

Capítulo 4. La visión emprendedora

En el lenguaje empresarial, la estrategia, y más concretamente la planificación estratégica, trata de las cuestiones vinculadas con lo que hay que hacer para conseguir algo. La misión de empresa sería aquello para lo que trabajamos, y la visión, aquello que queremos ser, los recursos, etc.

Para el proyecto de un emprendedor-empresario, resulta vital saber identificar qué desea lograr ser. Qué va a ser y concretar aquello que va a hacer, es lo que le va a convertir en aquello que desea ser.

Pero ¿qué es la visión emprendedora?

De manera simple podemos definir la visión como los sueños en acción. La visión une los deseos, las expectativas y las metas que deseamos lograr en nuestra vida, en distintos órdenes y esferas, situados en el ámbito del trabajo. Ubicados en el escenario diario de lo que hacemos. De la planificación de acciones que nos damos y sobre todo que ejecutamos.

El diseño de la visión nos permite plantear el futuro que deseamos alcanzar. Identificar las metas que queremos lograr, concretarlas en sus componentes, para finalmente plasmarlas en un trabajo “plástico” y de redacción, constituirá la herramienta que nos servirá de guía en momentos en los que debemos sortear determinadas dificultades.

Toda persona tiene sueños. Y todo emprendedor-empresario tiene un sueño por el que da sentido a su trabajo diario, por el que moviliza las fuerzas para acometer la ardua tarea de poner en marcha una empresa. Es un concepto que rebasa la identificación de objetivos. Es una idea homogénea, completa e integral que da forma y sentido a la vida del emprendedor.

En mis cursos utilizo el vídeo del discurso que realizó Martin Luther King, ante la marcha del millón de hombres en Washington, el 28 de agosto de 1963, para describir y comprender qué significa diseñar una visión. Esto significa identificar un futuro. Describirlo en situaciones y hechos concretos, integrarlo por los valores que guiarán el trabajo en acción y de puesta en marcha y, junto con ello, una evocación intensa y poderosa de las emociones que se encuentran ligadas a la consecución de la meta.



Para ampliar información

MARTIN LUTHER KING DISCURSO
"I HAVE A DREAM"

<https://www.youtube.com/watch?v=ekr5UaXFBj8>

La visión podemos construirla contestando a una serie de sencillas preguntas (como casi siempre):

- ¿Qué deseo alcanzar en la vida?
- ¿Qué quiero construir?
- ¿Qué deseas obtener?
- ¿Haciendo qué estarías realizado?
- ¿Cómo serías feliz?
- ¿Qué va a ser diferente de tu situación actual cuando logres tu meta?

Junto con ello, debemos preguntarnos:

- ¿Qué tengo que hacer para conseguirlo?
- ¿Qué tengo que aprender para lograrlo?
- ¿Cómo lo voy a conseguir?
- ¿Cuándo lo voy a conseguir?

De esta manera tratamos de situar la esfera de los sueños o de las expectativas de futuro, en el plano de lo palpable, de aquello que es concreto y que puede ser "gestionado", de aquellas cuestiones que podemos incorporar a nuestra batería de hábitos, a nuestro repertorio de acciones diarias. En definitiva, a nuestro trabajo diario.

La visión tiene una perspectiva multidimensional. Es decir, no es lineal en una única faceta de la vida de una persona. Se trata de un modelo que afecta a múltiples elementos. Es sistémico. Una cuestión que afecta a las distintas esferas de una persona. Pero, como sabemos, cada una de ellas se interrelaciona con las demás. No hablamos de compartimentos estancos, de cosas que podemos reflexionar, sino de la manera en que se encuentran interrelacionadas unas a otras.

Cuando construimos la imagen de aquello que deseamos ser, existen esferas que integran el cuadro completo. Aspectos como la familia, los amigos, el factor económico, el profesional, el aprendizaje y la formación, el plano espiritual o bien el ideológico, constituyen elementos que permiten construir la meta de aquello que deseamos ser. Cada uno de ellos se relaciona con los otros y bajo esta “fórmula magistral” diseñamos aquello que deseamos ser.

