vinculadas a las decisiones ejecutivas y al control cognitivo. Su activación alrededor de temas de motivación nos permite entender que cuando algo nos motiva mucho, después de haber sido altamente valorado por el *striatum ventral* y por la *corteza orbitofrontal*, estas áreas nos permitirán mantener nuestra atención fija en el objetivo, no ceder a los instintos de comodidad o descanso que en medio de la lucha por lograr nuestros objetivos pudiéramos experimentar, para centrarnos en la meta. Esto me hace recordar lo que un ultramaratonista me dijo

en una entrevista: “La única forma de mantenerte corriendo por 5 o 6 horas seguidas es que en esos momentos lo único que quieras hacer es correr”. Claro, si un maratonista voltea a ver un jardín y comienza a querer estar descansando ahí, seguramente pronto se va a cansar; si alguien está trabajando en una empresa, pero está deseando estar en otra empresa, seguramente no será tan productivo. La motivación implica atención en la meta y adopción de las acciones necesarias para llegar a ella de una manera decidida y enfocada.

**SENTIRTE MOTIVADO TE PERMITE MANTENER TU ATENCIÓN CENTRADA EN LAS ACTIVIDADES PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DESEADOS. CUANDO ESTÁS DESMOTIVADO TE DISTRAES MUY RÁPIDO.**



Esto nos ayuda a inferir el por qué de la distracción de un niño en las clases: no está motivado para sostener la atención por largo rato en lo que el maestro o maestra dicen, tal vez no lo hacen con buena dinámica, tal vez transmiten de manera muy compleja el conocimiento, tal vez ya perdieron la credibilidad en ellos como guías y autoridad.

*El circuito de la dopamina*, o también conocido como el circuito de recompensa: la dopamina es un neurotransmisor producido en el *área tegmental*, el cual es liberado en el *núcleo accumbens* localizado en el *striatum*. En el proceso se activa el *sistema mesolímbico dopamínico*, encargado de la anticipación de la recompensa y del aprendizaje, generándose un deseo de recibir la descarga de dopamina. Si a un niño le dices: "Mira esta paleta, huélela, es la que más te ha gustado de todas las que has comido", esto hará que él haga de inmediato la tarea para conseguir la experiencia placentera; así, la motivación deja de ser "terminar la tarea" y se convierte en "obtener la paleta", lo cual seguramente provocará mayor descarga de dopamina y mayor sensación de placer. La motivación es así generada por el deseo del cerebro de recibir una descarga mayor de dopamina, al anticipar una recompensa mayor. Sin embargo, es fundamental ser cuidadosos cuando sustituimos una recompensa (la paleta) por otra (el deber de cumplir la tarea), ya que el cerebro asocia la descarga de dopamina con "la paleta", y no con "el deber", por lo que la adicción se vuelva hacia la paleta.

**EL CEREBRO BUSCA LA LIBERACIÓN PLACENTERA DE LA DOPAMINA AL LOGRAR LOS OBJETIVOS O AL SENTIR QUE SE ESTÁN LOGRANDO, LO QUE PROVOCA UNA MAYOR MOTIVACIÓN. ES POR ESTO QUE MIENTRAS MÁS IMPORTANTE SEA PARA EL CEREBRO LA RECOMPENSA, MÁS DOPAMINA ESPERARÁ LIBERAR Y DISFRUTAR.**

Todo lo anterior explica por qué las empresas, con su publicidad, buscan construir significados de que al comprar cierto refresco no sólo estás comprando un líquido azucarado y saborizado, sino que estás comprando una bebida para los triunfadores, lo que provoca mayor deseo por este producto y por ende mayor motivación por obtenerlo.

*La amígdala:* normalmente se la asocia con el miedo o con estímulos negativos, es también un área que participa en la motivación. Se infiere que en cada momento de definición y búsqueda de un objetivo existe el miedo a no lograrlo, lo cual predice la activación de la amígdala y permite creer que esta nos motiva aún más a lograr el objetivo y evitar el sufrimiento por fallar. El miedo se convierte así en un gran mecanismo que potencializa aún más la motivación, por ejemplo miedo a la vergüenza de no lograr algo, a perder el dinero por una inversión como emprendedor o quedar mal frente a la audiencia. Sentirte “salvado”, que “no perdiste”, que superaste el reto “sin quedar mal”, también es un elemento de motivación, ya que el cerebro busca dejar de sentir miedo, por lo que quiere terminar con éxito la tarea. Y así como lo vimos con la dopamina, es importante ser cuidadosos de no motivar con el miedo, porque la hiperactivación de la amígdala lleva a provocar daños severos a la salud: se pierde la atención en el futuro y se provoca un desinterés y un desenfoque posterior en muchas actividades.

**EL MIEDO ES UN IMPULSOR DE LA MOTIVACIÓN. EL CEREBRO BUSCA DESHACERSE DEL MIEDO Y POR ENDE BUSCA TRIUNFAR RÁPIDO EN LA ACTIVIDAD DESEADA. SIN EMBARGO HAY QUE SER CUIDADOSOS AL USAR EL MIEDO COMO MOTIVADOR, PUESTO QUE A MEDIANO Y A LARGO PLAZO PUEDE TENER SERIAS CONSECUENCIAS EN LA CONDUCTA Y EN LA SALUD.**

El ser humano, como vemos, está totalmente programado y cableado para definir preferencias, escoger objetivos, anticipar el placer, evitar el miedo y hacer lo que sea necesario para lograr sus metas. Vivimos en un estado de motivación hacia algunos objetivos y desmotivación hacia otros objetivos, según nuestras preferencias y percepciones subjetivas. No hay día en que no definas un objetivo, no hay día que en no luches por un objetivo, no hay día en que no enfoques en algo tu motivación.





# **DOS TIPOS DE MOTIVACIÓN, LA INSTINTIVA Y LA CONSCIENTE**



Desde recién nacidos, incluso en el vientre materno, experimentamos la motivación por conseguir algo que deseamos o necesitamos, ya sea el alimento que proviene de la madre, el calor de su cuerpo, el descanso, el apapacho y la atención. En estas etapas de nuestra vida la motivación es muy inconsciente, no estamos al tanto de lo que sucede internamente, no nos damos cuenta de nuestras prioridades a la hora de decidir gastar tiempo, esfuerzo y emociones. Por ejemplo al llorar desesperadamente para lograr el objetivo que es atraer la atención de nuestra madre. El bebé tiene la motivación de buscar alimento, de buscar el calor de su madre, de ser el preferido de papá o mamá, de dormir, pero no es consciente de esa motivación interna que lo mueve a llorar, gritar y esforzarse por conseguir el objetivo que busca.

**DESDE NIÑOS NOS MUEVEN ACCIONES Y OBJETIVOS MUY INCONSCIENTEMENTE, SON PARTE DE LA SUPERVIVENCIA.**

Las motivaciones inconscientes o instintivas surgen para conseguir objetivos de los cuales no somos conscientes. ¿Será que nuestro inconsciente nos esconde los objetivos porque se siente culpable de ellos? ¿Será que nuestro consciente es tan ingenuo que permite toda acción del inconsciente sin reflexionarla? ¿Será que para nuestro cerebro y vida es más práctico tener motivaciones inconscientes que conscientes? Una mujer acumula durante toda su vida zapatos, es fanática de ellos, no puede explicar el objetivo o fin último de su acumulación, y pone pretextos que ni ella misma se cree. La motivación está escondida, es un movimiento interno que provoca grandes acciones como ahorrar, ir a comprar, combinarlos, presumirlos, guardarlos cuidadosamente, pero no puede explicar qué la mueve a ello.

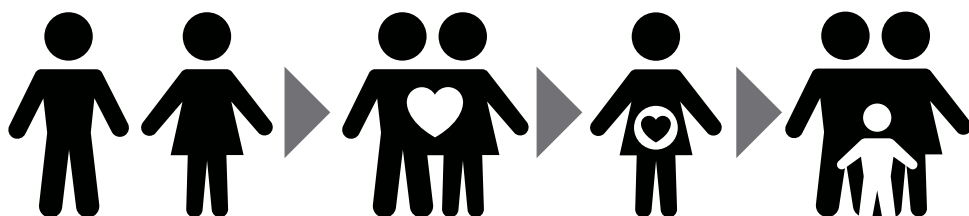
Un hombre compra un Hummer, llega a su casa y no le cabe en la cochera o garaje, obviamente hubo una motivación para obtener este gigantesco automóvil, que se sostuvo por meses, pero fue inconsciente. Un joven compra una computadora, le preguntas qué lo motivó a comprar esa marca en particular tan cara, te dice que por la garantía, le pides que te enseñe la garantía y no la encuentra.

**LA MOTIVACIÓN INCONSCIENTE POR COMPRAR O POSEER ALGO SE VA GESTANDO EN NUESTRA MENTE IRRACIONAL HASTA QUE ESTALLA Y NOS IMPULSA A QUERER CONSEGUIRLO A COMO DÉ LUGAR.**

No sólo los bebitos son motivados por fuerzas ocultas, por deseos inconscientes de conseguir ciertos objetivos; también los adultos y esto ocurre todo el tiempo. Nos comparamos con otros sin elegir conscientemente a quiénes tomamos como referencia, sentimos envidias por quienes lograron cierta posición, y vamos cargando culpas de tantas y tantas acciones que hemos hecho en el pasado que no hemos podido controlar y con las cuales hemos dañado a otras personas.

Nos sentimos motivados a seguir a una mujer que pasa a nuestro lado, la alcanzamos, le expresamos nuestras intenciones, le pedimos su mail y después, cuando nos preguntan: "¿Qué te motivó a seguirla?", no podemos dar una respuesta precisa. Si alguien le preguntara a ella qué la motivó para activar y soltar una estela de feromonas a su paso, justo cuando tú cruzabas, tampoco podrá responder. Son mecanismos inconscientes que se originan en un sistema neuro-mental al que algunos científicos, como Paul D. Mclean, se han referido como el cerebro reptílico o primitivo.

**UNA DE LAS MOTIVACIONES MÁS BÁSICAS Y NECESARIAS EN LA ESPECIE ES REPRODUCIRNOS. BUSCAMOS INVERTIR MUCHO TIEMPO, ESFUERZO, RECURSOS Y EMOCIONES EN LOGRARLO.**



Así es, en nuestro cerebro siguen viviendo un reptil y un mamífero, somos producto de la evolución de estos. El ser humano es un reptil disfrazado de mamífero el cual a su vez está disfrazado de humano. Algo poderoso nos motiva a buscar nuestra supervivencia, la reproducción, la protección de nuestras crías. Si no tomáramos algunas decisiones racionales, tal vez no seríamos tan eficientes como especie. La gran mayoría de las adicciones y fobias son originadas muy dentro de nosotros, en nuestra parte inconsciente. No sabemos por qué le tenemos miedo a las alturas o al encierro, pero hay algo poderoso que nos motiva a evitar estos espacios. No sabemos por qué somos adictos al cigarro, el alcohol, los juegos de azar, o al mismo control, pero algo poderoso nos motiva internamente a aferrarnos a ellos. Una adicción es un deseo patológico que nos motiva a estar cerca de algo, una fobia es un deseo patológico que nos motiva a estar lejos de algo. Y ambos no son natos, se generaron en algún momento de nuestra vida, muy probablemente en un momento impactante, doloroso, y a partir de ahí se generó esta necesidad que se volvió inconsciente a lo largo de los años. En nuestro cerebro se desarrollaron circuitos que nos hacen buscar y disfrutar estas acciones, acercarnos a esos estímulos y evitar algunas otras cosas o momentos. Buscamos la dopamina asociada inconscientemente a algo y buscamos evitar el miedo asociado, también inconscientemente, a algo más.

**LAS ADICCIONES PROVOCAN UNA MOTIVACIÓN INCONSCIENTE A DESEAR ALGO. LAS FOBIAS PROVOCAN UNA MOTIVACIÓN INCONSCIENTE A ALEJARTE DE ALGO.**

Una persona puede sentir motivación a seguir comiendo aunque ya está llena, así como un oso acumula para el invierno porque sabe que no habrá comida durante esta temporada. Pero el hombre sí sabe que habrá alimento los próximos días, racionalmente, pero su inconsciente no comprende razones y quiere acumular porque tiene miedo de que mañana no haya suficiente alimento; comer más de la cuenta le genera una satisfacción porque asume que su futuro está asegurado. Sin embargo, por esto es importante ser más consciente de aquello por

lo que sentimos motivación. Un hombre o mujer que come más de la cuenta, y cualquier cosa que se le atraviesa, eventualmente sufrirá las consecuencias fisiológicas.

**SI BIEN HAY MUCHAS MOTIVACIONES INCONSCIENTES NECESARIAS PARA LA VIDA, EXISTEN OTRAS DE LAS QUE ES IMPORTANTE SER CONSCIENTE, PUESTO QUE NOS PUEDEN LLEVAR AL SUFRIMIENTO, AL FRACASO, O HASTA A LA MUERTE.**

Ser racionales o conscientes incluso de lo que nos motiva y el por qué nos motiva es de grandes personas, evolucionadas, que usan cabal e integralmente sus capacidades mentales y emocionales. Para ello es necesario conocernos a profundidad, invertir suficiente tiempo en autoexplorarnos, hacer meditación, regresiones, preguntar a nuestros papás por qué nos mueve lo que nos mueve, para juntos generar hipótesis que después podamos validar. En ocasiones, cuando una persona en la pareja le pide a la otra persona separarse, darse un tiempo, o dar por finalizada definitivamente una relación, tal vez a la otra persona le cueste la separación, se aferre a su pareja, sienta mucho dolor, no sólo porque representa perder a "su amor", la comodidad, la confianza ya ganada, el territorio ya avanzado, sino porque tal vez inconscientemente le duele que él o ella NO hayan tenido la razón, que pierdan el control, incluso porque tal vez, muy en el fondo, había desarrollado un apego de hijo a madre o de hija a padre (esto último suele suceder y muy seguido).

Mucho de lo que nos mueve fue programado o sembrado en nuestra mente inconsciente desde hace muchos años, desde niños, incluso pudo haberse grabado en nuestro pequeño e incipiente cerebro cuando éramos fetos (científicamente está comprobado que construimos memorias desde entonces). Claro, hasta cierto punto hemos sido programados por nuestro pasado, somos lo que aceptamos del entorno para integrarlo a nuestra programación, lo que nos metieron en repetidas ocasiones a nuestra mente, pero es de personas maduras despertar y retomar el control de su programación. Los medios de comunicación, las marcas, las empresas, los gobiernos, usan estrategias muy eficaces

para programarnos y motivarnos a hacer muchas cosas que a ellos les convienen. El consumismo es parte de la programación a la que hemos sido sometidos, pero para ser felices y exitosos es necesario ser conscientes de aquello que nos mueve desde adentro. En muchas ocasiones aquello que nos han hecho creer que nos hace felices en realidad es sólo un espejismo, por ejemplo, tomar un refresco de determinada marca, vestir ropa de cierta marca o ir a determinado restaurante.

**HASTA CIERTO PUNTO HEMOS SIDO PROGRAMADOS PARA QUE ALGO NOS MOTIVE O NOS DESMOTIVE. ES HORA DE DESPERTAR, RETOMAR EL CONTROL DE NUESTRA PROGRAMACIÓN Y DEJAR DE SEGUIR SIENDO OVEJAS DEL REBAÑO. VOLVER A SER ÚNICOS Y EXTRAORDINARIOS, AUTOACEPTARNOS, AMARNOS Y NO SER SIMPLES RÉPLICAS DE OTROS.**

**ESTA ES UNA GRAN MISIÓN DE PADRES Y MAESTROS, AYUDAR A SUS HIJOS Y ESTUDIANTES A SER CONSCIENTES DE LO QUE LOS MUEVE O LO QUE LOS DESMOTIVA, Y EVITAR ASÍ QUE OTROS LOS PROGRAMEN Y VIOLENTEN SU LIBRE ALBEDRÍO.**

Es importante que quien decida no sea nuestro niño o adolescente interno, que aún está sufriendo y fue programado en medio del dolor y la tristeza, sino que sea nuestro adulto actual el que toma las decisiones. Cuando estamos sufriendo internamente nos volvemos muy vulnerables a ser controlados, muy vulnerables a que otros decidan lo que nos debería motivar y no a que nosotros, conscientes, lo decidamos.

**TODA PERSONA QUE LLEVA A CUESTAS SUFRIMIENTOS INTERNOS ES MUY VULNERABLE A SER CONTROLADA Y A NO TOMAR SUS PROPIAS DECISIONES.**

Sin lugar a dudas siempre existen motivadores conscientes, muy en la superficie, racionalizados y fáciles de encontrar. En estos momentos

Zohe y yo estamos sumamente motivados y conscientes de escribir este libro y lograr entender la motivación, tanto por motivos personales como para servir a otros. Nos motiva, conscientemente, el poder compartir conocimiento, nos motiva el hecho de poder desenmarañar un tema que podría ser muy complejo pero que en el fondo es sencillo, nos motiva ser traductores de temas complejos, generando esquemas fáciles y un lenguaje aterrizado para los demás. Lo mismo sucede con aquellos emprendedores que desarrollan un nuevo producto o servicio, los motiva conscientemente el poder avanzar la tecnología, mejorar lo que ya existe, poner en práctica sus ideas, obtener un ingreso por su creatividad. Pero también, a nivel inconsciente, los puede estar motivando el sentirse reconocidos, relevantes, importantes, el poderle demostrar a otros que son dignos de admiración, ser aceptados y hasta, tal vez, eventualmente convertirse en seres poderosos capaces de evitar para siempre el *bullying* del que fueron objeto cuando niños.

