

Cómo motivar a los socios del club

Fines

- Saber cuáles son los niveles de motivación en el club.
- Ofrecer sugerencias e ideas para aumentar la motivación en el club.

Orden temático

Este documento contiene varios subtítulos. Cada subtítulo trae lo siguiente:

- Una visión de conjunto que explica los detalles del tema tratado en el subtítulo.
- Una o más ideas y sugerencias para aplicar el tema en el distrito o en el club.
- De ser el caso, la fuente o fuentes de donde se tomó información para el subtítulo.

Visión de conjunto

Los Leones tienen la motivación de servir a la comunidad; sin embargo, hay veces que en un club la motivación de los socios va decayendo. La repetición, falta de participación y falta de interés son los principales culpables de una baja en la motivación.

Este componente de la caja de herramientas les dará indicaciones sobre algunas teorías de la motivación y cómo éstas se pueden aplicar en el club. Al final hay varias sugerencias y un plan de acción para aumentar la motivación de los socios.

Subtítulos

1. Teorías sobre la motivación
2. La jerarquía de las necesidades humanas de Abraham Maslow
3. La teoría en práctica: motivación para movilizarnos
4. Sugerencias para aumentar la motivación

Preguntas más comunes sobre el tema

- ¿Por qué ha disminuido la motivación de los socios en mi club?
- ¿Qué puedo hacer para mejorar la motivación?

Teoría sobre la motivación

Del libro de Douglas MacGregor, *El aspecto humano de las empresas*

En su libro *El aspecto humano de las empresas*, publicado en 1960, Douglas McGregor examinó varios temas de la gestión de recursos humanos y desarrolló dos teorías: la Teoría X y la Teoría Y.

Supuestos de la Teoría Y

- El trabajo, entendido como esfuerzo mental y físico, es intrínseco al ser humano.
- En lugar de necesitar un control externo, amenazas y castigos, el trabajador se controla y se autodirige, identificándose y comprometiéndose con los objetivos de la organización.
- Este compromiso va unido a gratificaciones según el rendimiento, siendo las más significativas las de tipo personal, como la realización y la satisfacción del individuo.
- La imaginación, el ingenio y la creatividad son cualidades comunes a la población en general.

En aquellas situaciones en las que es posible lograr el compromiso a los objetivos, es preferible explicar el asunto por completo para que los empleados entiendan la finalidad de una acción. En estos casos el trabajador se controla y autodirige para hacer un mejor trabajo (seguramente por medio de mejores métodos) que cuando meramente siguen órdenes que posiblemente no habían entendido del todo. Para conseguir esto se necesita que el entorno de la organización sea favorable y positivo, más que coercitivo, y participativo más que autoritario. Los gestores que suscriben la Teoría Y están continuamente buscando formas de desarrollar y mantener este clima positivo.

McGregor reconoce que algunas de las teorías que ha desarrollado son impracticables, pero espera que los líderes siempre tengan presente la teoría fundamental: **las personas contribuirán más a la organización si son tratadas como miembros responsables y valiosos.**

Entendamos los factores de la motivación. El club y usted

Conteste estas preguntas sobre el club y sobre usted.

Sobre el club

- ¿Cuáles son las funciones y proyectos del club que los socios están más dispuestos a llevar a cabo? Los socios parecen auto motivarse para estas actividades.
- ¿Cuáles son las funciones y proyectos del club en los que los socios son más reacios a emprender? Para estas actividades no hay auto motivación. ¿Qué ha hecho el club (o algunos de los socios) para motivar a los compañeros a hacer le trabajo?

Sobre usted

- Trate de recordarse de alguna ocasión en la que estaba ocupado con un proyecto del club que requería considerable tiempo y esfuerzo (una recaudación, una obra de servicio, etc.),

y de repente se puso a pensar y se dijo: ¿por qué estoy haciendo esto? ¿Qué era lo que le motivaba a cumplir con su deber?

- Imagínese esta situación: usted y sus compañeros Leones están en pleno proyecto, que requiere un aporte considerable de trabajo y tiempo. Alguien pregunta: ¿por qué diablos estamos haciendo esto? ¿Cuál sería la respuesta que le daría?