El emprendedor ha de tener una imagen de aquello que desea ser y alcanzar como persona y como emprendedor. Debe comenzar por lo que desea construir en su vertiente profesional. Entendamos aquí “profesional” como generador de su propia actividad para la cual va a recibir su contraprestación económica, que estará basada en la construcción de un proyecto emprendedor dimensionado. Y desde esta esfera, establecer los canales y las relaciones que se han de dar con el resto de las facetas personales.

Porque no obviemos un dato esencial como que la visión emprendedora condiciona nuestro marco de relación con el resto de esferas personales, y en nuestro proceso de definición hay que alcanzar una coherencia integral entre cada una de ellas para lograr la imagen integradora que permita delimitar aquello que debemos realizar. Las acciones que debemos emprender.

Tenemos que “ver” la visión. Tenemos que “sentir” la visión

Cuando hablamos de visión lo enmarcamos dentro del campo de lo sensorial. Significa que el emprendedor debe utilizar la descripción de aquello que quiere lograr en imágenes. Debe ver.

La visión, sea personal, profesional o emprendedora, busca alcanzar una serie de elementos preliminares de cara a organizar y poner en marcha el proyecto emprendedor. Debemos lograr que el emprendedor, a través del trabajo de visión, alcance:

- **Una pre-dicción.** Es decir, el emprendedor debe *pre-decir* qué es lo que pretende lograr. Debe desarrollar un relato de cómo es la estación de llegada de los objetivos que quiere lograr. Hay que detallar al máximo esta visión. Cuanto mayor grado de detalle, mayor será

la posibilidad de identificar aspectos que supongan áreas de actuación o de trabajo de cara al futuro. Esta fórmula se concreta en el ejercicio de la escritura, de la redacción y la conversación. Ya que, una vez concretado qué es lo que queremos alcanzar, deberemos exponerlo a distintos interlocutores. A las personas que de una u otra forma estarán involucradas en el proyecto emprendedor. Además, tengamos en consideración que cuando trasladamos a los demás qué es lo que queremos hacer, en cierta forma quedamos comprometidos en su realización.

- **Una pre-visión.** Es decir, hay que *prever*. Debemos alcanzar un análisis y valoración de aspectos que integrarán el logro de la meta emprendedora. Refuerza el aspecto tratado con la pre-dicción.
- **Un pre-sentir.** ¿Qué nos hace sentir “ver” aquello que vamos a lograr? Se trata de la energía, de la motivación. La emoción, el sentimiento que supone el logro, es lo que nos permite activar a la persona hacia la meta de la puesta en marcha del proyecto emprendedor. Debemos evocar las distintas emociones y estados de ánimo que nos van a permitir alcanzar los resultados, que nos proporcionarán las fuerzas y energías para comenzar a desplegar las acciones y tareas programadas.