Te das cuenta que en toda acción puede haber motivadores conscientes e inconscientes, y lo importante es que busquemos traer al consciente los inconscientes para que no nos dominen primitivamente, que no sea el dolor lo que nos mueve, sino el amor y el valor agregado. Esto me hace recordar la vida de Steve Jobs, una persona ultramotivada a avanzar la tecnología, el diseño, a simplificarle la vida a millones de personas, a agregarle valor a la humanidad, pero en el fondo cargaba con motivaciones inconscientes producto de sus dolores no superados de niño, que lo hacían ser irascible, estallar, tratar mal a muchos colaboradores, incluso tener malas relaciones con su hija y vivir al borde del colapso emocional.

**PUEDE HABER UN MOMENTO MUY DOLOROSO DE NIÑO QUE TE LANZA, INCONSCIENTEMENTE, CON TODAS TUS FUERZAS A LOGRAR ALGO, SUPERMOTIVADO, Y LO LOGRAS Y TRIUNFAS. Y AUNQUE LA META SE HAYA CONQUISTADO Y APARENTEMENTE SEAS MUY EXITOSO, EN EL FONDO EL DOLOR SEGUIRÁ PRESENTE. EL ÉXITO ES MUY BUENO, ESTAR MOTIVADO ES MAGNÍFICO, PERO NO SI ES A EXPENSAS DEL DOLOR INTERNO.**

Y aunque puedas repetir mucho algún patrón o comportamiento, por ejemplo, de una adicción, tu inconsciente busca la manera de que NO descubras lo que hay detrás, para seguir necesitando algo que le produce segregación de dopamina y por ende placer. Déjame te lo explico con un ejemplo: eres adicto al cigarro y repites y repites la acción. Obviamente te das cuenta de lo que haces, y otros a tu alrededor te lo dicen, pero no quieres indagar o investigar en ti mismo por qué tu mente inconsciente te motiva a no liberarte de la adicción, precisamente para evitar la separación de esto que tanto placer te provoca.

**LA MENTE INCONSCIENTE ES TAN INCONSCIENTE Y PRIMITIVA QUE SE AFERRA MUCHO A CIERTAS ACCIONES O ELEMENTOS Y DESPUÉS NO QUIERE SOLTARLOS, COMO NIÑO CAPRICHOSO, PUESTO QUE CREE QUE SUFRIRÁ EN LA AUSENCIA DE ELLOS. SIN EMBARGO, CUANDO UNA ADICCIÓN SE HACE CONSCIENTE, EL SER HUMANO SE PUEDE LIBERAR DE ELLA Y NO DEPENDER MÁS DE ENTES EXTERNOS QUE LO ATAN Y LO HACEN PRISIONERO.**

Así, podemos generar una matriz de motivadores y desmotivadores a partir de que tan conscientes o inconscientes son, o bien que tan conscientes o inconscientes somos de estos. Los motivadores conscientes te moverán a hacer algo, y tú estarás claro en lo que te mueve, el por qué te mueve y lo que buscas. Ejemplo: "Me fascina estar con mi pareja porque tenemos una gran comunicación, con ella puedo ser quien realmente soy y yo también la acepto tal como es". Los desmotivadores conscientes te permitan observarte claramente y saber por qué no logras sentir atracción por hacer algo. Ejemplo: "No me motiva la clase de este profesor o profesora, hace de las matemáticas algo muy complejo, me dice que soy poco inteligente cuando con toda honestidad le expreso no estoy entendiendo, y siempre anda de mal humor por sus temas personales". Los motivadores inconscientes viven y actúan desde nuestra irracionalidad, desde la oscuridad en donde no somos capaces de verlos y entenderlos. Ejemplo de un monólogo inconsciente, no racionalizado, interno: "Estoy decidido a ser rico y fa-

moso, porque esto me ayudará a calmar el dolor que llevo desde niño por las veces en que mi papá premiaba más a mi hermano que a mí, momentos que sembraron en mí la verdad de que yo no sirvo para mi papá, pero siendo rico le demostraré que sí soy digno de su amor”. Los desmotivadores inconscientes actúan de manera contraria. Ejemplo: “No soporto la voz de mi jefe, me recuerda la voz de mi abuelo que fue muy duro conmigo, no me motiva estar en la oficina con él, quiero salir corriendo cada vez que lo escucho”.



Los deseos o sueños no satisfecho cuando éramos niños, adolescentes o jóvenes, nos motivan, consciente o inconscientemente a buscar algo que, en nuestra fantasía, cubra el vacío. Aprovecho para recomendar el libro Factor Gratitude, que escribí hace algunos años, en el que explico uno de los grandes hechos sobre el poder de la Gratitude: cuando logras estar en Gratitude con tu pasado, logras que los dolores que se produjeron entonces no dominen tu vida inconscientemente. La Gratitude es más poderosa que el Perdón, la Gratitude integra el perdón. Lograr encontrarle algo positivo a cada momento de tu pasado es una gran herramienta de felicidad y salud, así como de Motivación.



**UNA DE LAS GRANDES FÓRMULAS PARA ESTAR EN PAZ CON NUESTRO PASADO, ES ENCONTRARLE ALGO POSITIVO A CADA MOMENTO DE NUESTRO PASADO Y SENTIR GRATITUD CON ESTE. DE ESTA MANERA NO DEJARÁS QUE LOS DOLORES DEL PASADO DEFINAN TU VIDA ACTUAL, NI QUE MOTIVADORES O DESMOTIVADORES INCONSCIENTES TE MUEVAN A SU ANTOJO LEJOS DE TU CONSCIENCIA.**

Cuando las agendas del niño, el adolescente, el joven y el adulto que viven en ti, se alinean, para motivarte todas a lograr lo mejor para el YO ACTUAL, la motivación se enfoca y aumenta hacia el logro de objetivos conscientes. Si no hay una alineación clara de agendas, nunca serás productivo y feliz, ya que un día buscarás darle satisfacción al niño sufriente que llevas dentro, otro día al adolescente impulsivo, otro día al joven que busca ser aceptado y otros días buscarás estar tranquilo con el adulto que quiere planear y lograr ciertos objetivos personales y profesionales. Es muy posible hacer conscientes los motivadores inconscientes. Déjanos ponerte varios ejemplos. Cuando eras bebé no eras consciente de tu necesidad y deseo de hacer pipí o popó, pero conforme vas creciendo comienzas a ser consciente de ciertas sensaciones internas, lo que te mueve a actuar racionalmente y buscar un baño. Cuando eras adolescente, el torrente de testosterona interno, te motivaba a desear a cuanta mujer bonita pasara frente a ti, incluso te hizo ser infiel en varias ocasiones, pero conforme te fuiste haciendo consciente (hay algunos que nunca lo logran) comienzas a controlar tus impulsos sexuales y a enfocarlos de manera exclusiva en tu pareja.

**SI ESTÁS EN CONTROL DE TU MOTIVACIÓN ESTARÁS EN CONTROL DE TU VIDA. DE LO CONTRARIO SERÁS FÁCILMENTE MANIPULADO POR LOS DEMÁS Y SERÁS MOVIDO POR LOS SUFRIMIENTOS DE TUS ÉPOCAS PASADAS.**

A thin vertical black line runs down the left side of the page, starting from the top of the title area and extending almost to the bottom.

# **OBJETIVOS Y BENEFICIOS EN LA MOTIVACIÓN**

Nuestra vida se basa en objetivos. Cualquier cosa que hacemos la hacemos porque le encontramos un beneficio al hacerlo. El beneficio puede ser consciente o inconsciente, puede ser tan inconsciente como un impulso o instinto (respirar, comer, dormir, descansar, hacer algo para conectar socialmente con otros) o bien sumamente consciente (“tengo que producir tantos productos en estas horas de trabajo para lograr la meta comprometida”, o “para lograr un 9 de calificación tengo que estudiar al menos una hora diaria, llevar todas las tareas y participar en clase”).

**NUESTRA VIDA SE MUEVE POR OBJETIVOS. LAS METAS U OBJETIVOS O NOS MOTIVAN O NO LO HACEN, DEFINIENDO ASÍ LO QUE HACEMOS EN EL DÍA-DÍA. POR ENDE, DIME CUÁLES SON TUS OBJETIVOS Y TE DIRÉ QUIÉN ERES Y QUIÉN SERÁS EN TU VIDA. LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y PRIORIDADES DEBERÍA SER UNA DE LAS ACTIVIDADES MÁS CONSCIENTES E IMPORTANTES EN CADA INDIVIDUO, CADA PAREJA, CADA FAMILIA Y CADA ORGANIZACIÓN.**



El logro de un objetivo contiene en sí la posibilidad de definir nuevos objetivos, normalmente mayores a futuro, lo que conlleva una expectativa de futuro, un incentivo para seguir luchando día a día. Cuando hay objetivos hacia el futuro hay MOTIVACIÓN para levantarte todos los días, esforzarte, planear, desarrollar estrategias y hacer equipos para lograrlos. Tener objetivos es sí mismo una FUENTE DE MOTIVACIÓN.

**QUIEN TIENE OBJETIVOS VIVE MOTIVADO. CUANDO LOGRAS UN OBJETIVO TERMINAS MUY MOTIVADO, Y ES IMPORTANTE APROVECHAR ESTA MOTIVACIÓN PARA DEFINIR UN NUEVO OBJETIVO.**

Los objetivos o metas (los cuales son contenedores de beneficios) son definiciones que hacemos y que nos ayudan a valorar si el esfuerzo, tiempo, emociones o cualquier otro recurso invertido ha valido la pena, pero al mismo tiempo porque lo contenido en el objetivo o meta nos satisface una carencia, necesidad o deseo. Es decir, definimos objetivos y metas para autoevaluarnos, o bien para evaluar a otros, pero también porque el mismo objetivo representa algo que valoramos.

Definimos que queremos graduarnos de la universidad y llegar a la meta de los 10 kilómetros corridos en menos de una hora; ambas metas nos ayudarán a saber si los recursos invertidos en estas han valido la pena, para saber qué tan buenos somos, qué tan comprometidos, qué tanto resiste nuestro cuerpo, o qué tanta fuerza de voluntad tenemos; pero al mismo tiempo los mismos objetivos contienen elementos, momentos o sentimientos que valoramos porque los necesitamos o deseamos. Graduarnos contiene la posibilidad de buscar un trabajo formal, lo cual representa un gran beneficio que nos provee el objetivo. Otros beneficios del graduarnos (objetivo o meta) podrían ser la posibilidad de recibir la confianza de nuestros padres para hacernos cargo de un puesto en la empresa familiar, la capacidad de presumir ante otros o bien aprovechar el título para solicitar ingreso a una maestría, todo lo cual viene asociado a sentimientos de orgullo, satisfacción, seguridad, realización y la posibilidad de nuevas expectativas.

Como vemos en este ejemplo, los beneficios contenidos en el objetivo son mucho más poderosos que el mismo objetivo de graduarnos, aunque el objetivo es la tangibilización de la posibilidad o medio de obtener estos beneficios. Así, el objetivo es a lo que apuntamos, pero sabemos que es la puerta de entrada a un mundo de beneficios que deseamos profundamente. El objetivo por ende puede ser un pretexto, lo que nos importa más son los beneficios a los que accedemos habiendo logrado el objetivo o meta. Por ello, dime qué beneficios percibes asociados a la meta y te diré cuánto realmente te motivará la meta.

**EN OCASIONES LOS OBJETIVOS TANGIBLES NO SON LO QUE NOS MOTIVA O LO QUE VERDADERAMENTE DESEAMOS, SINO LOS BENEFICIOS ASOCIADOS A ESTOS OBJETIVOS. LA MEDALLA QUE NOS DAN AL TERMINAR UNA MARATÓN NO ES LO QUE NOS MUEVE, AUNQUE SEA LA META. LO QUE ME MUEVE ES QUE AL SABER QUE HE TERMINADO LA MARATÓN AUMENTARÁ MI AUTOESTIMA, MI CONFIANZA EN MÍ MISMO, E INCLUSO MEJORARÁ MI SALUD.**

Casarnos puede ser un objetivo o meta en nuestra vida, pero contiene muchísimos beneficios (o perjuicios, dirían otros ¡ja, ja!). Que tu hijo pase un examen es un objetivo, pero lo importante son los beneficios que podrá disfrutar y que vendrán asociados a esta meta. Así, la manera de MOTIVAR a alguien para casarse (o no casarse), o al niño para que estudie y pase el examen, no es siempre recordarles y convencerlos del objetivo, sino de los beneficios que se obtendrán al lograr el objetivo. "Hijo mío, estudia, tienes que pasar ese examen, serás lo máximo si pasas el examen", tal vez NO es tan poderoso como: "Hijo mío, si pasas el examen lograrás entrar al próximo nivel y seguir con los amigos que tanto quieres, para que sigas jugando en el recreo con ellos y puedan juntarse en las tardes a hacer las tareas y después ir al parque. Si no pasas, cada uno seguirá por su lado".

Llegar a la meta de los 10 kilómetros corridos en menos de una hora contiene a su vez los beneficios de postear en tus redes sociales tu logro, con tu medalla colgada en el pecho, pertenecer a un equipo más

adecuado, satisfacción, alegría, sensación de poder hacer lo que te propongas, y la expectativa de ir ahora por 20 kilómetros. Para muchos la motivación está en demostrarle a otros que son capaces de grandes cosas, a su pareja, a sus hijos, a sus amigos o a sus colaboradores.

**DIME QUÉ BENEFICIO ES MÁS PODEROSO PARA TI Y USARÉ JUSTO ESE PARA MOTIVARTE. ENTENDER QUÉ BENEFICIO ES EL MÁS PODEROSO PARA TUS COLABORADORES O HIJOS ES TENER LA LLAVE SECRETA PARA SU MOTIVACIÓN. SIN EMBARGO, EN OCASIONES EL BENEFICIO MÁS PODEROSO ESTÁ ESCONDIDO EN SU INCONSCIENTE.**

No todos los objetivos o metas te motivan de la misma manera, ya que cada uno contiene diferentes beneficios bajo tu percepción. Hay algunos que conectan con lo más profundo de tu ser y otros que, por el contrario, pudieran hasta desconectarte, desanimarte, apagarte. Pensemos en actividades que una persona hace por obligación, por ejemplo lavar platos: terminar de lavar los platos y que estos queden perfectamente limpios puede ser el objetivo. ¿Pero es este un objetivo que te motiva? Seguramente no. Entonces la clave está es buscar beneficios para la persona específica vinculados o derivados del objetivo. Tal vez para una niña que quiera sentirse grande y lucirse ante la mirada expectante de su papá, la actividad la motivará, puesto que contiene el beneficio de ser percibida como grande.

Recuerdo que mi hermano buscó por varios meses que su hijo de tres años se deshiciera del chupón y no lo lograba, pues el objetivo como tal no motivaba a su hijo. Sin embargo, un día, mi hermano iba en la carretera con toda la familia. Se le ocurrió toda una estrategia y detuvo su camioneta al lado de un risco. Toda la familia se bajó, bajo el pretexto de contemplar el paisaje. Estando ahí, mi hermano le dijo a toda su familia que estaba muy orgulloso de su hijo, el del chupón, porque ya era un “niño grande”. Sin embargo, dijo, que lo único que le faltaba para ser niño grande era deshacerse del chupón. Les contó que cuando él, mi hermano, tenía tres años, demostró que era niño grande aventando el chupón desde una montaña como esta, y que quería darle la oportu-

nidad a su hijo de que demostrara que ya era grande y aventar el chupón. Su hijo, con todo el valor y motivación del mundo, sacó el chupón de su boca y lo arrojó con todas sus fuerzas por el risco. La escena fue muy impactante puesto que todos estaban viéndolo, lo que hacía que el compromiso fuera enorme, y porque el paraje era impresionante y el chupón se vio caer por el abismo. Fue altamente memorable para su hijo y para todos y desde entonces nunca más volvió si quiera a pedir el chupón. El beneficio asociado, "ser grande", fue más poderoso que el objetivo de "deshacerse del chupón".

### ***La percepción de los beneficios:***

Mientras que los objetivos y/o metas son tangibles, palpables, perceptibles objetivamente, los beneficios asociados a estos son más subjetivos, se interpretan, se descubren, están más escondidos. Y, como es obvio, siempre habrá beneficios asociados a objetivos que te motiven más y otros menos. Por ende, siempre habrá la posibilidad de aplicar nuestro PODER MENTAL para transformar nuestra forma de percibir los objetivos, o la percepción de otros, a partir de encontrar, priorizar, incluso asociar nuevos beneficios a los objetivos en cuestión.

He aquí otro ejemplo: "Papá, no quiero casarme, no quiero comprometerme de por vida con una sola mujer". "Hijo, es la única manera de que demuestres que eres capaz de comprometerte también con los negocios de la familia y pasarte la batuta de los negocios". Ahhh, ¿cambia la cosa, no? Uno más: "Mami, no quiero verduras porque saben mal". "Hija, ¿tú crees que ha sido fácil para la Princesa Sofía ser tan bonita?".

