



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PEDAGOGÍA

**“LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PARA OPTIMIZAR LA
COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS EMPLEADOS DEL ÁREA DE SERVICIO
DE LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA MOTORS SUCURSAL
COATZACOALCOS, VERACRUZ.”**

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PEDAGOGÍA

PRESENTA:

ANA SANCHEZ TAVERNIER

ASESOR DE TESIS:

LIC. OMAR CASTILLEJOS ZARATE

COATZACOALCOS, VERACRUZ.

SEPTIEMBRE 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A DIOS

El autor y dador de la vida. Sin su ayuda y protección no podría concluir esta etapa de mi vida.

A MIS PADRES

Por ser seres llenos de coraje, compromiso y amor por sus hijos. Por ser una constante inspiración y tener en ellos un ejemplo de superación. Por impulsarme a mejorar constantemente y depositar su confianza en mí.

A MI FAMILIA

Por ser para mí seres llenos de alegría y luz que cada día me ayudan e inspiran a progresar, siendo mis maestros y la gran motivación para superar mis propios límites.

A MIS AMIGOS

Éstos que han estado en momentos de alegría y tristezas brindándome una mano de apoyo y confianza.

Al igual dedico esta tesis a todas aquellas personas que nunca me abandonaron y que, de alguna manera, han aportado a mi educación, brindándome palabras de motivación y ánimo para luchar por mis sueños que, aunque no han estado presentes físicamente, lo han estado en pensamiento y sentimiento.

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis ha sido un proyecto muy significativo e importante que se ha llevado a la realidad gracias al esfuerzo y apoyo de personas muy singulares al igual que especiales.

Principalmente estoy profundamente agradecida con DIOS por su infinito amor, misericordia y bondad para conmigo, por acompañarme en todo momento. Gracias a Él soy lo que soy ya que me ha dotado de las habilidades, dones y capacidades necesarias para poder desarrollarme de manera correcta en mi paso por esta tierra, mi mayor agradecimiento es por darme la dicha y bendición de tener a mi lado a las personas correctas que me han acompañado durante el trayecto de este sendero.

A mi padre Juan Carlos Sánchez Barreida y a mi bella madre Zandra Luz Tavernier Gómez por ser buenos conmigo, porque gracias a su esfuerzo y sacrificio me han dado la oportunidad de concluir esta etapa.

A mis amados abuelos Salvador Tavernier y Carmelina Gómez Velázquez por ser mis guías, mis compañeros y mis consejeros, porque gracias a ellos y a los valores que me han inculcado, hoy puedo decir que soy una persona llena de felicidad y dicha.

A Fabiola Tavernier Gómez por ser más que una tía, una hermana, amiga, compañera y madre. Por darme la motivación necesaria para ser mejor y luchar por mis sueños.

A mis tíos.

Ezequiel y Julio Cesar ya que gracias a su ejemplo me han inspirado a luchar y saber que lo imposible no existe, que la voluntad y el esfuerzo llevan a traspasar murallas y, sobre todo, por brindarme la confianza y cariño que tanto necesito.

A mi hermano David Sánchez Tavernier ya que sin su compañía esto no sería igual, por estar siempre conmigo y por ser un excelente hermano. Y cómo olvidarme de mi niño Hugo Alejandro que gracias a él he aprendido el valor de la paciencia y tolerancia. A Willi y Toñin por ser más que mis primos, unos verdaderos hermanos.

A Sarita mi tía y amiga gracias por sus consejos y compañía y, sobre todo, por su apoyo.

Al igual agradezco a mis maestras que me han llenado de motivación y que han dejado una huella en mi corazón.

A mi asesora de tesis Animyley Izquierdo Kanga por su apoyo y disponibilidad, así como sus incansables esfuerzos porque este proyecto concluyera lo mejor posible, por estar pendiente de este trabajo y por ser más que una maestra una amiga. No puedo dejar de agradecer a las maestras Betty, Enriqueta, Lulú y Salome por brindarme las herramientas necesarias para ser una mejor persona y contribuir a mi educación.

A mis compañeras y amigas que en todo momento han estado a mi lado y han hecho de esta etapa una de las más importantes de mi vida.

Estoy infinitamente agradecida con un sin número de personas que, de manera directa o indirecta, han contribuido a ayudarme a ser lo que soy, a mis amigos por su entusiasmo, energía y compañía.

Gracias a todas aquellas personas que han tenido fe en mí, siempre estarán en mi corazón y por las cuales siempre sentiré una infinita gratitud por la inmensa bendición de haberles encontrado en mi camino.

“LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PARA OPTIMIZAR LA
COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS EMPLEADOS DEL ÁREA DE SERVICIO DE
LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA MOTORS COATZACOALCOS,
VERACRUZ”

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA.	14
1.2.1 Justificación del problema.....	14
1.2.2 Formulación del problema.....	16
1.3 DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos Particulares	16
1.3.3 Objetivos Específicos.....	17
1.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	18
1.4.1 Enunciación de Hipótesis.....	18
1.4.2 Determinación de Variables	18
1.4.2.1 Variable Independiente	18
1.4.2.1.1 Indicadores de la Variable Independiente.....	18
1.4.2.2 Variable Dependiente	19
1.4.2.2.1 indicadores de la Variable Dependiente	19
1.5 DISEÑO METODOLÓGICO	20
1.5.1 Investigación Documental	20
1.5.2 Investigación de Campo.....	20
1.5.2.1 Delimitación del Universo	20
1.5.2.2 Selección de la Muestra.....	21
1.5.3 Instrumentos de Prueba.....	21
CAPÍTULO 2	
MARCO TEORICO	
2.1 LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA.....	23
2.1.1 Antecedentes de la Programación Neurolingüística.....	23
2.1.2 Concepto de Programación Neurolingüística.....	24
2.1.2.1 Cerebro y mente.....	27
2.1.3 Características de la Programación Neurolingüística.....	28

2.1.4 Aplicaciones de la Programación Neurolingüística.	30
2.1.5 Beneficios de la Programación Neurolingüística.	32
2.1.6 Puntos fundamentales que usa la Programación Neurolingüística para el cambio.	33
2.1.6.1 Premisas de la Programación Neurolingüística.	35
2.1.7 PNL y la comunicación.....	38
2.1.8 La Programación Neurolingüística en el sector empresarial.	41
2.2 LA COMUNICACIÓN.....	42
2.2.1 Antecedentes de la comunicación.....	42
2.2.2 Concepto de comunicación.....	44
2.2.2.1 Lenguaje.....	46
2.2.2.2 Proceso de comunicación.....	47
2.2.3 Canales de Comunicación.	50
2.2.3.1 Canales de comunicación dentro de la empresa.	50
2.2.4 Características de la buena comunicación.....	53
2.2.5 Beneficios de una buena comunicación.....	56
2.2.6 La comunicación interna en la empresa.....	57
2.2.6.1 Importancia de la comunicación interna en las empresas.	59
CAPÍTULO 3	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
3.1 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA INICIAL APLICADA A LOS EMPLEADOS.	62
3.2 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL GERENTE GENERAL	74
3.3 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A EMPLEADOS PARA IDENTIFICAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA.	75
3.4 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA FINAL APLICADA A LOS EMPLEADOS.	84
3.5 REPORTE FINAL DEL TALLER: COMUNICÁNDOME CON PNL.	93
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	99
A LAS GERENCIAS DE LAS DIVERSAS ÁREAS.....	99
A LOS EMPLEADOS.....	100
BIBLIOGRAFÍA	101

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso de intercambio de información sin el cual los individuos no podrían vivir en sociedad, el ser humano por naturaleza es un ser social con necesidad de expresar, conocer, sentir e interpretar lo que pasa a su alrededor.

El proceso de comunicación está condicionado por cada individuo, ya que cada uno lo realiza de diferente forma. Dentro de las empresas debe existir la comunicación denominada: comunicación interna, la cual comprende la transmisión de los mensajes por parte de los empleados hacia los empleados, de los empleados hacia sus jefes y de los jefes hacia los empleados, esta comunicación es bidireccional que tiene como objetivo el generar una cultura organizacional.

Para que esta comunicación pueda existir han surgido diversas alternativas de solución ante la problemática de la interferencia y aquellos factores que intervienen para que el proceso de la comunicación se realice de manera errónea.

Una de estas herramientas, considerada ya como una ciencia, es la Programación Neurolingüística.

Mediante este trabajo de tesis se tiene por objetivo demostrar que la Programación Neurolingüística es una herramienta eficaz para optimizar la comunicación interna a nivel empresarial, brindando el conocimiento sobre la importancia de la transmisión de la información tanto a nivel personal como laboral y social.

Proporcionando beneficios tanto al personal, es decir los empleados, como a los gerentes y brindar un reconocimiento a la marca que están representando.

La presente tesis contiene y está estructurada por tres capítulos que se describen a continuación:

El **capítulo 1** bajo el título de “Metodología de la Investigación” comprende los aspectos a tratar sobre el proceso de este estudio, algunos de estos aspectos son el dar a conocer la problemática a la cual se busca dar solución por medio de la Programación Neurolingüística, induciendo a plantearse la interrogante ¿ Será que el uso la Programación Neurolingüística ayudará a optimizar la comunicación interna en los empleados del área de servicio? considerada o también llamada la formulación del problema.

Dentro de este apartado también se delimitan los objetivos a lograr dentro de este trabajo que llevarán a comprobar que la Programación Neurolingüística realmente ayuda a optimizar la comunicación interna dentro de la empresa.

De igual manera, se mencionan las variables, así como los indicadores, es decir, la información a presentar dentro del siguiente capítulo. Por último, en este apartado se presenta el diseño metodológico que comprende y presenta el tipo de investigación a realizar, así como la delimitación del universo donde se mencionan los datos de la empresa a tratar.

El **capítulo 2** denominado “Marco teórico” presenta exclusivamente la información necesaria para conocer y argumentar este trabajo, teniendo como primera variable (independiente) la “Programación Neurolingüística” donde se da a conocer su historia, concepto, premisas, beneficios, entre otros. Proporcionando la información necesaria para ayudar y fomentar una buena comunicación interna.

Por otro lado, como segunda parte del capítulo dos antes citado se encuentra la variable (dependiente) que habla sobre la “comunicación” donde se presenta la historia de la comunicación, así como el proceso de comunicación, sus beneficios,

la comunicación interna en las empresas, temas fundamentales para saber las áreas de oportunidad para la Programación Neurolingüística.

Por último, está el **capítulo 3** llamado “Análisis e interpretación de los resultados de la investigación” en donde se reflejan los resultados de la aplicación de los instrumentos que se utilizaron, para este caso encuestas. Estos resultados están representados mediante gráficas, y cada una cuenta con su interpretación.

En última instancia se presentan las recomendaciones pertinentes hacia los integrantes de la empresa, así como la conclusión del trabajo realizado en la investigación de campo. De igual forma, se presenta la bibliografía de donde se obtuvo la información para este trabajo.

Cabe destacar también que en la parte final se dan a conocer los anexos, en este apartado se presentan las evidencias de este trabajo, así como el formato de cada una de las encuestas realizadas y aquellas herramientas que fueron utilizadas para la realización de esta tesis.

Es preciso mencionar que este trabajo de tesis corresponde a una investigación de tipo documental y de campo, ya que se aplicó y comprobó la hipótesis en la empresa automovilística KIA MOTORS.

Por último, cabe señalar que la información expuesta es totalmente verídica, dando a conocer la realidad de la empresa y la importancia de la aplicación de las diversas técnicas que la Programación Neurolingüística proporciona.

CAPÍTULO 1

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación es un proceso por el cual se transmiten pensamientos, sentimientos, necesidades e ideas. Esto la convierte en una herramienta de vital importancia para la interacción humana.

Ya que el ser humano es un ser de encuentro que vive en sociedad este proceso es imprescindible para el desarrollo de cualquier actividad.

En el ámbito empresarial esto no es la excepción ya que es un instrumento importante para alcanzar los objetivos de la empresa.

La existencia de una comunicación, eficaz fomenta el compromiso y un clima de trabajo integrador.

Hoy en día, en gran parte de las empresas no se brinda un buen servicio a sus clientes, la mayoría de las veces esto es generado por la falta de compromiso por parte de los empleados de esta, ya que no existe una comunicación interna, dando como resultado el mal manejo de la información de los servicios que se brindan.

Ya sea por carencia de modales o por falta de empatía hacia los demás, se genera un ambiente de tensión, a nadie le gusta que se le hable de mala manera, es por esto por lo que el cliente empieza a prescindir de los servicios de la empresa e ir en busca de otras opciones.

No se tiene en cuenta que el trato con el cliente es parte de la mercadotecnia intangible de los servicios de una empresa.

Un buen servicio al cliente se basa en la empatía con él y esto se presenta a través de la comunicación.

Anteriormente estos problemas no se presentaban con tanta frecuencia, el servicio era más humano, más empático, pero, con el avance de las tecnologías de la información y comunicación, así como el aumento de tensión en la vida de las personas y el no tener un conocimiento sobre los canales de comunicación, por lo mismo no saber cómo transmitir adecuadamente la información, fue generando que cada vez se le diese menos importancia al trato hacia otros.

La problemática que se tiene actualmente es que la empresa no conecta emocionalmente con su personal, no se logra que la comunicación interna sea motivante y las herramientas de comunicación que se usan han quedado obsoletas.

Eso se ve reflejado en el trato que se brinda a los clientes.

En una nota que publicó la revista de la universidad de Harvard en el año 2015 sobre la temática de la comunicación y su impacto en el negocio se menciona que el 60% de los problemas empresariales son a causa de la mala comunicación y relacionándolo con el hecho de que la comunicación humana comprende un lenguaje verbal (LV) y uno no verbal (LNV).

Es importante resaltar que el lenguaje verbal impacta tan solo un 7% y el lenguaje no verbal el 93%. Sólo se es dueño del lenguaje verbal conscientemente. Esta nota da a conocer la necesidad que se tiene en las empresas de incentivar, fomentar y aplicar diversas técnicas que puedan ayudar a mejorar la comunicación.

Esto beneficiara notablemente a la empresa y al individuo.

La Programación Neurolingüística surge como una herramienta que proporciona diversas técnicas para mejorar la comunicación.

1.2 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA.

“LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA PARA OPTIMIZAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS EMPLEADOS DEL ÁREA DE SERVICIO DE LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA MOTORS, UBICADA EN AVENIDA UNIVERSIDAD VERACRUZANA 2205, RAFAEL HERNÁNDEZ OCHOA, SUCURSAL COATZACOALCOS, VERACRUZ.”

1.2.1 Justificación del problema.

En un mundo globalizado en el cual se encuentra la sociedad de hoy en día, surgen diversos retos en torno a la comunicación interna del sector empresarial. Algo esencial para el desarrollo de las actividades humanas es, sin duda alguna, la comunicación. Esta herramienta usada con asertividad puede asegurar el logro de los objetivos planteados en cualquier labor.

Saber que actualmente el servicio que se brinda en la mayoría de las empresas es malo, es un motivo importante para querer dar solución a esto. No se toma en cuenta que del trato que se tiene con los clientes dependen las ganancias y el prestigio de la empresa.

La comunicación con el público interno es fundamental para generar, afianzar e introducir cambios en la cultura organizacional y repercute directamente en la comunicación global de una compañía. Es por esto que este tema es de suma importancia ya que se vive en una sociedad en constante cambio y el sector empresarial debe brindar un buen servicio, esto a base de una correcta comunicación.

Es preciso tener en cuenta el perfil de los empleados, el entorno propio de la empresa y los factores sociales, políticos y económicos que influyen en forma externa, siendo esto fundamental para elaborar planes de comunicación efectivos.

En el ámbito empresarial, los beneficios monetarios y el brindar un servicio de calidad a sus clientes, se basa en la correcta transmisión de la información, es decir, una comunicación de calidad, comunicación que debe de empezar dentro de la empresa.

Actualmente algunas organizaciones empresariales han tomado diversas medidas, una de ellas es el uso de la Programación Neurolingüística para corregir el dilema de la mala comunicación y así generar un ambiente que beneficie tanto a la empresa como a aquel que requiere los servicios de ésta.

La Programación Neurolingüística es una técnica que busca optimizar la comunicación, el servicio a los clientes y las relaciones interpersonales, enseñando a las personas a identificar el canal de comunicación que utiliza el oyente, así como también adecuarse a otros estilos y lograr una interacción efectiva.

La PNL (Programación Neurolingüística) es una herramienta que ha permitido abrir las puertas de la comunicación y así dar solución a diversos planteamientos sobre el flujo de la comunicación de manera personal, así como empresarial.

1.2.2 Formulación del problema

¿Será que si se emplea la Programación Neurolingüística entonces se optimizará la comunicación interna en la empresa automovilística KIA MOTORS sucursal Coatzacoalcos?

1.3 DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Comprobar que la Programación Neurolingüística optimizará la comunicación interna en los empleados del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS sucursal Coatzacoalcos.

1.3.2 Objetivos Particulares

- Analizar la importancia de la Programación Neurolingüística en las empresas mediante una investigación documental.
- Examinar el grado de comunicación en la empresa a través de diferentes instrumentos de evaluación.
- Determinar las técnicas de la programación neurolingüística que garanticen una optimización en la comunicación interna de la empresa mediante una investigación de campo.

1.3.3 Objetivos Específicos

- Identificar la existencia de la comunicación interna en la empresa a través de una encuesta al gerente general.
- Estimar las dificultades de comunicación interna en los empleados del área de servicio mediante una encuesta inicial.
- Identificar el conocimiento sobre la Programación Neurolingüística a través de una encuesta.
- Mostrar a los empleados del área de servicio la Programación Neurolingüística como herramienta para mejorar la comunicación interna a través de un taller.
- Fomentar el uso de la Programación Neurolingüística en los empleados del área de servicio mediante un taller.
- Aplicar diversas técnicas de PNL a los empleados mediante un taller.
- Evaluar el conocimiento aprendido por parte de los empleados del área de servicio mediante una encuesta final.

1.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

1.4.1 Enunciación de Hipótesis

Si se aplica la Programación Neurolingüística, entonces se optimizará la comunicación interna en los empleados del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS Coatzacoalcos.

1.4.2 Determinación de Variables

1.4.2.1 Variable Independiente

La Programación Neurolingüística

1.4.2.1.1 Indicadores de la Variable Independiente

- ✓ Antecedentes de la Programación Neurolingüística.
- ✓ Concepto de la Programación Neurolingüística.
- ✓ Cerebro y mente.
- ✓ Características de la Programación Neurolingüística.
- ✓ Aplicaciones de la Programación Neurolingüística.
- ✓ Beneficios de la programación Neurolingüística.
- ✓ Puntos fundamentales que usa la Programación Neurolingüística para el cambio.
- ✓ Premisas de la Programación Neurolingüística.
- ✓ La programación Neurolingüística y la comunicación.
- ✓ La Programación Neurolingüística en el sector empresarial

1.4.2.2 Variable Dependiente

La comunicación

1.4.2.2.1 indicadores de la Variable Dependiente

- ✓ Antecedentes de la comunicación.
- ✓ Concepto de comunicación.
- ✓ Lenguaje.
- ✓ Proceso de comunicación.
- ✓ Canales de comunicación.
- ✓ Características de la buena comunicación.
- ✓ Beneficios de una buena comunicación.
- ✓ La comunicación interna de la empresa.
- ✓ Importancia de la comunicación interna en las empresas.

1.5 DISEÑO METODOLÓGICO

1.5.1 Investigación Documental

En la elaboración de la parte documental de este trabajo, para el marco teórico se consultaron diversas fuentes: tal es el caso de libros impresos y electrónicos, periódicos, páginas electrónicas, archivos PDF y revistas electrónicas.

1.5.2 Investigación de Campo

1.5.2.1 Delimitación del Universo

Esta investigación documental se decidió realizar en la empresa automovilística KIA MOTORS ubicada en:

Calle: Rafael Hernández Ochoa

Número: 2205

Colonia: Avenida Universidad

Código postal: 96558

Ciudad: Coatzacoalcos

Estado: Veracruz

Gerente general: Contador público Cesar Luis Sánchez

Empresa automovilística KIA MOTORS Coatzacoalcos

52 empleados.

1.5.2.2 Selección de la Muestra

En la empresa de KIA MOTORS la población total de empleados es de 52 personas, distribuidos en diversas áreas, por lo que se seleccionó una muestra de 5 personas las cuales integran el área de servicio y que representan el 9.6% del total de empleados. Todos los empleados del área de servicio fueron entrevistados.

1.5.3 Instrumentos de Prueba

- Encuesta inicial aplicada a los empleados del área de servicio para estimar las dificultades de la comunicación interna.
- Encuesta a los empleados del área de servicio para identificar el conocimiento sobre la Programación Neurolingüística.
- Taller para mostrar a los empleados del área de servicio la Programación Neurolingüística.
- Encuesta final a los empleados para evaluar el conocimiento aprendido sobre la Programación Neurolingüística.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA.

2.1.1 Antecedentes de la Programación Neurolingüística

La Programación Neurolingüística surge en los años 70 en la universidad de Santa Cruz en la costa Oeste de Estados Unidos de Norteamérica cuando John Grinder (lingüista y doctor en filosofía) y Richard Bandler (matemático y terapeuta de la Gestalt) se dieron la tarea de observar a tres de los más grandes terapeutas de su época: Virginia Satir, que es conocida mundialmente como pionera en el campo de la teoría sistemática familiar, Fritz Perls fundador de la terapia Gestalt y el Dr. Milton H. Erickson, uno de los psiquiatras de mayor reconocimiento mundial.

Grinder y Bandler se preguntaron el porqué del éxito de estas personas, desde entonces, se enfocaron en buscar la respuesta a su interrogante. Su objetivo era el de establecer los patrones de comportamiento de la comunicación usados por estos terapeutas exitosos.

Durante la investigación encontraron que estas personas tenían ciertas similitudes en su manera de actuar, a partir de esta observación minuciosa se permitió el acceso a una serie de poderosos modelos de comunicación para buscar la excelencia humana. Como resultado de este trabajo Grinder y Bandler dan formato a las técnicas de modelado y sus propias contribuciones individuales bajo el nombre de “Programación Neurolingüística” y así simbolizar la relación entre el cerebro, lenguaje y cuerpo.

Fue así como en el año de 1975 escribieron el primer libro de PNL (Programación Neurolingüística) bajo el título “la estructura de la magia”. Lo que hicieron Bandler y Grinder fue elaborar modelos de terapias que funcionaban en la práctica y que podían enseñarse.

Posteriormente, quien contribuyó en los primeros trabajos de la PNL fue Gregory Bateson, un antropólogo británico el cual desarrolló la teoría sobre la doble ligazón en la esquizofrenia.

Robert Dilts fundador y director de la NLPU (Universidad de Programación Neurolingüística) y Judith Delozier siguen desarrollando el modelo de la PNL, a ellos se debe la creación del modelo basado en la estrategia creativa practicada por Walt Disney, ésta puede ser usada ante cualquier tipo de problema.

En el transcurso de los años la PNL ha incrementado el desarrollo de técnicas y habilidades para la optimización de la comunicación e influir en el cambio de la conducta humana, esto desde distintos ámbitos ya sea en aspectos sociales, personales y profesionales.

2.1.2 Concepto de Programación Neurolingüística.

Programación Neurolingüística es un modelo que contiene un conjunto de técnicas poderosas que permiten una mejora de la experiencia humana y de la comunicación y, a su vez, permite efectuar muchos cambios profundos y verdaderos de forma fácil y rápida en el que se generan diversos cambios tales como el que la persona aprenda a sacar a flote sus habilidades, de igual manera a generar nuevos talentos y conductas tanto para beneficio de ellas mismas como para otros.

La PNL es conocida como el arte y la ciencia de la excelencia personal. Es una ciencia porque existe una técnica, un método y un proceso para descubrir diversos modelos empleados por cada individuo que lo disponga.

Esta ciencia parte de una experiencia sensorial almacenada en el cerebro, para poder trabajar o realizar alguna tarea es necesario el conocer la estructura y las condiciones por las cuales se procesa y almacena esta experiencia.

Más allá de lo que se percibe y palpa, se van construyendo representaciones de la realidad, a la cual se agregan los sentimientos, pensamientos, emociones y lenguaje, permitiendo que sea posible que no exista una realidad absoluta, sino realidades que van dependiendo de la personalidad de cada uno, es por esto, que se van generando en la persona creencias limitantes en donde se deja llevar por la realidad que ella misma va formando y dicha realidad puede ser buena o mala.

