

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Administración de Empresas

**La importancia de la Programación neurolingüística en la Alta
Gerencia para generar nuevos negocios**

Enid Brushenka Mantilla Quirola

Diego Vicente Granda Vega

Cesar Cisneros, MBA, Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas

Quito, mayo de 2013

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Administración de Empresas

HOJA DE APROBACION DE TESIS

**La importancia de la programación neurolingüística en la alta
gerencia para generar nuevos negocios**

Enid Brushenka Mantilla Quirola

Diego Vicente Granda Vega

Cesar Cisneros, MBA

Director de Tesis

.....

Magdalena Barreiro, Ph. D

Decano de CAD

.....

Quito, mayo de 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Enid Brushenka Mantilla Quirola

C. I.: 171506626-0

Lugar: Quito

Fecha: 21 de mayo de 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Diego Vicente Granda Vega

C. I.: 171573955-1

Lugar: Quito Fecha: 21 de mayo de 2013

AGRADECIMIENTOS

El mayor apoyo que siempre está en nuestra vida, desde el inicio hasta el final es el de los padres y a ellos va el agradecimiento por estos años y por los siguientes...

RESUMEN

En la presente tesis se desarrollará la importancia de la Programación Neurolingüística en la Alta gerencia para generar nuevos negocios, la PNL es una herramienta que se emplea en el área laboral como gran ayuda para la Alta gerencia, departamento encargado en el manejo de la empresa y su rendimiento, este instrumento permite el crecimiento personal y laboral de una persona mediante la recodificación de experiencias y la reprogramación de sus decisiones para obtener los resultados que se esperan, mediante el autoconocimiento para dirigir al cerebro y generar cambios positivos en las actitudes que lleven a la persona a tener una vida satisfactoria equilibrada en lo mental y espiritual que consecuentemente tiene como resultado éxito en un desarrollo personal y laboral.

En la presentación del problema se determina que es de gran utilidad esta tesis ya que en la ciudad de Quito no hay alta participación de instituciones que emplean la herramienta de la PNL en la capacitación de empresas o grupos de personas, dando a denotar que no hay un conocimiento común dentro de la sociedad quiteña del tema.

La metodología que se empleó en esta tesis teórica de tipo documental, es la recopilación de datos de fuentes ya existentes para aseverar la importancia de la PNL en las empresas en el departamento de alta gerencia para generar nuevos negocios, se investigó las definiciones de alta gerencia, generación de nuevos negocios, estrategias ya aplicadas para la generación de nuevos negocios, entre otros, lo que se desarrolló en la revisión de teorías y literatura.

Una vez ya establecido los significados de temas fundamentales se procedió a dar las conclusiones y respuesta a las preguntas de investigación, lo cual aseveró con fuentes y datos documentados la afirmación que se da en el problema de la presente tesis.

ABSTRACT

In this thesis will develop the importance of NLP in the Senior Management to generate new business, NLP is a tool used in the workplace as a great help for the Senior Management department in charge in managing the company and performance, this instrument enables personal and professional growth of a person by recoding experiences and reprogramming decisions to get the results expected by self-knowledge to guide the brain to create positive changes in attitudes that lead to a person to have a fulfilling life, balanced in mind and spirit which consequently results in success personal and professional development.

In the presentation of the problem, determine the usefulness of this thesis, and that is because in Quito there is not a high participation of institutions that using the tool in the training in firms or groups of people, giving denote that there is not a common knowledge in Quito society.

The methodology used in this thesis theoretical documentary, is the collection of data from existing sources to assert the importance of NLP in senior management to made new business, we investigated top management definitions, how generating new business, and applied strategies for generating new business among others, which was developed in the review of theories and literature.

Once established the meanings of fundamental issues proceeded to the findings and answer research questions, which asseverated with data sources and documented the claim that there is the problem of this thesis.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	7
Abstract	8
INTRODUCCIÓN	12
Antecedentes	13
Problema	15
Preguntas guías de la investigación.....	16
Pregunta General:	16
Preguntas Específicas:	16
Objetivos.....	17
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
Justificación.....	17
Viabilidad	18
REVISION DE LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS	20
Alta gerencia	20
Como generar nuevos negocios	23
Las formas primordiales de lograr la meta de hacer crecer un negocio o una empresa son:25	
Asociarse con otras empresas.	25
Atender nuevos tipos de consumidores.	26
Mejorar el servicio al cliente.....	27
Aumentar la publicidad.....	28
Otras formas de generar negocios	28
La importancia de la PNL en la alta gerencia para la creación de nuevos negocios.	34
Porque es importante la PNL	41
Porque es una competencia necesaria para los empresarios	42
METODOLOGÍA	44
Explicación de tipo de tesis.....	44
Justificación de la metodología seleccionada	45

Herramienta	46
CONCLUSIONES	47
Respuestas a las preguntas de investigación	47
Limitaciones del estudio	49
Recomendaciones para futuros estudios.....	49
Resumen General.....	50
REFERENCIAS	52

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Sistema Piramidal Legal.....	25
Tabla 1 Aspectos a tener en cuenta con una persona visual.....	38
Tabla 2 Aspectos a tener en cuenta con una persona auditiva.....	39
Tabla 3 Aspectos a tener en cuenta con una persona visual kinetica.....	39

INTRODUCCIÓN

La pirámide que demuestra la estructura empresarial es un elemento que se aplica a casi todas las empresas en la cual constan el dueño, gerentes o alta gerencia, jefes de área, empleados o subordinados (Ramirez, 2007, pág. 198) ; de quienes depende todo crecimiento y desarrollo de la organización en sí, sin embargo todo se rige a las decisiones que se tome en la alta gerencia, el cual es un grupo de empresarios que analizan los problemas o dificultades que se presentan y toman decisiones al respecto, entonces en esta anterior explicación podemos considerar la importancia de este escalón en la pirámide estructural que conforma toda la empresa, pues de ellos depende el éxito o fracaso del mismo, a pesar de que los subordinado son la base de las compañías, ellos forman la parte productiva de la empresa y los que generan riqueza para el dueño.

Empero toda la dirección, planeamiento y control depende de la Alta gerencia, son quienes hacen que una organización tenga un futuro productivo o nefasto, es por eso que nos hemos concentrado en esta área de la empresa ya que son el centro de todo, de ellos salen las ideas, resoluciones o decisiones que se tomarán dentro de la institución.

Por lo general el equipo de Alta gerencia, consiste en la unión de varias personas altamente capacitadas para el puesto en el que se encuentran, se encarga de buscar diferentes estrategias para que las empresas tengan una alta rentabilidad, son quienes mantienen un contacto constante con todas las personas de la empresa y es por eso que la Alta gerencia son encargados del manejo de información, interpretación y buena coordinación de ideas de los receptores, externos e internos, al hablar de externos se refiere a la comunicación con futuras negociantes en donde se puede crear nuevas alianzas.

Se ha demostrado gracias a la investigación realizada por dos grandes científicos, que se puede tener un éxito personal y profesional mediante la aplicación de una

herramienta llamada PNL, la cual estudia el sistema nervioso, las percepciones por medio de los sentidos, la reprogramación de comportamiento y las formas de comunicación para que de esa manera las personas puedan conseguir los objetivos planteados y obtener una superación en todo ámbito.

Y es entonces donde podremos demostrar con esta tesis que se realizará mediante la recopilación de documentación a demostrar que el PNL es muy importante en la Alta gerencia para generar nuevos negocios, lo cual hace que una empresa se extienda y crezca incesablemente, teniendo rendimientos exorbitados debido a que su centro y base de todo cuenta con la capacidad de hacerlo sin problema alguno debido a su formación personal y laboral.

