



El modelo de las expectativas o cómo las personas nos motivamos a emprender acciones para alcanzar una meta si creemos en el valor de esa meta y si descubrimos nuestra capacidad para alcanzarla

Elena Pérez-Moreiras,

Miembro del Grupo de Trabajo de Psicología y Coaching del Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. Psicóloga-coach y socia-directora de RH Asesores.
eperez-moreiras@gruporh.com

*H*oy he tenido mi segunda sesión con Elvira, una profesional que se encuentra en un momento difícil. Hasta hace tres años trabajaba para una gran empresa constructora, ocupando un puesto de responsabilidad en el área técnica, pero después de varios ERE's le comunicaron que ella sería una de las afectadas en una nueva reducción.

Tras el primer *shock* su reacción fue: «Bueno, soy buena profesional y seguro que encontraré otras oportunidades». Después del despido decidió dedicar un par de meses a descansar y a pensar qué hacer en el futuro. Pasó el verano, los niños volvieron al cole y ella se puso «manos a la obra» para encontrar un nuevo empleo. Pasaron los meses y nada. La confianza que tenía en sí misma empezó a flaquear. Había escrito a un montón de empresas y respondido a otros tantos anuncios, había recurrido a todos sus contactos, se había inscrito en todas las redes sociales, y nada. Después de más de dos años había decidido apuntarse a un curso para emprendedoras. La idea de montar algo por su cuenta nunca estuvo en sus planes pero se sentía con el compromiso ante su familia de hacer todo lo posible por volver a trabajar.

El día que comenzamos le pregunté: «¿Qué sería para ti un reto extraordinario conseguir con este proceso de coaching?». Ella me contestó: «No sé qué decirte. Se supone que estoy aquí para idear y poner en marcha un proyecto profesional como autónoma, pero después de los dos meses transcurridos hay momentos en los que lo veo factible y otros en los que siento que no tengo las capacidades necesarias». Yo le digo: «¿Y eso?». Ella continúa: «Mira, yo soy una buena técnico, he dirigido personas y me he tenido que pelear con todo bicho viviente para conseguir rentabilizar mi presupuesto. Pero por más vueltas que le doy creo que hay algo que me va impedir tener éxito ahora. Creo que yo no sirvo para montar un negocio; promocionar y vender nunca se me ha dado bien. Ya te comenté que durante estos años en paro, alguna vez he colaborado con una amiga que tenía

un pequeño estudio en el que hacíamos reformas y no se me ha dado mal visitar a los potenciales clientes, ir a ferias con ella, visitar alguna que otra empresa... pero siempre en su compañía y a gente conocida. Otra cosa es hacer esto sola, creo que no voy a ser capaz».

«Me dices que en este tiempo has visitado clientes y has asistido a ferias... Háblame un poco más de ello...». «Pues mira -respondió-, la primera fue al poco de estar yo en paro. Ana me propuso hacer varias visitas y me pidió que la acompañara a una feria de mobiliario. Ella insiste en que tengo madera para ganarme la confianza de la gente, que mi experiencia con proveedores y personal durante tantos años me ha dado capacidad para las relaciones y que eso es lo principal para vender». «¿Por qué crees que ella puede pensar así? -le digo-. «Cuando me presentaba a sus conocidos me parecía muy agradable conversar con ellos, hablar de mi experiencia en las obras y en qué aspectos yo creía que había que insistir para que un proyecto diera buenos resultados. La gente parecía encontrarse bien con mis reflexiones y atendía bastante concentrada a lo que yo decía. ¡Me gusta tanto mi trabajo que creo que expreso esa pasión con facilidad!». «Y ¿cómo crees que esa expresión de pasión influye en la gente que te escucha? -le pregunto-. «Pues creo que a la gente le gusta. Me preguntan detalles, me hacen preguntas sobre cuánto tiempo hice todo aquello, en qué países, cómo me las ingeníé para hacerme un hueco en un mundo mayoritariamente masculino». «¿Crees que les inspiras confianza?», pregunto... «Sí, creo que sí...», responde.

Mi trabajo hasta ahora ha sido seguir ayudando a Elvira a encontrar evidencias en su propio comportamiento de su capacidad para ganar la confianza de las personas, y a partir de ahí no le ha costado analizar qué hace que ella se decida por un profesional u otro a la hora de contratar un servicio. Entonces ha descubierto que no está tan lejos de poder vender. Sus valores de rigurosidad, capacidad de relación, pasión por lo que hace y valentía, que tanto le habían ayudado a alcanzar otras metas en su vida, ahora la capacitaban también para acometer un nuevo reto, venderse a sí misma.)