

Juan Carlos Jiménez

Amplía tus oportunidades

Paradigmas
de la motivación personal



Serie "La diferencia la haces tú"



COGRAF

Juan Carlos Jiménez

Amplía tus oportunidades

Paradigmas
de la motivación personal

Una edición de Cograf Comunicaciones
Caracas, Venezuela - Junio 2010

Amplía tus oportunidades
Paradigmas de la motivación personal

Primera Edición: Junio 2010

Copyright © Juan Carlos Jiménez
Todos los derechos reservados

El contenido de este libro no deberá ser reproducido o transmitido parcial o totalmente, por ningún medio, sin previa autorización escrita del autor.

ISBN: 978-980-12-4384-7
Depósito Legal: lf25220103311802

Ediciones de Cograf Comunicaciones
www.libroscograf.com



Av. Francisco de Miranda con Av. Principal de Los Ruices,
Centro Empresarial Miranda, Piso 1, Ofic 1K. Los Ruices.
Caracas 1070, Venezuela. Telfs./Fax: (+58 +212) 237-9702
Rif: J-30336261-3
E-mail: contactocograf@cograf.com
www.cograf.com

EN DÍAS TAN CONVULSOS como los que vivimos ¿cómo podemos tener éxito en el propósito de motivar a otros o, incluso, motivarnos a nosotros mismos?

Éstas son algunas interrogantes sobre las cuales Juan Carlos Jiménez nos invita a reflexionar en su libro, llevándonos de la mano para identificar asuntos clave sobre este importante tema que la mayoría de las veces pasamos por alto por mantener el foco sólo en nosotros mismos.

Por ejemplo, **Amplía tus oportunidades** nos plantea algo vital: “una misma realidad puede producir motivación o desmotivación. Todo depende de cómo influyen tus paradigmas a la hora de analizar esa realidad, o qué ángulo de observación tengas en ese momento. Tu motivación depende del punto de vista que uses para analizar las situaciones que debes enfrentar”.

Se trata de un aprendizaje tan simple y al mismo tiempo tan obviado. ¿Cómo puedes entender otros puntos de vista si no eres capaz de aceptar que pueden existir? ¿Se puede ejercitar esta forma de visualizar la “realidad”? ¿Podemos superar dificultades si cambiamos “el ángulo de observación”? ¿Se puede enseñar esto a otras personas?

La respuesta es SÍ y la clave está en el amor. En el amor a nosotros mismos (autoestima), en el amor hacia los nuestros, y en el amor a todos los que integramos la sociedad. De alguna manera, un líder es líder en la medida que ama.

El estilo directo, ameno y cotidiano, convierte este pequeño tesoro lleno de anécdotas y metáforas en una guía de gran utilidad para cualquiera que necesite motivarse o motivar a otros.

Sobre Juan Carlos les puedo decir que tengo el honor de ser su amigo desde hace un buen tiempo. A su lado he podido crecer como persona, gracias a su continua vocación docente, su orientación hacia los valores y su gran compromiso social. Si ya lo conocías, sabes a qué me refiero; y si es tu primer acercamiento a él, te felicito, porque te has encontrado con un maestro.

Estoy seguro que disfrutarás y sacarás gran provecho a esta lectura, para tu vida diaria, tanto personal como profesional, en el mundo laboral, familiar o en tu comunidad.

*José Manuel Rodríguez Grillé
Director General de Empléate.com
Junio 2010*

Contenido

1. Paradigmas de la motivación personal... 7
2. Comprender el fenómeno de los paradigmas... 10
3. Una importante referencia histórica... 13
4. ¿Es posible predecir el futuro?... 16
5. ¿Cuándo predices el futuro particularmente bien?... 18
6. La importancia de pensar en el futuro... 21
7. Otras ventajas prácticas de anticipar el futuro... 25
8. La motivación versus la realidad relativa... 28
9. La historia del tonto del pueblo... 32
10. Una historia sobre el origen de la motivación... 35
11. No se trata de optimismo forzado... 38
12. Tres confusiones frecuentes sobre los paradigmas... 42
13. ¿Qué puedes aprender de esta historia relojera?... 46
14. El valor de los paradigmas... 48
15. Fundamentos básicos de la motivación interna... 52
16. Define paradigma con sinónimos... 59