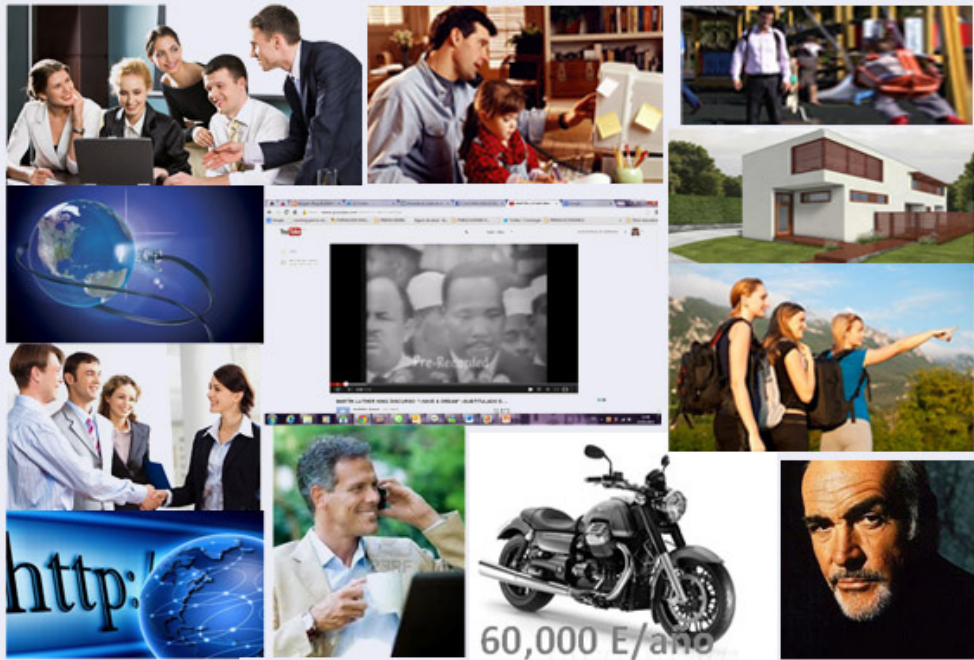
La visión responde a: ¿Dónde quieres ir? ¿Cuál es el escenario que deseas alcanzar? Hablamos de un lugar situado en el futuro, para el cual debemos generar un mapa que nos permita saber por dónde debemos dirigir los pasos, qué vamos a necesitar y qué cuestiones tenemos en la actualidad que nos suponen un lastre para su logro. Es decir, todas aquellas cuestiones que de una forma u otra, son pesos añadidos a nuestra mochila de emprendedores. Pueden ser, por ejemplo, hábitos actuales, creencias que nos impidan avanzar a formas nuevas de ver las cosas, conocimientos obsoletos, etc.

Pero, ¿cómo vemos el futuro? ¿Nos sentamos ante una pitonisa a que nos lea las cartas?, o ¿miramos una bola de cristal? El trabajo sobre la visión que pretendemos es mucho más plástico. Se trata de una actividad parecida a lo que se llamaba pretecnología en los tiempos del B.U.P. de mi generación.

Proponemos un trabajo en el que podamos recoger, en una cartulina o en un gran pliego, las imágenes que identifiquen aquello que queremos alcanzar. Plasmar las palabras e ideas que se encuentran ligadas con el logro de nuestros objetivos. Hablamos de un *collage* de imágenes, ideas, e incluso mezclándolo con otros estímulos sensoriales, vídeos, canciones, etc.

Veamos un ejemplo simple de visión que podría elaborar un emprendedor:

Una visión emprendedora



Analicemos esta propuesta. Estoy reflexionando y puede que exista una transferencia con la idea de visión que realicé yo mismo. Aún así, nos sirve como ejemplo.

Podemos fijarnos cómo la centralidad de la visión se enmarca dentro de una imagen evocadora de valores. Esto se identifica por la captura del vídeo al que he hecho referencia más arriba de Luther King. La libertad, la búsqueda del respeto por el otro y por la solidez de las ideas propias, marcan el desarrollo de la visión que buscamos.

Hablamos de una iniciativa emprendedora que claramente se encuentra proyectada hacia la conciliación con los tiempos en familia. Las imágenes de la casa, el tiempo de juego compartido con los hijos, así como el uso del teletrabajo como forma de desarrollo de la actividad mercantil y profesional. Hablamos de cómo se relaciona la actividad emprendedora con compartir y vivir otro tipo de actividades importantes para la persona.

Junto con la familia se encuentran los amigos y las aficiones, como se puede comprobar a través del uso de la moto y la escapada al campo con las amistades.

Interesante resulta la aparición del actor Sean Connery, así como la imagen de la persona que se encuentra delante del ordenador hablando por teléfono y tomando una taza de té. Esto tiene que ver con la forma en que nos vemos. De cómo nos vemos en el apartado físico. La salud, nuestro aspecto y estado de forma tiene una gran relevancia para identificarnos y crear un autoconcepto de lo que deseamos ser, y de cómo queremos, en definitiva, que nos vean los demás. Y estar como Sean Connery, para un hombre, puede hacernos sentir bien.