**LA PERCEPCIÓN DE LOS BENEFICIOS ES CLAVE EN LA MOTIVACIÓN. EN TU CAPACIDAD PARA CAMBIAR TU PROPIA PERCEPCIÓN SOBRE LOS BENEFICIOS RESIDE UNA LLAVE SECRETA PARA LA AUTOMOTIVACIÓN. Y EN TU CAPACIDAD PARA CAMBIAR LA PERCEPCIÓN DE LOS DEMÁS RESIDE UN PODER ESPECIAL PARA MOTIVARLOS A HACER LO QUE CONSIDERAS VALIOSO QUE ELLOS HAGAN.**

Los comandantes y generales de ejércitos han tenido que ser especialmente expertos en esto a lo largo de la historia. Lograr que las personas acepten separarse de su familia, iniciar entrenamientos largos y pesados, desplazarse a territorios desconocidos, estar dispuestos a matar y ser heridos o asesinados, no es tarea de motivación sencilla; al contrario, implica grandes retos. Muchos dirían que se requiere una gran capacidad de "coco-wash" (brainwash). Sí, sin duda, arriesgar la vida y cargar de por vida con la culpabilidad de haberle arrebatado la vida a otro, u otros seres humanos, implica obligatoriamente una necesidad de convencimiento y motivación ultraespecial. Por ello Estados Unidos tiene que llevar a cabo grandes campañas de publicidad alrededor del rol especial de las fuerzas armadas, y usan beneficios poderosos como el valor que implica pertenecer, la defensa del territorio, la libertad, vengar el daño en suelo nacional (como el caso Pearl Harbor y las torres gemelas), los soldados como superhumanos con una alta autoestima, el respeto que se obtiene de toda la comunidad al regresar, y obviamente, el dinero que se ganará (ahora les tienen que pagar para convencerlos, mientras que antes era voluntariado), y los seguros de gastos médicos mayores que obtendrán de por vida para ellos y para toda su familia. En cambio, en otras culturas, el servicio militar sigue siendo voluntario, implica elementos (beneficios percibidos) religiosos, de servicio a la comunidad, de defensa de la idiosincrasia y, obviamente, de venganza por los daños que han recibido.

A modo de ejemplo, en tu mente está la capacidad de percibir la actividad de lavar los platos y el objetivo de hacer que queden perfectamente limpios como algo trascendente, importante, valioso, relevante y que deseas profundamente, y por ende puedes activar tu MOTIVACIÓN hacia esta actividad. Sé que muchas mujeres, y hasta hombres, de los tipificados como "tradicionalistas", que ven en esta actividad una forma de demostrarle amor a su familia e hijos, una forma de cuidar la salud de todos en casa, de ser solidarios con ellos y participar de las responsabilidades del hogar. Y hasta llegan a disfrutar la actividad, la espuma, juegan y se divierten como practicando una autoterapia.

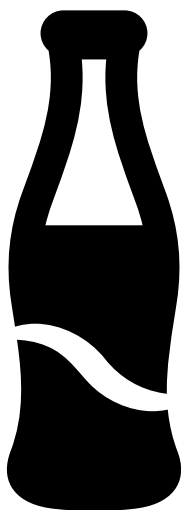
En forma análoga, ir a la guerra puede ser altamente motivador para alguien por el aprendizaje intensivo, el servicio a su patria y por los beneficios percibidos. Si es así, cualquier actividad en realidad puede



tener beneficios escondidos, que pueden ser rescatados y exponentializados, que hacen clic emocional en alguien y detonar poderosamente su motivación. Es cosa de buscarle el lado positivo y poderoso.

**LOS GRANDES MOTIVADORES, LAS GRANDES CAMPAÑAS, BUSCAN PRESENTAR CLARAMENTE A SUS AUDIENCIAS LOS BENEFICIOS MÁS PODEROSOS ASOCIADOS A UN OBJETIVO. POR ELLO LAS EMPRESAS Y LOS GOBIERNOS INVIERTEN GRANDES SUMAS DE DINERO EN CONOCER LOS MOTIVADORES, CONSCIENTES E INCONSCIENTES, QUE LES PERMITIRÁN VENDER MÁS PRODUCTOS O SERVICIOS O DIVULGAR SUS IDEOLOGÍAS.**

**POR ELLO COCA-COLA NO VENDE UN SIMPLE REFRESCO, SINO UNA BEBIDA QUE TE AYUDARÁ A SER MÁS FELIZ, A DISFRUTAR EL MOMENTO, A VIVIR UNA EXPERIENCIA SENSORIAL QUE DELEITARÁ A TODO TU CUERPO.**



En tu mente está el valor (beneficios) de cada objetivo. Para muchos cuidar a su hermano en el hospital es una responsabilidad que no disfrutan, mientras que para otros es una actividad trascendental, que la hacen con mucho amor, se sienten elegidos para llevar a cabo esta tarea y agradecen que confíen en ellos para hacerla. Para muchos padres de familia bañar a sus hijos, cambiarles el pañal o vestirlos, son actividades irrelevantes, mientras que para otros son profundamente valiosas que los motivan intensamente. Quizá los primeros algún día podrán cambiar de parecer por un nuevo esquema mental de pensamiento, mientras que los segundos podrán también hacerlo y dejar de verlo tan importante. Es decir, el valor percibido en una actividad puede cambiar a lo largo del tiempo según las experiencias de vida y prioridades. Un hombre puede percibir grandes beneficios de jugar Póker con sus amigos todos los jueves, pero tal vez a la vuelta de un año puede percibir que es una pérdida de tiempo, que sólo lo obligan a comer mal y a tomar mucho alcohol, que se platica de cosas sin sentido, y por todo esto ya no es importante para él que ahora prefiere estar con su esposa e hijos. Mientras que para otro tal vez platicar sin sentido sea lo que hace tan motivante el ir al Poker, ya que durante toda la semana tiene que ser formal y platicar de puras cosas "importantes" en su trabajo.

En su libro "El Héroe de las Mil Caras", Joseph Campbell concluye que lo que en realidad movía a los héroes mitológicos y de la historia no era en sí el triunfo en una batalla, la conquista de una mujer o llegar al trono, sino los beneficios trascendentales asociados a estas metas, como ser motivo de leyendas, la trascendencia eterna, la inmortalidad, cumplir con la misión que sus dioses les habían asignado, continuar con la fama de su linaje o ser salvadores de su pueblo.

Recientemente Roger Federer logró su triunfo número mil en torneos avalados por la ATP (Asociación de Tenistas Profesionales), algo sólo logrado por Lendl y por Connors. Su recompensa fue un gran reconocimiento y ovación de pie al finalizar el juego que acababa de terminar. Tal vez el aplauso no fue tan importante para Federer, de esos ha recibido muchos, tal vez lo más importante fue el sentimiento de "inmortalidad" que le otorgó ese triunfo número mil.

**CADA META PUEDE ESTAR ASOCIADA, EN TU MENTE, A UN BENEFICIO TRASCENDENTAL Y MÍSTICO QUE TE MOTIVE PROFUNDAMENTE, INCLUSO A DAR LA VIDA.**

Todos hemos escuchado historias de personas que arriesgan su vida por otros, o que hacen cosas verdaderamente heroicas. En ellas la motivación está en su nivel más alto. Por ejemplo el exmarine Dick Hoyt, que corre triatlones con su hijo cuadrapléjico, o el caso de quienes se han puesto en huelga de hambre, como lo hizo Gandhi en más de 20 ocasiones, los soldados que se lanzan sobre una granada para salvar a sus compañeros, o el caso de los donantes de riñones.

En el mundo animal hay también casos de actos suicidas por cumplir el deber o defender al grupo, como las hormigas que se aferran a los intrusos y se lanzan al vacío con ellos, para acabar con la vida del enemigo aunque también vaya de por medio su vida. Bueno, y no vayamos tan lejos, el acto heroico realizado por cada mujer que ha sido madre, para traer a sus hijos al mundo. Todo está en la mente sí, pero también todo está en el corazón: lo que te mueve, lo que te apasiona, lo que te conecta con tu espíritu. Todo objetivo, y sus beneficios inherentes, tienen raíces profundas en la mente y el corazón. Será tu responsabilidad descubrirlos, analizarlos, pero sobre todo encontrar aquello que te motive o que motive a quienes buscas que logren algún objetivo puntual.

***Por ello te invito a preguntarte en estos momentos:***

- ¿Cuáles fueron los grandes objetivos y sus beneficios percibidos que me mantuvieron motivado(a) por mucho tiempo en el pasado?
- ¿Cómo definiste esos objetivos?
- ¿Cuáles son los objetivos que tienes definidos en la actualidad?
- ¿Debes definir nuevos objetivos o encontrar nuevos beneficios inherentes a ellos para estar más motivado(a)?
- ¿Qué objetivos y beneficios correspondientes motivan tu mente y tu corazón?

## ***La autodefinición de objetivos como fuente de Motivación:***

Otro elemento muy poderoso alrededor de la motivación, e íntimamente vinculado con los objetivos y beneficios percibidos, es la fuente de la definición de los objetivos. Déjame aterrizarlo. Uno de nuestros grandes descubrimientos en la serie de estudios que hicimos y que está vinculado con los descubrimientos en el estudio El Gen Exitoso, es que si tú defines tus propios objetivos, la motivación para lograrlos será mucho mayor que si alguien más te los define.

**UNA GRAN FUENTE DE MOTIVACIÓN ES CUANDO TÚ MISMO HAS DEFINIDO TUS PROPIOS OBJETIVOS. AL DEFINIRLOS ASÍ, TU EFECTIVIDAD SE TRIPLICARÁ PARA LOGRARLOS.**

Imagina que tu papá te define la carrera que debes estudiar. ¿Serás productivo, feliz, exitoso en esta carrera? Lo más probable es que no. Si tu mamá te impone el tenis como deporte, mientras tú quieres el fútbol, seguramente no serás ni cerca de efectivo en el tenis que en el fútbol.

Nuestro estudio El Secreto de la Motivación, en donde participaron 320 estudiantes, dejó muy claro esto. A 160 estudiantes les impusimos, uno por uno, el número de lagartijas que deberían hacer en un concurso que organizamos de lagartijas, mientras que a otros 160 estudiantes les permitimos que autodefinieran el número de lagartijas que querían hacer en dicho concurso. Esto se definió un lunes, y el viernes se llevó a cabo el concurso. Cada estudiante hacía las lagartijas en un cuarto privado, nadie más que “el jurado” los veía y tomaba nota de lo que habían logrado. Al final los resultados fueron muy evidentes: quienes se autodefinieron un número de lagartijas, superaron en 7 el promedio establecido; mientras que quienes recibieron de manera impositiva un número determinado, se quedaron cortos en 4, en promedio. Después, cuando entrevistamos a unos y otros, descubrimos algo muy interesante: los estudiantes que se autodefinieron el número de lagartijas a lograr entrenaron durante la semana, ya que se sentían comprometidos tanto con ellos como los otros estudiantes, habían metido el pecho y querían cumplir. Mientras que aquellos a quienes les impusieron un número de lagartijas no se sintieron comprometidos.

**CUANDO TÚ DEFINES TUS OBJETIVOS, TE SIENTES FUERTEMENTE MOTIVADO A LOGRARLOS Y TE COMPROMETES EN EL PROCESO. CUANDO TE LOS IMPONEN, TE COMPROMETES POCO.**

Esto nos llevó a hacer una dinámica adicional con adultos en un centro de trabajo. Le pedimos a un grupo de colaboradores que definieran sus objetivos para este año, les dijimos que a partir de entonces ellos tendrían la autoridad para definir sus propios objetivos, les dimos algunos días para reflexionar y finalmente cada uno definió sus propios objetivos y se comprometió a lograrlos durante el año. A los integrantes de otro grupo les dijimos que sus jefes ya habían definido los objetivos para cada uno y se les entregaron por escrito. A las dos semanas volvimos con estos colaboradores y, entre varias cosas, testeamos la motivación para lograr los objetivos así como la memorización o conocimiento claro de los objetivos. Otra vez los resultados fueron sorprendentes. A quienes se les habían impuesto los objetivos los tenían menos claros y los recordaban con menos contundencia que quienes los habían definido por sí mismos. De manera similar, quienes se habían definido sus propios objetivos describían con mucho mayor entusiasmo todo aquello que estaban haciendo para lograr sus objetivos, mientras que en el otro grupo ocurría lo contrario. Y algo más interesante aún fue que cuando los jefes revisaron los objetivos que se habían autoimpuesto sus colaboradores, sus objetivos eran incluso mayores que los que ellos como jefes les hubieran asignado.

El ser humano busca ser independiente y autosuficiente desde su niñez temprana. Al año el niño o la niña ya quieren comer solos, a los dos años quieren enjabonarse solos y a los tres años ya quieren vestirse solos. Llevamos, muy profundamente cableado, un instinto para ser autosuficientes y demostrarlo. Zohe y yo recordamos un estudio que hicimos para una empresa fabricante de zapatos, en el que, entre muchas cosas, descubrimos que esos pequeños momentos en que éramos niños y nos llevaban a la zapatería a comprar los zapatos para llevar al nuevo ciclo escolar, eran momentos profundamente importantes. Si nuestros papás nos escogían e imponían ciertos zapatos, salíamos tristes, pero si nos dejaban escoger salíamos muy felices. Escoger, definir, elegir, es

en sí un motivador muy fuerte para hacer algo. Nuevamente citamos la entrevista con el Coach Frank González del Tec de Monterrey, Campus Monterrey. Él nos comentó que al principio del año él no definía la meta de ser campeones sino que les preguntaba a sus jugadores cuál era su objetivo de esa temporada y ellos mismos eran los que definían que querían ser campeones. Y su responsabilidad durante el año era ayudarles a lograr su objetivo. Entonces, cuando ocasionalmente ellos se quejaban por lo duro de los entrenamientos, él les decía: “Pues yo no fui quien decidí que queríamos ser campeones, ustedes lo definieron; así que si no quieren serlo pues definan un nuevo objetivo y yo me limito a ayudarlos en lo que ustedes definan”.

**UN GRAN LÍDER, APOYO, GUÍA, MAESTRO, PAPÁ, ES EL QUE SE CONVIERTE EN UN ALIADO PARA QUE LAS PERSONAS A SU CARGO LOGREN SUS OBJETIVOS AUTODEFINIDOS.**

### ***La urgencia como instrumento de motivación:***

En la película *El día que la tierra se detuvo* (2008), en cuya trama los extraterrestres llegan a la Tierra para salvarla –lo cual implica destruir a los humanos porque somos nosotros los que estamos destruyendo el planeta– se da un diálogo crucial entre el extraterrestre Klaatu, representado por Keanu Reeves, y la Doctora Benson, representada por Jennifer Conally.

*Klaatu: El problema son ustedes (los humanos). Su falta de voluntad para cambiar.*

*Benson: Entonces ayúdanos a cambiar.*

*Klaatu: No puedo cambiar su naturaleza. Tratan al mundo como se tratan entre ustedes. Cada civilización alcanza un punto de crisis. Muchas no sobreviven.*

*Benson: La de ustedes sí lo hizo, ¿cómo?*

*Klaatu: Nuestro sol se estaba muriendo, teníamos que evolucionar para sobrevivir.*

*Benson: Entonces, cuando su mundo estaba a punto de la destrucción fue cuando ustedes se convirtieron en lo que son ahora.*

*Klaatu: Sí*

*Benson: Pues es justo en donde estamos nosotros ahora, al borde de la destrucción, y tienes razón: sólo al borde de la destrucción las personas encuentran la fuerza de voluntad para cambiar. Sólo en la orilla del precipicio evolucionamos. Este es nuestro momento, no nos lo arrebatan.*

Sólo al borde de la destrucción encontramos la motivación para cambiar. Se requiere un poco de consciencia para darnos cuenta que estamos justo en este punto, para entonces proceder a cambiar. ¿Por qué esperamos a estar a punto de fracasar en nuestro matrimonio para cambiar? ¿Por qué esperamos a que nuestros hijos estén a punto del colapso emocional para ayudarlos? ¿Por qué esperamos que nuestra empresa esté en la quiebra para cambiar? ¿Por qué esperamos que las instituciones de gobierno sean inoperantes para hacerles ajustes? Simple, porque el cambio cuesta y cuesta mucho, sobre todo mental y emocionalmente, y hasta no ver la destrucción cerca no logramos hacer los esfuerzo y sacrificios necesarios. La urgencia afina tus sentidos, te hace buscar más algo que antes no buscabas, te hace estar más atento. Pero esperar la urgencia también te hará tomar decisiones no óptimas, no tan conscientes.

A thin vertical black line runs down the left side of the page, starting from the top of the title area and extending almost to the bottom.