La experiencia se va formando, dependiendo del cómo se organiza lo que se percibe, se analiza y se filtra el mundo exterior mediante los sentidos.

Al respecto Forner, R (2010) escribe:

La PNL versa sobre la experiencia subjetiva del ser humano cómo organiza lo que ve, oye y siente, cómo revisa y filtra el mundo exterior con sus sentidos. La PNL explora también cómo éste describe el mundo con el lenguaje, y cómo reacciona intencionada y no intencionalmente, con el fin de producir resultados (p.18).

Algo importante de la PNL es que investiga cómo se transmite la representación del mundo a través del lenguaje y promueve la flexibilidad del comportamiento, el pensamiento estratégico y una comprensión de los procesos mentales, sabiendo exactamente lo que se debe hacer y cómo se debe hacer.

Es una caja de herramientas que permite alcanzar objetivos y busca mejorar la calidad de vida de cada individuo.

En sus orígenes sólo fue concebida para el mejoramiento de los procesos terapéuticos. Los resultados que se tuvieron fueron extraordinarios logrando así que su utilización fuera más allá de esa frontera.

Médicos, psicólogos, educadores, profesionales de distintas áreas y empresas de gran importancia aplican actualmente la PNL y, no sólo la aplican, sino

también la difunden para el desarrollo individual como para la optimización de cada grupo humano.

Los fundadores de esta ciencia decidieron llamarle Programación Neurolingüística debido a que es integrada por tres aspectos fundamentales.

- ✓ Programación: Proviene de la ciencia del proceso de información, haciendo comparación al software en una PC, es decir, se almacena, se codifica y se transforma de acuerdo con las experiencias. De igual manera que en una computadora se puede eliminar el software, en los seres humanos puede llegar a pasar lo mismo, se puede suprimir, actualizar e instalar un nuevo software mental.

En el transcurso de la vida se experimenta, agrega y aplican programas. Esto conlleva a que se realicen ciertas conductas. Es decir, se refiere a las formas que se escogen para organizar ideas o pensamientos con el propósito de producir resultados.

- ✓ Neuro: Proviene de la neurología, la manera en cómo se procesa la información. Los programas determinan las vivencias del hombre las cuales determinan su comportamiento y éstas se perciben a través de los sentidos que permiten relacionarse con el mundo, el sistema nervioso es el encargado de transmitir al cerebro cada sensación para que las neuronas sean las encargadas de ejecutarlas, esto se ve reflejado en la conducta de cada sujeto.
- ✓ Lingüística: Ésta tiene relación con el uso de los sistemas del lenguaje. No sólo mediante palabras, sino también los sistemas de símbolos, incluyendo gestos y posturas, permitiendo codificar, organizar y atribuir significados a las representaciones del mundo. El lenguaje es usado para ordenar los pensamientos y la conducta.

Merlina de Dobrinsky menciona que la PNL es una batería de herramientas ciento por ciento prácticas para alcanzar objetivos y mejorar la calidad de gestión al igual que es una metodología que ayuda a las personas a desenvolverse mejor en todo lo que realicen.

La PNL habla sobre la experiencia que tiene el ser humano en cómo organiza lo que ve, oye y siente, cómo filtra el mundo exterior con los sentidos y explora cómo el individuo describe el mundo con el lenguaje, cómo reacciona ya sea intencional o no intencionalmente con la única finalidad de producir resultados.

2.1.2.1 Cerebro y mente.

El cerebro del ser humano posee una gran habilidad de cambio, para que pueda existir un cambio es necesario entrenar la mente y el cerebro. Mente y cerebro no es lo mismo.

“El cerebro es una de las estructuras más extraordinarias y complejas que conocemos. La investigación sobre el cerebro comienza a revelarnos qué puede hacer y cómo funciona”
(Greenfield,S. 2012, p. 4)

El cerebro es materia, se puede tocar. Es una bola de grasa que pesa 1.250 gramos y está compuesto por cien mil millones de células nerviosas (neuronas) conectadas entre sí.

La mente no es materia, no se puede tocar, es la actividad que realiza el cerebro. Para el doctor Daniel Siegel, “la mente es un proceso racional dentro del cuerpo que regula el flujo de la energía y de la información”.

La actividad mental puede estimular la modificación de conexiones neuronales existentes o la creación de nuevas conexiones neuronales, es decir, por medio de los pensamientos se puede modificar el cerebro de un individuo.

Robin Sharma escribió que “la mente es un magnífico criado, pero un terrible amo”. Cuando el ser humano es guiado y dominado por sus pensamientos y que éstos, a su vez, generan patrones de conducta, esto les puede estar impidiendo una correcta interacción con lo y los que le rodean.

Para que un pensamiento sea cambiado por otro se necesitan 21 días, este es el tiempo que el cerebro usa para crear nuevas conexiones neuronales.

Es el ambiente y los pensamientos los que contribuyen a dar forma física al cerebro. Y la Programación Neurolingüística busca ayudar a cambiar los pensamientos para cambiar y potenciar el cerebro y así generar mejores resultados en el desempeño del individuo.

2.1.3 Características de la Programación Neurolingüística.

La PNL se basa en un modelo simple para ir alcanzando los objetivos propuestos. A continuación, se presenta un listado de las características más importantes de la programación Neurolingüística las cuales fueron tomadas de diversos autores:

- Es flexible.
- Permite un auto-descubrimiento.
- Promueve la flexibilidad del comportamiento.
- Asegura resultados rápidos.

- Mente, cuerpo y acción constituyen un solo sistema.
- Se centra en los procesos mentales.
- Busca alcanzar la excelencia personal.
- Trabaja con los planos mentales conscientes e inconscientes.
- Es un manual instructivo para el uso de la creatividad.
- Busca obtener resultados evolutivos en las personas que lo deseen.
- Permite identificar y modificar conductas en base a la visualización.
- Es una disciplina moderna y práctica.
- Pretende mejorar la comunicación humana a través de herramientas de observación y acción.
- Permite penetrar profundamente en la estructura comunicacional.
- Es una guía para la mente.
- Tiene un enfoque holístico.
- Trabaja con microdetalles.
- Otorga gran importancia al lenguaje.
- Toda tarea puede ser llevada a cabo o aprendida si se la divide en pequeños pasos.

La escritora mexicana especialista en PNL Merlina de Dobrinsky especifica que la Programación Neurolingüística es un sistema que permite operar con marcos mentales que posibilitan la reingeniería que permite alcanzar mejoras espectaculares.

2.1.4 Aplicaciones de la Programación Neurolingüística.

Jago, W (2011)

En la actualidad, la PNL permite a los practicantes de muchos campos mejorar en lo que hacen, sean educadores o instructores, deportistas varones o mujeres, vendedores o directivos de empresas, profesionales de la salud o negociadores, creativos o artistas. Todos utilizan las habilidades de la PNL, como hacen miles, y ahora tal vez millones de personas en su vida privada. (p.15,16)

La Programación Neurolingüística no se limita a algunos campos del desarrollo humano, sino que va más allá, abarcando diversas áreas en las cuales se desenvuelve toda persona.

Diversos autores, entre ellos la psicóloga y periodista española Rosseta Forner, indican que la PNL colabora en distintas áreas tales como:

- Salud.
- Negocios.
- Política.
- Educación.
- Desarrollo personal.

En la salud busca ayudar a las personas enfermas a entender el porqué de su enfermedad, así como también encontrar las causas y consecuencias de ésta y así ponerse en marcha para reparar la enfermedad física.

Puede usarse en los siguientes casos:

- Estrés.
- Fobias de todo tipo.
- Alergias.
- Neuralgias.
- Depresión.
- Ansiedad.

- Úlceras, desórdenes del estómago y/o aparato digestivo.
- Favorece al cambio de hábitos para mejorar la salud.
- Bajar de peso.

En el mundo de los negocios y la política para:

- Asesoramiento externo para directivos (Management Coaching).
- En ventas para vender más y mejor.
- Mejorar la creatividad para resolver problemas.
- Hablar en público.
- Comunicar mejor y más efectivamente.
- Llevar a cabo reuniones de trabajo efectivas, productivas y constructivas.
- Potenciar la capacidad soñadora-creativa, realista-ejecutiva y/o la crítica-analítica.
- Liderar y motivar equipos de trabajo.
- Potenciar el liderazgo.
- Mejorar la empatía y la habilidad de crearla (compartir y dirigir).
- Una mejor comunicación y/o comportamiento asertivo-afectivo.
- Negociaciones exitosas.
- Mejorar las habilidades de estudio.

Dentro del ámbito educativo se aplica para:

- Aumento de la percepción.
- Optimiza la información que es impartida y la que es recibida.
- Permite una comunicación fluida.
- Potenciar la inteligencia.
- Maximizar la creatividad.
- Exposiciones.
- Elaboración de materiales didácticos.

En el desarrollo personal es usada para:

- Desarrollar la capacidad para tomar decisiones.
- Aprender a plantear y alcanzar objetivos.
- Aumentar la autoconfianza.
- Resolver conflictos con otras personas.
- Liberación de emociones negativas.

En otros lugares como Estados Unidos un gran número de compañías ya sea grandes, medianas y pequeñas, entrenan a sus equipos de trabajo con técnicas de PNL obteniendo grandes resultados. Es usada también para mejorar la calidad de vida, el rendimiento profesional, etc.

2.1.5 Beneficios de la Programación Neurolingüística.

La Programación Neurolingüística es una caja de herramientas con habilidades que están basadas en patrones ofreciendo así una amplia gama de beneficios.

“La PNL nos enseña a utilizar nuestras mentes de la mejor manera posible a fin de ayudar a comprendernos, a vivir felizmente, a reducir nuestro estrés y a trabajar con eficacia” (Jago, W. 2011, p.19).

Cuando el individuo aprende a conocer y utilizar la mente a su favor puede generar grandes cambios en todos los ámbitos de la vida en los que se desenvuelva.

Algunos de los beneficios que ofrece la PNL son los siguientes:

- Impulsa el desempeño personal y laboral de las personas.
- Mejora la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el logro de una comunicación eficaz entre el docente y el alumno, brindando las

herramientas necesarias para ésta. Una de ellas es el conocimiento de los sistemas representacionales, es decir, saber por dónde hacer llegar la información al alumno.

- Genera una mayor relación en el aula de clases.
- Superar estados emocionales negativos o depresivos.
- Aumento de la autoconfianza.
- Mejora la capacidad de pensar de manera más racional.
- Ayuda en el planteamiento de objetivos y así mismo llegar a ellos.
- Puede ser una guía para los padres para escoger el sistema de comunicación más adecuado para con sus hijos y viceversa.
- Apoya a las parejas a cambiar su propio sistema de interacción.
- Es eficaz para adquirir nuevos modelos y habilidades de comunicación verbal o no verbal a través de la aplicación de los patrones del lenguaje.
- Apoya en la superación de duelos y ansiedades.
- Ayuda a incrementar la percepción sensorial e intuitiva.
- El individuo aprende a trascender sus propios límites y a ser más exitoso.
- Mayor aprovechamiento del tiempo.
- Impulsa el desarrollo de las habilidades.

2.1.6 Puntos fundamentales que usa la Programación Neurolingüística para el cambio.

1.- PLAN

El primer paso trata de que la persona enfoque su atención en saber a dónde se quiere llegar, es decir, cuál es el objetivo por perseguir, para esto se necesitan de las siguientes habilidades:

- Creer en uno mismo:

Fundamental para cualquier tipo de meta u objetivo que se quiera alcanzar.

- Diseñar la meta, ¿Qué se quiere alcanzar?

Es importante saber qué se quiere, cómo, cuándo y dónde.

- ¿Por qué se quiere alcanzar esa meta?
- ¿Qué se espera lograr con ella?
- ¿Qué aportará esto a su vida?
- Decidir qué es lo que se está dispuesto a hacer para alcanzar la meta.

Es de suma importancia escribir honestamente qué es lo que se está dispuesto a hacer, lo que es negociable, lo que bajo ningún concepto es negociable y lo que no importa. Es necesario ser realista y comprometerse con uno mismo y no hacer las cosas porque se quiera alcanzar o demostrarle a alguien más que es posible, sino en beneficio personal.

- Cualidades o capacidades necesarias para alcanzar la meta.

Enumerar las capacidades, habilidades, conductas, valores y creencias que son necesarias para alcanzar la meta. No hay que olvidar determinar el tiempo que se invertirá hasta lograrlas.

- Aceptación de la realidad y aprovechamiento a favor.

“Cuando lo crea lo verá”

WAYNE DYER.

¿Cómo puede favorecer la realidad?, ¿Cómo poder dar vuelta a esta situación?

¿Cómo poder sobresalir ante esto?

2.-ACCIÓN

Después de conocer a dónde se quiere llegar es preciso detallar cuáles son las acciones que llevarán a alcanzar los objetivos deseados.

- Flexibilidad.

Ésta es fundamental e imprescindible para triunfar en la vida. Ser flexible supone ser firme, tener claridad de propósito y ser maleable.

- Atención, calma, equilibrio, seguridad y confianza.

Éstas ayudan a detectar lo que afecta a la hora de alcanzar el objetivo trazado.

- Voluntad y firmeza.
- Fe y determinación.

3.- CHEQUEO

Al ir realizando las actividades que se planean se necesita observar las cosas que van sucediendo como resultado del nuevo comportamiento.

4.-CAMBIO

Se necesita cambiar el comportamiento hasta conseguir lo que se desea.

2.1.6.1 Premisas de la Programación Neurolingüística.

Rosetta Forner menciona en su libro *La llave del éxito* los siguientes principios en los cuales se basa la PNL:

- Las personas funcionan perfectamente.

Sin excepción alguna todas las personas son seres capaces de conseguir metas y ser notablemente efectivos. El sistema funciona de manera eficaz, simplemente hay que entenderlo y confiar en él. El éxito de la PNL depende de la aceptación de este principio.

- No se puede no comunicar.

Por naturaleza el ser humano se comunica en todo momento, aunque mayormente sea de forma no verbal. Un suspiro, una sonrisa, los movimientos

corporales, el tono de la voz, los movimientos de los ojos o, incluso, la postura del cuerpo son todos comunicación. El entender y comprender que siempre hay comunicación añade una dimensión adicional de responsabilidad.

- El mapa no es el territorio.

Cada persona percibe el mundo de manera única y diferente al de los demás, es como si cada individuo tuviese un mapa del mundo que le rodea el cual se ha ido dibujando de acuerdo con las vivencias. Los seres humanos sólo son capaces de acceder a una diminuta parte de lo que les rodea incluyendo sonidos y otros estímulos sensoriales.

Esto indica que la comprensión del mundo se basa en una muestra o ventana en base a los sentidos, no quiere decir que el mapa de cada uno sea el territorio de la realidad. Sólo se ve el mundo de acuerdo con el mapa que se va creando y esto no permite analizar y comprender el mundo visto desde la perspectiva de otros.

Una verdadera comunicación debe intentar entender los mapas de las demás personas, reconociendo las diferencias permite el darse cuenta de la riqueza y variedad de la experiencia humana.

La Programación Neurolingüística ofrece un modelo que ayuda a entender la estructura de los mapas mentales permitiendo compartir experiencias que resultan como puente entre cada mapa y, así, lograr una comunicación eficaz.

- Todos tienen los recursos que necesitan.

Todas las capacidades que están a disposición del hombre comienzan en la mente en forma de sueños, pensamientos e imágenes de lo que se podría llegar a ser. Los recursos mentales y físicos están en total disposición del que los quiera tener. Los seres humanos son capaces de cambiar lo que sienten y aplicarlo a lo que se quiere lograr.

- Siempre está al alcance de uno el tomar la mejor elección.

Cada uno tiene una vida llena de experiencias a las cuales se puede recurrir al momento de hacer elecciones o tomar alguna decisión. Hasta no ser consciente de nuevas opciones se tomarán las mismas elecciones que han regido la vida, la PNL ofrece el cómo ir tomando las mejores decisiones haciendo notar que siempre se puede elegir el modo en que se siente o la actitud que se toma ante cualquier circunstancia, incluso si no se pueden cambiar las realidades externas.

- No hay fracaso, sólo realimentación.

Frecuentemente se tiene la idea de que si no se obtiene algo que se quiere esto significa que se ha fracasado, por el contrario, en la PNL se establece que no hay fracaso sólo hay aprendizaje. El denominado fracaso es el único camino que lleva a la excelencia.

La percepción del fracaso permite la adquisición de una nueva capacidad y por medio de la Programación se pueden controlar las percepciones o actitudes si así se desea.

- Todo comportamiento tiene una intención positiva.

Absolutamente todo lo que se hace es por llegar al logro de alguna meta y la última intención es el bienestar. La cuestión de esta premisa es saber qué es lo que se quiere y el motivo que lleva a querer esto.

- La mente y el cuerpo son parte del mismo sistema.

Los pensamientos afectan de manera directa la fisiología del individuo, por ejemplo, la respiración, la tensión muscular, los dolores del cuerpo y muchos más y esto como resultado afecta los pensamientos. Cuando se cambia un pensamiento se cambia la fisiología y, por el contrario, ocurre lo mismo.

Ninguna parte funciona de manera individual, depende una de otra, no se puede estar bien físicamente y estar mal emocionalmente, no hay congruencia. Existe una

mente consciente que puede influir en el cuerpo, incluso si no se percata de lo que está pasando.

Es preciso saber que la mayoría de los pensamientos son de tipo inconsciente y éstos juegan un gran papel en el comportamiento del ser humano. La PNL demuestra que hay dos rutas para el cambio: a través de la fisiología y el comportamiento y a través de los pensamientos.

2.1.7 PNL y la comunicación.

La Programación Neurolingüística permite la eficacia en la comunicación y esto es de suma importancia ya que el ser humano vive en comunicación.

El escritor Robin Sharma comenta que las palabras no son más que los pensamientos expresados en voz alta y es por eso por lo que la P.N.L. concede un papel importante al lenguaje debido a que considera que éste es un reflejo de los sentimientos, creencias y pensamientos que se encuentran en el interior de los individuos. De igual manera, se da una gran relevancia al lenguaje no verbal, los gestos, la mirada, la postura al sentarse, la ropa que se usa, éstos arrojan información a tomar en cuenta y ayudan a descifrar la personalidad de cada individuo.

Este método es de gran influencia porque busca y permite comunicarse de forma eficaz en las relaciones personales, eliminando todas aquellas barreras que impiden expresarse correctamente. Es por esto que se da gran énfasis a los sistemas representacionales.

La PNL indica que un sistema representacional es aquel que abarca las distintas maneras de percibir la realidad que rodea a las personas, la visual, la auditiva y la kinestésica.

La percepción sensorial se convierte en el punto de partida de la PNL ya que cada individuo tiene una forma específica y especial de captar el mundo a través de los sentidos, la mayor parte de las personas suelen utilizar un sentido más que los demás haciendo el sentido dominante para captar la experiencia del mundo y procesarla.

- La visual: en las personas en quien predomina este sistema suelen captar el mundo con los ojos, muestran una mayor atención en los detalles visuales, recuerdan lo que ven y se expresan verbalmente con oraciones vinculadas a este sentido.

El cerebro de estos individuos funciona en imágenes, es decir, cuando piensan en algo lo primero que se viene a la mente es una imagen. Suelen hablar rápidamente, tienen un alto nivel de energía, dan una gran importancia a la imagen y suelen ser personas muy bien arregladas, combinan muy bien los colores de su indumentaria, es común que sean muy ordenadas en todas las áreas que se desempeñen, cuando hablan tienden a mover los ojos hacia arriba.

Alguna de las expresiones que suelen utilizar son:

- No está bien visto.
- Por ahora no sé, después veremos.
- Por lo que veo me parece una buena persona.
- Todo depende del punto de vista con el que lo vean.
- ¿Viste?
- Llegué a casa y vi que tenía un mensaje tuyo.
- Ya veo lo que me quieres decir.

- Los auditivos: este tipo de personas experimentan el mundo a través de lo que escuchan, fijan su atención en los detalles auditivos, recuerdan lo que la

gente les dice y su lenguaje es muy influido por expresiones relacionadas con la audición. Suelen ser calmados, más serenos, su aspecto es conservador y arreglado, no les gusta llamar la atención y cuidan mucho lo que dicen.

Un aspecto importante de estas personas es que recuerdan muy bien lo que les dicen, tienen un amplio dominio del lenguaje tanto oral como escrito. Mueven la cabeza a los lados cuando están escuchando, su cerebro funciona en sonidos, esto significa que cuando piensan o recuerdan algo lo primero que se les viene a la mente es un sonido. El movimiento de sus ojos constantemente es dirigido hacia la derecha y hacia la izquierda, es decir, hacia los oídos.

Algunas expresiones que suelen usar son:

- Es mejor hacer oídos sordos.
- Me llama la atención que...
- No me suena bien esto.
- Estamos en la misma frecuencia.
- Escucho lo que me quieres decir.

- Los kinestésicos: esta categoría incluye a las personas en quienes predomina el tacto, el olfato y el gusto, suelen ser personas muy relajadas y desentendidas, la moda les interesa muy poco y para ellos lo esencial es la comodidad. Hablan sin prisa y consideran que entre los mejores placeres de la vida están la comida y los perfumes.

Dan preferencia a las emociones, necesitan tocar y ser tocados, su cerebro funciona en base de sus sensaciones y emociones. La mirada tiende a estar dirigida hacia abajo y a la derecha.

Algunas de las expresiones que suelen usar son:

- Se metió en camisa de once varas.
- La discusión fue fría y distante.
- ¿Me das una mano en la tarea?
- Hay que tener los pies sobre la tierra.
- Me pone los pelos de punta.
- Esto me huele mal.
- No me agrada lo que me dices.

Gracias a los sistemas representacionales se puede tener un mayor conocimiento para saber tratar y comunicar a otras personas y ser conscientes de que nadie es igual.

2.1.8 La Programación Neurolingüística en el sector empresarial.

Partiendo del hecho que la empresa es una unidad económica, un organismo social que se encarga de satisfacer las necesidades del mercado mediante el uso de recursos materiales y humanos y que la PNL no se circunscribe sola y exclusivamente a un ámbito de la sociedad se puede deducir que la Programación Neurolingüística tiene un papel fundamental en el ámbito empresarial y su aplicación es de suma importancia para mejorar el servicio que estas empresas pueden brindar.

“La programación Neurolingüística es un modelo de comunicación efectiva que puede ser aplicado a multiplicidad de campos del saber y hacer humano, entre ellos, el de los negocios y la empresa”
(De Dobrinsky, 2008, p.9)

En esta unidad económica y social la programación neurolingüística ayuda notablemente y de manera eficaz a mejorar todos los aspectos comunicacionales abarcando tanto el lenguaje verbal como el no verbal, el fijar objetivos y guiarlos hacia el logro de éstos, asumir y mantener posiciones de liderazgo.

Conlleva un papel muy importante ya que se trabaja en la parte inconsciente modificando creencias, para así predisponer al personal de una empresa a tener y sostener creencias que los hagan más actos para el éxito que para el fracaso, permitiendo así una optimización en la comunicación entre los miembros y/o empleados de una empresa y de igual manera a sus clientes.

La PNL busca ayudar e impulsar a la toma de decisiones a nivel empresarial.

2.2 LA COMUNICACIÓN.

2.2.1 Antecedentes de la comunicación

Los orígenes de la comunicación datan de los inicios de la civilización cuando el hombre comenzó a entender y comprender el entorno en el cual vivía. Anteriormente la comunicación se basaba en sonidos, señales y signos, al igual que buscaba dar un significado a los sonidos de la naturaleza, las señales de humo, entre otros.

Una vez que el hombre dejó de ser errante e inició una vida acompañada de otros, es decir, empezó a vivir en pequeñas sociedades, el alcance y uso de la comunicación fue mayor.

Con la aparición y el desarrollo del lenguaje en el ser humano se permitió asentir y comprobar la existencia de la inteligencia, los pensamientos y la capacidad de abstracción en él.

El primer sistema utilizado para transmitir información fue la voz humana, con el paso del tiempo la comunicación ha ido evolucionando para que las personas gocen y obtengan de una manera más simple todo aquello que requieran.

