

Sottounità 4.2: Motivazione e perseveranza

Obiettivi di apprendimento

- Identificare e comprendere i concetti di motivazione e perseveranza e le loro sfumature.
- Aumentare la nostra motivazione e perseveranza grazie agli strumenti e alle tecniche fornite nella presente sottounità.
- Pensare e adattare gli obiettivi aziendali ai principi dell'economia circolare.

Definizione

La motivazione e la perseveranza sono due competenze strettamente legate tra loro.

La **motivazione** può essere definita come la capacità di mobilitare le nostre risorse interiori per raggiungere un obiettivo, è ciò che guida il nostro comportamento e imposta le nostre azioni.

Inoltre, la motivazione può essere vista come la ragione per cui facciamo qualcosa, ed è un processo che include aspetti biologici, emotivi, sociali e cognitivi.

Ad esempio, se vogliamo ottenere una promozione sul lavoro, probabilmente imposteremo una serie di azioni per raggiungere il nostro obiettivo:

- **Biologico:** svegliarsi prima per andare al lavoro o per allenarsi su alcuni aspetti che ci aiuteranno a raggiungere il nostro obiettivo.
- **Emotivo:** Lavorare sulle emozioni che possono portarci a ottenere una promozione: essere più pazienti, gestire i rischi con calma e affrontare le crisi controllando i nervi, ad esempio.
- **Sociale:** Lavorare per essere un leader valido e apprezzato, migliorare le nostre capacità di comunicazione e di risoluzione dei conflitti. Migliorare le nostre capacità di lavoro di squadra.
- **Cognitivo:** Aumentare la capacità di attenzione, la capacità di ragionamento e le funzioni esecutive (concentrazione, pianificazione, gestione del tempo, ecc.), ad esempio per adattarsi ai requisiti del lavoro.

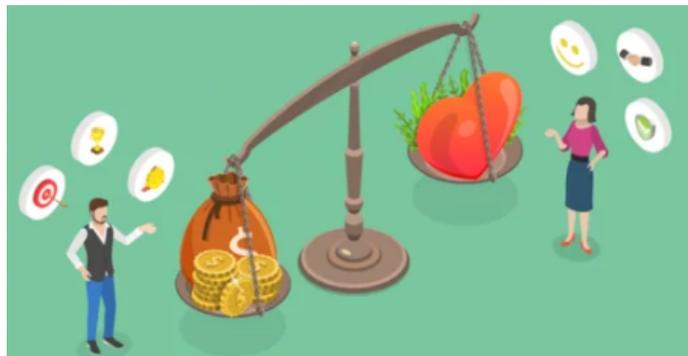
Faremo una distinzione tra motivazione intrinseca ed estrinseca.

La **motivazione intrinseca** si verifica quando svolgiamo alcuni compiti per il solo piacere di realizzarli; non abbiamo bisogno di alcuna ricompensa o fattore esterno per realizzarli. In questo caso, la nostra soddisfazione deriva dall'attività stessa.

Per esempio, andare a nuotare ogni fine settimana perché ci piace.

Al contrario, la **motivazione estrinseca** si ha quando si realizzano compiti e si esegue un comportamento per ottenere qualcosa che si desidera (ricompensa) o perché si vuole evitare una punizione.

Ad esempio, facciamo i compiti perché vogliamo evitare una punizione da parte dell'insegnante (ad esempio esercizi supplementari).



Le componenti principali della motivazione sono tre: attivazione, perseveranza e intensità.

L'attivazione è la decisione di iniziare qualcosa, di avviare un comportamento per raggiungere un obiettivo.

La perseveranza o persistenza è la capacità di andare avanti nonostante gli ostacoli che possono e dovranno presentarsi sul nostro cammino.

L'intensità è la forza che mettiamo nel perseguire l'obiettivo, lo sforzo che facciamo. Può essere una piccola intensità con una piccola azione al giorno o un'alta intensità, con molteplici azioni e comportamenti per raggiungere il nostro obiettivo.