17. Efectos de la ceguera paradigmática... 68
18. Una solución para el ejercicio de los 9 puntos... 73
19. No es un asunto de inteligencia:
Es de paradigmas... 75
20. ¿Hay colirio para la ceguera paradigmática?... 78
21. Tipos de motivaciones... 84
22. La motivación tiene los mismos efectos
que los paradigmas... 87
23. Cinco ideas para prevenir la ceguera
paradigmática... 90
24. ¿Por qué cultivar la motivación?... 100
25. ¿Por qué te conviene motivar a otros?...103
26. Lecturas...107
27. Sobre el autor... 109

Paradigmas de la motivación personal

Que los paradigmas afecten la motivación personal podría parecer algo obvio, pero no lo es para mucha gente. La palabra “paradigma” no es común en nuestro vocabulario. Inclusive, muchas personas que la conocen y utilizan no tienen claridad sobre sus **efectos**.

Cuando en mis conferencias pregunto qué son los paradigmas, la mayoría de los participantes me ofrecen respuestas que dejan entrever que se trata de algo que hay que “romper”. Es decir, la percepción dominante sobre este concepto es negativa.

Esto no sólo revela cierta distorsión de su significado. También indica que se conoce poco la utilidad práctica que tiene comprender en qué consisten los paradigmas, cómo funcionan y cómo influyen en tus razonamientos y emociones.

Las empresas quieren que sus empleados tengan buena **actitud** hacia los clientes, hacia el trabajo que realizan y hacia la empresa misma. Pero la actitud es una consecuencia de la motivación y ésta, a su vez, está condicionada por los paradigmas de cada trabajador.

Los líderes y supervisores también quieren que los miembros de sus comunidades u organizaciones estén motivados y se mantengan así en el tiempo. Pero cuando los mecanismos y estímulos que utilizan no logran motivar, casi siempre es porque se basan en paradigmas inadecuados.

Los padres también están muy interesados en motivar a sus hijos; y lo mismo les ocurre a los buenos maestros con sus estudiantes o a los entrenadores deportivos.

Sin embargo, no siempre se dan cuenta de que para tener éxito con el propósito de motivar a la gente deben **focalizarse hacia** los paradigmas de quienes buscan entusiasmar.

Tener más conocimiento sobre el funcionamiento de los paradigmas es un asunto de especial interés para ti. Ese conocimiento te puede brindar el poder de anticipar el futuro. Sí, la habilidad de predecir lo que puede pasar cuando decides tomar una u otra acción.

Si quieres tener más efectividad proporcionando motivación a tu organización, a tu comunidad, a tu familia, o a ti mismo, es indispensable que (entre otras cosas) tomes en cuenta cómo te afectan tus propios paradigmas y los de las personas en cuyos estados de ánimo quieres influir.

Sobre esos efectos vas a leer en las siguientes páginas. Espero que te sea útil.

Si quieres intercambiar conmigo tus impresiones sobre esta publicación, por favor, escíbeme a jucar@cograf.com

Juan Carlos Jiménez
Junio 2010

2 Comprender el fenómeno de los paradigmas

Al aprender cómo es la dinámica de los paradigmas puedes obtener importantes beneficios prácticos inmediatos, para tu vida personal y profesional:

1. Puedes **ampliar** sustancialmente tu creatividad y ser más innovador en cualquier actividad y situación.
2. Puedes **anticipar** el futuro y así expandir tu capacidad para responder a cambios o dificultades.
3. Puedes **encontrar** más y mejores soluciones a cualquier reto que debas encarar, cualquiera que sea su complejidad.
4. Puedes **aumentar** tu sensibilidad para poder detectar oportunidades donde los demás no las ven.
5. Puedes **mejorar** todas tus comunicaciones personales y el proceso de venta de tus ideas o proyectos.

¿Qué te parecen estas ventajas?

En otras palabras, al comprender el fenómeno de los paradigmas terminas por ampliar tu perspectiva frente a la vida y el mundo que te rodea. Lo que a su vez potencia tu inteligencia y tus posibilidades.

Así mismo, al obtener todos estos beneficios, tu estado de ánimo y motivación se nutre, se eleva y se desarrolla de manera más duradera en el tiempo, porque se apoya en tu propia conciencia de todo lo que realmente eres capaz.

