

La Psicología de las Necesidades Humanas

Lo que aprendí como presidente del club

POR: MELANIE KLINGHOFFER, CC, ALB/ Traducido por: Javier Córdova González

Toastmasters of La Jolla, un club en San Diego, California; es un lugar divertido, amable y seguro para practicar hablar en público y el liderazgo. Su ambiente de apoyo y alentador está diseñado para ayudar a sus miembros a alcanzar el crecimiento personal y lograr su máximo potencial. En julio pasado, ¡los dirigentes del club ejecutaron una estrategia que permitió al club pasar de sobrevivir a prosperar! La membresía se triplicó de 18 a 57 miembros, 84 por ciento de los miembros renovó, y el club logró múltiples premios para los miembros y el club, incluyendo el reconocimiento del Club Distinguido del Presidente.

Nuestra meta en Toastmasters es proporcionar un ambiente de calidad para que los miembros mejoren su confianza en comunicación y adquieran habilidades de liderazgo.

Como presidente del club, he descubierto una conexión entre la construcción de un club de calidad y la teoría de la motivación humana del psicólogo humanista Abraham Maslow. Maslow presenta su teoría como una jerarquía de necesidades. Se inicia con las necesidades de deficiencia (básicas) que deben ser satisfechas en primer lugar (por ejemplo, fisiológicas, de seguridad, sociales, autoestima), antes de que alguien pueda pasar al siguiente nivel. Una vez que se satisface una necesidad, la necesidad deja de funcionar como un motivador y el siguiente nivel más alto de necesidad insatisfecha se convierte en la motivación. Esta progresión continúa hasta que una persona llega al nivel más alto y se motiva para cumplir con sus necesidades de crecimiento (auto-realización).

La Teoría de Maslow

Nuestra meta en Toastmasters es proporcionar un ambiente de calidad para que los miembros mejoren la confianza en comunicación y desarrollen habilidades de liderazgo. ¿Cómo impacta la teoría de Maslow en la calidad del club, el desempeño de liderazgo y en el desarrollo del socio?

1 Necesidades Básicas

Inicia en el nivel fisiológico más básico cuando las reuniones atraen a invitados como resultado de instalaciones cómodas con asientos bien distribuidos y amplio estacionamiento, iluminación brillante, distracciones mínimas de ruido, refrigerios, aire acondicionado y acceso conveniente a los baños. Los invitados buscan clubes que cumplan con estas necesidades básicas, y una vez que estas necesidades se satisfacen, la siguiente necesidad -seguridad- se convierte en el motivador.

2 Necesidades de Seguridad

La seguridad dentro de Toastmasters es una necesidad de conversión y retención. Los invitados se sienten motivados a participar, y los miembros se quedan a practicar discursos en los clubs que apoyan, que son alentadores y psicológicamente seguros. El objetivo en este nivel es estar libre del miedo. Sin embargo, el miedo se dispara, no se elimina, cuando el ambiente del club es negativo y evaluaciones de discursos son críticas al punto de ser emocionalmente perjudiciales. En este entorno,

los invitados no se unirán y los miembros no renovarán la membresía.

Para satisfacer la necesidad de seguridad, los miembros deben ser auténticos y estar abiertos a fomentar una conexión con los demás. La retroalimentación debe seguir la estructura de dar primero comentarios positivos, las áreas potenciales de mejora en segundo y comentarios positivos al final. Una vez que las necesidades de seguridad están satisfechas, los miembros están motivados para continuar a tener sus necesidades sociales satisfechas.

3 Necesidades Sociales

Las necesidades sociales están relacionadas con la interacción interpersonal. Estas necesidades se satisfacen cuando los miembros trabajan juntos como un equipo, forjan amistades e incluyen a todos los miembros e invitados para generar un sentimiento de aceptación, pertenencia y comunidad. Esto se logra a través de juntas divertidas con temas que ayudan a los miembros a que se conozcan entre sí, eventos sociales que establecen camaradería y discursos que no sólo permiten a otros a conocer más al orador, pero también invitan a la unión, que se cultiva a través de la vulnerabilidad. Involucrarse en otros niveles dentro de la organización Toastmasters también llena las necesidades sociales. Una vez que se satisfacen las necesidades sociales, los miembros están motivados para satisfacer sus nece-

sidades de estima.

4 Necesidades de Estima

La necesidad de estima está relacionada con el grado de importancia que una persona se siente. Está ligada a motivaciones internas tales como la autoestima, un sentido de logro y el auto-respeto, así como a motivadores externos tales como estatus, reconocimiento y aprecio. El programa educativo Toastmaster permite a los miembros obtener premios que satisfacen las necesidades de estima, como también desempeñarse como oficiales. Las necesidades de estima también pueden ser satisfechas a través de celebrar el éxito. Mi club celebra con un pastel cuando los miembros ganan premios. Los líderes envían correos electrónicos para reconocer los logros de los miembros. Los miembros dan reconocimientos verbales de alta energía (¡Woo-hoo!) durante las reuniones sobre los hitos del club y la terminación de discursos.

5 Auto-realización

Después de satisfacer todas las necesidades básicas de una persona, la necesidad final es una de crecimiento -auto-realización. En este nivel, las personas alcanzan su pleno potencial humano. Esta necesidad nunca se satisface completamente porque psicológicamente todos continuamos teniendo oportunidades de crecimiento.

A través de Toastmasters, los miembros pueden satisfacer las necesidades de auto-realización, creando más valor para ellos mismos cuando entrenan y son mentores de otros, luchando por los puestos de liderazgo de alto nivel y ayudando a desarrollar estrategias y programas de éxito para el club a través del nivel internacional.

Motivar a miembros e invitados llenando sus necesidades dirige su comportamiento. Se unen, renuevan, ganan premios y mantienen un alto nivel de participación dentro del club y de la organización. ¿Estás satisfaciendo las necesidades de tus miembros? Si no es así, ¡eleva tu liderazgo aplicando estas herramientas de motivación dentro de tu club -empezando ahora! T

MELANIE KLINGHOFFER, CC, ALB

Traducido del artículo, "CLUB QUALITY/ The Psychology of Human Needs" Pág. 26. Revista TOASTMASTER, OCTOBER 2015.

Traducido por: Javier Córdova González, DTM. Miembro del Club Maz Líder, Mazatlán, Sin. jacogo@hotmail.com