Los egipcios fueron los primeros que plasmaban y comunicaban mediante figuras o dibujos llamados jeroglíficos las actividades que realizaban para así evitar que se les olvidase. Al igual esta civilización fue la primera en introducir la escritura.

Los romanos designaban a personas para llevar una noticia de un lugar a otro y los indios americanos, por su parte, se bastaban de fogatas para identificar el lugar en donde se encontraban para comunicarse con otra aldea.

Los utensilios que utilizaban para comunicarse eran la trompeta, el tambor, e, incluso, los espejos, éstos para dar a conocer información en caso de guerras o para reflejar la luz y conocer así la ubicación de algún individuo, también las noticias se transmitían por medio de la telegrafía óptica, esto consistía en encender antorchas desde los puntos más elevados y se les movía de modo que fueran formando letras del alfabeto.

Hace 5,000 años llegó la era de la escritura, ésta fue y es una herramienta importantísima en beneficio del progreso de la humanidad. En el siglo XV se favoreció más al avance de la comunicación con la creación de la imprenta de tipo móvil por Johann Gutemberg, ésta se permitió el dar paso a la desaparición de los manuscritos.

Para el año de 1790 el francés Claudio Chape inventó el primer telégrafo semáforo el cual fue utilizado durante varias décadas. Por su parte, Alejandro Graham Bell estadounidense, inventó en el año de 1876 el teléfono, objeto de muchos perfeccionamientos, este aparato transmite las vibraciones de la voz de quien habla, el timbre y personalismo de cada individuo y el receptor puede escuchar y entablar una plática con su emisor.

Con la aparición de la imprenta y del teléfono surgieron los libros y se divulgaron los temas que abrieron aún más las posibilidades de la comunicación y

la difusión de la lectura y la escritura. Y fue a partir de los inicios del siglo XX cuando los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron diversos cambios en el modo de sentir y actuar de los hombres.

Desde los primeros hombres de la tierra hasta este siglo siempre ha sido necesaria una comunicación, por lo tanto, se puede asegurar que la comunicación ha sido, es y será la forma más importante de enviar y recibir información.

2.2.2 Concepto de comunicación

La comunicación se define como un sistema de comportamiento integrado que se encarga de mantener, regular y equilibrar las relaciones humanas. Es un proceso que permite transmitir y recibir ideas, datos, opiniones y actitudes para así generar comprensión y acción.

Etimológicamente proviene del latín “*communicare*” que se traduce como “poner en común, compartir algo”. El ser humano es un ser social, es decir, que se desarrolla en el encuentro y necesita de la comunicación la cual permite intercambios afectivos ya sea de persona a persona o en grupos, ésta es inherente al hombre.

En otras palabras, es un acto de relación humana en el que dos o más participantes intercambian un mensaje a través de un lenguaje o alguna forma de expresión. No sólo se limita a las palabras, es decir, el lenguaje verbal, sino que va más allá.

Ésta permite entender y comprender el mundo que está alrededor, organizar los pensamientos, expresar sentimientos, así como comprender los sentimientos e ideas de los demás.

Para Ballenato, G (2009)

En la comunicación resulta tan importante el componente racional-intelectual como emocional-afectivo. Su relevancia trasciende igualmente lo intrapersonal para adentrarse en lo interpersonal, marcando el carácter y el curso de las relaciones sociales. El pensamiento, el lenguaje y la conducta se hayan estrechamente vinculados entre sí. La persona que habla, que escribe y que comunica, de algún modo ejerce sobre los demás un poder de influencia que debe conocer y saber administrar (p. 14, 15).

El comunicarse implica una responsabilidad ya que se adquiere el poder de influir sobre el comportamiento de alguien más y ese poder se debe conocer, cuidar y valorar.

El objetivo de la comunicación es el de obtener un resultado. La forma en el relacionarse y comunicarse con el resto de los seres humanos manifiesta la forma de ser de cada uno. Hay tres tipos básicos de comunicación:

- Comunicación verbal: ésta se lleva a cabo por medio del uso de contenidos lingüísticos, es decir, se hace un uso del lenguaje permitiendo dar inicio a alguna conversación, compartir un mensaje y adquirir información. Puede ser oral, ya sea hablando o escuchando, y escrita, escribiendo o leyendo.
- Comunicación no verbal: este tipo de comunicación se da por medio de las señales o de los llamados indicadores no verbales, éstas incluyen : las gesticulaciones, la distancia, la mirada, los movimientos, etc. Aportan información muy importante que puede ayudar a encontrar e interpretar el significado real de la comunicación. En ésta intervienen diversos elementos fisiológicos como: la respiración, la sudoración, la activación muscular, el flujo sanguíneo y la frecuencia cardiaca.
- Comunicación paraverbal: tiene que ver con las variaciones en el uso de la voz. Se puede decir que es la manera o la forma en la que se dicen las cosas incorporando matices y entonaciones mientras se habla.

El volumen y cambio de la voz, el tono, la velocidad con la que se habla, las pausas, el ritmo de la comunicación y, sobre todo la sincronía con la comunicación verbal y no verbal, intervienen en el proceso de la comunicación humana.

2.2.2.1 Lenguaje

El lenguaje es la capacidad del ser humano que usa para expresar pensamientos y sentimientos a través de la palabra. En apariencia pareciera que las palabras son simples signos que se relacionan con sonidos pero, en realidad, son conexiones directas a mundos emocionales personales, íntimos e intransferibles.

Esta capacidad que posee el individuo le permite intercambiar información más abstracta y compleja a través de un código de signos, es decir, un conjunto de sonidos articulados.

El lenguaje no sólo describe lo que acontece, sino que también crea realidades. El hombre usa las palabras para interpretar lo que sucede y por medio de las interpretaciones y las valoraciones de aquellas cosas que pasan, éstas van creando la identidad, es decir, la personalidad de cada individuo.

El lenguaje es una pieza clave a la hora de determinar cuál será el significado que se le dé a los eventos, es tan potente que puede hacer que una persona se destruya o se construya.

2.2.2.2 Proceso de comunicación.

La comunicación está en todas partes, cualquier cosa que se realice, incluso el no hacer algo, es comunicar. La comunicación es un proceso en el cual intervienen diversos elementos, este proceso es bidireccional.

El escritor Guillermo Ballenato Prieto menciona los elementos que intervienen en el proceso comunicativo los cuales son:

- ✓ Emisor: es el punto de inicio o de partida, el origen del mensaje y tiene como característica esencial que es el que se convertirá en receptor de la respuesta.
 - Se encarga de generar, desarrollar y dar a conocer una idea. Este paso es importante, de manera que, si el mensaje no vale la pena, los demás pasos serán inútiles.
 - Posteriormente debe traducir esas ideas ya sea en palabras o símbolos que le permitan dar a conocerlas.
 - Escoge el código por el cual transmitirá la información.

- ✓ Código: se refiere al conjunto de normas que pueden ser signos, símbolos y reglas que tienen en común el emisor y receptor, éstos les permiten formular y comprender los mensajes, codificarlos (transformar la información hasta hacerla un mensaje entendible y apto para transmitirse) y decodificarlos (engloba traducir e interpretar la información recibida).

- ✓ Mensaje: es el contenido. Representa la información que el emisor quiere transmitir al receptor.

- Éste debe tener contenido y significado, esto implica el tener que seleccionar cuidadosamente las palabras, gráficas o símbolos que se utilizarán.
 - Se debe buscar que el contenido del mensaje sea de forma sencilla y lo más clara posible para que no le sea difícil entender al receptor.
 - El mensaje debe ser claro haciendo a un lado los detalles innecesarios.
-
- ✓ Canal: es el medio por el cual se envía el mensaje, pueden ser: Voz, teléfono, imágenes, escritura, correo, es decir, auditivo o gráfico.
 - ✓ Contexto: es la situación, el clima o entorno donde se lleva a cabo la comunicación.
 - ✓ Receptor/decodificador: es el destinatario de la comunicación, éste recibe el mensaje y tiene la oportunidad de una vez recibida la información puede emitir una respuesta y tiene, mientras tanto, la tarea de escuchar y prestar atención de lo que se le está informando. Es importante que se tengan en cuenta los siguientes pasos.

-Recepción. Implica tener la iniciativa de recibir el mensaje.

-Decodificación. Engloba la traducción del mensaje a la versión más comprensible para el receptor y esto, en gran manera, es gracias a la atención prestada hacia el emisor.

-Aceptación. Una vez escuchado y comprendido el mensaje, el receptor es quien decide si acepta o no el mensaje transmitido. El receptor tiene control sobre la aceptación de todo el mensaje o sólo partes de éste.

-Uso. El hacer uso de la información recibida depende del receptor.

- ✓ Filtros: Son todas aquellas barreras que obstaculizan o impiden que el mensaje llegue de forma concreta, correcta o adecuada, ya sean ruidos, interferencias, sesgos y distracciones.

La manera en que cada persona recibe y acepta el mensaje depende de las vivencias que ésta ha tenido. Algunos de los problemas de comunicación tienen que ver con la manera en la cual se filtra y asimila el mensaje.

- ✓ Retroalimentación: ésta es la respuesta, la información de regreso al emisor. Procede del receptor y da la oportunidad al emisor de evaluar, analizar si hay algún error en la información compartida.
La retroalimentación debe ser útil, descriptiva, específica y oportuna.

Es importante el tener en cuenta que, dependiendo del buen seguimiento de este proceso, determina una correcta comprensión de lo que se quiere dar a conocer.

La comunicación es importante en todas las áreas de la vida, ya sea en la escuela, en la familia y, sobre todo, en el ámbito empresarial, pero este proceso puede verse afectado por algunas barreras que obstaculizan e impiden la buena comunicación.

Cuando se presenta alguna barrera en la comunicación se puede dar lugar a malos entendidos y, en la actualidad, esto se ve reflejado en todos los ámbitos de la sociedad, tanto en las escuelas afectando la relación maestro-alumno, maestro-directivo y maestro-padres de familia.

Al igual en los hogares en cada uno de los miembros que la integran y qué decir de las empresas afectando la relación en todo el personal e influyendo directamente en el servicio que se proporciona al cliente.

Hoy en día el fracaso o éxito en las relaciones interpersonales depende de la comunicación, los sujetos no saben expresar correctamente sus ideas y no se logra el desarrollo del proceso de comunicación.

El proceso de comunicación se ve perjudicado cuando:

Hay una sobrecarga de información.

Falta de confianza personal.

Inoportunidad de la información.

La rivalidad y desconfianza interpersonales.

Ausencia de motivación.

2.2.3 Canales de Comunicación.

Los canales de comunicación son el medio de transmisión por el cual viajan las señales que portan alguna información entre el emisor y receptor. También se les conoce como el canal de datos. Estos son el método de difusión que se emplea para dar a conocer el mensaje, pueden dividirse en mediatizados y directos.

Los mediatizados, como su nombre lo dice, es donde interfiere algún medio tecnológico para reproducir los mensajes y el contacto entre las fuentes (emisor) y receptor o receptores. Por su parte, los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual del emisor para comunicarse con otros cara a cara.

2.2.3.1 Canales de comunicación dentro de la empresa.

En las empresas es de suma importancia el escoger el medio que más convenga para enviar la información, esto con el objetivo de que aquellos que la

reciban puedan entender mejor el mensaje que se les quiere proporcionar y esto depende en su mayoría del tipo de información, de los trabajadores que la reciban, del grado de compromiso que se tenga para alcanzar los objetivos de la empresa, entre otros aspectos.

La organización establece y/o selecciona los canales para vincularlos con las actividades relacionadas con cada puesto. Estos canales pueden ser: personales, es decir, existe una comunicación directa que puede darse uno a uno o de uno a varios (voz a voz). Y pueden ser masivos los cuales pueden ser escrito, radial, televisivo e informático.

Dentro de una empresa se pueden usar diversos canales de comunicación, tales como:

- Tablón de anuncios.
- Sesiones informativas de interés o de impacto.
- Normas, reglamentos o instrucciones generales.
- Reuniones formales o informales.
- Circulares.
- Manuales.
- Relaciones entre el personal y los cargos representativos.
- Internet.
- Fax
- Correo electrónico.

Para mantener una buena comunicación dentro de la empresa es esencial el saber elegir los canales adecuados y desarrollarlos de manera eficaz. El canal tiene que ser rápido, claro, conciso y preciso permitiendo el comentario por parte del receptor y debe estar basado en una relación interpersonal.

Estos canales fomentan a la gestión de la comunicación interna de toda empresa ya que mantiene el buen funcionamiento de la organización, contribuyendo no sólo

a una administración más ordenada y eficiente de los recursos humanos, sino también al establecimiento de un clima laboral saludable.

Al igual los canales de comunicación pueden ser de dos tipos: los formales y los informales. Los formales son aquellos que transmiten la información oficial, es decir, cuando se dan a conocer órdenes, comunicados, memorandos, etc. Mientras que los informales se integran de las conversaciones y rumores.

Los canales informales permiten a la organización que exista un mayor control del flujo de la información.

Para que exista una comunicación estratégica se debe tener presente que los flujos de información pueden transmitirse por diversos medios, algunos pueden ser:

- Escritos: pueden darse a través de comunicados, cartas, manuales, publicaciones institucionales, etc. Permitiendo mantener un registro tangible y verificable del mensaje a comunicar en la organización.
- Orales: en este medio se encuentran los mensajes transmitidos durante las reuniones, las llamadas telefónicas y las conversaciones personales.
- Tecnológicos: en éste se pueden fusionar elementos de los medios orales y escritos, se ha convertido con el paso de los años en un componente muy importante dentro de la comunicación interna de las empresas, se pueden encontrar los correos electrónicos, las redes sociales, los blogs, los servicios de videollamadas, etc.

En la organización se debe integrar más allá de los canales para la correcta transmisión de la información, un sistema de comunicación interna que pueda permitir y promover una interacción bidireccional.

Toda información debe fluir en ambas direcciones dado que los colaboradores y empleados tienen mucho que aportar para el crecimiento de la organización porque la unión hace la fuerza.

2.2.4 Características de la buena comunicación.

La comunicación es un proceso dinámico en el que dos o más personas intercambian mensajes y, en diversas ocasiones, es de gran importancia el mensaje que se quiere transmitir como la forma que se elige para hacerlo. La comunicación puede ser oral o escrita, pero, en cualquier caso, debe ser guiada o estar integrada por diferentes pautas que guíen la información.

Para Baro, T (2015)

Una persona que habla muy bien puede comunicarse muy mal.

Un brillante escritor puede tener escasa capacidad de relación social.

No debería sorprendernos porque la comunicación, este proceso prodigioso por el que compartimos algo con otra persona, no consiste sólo en un intercambio de información, sino que es un proceso en el que establecemos vínculos de orden diverso (p.5).

Una buena comunicación debe contener una estructura básica la cual pueda facilitar a la comprensión del que la oye. Como bien lo escribió el matemático griego:

<< El hombre que sabe hablar sabe también cuándo hacerlo>>. (Arquímedes)

No se trata nada más de hablar por hablar, para poder dar a conocer alguna información y así poder obtener lo que se necesita es preciso entablar una buena comunicación la cual:

- Es eficaz.

- Es clara y refleja armonía.
- Muestra un contenido, concreto, claro y específico.

Esto para que el receptor pueda captar fácilmente el mensaje y no requiera gran esfuerzo de decodificación, al igual el saber la extensión que hay que dedicar a explicar un tema concreto puede ser el punto más importante de una comunicación.

Hay que incluir la suficiente información como para resaltar todos los puntos clave, pero no debe ser tanta como para cansar o perder la atención de las otras personas.

- Muestra coherencia.

Es decir, se deben tratar los temas de forma ordenada, relacionando las ideas cuando resulte necesario, pero evitando saltos temáticos que puedan dificultar la comprensión global.

- Es sencilla.

Esto incluye el seleccionar correctamente las palabras y expresiones que se van a utilizar, en algunas ocasiones no es necesario demostrar el alto nivel de cultura que se posee, sino adecuarse al interlocutor para que así comprenda las ideas fácilmente. Para ello se puede utilizar un vocabulario sencillo, aunque riguroso.

- Existe naturalidad.

Para que exista una buena comunicación el emisor debe ser capaz de transmitir su mensaje de forma natural, sin artificios o formas rebuscadas demostrando ser algo que no es. No se debe hacer notar que la plática ha sido preparada y ensayada con anterioridad.

- Hay interacción.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de cualquier comunicación es mantener la atención del receptor. Para lograr esto es preciso que exista una interacción con él, haciéndole participar de alguna manera, haciendo preguntas o dejando que exprese su opinión.

- Existe el conocimiento.

Es decir, en una buena comunicación es importante la forma, pero también el contenido. Para esto todo lo que se exprese tiene que ser cierto, por lo tanto, el tema a impartir se debe conocer a fondo.

- Cuenta con un lenguaje verbal.

Éste muchas veces es difícil de controlar, pero puede ser clave a la hora de transmitir un mensaje de manera eficaz. Éste refleja seguridad, falta de conocimiento o nervios, aunque también puede ser útil para establecer un vínculo de seguridad y confianza entre el emisor y receptor.

- Hay unidad.

Para que la comunicación sea de calidad se deben tratar los temas como una unidad, es decir, no se deben presentar de manera aislada unos de otros. Hay que dar un sentido global. Debe de haber una hilación y relacionar los conceptos entre sí.

- Es relevante.

A nadie le gusta perder el tiempo en una conversación que no es de su interés, por eso hay que conocer a los receptores del mensaje y adaptarlo para que la información que se dé sea relevante y significativa para ellos.

- Hay un alto grado de atención en lo que se está escuchando.

En los diversos ámbitos en los cuales se desarrolla el individuo una buena comunicación puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Para fomentar un intercambio de pensamientos e ideas es imprescindible una correcta comunicación.

2.2.5 Beneficios de una buena comunicación.

El éxito de la comunicación depende de si se consigue el resultado esperado, permite establecer vínculos de orden diverso, en ésta intervienen diversos factores tales como:

Palabra+ Voz+ Lenguaje corporal+ Actuar socialmente.

Y el adecuado uso de cada uno de estos factores llevara al alcance de los objetivos que se quieren obtener.

El director de EBE Luis Rull (EventoBlogEspaña), y de Mecus comentó en una nota periodística en el año, lo siguiente:

Una buena capacidad de comunicación mejora nuestra vida, porque nos permite ser libres, ser nosotros mismos, así como desarrollarnos como personas en aquellos aspectos que nos hacen circulares. Gracias a la comunicación, podemos contar lo que somos y encontrar cosas de los demás para enriquecernos, interesarnos y para ser más felices.

He aquí la importancia de fomentar una excelente comunicación, al igual la buena comunicación ayuda a reducir las barreras que surgen a causa de las diferencias lingüísticas y culturales.

Aquel que se comunica bien de manera personal y socialmente puede obtener los siguientes beneficios:

- ✓ Existe una mayor coordinación de las actividades que se realizan, se integra más.
- ✓ Se alcanzan más objetivos.
- ✓ Se disfruta más de las relaciones.
- ✓ Hay una mayor inspiración de respeto en los demás y la persona se convierte en un líder.
- ✓ Se ejerce una mayor influencia positiva sobre los otros.
- ✓ Se genera un mayor contacto con otros.
- ✓ Mayor reconocimiento y gestión de los conflictos.
- ✓ Permite prolongar la vida tanto en cantidad como en calidad.

2.2.6 La comunicación interna en la empresa.

La comunicación interna en una empresa es aquella que proporciona un intercambio planificado de los mensajes, por lo tanto, busca responder y proporcionar las herramientas pertinentes para alcanzar los objetivos planteados e influir en brindar un buen servicio a sus clientes, planifica y apoya al proyecto organizacional.

Teniendo como finalidad el involucrar al personal para así generar actitudes que puedan mejorar, fomentar y aumentar la productividad se busca el beneficio de manera personal, social y organizacional para la empresa.

La implicación del personal concierne a mantener un contacto, es decir, una relación entre el individuo y la empresa. De esta manera el trabajador se integrará y conocerá la responsabilidad que en él recae y así buscar cumplir con las expectativas que la empresa demanda de manera que desencadene el éxito, tanto individual como el éxito de la corporación en la cual desempeña algún cargo.

Al incluir al empleado éste se sentirá valorado, unido e incluido a la organización. El objetivo es generar una cultura organizacional, cuanto mejor sea la cultura organizacional mayor será el reconocimiento y valor de la empresa.

Dando a conocer a los empleados lo que los puestos superiores piensan influye y promueve un clima de confianza. Se busca un cambio de actitudes ya que cada individuo se ha desarrollado en un entorno diferente y éstos se ven reflejados en la conducta que presenta en el trabajo.

El mejorar y fomentar una mayor productividad se consigue mediante la transmisión de una correcta información que asegura una exitosa comprensión por parte de los empleados, al igual que sensibilizando al personal a los objetivos de rentabilidad de la organización.

Dentro de las barreras que se pueden presentar en una empresa se encuentra el desconocimiento de objetivos, de la misión, visión y responsabilidades que tiene como empleado, así como la importancia de una correcta transmisión y trato con el personal y los demandantes de algún servicio.

Estas barreras pueden generar problemas como descoordinación, duplicidad o desconocimiento de las funciones y un mal clima laboral que se refleja al momento de tratar con el cliente.

La comunicación interna actúa como un factor de cohesión e inclusión de las personas hacia la obtención de los resultados, este tipo de comunicación es considerado como un lubricante de la empresa.

2.2.6.1 Importancia de la comunicación interna en las empresas.

Para un buen desarrollo en la vida y en sociedad es de importancia una buena comunicación con los seres que acompañan y se desenvuelve el individuo cotidianamente. Con mayor razón en una organización empresarial que cuenta con objetivos establecidos y con muchos integrantes éste es fundamental.

En una organización siempre existe o debiera existir la comunicación ya que permite el establecer relaciones entre los individuos en las cuales se deben buscar y aplicar las herramientas que favorezcan la correcta transmisión, comprensión y aceptación del mensaje.

La comunicación en las empresas es de suma importancia ya que:

- Evita el aislamiento de los empleados.
- Impulsa a una mayor toma de decisiones para el desarrollo de la empresa.
- La prioridad es llegar a un mismo punto de vista.
- Enlaza a las personas en un mismo canal de comunicación.
- Busca otorgar las herramientas necesarias para un bien monetario a nivel de la empresa y de cada uno de los empleados.
- Ayuda, beneficia e impulsa a un trabajo colaborativo (trabajo en equipo).

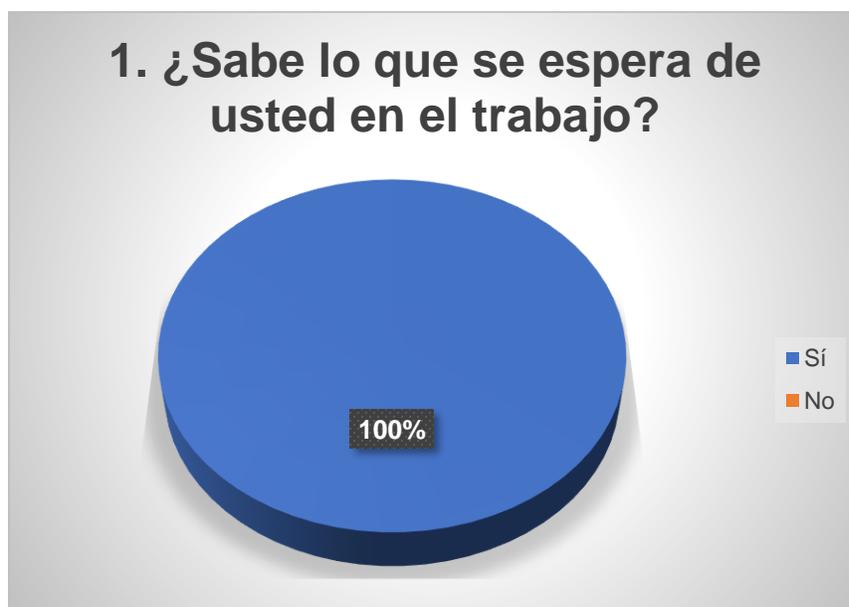
- Crea un ambiente de confianza permitiendo un buen desarrollo y despliegue de las habilidades personales.
- Proporciona un crecimiento a nivel empresarial y personal.
- El cliente queda satisfecho con el servicio proporcionado.
- Motiva a los empleados a un mayor esfuerzo en las tareas a realizar.
- Establece y proyecta una excelente imagen dentro de la empresa, así como a nivel social con los demandantes de algún servicio.
- Hace que los colaboradores quieran representar a la empresa.
- Genera una atmósfera de adaptación y una cultura abierta al cambio.
- Mejora los procesos para optimizar los recursos.
- Empodera a los colaboradores para ser voceros ante una crisis.
- Promueve espacios para generar innovación.