Por esta razón, también se puede decir que entender el funcionamiento de los paradigmas que están a tu alrededor te proporciona una fuente sustentable de automotivación.

Cuando logras tener una idea clara de cómo tus paradigmas afectan tus apreciaciones y estados de voluntad, inmediatamente comienzas a ver las cosas de otra manera. Lo que en un momento determinado te parecía difícil, pesado, fastidioso o imposible, comienzas a verlo fácil, ligero, interesante y viable.

La amplitud de la perspectiva que proporciona la comprensión de los paradigmas lo expresa de manera muy inspiradora el escritor francés Marcel Proust cuando dice: “El verdadero acto de descubrimiento no consiste en hallar nuevas tierras, sino en mirar con nuevos ojos” (<http://bit.ly/9OqOYx>).

“Las oportunidades son como los amaneceres: si uno espera demasiado se los pierde.”

William George Ward

<http://bit.ly/cY7r4k>

Una importante referencia histórica

La palabra “paradigma” tiene su origen en la Grecia antigua y significaba “ejemplo”, “patrón” o “modelo”. Sin embargo, el término comenzó a popularizarse en la sociedad contemporánea en la década de los 60, gracias al libro del científico y filósofo Thomas Kuhn, “La estructura de las revoluciones científicas” (<http://bit.ly/9lzD6U>).

Ese libro impactó profundamente a la comunidad científica de la época, porque Kuhn demostró que el avance de la ciencia y la tecnología dependía principalmente de los paradigmas de los investigadores o inventores al abordar los dilemas que buscaban resolver.

Puesto en otros términos, Kuhn demostró que la investigación científica **no es universalmente objetiva**. Sino que los resultados del trabajo de cada investigador, cualquiera que fuera su disciplina, son producto de su formación académica, de las premisas conceptuales que tiene de base y de todas sus convicciones formadas a lo largo de su vida.

Esta visión sobre el efecto de los paradigmas es lo que permite explicar cómo ocurrieron cambios tan importantes en la ciencia y la tecnología durante el siglo XX y lo que va de siglo XXI.

Los cambios de paradigmas han sido cambios de reglas fundamentales; cambios de modelos y teorías; cambios radicales en la manera de hacer las cosas, y han sido, especialmente, cambios que sorprendieron a la inmensa mayoría porque no eran obvios.

Un claro ejemplo de los grandes cambios de paradigmas es el de Albert Einstein, quien llegó a ideas sobre la física completamente diferentes a las que habían prevalecido durante siglos y que parecían imposibles cambiar: Einstein se enfrentó a viejos retos científicos “con nuevos ojos” (como diría Proust).

Los conceptos fundamentales relacionados con paradigmas y cambios de paradigmas se han convertido en una **referencia metodológica** muy importante en todas las áreas del saber.

Estos conceptos son utilizados para explicar las condiciones que facilitan o dificultan cambios de todo tipo, y son una guía muy poderosa que te permite aprender a anticipar el futuro.

Quizás no llegues a obtener datos exactos y medibles sobre el futuro en un momento dado, pero cuando comprendes cómo son los paradigmas de lo que quieres mejorar o cambiar, puedes actuar con mayor certeza para lograr tus objetivos. En ese proceso descubres información que te permite predecir probables resultados. En consecuencia, también puedes prepararte para lo que va a suceder.

Dicho de otra forma, si quieres encontrar fuentes más sustentables de motivación para ti o para un grupo, es muy importante que comprendas bien cuáles son los ***paradigmas de la desmotivación*** que quieres cambiar, cómo se originan y cómo funcionan.

4 ¿Es posible predecir el futuro?

¿Quiéres saber qué va a pasar? ¿Puedes hacerlo?
¿Es algo que está a tu alcance?

Responder estas preguntas es la razón principal por la cual vale la pena dedicar tiempo a comprender cómo funcionan los paradigmas y cómo puedes usarlos.

Anticipar el futuro es una habilidad que las personas y organizaciones valoramos de manera especial, porque es una **gran ventaja** a la hora de hacer planes de trabajo y tomar decisiones. Paradójicamente, ésta parece ser una destreza poco común.

Muchas personas tienden a sentir muchos prejuicios sobre el futuro, porque lo consideran absolutamente incierto, inseguro, desconocido... Piensan que sólo trae sorpresas y que no se puede predecir.