Entendamos el nivel de motivación de los socios del club

Hágase dos preguntas:

1. ¿Qué nivel de destreza y habilidad aportan los socios al proyecto?

- ¿Es una tarea que han cumplido con éxito varias veces antes?
- ¿Es una tarea de rutina, pero importante?
- ¿Hay una conexión directa entre la tarea y lo que los socios hacen en sus trabajos?
- ¿Es una tarea nueva que podría ser un reto a las destrezas y habilidades de los socios?
- ¿Es una tarea compleja que exige nuevos planteamientos y soluciones?

Si la tarea es de rutina o algo que se ha hecho muchas veces, la técnica de motivación que usted necesita emplear debe concentrarse en crear energía y vigor, no en decirles qué tienen que hacer. Si la tarea es nueva, presenta dificultades y obstáculos, se puede motivar a los socios dando un modelo del comportamiento deseado y ofreciendo apoyo emocional.

2. ¿Cuánta voluntad y vigor tienen los socios del club para hacer la tarea?

- ¿Es el proyecto tan rutinario que en vez de presentar dificultades da aburrimiento?
- ¿Tienen los socios la pericia necesaria para hacer la tarea a mano?
- ¿Es la tarea tan interesante y novedosa que hallamos la recompensa haciendo el trabajo?
- ¿Reciben los socios suficientes reconocimientos por el trabajo que hacen?

Si la recompensa la hallamos en la tarea, casi siempre la motivación se logra cuando el líder da las pautas generales y deja que los encargados hagan el trabajo como les parezca. Si los socios son competentes pero están aburridos, el líder del proyecto podría delegar tareas de supervisión a varias personas.

La jerarquía de las necesidades humanas de Abraham Maslow

La jerarquía de Maslow se basa en la teoría de que la automotivación es parte esencial para el desarrollo de las necesidades humanas. En cierto punto, las necesidades físicas y de protección son tan imperiosas que cuando el ser humano se ve amenazado, toda su atención se centra en solventar la situación. Es importante, por lo tanto, que los líderes en el Leonismo tengan conocimiento sobre las necesidades más importantes para la gente. Abraham Maslow organiza

las necesidades humanas en cinco niveles, según una jerarquía de importancia y de influencia.

Primer nivel: necesidades fisiológicas

Estas necesidades son las más esenciales y elementales que todos tenemos, y están directamente relacionadas con la supervivencia y conservación de la vida; por ejemplo, la necesidad de alimento, bebida, abrigo, etc. Otra de las características es que esta necesidad puede saciarse, a diferencia de las secundarias. Mientras no se satisfagan estas necesidades a un grado satisfactorio, no habrá motivación para ocuparse en otras.

Pero una vez que estas necesidades elementales han sido satisfechas, podemos empezar a pensar en las necesidades de nivel superior, que dominarán nuestra atención y proporcionarán motivación, hasta que, solventadas éstas, otras necesidades de otro nivel pasarán a primer plano y nos motivarán. Y así sucesivamente.

Segundo nivel: necesidades de protección

Cuando se satisfacen razonablemente las necesidades fisiológicas, entonces se activan las necesidades de seguridad. Por su naturaleza, el hombre desea estar protegido contra el peligro o la privación, estar libre de peligros y vivir en un ambiente agradable, para él y para su familia.

Tercer nivel: necesidades sociales

Los hombres, como seres sociales, necesitan la compañía de sus semejantes. Buscan comunicarse con otras personas y conseguir amistad. Desean manifestar afecto así como recibir. Además, para sobrevivir, necesitan aliarse; requieren vivir dentro de una comunidad.

Cuarto nivel: el ego o la autoestima

Para toda persona es imprescindible, emocionalmente, sentirse apreciado, estimado, tener cierto prestigio y destacar dentro del contexto de su grupo social. Asimismo, esta necesidad incluye el respeto a uno mismo y el valor propio ante los demás. El hombre, por su naturaleza, necesita ser importante.