La comunicación interna en las empresas es de suma importancia ya que controla, nivela y guía al logro de los objetivos y que todo marche de manera adecuada, si no existiese dicha comunicación cada individuo hiciera lo que quisiera.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA INICIAL APLICADA A LOS EMPLEADOS DEL ÁREA DE SERVICIO DE LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA MOTORS COATZACOALCOS.

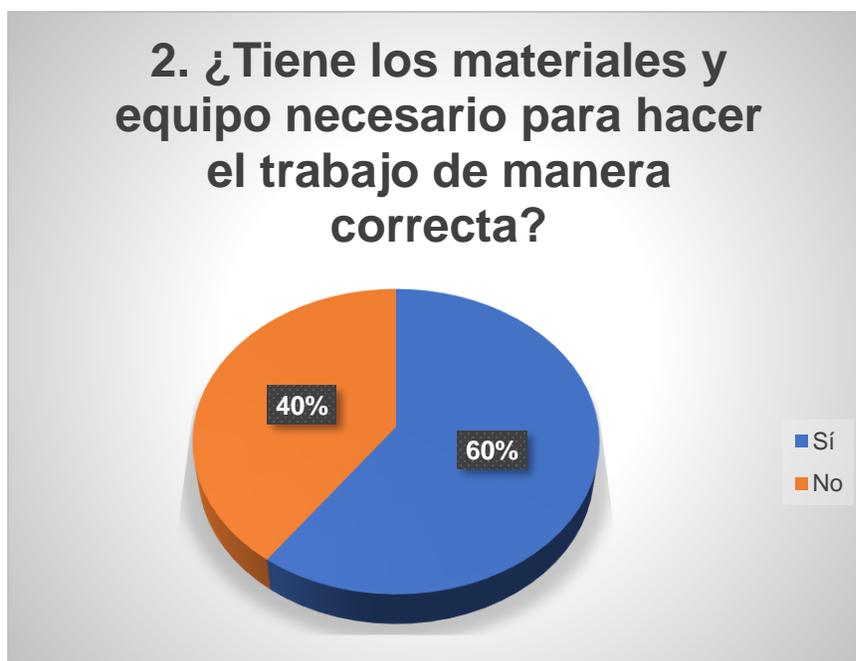


En esta gráfica se puede apreciar que, de los 5 trabajadores del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS COATZACOALCOS, el 100% conoce lo que se espera de ellos en la empresa en la cual laboran.

EL hecho de que contestaran que sí saben lo que se espera de cada uno es importante ya que, para alcanzar los objetivos que la empresa, se marca que es preciso que se conozcan las aportaciones que cada empleado debe hacer en el área en la que se desempeña. Al igual el que ellos conozcan sus responsabilidades no determina que las realicen de manera correcta.

La teoría marca que la implicación del empleado incluye el conocer el trabajo a realizar y, cuando se da a conocer de manera correcta, éste se sentirá valorado, unido e incluido a la organización.

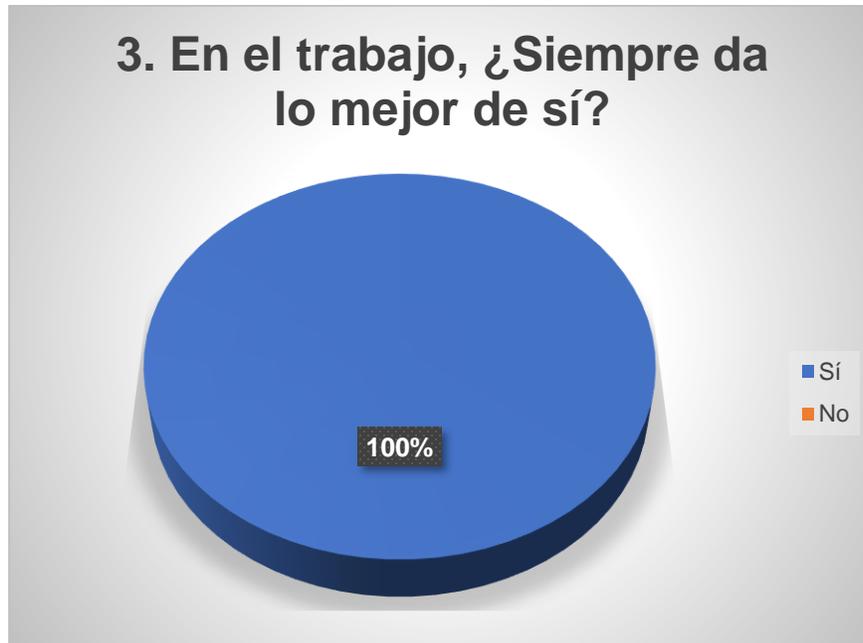
2. ¿Tiene los materiales y equipo necesario para hacer el trabajo de manera correcta?



En esta ilustración la gráfica muestra que, de los 5 empleados encuestados, el 60% de éstos sí tiene los materiales y el equipo necesarios para realizar su trabajo de manera correcta, sin embargo, el 40% no tiene las herramientas necesarias para hacer su trabajo correctamente.

El tener los materiales adecuados en cualquier área de trabajo es de suma importancia ya que son éstos los que permiten el poder brindar un buen servicio al cliente y así apoyar y encaminarse al logro de los objetivos de la empresa.

3. En el trabajo, ¿Siempre da lo mejor de sí?

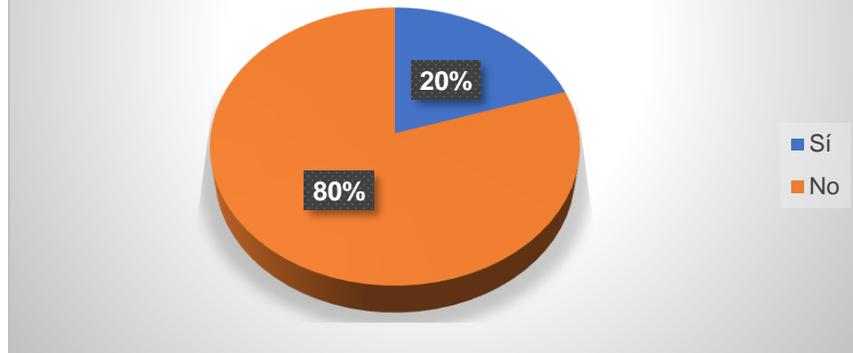


En esta gráfica todos los empleados, es decir, el 100% de las 5 personas encuestadas, siempre dan lo mejor de sí en su trabajo. Esto implica responsabilidad por parte del empleado ya que de él depende el crecimiento personal y laboral.

Si hay un compromiso por parte del empleado al momento de realizar su trabajo y de actualizarse día con día para un mejor desarrollo de las habilidades y capacidades que éste posee lo llevarán, tanto personal y laboralmente, hacia el logro de los objetivos que la empresa demanda.

Al existir un compromiso de parte del trabajador, este motivará e incentivará a otros, generando con ello un equipo de trabajo capaz de proporcionar ingresos y prestigio a la empresa, al igual que para cada una de las personas que trabajen en ésta.

4. En el último mes, ¿Ha recibido algún reconocimiento por hacer el trabajo indicado?

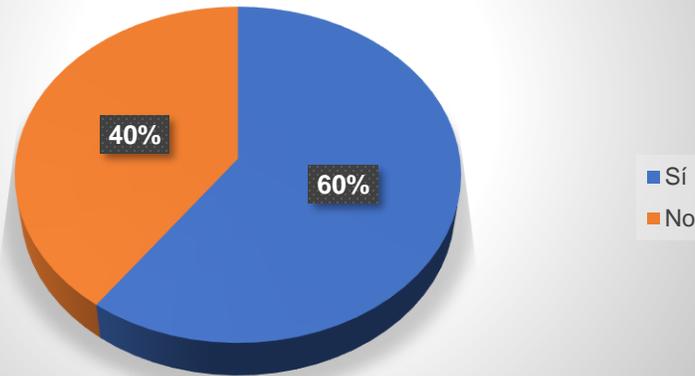


En esta gráfica se puede apreciar que el 20% de los empleados encuestados durante el último mes recibió algún reconocimiento por realizar el trabajo que le indicaran, por el contrario, el 80% de éstos no recibió ningún tipo de reconocimiento por parte de sus compañeros o superiores.

Son alarmantes los resultados de esta pregunta ya que es de vital importancia el gratificar o expresar algún reconocimiento a aquel empleado que esté haciendo las cosas bien.

La teoría marca que, cuando los puestos superiores dan a conocer lo que piensan de ellos, esto influye y promueve un clima de confianza, desencadenando un cambio de actitudes.

5. Su supervisor, o alguien en el trabajo, ¿Parece ocuparse de usted como persona?

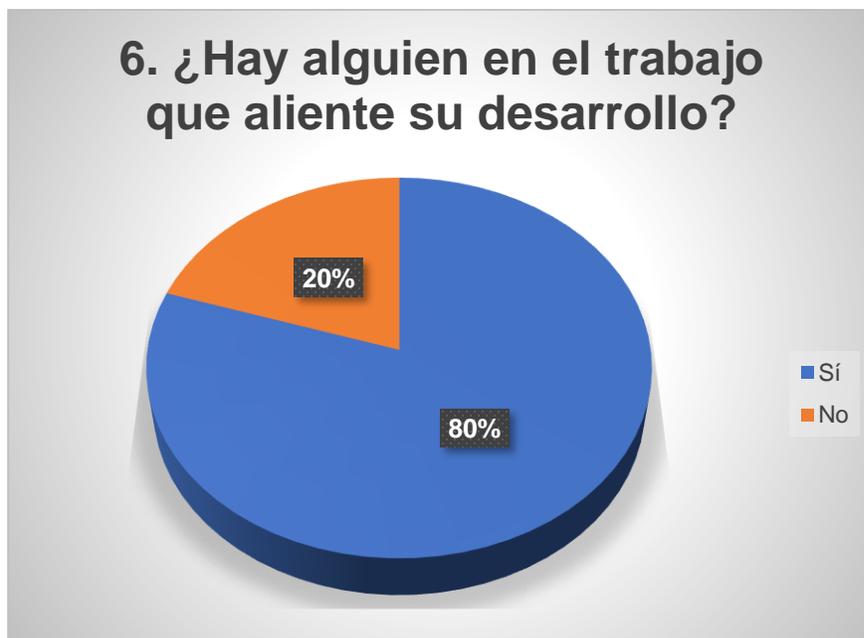


La grafica muestra que, de las 5 personas encuestadas, el 60 % recibe un buen trato de su supervisor o de alguien en el trabajo, por otro lado, el 40% no percibe la preocupación de sus compañeros y/o supervisores hacia ellos como persona.

Estos resultados demuestran que sólo son unos cuantos y, generalmente los de cargos mayores, los que reciben una atención de persona a persona por parte de los superiores de la empresa.

Cuando una persona se preocupa por ti se crea un vínculo de confianza generando así el poder de derrumbar las barreras que se puedan presentar en la comunicación y en el desempeño del empleado en su área de trabajo.

6. ¿Hay alguien en el trabajo que aliente su desarrollo?

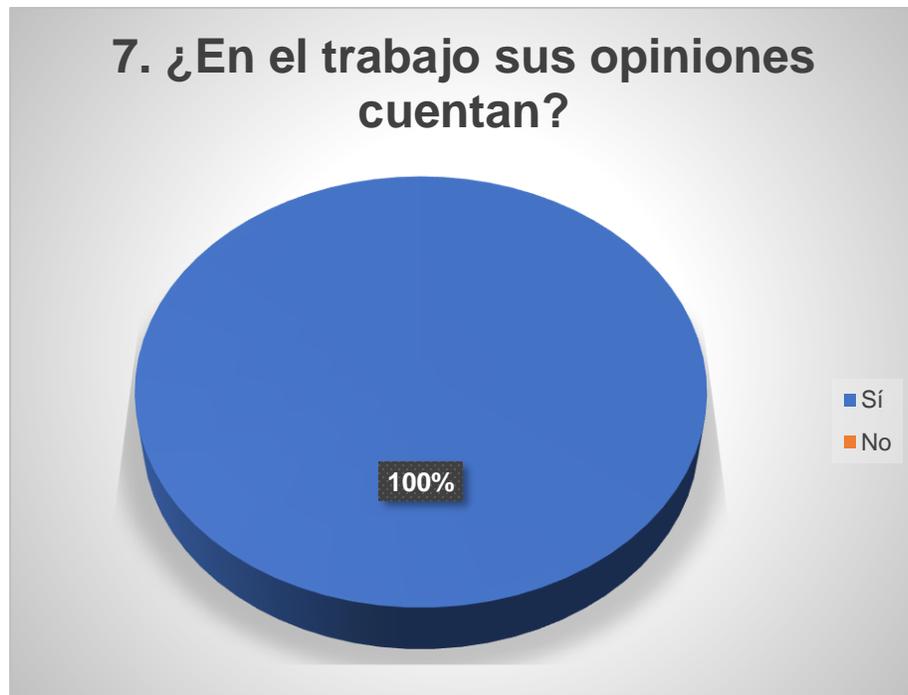


En la gráfica se muestra que en el 80% de los empleados sí existe alguien que incentive al desarrollo de un buen trabajo y, por el contrario, el 20% no tiene a nadie que le aliente en cuanto a su desarrollo laboral.

La teoría marca que, para implicar al personal en la empresa, es preciso tener un contacto entre el individuo y la empresa. Esto permitirá darle a conocer al empleado sus errores, pero reconociendo sus aciertos al igual que incentivar a un desarrollo de manera individual, laboral y social y por parte del empleado sentir una motivación para un mayor esfuerzo en las tareas a realizar.

Derivado de lo anterior, entonces el trabajador se integrará y conocerá la responsabilidad que en él recae y así buscará cumplir con las expectativas que la empresa demanda desencadenando así el éxito entre ambas partes empresa-individuo.

7. ¿En el trabajo sus opiniones cuentan?



En esta gráfica se ejemplifica que, de las 5 personas encuestadas, el 100% está de acuerdo en que en donde se encuentran laborando sus opiniones cuentan.

Este resultado puede ser engañoso ya que en preguntas anteriores expresaron que no reciben un reconocimiento en cuanto al trabajo que realizan y no en todos se incentiva ni existe un trato como persona más que como empleado.

Es preciso recordar que estas respuestas van dando a conocer que no existe una comunicación interna y la comunicación es una de las bases fundamentales en una empresa, ya que evita el aislamiento de los empleados e impulsa a una mayor toma de decisiones para el desarrollo de la misma.

8. ¿Conoce usted cuál es la misión y visión de la empresa en la cual labora?



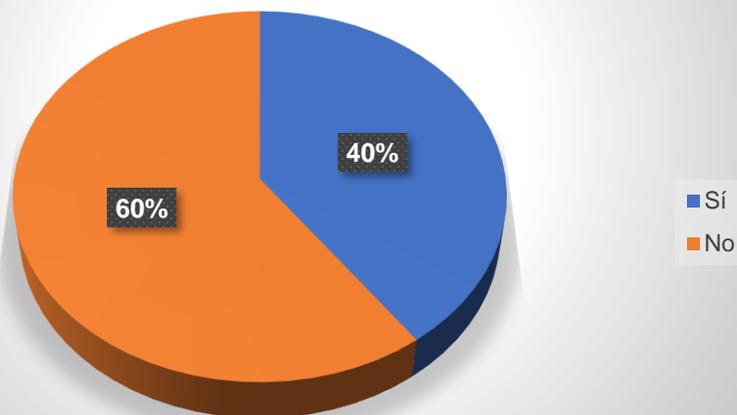
En la presente gráfica se observa que, de las 5 personas encuestadas, el 60% tiene el conocimiento de la misión y visión de la empresa, por el contrario, el 40% desconoce la misión y visión de ésta.

Los resultados de esta gráfica no aseguran del todo que tengan un conocimiento de la misión y visión de la empresa, ya que al momento de preguntarles de manera formal nadie supo contestar esta pregunta.

Dentro del marco teórico se resaltó que algunas de las barreras que se pueden presentar en una empresa son el desconocimiento de objetivos, de la misión, visión y responsabilidades que tiene como empleado, así como la importancia de una correcta transmisión y trato con el personal y los demandantes de algún servicio.

Estas barreras pueden generar problemas como descoordinación, duplicidad o desconocimiento de las funciones y un mal clima laboral que se refleja al momento de tratar con el cliente.

9. ¿Sus compañeros de trabajo están comprometidos en hacer un trabajo de calidad?

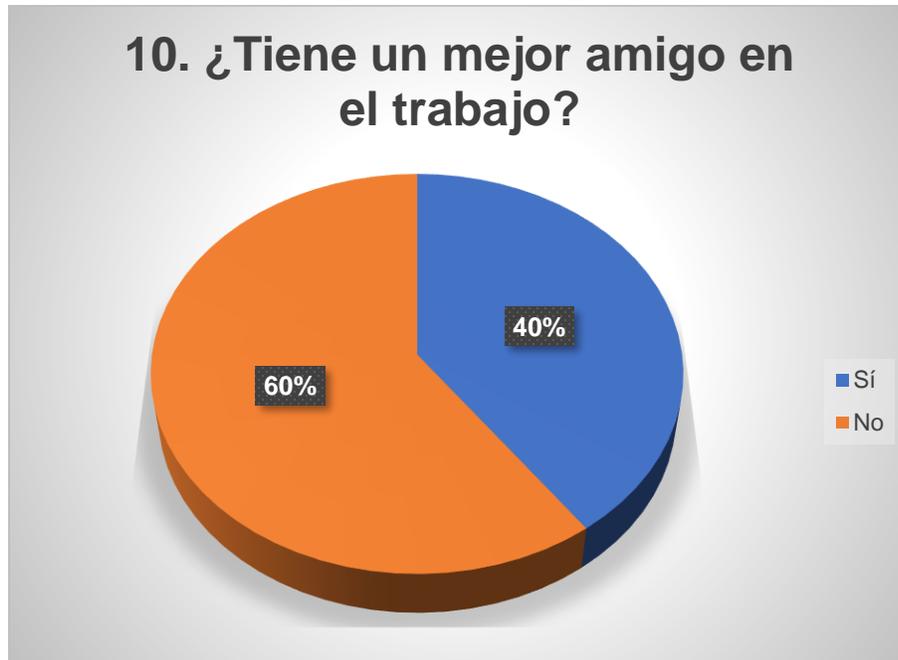


En esta gráfica se muestra que, de las 5 personas del área de servicio, el 60% expresa que sus compañeros no están comprometidos en hacer un trabajo de calidad, más el 40% opina lo contrario, es decir, que sí existe un compromiso por parte de sus compañeros al realizar su trabajo.

Es alarmante que la mayoría de los empleados reconoce que no existe un compromiso por parte de sus compañeros, por lo tanto, están reconociendo que no existe del todo un trabajo equitativo en la empresa. Al no haber un compromiso este equipo de trabajo se debilita.

En el marco teórico se da a conocer que toda la información que se brinda en la empresa debe fluir en todas direcciones dado que los colaboradores y empleados tienen mucho que aportar para el crecimiento de la organización. Y es así como se cumple que “la unión hace la fuerza”.

10. ¿Tiene un mejor amigo en el trabajo?

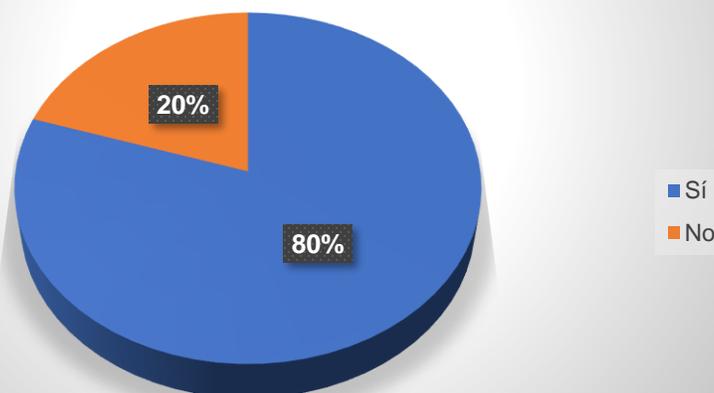


El presente gráfico muestra que el 60% de los empleados encuestados no tiene un mejor amigo en la empresa, sin embargo, el 40% sí tiene un mejor amigo en el trabajo.

Esta pregunta se realizó con la finalidad de conocer si existe un compañerismo en el trabajo, ya que al tener un mejor amigo existirá un vínculo y alguien en quien confiar y apoyarse para el logro de las metas del trabajo a realizar.

Lo anterior beneficiará a la empresa y, a la vez, impulsará a un trabajo colaborativo y a crear un ambiente de confianza permitiendo el buen desarrollo y despliegue de las habilidades personales.

11. En los últimos tres meses, ¿alguien en el trabajo ha hablado con usted acerca de su progreso?

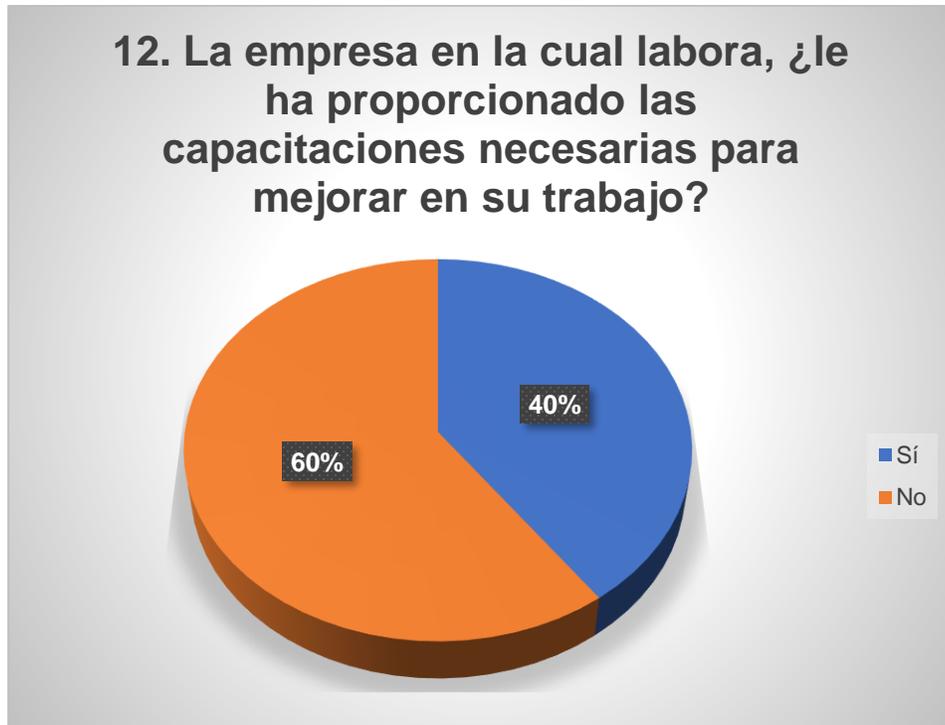


En esta gráfica se puede notar que el 80% de las personas han recibido algún comentario acerca de su progreso en los últimos tres meses, por otro lado, en el 20% restante no ha habido alguien que hable con ellos acerca de su progreso.

El hablar acerca del progreso de los empleados permitirá a éstos el poder mejorar en las áreas que aún no dominan y, el hacerlo periódicamente, permite comparar si se tiene un avance por parte del individuo.

La comunicación interna permite establecer y proyectar una excelente imagen dentro de la empresa, a la vez sirve para aumentar la productividad laboral y hace que los colaboradores quieran representar a la empresa. Para esto es preciso tener un chequeo personal con los empleados.

12. La empresa en la cual labora, ¿le ha proporcionado las capacitaciones necesarias para mejorar en su trabajo?



La gráfica da a conocer que el 60% de las personas encuestadas ha recibido por parte de la empresa las debidas capacitaciones que le faciliten el desarrollar de manera correcta su trabajo, por el contrario, el 40% no ha recibido de la empresa las capacitaciones necesarias.