Si ponemos nuestra atención en las imágenes vinculadas al ámbito empresarial, vemos cómo buscamos un trabajo en equipo, una forma de hacer basada en la colaboración con el conjunto de personas que integrarán el equipo, un proyecto basado en la presencia en la Red, vendiendo cosas en internet y claramente sensible a la realidad de los clientes (foto de saludo con la mano).

Ahora fijémonos en la cifra: “60.000 euros/año”. Lo económico, lo financiero también es importante. Es esencial delimitarlo. Sostiene, en definitiva, parte de la posibilidad y viabilidad del logro de la meta. La visión puede marcar cuál es la remuneración que pretendemos. Aquello a través de lo cual podremos realizar cosas. Marcarse un objetivo de remuneración moviliza. Genera motivación. Puede llegar a convertirse en un excelente dinamizador de actividad.

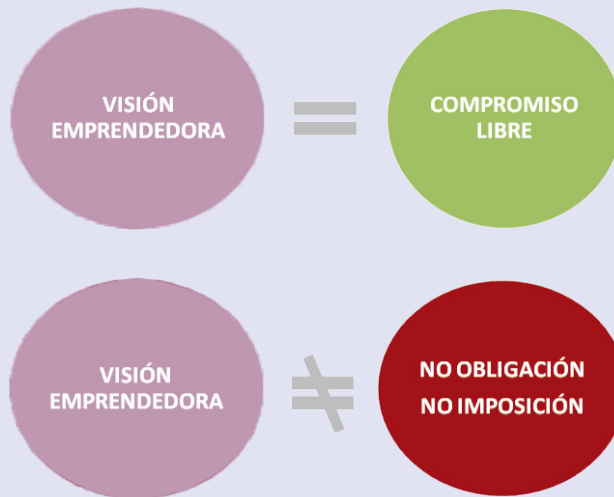
Los ortodoxos del proceso de creación de empresas y gestión empresarial, indican que siempre ha de plantearse una dinámica de ganancia y enriquecimiento con crecimiento permanente. O puede llegar a interpretarse así. Entendamos varias cuestiones a cerca de este tema:

1. En un plano operativo, tengamos en cuenta que el diseño de la visión debe estar calendarizado. Tiene que estar marcado un plazo de realización, por lo que las ganancias pueden estar sujetas a modificaciones y cambios en virtud de las circunstancias que se le vayan planteando al emprendedor-empresario.
2. Los valores guían la acción de las personas. El emprendedor-empresario puede tener un criterio de reinversión de beneficios, de mejora de condiciones, de inversiones en otro tipo de proyectos, o incluso, en la distribución de los beneficios, o parte de ellos, a iniciativas sociales o a apoyar a otros emprendedores.

La visión, ¿es obligatoria?

El diseño de la visión marca nuestras metas, no es una obligación. Se encuentra sujeta a una elección personal. Es la libertad para decidir aquello que se pretende lograr.

La visión, a su vez, es un compromiso. Es la manifestación del contrato que realizamos con nosotros mismos y con el entorno involucrado el proyecto. No es una imposición. Es una elección.



En este sentido, debemos tener cuidado si nos encontramos en una situación de desempleo prologando y escuchamos permanentemente que la única salida es montar una empresa. Nos abocan a un único itinerario. Esta situación no emana del diseño de un trabajo de visión. Emana de la necesidad, no de la libertad. En estos casos existen interrogantes de logro del éxito, ya que la persona no ha integrado, y no va a movilizar en beneficio de su meta, los recursos con lo que seguramente dispone.

Como muy bien indica Fernando Trías de Bes en *El libro negro del emprendedor*¹, pueden existir motivos para emprender, pero éstos no son la motivación para poner en marcha el proyecto emprendedor de empresa.

Cuando hablamos de motivos, cabría la posibilidad de identificar alguno de ellos:

- Estoy en desempleo
- Odio a mi jefe
- Estoy harto de mi trabajo
- Quiero cambiar de actividad
- Etc.