Le tre componenti sono essenziali per la motivazione, ma una delle più decisive è probabilmente la perseveranza. Tutti prendiamo la decisione di iniziare qualcosa, ma il più delle volte non siamo abbastanza perseveranti da andare avanti lungo i giorni e attraverso le difficoltà che possono presentarsi. Anche l'intensità è fondamentale, ma anche comportamenti e azioni di piccola intensità possono portare al successo se vengono portati avanti, cioè se si persevera e non ci si arrende.

Linee guida di EntreComp

EntreComp ci dà il seguente suggerimento:

"Rimanete concentrati e non arrendetevi".

Come?

- Siate determinati a trasformare le idee in azione e a soddisfare il vostro bisogno di realizzazione.
- Siate pronti a essere pazienti e a continuare a cercare di raggiungere i vostri obiettivi individuali e di gruppo a lungo termine.
- Essere resistenti alle pressioni, alle avversità e ai fallimenti temporanei.

Competenza passo dopo passo

1. Rimanere guidati.
2. Siate determinati.
3. Concentratevi su ciò che vi mantiene motivati.
4. Essere resilienti.
5. Non arrendetevi.

Metodologie e strumenti

1. Come allenare la motivazione.

- **Tenete presente che la motivazione è una componente psicologica.**

Si può essere motivati anche se non si possiede nulla di materiale e si è nella più profonda povertà e, al contrario, si può mancare di motivazione anche se si hanno in mano tutte le chiavi per raggiungere il proprio obiettivo. Il fatto è che le persone che hanno successo non sono le più ricche o le più intelligenti, ma quelle che vanno avanti nonostante i fallimenti, le avversità e le difficoltà.

- **Suddividete i vostri obiettivi in obiettivi minimi e intermedi.**

Se avete in vista solo un obiettivo complicato e a lungo termine, vi sembrerà irraggiungibile e vi scoraggerete facilmente. Se vi prefiggete piccoli obiettivi intermedi e un calendario a breve/medio termine per raggiungerli, sarete in grado di realizzarne alcuni e questo vi darà la sensazione di averli raggiunti. Questo è molto importante perché vi spinge a continuare perché lo percepite come una piccola vittoria.

- **Considerate i fallimenti come una parte normale del successo.**

Nessuno inizia qualcosa e ha successo all'istante; ci sono molti fallimenti, dubbi, delusioni, stanchezza e stress. Il problema è che spesso non vediamo i passi precedenti al successo di altre persone, ma solo la parte dorata. Quindi, continuate a ricordare che i fallimenti e gli errori fanno parte della strada verso il successo e ci permettono di imparare e migliorare.

- **Visualizzate il vostro obiettivo.**

A volte i nostri obiettivi sembrano lontani e irraggiungibili e perdiamo di vista il percorso. Oltre ai passi precedenti, disegnate un'immagine di voi stessi che raggiungete il vostro obiettivo con tutta la gioia e i benefici che vi porterà. Cercate di renderlo il più attraente possibile e che generi in voi emozioni profonde. Quando avrete dei cali, guardate questa immagine e li sentirete di nuovo, ricordandovi perché state facendo tutti quegli sforzi e sacrifici.

Come trasformare i vostri obiettivi in obiettivi S.M.A.R.T?

Il più delle volte tendiamo a fissare obiettivi generici e ambiziosi, che si traducono in un prevedibile fallimento a causa della mancanza di dettagli relativi al perché, al cosa, al come, al quanto e al quanto descriviamo per quegli obiettivi. Il metodo di trasformazione degli obiettivi non specifici in obiettivi SMART è uno strumento che ci permette di essere più concreti, quindi molto più performanti e, in questo modo, di raggiungere il nostro obiettivo. Vediamo come funziona:



S come Specifico: Cosa vogliamo fare? Cosa dobbiamo fare? Come lo faremo? Gli obiettivi devono essere molto concreti e rispondere chiaramente a queste domande.

M come Misurabile: A questo proposito, dobbiamo stabilire dei numeri: quantificare l'obiettivo, anche se facciamo scenari diversi, è fondamentale per monitorare l'evoluzione del nostro lavoro e vedere se siamo più o meno vicini a raggiungere l'obiettivo.