Para que exista innovación es preciso capacitar al personal para estar involucrados en los avances de la industria automovilística y así brindar el mejor servicio que el cliente demanda.

En teoría las capacitaciones son el lubricante que la empresa necesita para estar a la vanguardia y para dar realce a la marca que se está representando.

3.2 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL GERENTE GENERAL PARA IDENTIFICAR LA EXISTENCIA DE COMUNICACIÓN INTERNA.

Es importante el conocer la opinión de aquel que representa a la marca, aquel que dirige el barco y que se encarga vigilar, controlar e incentivar tanto los recursos materiales como los recursos humanos de la empresa.

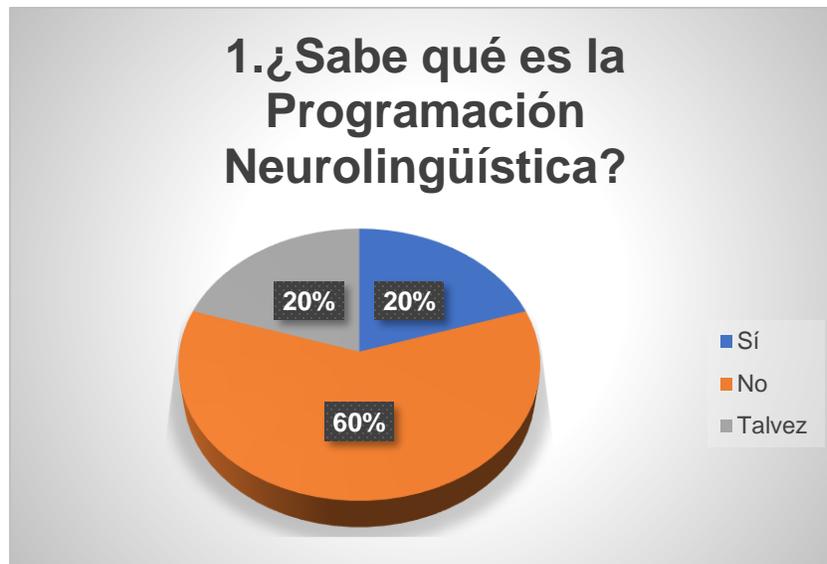
Para esto fue diseñada una encuesta cuyas preguntas fueron específicamente redactadas para identificar si existe una comunicación interna en la empresa que este dirige.

Cabe mencionar que las respuestas fueron satisfactorias, por lo tanto, positivas, ya que el gerente conoce alguna herramienta que ayude a generar una comunicación interna y, por lo tanto, se utiliza alguna de estas herramientas dentro de la empresa.

Al igual contestó que siempre da lo mejor de sí y es por esto que también conoce la misión al igual que la visión de su empresa y busca que los demás realicen su trabajo de manera excelente, es por ello que en la empresa existe un plan de comunicación interna en donde se dan a conocer los objetivos de ésta y así los empleados tener el conocimiento para realizar el trabajo que a uno le corresponde.

Es de suma importancia que la empresa proporcione capacitaciones a cada uno de sus empleados para que así se realice un trabajo de excelencia y calidad. Es así que la empresa brinda cursos y capacitaciones para cada uno de sus empleados.

3.3 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A EMPLEADOS PARA IDENTIFICAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA.

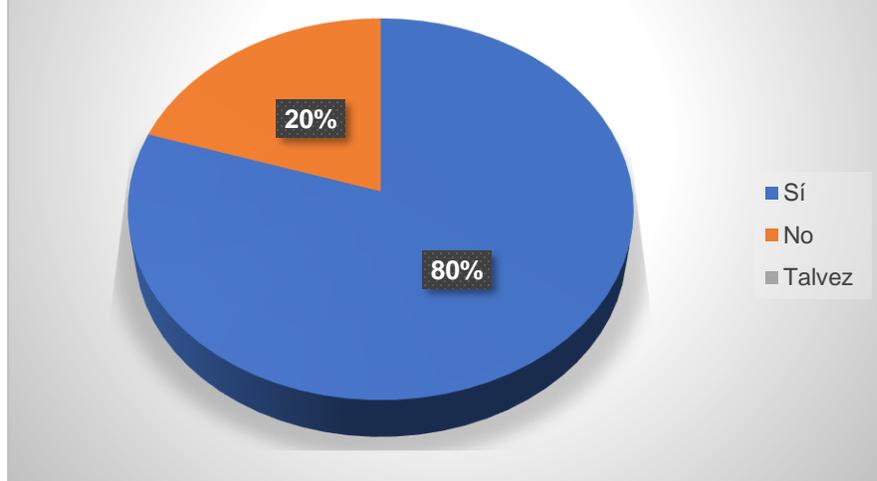


Esta gráfica demuestra que, de los 5 empleados encuestados, sólo el 20% sabe qué es la Programación Neurolingüística, otro 20% contestó que tal vez conozca de ella, pero el 60% expresa que no sabe qué es la Programación Neurolingüística.

El resultado en su totalidad no concuerda con lo observado al momento de brindar el taller ya que nadie tenía el conocimiento de lo que es la Programación Neurolingüística.

En el marco teórico se da a conocer que la Programación Neurolingüística es un modelo que contiene un conjunto de técnicas poderosas que permiten una mejora de la experiencia humana y de la comunicación.

2. ¿Considera que es necesario programar la mente?



Gracias a esta gráfica se puede saber que el 20% de las personas encuestadas no considera necesario programar la mente pero, por otra parte, el 80% sí considera que se tenga que programar la mente.

Esta gráfica demuestra que la mayoría está consciente de que es necesario e importante el programar la mente.

Recordando lo que establece la teoría, la mente es un magnificado criado, pero un terrible amo. Esto quiere decir que cuando un ser humano es guiado y dominado por sus pensamientos y que éstos a su vez generan patrones de conducta, esto puede impedir la correcta interacción con lo y los que les rodean y de igual manera en el ámbito laboral.

3. ¿Conoce qué es un programa mental?

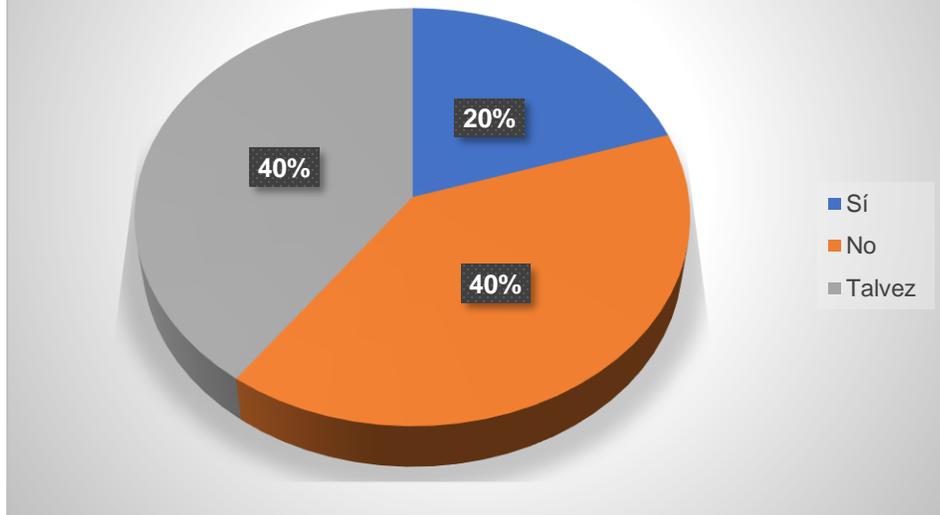


En este gráfico se puede apreciar que el 20% de los empleados encuestados no sabe qué es un programa mental, más el 80% sí tiene el conocimiento sobre el concepto de programa mental.

Analizando el comportamiento de los participantes del taller se puede constatar que la gran mayoría no tiene un conocimiento sobre lo que es un programa mental y por esto mismo no le dan la importancia que requiere.

Es necesario programar la mente, de no ser así ésta se apoderará del individuo y, por lo tanto, no poder actuar de manera diferente ante diversas circunstancias. Para que un hábito pueda ser cambiado se necesitan de 21 días, éste es el tiempo que requiere el cerebro para crear nuevas conexiones neuronales.

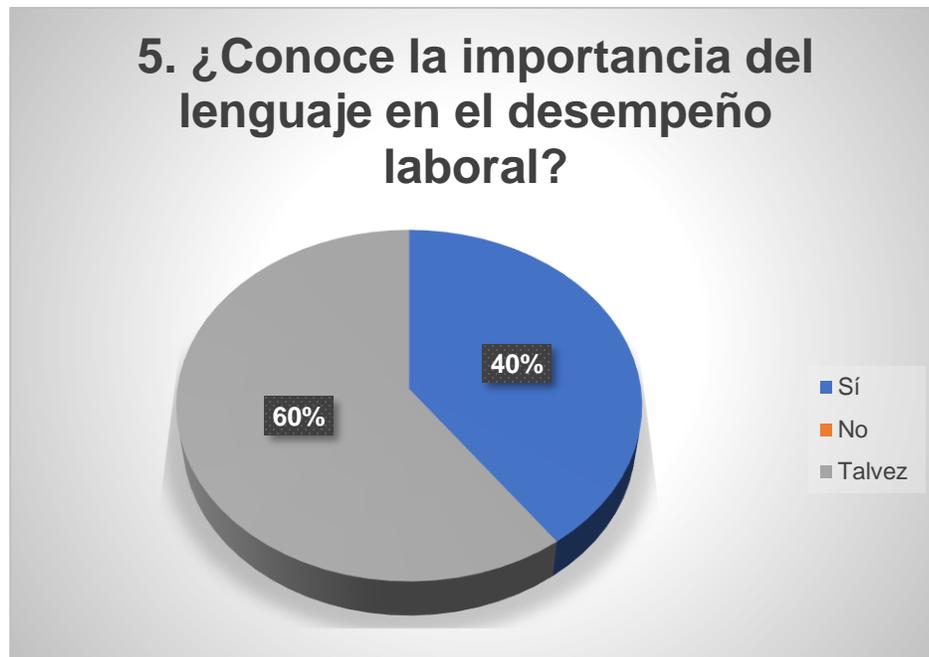
4. ¿Mente y cerebro son lo mismo?



En esta gráfica se da a conocer que, de las 5 personas encuestadas, el 40% expresan que mente y cerebro no son lo mismo, al igual el 40% dice que tal vez la mente y el cerebro sean lo mismo y el 20% restante, es decir, una persona da a conocer que mente y cerebro sí son lo mismo.

Realmente es alarmante que, en su mayoría, no son conscientes de la diferencia que existe entre la mente y el cerebro. Esto provoca falta de interés hacia el conocimiento de la influencia de los pensamientos en la conducta.

La teoría marca que el cerebro es materia, es decir, se puede palpar, es una bola de grasa que pesa 1.250 gramos y está compuesto por cien mil millones de células nerviosas (neuronas) conectadas entre sí. La mente no es materia, no se puede tocar, es la actividad que realiza el cerebro. Daniel Siegel confirma que la mente es un proceso racional dentro del cuerpo que regula el flujo de la energía y de la información.

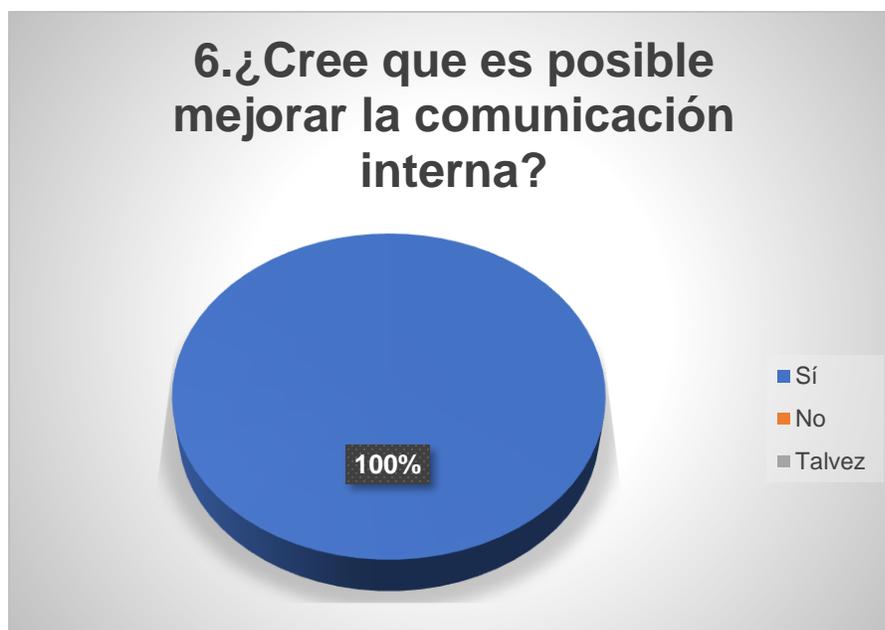


La presente gráfica muestra que el 60% de los encuestados tal vez conozca la importancia del lenguaje en el desempeño laboral, por otro lado, el 40% sí conoce la importancia de la comunicación al momento del desempeño laboral.

El hecho de que desconozcan en su mayoría sobre la importancia del lenguaje en el desempeño laboral denota que no existe una comunicación efectiva en los espacios donde laboran.

En el marco teórico se da a conocer que el lenguaje es la capacidad que todo ser humano posee para expresar pensamientos y sentimientos a través de la palabra. Siendo una pieza clave a la hora de determinar cuál será el significado que se le da a lo que sucede. El lenguaje es usado para ordenar los pensamientos y la conducta.

6. ¿Cree que es posible mejorar la comunicación interna?

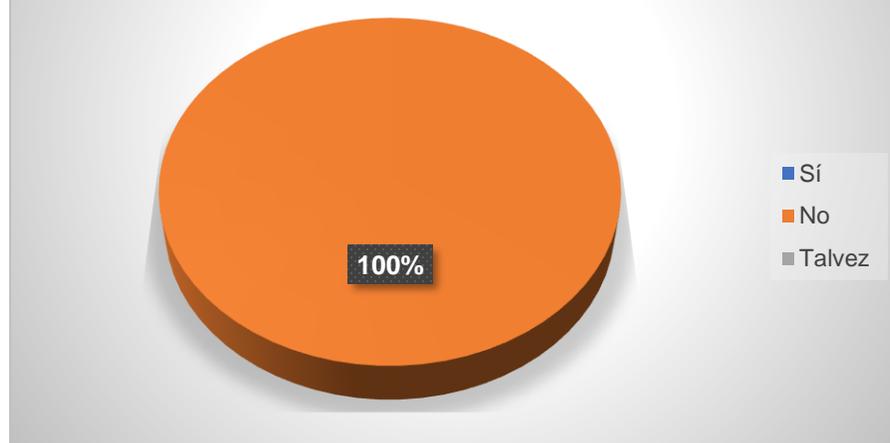


En esta gráfica el 100% de los encuestados creen que es posible mejorar la comunicación interna en la empresa.

Cabe mencionar que gracias al taller se pudo observar que, en su mayoría, no tenían el conocimiento sobre lo que es la comunicación interna. Y cuando escucharon de ésta se interesaron y, por lo tanto, esto se refleja en los resultados de esta pregunta.

En la teoría se marca que la comunicación interna es aquella comunicación planeada que permite establecer relaciones entre los individuos para así generar la correcta transmisión, comprensión y aceptación del mensaje proporcionando las herramientas pertinentes para el desarrollo de las capacidades de cada empleado.

7. ¿Ha aplicado alguna técnica de Programación Neurolingüística?

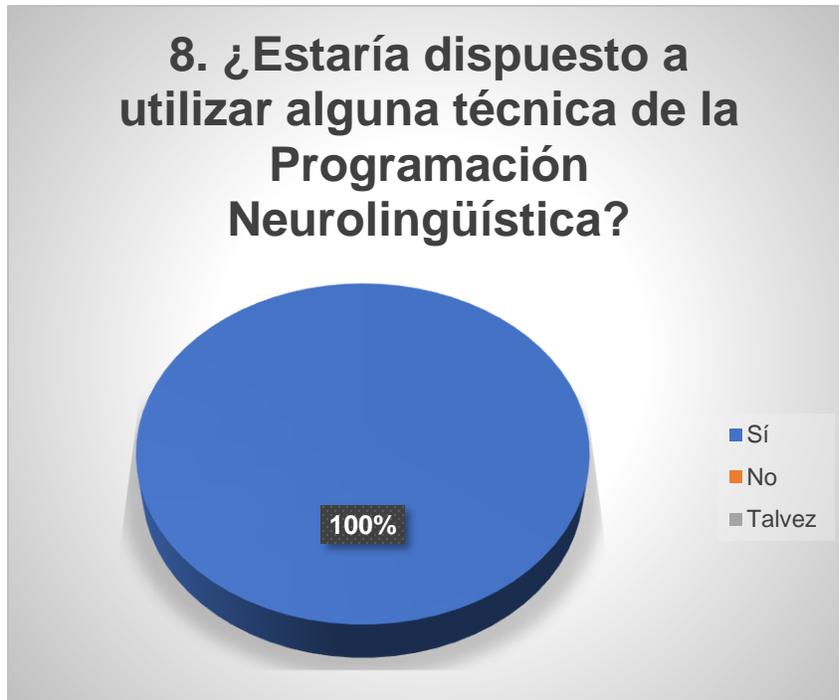


Gracias a este gráfico se puede saber que el 100% de los empleados encuestados no han aplicado alguna técnica de Programación Neurolingüística.

Si no se conoce lo que es la Programación Neurolingüística difícilmente habrán aplicado con anterioridad alguna de las técnicas que esta ciencia proporciona. Mediante el taller se dieron a conocer algunas de las tantas técnicas que existen.

Se establece en el marco teórico que la Programación Neurolingüística es una caja de herramientas con habilidades que están basadas en patrones ofreciendo así una amplia gama de beneficios.

8. ¿Estaría dispuesto a utilizar alguna técnica de la Programación Neurolingüística?

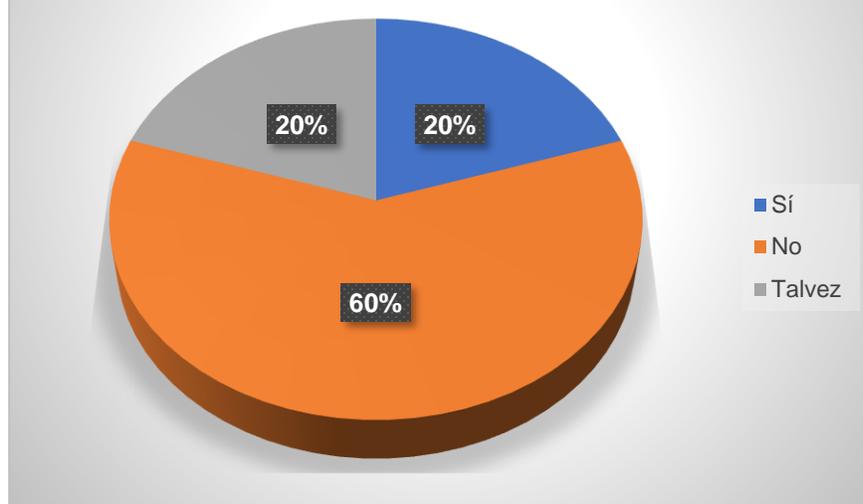


En esta gráfica el 100% del personal de la empresa respondió que estaría dispuesto a utilizar alguna técnica de la Programación Neurolingüística.

Una vez que se dieron a conocer los beneficios que se pueden obtener al aplicar la PNL en la vida y en el ámbito laboral, el personal del área de servicio se interesó en que se les explicaran algunas técnicas y en ese momento llevarla a la práctica.

Es preciso recordar que, de acuerdo con la teoría la Programación Neurolingüística, ésta ayuda y brinda las herramientas para brindar un buen servicio a los clientes, planificar y apoyar al proyecto organizacional, es decir, mejorar la comunicación interna.

9. ¿Conoce en qué áreas se pueden aplicar las técnicas de P.N.L?



Gracias a esta gráfica se puede conocer que el 20% de los empleados encuestados sí conoce las áreas en las que se pueden aplicar las técnicas de la PNL, al igual otro 20% tal vez tenga ese conocimiento y, por el contrario, el 60% expresa que no existe un conocimiento de los alcances de la PNL.

Al momento de preguntar en el taller las áreas en las que se pueden aplicar las técnicas de Programación Neurolingüística nadie supo dar respuesta.

En el apartado del marco teórico se citó a Wendy Jago donde menciona que la PNL permite a los practicantes de muchos campos mejorar en lo que hacen, sean educadores o instructores, deportistas varones o mujeres, vendedores o directivos de empresas, profesionales de la salud o negociadores, creativos o artistas.

3.4 GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA FINAL APLICADA A LOS EMPLEADOS DEL ÁREA DE SEFVICIO DE LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA MOTORS COATZACOALCOS.

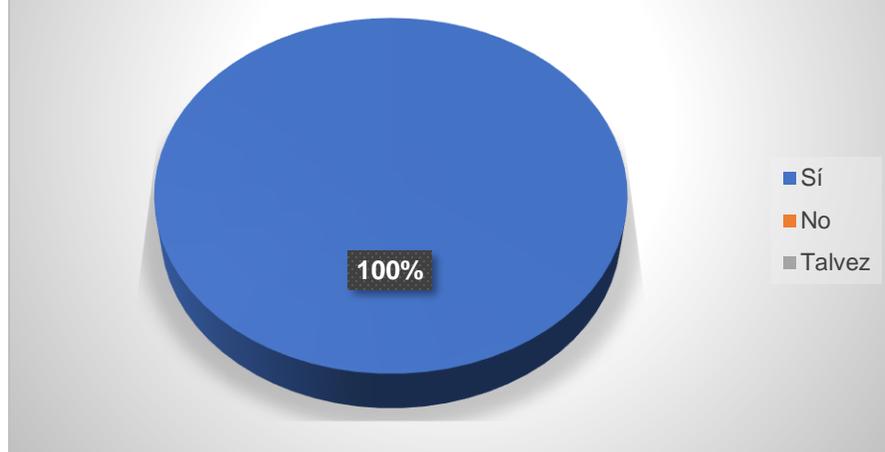


La gráfica que corresponde a la primera pregunta de la encuesta da a conocer que, después del taller impartido, el 100% de los empleados encuestados conoce el significado de las siglas PNL.

Esta encuesta fue aplicada al término del taller para constatar el conocimiento adquirido durante éste. Y fue gratificante al darse cuenta de que todos conocen el significado de las siglas PNL.

En la teoría se establece que PNL está compuesta por tres términos los cuales son: Programación, Neuro (Neurología) y Lingüística.

2. ¿Cree que la comunicación interna promueve una cultura empresarial?

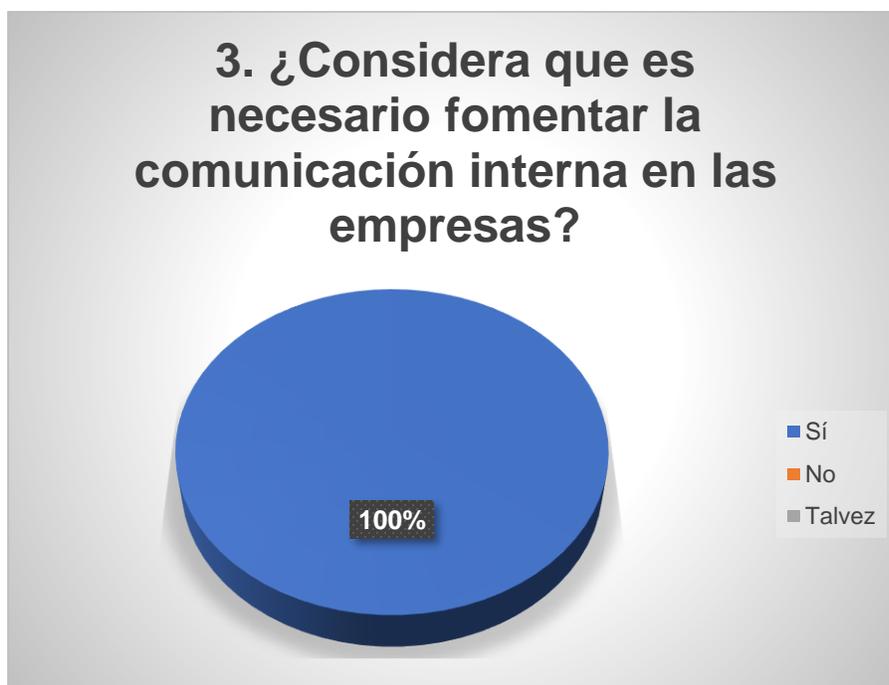


Por medio de esta gráfica se puede observar que el 100% de los encuestados cree que la comunicación interna promueve una cultura empresarial.