Antecedentes

El PNL se originó mediante investigaciones realizadas por Richard Bandler y John Grinder, en el año 1973 con la tesis , en la cual determinaron que el lenguaje y y la mente se pueden modular para mejorar y modificar la conducta con el objetivo de saber porqué el éxito de unos tratamientos de tres terapeutas en Estados Unidos: Virginia Satir, una de las mejores terapeutas familiares, Fritz Perls, desarrollador de la Terapia gestalt, y Milton H. Erickson, el famoso hipnoterapeuta (V Jornadas internacionales Mentoring & Coaching, 2010)

Desde entonces se empezó a entender al PNL como una disciplina que estudia cómo el cerebro hace las codificaciones del aprendizaje y experiencia, estudiando la excelencia del comportamiento humano para que de esa manera resultados generados puedan ser duplicados, esta doctrina fue afianzándose en los siguientes años por el psicólogo humanista Robert Dilts (V Jornadas internacionales Mentoring & Coaching, 2010)

El PNL se centra en el estudio de lo que percibimos por medio de los sentidos, vista oído, olfato, gusto y tacto, es decir la manera de cómo recibir o mirar el mundo desde nuestros sentidos, como se digiere la información que receptan los sentidos, además de investigar como el ser humano transmite mediante el lenguaje la representación del mundo, es por ese motivo que es importante esta herramienta para poder conocerse uno mismo y saber cómo desarrollar habilidades para un crecimiento personal (Sotillo, 2012), mediante un desarrollo personal se puede conseguir superarse en todo sentido ya que depende de cada individuo como lleve su vida y si es una persona con gran crecimiento personal ,pues de esa manera puede manipular y hacer uso de muchas herramientas para tener una vida con éxito.

A la programación neurolingüística se le ha dado varios usos como por ejemplo, se la ha utilizado para que el aprendizaje sea más rápido y eficiente o también para negociar teniendo una ventaja frente a los oponentes, este instrumento permite que una persona tenga la capacidad de percibir a otras personas con las que tengan que tratar en el diario vivir, y es en donde entra la parte de la inteligencia emocional la cual tiene un rol decisivo, de tal manera que el PNL, es para aumentar la autoconfianza de una forma marcada y rápida, lo que mejora las relaciones interpersonales, reduce el estrés, permite a la persona que resuelva problemas de forma positiva, permite que los individuos lleguen a donde quieren ser, desarrolla rotundamente el crecimiento personal e profesional (Sotillo, 2012)

Con su descubrimiento se empezó a emplear en el área de la educación, siendo usada por educadores, pedagogos y psicólogos. Los educadores la usaron como material para acelerar los procesos de aprendizaje y los terapeutas lo usaron como formas de terapias rápidas y efectivas; sin embargo el PNL empezó a tener mayor acogida en distintas áreas como en el ámbito empresarial en el cual entran el crecimiento de cada uno de los miembros de directivos y distintos profesionales (Sotillo, 2012). Es de esa manera

que muchas empresas han optado por tomar esta herramienta para entrevistas personales, negociaciones y comunicación como uno de los principales elementos más importantes y de gran utilidad comprobada.

Problema

El PNL no se encuentra desarrollado en la ciudad de Quito, pues este tema de talleres de auto superación, autocontrol o autoconocimiento o Coaching y PNL es algo nuevo que alrededor de unos cuantos pocos años llegó al Ecuador, pues las empresas que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías en el sector económico de educación en la provincia de Pichincha en el cantón de Quito que cuentan con la actividad económica de Capacitación, desarrollo y liderazgo en una activa situación legal son 66 compañías, por lo que hemos podido ver que en realidad no es que hay una gran mayoría de empresas constituidas brindando servicio con ayuda de la herramienta de PNL (Superintendencia de Compañías, 2013).

Es por eso que se desea demostrar que esta es una herramienta fundamental para el éxito de las empresas, que obviamente para mantener un equipo de trabajo y a todos los empleados contentos quienes tengan un buen rendimiento haciendo que la empresa se supere y cada día sea más rentable, es necesario un autoconocimiento y valoración además de descubrimiento de habilidades para ser explotadas al máximo y de esa manera adquirir lo que se desea de cualquier tipo de negocio.

En el Ecuador, por desgracia no se cuenta con muchas personas emprendedoras, pues la riqueza se centra en un rango pequeño de personas como lo demuestra en INEC en el diario el Hoy demostrando con las últimas investigaciones que los indigentes viven con \$1,06 diarios y las personas acomodadas con \$15 mil mensuales (Diario El Hoy, 2007). Es por eso que hay muchas personas de clase acomodada que por obvias razones han tenido

acceso a educación y han podido tener un buen desenvolvimiento en los negocios, quienes han tenido más éxito que otros, sin embargo la mayoría de quiteños no son jefes sino empleados en sí, y llevan una vida sin aspiraciones, una muestra de esto es que el bajo porcentaje de innovaciones a nivel local, debido a falta de crecimiento personal y al acceso a educación.

Viendo el problema desde un lado empresarial, se ha optado por concentrarnos en la capacitación de la alta gerencia con la PNL con el objetivo de generar nuevos negocios y tener una alta rentabilidad.

Preguntas guías de la investigación

Pregunta General:

¿El uso de la Programación Neurolingüística (PNL) es importante en la alta gerencia para generar nuevos negocios?

Preguntas Específicas:

1.- ¿Qué ventajas tiene la alta gerencia en hacer uso del PNL, aplicado para la generación de nuevos negocios?

2.- ¿Cómo se puede implementar las estrategias de Programación Neurolingüística en los equipos de la Alta gerencia para poder tener mayor rendimiento en las empresas?

3.- ¿De qué manera el PNL ayuda a la Alta gerencia en generar nuevos negocios?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la importancia de la Programación Neurolingüística en la Alta gerencia para generar nuevos negocios.

Objetivos Específicos

1.- Establecer las ventajas que tiene el hacer uso del PNL la Alta gerencia para generar nuevos negocios.

2.- Implementar las estrategias de Programación Neurolingüística para mejorar el rendimiento de las empresas.

3.- Fijar las mejoras que tiene una empresa con el uso del PNL aplicada en la alta gerencia.

Justificación

La presente tesis se realizará debido a que la Programación Neurolingüística en Quito, es un tema que no tiene mucha apertura como debería tener, además que las empresas no consideran que es un herramienta de gran importancia lo cual es evidente en el desarrollo o éxito de las mismas, además de que como se mencionó con anterioridad no existen muchas empresas establecidas en la provincia de Pichincha que brindan estos servicios de capacitación al personal de alta gerencia, contando con tan sólo 66 empresas dedicadas a dictar cursos encaminados a la capacitación, desarrollo y liderazgo personal (Superintendencia de Compañías, 2013).

La programación Neurolingüística, es una herramienta necesaria y con gran utilidad demostrada en varios sectores tales como la educación o en la psicología, sin

embargo en los sectores profesionales es un instrumento fundamental para las negociaciones o comunicación entre equipos de Alta gerencia quienes son el centro de toda organización teniendo el poder de la toma de decisiones, es de suma importancia el capacitar este escalón del cual se conforma una empresa dependiendo muchas veces de ellos el fracaso o triunfo de la organización, el llevar a la quiebra o a generar riqueza.

La programación Neurolingüística es una metodológica muy útil y aplicada en el ámbito personal y por consiguiente en lo laboral, primero se trabaja en lo personal para luego de esa manera poder potenciar las habilidades existentes en las personas que conforman la alta gerencia, esto se da mediante la utilización de las estructuras neurológicas y su forma de funcionar por medio de los sentidos, es una disciplina que enseña a dirigir el órgano en el cual se encuentra concentrado todos los comportamientos y reacciones neurológicas, el cerebro, de una manera positiva óptima para llegar a obtener los resultados deseados y alcanzar metas que tal vez en el pasado no se podían alcanzar sin el uso y conocimiento de esta ciencia.

Viabilidad

Debido a que es una ciencia que se descubrió en los años 70 existen desde entonces muchos estudios que demuestran la efectividad que tiene esta herramienta como el estudio que inició la PNL realizado por Richard Bandler y John Grinder (Naranjo, 2008), esto ayuda para la elaboración de esta investigación, por lo que respecto a fuentes de información no serían una dificultad para el avance de la misma, como es una investigación no para resolver y dar una solución a un problema sino que su principal función será el aseverar una teoría, siendo una tesis de tipo documental, la investigación no implicará inversiones financieras altas, el tiempo no sería largo, sino más bien corto ya que

es un tema que pertenece a la actualidad y se encuentra en desarrollo en la ciudad de Quito, por consiguiente la investigación no presenta ningún problema de viabilidad.

REVISION DE LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Alta gerencia

El hablar de la alta gerencia hablamos de los cuatro pilares fundamentales en toda empresa, la primera es planificar, esta función es donde se establecen los presupuestos para cubrir con todos los gastos del proceso que se realizará además de los objetivos; coordinar y dirigir, en esta fase se especifica el personal necesario con las habilidades y cualidades adecuadas para que tengan un rendimiento de alta calidad para que puedan llegar a los objetivos definidos y controlar; que es la labor en la cual se debe administrar el tiempo de la mejor manera, de esta función dependen los controles que se realizarán para valorar el proceso del plan o del trabajo planteado mediante medidas estándar de efectividad y eficiencia (Alta Gerencia en nuevos negocios, 2012).

