

## Invertir en motivación

Ningún trabajador es nada si no está motivado. Cualquier empleado necesita una serie de estímulos que tengan como respuesta una serie de acciones encaminadas a la consecución de un fin empresarial.

Esta serie de estímulos pueden ser tanto internos como externos. Los internos generan una motivación intrínseca, al considerar el individuo que en la propia acción está la recompensa. Se trata del gusto por el trabajo bien hecho, por la satisfacción que da un trabajo que gusta y que llena.



Por otro lado está la motivación extrínseca, es decir, aquella que busca un estímulo externo a la propia acción para que su consecución sea satisfactoria. Es la motivación monetaria, por ejemplo, la que nace del sueldo recibido. Pero también la que nos ofrece el salario emocional y cualquier tipo de activos y valores que la empresa invierte en nosotros.

Es fundamental que la empresa gaste tiempo en conocernos, en saber qué gustos tenemos, qué nos motiva. Será el primer paso para crear una



organización dinámica y eficaz. Porque hemos de tener en cuenta que tras conocer las motivaciones de cada uno de los trabajadores, la empresa ha de unificar todas esas motivaciones y objetivos con los de la propia empresa.

La complejidad del ser humano se enfrenta a los intereses de la empresa. Cada trabajador busca sus propios intereses, satisfacer sus necesidades y actuar según sus motivaciones. La empresa necesita de esa diversidad como un activo fundamental, pero ha de gestionarla para que no dañe sus propios intereses.

Es fundamental invertir en motivación, y que una de esas inversiones es la formación. El desarrollo del trabajador, no sólo como eso, como trabajador, sino también como persona es sin duda un elemento deseable para ambas partes.

El trabajador que observa cómo su empresa invierte recursos en su persona siente sin duda un tipo de motivación especial al sentirse querido y valorado. Sin duda, invertir en motivación es invertir en la propia empresa.

contacte conmigo

y nos ponemos en marcha

o Suscribase para recibir estos Articulos en su Email

Otros artículos que le pueden interesar:

El Camino hacia la Recuperación:  
Consideraciones a tener en Cuenta

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de  
Ventas de un Hotel

Los errores mas comunes del Liderazgo

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen  
director de hotel al brote de coronavirus

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que  
marque la diferencia



## El fin de la Fidelidad tal como la conocemos

Cargar más