A come (achievable)Realizzabile: Possiamo davvero raggiungere questo obiettivo con le risorse che abbiamo? È un obiettivo realistico che il nostro team può raggiungere? Stabilire obiettivi irraggiungibili è un errore frequente che, oltre allo spreco di risorse, ha effetti collaterali negativi come frustrazione, perdita di motivazione del team, mancanza di fiducia nell'azienda e nelle capacità dei dipendenti, ecc.

R come Rilevante: Cercate di vedere il vostro obiettivo e la ragione d'essere dell'azienda. Sono coordinati? Il vostro obiettivo aggiunge valore e aiuta l'azienda a perseguire la sua visione?

T come Time-bound: Collegare l'obiettivo a una data, un calendario con obiettivi più piccoli, se necessario. Questo aiuterà a mantenere la rotta verso l'obiettivo e a monitorare le deviazioni.

Applicazione dell'economia circolare

Nell'attività pratica che segue, descriverete i vostri obiettivi S.M.A.R.T. Ricordate che l'economia circolare è essenziale per il futuro del nostro pianeta. Nel definire i vostri obiettivi, considerate come integrare i principi dell'economia circolare descritti in precedenza. La promozione dei principi dell'economia circolare e della sostenibilità ha un impatto positivo sul pianeta, sia a livello locale che mondiale. Si tratta di un aspetto che può essere utilizzato per promuovere il marchio e fornire un vantaggio comparativo, dato che sempre più persone si preoccupano della sostenibilità e dei cambiamenti climatici. Di seguito è riportato un esempio da cui trarre ispirazione.

Attività pratica: **Obiettivi SMART**

Obiettivo: Sviluppare le capacità di gestione attraverso la definizione di obiettivi specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e vincolati nel tempo per scopi personali e professionali.

Materiali: scaricate [qui](#) il modello dell'attività.

Tempo: 15-30 minuti.

Metodologia:

1. Scrivete il vostro obiettivo e stabilite *perché* siete motivati a raggiungerlo. Questo vi aiuterà a ricordare il motivo per cui avete iniziato questa avventura quando avrete dei cali.
2. Identificate due o tre fattori interni ed esterni che possono influenzare negativamente la vostra motivazione e perseveranza. Scrivete una possibile soluzione per superarli.
3. Obiettivi SMART. Scrivete il vostro obiettivo così come vi viene in mente. Poi, trasformatelo in un obiettivo SMART tenendo conto dei principi dell'economia circolare.

Prendiamo il seguente esempio:

1. **Obiettivo:** voglio aprire un negozio di fiori. **Perché** (motivazioni): Perché amo creare fiori fin da bambina e mi piace molto. Inoltre, preferisco avere un negozio mio perché sono libera di

lavorare alle creazioni che voglio e proporre una selezione di bouquet creati da me. Voglio guadagnare dalla mia passione.

2. Fattori **interni** che possono influenzare la mia motivazione e/o perseveranza:
 - a. La mancanza di denaro e le scarse vendite all'inizio possono influire sulla mia motivazione e farmi abbandonare.
 - b. Sono molto sensibile ai commenti e se le persone criticano o non comprano spesso i miei prodotti, posso sentirmi rapidamente scoraggiata.
- Fattori **esterni** che possono influenzare la mia motivazione e/o perseveranza:
- a. Se ricevo poche visite al negozio, ciò influisce sulla mia capacità di perseverare nella creazione di nuovi design per le persone.
 - b. Il contesto di crisi globale con inflazione e bassi consumi può farmi dubitare della mia decisione di avviare un'attività.