Para alcanzar una cultura empresarial es necesario fomentar la comunicación interna y gracias al taller los empleados se hicieron conscientes de la importancia de tener una mente abierta al cambio y de que sí se puede alcanzar esa anhelada cultura empresarial.

En el marco teórico se explica que uno de los objetivos de la comunicación interna es el generar una cultura empresarial que encamine hacia el prestigio de la marca a nivel interno y externo.

3. ¿Considera que es necesario fomentar la comunicación interna en las empresas?

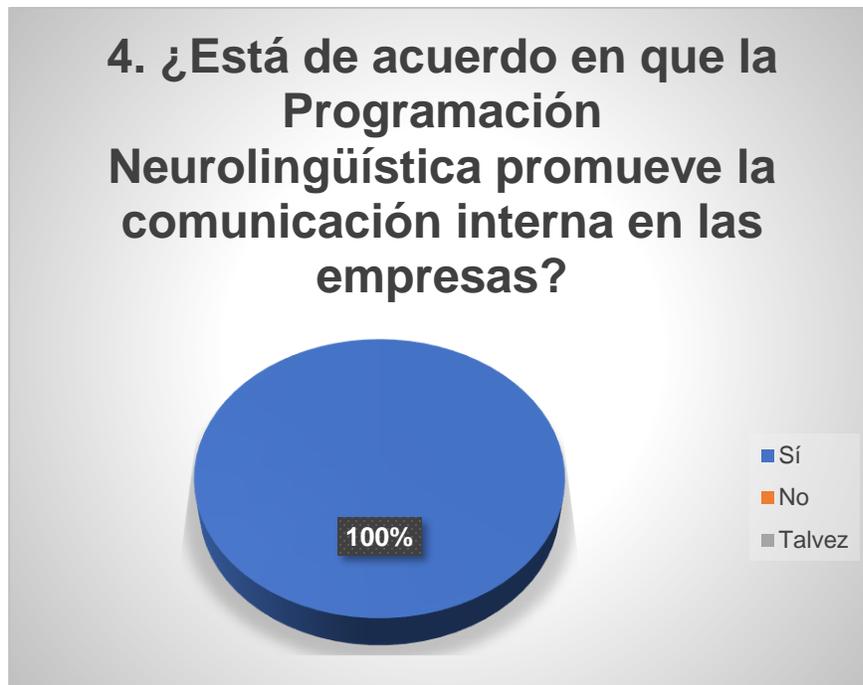


En esta gráfica se puede apreciar que todas las personas encuestadas, es decir, el 100% considera que es necesario fomentar la comunicación interna en las empresas.

Los empleados encuestados revelaron que es de suma importancia el fomentar la comunicación interna en la empresa para crear un ambiente de confianza en el cual todos se involucren.

Lo anterior es importante ya que, según la teoría, la comunicación interna actúa como un factor de cohesión e inclusión de las personas. Este tipo de comunicación asegura el éxito de la marca.

4. ¿Está de acuerdo en que la Programación Neurolingüística promueve la comunicación interna en las empresas?

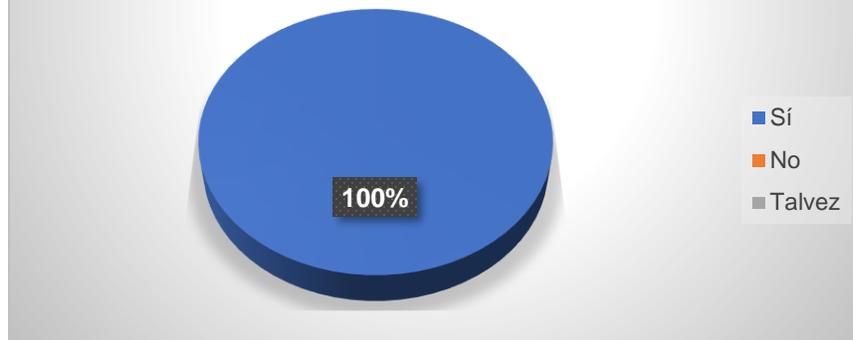


En la gráfica se da a conocer que el 100% de los empleados encuestados está de acuerdo en que la Programación Neurolingüística promueve la comunicación interna en las empresas.

Mediante el taller se dio a conocer la importancia de la comunicación interna y la ayuda que la Programación Neurolingüística puede brindar para alcanzar esa comunicación empresarial. Es por esto por lo que en su totalidad estuvieron de acuerdo en que la PNL promueve la comunicación interna.

Dentro del marco teórico se establece que la Programación Neurolingüística permite la eficacia en la comunicación y esto es de suma importancia en todas las áreas del desarrollo humano.

5. ¿Considera que la Programación Neurolingüística optimizará la comunicación interna en la empresa donde labora?

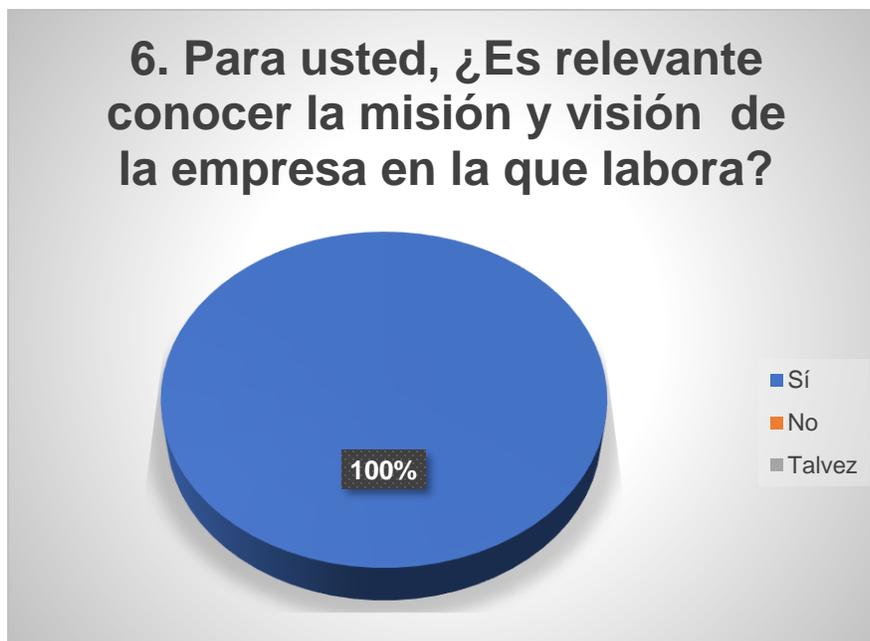


En esta gráfica el 100% de los empleados encuestados considera que la Programación Neurolingüística optimizará la comunicación interna en la empresa donde labora.

Al momento de presentar el taller se especificaron los beneficios que la empresa obtendría al aplicar la PNL. Desencadenando el resultado de esta pregunta y el poder analizar y conocer personalmente sobre la misma.

Dado que en el marco teórico se menciona lo que asegura Merlina de Dobrinsky, al resaltar que la Programación Neurolingüística es un modelo de comunicación efectiva que puede ser aplicado a multiplicidad de campos del saber y hacer humano, entre ellos, el de los negocios y la empresa.

6. Para usted, ¿Es relevante conocer la misión y visión de la empresa en la que labora?

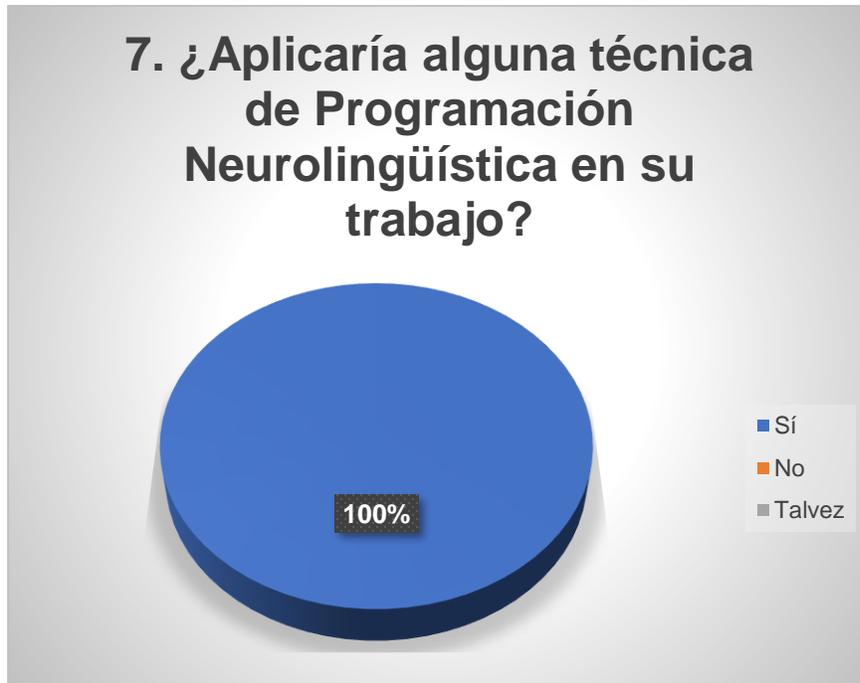


En la gráfica el 100% de las personas encuestadas, al momento de preguntarle si es relevante el conocer la misión y visión de la empresa en la que labora, respondió que sí.

Después de analizar la importancia de conocer la orientación de la empresa, es decir los objetivos, la misión y visión de ésta permitió ser conscientes de la vitalidad de esta información.

Se menciona en el marco teórico que algunas de las barreras que se pueden presentar en una empresa es el desconocer los objetivos, el no tomar en cuenta la misión y visión ya que es el mapa que guía el barco.

7. ¿Aplicaría alguna técnica de Programación Neurolingüística en su trabajo?

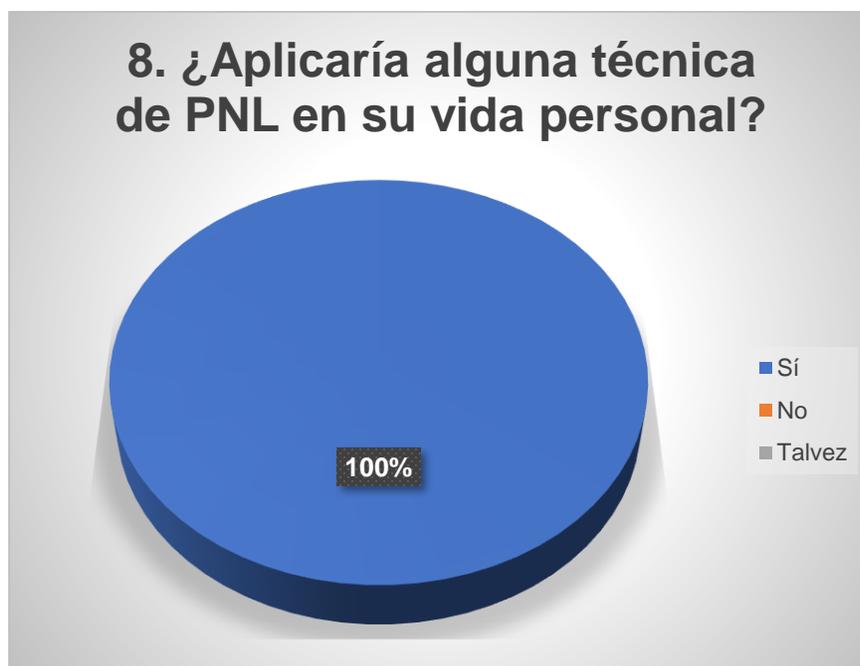


El presente gráfico muestra que el 100% de los empleados encuestados aplicaría alguna técnica de Programación Neurolingüística en su trabajo.

Al aplicar y ejemplificar algunas de las técnicas que proporciona la PNL, ya sea para enunciar correctamente los objetivos o como tratar algún problema personal con alguien, entre otras, da partida para poderlas aplicar en el trabajo dependiendo la situación en la cual se encuentren.

La teoría dice que, partiendo del hecho de que la empresa es una unidad económica, un organismo social que se encarga de satisfacer las necesidades del mercado mediante el uso de recursos materiales y humanos, la PNL no se circunscribe sola y exclusivamente a un ámbito de la sociedad, se puede deducir que la Programación Neurolingüística tiene un papel fundamental en el ámbito empresarial y su aplicación es de suma importancia para mejorar el servicio que estas empresas pueden brindar.

8. ¿Aplicaría alguna técnica de PNL en su vida personal?

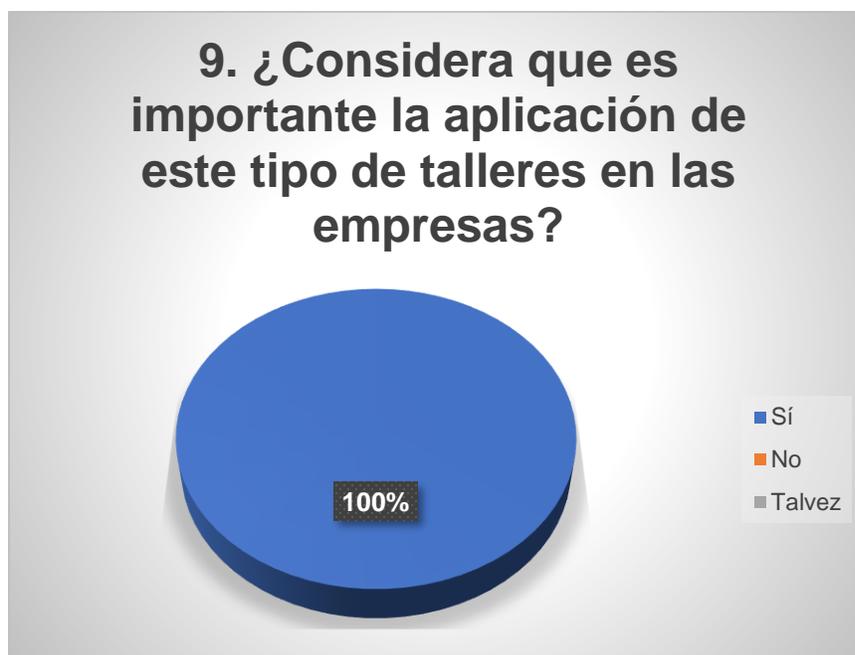


Mediante esta gráfica se puede saber que el 100% de los empleados encuestados sí aplicaría alguna técnica de Programación Neurolingüística en su vida personal.

Se constata en el taller que la Programación Neurolingüística no se circunscribe al ámbito laboral, sino que va más allá de los alcances de ésta.

Al presentar algunas de las técnicas se pudo notar que se pueden adaptar a las situaciones que pasan en la vida del individuo.

9. ¿Considera que es importante la aplicación de este tipo de talleres en las empresas?



En esta gráfica los 5 empleados encuestados, es decir, el 100% considera que es importante la aplicación de este tipo de talleres en las empresas.

El taller que se llevó a cabo con los empleados del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS COATZACOALCOS fue diseñado especialmente para comprobar que la comunicación interna se puede optimizar mediante la PNL.

Los empleados quedaron satisfechos con la información proporcionada, por lo tanto, están de acuerdo en que la aplicación de este tipo de talleres es de gran beneficio para las empresas.

3.5 REPORTE FINAL DEL TALLER: “COMUNICÁNDOME CON PNL”.

El nombre del taller fue concebido debido a la importancia de la comunicación en el ámbito laboral y con el propósito de que la Programación Neurolingüística sirviese como herramienta para optimizar dicha comunicación.

Durante el taller se pudo observar que los empleados del área de servicio de la empresa automovilística no tienen un conocimiento de la PNL, sin embargo, consideraron la importancia de la correcta comunicación en las diversas actividades que realizan.

Teniendo presentes en el taller a 5 empleados los cuales integran el área de servicio y entre ellos el gerente de dicha área. Cabe mencionar que de los materiales que se solicitaron, no fue necesario su uso, ya que el taller fue impartido en la oficina del gerente del área de servicio, el motivo fue que no podían descuidar el área de trabajo.

La actitud de cada uno de los integrantes de este equipo de trabajo fue muy accesible, en el momento de contestar las encuestas se notó que pensaban muy bien lo que contestarían en cuanto a los temas que concernían a proporcionar información sobre la empresa.

En la primera sesión del taller, en la cual se dio a conocer la importancia de la comunicación interna en la empresa, los empleados se vieron muy interesados en conocer sobre este tema ya que para ellos también resulto desconocido.

Al informarles que la Comunicación Interna ayuda a lograr los objetivos de la marca a la cual representan ellos opinaron que no sabían cuáles podían ser las barreras para una correcta comunicación.

Algo que se pudo percatar es que no se le da la importancia que debiera al conocer la misión y visión de la empresa y mucho menos lo que ésta demanda de cada empleado. Al mencionarles la frase *“Creando un nuevo futuro y haciendo realidad los sueños del ser humano a través del pensamiento creativo y encarando los desafíos”* y al preguntarles si anteriormente la habían escuchado y responder que no, nunca la habían escuchado esto incluyendo al gerente del área de servicio.

Durante la primera sesión se despejaron las dudas que tuviesen en cuanto al tema de la comunicación interna, no se pudo realizar alguna dinámica ya que no se tuvo el tiempo, no podían descuidar su trabajo y, debido a esto, de manera constante existieron interferencias en cuanto a la transmisión de la información.

En la segunda sesión se aplicó una encuesta para saber si conocían sobre la Programación Neurolingüística, cabe mencionar que la desconocían por completo o siquiera habían escuchado hablar sobre ella.

Después de la encuesta se procedió a dar una inducción la cual fue la dinámica de “Haz lo que yo digo, no lo que yo hago”. Esta dinámica da un claro ejemplo de que la comunicación involucra más que palabras.

Posteriormente se procedió a dar a conocer el tema de la Programación Neurolingüística, así se resolvieron diversas dudas y algo muy significativo fue que agradecieron el poder conocer dicha información, se estableció un diálogo grupal ya que todos opinaban y preguntaban.

Ya para la tercera sesión se dieron a conocer unas de las tantas técnicas que la PNL ofrece para las diferentes áreas de oportunidad. Algo muy relevante es que en la técnica del lenguaje al darles a conocer algunas de las frases que se dicen con frecuencia, pero que automáticamente bloquean al individuo se mostraron muy interesados y mencionaron que realmente así pasa y que tratarían de no usarlas más y cambiarlas por otras.

Al igual se les presento otra técnica que ayuda a resolver algún problema personal con alguien, esto con frecuencia ocurre entre los empleados. El interés que presentaron fue algo muy significativo, aunque en varias ocasiones tuviesen que salir o hubiese interferencias, esto debido a su trabajo.

Al finalizar el taller los empleados comentaron que realmente la comunicación y la correcta transmisión de la información juega un papel fundamental a la hora de desempeñar un papel dentro de la empresa y que la PNL es una herramienta fundamental, eso sí, se requiere de mucha constancia, disciplina y esfuerzo.

La importancia de brindar a los empleados este tipo de talleres es mucha, esto es una inversión de tiempo pero que traerá consigo grandes resultados.

CONCLUSIONES

Hoy más que nunca el hablar sobre la comunicación está siendo un tema de discusión en todas las áreas de la vida, tal pareciera que en un mundo donde las Tecnologías de la información y Comunicación tienen una fuerte influencia en la sociedad, estas mismas impactan de manera negativa al proceso de la comunicación.

A nivel empresarial, esto no es la excepción ya que no se tiene el conocimiento ni la disciplina para comunicarse correctamente. Todos van en busca de sus propios objetivos y no se preocupan por el reconocimiento de la marca. Cada quien defiende sus propios intereses, a su manera y a su propio beneficio.

Al igual el surgimiento y la aplicación de la Programación Neurolingüística está generando expectación y, a la vez, se convierte en la esperanza para mejorar este proceso de comunicación que se ve afectado por diversos factores. Estos factores que pudieron dar realce durante esta investigación.

Una de las herramientas más importantes durante este trabajo fue la observación, se tuvo la oportunidad de convivir un largo periodo de tiempo con los protagonistas de este trabajo.

El hablar de comunicación interna en la empresa resulta ampliamente sorprendente, en primer lugar, el saber que la comunicación precisa y necesita ser correcta, asertiva y bidireccional para el logro de los objetivos de la marca a la que se está representando.

La importancia del lenguaje, de los pensamientos y de la programación mental que se tenga influirá en gran manera a que la comunicación pueda darse de forma correcta o, por lo contrario, incorrectamente.

Sin embargo, mientras no se tenga un conocimiento sobre la importancia de este proceso y el conocer la diversidad de las personas en cuanto a pensamientos, razonamientos y maneras de expresar la realidad que viven.

Cuando fueron creados los instrumentos a aplicar, es decir las encuestas hacia los empleados, se buscó el conocer si se tenía un conocimiento sobre la comunicación interna, así como el saber si existía algún antecedente en su vida o algún dato o concepto de la Programación Neurolingüística, lamentablemente no se conocía nada en cuanto a estos dos temas.

Por esto se creó y aplicó un taller en el cual se dieran a conocer cosas relevantes y los beneficios sobre la PNL, así como presentar algunas de las técnicas que beneficiarían a los empleados.

Si bien es cierto la Programación Neurolingüística no se circunscribe al área laboral, pero en este ámbito es una herramienta eficaz que proporciona innumerables beneficios.

Es importante mencionar que gracias a la aplicación del taller se pudo apreciar la condición de los empleados y la postura que tienen en cuanto al desempeño de sus actividades.

Algo que llamó la atención fue el hecho de que se tiene un desconocimiento de la importancia del lenguaje en uno mismo y hacia los demás y que, el tener un lugar dentro de una empresa, implica la actualización y el desarrollo por parte de cada individuo.

Es muy necesaria la enseñanza y aplicación de talleres que presenten los temas de actualidad y la importancia del desarrollo personal y el conocimiento de todo lo que conlleva una excelente comunicación.

Es preciso e importante recalcar que la hipótesis “*Si se aplica la Programación Neurolingüística, entonces se optimizará la comunicación interna en los empleados del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS Coatzacoalcos*” ha sido comprobada.

Lo anterior gracias a la aplicación de encuestas y, a su vez, el taller que fue presentado a los empleados. Cabe mencionar que después del taller se ha observado y se ha visto mejoría en cuanto a la comunicación de éstos en las diversas actividades que realizan.

Esto ha representado un reto y un aprendizaje personal, ya que al realizar este trabajo se tiene que enfrentar ante personas “preparadas” ya con un cierto grado de estudios y no fácilmente aceptan todo lo que alguien más les dice, sobre todo en cuanto al desempeño en sus trabajos. Sin embargo, estas personas ya adultas, brindaron el tiempo y el respeto necesarios, así como la disposición para escuchar y participar.

Esto permitió comprobar que la Programación Neurolingüística ayudará a los empleados del área de servicio de la empresa automovilística KIA MOTORS sucursal Coatzacoalcos a optimizar la comunicación interna.

RECOMENDACIONES

A LAS GERENCIAS DE LAS DIVERSAS ÁREAS:

1. Brindar las capacitaciones o cursos adecuados para potenciar las habilidades y capacidades del personal y verse reflejado en el logro de los objetivos que la empresa se ha planteado.
2. Incentivar y reconocer el desarrollo de su personal.
3. Que a los cursos se les dé la importancia que requieren, así como un tiempo especial para los mismos, en el que los empleados no se sientan presionados y no asistan sólo por cumplir.
4. Motivar a sus empleados al desarrollo individual.
5. Proporcionar los materiales necesarios para el correcto desarrollo del trabajo de cada empleado.
6. Invertir en cursos o capacitaciones presenciales que sean interactivas, dinámicas y que aporten un aprendizaje significativo a los empleados.
7. Valorar el equipo de trabajo con el que se cuenta, no importando el cargo o el papel a desempeñar en la empresa.

A LOS EMPLEADOS:

1. Preocuparse y ocuparse en mejorar la comunicación personal y laboral.

Al igual aplicar las técnicas necesarias que la Programación Neurolingüística ofrece para optimizar la comunicación.