Estas cuatro funciones mencionadas con anterioridad deben ser manejadas muy bien, pues si alguna de ella no se la realiza correctamente puede repercutir en que los siguientes procesos no sean efectivos, estas cuatro funciones son esenciales para el manejo de toda empresa pues de ellas salen las decisiones con las que se maneja una organización dependiendo de ellas su progreso.

Por lo general la alta gerencia no depende solo de una persona sino de varias personas que constituyen un grupo y forman un equipo, el que saca adelante a la empresa, hace de ella que sea exitosa lo que hace que sus ventas suban y toda la compañía tenga éxito o fracase.

Hay tres dimensiones que se encontraron en el análisis de distintos grupos de alta gerencia realizado por Sharpe., Litner y Mossin, que permiten el funcionamiento exitoso del mismo: dirección compartida, fuertes habilidades de interacción, y la capacidad de renovar como respuesta al cambio (Sharpe W, 2001).

Hay distintos síntomas con los cuales se puede ver si hay problemas en la alta gerencia, como por ejemplo, la falta de comunicación y de acuerdo con las primacías constituidas, otro problema es la falta de interacción entre el grupo, se dan ambientes de trabajo que estancan las relaciones interactivas entre los miembros del equipo de la gerencia, a pesar de que la mayoría de personas que conforman estos equipos hablan mucho para poder llegar a realizar modificaciones y aplicar estrategias para el desarrollo exitoso de la empresa el problema radica en que al ocultar información, no dar críticas y aceptar planes mal estructurados; la comunicación y relaciones entre individuos relacionados en la gerencia empieza a empeorar sin lograr el fin que todos esperan, esto se lo puede demostrar con la cifras obtenidas en el estudio de que el 65% de los empresarios respondieron a la entrevista que no depositan su confianza totalmente en sus colegas (Sharpe W, 2001). La Comunicación es algo que no puede fallar en medio del manejo de una empresa, pues es la base de los problemas, en todo aspecto hasta en las relaciones interpersonales, en el momento que no hay una buena comunicación o en la misma hay bloqueos, todo se deteriora, si unos socios no se pueden comunicar bien a la larga se terminan separando y muchas veces en malos términos teniendo como producto el fracaso o quiebra de muchas empresas, por lo que es de gran ayuda personal y en el ámbito laboral saber cómo expresarnos y proyectar mediante el lenguaje corporal y el lenguaje no verbal lo mejor para poder conseguir los objetivos planteados.

El aplicar cambios en la alta gerencia muchas veces es factible, y por lo general la causa es la falta de motivación, además de que se denota una escasa capacidad de liderazgo entre los miembros, esto se demuestra con las cifras de estudio hecho, que demuestran que el 80% creía tener las habilidades adecuadas para el cargo con el que contaban, empero el 30% creían que sus compañeros las tenían (Sharpe W, 2001).

La motivación de los empleados es algo fundamental en el trabajo, lugar donde pasamos el mayor tiempo de nuestras vidas, este consume a las personas, haciendo que sus emociones se relacionen con el mismo y si existen problemas en el ambiente laboral de igual manera llevan a casa las mismas emociones teniendo como resultado una vida infeliz, llena de estrés y frustración, es por eso que en las empresas se debe capacitar con planes de motivación para sus empleados, siendo ello la base de la productividad ya que además de ayudar en el crecimiento personal es una gran inversión para que la empresa u organización progresen contando con un personal capacitado y con una excelente actitud frente a toda circunstancia.

Cuando hablamos de alta gerencia, se refiere a un conjunto determinado de personas de alto rango, quienes cuentan con la dirección de todo en sus manos, pues de ellos depende el alto o bajo rendimiento de la empresa, son personas que tiene como principal función gestionar y dirigir un negocio u organización, la alta gerencia es el centro de todo pues de ella salen las ideas y estrategias (Definición de Gerencia, 2013).

Para poder formar equipos eficientes en la alta gerencia, debe en primera instancia tener una agenda para que de esa manera el equipo se organice y se enfoque en los principales temas para la toma de decisiones de acuerdo a los beneficios de la empresa, luego tener reuniones constantes con las personas con las que se puedan resolver los problemas presentados y buscar la mejor solución, sin embargo estas reuniones se las puede hacer una vez cada mes a diferencia de grupos más pequeños que conforman la alta gerencia ya que ellos deben mantener reuniones con frecuencia; es importante dejar que los observadores en las intervenciones del grupo estén presentes para determinar problemas de interacción; se debe focalizar todo el grupo en las ganas de superar un elemento del exterior; y por último es bueno siempre tener una vista desde afuera para poder ver el meollo de los problemas en sí, para esto se debe incentivar y hacer más

reuniones con gente externa en donde se traten temas políticos y ambientales, el estudio que realizaron William Sharpe, John Litner y Jan Mossin pudieron determinar que el 80% del personal entrevistado dijo que no podían dedicar el tiempo que se merece para establecer las raíces o las fuentes de los problemas (Sharpe W, 2001), en todo este proceso es, como lo especificamos anteriormente, esencial y de tipo primordial una buena comunicación entre todos los miembros de una organización.

Como generar nuevos negocios

La alta gerencia que es la parte a la cual nos vamos a dirigir en la presente tesis, una de sus principales funciones y la más importante es responder a la pregunta de cómo hacer crecer a un negocio, y para esto primero se debe definir qué es lo que significa el crecimiento de una empresa, a lo que se refiere la palabra crecer es aumentar o maximizar el número de clientes lo que conlleva aumentar el monto de ventas (Como hacer crecer un negocio, 2012). Para esta labor se necesita el involucramiento de todos los empleados y el compromiso de los mismos para alcanzar las metas planteadas.

Existen diferentes técnicas para el objetivo de la alta gerencia, hacer crecer a una empresa; por lo que la página de negocios electrónica “Crecer negocio” recomiendan: hacer nuevas promociones de ventas, sacar nuevos productos o servicios o mejorar los ya existentes, adicionar servicios extras, optimizar procesos de producción y capacitar al personal (crecer negocio, 2012). Las empresas que no invierten en innovación por lo general no tiene un crecimiento notorio y muchas veces se quedan estancadas en paradigmas, lo cual no les permite evolucionar.

Una de los puntos importantes para que crezca un negocio es la capacitación de los empleados, ya que ellos son la base de toda la empresa, siendo la mano de obra, el sustento de todo, a pesar de que sin una cabeza que los dirija bien esta no es funcional, sin

embargo se considera que los empleados son los principales implicados para el desarrollo de una organización. En la estructura piramidal se rige por el poder en un orden decreciente, es decir, quien genera más dinero o mayor ganancia, es el dueño por lo que se encuentra en la cumbre, él es el originador de la idea, el inversor, dueño del capital; por debajo del mismo viene los gerentes y directivos, seguido de los jefes de áreas y por último encontramos a los empleados y obreros quienes componen al motor del negocio o la base de la organización (Multinivel vs pirámides, 2012), es por eso que se considera importante el bienestar del eslabón en donde se encuentran los empleados y para eso la alta gerencia debe ser fortalecida con capacitaciones para saber dirigir a los rangos inferiores, por esta razón el sistema piramidal es lo idóneo, las personas que se encuentran en una empresa necesitan de una guía para poder desarrollarse mediante un orden y dirección de la alta gerencia o administradores.

Sin embargo todos los empleados, directivos, gerentes, jefes de áreas y obreros tiene un objetivo y es, hacer que el dueño gane dinero, el individuo que más dólares adquiere a la final de la partida es el dueño, este es el sistema piramidal injusto, ya que la base de la empresa, por quienes la organización sigue en pie y sin ellos no se generaría riqueza, son los obreros que menos dinero ganan y por lo general se estancan en ser empleados y no se superan para llegar a ser jefes y dueños de alguna empresa, envejeciendo en los mismos puestos en donde empezaron sus trabajos, a diferencia del dueño que se retira joven de sus labores con una buena remuneración, no obstante este sistema estructural organizacional es legal presentado en el siguiente gráfico.

Sistema Piramidal legal



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://proyecto4life>.

