



Establecimiento de metas

Coaching Positivo



Universidad **Tecmilenio**.
Instituto de Ciencias del Bienestar y la Felicidad



Universidad **Tecmilenio**.

En el tema anterior aprendiste que la metodología de indagación apreciativa, diseñada por Cooperrider (2018), parte del ciclo denominado 4D, a través del cual los coaches positivos guían a sus coachees en el proceso de descubrir (Discover) lo que en el pasado hicieron bien para, con esa confianza en sus competencias, alcanzar el sueño (Dream) de cumplir con sus metas actuales, al diseñar (Design) procesos y actividades partiendo de sus fortalezas con la confianza de culminar en el destino (Destiny), generando así emociones positivas.

La parte medular de la indagación apreciativa recae en la meta, la cual Seligman (2011) define como la necesidad humana de prosperar y crecer.

Para el coach positivo, es importante que las metas tengan un propósito o significado, es decir, que estén conectadas a algo más grande que los coachees mismos, por lo que presta especial atención en que no se descuide la relación entre ambas partes: meta y significado.

El significado (Meaning) es uno de los cinco elementos del modelo PERMA definido por Seligman (2011). Los otros cuatro elementos son Positivity, se refiere a las emociones positivas; Engagement, se refiere al involucramiento; Relationships, se centra en las relaciones positivas; y Accomplishment, se refiere a los logros.



¿Por qué combinar las metas con el significado?

Todas las metas tienen un sentido de ser y al fondo de estas se encuentra la supervivencia. A medida que el hombre evoluciona y comienza a integrar y controlar su entorno, este sentido cobra nuevos significados, que elevan la existencia humana a un nivel de trascendencia.

La relación de metas y significado la puedes identificar al observar la forma en la que las personas interpretan su ocupación, que puede ser como un trabajo, una carrera o una vocación, produciendo resultados completamente diferentes, dependiendo de la perspectiva que le dé cada persona.

Metas:

Para Seligman (2011), las metas tienen un componente subjetivo y otro objetivo.

- Subjetivo: porque generan un sentimiento de orgullo por lo logrado.
- Objetivo: porque al cumplirlas causa un impacto en las demás personas.

Ben-Shahar (2007) explica que no solamente importa el fijar las metas y lograrlas, sino el camino recorrido, ya que este es el que genera el verdadero disfrute, más que el resultado mismo. El camino, por lo tanto, se convierte en la fuente del bienestar duradero.

Los coaches positivos buscan que sus coachees fijen metas significativas, relacionadas con su crecimiento personal, su conexión con otras personas o su contribución hacia los demás, más que establecer metas que simplemente se enfoquen en la belleza, la economía o la popularidad (Sheldon, 2004). Además, siguen modelos para el establecimiento de metas que lleven inmersos los conceptos de significado y propósito.

Uno de ellos es el modelo SMART. Aunque no se le atribuye a una persona en específico dado que su desarrollo se llevó a cabo de una manera orgánica, los expertos en el desarrollo y establecimiento de metas consideran a Peter Drucker y su libro *The Practice of Management*, publicado en 1954, como una figura instrumental en el desarrollo de SMART (Lawlor y Hornyak, 2012).



El modelo SMART ha sido muy efectivo en el establecimiento de metas, tanto personales como institucionales.

Sus siglas en inglés definen claramente los elementos que deben estar presentes en los objetivos planteados para aumentar la probabilidad de que estos se lleven a cabo:

S	Específicos	Que contenga acciones claras que nos lleven a alcanzar los objetivos establecidos.
M	Medibles	Que se pueda medir para poder determinar cuantificablemente si alcanzamos la meta deseada.
A	Alcanzables	Que se pueda lograr con los recursos que tenemos a la mano.
R	Realistas	Que la meta sea lógica dentro del marco de la realidad que vivimos.
T	Plazo	Que el espacio de tiempo establecido para llevar a cabo la meta sea lógico.

Los coaches positivos que eligen este modelo establecen periodos de revisión de las metas SMART, con el fin de analizar los obstáculos que han enfrentado sus coachees y las herramientas que han favorecido su avance.

Otro tipo de modelo es el llamado Everest, cuyo nombre evidentemente está inspirado en lo que representa escalar este imponente monte. Cameron (2013) brinda una extensa y detallada explicación sobre cómo establecer y alcanzar este estilo de metas. Las define como metas que cambian vidas y que representan un logro supremo, prácticamente inimaginable.



Cameron (2013) basa parte de su modelo en las metas SMART, pero indica que estas deben extenderse, es decir, ser más ambiciosas. Adicionalmente, le añade otros cinco atributos dando como resultado el modelo Everest, cuyas características son las siguientes:

1. Buscan una desviación positiva cuyo resultado se ubique en un nivel de desempeño o de alcance extraordinario.
2. Son metas buenas, significativas y con un propósito en sí mismas, no son un medio para obtener otro fin. Pudieran hasta llegar a considerarse como un “llamado”.
3. Cuentan con una orientación optimista hacia la virtud.
4. Tienen el objetivo de contribuir a alguien o a algo, no solamente a un beneficio personal, y son gestadas con una intención benevolente.
5. Fomentan la generación de energía positiva que mueve o motiva el comportamiento humano.

Los coaches positivos pueden seguir el modelo Everest, el cual, según Cameron (2013), acercará más a las personas a hacer realidad la meta fijada:





Entre los diversos beneficios de fijar metas, está su impacto en el desempeño, a nivel grupal e individual, a través de cuatro mecanismos (Locke y Latham, 2002):

1. Dirigen nuestra atención hacia lo que verdaderamente importa.
2. Energizan a las personas, especialmente cuando son difíciles.
3. Impactan la persistencia.
4. Permiten descubrir las fortalezas y recursos propios.

Las metas nos conectan a otros y a nosotros mismos, nos comunican la creencia de que somos capaces de sobrepasar obstáculos y dichos pensamientos y creencias dan sustento a nuestra perseverancia y compromiso (Ben-Shahar, 2007).

Referencias

- Baumeister, R. (1991). *Meanings of Life*. Estados Unidos: The Guilford Press.
- Ben-Shahar, T. (2007). *Happier: learn the secrets to daily joy and lasting fulfillment*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- Cooperrider, D (2018, junio 16). *Indagación apreciativa* [Sesión de Conferencia]. Maestría en Liderazgo Positivo, Universidad Tecmilenio. Ciudad de México, México.
- Lawlor, K., y Hornyak, M. (2012). SMART goals: How the application of SMART goals can contribute to achievement of student learning outcomes. *Developments in Business simulation and Experiential Learning*, 39.
- Locke, E., y Latham, G. (2002). Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation: A 35-Year Odyssey. *American Psychologist*, 57(9). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/254734316_Building_a_Practically_Useful_Theory_of_Goal_Setting_and_Task_Motivation_A_35Year_Odyssey
- Seligman, M. (2011). *Florecer. La nueva psicología positiva y la búsqueda del bienestar*. México: Editorial Océano.
- Sheldon, K. (2004). *The Self-Concordance Model of Healthy Goal Striving. When Personal Goals Correctly Re-present*. Handbook of self-determination research
- Smith, E. (2017). *The power of meaning: Crafting a Life that Matters*. Estados Unidos: Crown.
- Stone, R., y Zander, B. (2001). El arte de lo posible: *Transformar la vida personal y profesional*. España: Ediciones Paidós.
- Wrzesniewski, A. (2003). Finding positive meaning in work. En K. S. Cameron, J. E. Dutton, y R. E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. Estados Unidos: Berrett-Koehler.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.