2. Practicar y utilizar todas las herramientas de comunicación que le han sido brindadas, no dejarlas en el olvido y aprovechar de la oportunidad que tienen en sus manos de mejorar.

3. Esforzarse por dar lo mejor de sí mismos en todo lo que realicen. Ser responsables y comprometidos en lo que su trabajo demande.

4. Ayudar e incentivar a otros por medio del ejemplo a ser mejores y a querer representar la marca de la empresa.

5. Tener una mente abierta al cambio para así afrontar las crisis que puedan presentarse en la empresa y ser conscientes de la responsabilidad que tienen.

6. Conocer la historia, los valores, la misión y visión de la empresa en la cual laboran, para así darse cuenta del compromiso que tienen con la misma, con sus compañeros y con sus clientes.

7. Ofrecer un servicio de calidad haciendo un uso correcto de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación Interna en la Empresa: Claves y desafíos*. Valencia, España, edipe.
- Bachrach, E. (2015). *En cambio, tu cerebro*. España: Conecta.
- Ballenato, G. (2013). *Comunicación eficaz Teoría y práctica de la comunicación humana*. Madrid, España: Pirámide.
- Baro, T. (2015). *Manual de la comunicación personal de éxito*. Barcelona, España: Paidós.
- Carrión, S. (2009). *PNL para principiantes*. Valencia, España: Porrúa.
- Carrión, S. (2008). *Seducir y cautivar con PNL: El lenguaje de impacto*. Valencia, España: Obelisco.
- De Dobrinsky, M. (2016). *PNL aplicada a los negocios*. España: LEA.
- De Dobrinsky, M. (2013). *PNL la técnica del éxito*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones LEA.
- Forner, R. (2010). *Programación Neurolingüística "La llave del éxito"*. México: Grupo editorial Tomo
- Greenfield, S. (2012). *El poder del cerebro*. Barcelona, España: Crítica.
- Jago, W. (2011). *Transforma tu cerebro con PNL*. Barcelona, España: Urano.
- Sharma, R. (2010). *El líder que no tenía cargo*. Barcelona, España: S.A

- Vickers, A y Bavister, S. (2014). *Programación Neurolingüística*. Barcelona, España: Amat.

✚ Artículo de periódico impreso:

- Erazo, M, G (11 de diciembre del 2016). La magia de la Programación Neurolingüística. Diario del Istmo.pp 3.

✚ Manual electrónico.

- Armas, L. (2009). Manual de técnicas de PNL; Estrategias PNL. Edición Daniel Saiz. Recuperado de: file:///C:/Users/SERVER/Documents/ACER/Libros%20PNL/Manual_EstrategiasPNL.pdf

✚ Revistas electrónicas

-Artículos de comunicación interna.

- Muñiz, R. (2017). *La comunicación dentro del marketing: la comunicación interna*. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

-Artículos de Programación Neurolingüística.

- Pérez, C. (2014). *La técnica del anclaje: La mente es maravillosa*. Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-tecnica-del-anclaje/>

-Artículos de Programación Neurolingüística en la empresa.

- Osorio, M. (2011). *Revista MBA y Educación Ejecutiva: La Programación Neurolingüística en la Empresa*. Recuperado de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/la-programacion-neurolingueistica-en-la-empresa>
- (2013). *Fundación UNAM: La Programación Neurolingüística (PNL) mejora el proceso de enseñanza-aprendizaje*. Recuperado de: <http://www.fundacionunam.org.mx/educacion/la-programacion-neurolinguistica-pnl-mejora-el-proceso-de-ensenanza-aprendizaje/>

Páginas electrónicas.

-Investigaciones sobre la Programación Neurolingüística.

- Pernas, M. *Asesoramiento y capacitación en negociación, ventas y marketing: El uso de la PNL en la empresa*. Recuperado de: <http://www.ganaropciones.com/PNL.htm>
- Pascual, S. (2014). *La Programación Neurolingüística y su aplicación al ámbito empresarial y profesional*.

Recuperado de: https://www.mastermania.com/noticias_masters/la-programacion-neurolinguistica-y-su-aplicacion-al-ambito-empresarial-y-profesional-org-3108.html

-La buena comunicación.

- Enciclopedia de Características. (2017). *10 características de una Buena Comunicación*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/buena-comunicacion/>
- Ansede, P. (2010). *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. Escuela Universitaria de Relaciones Laborales de A. Coruña. 2,4.
Recuperado de: <http://www.xente.mundo-r.com/ansede/comunica.pdf>

-Los canales de comunicación.

- (2015) *¿Qué canales de comunicación existen dentro de la empresa?* *Apuntes empresariales*. Recuperado de: <http://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/canales-comunicacion-existen-dentro-empresas/>
- Sigala, M. (2009). Marriot. *Empleados felices atienden a clientes felices*. Recuperado de: <http://www.iprofesional.com/notas/113529-Ahora-las-investigaciones-de-Harvard-estn-disponibles-para-la-consulta>

📚 LIBROS DE CONSULTA PARA LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

- Hernández, R. (2017). *Fundamentos de la metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Tamayo y T.M. (2004). *El proceso de la investigación Científica*. México: Limusa.

ANEXOS

Diagrama de proceso de cambio en la Programación Neurolingüística.

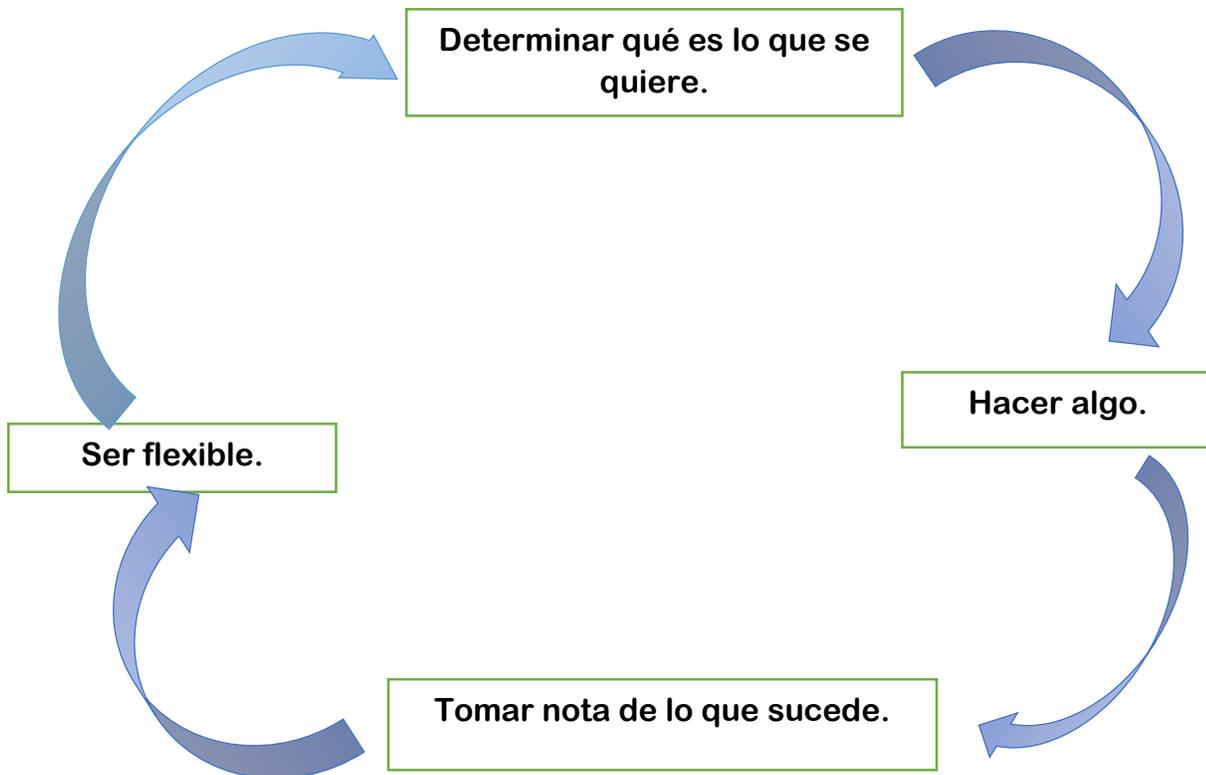
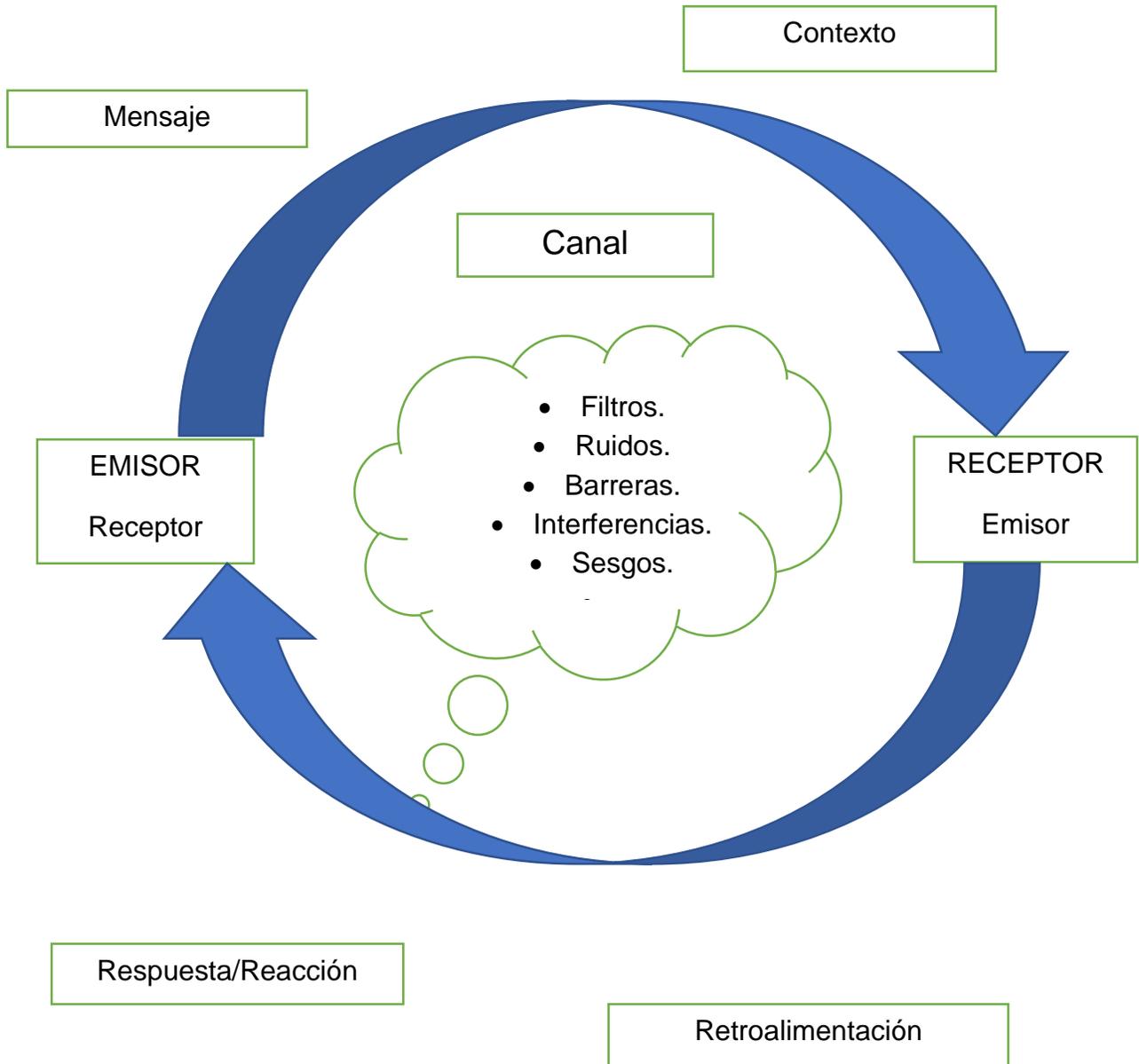


Diagrama del proceso de comunicación



INSTRUMENTOS DE PRUEBA

(ENCUESTAS)



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
INCORPORADA A LA UNAM
CAMPUS COATZACOALCOS, VER.



ENCUESTA A EMPLEADOS DE LA EMPRESA KIA MOTORS COATZACOALCOS.

NOMBRE: _____ EDAD: _____ FECHA:
_____ CARGO QUE OCUPA: _____

Objetivo de la encuesta: Estimar el compromiso empleado-empresa, así como conocer la existencia de la comunicación interna.

Instrucción: Lea cuidadosamente las siguientes cuestiones y subraye la respuesta que considere conveniente. Responda de manera sincera e individual.

1. ¿Sabe lo que se espera de usted en el trabajo?

SÍ NO

2. ¿Tiene los materiales y equipo necesario para hacer el trabajo de manera correcta?

SÍ NO

3. En el trabajo, ¿siempre da lo mejor de sí?

SÍ NO

4. En el último mes, ¿ha recibido algún reconocimiento por hacer el trabajo indicado?

SÍ NO

5. Su supervisor, o alguien en el trabajo, ¿parece ocuparse de usted como persona?

SÍ NO

6. ¿Hay alguien en el trabajo que aliente su desarrollo?

SÍ

NO

7. En el trabajo, ¿sus opiniones cuentan?

SÍ

NO

8. ¿Conoce usted cuál es la misión y visión de la empresa en la cual labora?

SÍ

NO

9. ¿Sus compañeros de trabajo están comprometidos en hacer un trabajo de calidad?

SÍ

NO

10. ¿Tiene un mejor amigo en el trabajo?

SÍ

NO

11. En los últimos tres meses, ¿alguien en el trabajo ha hablado con usted acerca de su progreso?

SÍ

NO

12. La empresa en la cual labora, ¿le ha proporcionado las capacitaciones necesarias para mejorar en su trabajo?

SÍ

NO

“Obtendrás lo mejor de los demás cuando des lo mejor de ti mismo”
Harry firestone

¡Muchas gracias por el tiempo concedido!

A3



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
INCORPORADA A LA UNAM
CAMPUS COATZACOALCOS, VER.



ENCUESTA A GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA AUTOMOVILÍSTICA KIA
MOTORS COATZACOALCOS.

NOMBRE: _____ EDAD: _____
FECHA: _____

Objetivo de la encuesta: Estimar el valor que se le asigna a la comunicación interna.

Instrucción: Lea cuidadosamente las siguientes cuestiones y subraye la respuesta que considere conveniente. Responda de manera sincera e individual.

1. ¿Conoce alguna herramienta que ayude a generar una comunicación interna en las empresas?

SÍ NO

2. En la empresa que está a su cargo, ¿Utilizan alguna herramienta de comunicación interna?

SÍ NO

3. En su trabajo, ¿siempre da lo mejor de sí?

SÍ NO

4. ¿Conoce usted cuál es la misión y visión de la empresa que dirige?

SÍ NO

5. ¿Existe un plan de comunicación interna?

SÍ NO

6. ¿Los empleados tienen conocimiento de los objetivos de la empresa?

SÍ

NO

5. La empresa que está a su cargo, ¿proporciona las capacitaciones necesarias para que los empleados mejoren el trabajo que realizan?

SÍ

NO

**"Algunas personas quieren que algo ocurra, otras sueñan con que pasará,
otras hacen que suceda".**

Michael Jordan

¡Muchas gracias por el tiempo concedido!



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
INCORPORADA A LA UNAM
CAMPUS COATZACOALCOS, VER.



ENCUESTA A EMPLEADOS DE **KIA MOTORS COATZACOALCOS**.

NOMBRE: _____ EDAD: _____

FECHA: _____ CARGO QUE OCUPA: _____

Instrumento para identificar el conocimiento sobre la

Programación Neurolingüística

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente los siguientes enunciados, elija la respuesta que más se adecúe a su experiencia.

N°	INDICADOR	Calificación		
		SÍ	NO	TAL VEZ
1	¿Sabe qué es la programación neurolingüística?			
2	¿Considera que es necesario programar la mente?			
3	¿Conoce qué es un programa mental?			
4	¿Mente y cerebro son lo mismo?			
5	¿Conoce la importancia del lenguaje en el desempeño laboral?			
6	¿Creé que es posible mejorar la comunicación interna?			
7	¿Ha aplicado alguna técnica de programación neurolingüística?			

8	¿Estaría dispuesto a utilizar alguna técnica de la Programación Neurolingüística?			
9	¿Conoce en qué áreas se pueden aplicar las técnicas de P.N.L?			

¡Gracias!



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO, A.C.
INCORPORADA A LA UNAM
CAMPUS COATZACOALCOS, VER.



ENCUESTA FINAL A EMPLEADOS DE **KIA MOTORS COATZACOALCOS**.

NOMBRE: _____ EDAD: _____

FECHA: _____ CARGO QUE OCUPA: _____

Instrumento para determinar el conocimiento sobre la
Comunicación interna y la Programación Neurolingüística.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente los siguientes enunciados, elija la respuesta que más se adecúe a su experiencia.

N°	INDICADOR	Calificación		
		SÍ	NO	TAL VEZ
1	¿Sabe qué significan las siglas PNL?			
2	¿Cree que la comunicación interna promueve una cultura empresarial?			
3	¿Considera que es necesario fomentar la comunicación interna en las empresas?			
4	¿Está de acuerdo en que la Programación Neurolingüística promueve la comunicación interna en las empresas?			
5	¿Considera que la Programación Neurolingüística optimizará la comunicación interna en la empresa donde labora?			
6	Para usted, ¿Es relevante conocer la misión y visión de la empresa en la que labora?			

7	¿Aplicaría alguna técnica de Programación Neurolingüística en su trabajo?			
8	¿Aplicaría alguna técnica de PNL en su vida personal?			
9	¿Considera que es importante la aplicación de este tipo de talleres en las empresas?			

¡Muchas Gracias!

Cronograma de actividades

“Comunicándome con PNL”

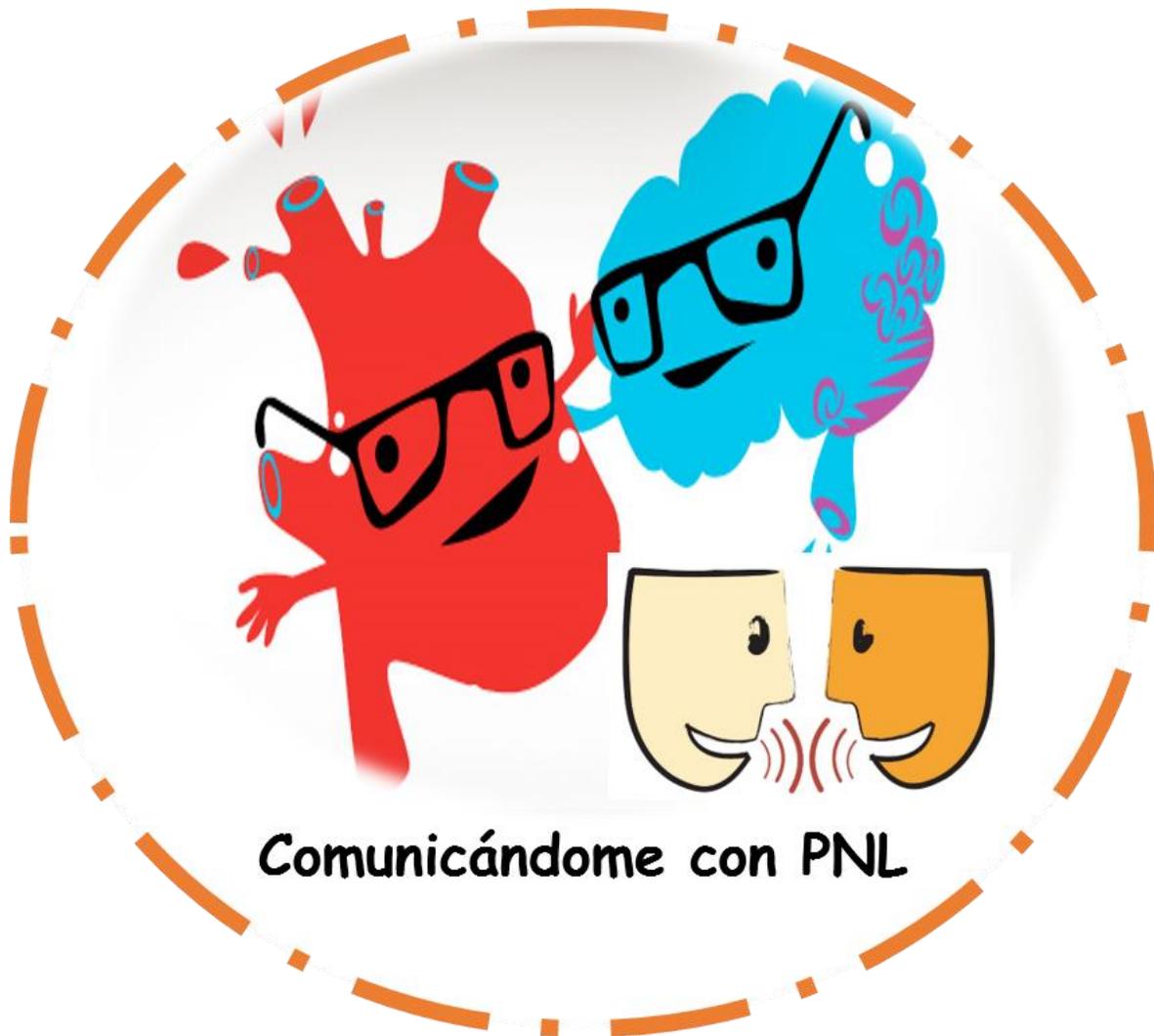
OBJETIVO: Mostrar a los empleados la Programación Neurolingüística como herramienta para optimizar la comunicación interna en los empleados del área de servicios de la empresa automovilística KIA MOTORS.

DIRECCIÓN: Avenida Universidad 2205, Rafael Hernández Ochoa, 96558, Coatzacoalcos, Veracruz.

PERIODO DE APLICACIÓN: 30 de marzo al 5 abril.

EMPLEADOS A ASISTIR: 5

Día	Actividad	Material para utilizar	Tiempo aproximado	Horario
Jueves 30	Aplicación de encuesta inicial y un ejercicio de autoconocimiento laboral.	Lapicero	20 minutos	
Viernes 31	Presentación del taller “comunicándome con PNL”. - ¿Qué es la comunicación interna? -Ejercicios para fomentar la comunicación interna.	Laptop Proyector	40 minutos	
Lunes 3	Aplicación de una encuesta para identificar el conocimiento sobre PNL. Continuación del taller - ¿Qué es la PNL? -Mostrar a los empleados la Programación Neurolingüística como herramienta para mejorar la comunicación interna.	Laptop Proyector	45 minutos	
Martes 4	Explicación a los empleados de la técnica del anclaje. Aplicación de diversas técnicas de PNL a los empleados. Conclusión del taller.	Laptop Proyector	45 minutos	
Miércoles 5	Aplicación de una encuesta final.	Lapicero	20 minutos	



Comunicándome con PNL

Taller

“COMUNICANDOME CON PNL”

Objetivo: Mostrar a los empleados la programación Neurolingüística como herramienta para optimizar la comunicación interna.

Periodo: 20 -24 de marzo.

Horario:

Lugar: KIA MOTORS

Área:

El taller se dividirá en sesiones comprendiendo un total de 5, es decir, una sesión por día. La duración de cada sesión varía dependiendo la actividad a realizar.

Primera sesión

Se iniciará con la presentación informal del taller, haciendo mención del nombre del taller, nombre de la persona que impartirá el taller y las actividades a realizar en las siguientes sesiones. Posteriormente se dio paso a:

- Aplicación de la encuesta inicial y un ejercicio de autoconocimiento laboral.

Que tiene como objetivo el saber si existe una comunicación interna dentro del área de servicio. Al igual que se reconozca las áreas de mejora individualmente en cada trabajo que se desempeñe.

En este tiempo solo se llevará a cabo la aplicación de esta encuesta comprendiendo un tiempo aproximado de 25 minutos.

Segunda sesión

correspondiente al... de marzo se procederá a la presentación del taller “comunicándome con PNL”. Donde se dará a conocer el concepto y las características de la comunicación interna.