Las formas primordiales de lograr la meta de hacer crecer un negocio o una empresa son:

Asociarse con otras empresas.

Esto es una estrategia muy beneficiosa para ambas empresas, por lo general residen en convenios para intercambiar o combinar recursos, funciones, información, como por ejemplo datos del mercado, la compartición de canales de distribución, clientela o lugares de ventas (Como hacer crecer un negocio, 2012)

El objetivo de las alianzas entre empresas es poder lograr mayor rentabilidad o progreso para esto deben ser del mismo tamaño con las mismas aspiraciones para el futuro para que de esa manera las dos empresas asociadas obtendrán de al mismo tiempo ventaja competitiva frente la competencia (Como hacer crecer un negocio, 2012). En el mundo de los negocios el mercado se encuentra disperso o dividido para las empresas de dependiendo de su posicionamiento, calidad de servicio o producto entre otros factores por los que han ganado mayor parte de los mercados, es por eso que una estrategia como el aliarse

hace que muchas veces cuando las organizaciones llegan a un punto en el que ya no tiene opciones de crecer o acaparar más mercado, entonces la solución es el tener acuerdos con otras empresas para intercambiar bases de datos o ventas, compartir mercados o hacer que sus productos o servicios sean complementarios, teniendo como finalidad el crecimiento de las dos empresas.

Atender nuevos tipos de consumidores.

Es importante atender a todo tipo de consumidor por lo general las empresas se enfrascan en la venta de servicios y productos que se dirigen a un grupo determinado de clientes, por ejemplo hay productos que son para un determinado tipo de personas por ejemplo, que viven en alguna región específica, o un determinado grupo de personas con un rango de edades o género específico, por lo que una empresa si quiere tener nuevos negocios o hacer crecer a la firma o compañía debe también dedicar en satisfacer las necesidades de otros mercados u otro tipo de cliente, y para eso puede elaborar nuevos productos, hacer mejores o ciertas codificaciones a los ya existentes, aumentar puntos de ventas para captar más mercado, ampliar al mercado hacia el extranjero (Como hacer crecer un negocio, 2012).

Para ampliar el mercado hacia el extranjero la página electrónica “Como hacer crecer un negocio”, nos indica que se deben contactar con intermediarios en el extranjero los cuales estén dispuestos a vender y ofrecer el producto con el que se esté trabajando o también se tiene la opción de encontrar clientes que compren directamente (Como hacer crecer un negocio, 2012).

No obstante la forma más simple es creando una página web por medio de la cual se puedan vender los producto o servicios en línea, asimismo se puede participar en ferias internacionales, empero se requiere de un producto implacable de alta calidad

En la actualidad el comercio electrónico es muy común y conocido por todo el mundo así que se considera de gran importancia hacer uso del mismo para poder captar los mercados que se desee poseer unos de los medios por los que la gente a optado por comprar es en las páginas de mercado libre o en google, a pesar de que como sociedad o entidad se debe tener una página propia para la atención a clientes que se encuentren en diferentes y varias partes del mundo, dando una atención personalizada y eficiente creando de esa manera ventaja competitiva.

Mejorar el servicio al cliente.

Es trascendental la capacitación del personal para que estén aptos a brindar un excelente servicio al cliente, al menos a los trabajadores que deben tratar constantemente con el cliente; servicio al cliente “es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (Servicio al Cliente. Definición, 2013). “Cómo hacer crecer un negocio”, nos indica que con esta herramienta que ayuda mucho en los negocios ya que por medio de esta se puede conseguir la fidelidad del cliente, el cual sin lugar a dudas volverá a comprar al mismo sitio y más que nada que por medio de las recomendaciones se conseguirán nuevos consumidores (Como hacer crecer un negocio, 2012).

El buen servicio al atención al cliente, es un instrumento esencial para cualquier tipo de negocio ya que como se aludió en el anterior párrafo hace que el boca a boca se genere entre los consumidores al que se rige la empresa, y no hay más verás prueba y que cuenta con un alto nivel de credibilidad que el testimonio de un consumidor, es por eso que muchas empresas usan las experiencias antiguas para de esa manera persuadir al consumidor y llegar a la meta de conseguir más cliente y aumentar el nivel de ventas.

Aumentar la publicidad.

Para este método no se requiere mucha inversión, pues se pueden hacer afiches, volantes y tarjetas de presentación, publicidad en línea, , además de participar en ferias en las cuales la empresa tenga la oportunidad de hacerse conocer de mejor manera, brindando información concisa, concreta y convincente para los futuros clientes. No obstante la publicidad de boca a boca es la mejor, pues al dar un producto o servicio de excelente calidad, hace que los clientes ya estables y afianzados con la organización aporten con personas recomendados.

Otras formas de generar negocios

Existen varias formas de generar negocios y una de ellas es teniendo estrategias para que los negocios se den efectivamente como por ejemplo, se debe planificar a corto y mediano plazo metas las cuales puedan llevar un control cada mes, además que de ella depende la apertura que se dé entre los empleados para el origen de nuevas ideas y de esa manera poder contar con un desarrollo eficaz y rápido. (Jualetche, 2009).

La organización es fundamental para todo proceso es por eso que una de las principales estrategias para que un negocio funcione es tener una agenda en la cual todos puedan establecer los tiempos y procesos a realizarse en el corto plazo de esa manera todos los ejecutivos pueden trabajar a un mismo ritmo, sin tener el riesgo a olvidarse de algún evento importante, para los gerentes es de suma importancia tener todos los puntos clave a la vista para trabajar conjuntamente con ellos.

Otro tip es que el negociante o persona que esté a cargo de los negocios tenga un conocimiento total de los temas de acción, además de conocer a que target de personas se va a dirigir, de esa manera se podría tener una ventaja frente a los competidores dándole

así un valor agregado, además de que la manera del cómo hacerse conocer sabiendo que idea hay de la empresa o que servicio es un punto clave (Juaretche, 2009).

Hay diferentes medios de comunicación con los que se puede dar a conocer la empresa y dar una información directa y clara de lo que ofrece, tales como la publicidad o el marketing, y proviniendo de estos, se puede hacer uso del internet, con todo lo que el comercio electrónico envuelve, y también de los medios de difusión masiva pero siempre teniendo en cuenta que es necesario el aprovechar el momento preciso para que anticipándose se convoque a una reunión a fin de mantener un control constante de las ventas y rendimientos.

Otro de los consejos que indica Juaretche es que hay que dar un espacio de tiempo al networking es importante no dejar de realizar el antiguo manejo de ventas como buscar a nuevos clientes mediante referidos por medio de visitas, se deben establecer alianzas y ventas estratégicas las cuales fortalezcan a la empresa; el networking se lo debe saber manipular y beneficiarse del momento preciso en donde se empieza a generar dinero, y lo fundamental es tener constancia (Juaretche, 2009), ahínco para la corrección de errores propios y estar preparados para lo inesperado, como puede ser el que un cliente conozca bien del tema, y en el caso del ejemplo dado se debe tomar al cliente como un colaborador del vendedor y no como un rival .

Una de las herramientas más conocidas en la actualidad y más usadas es el internet, además de que cuenta con las ventajas de que se la puede hacer sin mucho esfuerzo, las inversiones que se deben hacer por medio de internet son mucho más menores que las que son para un negocio no virtual, lo que se considera como más importante es la adquisición de una sala de conferencias ya que esto ayudaría para disminuir los costos de presentación de servicio o producto y gastos en viajes (Ariza) , para este tipo de negocios es importante la imagen que uno proyecte pues al estar separados por distancias inauditas y tener que

comunicarse por medio de video conferencias es el único tiempo en el que hay un verdadero contacto entre los negociantes, y un elemento importante en la administración de ventas es la presentación en donde se genera la confianza el convencimiento de acuerdo a muchos factores como el tono de voz, la manera de saludar, de vestirse entre otras cosas.

De las personas que desean generar nuevos negocios es necesario que se piense en la apertura en un mercado en el que no se ha incursionado, como por ejemplo el abrir las fronteras en las que muchas empresas se han mantenido durante muchos años les ha llevado a elevar sus ventas por medio del origen de nuevos negocios, mediante las convenciones y establecimiento en nuevos mercados.

Como menciona Silvia Roldán, a pesar de que no haya escuelas especializadas en enseñar como generar nuevos negocios es de mencionar algunos pasos con lo que es posible llegar a la meta final que siempre es la de obtener diferentes, inesperados y efectivos nuevos negocios (Roldán).