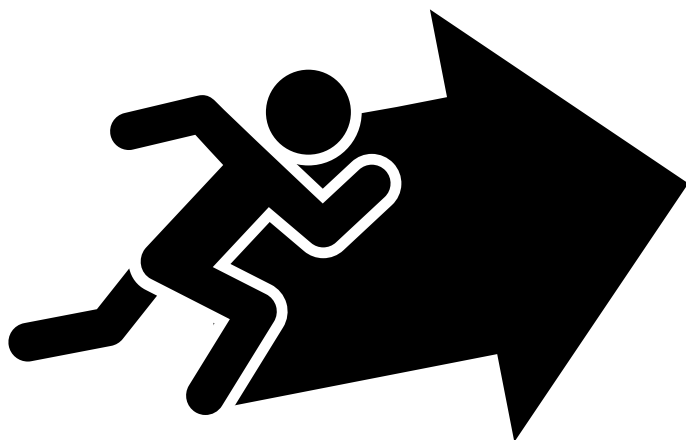
# **LOS INCENTIVOS Y LA MOTIVACIÓN**



Los incentivos son estímulos adicionales que contribuyen a sentirte inspirado, reforzar la motivación y enfocarte en los objetivos. Un incentivo es como un leño seco directo a la fogata o como un poco de gasolina arrojada al fuego. La motivación puede estar en la persona pero puede no ser la suficiente para que los objetivos se logren justo a tiempo, o para que se alcancen plenamente. Un ultramaratonista nos decía que todo maratonista tiene que tener sus reforzadores (estímulos) que le recuerdan el objetivo, los beneficios del triunfo, y que le permitan sentir un disparo adicional de adrenalina. Para este maratonista, el incentivo a media carrera para reforzar su motivación era pensar en su hija.

Los incentivos NO son el premio principal o símbolo de triunfo principal, sino pequeños recordatorios de este o bien minipremios en el camino. Por ejemplo, en el football americano colegial en los Estados Unidos, a los jugadores se les van otorgando estrellitas o pequeños simbolitos que se les van pegando en sus cascos; estos no representan los objetivos finales pero sí pequeños estímulos otorgados después de cada juego por sus logros.

**TODOS NECESITAMOS INCENTIVOS QUE ESTIMULEN NUESTRA MOTIVACIÓN A LO LARGO DEL CAMINO HACIA EL LOGRO DE NUESTROS OBJETIVOS. LOS INCENTIVOS NOS OXIGENAN Y RENUEVAN LOS ÁNIMOS CUANDO MÁS LOS NECESITAMOS.**



En el caso de los niños es común ver o escuchar que sus padres los estimulan con pequeños premios o bien con nuevas formas de hacer las cosas. Cuando el niño no quiere hacer la tarea de la manera convencional, por ejemplo aprenderse las capitales leyendo y recitando una y otra vez, los padres pueden estimular la energía, imaginación y memoria de los niños inventando un juego para memorizarlas, tal vez un memorama, tal vez dibujando un gran mapa en el suelo con los países y saltando de uno a otro para recordar mejor las capitales. Para incentivar se requiere buena imaginación y creatividad de parte de los padres, maestros, o líderes, ya que las formas tradicionales de promover el logro de los objetivos normalmente van generando costumbre y por ende aburrimiento. "Siempre es lo mismo, ya no me incentiva ni me motiva", suelen decir los niños y adultos con déficit de motivación.

Incentivar a alguien implica sorprender al cerebro o buscar nuevos caminos neuronales para reforzar el deseo por algo. Recordemos que el cerebro es un aparato que busca la comodidad a través del ahorro de tiempo y esfuerzo, y es justo lo que impide que logremos más de lo que otros logran. Los grandes objetivos requieren que el cerebro salga de su estado de comodidad, piense más, se esfuerce más, logre más. Recordemos estas películas en las que el deportista ya ha dado todo lo que aparentemente puede dar, pero en eso aparece entre el público su pareja, alguien que le gusta, o uno de sus padres, algo sucede dentro del deportista, da una milla extra de esfuerzo y vence al oponente o llega a la meta.

Los corredores de bolsa reciben incentivos por sus colocaciones exitosas de bonos o acciones, los vendedores reciben comisiones por sus ventas e incentivos tanto de tipo económico como simbólico. Los incentivos son reforzadores de la motivación, son sus reactivadores.

Los incentivos pueden ser monetarios, pero también pueden ser emocionales y simbólicos, y estos últimos en ocasiones son más poderosos en la psicología de la persona. Tal vez una llamada del director de la empresa incentive y reactive más la motivación de un obrero que 50 o 100 dólares en efectivo. Tal vez un día entero dedicado a tu hijo puede resultar mucho más valioso para él que regalarle algo.

**UNA CLAVE IMPORTANTE DE LOS PADRES, MAESTROS Y LÍDERES ALTAMENTE MOTIVADORES ES QUE NO SOLAMENTE LOGRAN ENTENDER EN PROFUNDIDAD CUÁLES SON LOS INCENTIVOS MÁS PODEROSOS DE CADA PERSONA SINO QUE SABEN ACTIVARLOS JUSTO EN EL MOMENTO ADECUADO.**

Lo que importa es lo que impacta psicológicamente a la mente de la persona. Seguramente incentivará más a un colaborador que vive muy lejos de la fábrica saber que tendrá transporte todos los días a su trabajo que obsequiarle un reloj de lujo. Tal vez incentivará más a un contador, que pasa todo su día en la oficina, asignarle un espacio de trabajo más cómodo que un viaje. O bien, como lo descubrimos hace poco en una investigación, incentivan y motivan más a un colaborador mayor de 50 años unos cursos de actualización que un incentivo económico, ya que el miedo a la competencia de los chavos, que recién se incorporan a la empresa, es tan alto que temen perder el empleo si no se actualizan. El incentivo de Vicente Fernández para seguir cantando siempre fueron los aplausos. Por ello solía decir en todos sus conciertos: "mientras ustedes no dejen de aplaudir yo no dejo de cantar".

Charles Dugghi, en su libro *The Power of Habit* (El poder del hábito), deconstruye y explica las etapas de los hábitos. Dice que los hábitos inician con una señal que detona consciente, o inconscientemente, el ciclo del hábito; después se produce la rutina; más adelante vienen los reforzadores que representan incentivos que te fomentarán la repetición futura del hábito, y finalmente llega una recompensa. Por ejemplo, cuando nos lavamos los dientes, tal vez la señal que detona el hábito es cuando te pones la pijama o terminas de cenar, automáticamente te diriges al baño a lavarte los dientes; después viene la rutina, que en muchas ocasiones ya haces automáticamente sin racionalizar el proceso; inmediatamente después se produce un reforzador o estímulo que en muchas ocasiones es el aliento fresco, o pasar tu lengua sobre los dientes y constatar la limpieza al sentir que la placa dental desapareció. Y sí la mamá le dice al niño, o la pareja a su contraparte: "¡Qué buen aliento tienes!", eso provocará un sentido de recompensa adicional, que incentivará las ganas de repetir el hábito.

**LA FUERZA DE LA MOTIVACIÓN Y SU DURACIÓN, EN BUENA MEDIDA DEPENDEN DE LOS INCENTIVOS QUE SE LE VAYAN DANDO A LA PERSONA EN EL CAMINO Y DEL IMPACTO PSICOLÓGICO QUE ESTOS GENEREN.**





# **LA MOTIVACIÓN COMO FUENTE DE IMAGINACIÓN Y CREATIVIDAD**

Sería difícil imaginar a grandes personajes creativos generando ideas mientras se encuentran desmotivados. Nos cuesta mucho pensar en Steve Jobs, Jeff Bezos, Bill Gates, Alba Edison, Disney, Ford, Brin, Zuckerberg, Spielberg, George Lucas, y tantos otros grandes creativos de la historia, cansados, sin energías, sin ánimos, sin motivación, y al mismo tiempo generando grandes ideas para revolucionar sus industrias. Por supuesto, la motivación es un gran motor de la creatividad, sin motivación difícilmente hay creatividad.

La creatividad, esa gran capacidad humana, es la que nos permite generar nuevas ideas, diferentes, auténticas, nunca antes imaginadas. La creatividad es el preámbulo por excelencia de la innovación, de la evolución y de la transformación humana.

**EN DONDE HAY MOTIVACIÓN HABRÁ CREATIVIDAD E IDEAS NUEVAS Y PODEROSAS. EN DONDE HAY DESMOTIVACIÓN ESTO NO SERÁ POSIBLE.**

Es increíble ver la gran creatividad de los prisioneros para sobrevivir, para hacer ejercicio, para entretenerse y hasta para escapar. Si no hubiera motivación (cuidar su propia vida, hacer los días más llevaderos) no serían tan creativos. Pero obviamente lo mismo sucede en las empresas, en las escuelas, en el deporte, en las ciencias, en cualquier territorio de la vida: habrá mayor creatividad si existe motivación, si se tienen las ganas de lograr un objetivo mayor.

**LA MOTIVACIÓN GENERA CREATIVIDAD, LA CREATIVIDAD GENERA INNOVACIÓN, LA INNOVACIÓN HACE QUE AUMENTE EL VALOR AGREGADO OTORGADO A LOS DEMÁS, EL VALOR AGREGADO POTENCIALIZA LAS VENTAS, Y LAS VENTAS HACEN POSIBLE EL CRECIMIENTO.**



La motivación es como un interruptor que activa nuestra mente, nuestra imaginación, nuestra memoria, nuestros procesos cognitivos y hasta nuestro tercer ojo, el espiritual, la inspiración divina, para fantasear, soñar despiertos y generar soluciones magníficas. Mozart y Beethoven buscando desarrollar las sinfonías más bellas jamás escritas, Dalí y Picasso queriendo revolucionar la pintura aprovechando técnicas totalmente innovadoras, Hubble y Sagan con su deseo ferviente por escudriñar los sinfines del espacio, Zuckerberg o los fundadores de Twitter (Glass, Dorsey, Williams y Stone) transformando la manera como nos comunicamos por la web. Todos ellos han tenido detrás el empuje y la fuerza de la motivación, impulsándolos hacia beneficios conscientes o inconscientes, pero ahí ha estado.

En diversos estudios, la neurociencia y la psicología han encontrado que la creatividad aumenta cuando existe motivación, cuando tú mismo defines tus propios objetivos y cuando no eres controlado por otros. (Amabile, 1983; Amabile, 1979; Koestner, Ryan, Bernieri y Holt, 1984; Amabile, Hennessey y Grossman, 1986).

Hoy se sabe, por diversos estudios, que la creatividad en los niños aumenta en gran medida cuando sienten que lo que están haciendo tiene un fin último u objetivo importante para ellos (la misma diversión suele serlo, de hecho). Recuerdo mucho cuando yo estaba en secundaria, nos daban clases de mecanografía, y yo estaba muy desmotivado para hacer las tareas porque decía: "Yo nunca voy a ser secretaria". En



aquella época mi padre y yo vimos un reportaje por televisión sobre las computadoras que comenzaban a salir y que serían el futuro de las empresas. Entonces mi papá me dijo: “Ándale hijo, para saber usar las computadoras tendrás que saber escribir bien en máquina de escribir, así que es hora de echarle ganas a la clase de mecanografía”. A partir de entonces fui el mejor en clase: ya había un fin que me motivaba fuertemente y además me gustaba escribir canciones o poesías como tareas de clase. Por supuesto, a mayor motivación mayor enfoque y creatividad.

En nuestras dinámicas en las escuelas en donde hicimos la investigación de *El Secreto de la Motivación*, descubrimos que la capacidad creativa y artística de los estudiantes aumentaba cuando los motivábamos a través de una exposición pública de sus trabajos, un concurso y unos premios sorpresa para los ganadores.

Lo mismo hemos visto entre los ejecutivos de las empresas. En mis 14 años como consultor para la innovación me ha quedado claro que cuando los directivos les piden a sus colaboradores que sean creativos, sin darles herramientas, dinámicas creativas o incentivos que los motiven, difícilmente se logran buenas ideas. Sin embargo, cuando los llevan a la playa o al campo, aplican actividades con legos u otras metodologías lúdicas, la creatividad se exponencializa. Sin duda, no son sólo las dinámicas, sino que en la playa y en la naturaleza el cerebro se despeja, se despreocupa y se oxigena.

**ASÍ QUE YA SABES: ¿QUIERES SER CREATIVO Y GENERAR GRANDES IDEAS INNOVADORAS? PUES BUSCA PRIMERO LA MOTIVACIÓN. SI QUIERES QUE TUS HIJOS SEAN CREATIVOS E INNOVADORES, Y QUE TE SORPRENDAN, MOTÍVALOS. O BIEN DESARROLLA EN ELLOS POCO A POCO LA CAPACIDAD DE AUTOMOTIVARSE INTERNAMENTE Y VERÁS LO CREATIVOS QUE RESULTAN.**

# LOS LÍDERES QUE MOTIVAN

La motivación se contagia y la desmotivación también. Los líderes saben que para motivar tienen que vivir motivados ellos mismos. Saben bien que si ellos aparecen desmotivados ante sus colaboradores, seguramente contagiarán esas emociones negativas. Cuando vemos a una persona muy motivada y feliz, nos acercamos a ella por varias razones: en un nivel inconsciente creemos que ha descubierto la fórmula secreta de la eterna felicidad y queremos descubrirla, porque energéticamente queremos absorberle algo, y también porque al verla motivada le creemos más y queremos avanzar con ella hacia el logro de las metas y ser parte de los triunfadores.

**LA MOTIVACIÓN ES ALTAMENTE CONTAGIOSA. TODOS QUEREMOS ESTAR CERCA DE PERSONAS MOTIVADAS YA QUE CREEMOS QUE CON ELAS DESCUBRIREMOS ALGUNA FÓRMULA SECRETA DE LA FELICIDAD Y PORQUE SABEMOS QUE SU FUERTE MOTIVACIÓN LAS ACERCA A SUS METAS Y NOSOTROS QUEREMOS SER PARTE DE LOS VICTORIOSOS. ¡QUEREMOS SER PARTE DE LA CELEBRACIÓN!**



Las empresas saben que necesitan Presidentes, Directores o CEOs que cumplan con una serie de condiciones, entre ellas ser buenos administradores, ser innovadores y obviamente ser motivadores. Mover a miles de personas hacia objetivos comunes no es cosa fácil, más en tiempos de recesión, gran competencia, o complicaciones técnicas. Los Presidentes de las naciones democráticas tienen que ser grandes motivadores, de lo contrario no ganan las elecciones. Si por algo ganó Barack Obama fue porque en medio de una profunda recesión económica supo motivar a los electores a percibir el sueño de una gran nación en crecimiento, unida y con esperanzas. Kennedy y Lincoln tenían grandes habilidades para la oratoria y la convirtieron en una de sus armas más contundentes. Sin duda alguna los generales en tiempos de guerra tienen que ser grandes motivadores, de lo contrario no podrán mover a un ejército entero a pelear contra los enemigos, arriesgando su vida. Se dice que Genghis Khan, Napoleón, Patton y muchos otros fueron grandes motivadores. No se podrían explicar sus grandes triunfos de otra forma. Y si las palabras son una poderosa herramienta para motivar a otros, para atraerlos a fin de que logren con nosotros los objetivos, el ejemplo es aún más poderoso. El ejemplo arrastra. No puedes motivar si no estás motivado, no puedes promover la ética si no eres ético. No puedes pedirle a tus hijos que se alimenten saludablemente si tú no lo haces frente a ellos.

**EL EJEMPLO ES UN GRAN MOTIVADOR. EL EJEMPLO LE PERMITE AL CEREBRO DE LOS DEMÁS DESCUBRIR QUE SÍ ES POSIBLE PROPONERSE GRANDES OBJETIVOS Y LOGRARLOS.**

Una razón científica de por qué el ejemplo de otros es un gran motivador, es porque cuando tu cerebro ve que alguien más está haciendo algo, tu cerebro se pone a imitar las acciones del otro y puede experimentar placer por el simple hecho de imitar sus acciones en la imaginación. Es decir, el hecho de que tú veas que otros están obteniendo una gran satisfacción es suficiente para que tú recibas una descarga de dopamina en tu cerebro. Esto lo descubrieron científicos italianos que

estaban estudiando monos, después aplicaron algunas pruebas con humanos y comprendieron que sucedía lo mismo en nosotros. Entonces decidieron crear un término para referirse a las neuronas encargadas de “espejar” las acciones de otros: neuronas espejo. Estas son las neuronas que nos llevan a repetir un bostezo cuando alguien más bosteza, así como a aprender el lenguaje imitando a nuestros padres.

Este descubrimiento, que ha permitido avanzar mucho la neurobiología del aprendizaje y el desarrollo humano, también ha permitido crear estrategias para motivar a otros a cambiar hábitos y conductas, aprender cierta información o tomar decisiones a favor o en contra de algo. Las empresas refresqueras y de alimentos tienen muy claro que cuando ponen en sus comerciales a otras personas disfrutando sus productos, en el cerebro de las audiencias, gracias a las neuronas espejo, hay una imitación de la acción y se produce la segregación de dopamina, de tal manera que el cerebro impulse a la persona a repetir la acción observada en la pantalla.