¹ Trías de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. Editorial Empresa Activa

En ocasiones, estas circunstancias parece que obligan a adoptar la determinación de comenzar un proyecto de empresa. Puede que para algunos estos precedentes se conviertan en verdaderas motivaciones, pero deberán analizar cada una de las situaciones para aclarar si el emprendimiento es la salida que verdaderamente “solucionará” sus problemas.

La motivación del emprendedor sale de dentro. Es una efervescencia interna. Es una energía que le empuja a poner sus motores en marcha que surge de la visión que tiene o del futuro que está recreando, en muchas ocasiones, de manera intuitiva.

Trabajando la visión emprendedora

Quedarse únicamente con la imagen de lo que desea crear, su proyecto “creativo”, no le sirve al emprendedor.

Si nos limitamos a diseñar el trabajo “plástico”, lo estético, nos estamos situando en el terreno de los sueños. Pero como comentábamos más arriba, debemos bajar al terreno de juego de lo práctico. Debemos actuar. A través de la visión, deberemos “traer al presente” las acciones que tenemos que poner en marcha para situarnos en el camino.

Una vez que tenemos diseñada nuestra visión en un “documento” de trabajo, profundizaremos en la identificación de los factores de los cuales dependerá el logro de nuestras metas. Además, estableceremos una calendarización, un conjunto de acciones diseñadas y planeadas en el tiempo encaminadas a la consecución del logro.

Para esta calendarización tenemos dos posibilidades de planteamiento:

- a. Trabajar desde el presente. Es decir, abordar el proceso de planificación desde la situación de partida hacia la situación en la que se concreta nuestra visión.
- b. Una segunda posibilidad, de la cual soy más partidario, que es trabajar desde la situación futura. Es decir, trabajar desde el escenario de logro de la visión, “regresando” de manera progresiva hasta el presente o nuestra situación de partida.

Pero previamente a generar nuestro plan de acción, tenemos que tener bien en cuenta cuáles serán las cuestiones y temas que definen y condicionan nuestro logro de objetivo.

Para ello, nos pararemos a contestar, a través de un ejercicio pausado y sincero, las siguientes preguntas:

- ¿Qué me falta para alcanzar la visión que he diseñado?
- ¿Qué debo aprender para alcanzar mi meta?

- ¿Qué necesito para alcanzar mi objetivo?
- ¿Qué estás dispuesto a invertir en el logro de tu visión?
- ¿Qué hábitos debo adquirir para alcanzar los objetivos?
- ¿Qué debo desaprender?
- ¿Qué debo dejar de realizar?
- ¿Quién me puede ayudar?
- ¿Cómo me puede ayudar?

Una vez identificados los factores sobre los que actuar y desde los que desarrollaremos nuestro plan de trabajo, lo siguiente será formular el compromiso que nos permita activarnos. Para ello será importante contestar las siguientes cuestiones:

- ¿Quieres verdaderamente alcanzar esta meta?
- ¿Estás decidido a lograrla?
- ¿Qué estás dispuesto a hacer para lograrla?
- ¿Qué no estás dispuesto a realizar de cara a alcanzarla?
- ¿Es la única visión que tienes, o has planteado otra?
- ¿Para qué deseas alcanzar la tu visión?

El objetivo es generar el vínculo del empresario-emprendedor con su proyecto de empresa y alcanzar un compromiso de acción para la puesta en marcha. O no. Es decir, se trata de proporcionar el espacio adecuado para una toma de decisiones realista, por parte de la persona, sobre si está dispuesta para la puesta en marcha, o, por el contrario, es capaz de decir “no” puesto que no está preparada en este momento, no desea ni quiere iniciar el itinerario emprendedor.

Como ya hemos comentado, la visión permite dotarnos de una herramienta generadora de energía y movilizadora hacia la acción en tanto en cuanto esta acción la podemos concretar y definir en actuaciones concretas. Desde la definición del emprendedor hay que generar energía, y como sabemos, la energía humana radica en la emoción, en los sentimientos. La visión genera emociones. Moviliza una serie de factores facilitadores del proceso de puesta en marcha y activación de la persona.