Sin embargo, tú **ya anticipas el futuro** en muchos momentos de tu vida cotidiana. Por eso es tan común hoy en día expresiones como “No necesitas ser un adivino para saber que si haces eso no vas a obtener lo que esperas”.

Por ejemplo, en el área de la comunicación interpersonal, tú sabes muy bien que si pides las cosas con un “por favor” por delante y de buena manera, tienes muchas más probabilidades de obtenerlas.

¿Cómo es posible que esto lo puedas saber por adelantado?

Igual sabes que cuando alguien te habla mientras tú te quedas leyendo los mensajes de tu teléfono celular, es muy probable que esa persona se sienta ignorada e irrespetada.

Es decir, predecir el futuro no es un acto de magia ni requiere de habilidades sobrenaturales; es algo que ya realizas y forma parte de tu día a día.

5 | ¿Cuándo predices el futuro particularmente bien?

1. Cuando te ocupas conscientemente de pensar en tu futuro como algo que te importa y que es fundamental en tu vida.
2. Cuando estás consciente de que no eres víctima del futuro, sino que tu futuro es producto de tus decisiones y acciones.
3. Cuando usas apropiadamente las referencias que tienes del pasado y el presente en función de tus metas. (Esta parte puede ser la más difícil, porque requiere mucha flexibilidad en la forma de pensar).

Por ejemplo, hablando de paradigmas de motivación, mucha gente se concentra en “motivadores externos”, idea que ha sido asociada en todo el mundo a la metáfora visual de una zanahoria perseguida por un conejo.

Este paradigma lleva a los líderes y a las organizaciones a invertir la mayor parte de sus esfuerzos en encontrar la zanahoria más apropiada para estimular a sus equipos.

¿Y cuáles son las zanahorias más típicas en las empresas? Sí, por supuesto, la compensación económica y los diversos tipos de beneficios laborales.

No hay dudas de que son motivadores externos importantes. Tienen valor y en muchos casos son pertinentes. Pero tienen también un “pequeño” defecto: Son finitos y están rodeados de limitaciones de diversa índole. Por lo tanto, puedes predecir que su efecto también es de corto alcance y se desgasta muy rápido en el tiempo.

No obstante, existen motivadores externos que estimulan el mecanismo de inspiración personal más poderoso: **la automotivación.**

Un claro ejemplo es el estilo de supervisión o de compañerismo laboral que pone especial énfasis en el reconocimiento de las buenas prácticas y los aportes de los miembros del equipo ¿A quién no le gusta recibir en su lugar de trabajo reconocimiento y aprecio por lo que hace?

Mucho más que una palmada en el hombro, cuando el reconocimiento es proporcional, oportuno, preciso y constante, el beneficiario del reconocimiento identifica mejor su potencial, se focaliza más en esa capacidad y termina usándola con más frecuencia.

Por otro lado, y esto puede ser muy irónico, casi todo el mundo sabe que el reconocimiento positivo del esfuerzo de la gente es un súpermotivador externo, pero muy pocas personas lo ponen en práctica.

La mayoría de los trabajadores casi nunca reciben elogios públicos a su desempeño por parte de sus supervisores, quienes en algún momento también fueron empleados y vivieron lo mismo.

La importancia de pensar en el futuro

Hay suficientes evidencias de que las personas que realizan sus objetivos personales y profesionales son aquellas que se ocupan de pensar en su futuro de manera sistematizada.

Las personas que logran lo que se proponen como metas de vida tienen en común que no se sienten “prisioneras” del destino, de las circunstancias ni de las condiciones que las rodean. Ellas saben que todo eso es muy importante, pero no **lo más** importante.

Las personas exitosas no dedican demasiado tiempo en lamentaciones sobre hechos pasados, porque saben que no pueden cambiarlos.

También saben que el presente es de gran valor y debe aprovecharse al máximo. Están conscientes de que el presente pasa muy rápido.

Las personas exitosas tienen adicionalmente una sensación muy interesante de su futuro: Saben que es ineludible y por eso vale la pena ocuparse de él para **anticiparlo y construirlo**.

