

LA PSICOLOGIA I L'ECONOMIA

Definiríem com necessitat: allò de què hom no pot prescindir.

Els humans satisfem les nostres necessitats mitjançant productes.

Per tant sabem que un producte és un bé o servei o la combinació d'ambdós.

L'any 1943 Abraham Maslow va escriure el llibre "A Theory of Human Motivation", on formula la teoria sobre les necessitats humanes i ens diu que el ser humà té una tendència a satisfer la part baixa de la piràmide (necessitats bàsiques) i un cop assolides va pujant els diversos esglaons de l'escala.

La piràmide és dividida en cinc parts, les quatre primeres se poden agrupar com "deficit needs" = necessitats de déficit, i el nivell superior l'anomena "being needs" = necessitats de ser, també anomenades necessitats de creixement o autorrealització.

Necessitats bàsiques, també s'anomenen fisiològiques, són les que és necessiten per sobreviure. Podem citar com exemples: la necessitat de menjar, beure, respirar, dormir...

Necessitats de seguretat i protecció, sorgeixen quan gran part o la totalitat de les fisiològiques han arribat a un compliment, la seva necessitat és sentir-se protegit i segur. Exemples serien la seguretat física, de salut, seguretat de recursos (com educació o sanitat), la necessitat de protecció dels béns o per part de la família...

Necessitats socials: són aquelles relacionades amb el context social, com la necessitat d'amistat (tenir amics), de sentir-se acceptat en un grup (jugar en un club de fútbol, cantar en una coral...) o acceptació social (ser del club d'escacs...)

Part d'aquestes necessitats es satisfan amb serveis o activitats econòmiques (activitats esportives, culturals...), és la necessitat de formar part de quelcom, de sentir-se integrat.

Necessitats d'estima: En el llibre de Maslow en diu que hi ha dos tipus d'estima, la primera és la estima a un mateix i les emocions que aquesta incorpora com la confiança, la competència,

TASTETS D'ECONOMIA, NÚMERO 2: LA PSICOLOGIA I L'ECONOMIA.

PROFESSORA: CINTA ACCENSI MARTÍNEZ

la llibertat, o ser independència..., la segona és l'estima cap als altres, la necessitat de reconeixement, de tenir un estatus social, fama, dignitat...

En la cúspide de la piràmide hi trobem l'**autorrealització**: és la necessitat psicològica de nivell més alt del ser humà, s'aconsegueix quan les inferiors estan assolides en gran part o en la seva totalitat.

Maslow en el seu llibre anomena un conjunt de persones, de les quals dedueix per la seva bibliografia que han arribat al punt àlgid de la seva teoria, i anomena noms com: Abraham Lincoln, Gandhi, Albert Einstein, Eleanor Roosevelt...etc.

No cal tenir un compliment del 100% de l'esglaió per passar a un nivell superior.

Per assolir aquesta teoria, anem a exposar un cas de Marketing, que va aconseguir que les vendes d'un producte, en aquest cas Gasolina Repsol Premium, és desapareixin durant la campanya i van aconseguir una posició de diferenciació de la marca, sent totalment un èxit.

L'anunci comença explicant la teoria del Maslow, i la exemplifica amb combinacions d'imatge, text i so. Podem veure:

- Necessitats fisiològiques: la neteja, el cotxe és rentat.
- Necessitats de seguretat: la protecció, tindre un garatge per estar protegit.
- Necessitats socials: sentir-se acceptat en un grup, estar en un multicines amb més cotxes.
- Necessitats d'estima: el reconeixement, ser exposat en una concessionaria, o en un panel a la carretera.
- Necessitat d'autorealització: Finalment el cotxe se sent realitzat quan li posen la millor gasolina del món, segons l'anunci:Repsol Premium.

Per tant hem de tenir en compte que les necessitats evolucionen amb el pas del temps, imaginem el regal dels reis, de petits volíem jugquets, en l'adolescència volem maquinària tecnològica, en la fase d'adult volem un cotxe...de tal manera que relacionem directament la necessitat amb la motivació de la persona, ja que tota necessitat ve motivada o impulsada per quelcom.

**TASTETS D'ECONOMIA, NÚMERO 2: LA PSICOLOGIA I L'ECONOMIA.
PROFESSORA: CINTA ACCENSI MARTÍNEZ**

Com a últim exemple il·lustratiu, cal pensar, en un diumenge d'hivern per la tarda, hi ha derbi, Reial Madrid contra Barcelona, a la mitja part, veiem un anunci de Telepizza, que ens ha fet l'anunci? Ha fet néixer en nosaltres una necessitat, en aquest cas bàsica ja que parlem de menjar, volem pizza, i ens ha motivat a actuar, agafem el telèfon i la demanem.

Evidentment seria una necessitat motivada per l'impuls com a conseqüència d'un anunci publicitari, però reflexa els conceptes teòrics d'aquest article "necessitat" i "motivació".

Concloem, amb una reflexió, cal pensar en quines necessitats tenim i com hem evolucionat, per exemple:

- A.) Com a necessitat fisiològica podem comparar l'actitut d'un negret de l'Àfrica que ve a passar l'estiu a Catalunya i quan veu que l'aigua surt de una aixeta és torna boig, ja que ell ha de recorre cada dia 5 quilòmetre per tenir aigua. el nostre nivell d'autoestima, ens dirà el grau d'acompliment de les necessitats d'estima, i les necessitats d'autorealització, cal pensar si algun cop, en algun moment del temps, l'hem assolit.
- B.) Exemple de protecció podria ser instal·lar una alarma en una casa, o quan som petits i anem de la mà del pare o la mare, sentint-nos protegits.
- C.) En les socials, pertànyer a un club de fútbol, o una associació de escacs....
- D.) Les de estima: ser una persona independent, amb caràcter, carisma...definiríem el talant i la necessitat d'autoestima alta.
- E.) Autorrealitzat: imagineu el vostre institut, va estudiar allí sent adolescent, aquell primer dia us sentiu autorrealitzats quan el director us presenta, tot emocionat dient que sou un antic alumne del centre i que està molt satisfet.

Us animo a fer el vostre llistat, resulta enriquidor veure com evolucionem. Finalment podreu comprovar que la teoria de Maslow funciona!