Possibili soluzioni per superarlo:

Fattori interni:

- a. Pianificate le vendite stimate mensilmente per il primo anno e create tre scenari: il peggiore, il medio e il migliore. Stabilite quante vendite dovrete realizzare per mantenere l'attività e considerate che il primo anno sarà probabilmente il più difficile dal punto di vista finanziario. Se vi informate e verificate che non essere redditizi nelle prime fasi è normale, vi sentirete più sicuri e cercherete di raggiungere il "livello di equilibrio" (non perdo soldi, ma non sto ancora facendo profitti).
- b. Quando iniziate la vostra attività, potete pensare che ogni critica al vostro prodotto sia diretta a voi. È fondamentale prendere le distanze dai commenti e rendersi conto che è normale commentare i prodotti. Se i commenti sono negativi, cercate di scriverli e analizzarli per migliorare alcune caratteristiche in futuro. Prendete i commenti come una possibilità di crescita, non come un attacco, e andate avanti!

Fattori esterni:

- a. Se ricevete poche visite, dovete trovare un modo per ottenerne di più. Non dovete lasciarvi scoraggiare se alcuni eventi influiscono sulla vostra attività, ma cercate invece di reagire il più velocemente possibile per ribaltare la situazione. Come posso attirare l'attenzione sul mio negozio di fiori? Fate un elenco delle idee che avete, ad esempio: concorsi, sponsorizzazioni, pubblicità, ecc.
 - b. Se non avete ancora avviato la vostra attività, tenete conto di questo contesto e riflettetelo nelle vostre previsioni di vendita per valutare se l'impatto è troppo grande perché la vostra attività sia redditizia. Se avete avviato la vostra attività, cercate di capire su quale curva di previsione vi trovate (vendite basse, medie o alte) e cercate di capire come raggiungere il punto di equilibrio (curva delle vendite medie).
1. Scrivete il vostro obiettivo e trasformatelo in S.M.A.R.T.

Obiettivo: Aprire un negozio di fiori. → **S.M.A.R.T:**

- **Specifico:** Il mio obiettivo è quello di aprire un negozio di fiori nel centro della città di Valladolid e diventare un punto di riferimento per le decorazioni di cerimonie (matrimoni, battesimi, comunioni,

ecc.). Offriremo composizioni floreali creative ed eleganti, in parte basate su fiori coltivati localmente, e faremo campagne di comunicazione attraverso Facebook e Instagram, nonché attraverso la sponsorizzazione di eventi locali, grazie alla negoziazione e agli accordi con enti pubblici e ONG locali (ad esempio, borse di studio pasquali, ecc.).

- **Misurabile:** Raggiungerò tra 1.060 e 1.300 vendite di composizioni floreali.

- **Raggiungibili:** Abbiamo fissato obiettivi intermedi di 80-100 vendite al mese da gennaio a marzo e da settembre a dicembre, e obiettivi di 100-120 vendite mensili da aprile ad agosto. Di seguito proponiamo due scenari: Vendite L, che corrisponde a scenari di vendita inferiori, e vendite H, che si riferisce a scenari di vendita superiori.

Mese	Ge nna io.	Feb brai o.	Mar.	Apr.	Mag gio.	Jun.	Jul.	Ago sto.	Sett em bre.	Ott obr e.	Nov.	Dic.	Total e
Vendite L	80	80	80	100	100	100	100	100	80	80	80	80	1060
Vendite H	100	100	100	120	120	120	120	120	100	100	100	100	1300

- **Rilevante:** Questo obiettivo è stato raggiunto dopo un'indagine di mercato che ha evidenziato la presenza di pochissimi negozi di fiori che non offrono composizioni floreali speciali o creative. Inoltre, importano fiori da altri Paesi, con un impatto ambientale molto elevato. La città ha molte celebrazioni locali che prevedono decorazioni floreali. Consegneremo i fiori in bicicletta per ridurre le emissioni di anidride carbonica. L'acquisto di fiori locali ci permetterà di migliorare l'economia locale e di promuovere il nostro marchio come impegnato nei confronti della comunità locale e dell'ambiente.

- **Tempi:** entro la fine del primo anno.

Suggerimenti sui materiali didattici

Slow flower: tutta la bellezza dei fiori freschi recisi, senza effetti nocivi sull'ambiente:
<https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/good-practices/slow-flower-all-beauty-fresh-cut-flowers-without-harmful-effects-environment>

Perché fallire è una parte importante del successo:

<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/07/18/why-failing-is-an-important-part-of-success/>