**HAY ACCIONES DE OTRAS PERSONAS QUE SON IMITADAS EN EL CEREBRO DE LAS AUDIENCIAS, Y SE GRABAN COMO ACCIONES PLACENTERAS QUE EN EL FUTURO QUERRÁN REPETIR DE MANERA VIVA. LAS ACCIONES QUE IMPLICAN MOTIVACIÓN, TRIUNFO, SUPERARSE, HACER LO QUE ANTES NO SE CREÍA QUE SE PODÍA, SON ALTAMENTE DESEADAS POR EL CEREBRO PARA LUEGO QUERER REPETIRLAS.**

Por ello son tan exitosas las películas que contienen historias de personas logrando cosas que antes no creían posible, superándose, sufriendo para conseguir un objetivo pero lográndolo. Recuerdo bien las películas de Rocky, películas que te invitaban a repetir los movimientos y acciones del boxeador, representado por Sylvester Stallone. Películas que te motivan a luchar, a triunfar, siguiendo el ejemplo. Otra película que recuerdo muy bien fue la de Rudy, un joven de baja estatura que luchó por muchos años para llegar a jugar al menos un partido con los Irish de Notre Dame.

Por ello, una de las mejores formas de motivar a nuestros hijos, estudiantes o colaboradores, es que a nosotros mismos nos vean motivados, optimistas, llenos de fe y confianza, con autoestima, ya que al observar nuestra satisfacción, su cerebro querrá repetirlo y luego buscar esas acciones en vivo.

### ***Los líderes y la visión de futuro como estrategia para motivar:***

Los líderes y motivadores tienen una gran capacidad para traer el futuro al presente, junto con todos sus beneficios, y presentárselos a sus audiencias con una gran convicción y certeza. Martin Luther King generaba, con sus discursos, certidumbre y confianza sobre el futuro. Él hablaba sobre los “sueños” que tenía para el mañana, sobre su visión de una realidad más positiva para todos, sobre lo que los seres humanos podían lograr. Y convencía rotundamente a quienes lo escuchaban. Él motivaba a partir de la esperanza de una mejor realidad, y motivaba para actuar y ser parte del cambio. Gandhi fue capaz de presentarle a su pueblo y al mundo entero, los beneficios que el futuro les podría traer si se resistían pacíficamente ante los gobernantes. Él mismo fue el gran ejemplo a seguir. Kennedy, un gran orador, aprovechaba siempre la visión de un gran futuro para convencer al pueblo americano que lo siguiera y lo apoyara en sus planes. Así fue como presentó la idea de: “Ir a la luna y regresar al hombre con seguridad a la Tierra”.

**HAY UN PODEROSO EFECTO MOTIVADOR EN LAS PERSONAS CUANDO SABEN QUE SI HACEN ALGO ESPECÍFICO LES ESPERA UN GRAN FUTURO. AUNQUE LOS BENEFICIOS SIEMPRE ESTÁN EN UN MOMENTO DETERMINADO DEL FUTURO, LA CLAVE ES SABER CONSTRUIR TODO UN ESCENARIO DEL FUTURO, EN DONDE LOS BENEFICIOS PARA TI Y PARA LOS DEMÁS ESTÉN INTEGRADOS A UNA HISTORIA EMOCIONANTE. ESTO ES ALTAMENTE MOTIVADOR Y ESTIMULANTE PARA LA ACCIÓN.**

Algo fundamental a la hora de presentar el escenario del futuro como un elemento para la motivación, es percibir claramente el beneficio que está en el futuro para mí en lo particular, para que el mensaje me sea directo y claro. Por ello, en nuestra investigación en varios centros de trabajo, pudimos entender la relación directa que existe entre la motivación de un colaborador y la claridad de la visión del futuro de su empresa. Los colaboradores más motivados eran los que más clara tenían la visión del futuro de su empresa y sobre todo la ruta de desarrollo para ellos en este futuro. Saber que en el futuro ocurrirán cosas buenas para la empresa en la que participo y para mí como parte de ella, es una gran fuente de motivación, productividad y confianza.

Einstein decía que la imaginación era muy poderosa, que era la vista previa de lo que estaba por venir. Y sin duda en la imaginación podemos comenzar a crear la realidad y después materializarla. El futuro puede comenzar a existir desde el presente de nuestra imaginación. Este es el principio del tablero de visión (*vision board*) que recomiendan algunos coaches, el cual se construye utilizando imágenes (de revistas o periódicos) que representan lo que quieres lograr. El tablero de visión debe contener lo que quieres lograr en el territorio profesional y en el personal, lo cuelgas en tu casa en donde lo puedas ver todo el tiempo para lograr introducirlo a tu mente y a tu vida y persistes en decretarlo y hacerlo realidad. Esta podría ser una gran herramienta para usar con nuestros hijos, estudiantes y colaboradores. El hecho de que puedan construir, diseñar, soñar lo que imaginan para su realidad, y después tenerla como herramienta para invocar y decretar realidades que han de vivir, es un medio altamente realizador.

**UNA GRAN HERRAMIENTA PARA MOTIVARNOS Y MOTIVAR A OTROS ES DISEÑAR EN IMÁGENES LA REALIDAD FUTURA QUE DESEAMOS, O INCLUSO FORJARLA EN NUESTRA IMAGINACIÓN Y RECORDARLA O REPASARLA TODOS LOS DÍAS, PARA IR CREANDO POCO A POCO ESA REALIDAD EN NUESTRAS VIDAS. SABER QUÉ QUIERO PARA EL FUTURO SIN DUDA MOTIVA MÁS QUE NO SABERLO. SABER QUE VOY LOGRANDO ALGO DE LO QUE SUEÑO PARA MI FUTURO, ES UN GRAN MOTIVADOR PARA SEGUIR ESFORZÁNDOME EN EL PRESENTE.**

Otra de las condiciones para que un líder motive es que los hombres y mujeres entre la audiencia lo perciban como alguien que es como ellos, que algún día estuvo en su situación, pero que por su esfuerzo, talento y virtudes logró llegar a una posición superior. Si un colaborador ve que alguien le presenta un futuro dorado, pero cree que él o ella nunca lo podrán alcanzar, entonces no habrá tanta motivación. Para sentirte motivado tienes que creer que el logro, aunque difícil, es posible, que no sólo los “elegidos” serán capaces de alcanzarlo. Esta es una gran diferencia entre los máximos líderes políticos en una democracia y en una monarquía. Mientras que en la democracia los líderes sí pueden surgir del pueblo, en la monarquía normalmente no, así que las audiencias ven en los líderes democráticos a seres aspiracionales e inspiracionales, mientras que en los monárquicos tan sólo, si acaso, inspiracionales.

Por lo que hemos visto en la historia, los líderes surgidos del pueblo son los que más llegan a motivar, puesto que surgen de una posición similar al resto de las personas, mientras que los que siempre estuvieron encumbrados o en cunas de oro no apelan de la misma manera emocional a las audiencias. Aunque, siempre habrá excepciones, como en el caso de Kennedy, quien a pesar de haber sido siempre adinerado, logró apelar a grandes masas de la población.

**PARA QUE ALGUIEN MOTIVE TIENE QUE LOGRAR TRANSMITIRTE LA IDEA DE QUE EN ALGÚN MOMENTO FUE COMO TÚ, O QUE ESTUVO EN UNA POSICIÓN SIMILAR, DE TAL MANERA QUE LOGRES CONECTARTE CON ÉL, ABRIRTE A ESCUCHARLO, SEGUIRLO Y TENER FE EN SUS PALABRAS.**

Esto es muy frecuente en temas de dolores emocionales, por ejemplo. Cuando tienes a un hijo enfermo, alguien muy cercano acaba de morir, acabas de perder todo lo que tenías materialmente o estás viviendo una separación de tu pareja, y alguien se acerca a quererte consolar (otra forma de motivar) seguramente escucharás a quien ya vivió lo que estás viviendo y emergió de ese dolor. Si esa persona no lo ha vivido, seguramente pensarás o le dirás: “Tú no tienes ni la menor idea de lo



que estoy viviendo". Incluso alguien que no ha vivido por aquello por lo que estás pasando, podrá optar por una posición distante, no querer hacerse el maestro o motivador en ese momento, pues anticipa que no tendrá la atención de tu parte ni la capacidad de empatizar contigo.

***Aspirar a ser como alguien, este es también un gran motivador:***

Desde niños aprendemos por imitación; al principio nuestros papás y hermanos son la principal referencia. Más adelante son los maestros y nuestros amigos. Luego imitamos a personajes de la televisión, familia extendida y otras personas que vemos en el día a día. Poco a poco vamos eligiendo, consciente o inconscientemente, de quién queremos aprender más: acciones, formas de vestir, lenguaje, etc. Las niñas ven y quieren repetir lo que dicen y hacen las princesas de Disney, y la forma como se visten, o a personajes mujeres de otras películas. Los niños se sienten motivados a parecerse más a los superhéroes y personajes de ciencia ficción en su lucha por defender a la tierra.

**HOMBRES Y MUJERES NOS SENTIMOS MOTIVADOS DESDE NIÑOS A REPETIR LO QUE HACEN NUESTROS PERSONAJES FAVORITOS. ASPIRAMOS A SER COMO ELLOS. NOS MOTIVA SENTIR LO QUE ELLOS SIENTEN, SER ADMIRADOS COMO ELLOS LO SON, SABER QUE SOMOS CAPACES DE LOGRAR LO QUE ELLOS LOGRAN.**

Por muchos años este es un proceso poco consciente de observación-imitación-sensaciones positivas, el cual poco a poco se va haciendo consciente en muchos, aunque tal vez en otros jamás termina de ser consciente. Ya de grandes seguimos ASPIRANDO a ser como ciertos empresarios, líderes o políticos; incluso llegar a ser como nuestros padres o abuelos.

En las universidades se enseña por descripción y por análisis de casos de éxito, en los que participan personas conocidas, a las que eventualmente queremos imitar. La idea es que estos casos se graben en la

memoria para que nos sirvan de referencia para actuar en el futuro si se nos presenta el caso. Muchos niños, adolescentes, y también adultos, aspiran a ser como ciertos artistas o deportistas. Sin embargo, es importante ser conscientes de a quienes queremos parecernos, puesto que lo que vemos en la televisión o en los medios es sólo una parte muy pequeña de la vida de estas personas, pues sin que lo sepa el público puede haber un caos tremendo en su vida personal.

Aspirar a ser como otros en ciertos aspectos no es malo. Lo malo es cuando quieres ser como otros en todo sentido y desaparece tu individualidad. También lo malo está en las ocasiones en que rechazas tu propia personalidad o identidad por replicar las de otros. Cada persona es única y extraordinaria, y si bien otras nos sirven como referencias externas, deben ser sólo eso, referencias, y no modelos a replicar en su totalidad.

En un curso que impartí a unos ejecutivos les pedí que hicieran una lista, con toda honestidad, de quiénes habían sido sus principales referentes en los últimos años, consciente e inconscientemente, y al final analizamos los resultados. Muchos de ellos se sintieron realmente sorprendidos al ver que se habían comparado con ciertas personas, algunas de las cuales tenían “bajos estándares” o eran incluso malas referencias.

Lo que sucede es que nuestra mente inconsciente nos juega trucos y nos llama a parecernos a ciertos personajes por impulso primitivo, creyendo que ellos son felices o exitosos, cuando no son felices y cuando aunque tengan cierto éxito profesional, no lo tienen en su vida personal.

**ASPIRAR NOS DEBE LLAMAR A APRENDER, PERO NO A IMITAR  
INCONSCIENTEMENTE NI A REPLICAR LAS VIDAS DE OTROS.  
ASPIRAR ES UNA FORMA DE OBSERVAR CON ATENCIÓN, PERO  
NO DE SUSTITUIR NUESTRA IDENTIDAD POR LA DE OTROS.**

En su contraparte, como siempre la hay, existe una contraaspiración, cuando lo que observas te motiva a distanciarte o alejarte de esos comportamientos. Los casos de fracaso, de sufrimiento, de caos, de adicciones y de fobias, también son buena referencia para aprender el contraejemplo, el qué no hacer.

A thin vertical black line runs down the left side of the page, starting from the top of the title area and extending almost to the bottom.

# **RITUALES PARA PROVOCAR MOTIVACIÓN**

El equipo nacional de Rugby de Nueva Zelanda, a quienes se les llama los "All Blacks", acostumbra practicar un ritual altamente motivacional al principio de cada partido, al cual también se le llama "el baile maorí". Este ritual, que se lleva a cabo a través de una serie de movimientos corporales y gritos rítmicos, tiene el objetivo de motivar a todos los miembros del equipo, unirlos como grupo y hasta infundir algo de temor en el equipo rival. Sus oponentes, al ver altamente unido y motivado al equipo de Nueva Zelanda, tienden a pensar que será un equipo difícil de derrotar.

En Wal Mart tienen su propio ritual de motivación al abrir las tiendas o cambiar de turnos: se reúnen los Asociados (como se les llama a sus colaboradores), recuerdan algunos de los objetivos, compromisos y responsabilidades, y al final todos entonan un himno o canción: "dame una w, dame una a, dame una l, dame una m, dame una a, dame una r, dame una t, qué dice, Wal Mart, tres veces, Wal Mart, Wal Mart, Wal Mart". Y lo hacen mientras todos aplauden y repiten lo que su líder les va diciendo. Cierran cantando que ellos son los mejores, que nadie los iguala y que esa tienda en particular es la mejor de todas. Un ritual que les permite vincularse con la marca en general pero con la tienda en particular y motivarse a trabajar en equipo aunque también en lo individual.

**EQUIPOS, EMPRESAS, FAMILIAS, GRUPOS RELIGIOSOS, MIEMBROS DE UN CLUB, APLICAN CIERTOS RITUALES ESPECÍFICOS QUE TIENEN EL PODER DE DETONAR SU MOTIVACIÓN PARA EL LOGRO DE CIERTOS OBJETIVOS, ENTRE ELLOS LA UNIÓN, LA FUERZA GRUPAL, LA MEMORIZACIÓN DE CIERTOS MENSAJES Y LA DISPOSICIÓN A LLEVAR A CABO CIERTAS ACTIVIDADES EN PRO DEL GRUPO.**

El himno nacional que se canta al principio de cada partido en un Mundial de Fútbol tiene el objetivo de detonar una motivación en los jugadores y en los aficionados a partir del sentido de nacionalismo, de jugar por la bandera y luchar por sus conciudadanos.

El ser humano tiene el privilegio que los animales y las plantas no tienen de provocar su propia motivación, de automotivarse, echar mano de su gasolinera interna para tener la suficiente fuerza y enfoque y lograr sus objetivos. Sin embargo, el ser humano tiene que recurrir a ciertos recursos que le permitan lograr esta automotivación: algunos tienen mantras o frases poderosas, que les permiten recibir internamente un shot de energía adicional, mientras otros tienen rituales que han repetido por mucho tiempo y que les han funcionado.

Los rituales tienen la ventaja de contribuir a la generación de memorias de largo plazo. El ritual, que puede integrar también música, movimientos físicos, olores, actividades secuenciales grupales y otros simbolismos, se construye como una historia en la mente de las audiencias, lo que permite que el conocimiento sea más fácilmente recordado, así como la información vertida durante el ritual mismo.

En el mundo del consumo la estrategia de creación de rituales es altamente usada, ya que las empresas saben que cuando se consume un producto de una forma ritualizada, su consumo es mayor, ya que habrá mayor motivación y memoria emocional del momento. Un gran caso son las galletas Oreo, las cuales han posicionado una serie de pasos, que involucran sentidos, para comerlas: girarlas, chupar la crema interna, juntarlas, hundirlas en el vaso de leche, comértelas, tomarte la leche. Durante las mañanas, alrededor del consumo de café, hay todo un ritual que has repetido por muchos años, y tal vez es más poderoso en ti el ritual en tu mente, que el mismo café. Tal vez tu cerebro disfruta más el olor del café preparándose en la cafetera, o el proceso de servirlo y echarle leche, que los mismos sorbos del café.

Por ello, la recomendación es ritualizar aprendizajes importantes para los niños, los estudiantes, los colaboradores en una empresa, ya que ello provoca más motivación, emociones y memorias. Imagínate enseñarle a tus alumnos las distintas características de los países, y su ubicación geográfica, a partir de la música de cada país, los aromas, colores y sabores de su comida, sin duda sería mucho más motivante, emocionante y memorable. Mucho de esto lo ofrece la experiencia de Epcot, en Disney.

**LOS RITUALES TE PERMITEN INCORPORAR NUEVOS Y MEJORES BENEFICIOS AL PROCESO DE HACER ALGO HASTA SU CULMINACIÓN. Y TAL VEZ ESTOS BENEFICIOS SON MÁS PODEROSOS QUE LA MISMA ACCIÓN ORIGINAL. CON EL PODER DEL RITUAL, BIEN CONCEBIDO Y APLICADO, LA MOTIVACIÓN PUEDE AUMENTAR CONSIDERABLEMENTE.**

Recuerdo que mi hija, a los tres años aproximadamente, comenzó a resistirse para vestirse en las mañanas. No quería que le quitáramos la pijama y ponerle la ropita que habría de usar ese día. A mí se me ocurrió un ritual previo para motivarla. Lo que hice fue escogerle, desde la noche anterior, dos o tres pantalones que podía usar, dos o tres playeras, dos o tres calcetines y dos o tres moños. La sentaba frente a estas prendas y le iba presentando las opciones que podía escoger. A ella le divertía mucho este proceso. Al final teníamos todo el set de ropa que habría de usar, completamente listo y ella, feliz de la vida, permitía que la vistiera. De esa manera le agregamos algo adicional al proceso, lo ritualizamos y la motivamos a hacer algo importante. Ella, incluso en la noche previa, a veces nos preguntaba: "¿Y mañana voy a escoger lo que me voy a poner?". "Claro", le respondíamos, "como las niñas grandes".