El primer paso es imprimir tarjetas de presentación las que contengan toda la información necesaria para que el vendedor tenga facilidad de localización, el segundo paso, es tener en un mensaje de voz para las personas que llamen y sea imposible ser atendida la llamada, en el que se invite de manera cordial a los comerciantes y clientes potenciales a dejar un mensaje, el tercer paso es vestir apropiadamente, estar listo todo el tiempo para un cierre de negocio debido a que eso dará a los clientes y personas que se encuentran a tu alrededor confianza y respeto lo cual es muy importante dar una buena impresión ya que de ello dependen los contacto que puede un vendedor adquirir, lo cual es fundamental para la meta que se sigue, el cuarto paso se trata de hacer pruebas en las que puedas verificar que la imagen que proyectas es la correcta, esto ayuda a encontrar la forma adecuada para hablar con un socio o clientes importantes sin que importa dónde o como se conocieron, el quinto paso es tratar de generar y mantener un tono positivo e

informativo en la comunicación con los demás, el sexto mantenerse en un constante crecimiento educacional mediante seminarios o cursos para conocer y actualizarse cada día más del giro de negocio en el que se pueda encontrar nuevos mercados para trabajar en ellos o como se van dando las actualizaciones de las competencias, cuales son las últimas tendencias, el paso siguiente consiste en ser una persona con características como social y diligente esto implica participar en organizaciones nacionales e internacionales de redes comerciales de acuerdo al centro del negocio, el octavo paso es saber convencer a los clientes que tu producto o servicio es el mejor dentro de toda la competencia que se tiene, por lo que es de suma importancia uno de los pasos anteriores en donde es de suma importancia saber de la competencia sus avances y crecimiento ,el noveno es negociar los trabajos mediante contratos y acuerdos con los clientes motivados a participar con el producto y el servicio, el décimo paso data de cómo se debe conservar a los clientes, reteniéndolos y dándoles siempre algo extra para su absoluta satisfacción lo que conlleva a tener su fidelidad, el onceavo paso reside en dar un respectivo seguimiento a los clientes obteniendo la información de que si los clientes del vendedor estarían dispuestos a volver hacer uso de los servicios del vendedor, el doceavo paso es aprovechar el uso de las redes sociales como herramientas efectivas para tener un permanente contacto con los clientes además de darles un servicio efectivo mediante la constante actualización de los avances de la empresa, y el treceavo paso es realizar una autocrítica para poder mejorar en cualquier punto de desventaja en el que se encuentre (Roldán).

Hay mucha gente que intenta y no sabe como generar nuevas ideas de negocio para de esa manera tener más rentabilidad como empresa u organización por lo que Guillermo Palacios nos dice que todo negocio es producto de una buena idea, sin embargo a veces y casi siempre no sabemos cómo desarrollarla, por lo que recomienda mantenerse en una actitud observadora y creativa, pues la creatividad te da una nueva visión frente a las cosas;

y por otro lado la creatividad se relaciona mucho con lo que es salirse de los paradigmas, preguntar mucho, analizar y escuchar, ser más espontáneo, ser humilde y poder aceptar ideas ajenas, lo que hace es que una persona sea proactiva e innovadora y permite que las ideas fluyan entre todas las metes que se encuentran alrededor de una persona y de la misma (Palacios, 2007).

Hay muchísimos casos en que las personas se quedan estancadas porque no salen de los paradigmas, y quienes salen de ellos se ha comprobado que triunfan al tener otro pensamiento fuera de las costumbres o el pensamiento común, el pensar igual a todos y no salir de los paradigmas es algo que siempre nos pasa, menos de niños, durante el crecimiento el ser humano va limitando su mente de acuerdo a los condicionamiento que les plantean, es por eso que a continuación se van a presentar opciones de fuentes de ideas.

En el artículo de Guillermo Palacios, menciona cuatro opciones que son posibles fuentes de ideas nuevas:

La primera son las propias habilidades, esto consiste en hacer como primer paso una lista de conocimientos, actitudes y un nivel educativo, esto implica hacerse preguntas personales para que después con los resultados poder determinar la idea que mejor se acople a las habilidades que tenga la persona que realice el test (Palacios, 2007).

Muchas veces las personas no se dan cuenta de las habilidades que posee, pues es de gran ayuda anotar las cosas y autoevaluarse, mediante lo escrito, pues la memoria no siempre es muy confiable, además de que no es igual plasmar todo en un papel a tener ideas dispersas divagando en el pensamiento.

La segunda es realizar una lluvia de ideas en las que se reúne a varias personas y empresas que coincidan con las habilidades del individuo, aprovechando la energía y el grupo se continúa con hacer una lluvia de ideas, las cuales no deben ser desmejoradas o criticadas, luego se vuelve a analizar las ideas para asegurarse que están bien y puestas en

las categorías correspondientes, de donde salen ideas formidables (Palacios, 2007), el relacionarse con otras personas y dar la oportunidad de que opinen respecto a los proyectos a realizarse o al punto que en ese momento está en discusión da la gran oportunidad de visualizar las cosas desde otro punto de vista y de esa manera generar nuevas e innovadoras ideas.

Hay otros métodos que se han comprobado que al pensar en problemas y necesidades salen nuevas ideas de negocios buscando la solución a lo que sienten que es un conflicto en ese momento, después de haber encontrado las respuestas esperadas se determina cuales serían los deseos de los demás para los mismos problemas y necesidades, se debe pensar en un servicio o producto y tratar de formar nuevas ideas por medio de: la sustitución como los ingredientes y enfoques; combinación de ideas que ya existen con nuevas; adaptación, donde se puede establecer semejanzas con otras ideas y lo que se procura es aumentar o minimizar, es decir se hacen preguntas de ¿Qué pasaría si se le aumenta, disminuye? y por último la emplear las ideas para otros usos; analizar lo que se podría eliminar; invertir o reordenar (Palacios, 2007). La creatividad es un arma fundamental para las ventas, para toda empresa en si pues de ella salen las estrategias que se aplicarán o mejoras de las que ya se encuentran implementadas, las estrategias son importantes para las organizaciones pues sirven para mejoras constantes y soluciones a problemas existentes.

Y por último los clientes, la parte más importante ya que sin ellos no habría ventas y por lo tanto nada de ganancias, por lo que antes de cualquier herramienta se considera que se debe estudiar a los clientes, sus preferencias, que está factible para ellos, que producto o servicio satisfacerla sus necesidades y a qué precio (Palacios, 2007). Para todo vendedor antes que nada debe determinar el perfil del comprador al que se va a dirigir, de

esa manera planear su presentación, estilo de venta tono de vos, presencia, preguntas y proceso que se va a emplear para realizar la venta.

La importancia de la PNL en la alta gerencia para la creación de nuevos negocios.

La Programación Neurolingüística nació en base a una investigación y un estudio profundo de un estudiante y profesor de la Universidad de Santa Cruz en California, Richard Bandler quién estaba por terminar su licenciatura en Informática y Matemáticas., Bandler tuvo interés en adentrarse en el campo de la lingüística y así se convirtió en un aprendiz de John Grinder, un profesor de lingüística que estudiaba el comportamiento de las personas con un excelente nivel de comunicación, que eran capaces de generar cambios en personas difíciles y en empresas que tenían complicaciones internas y externas . “La PNL nació por iniciativa de John Grinder (psicolinguística) y Richard Bandler (matemático, psicoterapeuta, gestalista) a principios de la década de los setenta” (Naranjo, 2008, pág. 20). Sin embargo, John Grinder y Richard Bandler al estudiar en profundidad a tres psicoterapeutas, que fueron los mentores de esta herramienta, Grinder y Bandler fundaron la PNL en las raíces del ámbito terapéutico, y estos tres mentores fueron: Virginia Satir (desarrolladora de la terapia familiar sistémica; Fritz Perls (fundador de la psicología gestáltica) y Milton H. Erickson (responsable de los avances de la hipnoterapia clínica) (Ready, 2004, pág. 13) En base a estudios de los mentores mencionados más otras investigaciones nace a través de Bandler y Grinder. La Programación Neurolingüística conlleva este nombre por algunas razones, programación debido a que la herramienta impulsa a reprogramar actitudes y comportamientos que afectan a las personas de manera negativa, al generar cambios y tomar decisiones el cerebro re aprende y se adapta a una nueva conducta desde el ámbito psicológico “Programación basada en la teoría del conocimiento y trata sobre como codificamos o representamos nuestra experiencia. La

programación personal la constituyen a través de procesos y estrategias internos basados en patrones de pensamiento que usamos para tomar decisiones, resolver problemas y alcanzar resultados. La PNL muestra a la gente como recodificar su experiencia y reprogramar sus decisiones para obtener resultados deseados. (Ready, 2004, pág. 12) De esta manera las personas se vuelven conscientes de generar procesos de cambios en su vida personal como empresarial a través de conocerse a sí mismos generar espacios y actitudes que le lleven a una vida plena en cuerpo mente y espíritu.