Las necesidades de ego pocas veces quedan satisfechas. Las personas tienen un apetito constante por un mayor logro, mayor reconocimiento. Sin embargo, como con las otras necesidades, las de ego solamente motivan el comportamiento una vez que las necesidades de nivel más bajo han quedado razonablemente satisfechas.

Hay ocasiones cuando las personas no satisfacen las necesidades del ego de forma constructiva. En estos casos suele presentarse el comportamiento desorganizador o inmaduro, que podría llevar a los Leones a discusiones acaloradas.

Quinto nivel: necesidades de autorrealización

La autorrealización es un ideal al que todos aspiramos llegar. Se satisface mediante oportunidades para desarrollar el talento al máximo, expresar ideas y conocimientos, verse al exterior y obtener logros personales.

Inventario en el club

La pirámide jerárquica de Maslow nos ayuda a entender cómo motivar a los socios. Apunte sus respuestas a las siguientes preguntas:

1. ¿En qué forma el club contribuye a que los socios satisfagan sus **necesidades sociales**? Por ejemplo, ¿se logra esa satisfacción en las reuniones semanales? ¿Podría ser que menos reuniones surtirían el mismo efecto para los socios que están muy ocupados? ¿Alguna otra observación?
2. ¿En qué forma contribuye el club a satisfacer las necesidades de ego y reconocimiento? Por ejemplo, ¿cuáles son los premios y reconocimientos en el club y en la comunidad que una persona podría recibir por ser socia del club de Leones?

La teoría en práctica: motivación para movilizarnos

1. ¿En qué tarea o proyecto va estar ocupado el club en los próximos tres meses? Podría tratarse de algo rutinario, pero importante, o podría ser un proyecto nuevo. En todo caso, debe ser algo para lo que los socios del club necesitan motivación.
2. ¿Quiénes van a tener que ser motivados para esta tarea? ¿Cuál es el “grupo objetivo” que va a necesitar la motivación: todos los socios, los líderes, los nuevos socios o los socios antiguos?
3. ¿En qué forma podrá satisfacer sus **necesidades sociales** el grupo objetivo al hacer la tarea? Observación: según el grupo objetivo, el satisfacer las necesidades podría no ser el mayor motivador.
4. Al hacer la tarea, ¿en qué forma el grupo objetivo podrá satisfacer **la necesidad de la autoestima**?
5. Habiendo discutido los anteriores factores ¿de qué modos concretos se podrá **movilizar** a los socios a emprender la obra?

Sugerencias para aumentar la motivación

Aumento de la motivación

- **Comparta su entusiasmo.** La buena disposición de ánimo es contagiosa. El sentirse dispuesto a hacer cambios positivos en el club, influirá en la manera como los socios se dispongan a hacer el trabajo. Sea optimista y entusiasta, y los demás socios se sentirán motivados a seguirle.
- **Organice una reunión social con los dirigentes.** Invite a los nuevos socios a una reunión social, informal, con los dirigentes del club. En un ambiente de cordialidad, fuera del entorno formal del club, los socios tendrán mayor soltura para hacerles preguntas a los dirigentes.
- **Sea generoso con los elogios.** Esto es importante para todos los socios, especialmente para los nuevos. Elogiar una buena labor motiva una actitud positiva. Casi siempre, un simple agradecimiento es lo único que se necesita, bien durante una reunión del club o de uno de los comités, bien enviando una nota de agradecimiento o bien con una palabra de

ánimo. Considere la posibilidad de crear una columna de felicitaciones en el boletín o en su sitio Web en Internet, en donde anotaría a los socios que se han destacado por sus contribuciones o sus ideas.

- **Dé hincapié a los programas sociales.** Debemos lograr que los socios participen en las funciones sociales tanto como en los proyectos de servicio y recaudación. Especialmente los dirigentes no deben asumir la actitud de que “estamos por encima”. La sencillez en las funciones sociales, durante reuniones y en todas las demás oportunidades, crea un ambiente de familiaridad. Es importante celebrar las ocasiones felices con los socios y sus familias: cumpleaños, aniversarios, graduaciones, matrimonios, etc. El boletín y el sitio en Internet (si el club tiene uno) son excelentes lugares para comentar sobre todas esas ocasiones especiales.
- **Comunicación abierta.** Para que un club de Leones alcance el éxito, es indispensable contar con un sistema de comunicación, completo y constante. La comunicación de noticias, sucesos, acontecimientos, progreso de trabajos, etc., produce una atmósfera productiva y motivadora. Anime a los socios a contribuir con noticias y tenga a todos informados por medio de las reuniones y artículos en el boletín y las páginas Web.