### ***La música, una gran herramienta para la motivación***

En un ritual la música puede resultar fundamental ya que provoca pensamientos y sentimientos, generando endorfinas y dopaminas. La música tiene el poder de sincronizarte, inconscientemente, con otros momentos, lugares, personas o estados de ánimo. Tal vez te ha ocurrido que ya andas cansado o cansada, pero llegas a un restaurante, comienza una música en particular, y todo tu estado de ánimo cambia, te comienzas a mover y hasta te provoca quedarte más tiempo allí.

Usar la música en procesos de aprendizaje y motivación es fundamental, pero muy pocas personas lo hacen; seguramente una clase de inglés con el maestro tocando una guitarra será mucho más emocional

y motivante. Mucho de esto pudimos observarlo en nuestros estudios de *El Gran Maestro* y en este de *El Secreto de la Motivación*. Durante el primero llevamos a cabo sesiones de exploración del inconsciente, en donde llevamos a 150 personas adultas a recordar situaciones de cuando fueron niños, adolescentes o jóvenes, en que consideraron a sus maestros como grandes maestros. Una parte significativa de este grupo recordó clases o momentos en que los aprendizajes se acompañaron de música: la información les resultó más memorable y su receptividad a la influencia del maestro fue mayor. El segundo estudio nos permitió descubrir que cuando se expone a los estudiantes a 15 minutos de una película inspiracional (con música incluida), previo a un examen, no sólo se sienten más motivados y enfocados sino que sus resultados son mejores. En algunas organizaciones, con la finalidad de tener más motivados y activos a los colaboradores, les permiten escoger la música a tocar durante el día en las bocinas instaladas. En muchas tiendas departamentales y de autoservicio se han llevado a cabo estudios de neuromarketing para definir el tipo de música a usar para que las personas estén más tiempo dentro de las instalaciones, se relajen y compren más.

Don Campbell, autor de *The Mozart Effect* dice que hay un tipo de música que activa tanto el lado derecho (creativo) del cerebro como el izquierdo (lógico), y que nos permite encontrar soluciones más creativas a nuestras tareas y problemas. Dee Coulter, en *The Brain's Timetable for Development Musical Skills*, recomienda el jazz en particular para el desarrollo de habilidades de pensamiento creativo. Dice que la música de Miles Davis, John Coltrane y John Cage pueden llevar al oyente a un estado de conciencia theta, en donde el cerebro está altamente motivado y creativo. El estado theta es considerado como asociado al pensamiento artístico y de interiorización espiritual.

**LA MÚSICA TIENE EL PODER DE ESTIMULAR Y MOTIVAR A TU CUERPO Y A TU CEREBRO. USAR LA MÚSICA PARA MOTIVAR A NUESTROS HIJOS, ESTUDIANTES Y COLABORADORES ES UNA ESTRATEGIA ALTAMENTE EFICAZ, AUNQUE POCOS LA USAN.**



Muchos incluso tararean cierta tonadita o música para autoestimularse o bien para autorelajarse. La música así empleada puede tener un efecto similar al de los mantras o frases de poder que acuñas o copias para llevarte a un estado mental deseado. Por ello muchos deportistas escuchan música al correr, esquiar, patinar o entrenar el deporte que practiquen, pues los enfoca y los motiva.

Michael Phelps, el mayor medallista olímpico de todos los tiempos, acostumbraba salir de los vestidores, rumbo a la plataforma de salida, con los audífonos puestos. Un compañero reveló un día que la canción que escuchaba era una de Young Jeezy, un rapero estadounidense, que se llamaba *Thug Motivation*, la cual inicia con estas frases: *Ay, ay, you gotta believe, you gotta believe, Ay, ay, you gotta believe, you gotta believe. let's get it. (Ay, ay, tienes qué creerlo, tienes qué creerlo. Vamos por el triunfo).*





# **MOMENTOS Y LUGARES QUE TE MOTIVAN MÁS**

Seguramente te sentirás más motivado en algunos lugares y menos en otros. Tal vez eres más eficiente trabajando en un espacio particular de la oficina, de tu casa o en algún parque. O tal vez te motiva más trabajar en un Starbucks que en cualquiera de los otros espacios. Así, es nuestros sentidos captan cierta información que es procesada en nuestra mente, sobre todo inconsciente, de tal manera que nos provoca estar más atentos, más emocionados, más activos, más emocionados en algunos lugares en comparación con otros.



¿Crees que estarás más motivado en donde los otros te respetan y admiran, o en donde los otros te juzgan todo el tiempo? Obviamente en el primero estarás más feliz y motivado que en el segundo. Seguramente un niño estará más motivado en un salón de clases en donde lo valoran que en otro en donde todo el tiempo le están buscando lo negativo. El ser humano estará más motivado en espacios ordenados y limpios, que en lugares caóticos y malolientes. De estos últimos que-rrás salir disparado. Y como lo veíamos anteriormente, un niño, adolescente o adulto, estará más motivado en un lugar en donde le permiten definir sus objetivos que en donde se los imponen.

**EL SER HUMANO ABSORBE DE SU ENTORNO Y EN OCASIONES CASI QUE SE MIMETIZA CON EL LUGAR O FRECUENCIA QUE LO RODEA. CADA CUAL QUIERE SENTIR Y VIVIR UN ENTORNO QUE LE AGREGUE VALOR, QUE LO RELAJE, LO RENUERVE, LO ACTIVE, LO MOTIVE, LO INSPIRE Y LE AYUDE A CONSEGUIR SUS OBJETIVOS DE LA MEJOR MANERA. DEPENDE DE TI ELEGIR LOS ENTORNOS QUE MÁS TE INSPIREN Y MOTIVEN.**

Los vestidores, o locker rooms en los estadios colegiales y profesionales son un centro de exhibición de la historia de los logros del equipo. Puedes ver colgados jerseys, uniformes, frases, fotos, trofeos que buscan motivar a los jugadores actuales a lograr metas similares a las que otros ya lograron, o incluso a superarlas. La referencia de pioneros del pasado y el compromiso hacia ellos es una estrategia que muchos utilizan para motivar a los que cargan con el peso del presente. Lo mismo hacen muchas familias con los logros del abuelo o del papá, incluso de los hermanos mayores, colocando fotos en la sala de la casa o en las paredes de las oficinas ejecutivas de la empresa. Continuar con el linaje, honrar el apellido, ser digno de recibir la batuta generacional, es un aliciente muy fuerte para redoblar esfuerzos. Este compromiso a veces va acompañado de un miedo que provoca adrenalina y la necesidad de ponerte las pilas, pero también la confianza de saber que por tus venas corren las habilidades necesarias para lograr lo mismo o más.

**SABER QUE ERES EL PRESENTE EN EL QUE SE CONJUGA TODO UN PASADO Y QUE ERES EL PRESENTE EN DONDE SE FORJA EL INICIO DE UN GRAN FUTURO, ES UN FUERTE MOTIVADOR.**

Pocos diseñan los entornos para motivar a las personas, estudiantes o colaboradores. Normalmente se piensa en diseñar los espacios para la funcionalidad o correcta operación de las cosas. Sin embargo es fundamental pensar en cómo diseñar un salón de clases, unas oficinas y hasta una mesa de comedor en la casa para que todos estén motivados y den lo mejor de sí. A los niños, por ejemplo, los motivan mucho los colores, la música, la actividad física y un maestro o maestra entusiasta. En las empresas a los colaboradores los motivan espacios iluminados, por los que fluya el aire, en los que sientan libertad de moverse de lugar cuando gusten, aquellos con flexibilidad de horarios, con instalaciones inspiradoras que los hagan sentir que trabajan en un espacio dinámico y en constante progreso. Una buena mesa de comedor es aquella que invita a sentarte, que está limpia, ordenada, con el espacio suficiente para colocar todo lo necesario para la comida, que permite acoger con

amor los alimentos y los esfuerzos de papá y mamá, en donde la familia pueda estar cerca y puedan platicar de manera incluyente y democrática. En las escuelas es importante también pensar en que las salas para profesores y las oficinas directivas sean espacios que motiven a los maestros para que vayan a trabajar contentos y después trasmitan su motivación en las aulas de clase.

En nuestras investigaciones también descubrimos que cuando las cafeterías de escuelas o centros de trabajo están limpias, ordenadas, en donde sirven buenos alimentos a precios justos, estas logran ser un instrumento de motivación para las diferentes audiencias.

Existen muchas temporadas a lo largo del año que motivan a las personas a decorar los espacios en donde viven, conviven y trabajan. Por ejemplo, la Navidad hace que hasta las calles sean decoradas, y los motivos y colores con que se decoran calles, escuelas, oficinas y casas, transmiten significados de alegría, sorpresas, regalos, esperanza, unión y amor, lo que detona una gran motivación.

Incluso a muchos la Navidad los motiva a redoblar sus esfuerzos para generar ingresos y así poder ofrecer a sus seres queridos regalos, vacaciones, bienestar, integración a las celebraciones que están por llegar, lucirse con su gente, mostrar abundancia, pensar y hacer sentir que "Diosito también llegó a mi casa".

**HAY TEMPORADAS Y DECORACIONES QUE DETONAN LA BÚSQUEDA, CONSCIENTE O INCONSCIENTE, DE BENEFICIOS ADICIONALES, LO QUE CONLLEVA UNA GRAN MOTIVACIÓN PARA MUCHAS PERSONAS.**

Es increíble ver como miles de personas se prenden, se activan poderosamente, dejan atrás sus problemas, sonríen extasiadas cuando asisten a un concierto de sus cantantes favoritos o cuando van al estadio a ver jugar a su equipo predilecto. ¡Eso es motivación! ¿Pero por qué esa motivación es tan efímera? Simplemente porque surge de algo ex-

terno a ellos, no de algo interno. Y sin embargo, ese momento y lugar particular generan una alta motivación, ya que están cumpliendo algo por lo que habían generado una alta expectativa, una ilusión grande. Además es un momento que viven en colectividad, con un grupo, con su familia, su pareja o amigos de toda la vida. El concierto o el juego hiperactiva el sistema hormonal de cada participante, se segregan dopaminas, endorfinas, serotonina y adrenalina, las cuales hacen sentir un estado de rush en el que sientes que todo es posible, que has logrado algo enorme. Por ello muchos, al terminar el partido, si no ganó su equipo favorito, tienen la necesidad de descargar el rush acumulado en pleitos, gritos y llanto.

¿Te ha pasado que en la casa de alguien te sientes muy feliz, muy motivado, con ganas de platicar e interactuar, incluso de cantar y bailar, mientras que en la casa de otras personas te sientes débil, cansado, desmotivado y buscas rápido la oportunidad para salir corriendo de allí? Sin duda hay espacios que te motivan y otros que te desmotivan; pueden ser las emociones de los anfitriones o tus propios recuerdos con esas personas que detonan inconscientemente emociones negativas en ti, o bien el tema que sabes del que se va a hablar, la naturaleza presente en el lugar, los ruidos y sonidos, los olores, la decoración, o simplemente “las vibras” presentes en el lugar.

**EL ENTORNO PUEDE SER SÓLO UN REFLEJO DE LO QUE HAY EN NUESTRO INTERIOR, O BIEN UN LUGAR QUE NOS DEFINE Y NOS CONTAGIA SU ENERGÍA.**

Mientras para gurús, yoguis o chamanes, el entorno es simplemente un reflejo de tu propio estado emocional y espiritual, que lo proyectas hacia tu exterior, para el resto de los mortales el entorno genera un gran impacto en nuestras emociones, percepciones y motivación. Nosotros sí creemos que tú eres capaz de crear tu realidad, que lo que vive dentro de ti lo puedes proyectar hacia afuera, que si tú te consideras puro amor y paz así percibirás el exterior. Sin embargo, aplicar esto para niños, adolescentes o bien para muchos adultos es difícil, por lo cual empezar por entrenarlos bajo ciertas técnicas también es muy recomendable.

Incluso para muchos, siendo conscientes o inconscientes, alguna hora en particular del día tiene un efecto motivador o desmotivador. Tal vez la posición del sol, la salida de la luna, o la hora en particular les despierta recuerdos que les provocan ánimo o desánimo. ¿Sabes cuál es la hora de mayor motivación en tu día? A veces algunos me responden: "Claro, de 6 a 8 am". Entonces les digo: "Bien, super que lo sabes y eres consciente de ello". Y después les lanzo la siguiente pregunta: "¿Y qué es lo que haces normalmente a esa hora?". Muchos me responden: "sigo dormido". La clave es alinear las horas y momentos en que más motivado estás con las tareas que sabes que requieren mayor motivación.

**SABER QUÉ MOMENTOS Y QUÉ LUGARES TE PRODUCEN LA MAYOR MOTIVACIÓN ES ALGO ESTRATÉGICO PARA TU VIDA, YA QUE TE INVITA A APROVECHARLOS AL MÁXIMO, SACARLES JUGO, HACER EN ESOS PERIODOS Y ESPACIOS LO QUE TE RESULTE MÁS PRODUCTIVO, FÍSICA, MENTAL, EMOCIONAL Y ESPIRITUALMENTE.**

El frío y el calor tienen un efecto motivador o desmotivador en muchos, lo mismo sucede con la lluvia, la playa, el bosque, el desierto. Los entornos impactan en nuestra forma de sentirnos y sentir nuestra realidad. Si el bosque te provoca una gran motivación y no tienes mucho tiempo para ir allí, pues algo tienes que hacer con tu vida o profesión, o vas más al bosque o traes el bosque a tu espacio de trabajo y vida. Eso le dije a un ejecutivo, y poco tiempo después supe que había mandado colocar un tapial o sticker gigante de un bosque precioso en toda la pared de su oficina.



Lo mismo sucede con espacios de trabajo o escuelas, hay algunas que no tienen vida, que son aburridas, en donde todo es automático y las personas se vuelven autómatas, en donde no hay emociones positivas circulando ni buenas vibras que se respiren, donde todo es cumplir responsabilidades y obligaciones, donde se viven colectividades y no individualidades. En cambio hay entornos en donde te tratan como individuo, respetan tu libre albedrío, te invitan a definir tus propios objetivos, te reconocen, en donde puedes hablar libremente, en donde se respeta la naturaleza y se protege el medio ambiente, en donde las personas se preocupan por los clientes y los vean como seres humanos y no sólo como consumidores trogloditas, en donde se busca el beneficio democrático y no sólo el de los jefes o dueños. Tales entornos llaman con fuerza a la motivación.

Las personas que saben qué las motiva buscan rodearse de esos motivadores. Quienes saben que un aroma, un amuleto (colgado en el cuello o guardado en la cartera), una imagen o un pensamiento son positivos y traen efectos poderosos para su motivación, pues los mantienen ahí para ayudarse.

**¡TÚ TIENES EL PODER PARA FOMENTAR LA MOTIVACIÓN EN TI! ¡NO ESPERES QUE NADIE MÁS LO HAGA POR TI! RECUERDA QUE TIENES MUCHÍSIMOS RECURSOS PARA MANTENER UNA FUERTE MOTIVACIÓN, LA CUAL ES CLAVE PARA TU ÉXITO.**

Hay personas con mucha suerte, a quienes la vida las pone automáticamente en un hogar, una escuela, un trabajo o una ciudad que, por sus características particulares, las motivan fuertemente. Mientras que otros tienen que buscar y luchar para situarse en estos espacios, lo que los obliga a luchar sin descanso hasta estar en espacios y momentos que los motiven poderosamente para lo que sigue. Aunque es importante mencionar que hay ocasiones en que la vida le pone los entornos ideales a una persona y esta, desafortunadamente, no sabe apreciarlos, agradecerlos y aprovecharlos, mientras que para otros, el hecho de no estar en entornos ideales los motiva para generarlos o conquistarlos, y sacan ventajas incluso de las situaciones más complejas.



Al final, si internamente no estás listo y conectado contigo mismo, o si no te ha llegado el momento, no importa lo que te rodee, no sentirás la motivación necesaria para definir y lograr grandes objetivos. La llave de la motivación está en ti, mucho más que en lo que te rodea, aunque por supuesto que el momento y el lugar también contribuyen a ella.

La siguiente es una síntesis de las características de un entorno ideal que permiten a cualquier persona vivir motivada y acelerar su proceso hacia el éxito. Las pudimos identificar como un común denominador en las descripciones de todos los participantes en el estudio de *El Gen Exitoso*, tanto de los ya exitosos como de aquellos que están en busca de serlo.

