

Valor para emprender (SEGUNDA PARTE)

Es un plan de acción. Simplificando al extremo, un proceso de coaching consiste en la ejecución de un plan de acción. Es un vehículo que nos lleva desde donde estamos hasta donde queremos llegar, de hecho el término Coach proviene de los carruajes de Kocs – ciudad húngara – que, en el s. XVI, se tradujo al español como “coche”. Para cumplir su misión el coach dispone de múltiples herramientas y técnicas que surgen de campos muy diversos: desde la Psicología al Management, pasando por la Filosofía y el mundo del Deporte - entre otros.

Persigue un aprendizaje transformacional. Tener información no es equivalente a conocer, y a su vez conocer no equivale a saber-hacer. No basta con ir a una presentación, leer un libro o atender un curso, para aprender algo, especialmente cuando hablamos de habilidades intangibles. El ciclo del aprendizaje se resume en pasar de ser “inconscientemente incompetente” a ser “inconscientemente competente”. Tomar consciencia acerca del área de incompetencia es dar el primer salto: No puede mejorarse o cambiar algo que se desconoce. El segundo salto consiste en adquirir la competencia. El tercero es ejercer las nuevas habilidades de forma consciente, y persistente, hasta que las realizamos ya sin pensar. He utilizado la palabra “dar el salto” para expresar la idea de riesgo y la idea de decisión. El cliente ha de decidir asumir el riesgo que comporta el aprendizaje, y lo decide porque quiere alcanzar una meta.

Las conversaciones interiores suceden todo el tiempo, también cuando estamos dando un salto. De las características de estas conversaciones dependerá si damos el salto. Y cada salto puede tener sus propias conversaciones: “no entiendo que no recurran a mí si saben que mi puerta está siempre abierta” ó “yo no valgo para interesarme por las necesidades de los demás, si necesitan algo ya hablarán conmigo” ó “¿seré capaz de acercarme a los demás? ¿qué van a pensar?” ó “yo soy así y no puedo cambiar ahora” ... El coach asiste al cliente en todo este proceso según las características de cada “salto”. Al ser el cliente el motor de su propio desarrollo, el papel del coach es ayudarle a que vea lo que no está viendo, a que analice cuáles son los pensamientos, emociones y acciones que le llevan a obtener los resultados que está obteniendo y a que desarrolle nuevas estrategias en línea con su meta y compromiso de desarrollo.

Por otra parte, dice Rafael Echeverría en su libro Ontología del lenguaje: “Los estados de ánimo viven en el trasfondo desde el cual actuamos.”. Lo que sentimos, nuestras conversaciones y lo que hacemos está condicionado por nuestro estado de ánimo. Si tomamos consciencia de nuestro estado de ánimo y los elementos sobre los que se fundamenta (juicios, historias, eventos pasados,...etc) estamos en condiciones de actuar para modificarlo, aprendiendo a hacerlo.

El coaching es un servicio con una demanda en continuo crecimiento por su eficacia: Se percibe como un plan de acción para el desarrollo. Según estudios de la ICF (International Coach Federation), entre las principales razones por las que se contratan servicios de coaching se encuentran las de incrementar la auto-estima y la auto-confianza; mejorar las habilidades interpersonales y de comunicación; mejorar la capacidad personal de organizarse y la gestión de personas e influencia. Y referente a la satisfacción: prácticamente la totalidad (99%) de los clientes indicaron su satisfacción (en mayor o menor grado) con la experiencia. Lo que demuestra la capacidad de aportar valor al emprendedor que tiene el coaching.

Emprender es una tarea de riesgo que exige mucho en todos los aspectos, fundamentalmente tener valor para emprender, entendido como valentía y como cualidades. Gestionar el riesgo y el distrés (estrés negativo), tener el coraje para no renunciar ante resultados negativos, saber comunicar la idea y entusiasmar tanto a socios e inversores como a colaboradores, creer en uno mismo, desarrollar unas conversaciones interiores productivas, no dejándose sabotear por esas voces que dicen “no puedes”, “no lo mereces”, “no sabes”..., y generar un estado de ánimo adecuado, son cualidades que van a marcar la diferencia en los resultados que se obtengan y también en como se recorra el camino, porque ¿quién dice que emprender ha de ser un calvario?

“El coaching es para aquellos que no desean despertarse dentro de diez años pensando en lo que podrían haber hecho o haber sido.” - Montse Cascalló (coach deportivo)

Carlos Martínez