Dinámica de grupo

- **Indicaciones de la asistencia.** Conviene prestar atención a las indicaciones que nos da la asistencia a las reuniones, pues nos ayudarán a descubrir problemas en la plantilla de socios. La falta de asistencia a las reuniones es la primera señal de falta de interés. Consulte con el secretario el club y repase la lista de los socios que están faltando. Si han faltado a tres reuniones seguidas, llame para preguntar por qué. Mejor aún, visítelos personalmente, así sabrán que usted sí está interesado.
- **La retención de socios es para todos ellos.** Al mismo tiempo que procuramos que los nuevos socios se sientan cómodos y bien recibidos, no debemos olvidarnos de los socios de antigüedad. A medida que transcurre el tiempo, las necesidades e intereses de los socios cambian. A los socios que han estado más tiempo en el club hay que demostrarles que su afiliación es importante para el club. Periódicamente, es conveniente averiguar si están satisfechos.
- **Cambie a los socios de puesto en las reuniones.** Con cierta frecuencia, cambie en las reuniones el lugar de asiento de los socios para que no estén siempre sentados con los mismos compañeros. Así se conocerán mejor.
- **Pídales a los nuevos socios que den la bienvenida.** Hay muchos clubes que tienen la costumbre de tener a uno o dos socios que dan la bienvenida a los demás socios durante las funciones del club, a medida que van llegando. Una buena manera para que los nuevos socios vayan conociendo a todos.
- **Agregue una nota de diversión.** Al animar a los socios a que socialicen unos con otros, escoja a uno para que haga de “León secreto”. En un club en donde todos son amigos y hablan entre sí, eventualmente todos hablarán con el León secreto. Ya cercano el fin de la reunión, pídale al León secreto que señale a los socios que en ningún momento le dirigieron la palabra. El León animador (en muchas partes conocido como tuercerrabos) podría en este momento y con el más fino humor, “cobrarles una multa” a los Leones señalados.

- **Sea Positivo.** Al tomar en consideración hacer cambios en el club, adopte una actitud positiva. Es muy posible que el club está impregnado con viejas costumbres y todos están acostumbrados a hacer las cosas de una cierta manera. Pero esto no significa que no se puede tratar de hacer nada nuevo. El experimento de hoy podría ser la costumbre de mañana.
- **En la variedad está el placer.** Déle un tono de frescura a las reuniones del club, tratando algo nuevo de vez en cuando. Por ejemplo, como se dijo arriba, cambie el sitio de asiento de los socios para fomentar la camaradería con los nuevos socios. Modifique el orden del día de las reuniones, agregando algo diferente o modificando el orden de los puntos que se van a tratar. Por ejemplo, se puede anunciar a los socios que se destacaron por su servicio o que hicieron más de lo se les exigía. Eso sí, anuncie los cambios para que no haya sorpresas.
- **Cambie el sitio de reunión.** Si el club no tiene sede social y celebra reuniones en restaurantes o casas de banquetes, considere la posibilidad de cambiar de lugar ocasionalmente para romper la monotonía.
- **Dé a todos la posibilidad de lucirse.** Distribuya la puesta en marcha de las actividades entre todos los socios. Se sentirán necesarios y tendrán la motivación de trabajar en pro del club y el prójimo.

Fuentes

1. Campaña Presidencial de Retención: Guía de retención de socios, enfoque en la participación, estrategias inteligentes para una participación significativa (referencia PRC-5)
2. Campaña Presidencial de Retención: Guía de retención de socios, enfoque en la dinámica del club, estrategias inteligentes para enfrentar las camarillas y politiquero (referencia PRC-4)
3. www.accel-team.com/motivation/index.html (inglés solamente)