#### EN ENTORNOS ALTAMENTE MOTIVADORES...

- Tú defines y cumples tus intenciones y objetivos. Es allí donde, teniendo un marco de referencia de los objetivos del espacio/organización y algunas reglas básicas de convivencia, cada persona o estudiante puede definir qué quiere lograr, de qué manera sus objetivos individuales contribuyen a los objetivos de la comunidad o del salón de clases y en donde se le permite trabajar para cumplirlos.
- Te reconocen, eres relevante, te toman en cuenta, escuchan tu opinión y la analizan, puedes participar en definiciones del futuro y en la planeación de las acciones, y tus logros son celebrados y enaltecidos.
- Te dan la oportunidad de encontrar y poner en práctica las habilidades que te hacen único. Todos tenemos capacidades o habilidades que nos hacen diferentes a los demás; un entorno que contribuye a tu éxito y motivación es el que te permite descubrirlas y aplicarlas. Es un espacio en donde se permite la expresión individual de cada uno, incluso un entorno en donde se te permita diseñar tu propio espacio de trabajo o estudio, en donde puedas estar cómodo, feliz y ser productivo gracias a que puedes desarrollar y aplicar mejor tus habilidades.

## EN ENTORNOS ALTAMENTE MOTIVADORES...

- Se promueve el enfoque y la especialización. Se propician las condiciones para que cada persona encuentre, ponga en práctica y desarrolle su enfoque y especialización. En estos entornos encuentras al alcance de tu mano las herramientas para dominar un tema en particular en el que estés interesado(a).
- Se permite –incluso se promueve e incentiva– la toma de riesgos, porque son espacios donde se considera que las consecuencias negativas potenciales son parte del crecimiento y de los aprendizajes. Allí no se critican las fallas sino que se aprovechan; se escuchan todas las ideas y, en lugar de criticarlas, se construye sobre ellas.
- Se promueve la retroalimentación positiva y la evaluación sobre los avances de cada uno. Una evaluación no generalizada sino detallada, de tal manera que tengas claros los puntos fuertes por aprovechar y los puntos débiles en que debes mejorar. Espacios donde te den herramientas para trabajar en tus puntos débiles hasta convertirlos en fortalezas.
- Se permite la colaboración y la comunicación interdepartamental y heterogénea. Es un espacio ideal para que cada persona logre sus objetivos y sea exitosa, ya sea en una escuela, empresa, oficina de gobierno, partido político e incluso en el propio hogar. Estos entornos motivadores permiten la colaboración entre los miembros sin la rigidez impuesta por la estructura vertical de posiciones y puestos; en donde se puede aprender del más humilde colaborador y del más pequeño en la familia, en donde no porque alguien sea el mayor, el maestro, el líder o el jefe, sus opiniones pueden imponerse sobre las de los demás.
- Se establecen retos para cada uno y para todo el equipo. Son espacios que promueven la motivación y el éxito porque inspiran, retan, ponen metas altas, invitan a ir más allá y salir de los espacios de comodidad o confort que provocan estancamiento.

## EN ENTORNOS ALTAMENTE MOTIVADORES...

- Se tiene muy claro que dentro de cada persona hay un instinto de superación que sólo espera ser retado para ser mejor, un impulso hacia la creatividad para solucionar asuntos difíciles y complicados. En estos entornos todos saben que dentro de cada uno de nosotros hay un Ser capaz de emerger triunfador cuando se le apoya y estimula y por eso se vive una atmósfera de tanta confianza e inspiración.
- Prevalecen las emociones positivas: hay confianza y fe en los objetivos, el logro es un motivador que genera auto-estima y grupo-estima. En los espacios motivadores los retos generan el aumento de adrenalina y dopamina en todos los participantes, en tanto que los triunfos y la visión mejorada del futuro generan endorfinas y serotonina. Allí la socialización genera un sentido positivo de pertenencia que refuerza el compromiso de logro tanto individual como colectivo. Entornos donde se busca eliminar barreras que provoquen miedos, diferencias, separaciones, envidias y celos, y donde se promueve el pleno desarrollo de todos.
- Los líderes son un ejemplo a seguir, porque se cuestionan todo el tiempo la forma de hacer las cosas y escuchan con genuino interés nuevas ideas para evolucionar. Son entornos en los que en su propia vida los líderes buscan permanentemente la forma de mejorar, tanto para buscar su éxito profesional y personal, como para propiciarlo en toda su gente. En estos entornos los líderes se destacan por su profundo deseo de agregar valor a la sociedad, de contribuir al bienestar de sus comunidades, alcanzando un sano equilibrio entre lo que dan y lo que reciben, lo cual les permite obtener, a ellos y a sus equipos humanos, la justa retribución de clientes, usuarios, ciudadanos, padres y alumnos o audiencias.
- Los líderes se vuelven parte integral de sus grupos, aprenden junto con todos sus colegas y compañeros, y a la vez se convierten en valiosos referentes y en fuentes de aprendizaje e inspiración para los demás.

A thin vertical black line runs down the left side of the page, starting from the top of the title area and extending almost to the bottom.

# **LOS ENEMIGOS DE LA MOTIVACIÓN**

Como en todo, así como hay elementos que potencializan y exaltan una condición humana, existen también elementos que la minan o debilitan. Algunos los hemos mencionado anteriormente, pero haremos aquí un listado de estos para que queden aún más claros.

**EL JUICIO:** así como descubrimos que permitir, fomentar y celebrar la autenticidad es uno de los grandes secretos para promover la motivación en un ser humano, así encontramos que el juicio, ese lado negativo, oscuro, irracional, es por excelencia el arma de destrucción masiva de la motivación. Juzgar a otros es colocarlos en una posición de parálisis, de acusados, es dejarlos atolondrados por un momento sin que se puedan mover. Juzgar implica una comparación e implica hacer pensar a alguien que pierde en esa comparación, y normalmente la comparación nunca es justa, ya que se basa en elementos subjetivos y no objetivos.

El rol de juez es uno de los roles más duros que puedes jugar en tu vida, y un rol en el que nadie te ha puesto, sino que tú te has asignado. Jugar el rol de jueces de aquellos a quienes más queremos es un rol de mucho peso emocional, que nos hace cargar con emociones negativas por mucho tiempo y que nos distancia de estos. Cuando un maestro o maestra le lanza un juicio a algún alumno, puede llegar a ser muy duro y puede sembrar improntas o verdades en la mente inconsciente del alumno, las cuales se instalarán ahí de por vida. Cuando el juicio lo lanza con coraje, con ira, será aún peor, porque no tendrá control sobre sus palabras y estas podrán herir mucho al niño, adolescente o joven. El juicio tiende a aislar a las personas, no a integrarlas. Tiende a hacer que la persona se cierre y se desanime para aportar y compartir.

**EL JUICIO DESMOTIVA A LA PERSONA A ABRIRSE A LOS DEMÁS, A SER CREATIVA, A COMPARTIR IDEAS, A TRABAJAR EN EQUIPO, A PROPONERSE METAS MÁS ALTAS. EL JUICIO LA LLEVA A AISLARSE, A CERRARSE, A OCULTAR SUS SENTIMIENTOS Y A DEFINIR METAS MÁS LIMITADAS.**

En los centros de trabajo, cuando varios colaboradores juzgan constantemente a una persona, esta deja de ser creativa, inhibe sus ideas, permanece aislada, no comparte información e incluso puede llegar a tomar represalias en contra de sus "jueces". En muchas ocasiones esta "venganza" no ocurre en el corto plazo, puede ser más en el mediano plazo, cuando sus acusadores no la vean venir y más duro les podrá pegar. Y, como si no fueran ya suficientes todos estos aspectos negativos del juicio, aquí va otro más: el juicio se regresa como boomerang. Te explicamos aquí claramente por qué. Cuando lanzas un juicio tú estableces un miedo, es decir, criticas en el otro justo aquello a lo que tú le tienes miedo hacer o ser. Como el Universo es tu gran aliado y quiere que vivas sin miedos, entonces aprovecha que estableciste un miedo para lanzarte un reto precisamente para que lo enfrentes y lo superes. Por ejemplo, si juzgas a una amiga por haberse divorciado, tu marido muy pronto te dará motivos para tenerte que divorciar de él, y entonces tendrás que vivir precisamente aquello que habías criticado. Si juzgas a tu hijo de descuidado por tirar un vaso de leche, a las pocas horas algo tirarás tú, y a ver qué haces al respecto.

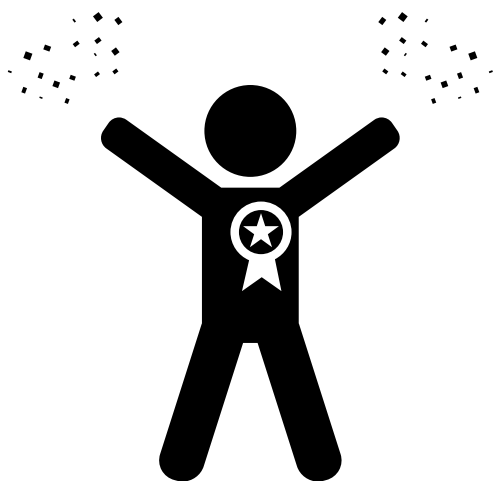
**INCERTIDUMBRE FRENTE A LA RECOMPENSA:** otro enemigo natural de la motivación es no tener la plena seguridad de que obtendrás la recompensa al terminar todos los pasos necesarios para llegar a la meta. Si no estás seguro de obtener la recompensa prometida seguramente dudarás de invertir tantos recursos (tiempo, esfuerzo, dinero, emociones) en alguna actividad. Esto sucede todo el tiempo en los hogares, en las escuelas, en los centros de trabajo y hasta en ámbitos gubernamentales y políticos. El papá le ofrece al hijo llevarlo a un concierto de su artista favorito si se gradúa con buenas calificaciones en primaria. Sin embargo, si en varias ocasiones previas su papá le prometió recompensas similares, y aunque el niño logró las metas convenidas con el papá, este último no le cumplió lo prometido, entonces ahora el niño no tendrá la seguridad de que su padre cumplirá y no estará tan motivado.

Si el jefe les ha prometido a sus colaboradores un bono por ciertas metas de ventas, pero en ocasiones anteriores no les ha cumplido, la motivación de los colaboradores no será la más alta. La incertidumbre, por otro lado, también se presenta cuando la persona percibe que

quien le ofrece una recompensa no tiene las posibilidades de cumplir lo prometido aunque quisiera con todas sus fuerzas. Por ejemplo, un político local que le ofrece a los ciudadanos ciertos beneficios para la ciudad, cuando en realidad las finanzas locales están en muy mal estado y el gobierno central no tiene como prioridad aquello que este político local ofrece. O cuando el jefe te ofrece un viaje si alcanzas tus metas, cuando bien sabes que las políticas corporativas lo impiden.

**NO CREER EN LA PERSONA O INSTITUCIÓN QUE TE OFRECE LA RECOMPENSA, O SABER QUE NO ESTÁN EN CAPACIDAD DE ENTREGARTE LA RECOMPENSA UNA VEZ QUE HAYAS CUMPLIDO LA META ESTABLECIDA, SON CONDICIONES QUE GENERAN UNA GRAN DESMOTIVACIÓN.**

Lo contrario se puede aplicar para movilizar el poder de la motivación: tener la seguridad de que si logras la meta convenida recibirás la recompensa. Este es un gran aliciente de la motivación que los buenos líderes saben emplear. Para convencer y motivar a los demás es importante darles pruebas claras de que cuando otros han llevado a cabo ciertas actividades, han conseguido determinada meta y obtenido junto con ella ciertos beneficios muy valorados por ellos. Presentar pruebas a tus audiencias de otros que han triunfado y han sido celebrados por sus triunfos es fundamental para convencer y motivar a otros.



Es muy difícil tratar de motivar a otros sin pruebas claras de que otros han logrado conseguir ciertas metas y sus consiguientes beneficios. Los empresarios ponen de ejemplo y citan como prueba a otras empresas para motivar a sus colaboradores a innovar. Políticos ponen de ejemplo a otros países para convencer a sus electores de aceptar el camino que ellos les proponen. Los maestros ponen de ejemplo ante sus estudiantes el caso de otros que fueron alumnos destacados y ahora están triunfando en ciertos territorios de la vida profesional.

**NO VISUALIZAR CLARAMENTE LA META Y LOS BENEFICIOS:** para que alguien esté motivado tiene que tener gran claridad sobre la meta y los beneficios correspondientes. Si no alcanzas a ver hacia dónde vas, en qué estás metiendo tantos recursos, y qué obtendrás al final, no habrá una real motivación. Por ejemplo, muchas personas no le ven los beneficios al hecho de dejar de fumar, o a dejar de tomar, y aunque se estén haciendo mucho daño, no creen que eso sea cierto, así que no entienden para qué dejar el alcohol o el cigarro. Otros no perciben claramente la meta y los beneficios de una vida espiritual. Consideran que es algo a lo que no vale la pena dedicarle mucho tiempo y esfuerzo si no le ven beneficios concretos. Muchos piensan erróneamente que no hay nada después de la muerte, se sienten invencibles y cómodos como están, tan sólo interesados en el plano material, así que no están motivados para practicar nada que tenga que ver con su espiritualidad. Si un niño no ve claramente la meta de estudiar y sus beneficios, o de trabajar en equipo o simplemente de ir a la escuela, y no alcanza a percibir los beneficios tangibles que obtendrá de esto, entonces estará desmotivado en todo lo que tenga que ver con su educación. Claro, el error ha sido de sus padres, y después de la escuela, al no lograr presentarle claramente las metas y los beneficios.

**LA INVERSIÓN DE RECURSOS TAN LIMITADOS COMO EL TIEMPO, EL ESFUERZO, LAS EMOCIONES Y EL DINERO, TIENE QUE TENER UN DESTINO MUY CLARO ASOCIADO A BENEFICIOS MUY CLAROS. DE LO CONTRARIO LA PERSONA NO MOVILIZARÁ A SU FAVOR ESTOS RECURSOS Y SE ESTANCARÁ FÁCILMENTE.**



Muchas personas, después de cierta edad, comienzan a descuidar su alimentación, dejan de hacer ejercicio, tienden a una vida más sedentaria y relajada, incluso olvidan arreglarse para salir a la calle. Estas personas, entre otras cosas, han dejado de tener metas y percibir los beneficios de alimentarse sanamente y de mantenerse en buen estado corporal y estético.

Una de las grandes claves de los Motivadores y Líderes es que logran presentar claramente las ventajas de hacer algo a sus audiencias, no sólo de los beneficios colectivos, sino de los beneficios individuales: "El país tendrá desarrollo económico, tú tendrás mejor sueldo y tu familia vivirá mejor". Los mercadólogos y publicistas se esfuerzan todo el tiempo por lograr presentarle a los consumidores y clientes, de una manera clara, los beneficios funcionales y simbólicos de los productos y servicios que anuncian para que estos se motiven a gastar su dinero en estos y hasta cambien de hábitos. Sin embargo muchos fallan y al no presentar en su mensaje los beneficios, claramente estipulados, el cliente prefiere mantenerse con la misma marca de siempre.

**METAS Y RECOMPENSAS A MUY LARGO PLAZO:** al ser humano le gustan las metas y beneficios a corto plazo y, a lo sumo, a mediano plazo, pero no tanto a largo plazo. Por eso los sistemas más exitosos de recompensas, puntos o lealtad, son los que te abonan dinero en una tarjeta que puedes gastar de inmediato en algo más. Cada vez menos personas soportan el ahorrar puntos o millas durante 3 o 4 años hasta obtener una recompensa de estos.

En el pasado, las personas duraban 20 y 30 años en el mismo trabajo. Hoy los adultos jóvenes duran 2 o 3 años y, si no ven clara una promoción en el cortísimo plazo, se mueven a otro trabajo. Algunos apenas entran a un trabajo y ya están enviando hojas de vida buscando lo que será su próximo trabajo. En el pasado, los inversionistas desarrollaban estrategias para obtener buenas rentabilidades a los 5-10 años, pero hoy los brokers están sobre las ganancias a los días, o a los meses cuando mucho.

No es tarea sencilla convencer a un niño, adolescente o joven que invierta todos sus recursos en ciertas actividades que no le son placente-

ras, como poner atención en una larga jornada de clases, o sacrificar su deporte o juego favorito por estudiar durante varios días. Es por esto que hay que presentarle claramente las metas y beneficios de corto plazo, no aquellas concernientes a lo que ocurrirá cuando sea grande.

Aunque la gran meta llegue en el largo plazo, siempre hay posibilidades de presentarle a alguien minimetas o pequeños logros en el camino que le permitan reforzar su motivación y mantenerse enfocado y activo para el logro de la gran meta.

Al ser humano lo mueven metas y recompensas, pero mientras menor sea su plazo más probable será la motivación que despertarán. Para muchos el discurso de ayudar al prójimo conlleva ir por metas y recompensas de muy largo plazo y por ello prefieren no hacerlo, de una manera egoísta, y enfocarse en ellos más que en los demás, pues sólo piensan en el disfrute de beneficios a corto plazo.

**SI ALGO MUEVE AL EGO DEL SER HUMANO SON SUS BENEFICIOS A CORTO PLAZO, EN LUGAR DE LOS BENEFICIOS A LARGO PLAZO A TRAVÉS DE ACTIVIDADES ALTRUISTAS. POR ELLO, PARA LOGRAR QUE ALGUIEN SEA BUENO, APLIQUE SUS VIRTUDES, Y ESTÉ AL SERVICIO DE LOS DEMÁS, SE LE TIENE QUE CONVENCER QUE LAS RECOMPENSAS SON VIVIR EN AMOR Y ALEGRÍA EL DÍA DE HOY, Y NO ALCANZAR LA FELICIDAD EN EL LARGO PLAZO.**

El famoso estudio de Walter Mischel, *The Marshmallow Test*, pone en evidencia esta realidad. El 70% de los niños participantes en el estudio no resistieron la tentación de obtener el beneficio de corto plazo (comerse los bombones, galletas o chocolates) que tenían frente a ellos, para obtener la recompensa de mediano plazo (recibir como regalo el doble de estos dulces), aún no siendo tan larga la espera.