La PNL sostiene que no sólo genera cambios y reprogramación en el cerebro, sino que estudia la neurología como base de un proceso de transformación de aptitudes y desarrollo de nuestros sentidos: “Neuro se basa en el sistema neurológico y esto es como percibimos el mundo a través de nuestros sentidos y luego en como traducimos esa información sensorial convirtiéndolo en procesos mentales conscientes o inconscientes, y los procesos mentales activan el sistema neurológico que inciden sobre la fisiología, las emociones y el comportamiento de la persona”. (Ready, 2004, pág. 12) Las personas son seres holísticos por lo tanto, perciben sus vivencias con mayor consciencia a través de las experiencias pasadas y presentes junto con los sentidos generando cambios en la persona no sólo en un ámbito psicológico sino también espiritual y físico.

El lenguaje es esencial para tener una comunicación efectiva, bajo la herramienta de PNL el lenguaje es lo que permite que las personas se relacionen y generar vínculos de todo tipo según el interés de la persona. Es así que la parte lingüística de la PNL “Se basa en la manera en como los seres humanos usamos nuestro lenguaje para dar sentido al mundo, de esta forma conceptualizamos y aprendemos las experiencias vividas, y la forma en cómo transmitimos esto a la gente. Por lingüística también entendemos el estudio de como las palabras que decimos inciden sobre nuestra experiencia. (Ready, 2004, pág. 12) Por esta razón a través del lenguaje transmitimos lo que somos, nuestras creencias,

costumbres y emociones. Es imprescindible que dentro del nombre de la PNL se dé un espacio importante al lenguaje, ya que de igual manera, al entender el lenguaje y lograr que las personas generen consciencia en su manera de hablar y de expresarse, podrán saber el porqué de su comportamiento y actitudes y el efecto que su lenguaje causa en su entorno.

La PNL tiene cuatro pilares, que son la base sobre la cual la herramienta se vuelve efectiva y sobre todo se aplica a cualquier ámbito ya sea personal o de negocios. Los cuatro pilares son: la compenetración o “rapport”, la consciencia sensorial, pensar en resultados y el comportamiento flexible. Por lo tanto, estos pilares son ejes transversales que se aplican en cualquier situación donde la herramienta de PNL es utilizada.

La comunicación cumple un papel esencial para construir una relación con las personas de del entorno, ya sea con la familia, con los clientes, empleados, relaciones personales entre otros. El “rapport” o compenetración es el primer pilar que sustenta a la PNL “La palabra Rapport en inglés proviene del verbo rapporter, que literalmente significa “volver a traer”. Los diccionarios en inglés la definen como “una relación o entendimiento tolerante y comprensivo” (Ready, 2004, pág. 114) Por lo tanto, es generar una comunicación de excelencia con el otro locutor, la comunicación se vuelve activa mas no pasiva. Es decir, que el otro participa no sólo verbalmente sino a través de su cuerpo y de sus sentidos. Por lo tanto se genera un vínculo de respeto y confianza con la otra persona, sin importar creencias o diferencias de por medio. El rapport es una habilidad que se debe practicar en cada momento, ya que es la puerta para lograr que las personas se interesen por el mensaje que la persona está emitiendo. Para lograr un mayor rapport se debe tomar en cuenta las siguientes premisas: aprender a escuchar la necesidad de la otra persona frente a una situación específica, diferenciar qué es importante para el otro, así se podrá responder a sus necesidades; registrar palabras claves que la persona utiliza y que da importancia dentro de su mensaje. Percibir como la persona emite la información en base a

detalles, estadísticas concretas, o en profundidad. Asimismo “En base a una investigación de la Universidad de California en los Ángeles (UCLA) el profesor Mehrabian observó cómo se recibía la comunicación en vivo entre las personas .Las cifras a las que llegó sugerían que el posible impacto de lo que dices depende de tres factores: tu aspecto, tu tono y lo que dices” (Ready, 2004, pág. 119) Es imprescindible, estar conscientes del impacto que tiene la comunicación a nivel visual, verbal y auditivo. Sobre todo, tomar en cuenta la importancia del rapport en cada mensaje y relación que una persona tiene con su entorno, ya que se generan no sólo relaciones sino vínculos, por ejemplo, en caso de un cliente el vínculo a través del rapport puede durar toda la vida logrando una fidelidad total del cliente hacia la empresa.

La consciencia sensorial da la apertura a entender y conocer más a fondo el mundo de los sentidos y cómo éstos ayudan a crear una realidad del mundo. La rutina conlleva a que las personas adquieran comportamientos automáticos. Es decir, que las personas se convierten muchas veces en robots o máquinas de hacer dinero, de esta manera se va perdiendo el asombro de las personas en los detalles de su día a día, por ejemplo, las personas no se fijan en la naturaleza, no saborean la comida, o no miran el paisaje a través de su ventana, en otras palabras, se apaciguan los sentidos. Por lo tanto, la consciencia sensorial, logra despertar nuevamente los sentidos de las personas y aprender a utilizarlos para un beneficio positivo. La comunicación exitosa es la que utiliza el lenguaje, el cuerpo y los sentidos para poder emitir mensajes que tengan congruencia al utilizar nuestro cuerpo de manera holística “El modelo de la PNL describe cómo sentimos y vivimos el mundo exterior, más conocido, dicho sea de paso, como vida real, a través de los cinco sentidos o las modalidades de la vista, el oído, el tacto, el olfato y el gusto” (Ready, 2004, pág. 97) Los sentidos, son los motores que impulsan a que las experiencias que las personas viven dentro de su entorno y con el mundo sean más reales, reflexivas y únicas. De igual manera,

las personas filtran el mundo utilizando algunos sentidos más que otros debido a su entorno, su cultura y su aprendizaje. Sobre todo, se filtran los sentidos en base a la información externa del mundo que seleccionan las personas o según lo que llama su atención. Se ha podido investigar que una de las maneras más comunes que las personas seleccionan la información, es a través de modalidades y las principales son: la visual, auditiva, kinestésica, la olfativa y la gustativa (VAKOG), es decir, que muchas personas utilizan más su sentido visual para expresarse, ven el mundo a través de imágenes y con imágenes. Mientras que otros ponen atención a los sonidos que afectan su alrededor de manera positiva como negativa generando una reacción. Otras personas, experimentan el mundo a través de sus manos, necesitan tocar las cosas y sentir a las personas, desarrollan mucho el sentimiento y su aspecto emocional con lo táctil. Con estos ejemplos, se puede percibir como los sentidos cumplen un papel trascendental en la PNL y en la manera que se experimenta el mundo.

En las siguientes tablas podemos ver aspectos que se deben tomar en cuenta con las personas visuales, auditivas y kinestésica:

Tabla 1. Aspectos a tener en cuenta con una persona visual

LO QUE SUELE DECIR UNA PERSONA VISUAL	LO QUE DEBE CONTESTAR A UNA PERSONA VISUAL
Desde mi punto de vista creo que...	Empiezo a entender tu punto de vista.
Ves lo que quiero decir.	Puedo visualizar lo que dices.
Parece una buena oportunidad.	Veó como aparenta ser para tí.
Para mí es perfectamente claro.	No lo veo bien.
Puedo visualizar lo que esta describiendo.	Enfoquemos el asunto desde otro punto de vista.
Tengo la imagen mental de cómo debía lucir.	Dentro de un momento lo verás con más claridad.
Muéstrame el mapa de dónde queda.	Qué te parece.
Tienes la imagen clara de lo que digo.	Deja ver qué puedo hacer.
Veó un futuro brillante.	No aparece ninguna diferencia visual.
Si pudiera mostrarte cómo es.	Arrojaste algo de luz sobre el tema.
Así se aclararían las cosas.	
Empiezo a ver la solución.	