Como viste antes, tú sabes que muchas veces no necesitas hacer un gran esfuerzo para anticipar el futuro. Pero hay ocasiones en que es crucial para tus decisiones y tus objetivos. Precisamente ese es el caso cuando piensas en:

- La carrera profesional que quieres estudiar o desarrollar.
- A cuál universidad te gustaría ir.
- Qué trabajo te gustaría tener.
- En cuál empresa te gustaría trabajar.
- Comprar una vivienda o un automóvil.
- Los viajes de vacaciones que quisieras hacer.
- La pareja con la que quieres compartir tu vida.
- Los hijos que quisieras tener.
- La calidad de vida que tendrás cuando llegues a la tercera edad.

¿Qué tienen en común estos pensamientos sobre el futuro?

Sí, claro, parecen sueños. Significa que para anticipar el futuro es indispensable que sueñes con él.

Sin duda, esto no es suficiente. Debes actuar. Pero **cultivar** este tipo de sueños es una forma muy poderosa de establecer objetivos en el largo plazo.

Visto desde otra perspectiva: Tú puedes ser muy bueno en la práctica de una actividad, pero si no tienes sueños a futuro, que te inspiren y guíen tu actuación, es muy probable que termines divagando y desmotivado.

Seguro que ya te diste cuenta: Los sueños "activos", como los que he mencionado, le dan una forma y una imagen a tu futuro, y así se hacen tangibles para tu mente. Esa imagen ideal y única de tu futuro es lo que a su vez detona con más fuerza tu automotivación.

Son sueños “activos”, precisamente, porque son los recursos que te **impulsan** a crear tu futuro actuando en el presente. No sólo los contemplas, sino que te ocupas de alcanzarlos.

Esos sueños son las fuentes de motivación más importante para ti, porque están totalmente a tu alcance. Dependen únicamente de ti. Son tu propia zanahoria, tu zanahoria interior. Son tu patrimonio. Son tu potestad. Están bajo tu completo dominio y control.

“No hay ningún viento favorable para el que no sabe a que puerto se dirige.”

Arthur Schopenhauer

<http://bit.ly/dmcyj5>

Sobre el autor

Juan Carlos Jiménez comenzó su experiencia profesional en 1978 como diseñador gráfico. Desde entonces se ha desempeñado como director creativo en empresas editoriales, medios de comunicación impresos, estudios de diseño y agencias de publicidad.



En 1990 fundó Cograf Comunicaciones, en donde se dedica al diseño y ejecución de proyectos de identidad de marcas, imagen corporativa, mercadeo y ventas, atención al cliente y estrategias de comunicación corporativa.

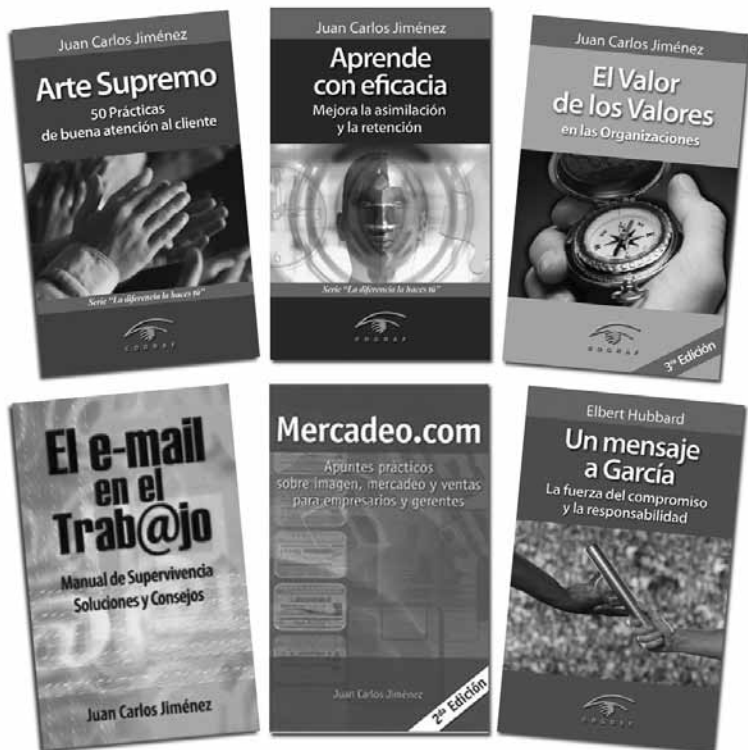
Desarrolla programas de asesoría y formación profesional, dirigidos a promover cultura de atención y servicio al cliente y construcción de equipos de trabajo de alto desempeño, basados en valores de excelencia personal.