**PERCEPCIÓN DE INCAPACIDAD:** ya sea para planear, para obtener herramientas concretas para alcanzar la meta o para ejecutar las tareas necesarias. Este es otro enemigo poderoso de la motivación, la

autopercepción de incapacidad frente a algo o frente a todo, o alrededor de ciertas actividades o en torno al logro de ciertas metas. Y, por ello, una gran hazaña de los motivadores, líderes, grandes maestros y grandes padres, es precisamente ayudarlo a los demás a cambiar esa autopercepción de “no puedo” por la de “sí puedo”, para que la motivación encuentre cabida en estas personas.

Obviamente nadie se sentirá motivado para conseguir cierta meta volando con su propio cuerpo, o buceando sin ayuda de equipo especializado, porque simplemente le es imposible. Así que para muchos correr una maratón les es imposible, o graduarse en una gran universidad, bajar 10 kilos de peso, dejar de fumar o ser emprendedores.

**LA MOTIVACIÓN NECESITA UN TERRENO FÉRTIL PARA CRECER Y MANTENERSE: ESE TERRENO ES UNA MENTE QUE CONSIDERA QUE “SÍ PUEDE” LOGRAR ALGO.**

Sin embargo, algo muy importante en la labor de cambiar la mente de alguien del “no puedo” al “sí puedo”, es entender en qué parte del proceso esa persona cree que no puede. ¿Será que cree que no tendrá tiempo para entrenar una hora diaria para la maratón? ¿O que sus rodillas no soportarán la carrera? ¿O que no logrará dejar ciertos alimentos que es necesario dejar para mantenerse en forma? ¿O que no tendrá los recursos para viajar al destino en donde será la carrera? Saber qué es lo que le hace pensar “no puedo” es vital en un proceso de motivación. Una vez que descubres lo que impulsa a una persona a tener ese pensamiento limitante, que tal vez vive muy en el inconsciente, el enfoque tiene que centrarse en ese terreno.

Es importante entender que muy en el fondo de nuestra mente inconsciente se esconden razones poderosas para pensar “no puedo”. Razones que tal vez surgieron desde cuando éramos muy pequeños, o en nuestra temprana adolescencia, quizá porque un maestro te dijo que nunca serías capaz de algo, o tus propios papás, o tus amigos, y estos mensajes se quedaron grabados en tu memoria de largo plazo sin que incluso tú mismo estés al tanto de ello.

**LA MENTE ES MUY PODEROSA: SI EN ELLA VIVE UNA CREENCIA DE QUE NO ERES CAPAZ DE LOGRAR ALGO, ESTA CREENCIA TE LIMITARÁ SIEMPRE. POR ELLO, EN UN PROCESO DE MOTIVAR A ALGUIEN A LOGRAR UNA CIERTA META, ES IMPORTANTE CONOCER LAS VERDADES QUE VIVEN EN SU MENTE SOBRE SÍ MISMO.**

En otras ocasiones, la percepción del “no puedo” proviene de sentir o creer que no se contará con los aliados necesarios en el camino. Para muchas actividades y retos se requieren maestros, coaches, guías, compañeros que hagan equipo contigo. Imaginemos lo que significa que un niño tenga el sueño de ser un gran jugador de básquetbol pero que sus compañeros de escuela no quieran invitarlo a jugar con ellos, que el mismo coach de la escuela le diga que por no ser tan alto él no desea entrenarlo, o bien que su papá le diga que él no tiene tiempo para llevarlo por las tardes a los entrenamientos al club deportivo. Por supuesto que esto lo desmotivará mucho.

Los niños y adolescentes son unas esponjas y se graban todo en la memoria de largo plazo, así que cada recuerdo poderoso emocionalmente estará presente en el futuro manifestándose desde su mente inconsciente. Pues bien, y por más curioso que parezca, frases como: “no cuentas con mi apoyo”, “yo no te voy a apoyar en este capricho tuyo”, “no quiero jugar contigo”, “no te voy a entrenar porque creo que no podrás hacerlo bien”, se le grabarán al niño y adolescente muy profundamente y cada vez que, en su vida futura, quiera emprender un reto, estas improntas se le manifestarán y podrán sabotear su proceso y su motivación.

**LAS TENTACIONES EN EL CAMINO:** en el camino al logro de nuestros objetivos y metas siempre habremos de encontrar tentaciones, las cuales nos podrán desenfocar y hacer perder el rumbo. Ahí está el padre de familia, feliz con su hogar, pero se le presenta la oportunidad de ver en privado a una mujer muy hermosa, aquella con la que desde adolescente quiso estar, y pum, después de unas copas de vino, cae en la tentación. Hoy creemos que las tentaciones son pruebas que la vida te pone para que reflexiones qué tan preparado y motivado estás para seguir haciendo lo que haces o para estar en donde estás.

Ahí está un joven recién graduado, en un trabajo justo haciendo aquello que le apasiona. Aparece alguien y le ofrece un trabajo que no le atrae pero en el que le van a pagar el doble. Aquellos con fuerza de voluntad, con una motivación muy clara por hacer lo que les apasiona y no por el dinero, van a dejar pasar esta tentación disfrazada de oportunidad. Pero quienes no tengan la fuerza de voluntad y creen que los beneficios del dinero son más importantes que hacer lo que les apasiona, pues caerán y desenfocarán su camino.

**SIEMPRE HABRÁ TENTACIONES QUE SE PRESENTEN EN EL CAMINO Y SUS BENEFICIOS BRILLARÁN ANTE TI. SI TU MOTIVACIÓN POR CONSEGUIR EL OBJETIVO ORIGINAL NO ES TAN ALTA, CEDERÁS A ESTAS TENTACIONES. POR ESO ES IMPORTANTE SER CONSCIENTES DE LO QUE QUEREMOS, POR QUÉ LO QUEREMOS, Y ENFOCAR TODA NUESTRA ATENCIÓN EN ELLO, PARA NO DESVIARNOS DEL CAMINO.**

Ser capaz de vencer las tentaciones implica ser conscientes cuando la motivación está disminuyendo y, o actuar en seguida para aumentar la motivación y mantenerse enfocado, o bien hacer un alto en el camino y revisar lo que realmente se desea. Siempre es posible cambiar de dirección y buscar nuevos objetivos, lo importante es ser consciente de ello. No tiene nada de malo preferir estar nuevamente soltero a casado, en un trabajo y no en otro, decidirse por ser basquetbolista a tenista, lo importante es que esto parta de una motivación poderosa y de un plan consciente y claro.

**MALA ALIMENTACIÓN:** otro enemigo muy evidente de la motivación es una alimentación deficiente. Muchas personas creen que se están alimentando bien o que están alimentando bien a sus hijos por el simple hecho de llenar sus estómagos, pero esto es totalmente incorrecto. Una cosa es llenarnos el estómago y otra muy diferente es nutrirnos.

Una mala nutrición no sólo provoca debilitamiento y mal desarrollo fisiológico, sino una gran desmotivación. Cuando el cuerpo no tiene los minerales, vitaminas, carbohidratos y la glucosa adecuada no puede

operar correctamente, y por ende no puede planear, pensar, soñar en grande y ejecutar las acciones necesarias para lograr sus metas. Cierta día, durante una conferencia en una Universidad de mucho prestigio, uno de los maestros me dijo que sus alumnos estaban muy mal nutridos y que se dormían en su clase de 3 a 4 pm. Lo invité a la cafetería de esa Universidad a revisar el menú que les servían a los estudiantes y pudimos constatar que esa institución educativa no promovía en absoluto la buena alimentación de los jóvenes: había excesos en el consumo de grasas y aceites, calorías, azúcares (de las malas) y hasta demasiada sal, y en cambio brillaban por su ausencia los alimentos frescos y verdes que dotaran de vitaminas y minerales a los alumnos. Y esto mismo sucede en muchas casas y oficinas: las alacenas caseras y las cafeterías corporativas, en su mayoría, no alimentan bien a los comensales. Por supuesto, no todo es sólo su responsabilidad, los comensales mismos muchas veces no exigen mejor nutrición o se resisten a cambiar sus hábitos alimenticios.

Hoy todo el mundo sabe qué es bueno para su cuerpo y para su cerebro pues toda la información está en Internet. Pero abundan actitudes debilitadoras como flojera, falta de voluntad, ingenuidad y desidia, lo que impide que haya una nutrición adecuada para familias e hijos, estudiantes y colaboradores.

Aunque hoy existan regulaciones y leyes que prohíban ciertos alimentos en las escuelas, en muchos casos no se cumplen: les siguen dando comida rápida, productos de pan con exceso de azúcar, saborizantes, colorantes y conservadores que, en exceso, dañan la salud de las personas, máxime en el caso de los niños, propiciando la desmotivación y el desenfoque ante objetivos positivos.



**UNA PERSONA MAL NUTRIDA NO PODRÁ ESTAR MOTIVADA NI ENFOCADA. HOY TODOS SABEMOS QUÉ ES LO ADECUADO PARA NOSOTROS Y PARA NUESTROS HIJOS. PERO LA COMODIDAD, LA FALTA DE FUERZA DE VOLUNTAD, LA DESIDIA Y LAS MALAS COSTUMBRES IMPIDEN QUE DESARROLLEMOS UNA MEJOR ACTITUD, CAMBIEMOS Y NOS NUTRAMOS MEJOR.**

Según explica el escritor y psicólogo americano Roy Bauminster en su libro *Will Power* (Fuerza de Voluntad), incluir una dosis apropiada de glucosa en la alimentación es fundamental para que la persona tenga fuerza física y emocional. Pero un exceso de esta lleva a la persona al letargo y a la falta de dinamismo.

**LA COSTUMBRE:** Si cada vez que haces algo obtienes exactamente lo mismo, eventualmente esta recompensa y los beneficios asociados a ella ya no serán poderosos para tu cerebro, no generarán la misma dopamina y adrenalina, por lo que tu cerebro buscará nuevas recompensas. Esto es muy claro con los atletas de alto rendimiento, quienes siempre van por más kilómetros, mayores alturas por escalar o nuevos récords por vencer. Lo vemos con los inversionistas, quienes van por nuevos riesgos y por apuestas más grandes. Lo vemos con los ejecutivos, quienes después de dos o tres años con el mismo sueldo, los mismos premios y los mismos retos salen a buscar nuevos.

Por ello, una de las grandes claves para retener el talento y mantener motivados a tus colaboradores es plantearles nuevos retos, nuevas actividades y nuevas recompensas. De lo contrario la costumbre se apoderará de ellos, entrarán en un estado de comodidad y sucederán dos cosas: a) los que buscan la comodidad se estancarán ahí bajo estándares de mediocridad, b) los que buscan estar motivados y quieren nuevos retos se irán a otro espacio laboral.

Con los niños, adolescentes y jóvenes funciona incluso más evidente este principio. Si un maestro da una clase hoy cantándoles una canción y mañana lo hace de la misma forma, y pasado mañana y tres días después también, los estudiantes se aburrirán y ya no estarán motivados

con esta forma de aprender. Cuando el método es nuevo hay una gran motivación, la sorpresa, la creatividad, el misterio de lo que sigue, el descubrir si puedo o no, si otros lo harán bien o no, pero eventualmente el método se vuelve costumbre y la motivación comienza a disminuir. Una clase de deporte que siempre es igual se vuelve aburrida. Un papá que siempre le ofrece el mismo juguete de recompensa a su hijo por sacar buenas calificaciones eventualmente dejará de motivarlo. Un esposo que siempre invita a su esposa al cine los mismos días y a la misma hora, y le compra el combo de palomitas, hot dog y refresco, deja de ser un esposo creativo, atento y amoroso bajo la mirada de su mujer.

**PARA MANTENER LA MOTIVACIÓN SE REQUIERE SER CREATIVO CON LOS MÉTODOS DE PLANEAR, ENSEÑAR, RETAR Y RECOMPENSAR. LA COSTUMBRE ES UN GRAN ENEMIGO DE LA MOTIVACIÓN, YA QUE LAS RECOMPENSAS, INCENTIVOS Y BENEFICIOS REPETITIVOS DEJAN DE TENER UN EFECTO PODEROSO EN LA MENTE DE LA AUDIENCIA.**





# LA ÉTICA EN LA MOTIVACIÓN



No podemos cerrar con un tema más importante y crucial alrededor de la motivación que la ética. En nuestro estudio descubrimos que existen muchos momentos y elementos alrededor de la motivación que pueden minar la ética alrededor de las acciones de una persona o un grupo de personas. Déjanos ponerte dos ejemplos.

Un político en un puesto de administración pública recibe determinada cantidad de dinero por sus labores. Sin embargo considera que ese pago no es suficiente para mantenerse motivado y vivir las dificultades de su posición, y por ende decide aceptar otros "motivadores" o beneficios subrepticios. Este político no ha sido capaz de encontrar beneficios adicionales que lo motiven a su puesto, actividades visionarias y el consiguiente impacto en la ciudadanía, por ejemplo contribuir a que las personas tengan una mejor calidad de vida, servirle a otros, ayudar a sentar las bases de un desarrollo equitativo, etc. En este caso, el político desarrolla o acepta motivadores poco éticos alrededor de sus actividades. Sin embargo sus acciones tendrán repercusiones en su vida emocional y familiar, y en la situación de su ciudad o región de influencia.

En otro ejemplo, un maestro de escuela inscribe a sus estudiantes a un concurso de matemáticas; tanto él como sus alumnos desean ganar y ser recompensados. El maestro descubre que otro maestro de la misma escuela es juez en el concurso y que tiene los resultados de

las ecuaciones que vendrán en el examen. El maestro sabe que puede acceder a la oficina del juez y extraer los resultados, y de esta manera se enfocará en entrenar a sus alumnos específicamente para estas ecuaciones y obtener las más altas calificaciones. El maestro, rompiendo cualquier estándar de ética, lo hace, y esto le permite ganar el concurso. Sin embargo, más tarde los estudiantes descubren la trampa que hizo su maestro y las consecuencias le son funestas. Las tentaciones siempre estarán en tu camino; sin embargo se requiere fuerza de voluntad para vencerlas y hacer las cosas de manera ética.

**VIVIR CON ÉTICA, SINTIENDO QUE HACES LAS COSAS CORRECTAS, ES UN GRAN MOTIVADOR DE VIDA. SENTIR QUE LA GRAN RECOMPENSA DE TUS ACCIONES ES ESTAR EN PAZ, EN ESTADO DE GRACIA, EN PLENITUD EMOCIONAL Y ESPIRITUAL, ES EN SÍ UN GRAN MOTIVADOR.**

Un Maestro Espiritual me dijo un día: “Estado de Gracia es no deberle nada a nadie, no pensar que nadie te debe nada a ti y no deberte nada a ti mismo en relación con nadie”. Así, cuando vives con ética vives en estado de gracia, en paz, con tranquilidad, ya que has hecho todo lo que has podido con quien has sentido que has debido y porque no te culpas de nada del pasado. Al contrario, guardas gratitud hacia ti y hacia los demás por todo lo vivido. El mismo Maestro Espiritual me dijo en otra ocasión: “Justicia Terrenal es darle a cada a quien lo que le corresponde; Justicia Espiritual es tomar del Universo sólo aquello que te corresponde”. Es importante vivir tomando del Universo sólo lo que nos corresponde, para no sentir que le debemos algo al mismo Universo, sino que sólo hemos tomado aquello por lo que hemos trabajado y merecemos.

Motivar a otros, definirnos objetivos, planear su cumplimiento y lograrlos dentro de los marcos de la ética, debería ser una condición básica dentro de las escuelas, en los clubes deportivos, en los centros de trabajo y en las instituciones de gobierno. Y los primeros en vivirlo así deberían ser los altos funcionarios, los empresarios, los padres de familia y los maestros de escuela.



Este es un libro producto de los resultados del estudio de profundidad, que Ricardo Perret y Zohe Vinasco, llevaron a cabo para descubrir los misterios sobre la Motivación.

Todo mundo habla de la Motivación y de estar motivado, y todo mundo quisiera sentirse motivado todos los días de su vida. Sin embargo, vivir motivado y ser capaz de motivar a otros, implica conocer con detalle cómo se detona la motivación, cómo se sostiene y qué sucede cuando estamos motivados. En este libro, el décimo en la carrera del autor e investigador Ricardo Perret, se exponen los resultados de 15 dinámicas de motivación, y des-motivación, que se aplicaron a 320 niños de primaria y secundaria, y su posterior aplicación en la vida de adultos. Prepárate para sorprenderte con los Secretos de la Motivación, pero prepárate más para aplicar en tu vida los conceptos y herramientas prácticas que en este libro se revelan.

---

## OTROS LIBROS DE RICARDO PERRET



Disponibles en la web [www.ricardoperret.com](http://www.ricardoperret.com)  
O en físico con [sonia@ricardoperret.com](mailto:sonia@ricardoperret.com)