Para ello debemos re-crear, pre-sentir las emociones que va a generar el logro de la visión emprendedora. Identificaremos las emociones que va a sentir la persona una vez lograda y mantenida la visión emprendedora. Utiliza de nuevo las preguntas que permitan evocar la situación:

- ¿Qué sientes? (situándonos en el momento en el que vivamos el logro de la visión).

- ¿Qué te está haciendo disfrutar?
- ¿Qué te produce mayor satisfacción?
- ¿Estás orgulloso de ti mismo?
- ¿Qué están sintiendo las personas más cercanas viéndote en esta situación?
- ¿Están orgullosos de ti?

Las preguntas hay que formularlas en presente. En un futuro presente de cara a facilitar el proceso de evocación de la situación hacia la que vamos a tender y para la que nos vamos a movilizar. Así mismo, como vemos en algunas de las preguntas, buscamos identificar las emociones de las personas cercanas del emprendedor-empresario. Esto es así, ya que las emociones de los otros, también generan emociones en el emprendedor. Buscar la reacción hacia la acción.

Recreándonos en la visión emprendedora

Como se puede observar, nuestra propuesta se basa en saber utilizar el lenguaje. Saber realizar(nos) preguntas que nos permitan abrir escenarios de cambio, transformación y creación. Siempre, y eso lo veremos más adelante, traduciendo en acciones y/o en planes de actuación aquello que pretendemos lograr.

El trabajo de visión, como hemos visto, permite:

- **DECIR.** Describir aquello que pretendemos lograr. Escribir, redactar o contar nuestras metas, nuestros objetivos. Vamos a tener que expresar lo que pretendemos lograr. Si no lo hacemos será difícil que podamos **comunicar** para lo que trabajamos y en lo que trabajamos. Y como sabemos, sin construir relaciones sociales es complicado que alcancemos el éxito. La primera acción del emprendimiento es decir lo que perseguimos.
- **DECIR(SE).** Implica la activación de la conciencia de la persona. Ser consciente del diálogo interior, de sus conclusiones y de articular un correcto modelo de relación con el entorno, con la situación en la que vamos a interactuar. Busca alcanzar la conciencia de sí mismo, abrir el diálogo interior y saber llevarlo a cabo. Favorecerá la generación de las creencias o transformación de las que poseemos. Y estas creencias son la base desde la que construimos los modelos de acción en el mundo.
- **DECIRSE(LO).** El emprendedor tiene que integrar los objetivos que persigue. Tiene generar de manera nítida aquello que pretende de cara a saber cuándo será el momento en el que lo logre, además de poder definir qué es lo que necesita y cómo lo va a lograr. Buscamos la capacidad de ser conscientes del proyecto que tenemos entre manos.

Pero además, la visión permite alcanzar la transformación del emprendedor en otros ámbitos. Para ello la visión debe:

- **CREAR.** El pequeño paso para la creación de una empresa, de un proyecto emprendedor, pasa porque la persona tenga un sueño. Posea una idea de aquello que quiere poner en marcha. Una meta personal. No la idea del negocio. Y esta meta ha de concretarse, ha de bajar a la realidad donde comienzan a gestarse los proyectos. Al papel. A la redacción y a la concreción.
- **CREAR(SE).** Estamos tratando sobre la importancia del talento emprendedor. Sobre su desarrollo y movilización. Poner en marcha un proyecto emprendedor-empresarial para personas que suponga su primera experiencia implica una transformación. Un cambio en los modos de ver la realidad y en la forma en que nos vemos. Un cambio en la forma de diseñar futuro, en la forma de actuar. Se trata de un proceso de cambio y aprendizaje, que como ya hemos tratado, no afecta únicamente a la adquisición de una serie de conocimientos, sino que ha de ser un cambio en la forma de entendernos, de comprendernos y de relacionarnos.
- **CREARSE(LO).** Y pasar a los hechos. Se trata de moldear y amasar. De trabajar distintos aspectos para crear, sabiendo que el principal protagonista del proceso es el propio emprendedor, la persona que va a gestar “algo”. Y ese “algo”, a su vez, le afecta y le modela. La forma del proyecto, sus matices, sus formas de acción y de organización, la impronta personal del emprendedor tendrá un reflejo en aquello que construya. Debe ser consciente de este hecho crucial en la forma de definición del futuro para el que va a comenzar a trabajar.