Fuente: Amaya.C, Martínez.J, 2011

Tabla 1. Aspectos a tener en cuenta con una persona auditiva

LO QUE SUELE DECIR UNA PERSONA AUDITIVA	LO QUE DEBE CONTESTAR A UNA PERSONA AUDITIVA
Eso suena bien.	Empiezo a escuchar lo que estás diciendo.
Volvamos a hablar sobre las cosas.	Oigo como te suena a ti.
Te oigo claramente.	Hablemos para arreglar esto.
Me suena verdadero.	Digo que deberíamos escucharnos más.
Lo que me dices, me llega.	Me sonó razonablemente.
Dime lo que quieras decirme.	Discutamos el problema.
Me suena a que no has oído lo que te dije.	

Fuente: Amaya.C, Martínez.J, 2011

Tabla 3. Aspectos a tener en cuenta con una persona Kinética

LO QUE SUELE DECIR UNA PERSONA KINETICA	LO QUE DEBE CONTESTAR A UNA PERSONA KINETICA
Porqué no eres un poco más suave?	Puedo sentir tu inquietud.
No te importan mis sentimientos.	Animémonos.
Aguanta a pie firme.	Me siento bien cerca de ti.
Tengo la sensación de que no deberíamos hacerlo.	Comprendo que te sientas de esa manera.
Percibo malas vibraciones.	Siento deseos de hacerlo.
No me gusta, porque parece frío e indiferente.	Tengo el presentimiento de que pronto cambiará todo.

Fuente: Amaya.C, Martínez.J, 2011

El pensar en resultados es el tercer pilar de la PNL, es en definitiva, pensar lo que se quiere y volverlo realidad a través de acciones que encaminen a la persona hacia la meta planteada. Para poder enfocar a la persona hacia resultado final o a dónde se quiere llegar es importante, definir por dónde empezar. Por lo tanto es esencial, generar un mapa de prioridades y de objetivos en los diferentes ámbitos de la persona y trabajar en el más importante o urgente. En ese momento, se disparan ideas de todo tipo, para activar la

creatividad de la persona y ésta pueda mirar, escuchar y analizar todas las opciones que tiene frente a ese resultado final y que camino es el más conveniente analizando su entorno. De igual manera, se genera un proceso de preguntas - ¿Que Quiero? - ¿Qué tienes para lograrlo? - ¿Qué te hace falta? Éstas son algunas preguntas que se realiza a la persona que desmenuce la idea hasta volverla simple. En base a esa idea se genera un proceso de PNL de buscar cumplir con objetivos que lleven a la persona del estado actual al estado deseado. Existen cuatro pasos importantes que se deben tomar en cuenta para lograr resultados. Es evidente, que primero se debe especificar y simplificar el resultado que se espera, tomar acción a través de un cumplimiento de procesos específicos para llegar al resultado que se espera, utilizar la consciencia sensorial como herramienta para poder analizar lo que no está funcionando o el comportamiento que estanca para llegar resultado deseado. Por último la flexibilidad es necesaria para poder tomar alternativas para generar un resultado deseado “Cuando se interactúa con otros la persona de comportamiento más flexible es la que puede controlar la situación” (Ready, 2004, pág. 50) Por lo tanto, es importante que las personas al no generar los resultado deseados puedan cambiar de perspectivas y mirar otras opciones, siempre existe otro camino, otra perspectiva otro enfoque.

El cuarto Pilar de la PNL es el comportamiento flexible, esto significa que la persona que tiene apertura a tomar decisiones a través de varios caminos o enfoques puede lograr resultados diferentes. La mayoría de personas se frustran porque toman una misma actitud frente a un problema, realizan los mismos hábitos frente a su familia y en su empresa y esperan resultados diferentes. Lo esencial, en estos casos es estar conscientes de algunos factores que pueden afectar la toma de decisiones frente a un conflicto e impide visualizar la solución. Entre estos factores se encuentran las supresiones, las distorsiones, las generalizaciones entre otras. Las supresiones se producen cuando la persona pone

atención a una parte específica del mensaje, de la información o del resultado que se quiere lograr o de lo que está interesado. Pero también, omite otro tipo de estímulos que pueden beneficiar considerablemente o empobrecer el resultado que se está buscando. La Distorsión se genera cuando la personas a través de su propio filtro y percepción malinterpreta la información generada por la otra persona. Muchas veces distorsionamos el mensaje de la otra persona por conveniencia o porque simplemente no es relevante para la otra persona, así se generan los malentendidos y los conflictos de comunicación. La generalización se da cuando la persona a través de una vivencia experimenta el mundo y concluye con una información. Las generalizaciones son necesarias y buenas para formar una idea del mundo y lo que se aprende, es decir que reconstruimos ideas o conceptos sobre lo que la persona sabe y está informada. Pero también si las generalizaciones no son bien utilizadas pueden restringir información o la posibilidad de ver una situación desde otra perspectiva en base de una generalización por ejemplo “Todos los hombres son infieles” esa es una generalización que no es positiva y no es real sino que lo basa en torno a una vivencia propia que si es aconsejada a otra persona puede generar una repercusión negativa. Por lo tanto, el momento de tomar la decisión de tener un comportamiento flexible base a una conducta o solución, es eminente considerar factores como la supresión, distorsión y generalización para basar la toma de decisiones desde una perspectiva objetiva.

Porque es importante la PNL

La Programación neurolingüística es una herramienta que genera cambios en las personas, mejora el conocimiento de la propia persona. Crea consciencia del entorno de la persona a través de lo que percibe con los sentidos y el lenguaje y las propias creencias para poder generar cambios positivos y de crecimiento. Asimismo, impulsa a que las

personas abran su mapa mental y vean las cosas desde otro enfoque y mayor apertura para una toma de decisiones correcta lo que genera cambios en el comportamientos y elección de las oportunidades frente a una decisión para mejorar su calidad de vida.

La PNL es una herramienta que crea consciencia en nuestro proceso de percibir y comunicarnos con el mundo. De esta manera, se procesa la información y los códigos que recibimos de nuestro entorno en que vivimos. La PNL no cambia el mundo; simplemente nos ayuda a cambiar la manera como observamos percibimos nuestro mundo. La PNL nos ayuda a diseñar un mapa diferente que, a su vez, nos ayuda a ser más eficaces (Ready, 2004, pág. 17) Al crear consciencia la persona empieza a generar cambios personales y eventualmente dentro de su entorno entrelazando ciertas técnicas aprendidas en la PNL y conseguir los objetivos propuestos.

Empodera el lenguaje de las personas a través de la comunicación y la persuasión para dirigir el cerebro hacia conductas y actitudes positivas y obtener el resultado deseado en las diferentes metas propuestas. Define metas y objetivos a través de un proceso, partiendo del estado presente en que se encuentra la persona o a la empresa y pasar a un estado deseado.

Porque es una competencia necesaria para los empresarios

La PNL como lo hemos planteado anteriormente es un herramienta que ayuda a cualquier persona que tenga la necesidad de crecer y conocerse para generar cambios positivos no solo en sí mismo sino en su entorno y el ambiente que le rodea. John Grinder y Richard Bandler estudiaron a las eminencias en los diferentes campos de psicología, comunicación, lingüística, neurología entre otros, para poder obtener un modelo que genere una comunicación de excelencia. Las personas a través de la PNL crean una mayor consciencia de su comportamiento frente al mundo al entender cómo funciona su cerebro y

cómo repercute su lenguaje y sus sentidos en base a sus acciones para generar cambios positivos a largo plazo.

Los modelos mentales son modelos de aprendizaje que están estructurados en el cerebro, es a través de estos modelos que las personas, clasifican, interpretan el mundo y la manera de actuar en él. Los modelos generan que la persona perciba el mundo desde su propia perspectiva donde existen códigos y comportamientos enraizados. Existen modelos, los cuales el cerebro filtra la información que le interesa en base a la importancia de cada persona a los sistemas representacionales que son: el lenguaje, creencias, valores y estilos de elección en conjuntos con los sentidos.