- Presentación
- Inducción (dinámica)
- Exposición de:
 - comunicación
 - comunicación interna
 - características de la comunicación interna
- Dinámicas y consejos para mejorar la comunicación

Tiempo aproximado: 40 minutos

Tercera sesión

En esta sesión se realizarán las siguientes actividades:

- Aplicación de una encuesta para identificar el conocimiento sobre la Programación Neurolingüística.
- Continuar con el taller en donde se informará mediante ejemplos sobre:
 - El concepto de PNL
 - Importancia de la Programación Neurolingüística
 - Beneficios de la PNL
 - Técnica las tres posiciones o arreglando él no hubiera

Tiempo aproximado: 45 minutos

Cuarta sesión

Se platicará y comentará sobre diversas técnicas de programación Neurolingüística:

- Técnica del anclaje
- Resolver un conflicto con alguien
- Especificación de objetivos
- Lenguaje correcto

Se enseñará paso a paso cada técnica y en que situaciones se pueden utilizar, se despejarán dudas si existen y se dará retroalimentación de cada sesión.

Tiempo aproximado: 45 minutos

Se dará por terminado el taller.

Quinta sesión

Se dará por terminado el taller con la aplicación de una encuesta final.

Tiempo aproximado: 20 minutos.

TÉCNICAS

TALLER

✓ ANCLAJE

La técnica del anclaje es una de las técnicas que la PNL ofrece para ayudar a situarse en un estado emocional en concreto. Un ejemplo de anclaje es cuando se escucha una canción y tener un estado emocional determinado, ya que, esta canción trajo a la memoria algún recuerdo con la que se pueda asociar.

Aprovechando esto, se pueden crear anclajes para tener buenos estados emocionales. Para lograr esto es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos.

1. ¿Qué estado emocional se desea tener?

El primer paso es identificar el estado emocional en el que se quiere estar cuando se lleve a cabo el anclaje.

En este paso es importante concentrarse en lo que realmente se desea obtener, y no en lo que no se quiere.

Cambiar negación por afirmación, por ejemplo: no quiero estar nervioso por quiero estar tranquilo.

2. Identificar en la imaginación cuándo se tuvo ese estado que se desea obtener.

Este paso incluye el pensar en alguna situación de nuestras vidas donde se haya tenido ese estado emocional, el cual, se desea obtener.

Por ejemplo, cuando queremos relajarnos para dormir por la noche. Hay que detectar algún día del pasado, donde se haya estado muy relajado e imaginar esa situación lo más detallada posible.

A la vez que se imagina ese día relajante, hay que poner la mano en el pecho, así la mente asocia ese movimiento de poner la mano en el pecho con la situación que se va a imaginar.

Cuanto más detalles se pongan en la imaginación y más veces se repita el ejercicio, mejor funcionará.

No necesariamente la mano debe de ser llevada al pecho, si no relacionarlo con cualquier parte del cuerpo.

✓ **LAS TRES POSICIONES O ARREGLANDO EL “NO HUBIERA”**

Objetivo

- Cambiar una conducta negativa frecuente respecto a alguien en su vida cotidiana.

Beneficios:

Ese ejercicio se basa en la reflexión que se hace sobre uno mismo utilizando tres posiciones básicas. Se enfoca a resolver conductas que no deseas y que tienes con personas específicas, en el trabajo, con los familiares o amigos. Debes tener muy claro en qué situación y con qué persona quieres cambiar tu conducta.

Descripción:

Las posiciones no se refieren a posturas del cuerpo, sino a puntos de vista mentales. En la primera posición ves a través de tus propios ojos, justo como siempre haces. La segunda se refiere a la posición de los demás, a cómo te ven los demás, a cómo te ven los otros desde sus ojos. La tercera posición es la del observador – podríamos llamarlo público-, desde donde es posible observar la dinámica entre tú y el otro. Desde esta posición verás objetivamente tu comportamiento para generar los RECURSOS o capacidades adecuados para ayudarte y corregir la conducta. Esta técnica

es muy efectiva porque, en efecto le enseñamos a nuestra mente otra manera de hacerlas cosas.

Sigue estos pasos:

- 1) En el lugar donde te encuentres ubica tres espacios diferentes que estén a un paso de distancia. Puedes imaginarlos en el piso. Marca cada uno en tu mente con un número 1, 2 y 3, que corresponden a una posición, como vimos arriba. Define esto primero.
- 2) Ahora respira profundamente y piensa en una conducta negativa que tengas con alguien en tu vida cotidiana y de la que luego te arrepientas. Piensa en una conducta repetitiva y que te disgusta, ya sea gritarle a alguien, reclamar constantemente, cerrarte ante una comunicación, ser inflexible, inseguro o cualquier otra que te molesta o implique a alguien más.
- 3) Una vez que identifiques la situación en que tu conducta es negativa, métete en el primer espacio que marcaste. Eres tú mismo en la escena donde tu comportamiento es negativo; busca la más reciente. Frente a ti tienes a la persona con la que tienes el conflicto, se encuentra parada en la posición número 2. Escucha lo que dices, cómo lo dices, qué sientes y dónde lo sientes, qué está pasando contigo, y respira profundamente. Date cuenta de estos detalles. Observa cómo recibe tu mensaje esa persona de enfrente. Respira profundamente.

- 4) Ahora da un paso al segundo lugar que marcaste. En este espacio, métete en los zapatos de la persona que tienes enfrente. Ahora tú eres esa persona que te ve a ti. Desde ese espacio, obsérvate a ti mismo en la misma escena con esa conducta negativa. ¿Cómo se siente esta persona? Tú estás en sus zapatos. ¿Cómo recibe tu mensaje? ¿De qué manera le afecta? ¿Cómo te ve en estos momentos con esa conducta negativa? Respira profundamente. Contesta cada pregunta para comprenderla mejor.

- 5) Ahora da un paso al tercer lugar marcado. Desde este espacio ve a la escena como si fuera una película. Tú eres el protagonista con la otra persona. Observa la dinámica que tienen. Observa cómo te conduces. Y cómo se ve afectada la otra persona. Desde esta posición, piensa: ¿qué le recomendarías a tu “yo” que está en esta escena en el número 1? ¿qué recurso le serviría tener a mano para no caer otra vez en esa conducta? Escoge un recurso que te pueda ayudar, como paciencia, control, flexibilidad, tranquilidad, entre otros. Toma tu tiempo para pensar cuál recurso será el mejor, o quizá quieras más de uno. Respirando piensa en el que te hace falta para INTEGRARLO a ti y hacerlo tuyo.

- 6) Una vez que tengas el recurso (o los recursos) necesarios para frenar esa conducta y cambiar tu comportamiento, regresa al primer espacio que marcaste. Respira profundamente. En ese primer espacio eres tú otra vez tú mismo, solo que ahora traes conscientemente a la mano tus RECURSOS, tu ayuda. Si escogiste el recurso de la tranquilidad, pues imagina que estas revestido de tranquilidad. Y con esta coraza vuelve a la escena inicial, solo que ahora reacciona con tranquilidad. Toma una profunda respiración. Estas reviviendo en tu mente la escena

anterior con una conducta diferente, asertiva, deseable. Ahora fíjate en la reacción de la persona que tienes enfrente. ¿Cómo es su comportamiento? ¿Cómo cambia?

- 7) ¿Cómo te sientes con esta conducta adecuada y controlada? Estas en control de ti mismo y no estás cayendo una vez más en la conducta de siempre. ¿Es esto bueno para ti y para la persona implicada? ¿Cómo se desarrolla la escena, cuáles son los cambios?
- 8) Imagina el día de mañana o pasado mañana, cuando te enfrentes a una situación similar. Acuérdate de que estas revestido de tu recurso y que tienes la oportunidad de actuar diferente de cómo lo hacías antes. Tu mente aprendió que hay otra manera de reaccionar y de actuar. El cambio es posible y el primer sorprendido serás tú. Respira profundamente.

Tarea:

Repite este ejercicio cuantas veces quieras. Después de esta primera vez, inicia el paso 5, donde escoges tu recurso. Cada vez que lo haces fortaleces el nuevo camino para que tu mente tenga opciones.

Nivel	Intermedio
Tiempo aprox.	10 minutos
Frecuencia	Las veces que necesites
Espacio	Tranquilo y sin interrupciones
Aconsejable realizarlo con un acompañante	

✓ PROBLEMA PERSONAL CON ALGUIEN

Objetivo:

- Resolver un conflicto con alguien.

Beneficios:

Este ejercicio es útil cuando el problema es con otra persona acerca de un hecho concreto que haya surgido entre ambos, ya sea situaciones conflictivas que se hayan vivido o se siguen viviendo, sea en la familia, en el trabajo o con alguna otra persona. Puede ser un hecho aislado o una conducta repetitiva con la que se haya formado un círculo vicioso que hay que romper.

Lleva a cabo cada a cabo cada paso y cuestionamiento sin prisas y date el tiempo necesario para vivirlo plenamente. Este ejercicio puede tomar alrededor de veinte o treinta minutos. Lo puedes hacer solo.

Pasos:

- 1) Ponte de pie y llama a este espacio “el tuyo”, tu espacio (1° posición), e imagina a la persona con la que tienes el problema en un espacio enfrente de ti (2° posición) en la última situación en que vivieron el problema.
- 2) Desde aquí, desde tu espacio, ¿qué y cómo ves a esa persona que está frente a ti en esta situación específica? ¿qué pasa y qué escuchas? ¿Qué sientes ante esta situación de conflicto? Respira y déjate sentir. Identifica el sentimiento que surge tocando la parte de tu cuerpo donde sea más intenso.

- 3) Ahora párate donde has imaginado a la otra persona (2º posición), de este modo quedarás enfrente de donde te encontrabas. Metete en los zapatos de esta persona, respira profundamente y mírate enfrente. ¿Qué ve esta persona desde aquí y cómo te ve? ¿Qué escucha y cómo te escucha? ¿Cuáles pueden ser sus sentimientos ante esta situación y ante ti? Date cuenta y respira profundamente.
- 4) Sal de ahí y ahora sitúate en un espacio neutro (3º posición), como espectador de la situación.
- 5) Habiendo vivido las dos partes del conflicto y analizando la situación, ¿Qué recursos fueron los que deberías de haber utilizado para no caer en esta situación problemática? Tal vez más paciencia, tolerancia, tranquilidad, flexibilidad, decisión, seguridad o valentía. Piensa qué recurso habría arreglado todo en su momento.
- 6) Ya detectado el recurso o RECURSOS adecuados en esta situación, respira profundamente cerrando los ojos, y siente todos estos RECURSOS dentro de ti. Fíjate en que parte del cuerpo se alojan principalmente y toca esta parte con las dos manos (anclaje), respira nuevamente y ve a tu primer espacio (1º posición) sin cambiar las manos de lugar.
- 7) Desde aquí mira y escucha lo que pasa en esta misma situación, con esta misma persona, y siente como se modifica al estar tú lleno de RECURSOS.
- 8) Sal del espacio y date cuenta de que la próxima vez que surja una situación parecida con esa persona, o con cualquier otra, con sólo tocar esta parte de tu cuerpo y respirar profundamente, tendrás los RECURSOS necesarios para afrontarla correctamente.

Tarea:

Es conveniente que cada vez que vayas a encontrarte con esta persona, o que pienses en ella, toques esa parte de tu cuerpo donde se encuentran tus RECURSOS y respires profundamente, así tu percepción acerca de ella irá cambiando, ya que estarás instalando una nueva programación.

Nivel	Intermedio
Tiempo aprox.	20 a 30 min
Frecuencia	Repite los incisos 6 y 7 cada vez que sea necesario
Espacio	Privado

✓ ESPECIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo:

- Aprender los pasos que te llevarán a tu meta con menos esfuerzo.

Recomendación:

Este ejercicio te llevará paso a paso por los diferentes planteamientos sobre tu objetivo. Es importante darle un mensaje claro a la mente para que siga las instrucciones. Sin éstas, la mente no se mueve, y si son confusas, tampoco sabrá qué hacer. Es importante saber especificar para tener éxito.

Es recomendable que empieces con un objetivo sencillo, como arreglar tus papeles para el pago de impuestos, poner en orden tu escritorio, concertar la cita que has pospuesto con un cliente, con el médico o con el dentista, arreglar algún trámite, ordenar un rincón de la casa, entre otros.

Sigue los siguientes pasos:

- 1) Enuncia tu objetivo en presente, positivo y afirmativo. Habla de lo que quieres y pregúntate: ¿Qué es realmente lo que quiero?

- 2) Piensa si lo que quieres hacer está bajo tu control. Depende sólo de ti. Pregúntate: ¿Lo puedo hacer yo solo? ¿No depende de nadie? ¿Cuál es el primer paso? Si puedes hacerlo solo, continúa; si no, toma en cuenta los posibles atrasos si dependes de otras personas.

- 3) Imagínate frente a tu objetivo de la manera más específica posible. Te encuentras a punto de iniciar el camino que planeaste. Pregúntate y contesta: ¿Quién está contigo?, ¿Dónde estás?, ¿Cuándo inicias?, ¿Qué haces específicamente? Y ¿Cómo? Ve, escucha y siente el ambiente que te rodea en ese momento. Es importante que contestes cada pregunta con detalles.

- 4) Imagina que ya lograste tu objetivo. Piensa en la evidencia de base sensorial que te permitirá saber que has logrado lo que quieres. Pregúntate y contesta: ¿Qué verás?, ¿qué oirás?, ¿qué sentirás cuando lo hayas logrado? ¿Cómo sabrás que lo has conseguido? ¿Hay alguna respuesta de tu entorno? ¿Qué te dicen? Aquí realiza una respiración profunda.

- 5) ¿Tienes los RECURSOS necesarios y las opciones adecuadas para alcanzar tu objetivo? Pregúntate: ¿Qué recurso necesito para alcanzar mi

objetivo? Ej.: organización, paciencia, disciplina, flexibilidad, seguridad, etcétera.

- 6) ¿Tiene tu objetivo el tamaño adecuado? Si es muy grande y tomará más de una semana lograrlo, divídelo en pequeños objetivos. Hazlos pequeños y alcanzables.

- 7) Mide las consecuencias en tu vida y en tus relaciones si consigieras tu objetivo, pregúntate: ¿a quién afectas en forma negativa? ¿A quién afectas en forma positiva? Si no afectas a nadie en forma negativa, adelante.

- 8) ¿Qué logras al alcanzar tu objetivo? ¿para qué lo quieres? ¿Tienes alguna duda o algún “pero” sobre el éxito de tu objetivo? Si hay alguna duda o “pero”, entonces busca otro objetivo que te motive más.

Tarea:

Repite los pasos del ejercicio diariamente, por lo menos durante una semana.

Nivel	Intermedio
Tiempo aprox.	20 minutos
Frecuencia	Las veces que quieras
Espacio	Lugar con privacidad

✓ LENGUAJE CORRECTO (ASERTIVO)

Objetivo:

- Aprender a usar el lenguaje en favor de uno mismo y así evitar la posibilidad de autoboicot.

Recomendación:

Tener este módulo como referencia para futuros planteamientos.

La intención de esta técnica es reaprender nuevas formas lingüísticas para expresarnos ante nosotros mismos y ante los demás. El lenguaje en PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA es muy importante para mandar el mensaje correcto a nuestra mente. Veremos cómo hemos perdido oportunidades de tener éxito por un mal planteamiento del objetivo, manifestado con un lenguaje negativo, ambiguo e incongruente. Observa la siguiente lista de palabras y ambiguo e incongruente. Observa la siguiente lista de palabras y piensa que tanto las utilizas en el planteamiento de tus objetivos.

LISTA DE ERRORES COMUNES DE LENGUAJE AL ENUNCIAR UN OBJETIVO:

Uso del “no”: la mente no registra el “no” y, por lo tanto, nos boicoteamos al plantearnos objetivos como “no quiero comer pan”; la imagen del pan aparece en la mente y entonces se antoja; “quiero comer frutas” o “las verduras me convienen” serían mejores planteamientos.

“Mañana”: al hablar o pensar respecto al objetivo, es un error decir “mañana”, fecha que no está en el calendario y confunde a la mente; mañana es diario, mañana nunca llega.

“Un día de estos”, “la próxima semana”: son tiempos que no están definidos ni en el calendario ni en el tiempo; “un día de estos” es demasiado

ambiguo para la mente y “la próxima semana” sucede cada semana. Lo correcto es definir una fecha fija, como el martes 19.

“tengo que”: generalmente asociamos estas palabras con acciones o tareas que disgustan y me cuesta trabajo, realizar; ej.: “tengo que ir al banco”, “tengo que arreglar la casa”, pero no decimos “tengo que ir a la fiesta” (a menos que de veras no quieras ir). Tengo que implica una carga y un peso que nos detiene, por lo tanto, hay que evitarlo en el planteamiento de objetivos.

Dudas sobre el logro: cualquier vacilación impide que alcancemos el objetivo, la mente se detiene y no continúa con los pasos necesarios; es suficientemente inteligente para no seguir si hay cualquier titubeo.

“si, pero”: esta expresión condiciona la posibilidad de conquistar la meta. El “pero” es una palabra que cancela la primera parte del enunciado, ej.: “tengo que sacar mi licencia nueva, pero es muy tardado”, tengo que ir a la escuela, pero no me siento bien”. ¿Qué quiere decir esta persona? “tengo que pasar la prueba, pero me da mucho miedo”, “te ayudo, pero mañana” (condiciono mi ayuda, procuro y deseo que tú no puedas mañana), “estoy a dieta, pero tengo muchos compromisos” (si tengo una cena la rompo). ¿Qué seriedad hay con la dieta? Aquí queda muy claro el autoboicot. Ir a la escuela es un deber cotidiano y no es visto como un objetivo.

“Qué flojera”: al decir estas palabras, inmediatamente el cuerpo responde. Es una orden y por supuesto, el cuerpo entero se releja y deja de tener energía, por lo tanto, no puedo continuar, sólo pienso en actividades de flojera, el objetivo se elimina.

“Qué aburrido”: con estas palabras el cuerpo responde y no habrá manera de tener RECURSOS para la acción mientras pensemos y digamos “qué aburrido”, pues esto disminuye el interés y se pierde la energía.

Creencia limitante: por lo general vienen acompañadas de un “no puedo” u otras palabras que denotan incapacidad o que sucederá algo negativo si lo

hago; ej.: “no puedo ser disciplinada, “soy incapaz de bajar de peso, toda mi familia es gorda” o “no salgo de noche porque es peligroso”.

La regla básica para enunciar un objetivo es hacerlo en tiempo presente simple, positivo y afirmativo.

Al plantearlo es importante hablar en presente; la mente reconoce e interpreta mejor ese tiempo verbal; incluso hay que tener cuidado con el “voy a...”, pues implica futuro.

Plantear el objetivo en forma positiva aumenta la posibilidad de éxito; hablar más de “quiero bajar de peso” que de “tengo o debo bajar de peso” por obligación.

Hacerlo afirmativamente evita el boicot: “no quiero enfermarme” suena bien, sin embargo, me visualizo enferma, mejor “quiero estar sana” (me visualizo sana), eliminar el “no”.

Entrena tu mente para dejar de usar estas expresiones que sólo confunden y boicotean tus intentos de lograr alguna meta. Simplemente hay que recordarlas y evitarlas.

OBSERVACIONES:

En este taller se presentó la oportunidad de conocer más de cerca el tipo de comunicación de cada empleado del área de servicio. Es por esto que se desglosan las siguientes observaciones:

- No se tiene el conocimiento ni la preparación de lo que es la comunicación Interna, ni de lo que ésta involucra.
- Falta de conciencia y de disciplina para el logro de los objetivos de la empresa.
- Desconocimiento de la misión y visión de la marca que representan.
- Descuido de la programación personal para una correcta comunicación.

Y sobre todo falta de preparación personal hacia un beneficio personal y laboral.

Lamentablemente hubo muchas interferencias al momento de realizar el taller. Entre ellas:

- Falta de tiempo.

Es decir, se encontraban apurados para realizar su trabajo, el tiempo fue concedido, pero no se deslindaron de sus ocupaciones totalmente.

- Falta de disciplina.

Esto al momento de emitir alguna palabra que no tenía nada que ver en cuanto al tema que se estaba presentando.

- No hubo un lugar especial para el taller.

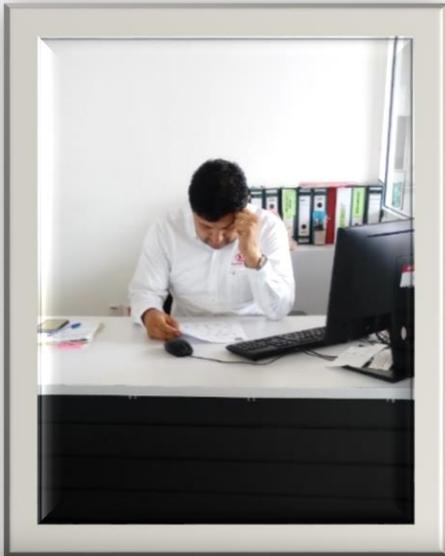
Ya que tenían que estar al pendiente si llegaba algún cliente, el taller se realizó en la oficina del gerente de servicio.

Algo muy importante es que, a pesar de todo esto, se presentaron curiosos y con ansias de saber sobre la comunicación y, sobre todo, de la Programación Neurolingüística. Permitiendo comprobar la hipótesis de la tesis.

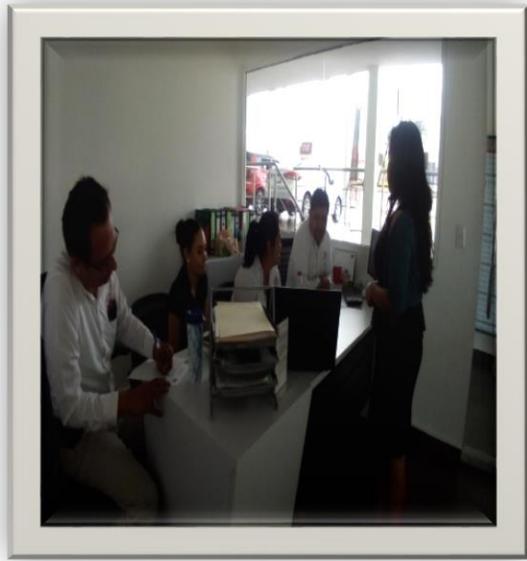
Pines



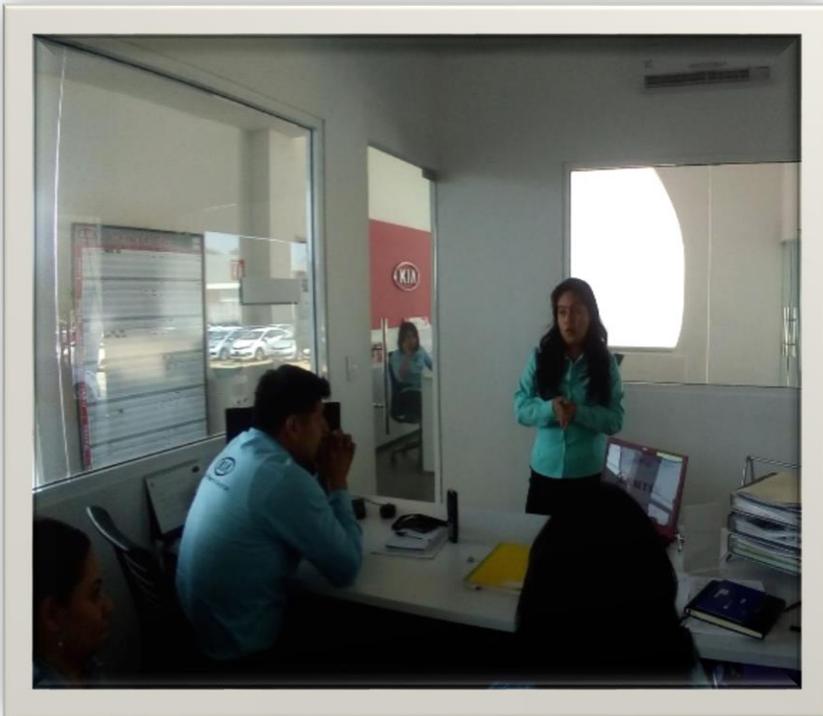
**EVIDENCIAS
FOTOGRAFÍCAS**



Empleados contestando encuesta inicial



Desarrollo del taller: primera sesión



Desarrollo del taller: segunda sesión



Empleados contestando encuesta final