Pararnos a “ver” aquello que vamos a construir, matizarlo y caracterizarlo, supone comenzar a diseñar los planos del proyecto. Implica conocer el suelo desde el que levantaremos el edificio y, sobre todo, adoptar las decisiones pertinentes. Por ello, es importante que el emprendedor re-cree y se re-cree en la visión. Que se pare a “disfrutar de ella”.

Creación de visión y puesta en marcha

Identificar la visión emprendedora no implica la movilización inmediata. Puede existir un intervalo temporal entre pararse a pensar qué es lo que se pretende lograr y comenzar a ejecutar acciones para su logro.

El proceso no es secuenciado de manera inmediata. Puede serlo, o no. Es el propio emprendedor el que determinará, a través de la planificación de su visión, el momento exacto en el que se pondrá en marcha. Pero resaltemos una idea importante: cuando la persona ya tiene perfilada la visión, ha trabajado sobre ella, la tiene en mente (*un objetivo en mente* como diría

Stephen Covey)² la persona ya ha comenzado a generar energía en eferescencia. Ya se encuentra motivado. Ahora toca canalizar esta energía hacia la acción. Hacia lo que tiene que poner en marcha.

El detonante para esta puesta en marcha puede ser interno o externo. Este estímulo podrá ser positivo o negativo, es decir, ser el resultado de una decepción, un cambio de trabajo o la situación de desempleo.

Pero no nos confundamos, porque estos estímulos no son los motivos de la puesta en marcha del proyecto emprendedor. Estamos hablando de las espoletas que permiten activar el mecanismo de puesta en marcha. El verdadero motivo de nuestra acción es la visión emprendedora. Es aquello que deseamos crear y lograr.

¿Es la visión empresarial rígida?

La visión empresarial es el mapa del que nos vamos a dotar para alcanzar nuestra meta. No hablamos del territorio, de la orografía sobre la que vamos a nadar y a tropezar. Por ello es necesario tener un espectro de cambio, de variabilidad, de adaptación al terreno por donde pisamos.

Esto supone crear un modelo en el que la visión pueda ser transformada y/o modificada en interés de nuestra trayectoria. Es decir, podremos adecuarla y cambiarla, bien por exceso o por defecto. Detengámonos un poco más en esta idea:

- a. Variación por exceso.** En algunos casos, puede que el emprendedor se haya marcado unos objetivos demasiado ambiciosos, por lo que éstos deberán readaptarse. La manera de hacerlo puede venir por una rebaja de los mismos, o, a través de la modificación de los tiempos y plazos para lograrlos.
- b. Variación por defecto.** En este caso, los objetivos suponen una meta de logro con perspectivas de realización en un plazo de tiempo menor de lo estipulado y con resultados rebasados por las expectativas iniciales. En este sentido, la visión ha de sobrepasar los objetivos planteados.

Dediquemos un pequeño espacio a los objetivos ambiciosos y desafiantes. El emprendedor debe tener una *ambición* (sana ambición) que le permita alcanzar metas que le mejoren, resultados que respondan a determinadas necesidades, valores y/o formas de expresión personal. Incluso en el plano material y financiero como ya hemos visto. Y la visión debe *desafiar* a la situación actual. Debe retar. Supone que se han de movilizar

² Covey, S. (1989). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Paidós Plural.

recursos para lograr algo. No es gratuito. Supone aceptar que nos vamos a encontrar con dificultades, y las vamos a tener que enfrentar. Supone lucha.