Es autor de los libros *Negocios.com*; *Mercadeo.com*; *El e-mail en el trabajo*, *El valor de los valores en las organizaciones*, *Amplía tus oportunidades*, *Arte Supremo*, y *Aprende con eficacia*.

También es co-autor de las publicaciones especiales sobre atención y servicio al cliente: *El arte supremo de la atención al cliente*; *Atiéndame bien*; y *Trabajar y disfrutar en equipo*.

Ha sido profesor invitado de diversas universidades venezolanas sobre mercadeo, comunicaciones estratégicas e Internet.

Constantemente comparte sus ideas y recomendaciones sobre atención al cliente, ventas y planificación estratégica en numerosos talleres, conferencias y eventos corporativos en toda Venezuela.



Publicaciones de Cograf Comunicaciones

Arte supremo. 50 Prácticas de buena atención al cliente.

Aprenda con Eficacia. Mejora la asimilación y la retención.

El valor de los valores en las organizaciones.

(3^{ra} Edición: Octubre 2010)

El e-mail en el trabajo. Manual de Supervivencia.

Soluciones y Consejos.

Mercadeo.com. Apuntes prácticos sobre imagen, mercadeo y ventas para empresarios y gerentes. (2^{da} Edición: Septiembre 2007)

Un mensaje a García. La fuerza del compromiso y la responsabilidad.

www.libroscograf.com

Brindamos apoyo a empresas y organizaciones sociales para que promuevan internamente valores relacionados con responsabilidad individual, excelencia personal, atención y servicio al cliente, comunicación interpersonal, trabajo en equipo, visión de futuro y gerencia del cambio.

Sobre estos temas ofrecemos conferencias, seminarios, talleres, programas de entrenamiento, coaching gerencial, eventos corporativos y diseño de reuniones especiales, a la medida de las necesidades y condiciones de nuestros clientes.

Si desea adquirir ejemplares adicionales de nuestros libros para distribuirlos en su empresa o entre amigos y colegas, ofrecemos descuentos significativos por volumen.

También realizamos ediciones especiales de estos libros, en las que se incorpora el logotipo de su empresa en la portada y un mensaje especial de su organización, firmado por sus directivos o representantes.

Contáctenos:

Cograf Comunicaciones

Av. Fco. de Miranda con Av. Ppal. de Los Ruices,

Centro Empresarial Miranda, Piso 1, Ofic 1K,

Los Ruices, Caracas 1070, Venezuela.

Telf.: (+58 212) 239-5864 / 237-9702.

E-mail: jucar@cograf.com - www.cograf.com

www.cograf.com

www.cursoscograf.com

www.libroscograf.com

www.internetips.com

www.folletoweb.com

cograf.wordpress.com

twitter.com/cograf

www.elvalordelosvalores.com

www.ampliatusoportunidades.com

www.artesupremo.com

Actualmente, muchas empresas se sienten frustradas porque sus actuaciones para estimular e inspirar a sus equipos no logran trascender en el tiempo. Apenas permanecen durante el lapso que requiere anunciar un nuevo beneficio o compensación.

Con frecuencia, no nos percatamos que para tener éxito con el propósito de motivar a nuestra gente debemos enfocarnos en los paradigmas de quienes aspiramos entusiasmar.

Tener más conocimiento sobre el funcionamiento de los paradigmas es un asunto de especial interés para todos. Es un tema que brinda el poder de anticipar las repercusiones de nuestras decisiones para gerenciarlas mejor.

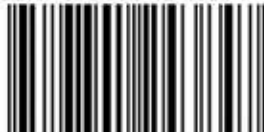
Este libro está dirigido a las personas que deseen tener más efectividad influyendo y proporcionando motivación en su organización, su comunidad, su familia, o a sí mismas.

A través de una lectura, que parece más una conversación, en este libro encontrarás reflexiones prácticas acerca de cómo los paradigmas afectan los resultados de tus planes, objetivos y metas... en la vida personal, laboral, y en la sociedad.

Tomando en cuenta que, cuando de motivación personal se trata lo más difícil no es encender la llama sino mantenerla viva, también hallarás en estas páginas consejos útiles para evitar la parálisis y ceguera paradigmática.



ISBN: 978-980-12-4384-7



9 789801 243847