

Valor para emprender (PRIMERA PARTE)

¿Nos preparamos integralmente a la hora de emprender? Tenemos en cuenta aspectos técnicos y de gestión, e incluso físicos - cuidando nuestra salud - y qué pasa con los aspectos psicológicos, de equilibrio personal y emocional?

“EMPRENDER (definición de la RAE).- Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Estoy de acuerdo con esta definición, emprender es una actividad de riesgo para la que hay que estar magníficamente preparado.

Emprender es crear una empresa con el objetivo de tener éxito, ganar dinero y construir algo que permanezca en el tiempo, pero lleva asociados el riesgo y la incertidumbre de no saber a priori cual va a ser el resultado de nuestra inversión y esfuerzo. Se manejan muchas variables y por tanto, se generan muchas dudas.

Además del imprescindible plan de negocio, emprender necesita de otros elementos cuyas claves residen en el propio emprendedor y que tienen que ver con habilidades personales, sociales e incluso con el estado de ánimo: Creatividad; gestión de la incertidumbre; gestión del estrés; comunicación con colaboradores, socios e inversores; auto-motivación y motivación de otros; tener y generar confianza; coraje; y un estado de ánimo de ilusión. Porque al emprender ponemos en juego no solamente lo que tenemos, sino también lo que hacemos y lo más importante: lo que somos, en pos de una idea.

Tim Gallwey, autor del libro “El juego interior del tenis”, expresa lo siguiente:

“En todo esfuerzo humano hay dos terrenos de juego: el exterior y el interior. El juego exterior se realiza en un campo externo, para superar obstáculos externos y para alcanzar una meta externa. El juego interno tiene lugar en la mente del jugador y se juega para superar obstáculos como el miedo, las dudas sobre uno mismo, las pérdidas de la concentración y las creencias limitantes. El juego interior se juega para superar los obstáculos que nos auto-imponemos y que impiden a un individuo o a un equipo el acceso a su máximo potencial”

Porque la habilidad de confiar en nosotros mismos y de producir un pensamiento y actitud positiva hacia lo que estamos haciendo, no solo nos va a proporcionar la motivación y energía imprescindibles para hacer lo que esté en nuestra mano por el éxito en la empresa, si no que ayudará también a crear un ambiente positivo y colaborador en nuestro entorno. Es decir, no estamos hablando de algo interesante para hacer si tengo tiempo, sino de algo tan esencial para el éxito como tener un plan de negocio.

Una vez leí (lo siento, no recuerdo al autor de la frase) que si tratáramos a nuestros amigos como lo hacemos con nosotros mismos, a estas alturas todos nos habrían dado la espalda. ¿Nos reconocemos en éstas frases? “vaya metedura

de pata que he tenido, ni el burro más grande lo hubiera hecho peor”, “otra vez he vuelto a fracasar”, “no estoy hecho para aprender un idioma”, “ha sido cuestión de suerte, hasta mi abuelo hubiera podido hacerlo”, “¿Para qué te metes en esto si no tienes ni idea?”... y muchas otras más duras y con un vocabulario más grueso. ¿Nos planteamos “ayudar” a un amigo utilizando esas frases? ¿Pensamos que así nos ayudamos a nosotros mismos? Aunque por otra parte ¿podemos evitarlas fácilmente?

Aquí es donde “entra en juego” el coaching como un proceso que nos ayuda en nuestra transformación para construir una dinámica interior positiva (conversaciones), para desarrollar una actividad productiva y finalmente alcanzar los resultados deseados.

El coach asiste y acompaña - “cataliza” - en el proceso de transformación que realiza el cliente, por tanto no es un Mentor -no da consejos-, tampoco es un Consultor -no diseña soluciones-, ni un psicoterapeuta -en coaching el cliente es un ser completo y capaz-, ni tampoco un Confesor. Entonces... ¿Por qué funciona el coaching? ¿cómo provoca el cambio y el aprendizaje necesarios?

El coaching surge en el espacio de colaboración creado entre el coach y el cliente (también llamado coachee), en un plano de igualdad, donde el coach es experto en el proceso, sus herramientas y técnicas, y el cliente es el experto en su vida, -la que tiene y la que le gustaría tener- es un ser creativo y con recursos, y conoce sus miedos y limitaciones. Combinando reflexión y acción, el coaching mira hacia el futuro y se realiza para obtener resultados. Son varios los elementos que a mi juicio juegan un papel fundamental y confieren al coaching su eficacia.

Proporciona un espacio para la introspección basado en la confidencialidad, sinceridad y sintonía coach y el cliente, sobre el cual se construye el cambio personal.

Se basa en el compromiso. El coaching es un contrato que adquiere el cliente, comprometiéndose con su meta y con su aprendizaje.

Construye una visión empoderadora e inspiradora. La misión del proceso de coaching es que el cliente alcance una meta en el ámbito de su vida que quiera desarrollar, ya sea la auto-confianza, las habilidades interpersonales, la comunicación, la credibilidad u otra. La meta se explicita durante el propio proceso y en todo momento el cliente controla el proceso de coaching y hacia donde quiere enfocarlo. Además, la visión (meta) es un compromiso que contrae el cliente consigo mismo. Sirve de referencia y le permite discriminar con precisión el camino que ha de recorrer en su proceso de coaching. Le ayuda a visualizar lo que debe aprender y lo que debe desaprender, lo que debe empezar a hacer y lo que debe dejar de hacer, que creencias sobre él mismo, sobre los demás y sobre el mundo le ayudan y cuáles son un obstáculo.

Carlos Martínez