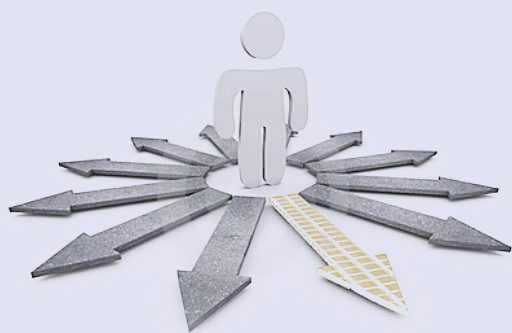
Las visiones “planas” (no transformadoras), no son tales visiones. Son formas de entender de manera distinta el equilibrio actual que poseemos. El emprendedor debe romper su equilibrio personal. Y esto le supondrá ser una persona distinta de aquella que comenzó el proceso.

Una herramienta de apoyo: El modelo de la encrucijada

Cuando creamos y diseñamos una visión, un potencial futuro como emprendedores, aparecen un conjunto de tensiones con nuestra situación pasada y/o actual. Es como la imagen de la serpiente cuando cambia de piel. Cuando ya no cabe dentro de la piel que le rodea, comienza un proceso de cambio. Un proceso de crecimiento.

Entramos en un escenario vital en el que vamos a tener que tomar decisiones. Rupturas y creación de nuevas alianzas y acuerdos. Con nosotros mismos y con los demás.

El modelo de la encrucijada está basado en el diseño de la herramienta “*The Compass*” de la consultora estadounidense afincada en San Francisco “*The Grove*”. Con esta herramienta, los autores proponían cinco esferas de reflexión que permitieran aclarar una potencial decisión sobre el camino a seguir. Cada uno de estos cinco campos implica un conjunto de preguntas que debemos contestarnos. Son las siguientes:



- ¿De dónde procedes?
- ¿Qué te parece importante?
- ¿Qué personas son importantes para ti?
- ¿Qué te molesta?
- ¿De qué tienes miedo?

1. ¿De dónde procedes?

Las preguntas que debemos contestar son:

- ¿Qué es lo que te ha hecho llegar hasta donde has llegado?
- ¿Cuál ha sido la forma en la que has logrado lo que eres en la actualidad?
- ¿Quién te ha influido en tu trayectoria?

Estas preguntas pretenden localizar e identificar los elementos y factores que han influido, en un grado u otro, en el desarrollo de tu trayectoria hasta la fecha.

Extracta palabras, ideas o imágenes que te permitan “visualizar” este conjunto de recursos.

2. ¿Qué te parece importante?

Valores, creencias... Los principios bajo los cuales guías tu existencia y tu forma de hacer.

3. ¿Qué personas son importantes para ti?

Nos referimos a personas cuyas opiniones e interrelación permiten acceder a otras formas de ver las situaciones, o proporcionan juicios significativos en los procesos de toma de decisiones, por ejemplo.

4. ¿Qué te molesta?

Se trata de dar nombre a los problemas o dificultades que impiden desarrollar los objetivos, o alcanzarlos. Aspectos de tu vida a mejorar.

5. ¿De qué tienes miedo?

Localiza las situaciones, presentes y/o futuras, los factores o circunstancias, o bien las personas que te generan incertidumbre o miedo. En definitiva, aquellos aspectos que pueden debilitar tu atención y energía.

Con esta información ordenada y sistematizada pretendemos identificar las posibles opciones y caminos que se nos abren, integrando la visión que tenemos (visión emprendedora) junto con las distintas opciones de camino que poseemos. Bajo esta forma, podemos localizar los siguientes itinerarios:

1. **El camino que hace señas.** Define lo que hemos deseado intentar en alguna ocasión. Se asemeja mucho al diseño de la visión emprendedora.

2. **El camino de los sueños.** Aquello que parece inverosímil. Se trata de opciones que en alguna ocasión hemos descartado por irrealizable.
3. **El camino que parece más sensato.** Este es el que te recomendarían las personas en las que tienes más confianza.
4. **El camino no recorrido.** Aquel que no se ha considerado con anterioridad.
5. **El camino que ya has recorrido.**
6. **El camino de vuelta.** Supone el regreso a una situación en cuya experiencia te sentías seguro.

Una vez planteadas las distintas posibilidades de elaboración de itinerarios, debemos pasar a decidir y comprometernos con la decisión adoptada, aceptar las repercusiones o efectos de la misma.