El momento en que el cerebro a través de un modelo mental de un cliente o un futuro inversionista clasifica su necesidad y comportamiento en base a los sistemas representacionales del empleado podrá saber cómo dirigirse para satisfacer la necesidad del cliente o generar una venta de servicio o producto. Cada persona tiene una diferente percepción dentro de la empresa o de ciertos reglamentos conductas internas que se dan en la organización, lo importante, es que los empleados tengan consciencia de que su percepción puede omitir la manera de ver las cosas de su compañero. Por lo tanto, al unir el modelo mental de una persona, junto con los sistemas representacionales, los sentidos y la percepción y esa información pasa por el cerebro, al mirar la realidad exterior y el medio ambiente, la persona emite un lenguaje bajo una situación o circunstancia en donde se genera el proceso completo del pensamiento.

METODOLOGÍA

Explicación de tipo de tesis

Existen diferentes tipos de tesis, y todo depende del tema que se haya escogido, las tesis sobre temas prácticos, utilizan herramientas de comprobación de hechos, las de laboratorio, la cual se apoya en una investigación centrada en los experimentos o pruebas, llamadas también como pruebas de laboratorio en un espacio determinado, además de muchas otras que se realizan en la actualidad, con la breve interpretación anterior a las herramientas, temas y tipos de tesis, la presente tesis tiene un tema teórico, “La importancia de la programación neurolingüística en la alta gerencia para generar nuevos negocios”, tema el cual fue escogido por los dos estudiantes de administración, es un tema que tiene bases teóricas ya que desde los años setenta, la programación neurolingüística fue estudiada y desde entonces ha tenido un desarrollo importante dentro de la sociedad y más que nada en el ambiente laboral, a pesar que en la actualidad en algunos países subdesarrollados no está extremadamente posicionado, pues su empleo no es algo primordial para las empresas, siendo esta una gran herramienta para la generación de negocios, es por eso que al ser un tema teórico que se relaciona con temas de autoconocimiento y estudio de las personas para potenciar las capacidades existentes en las mismas para conseguir objetivos específicos, y de esa manera tener un desarrollo interno y externo, es por eso que el método de investigación que se tomará es el de la tesis de investigación documental, el cual se basa en la recopilación de datos en forma documental (Clasificación de tipos de tesis) tales como libros, textos, anuncios, revistas, páginas electrónicas de tipo académico, las cuales van dirigidos a personas que necesiten tener datos que fundamenten una teoría ya planteada o existente; es por esa razón que la

metodología que vamos a aplicar en la presente tesis es un método de tipo documental que profundice las aportaciones ya realizadas sobre el tema.

Justificación de la metodología seleccionada

Le metodología que hemos escogido para el desarrollo de la presente tesis, es el de tipo documental como se mencionó anteriormente, y esto puesto que al ser un método que se basa en la recaudación de datos en bases o fuentes ya existentes es el idóneo para responder a la pregunta de investigación que tiene la presente tesis y que es “¿El uso de la Programación Neurolingüística (PNL) es importante en la alta gerencia para generar nuevos negocios?”, y lo que podemos ver en la pregunta son temas puntuales que se los ha desarrollado en el marco teórico y se los va a analizar a continuación, y es que los puntos bases o pilares de esta pregunta son: Programación Neurolingüística, alta gerencia y generación de nuevos negocios; que son temas mayoritariamente teóricos, existen muchas fuentes que ayudan a la aportación de estos temas en la actualidad que son de tipo documental, es por eso que se ha decretado que el método documental para realizar esta tesis, es el indicado pues con el mismo se puede sacar analizar y responder la pregunta de investigación, la cual busca saber la importancia de la programación neurolingüística en la alta gerencia para que la misma tenga mayor capacidad de generar negocios, que es el objetivo final que tiene toda empresa o por lo menos todas las empresas con fines de lucro, y es que el generar nuevos negocios, genera nuevos ingresos, con los que si son bien manejados generarán de igual manera mayor rentabilidad y así se satisfacen los propósitos indispensables en las organizaciones.

Herramienta

La herramienta de investigación que se utilizará en esta tesis es basada en documentos ya existentes, la documentación que se ha tomado en cuenta para el presente estudio es de carácter académico las cuales se encuentran en páginas de negocios electrónicas, libros, revistas y artículos relacionados con el tema entre otras.

CONCLUSIONES

Respuestas a las preguntas de investigación

Desde el inicio del presente estudio hemos visto la importancia del alta gerencia en la empresa, y es que además de ser la encargada de las decisiones importantes también es el reflejo de los valores de la empresa en cuanto a los demás aspectos como son la organización, las faltas, el funcionamiento y los diferentes roles de los trabajadores en general. Sin embargo la principal función de la alta gerencia y que viene a ser el corazón de la empresa es el hecho de la generación de nuevos negocios y la renovación permanente de los negocios actuales, y es así que este estudio se ha basado principalmente en el primer aspecto.

Dada la importancia de la generación continua de nuevos negocios se ha considerado como algo vital el hecho de poder hacer que los integrantes de estos grupos gerenciales se capaciten en temas de real valor como el de la comunicación y esto a fin de tomar primeramente conciencia de lo que son y de sus actos, de cómo perciben el mundo y de que percepción dan de sí mismos a los demás por medio de su lenguaje que es un tema muy importante en la generación de negocios, y es que el saber o aprender como comunicarse con los demás de una manera muy analítica e inteligente, al ser este el primer vínculo entre dos personas, y siendo el medio por el cual expresamos todo lo que somos es una herramienta básica por el cual se consiguen los objetivos planteados.

Si bien hay muchas maneras, tips y estrategias que han sido desarrolladas por empresarios para la generación de nuevos negocios, y que esto da como resultado el incremento de ventas, y a su vez, si la empresa se encuentra bien administrada, el aumento de la rentabilidad de las compañías u organizaciones esto devuelve en forma de cadena retroactiva el hecho de las empresas cuenten con un equipo de alta gerencia altamente

capacitado para el desempeño y desarrollo profesional de las empresas y de cada uno de ellos mismos como personas.

Si las empresas mantienen felices a los empleados, mucho de los cuales son el motor de todo, es evidente que al tenerlos contentos tendrán un buen rendimiento, sin embargo no es este el rango de empleados a los que va enfocada la presente tesis, sino al de los empleados que conforman el grupo de la alta gerencia, es decir a los cimientos de cada organización, y es que si ellos adquieren grandes conocimientos es la empresa en sí la que obtiene una ventaja competitiva inigualable al tener un equipo el cual tenga poder sobre su lenguaje, sepa manejarlo, y por medio de él persuadir a los clientes o empleados obteniendo los resultados deseados por la empresa para su propio beneficio y esto mientras va haciendo que su cerebro se encamine hacia actitudes y conductas positivas para de esa manera poder alcanzar todas las metas planteadas por medio de un proceso, el cual tiene un comienzo con el estado en el que se encuentra la empresa, pasando a un estado ambicionado. Si la empresa tiene unas bases bien cimentadas y fuertes consecuentemente el resto de empleados también tendrá mayor ventaja basada en una fuerza de trabajo del centro de la organización en excelente estado mental y profesional y así se cumplirá el rendimiento esperado y que además en todas estas condiciones puede ser incluso superado.

La PNL es realmente importante en la alta gerencia, ya que es además una herramienta que ayuda a las personas a percibir a otras con las que tenga que negociar, ya que esta permite una mayor conciencia de su comportamiento frente a su visión sobre el mundo cuando entiende cómo funciona su cerebro y que impacto tiene su lenguaje y sentidos en sus acciones para generar cambios positivos, esto le permite saber al gerente o equipo de gerencia el momento preciso en el que se puede dar un uso estratégico a la inteligencia emocional, captando en el cerebro un modelo mental del cliente o inversionista, individuo principal durante la negociación, descifrando la necesidad y

comportamiento mediante los sistemas representacionales que permitirá saber al empleado como direccionar su venta o negociación para satisfacer al cliente o cerrar con éxito un negocio.

Limitaciones del estudio

Al ser un tesis teórica las limitaciones que se dieron para el desarrollo de la misma fueron las de encontrar bases fidedignas y efectivas para la explicación de las estudios y teoría ya planteados, y es que las fuentes deben ser de alta calidad debido a que como es de conocimiento público hay sitios en la red que no son de mucha confianza debido a que se encuentran siempre abiertos para que cualquier persona pueda corregir y cambiar la información que se encuentran en los mismas. Sin embargo hay muchos también de los mismos que llevan reglas muy estrictas sobre el cambio de información de las fuentes. Otra de las limitaciones del estudio es que al ser algo documental se debe tomar muchas fuentes para fundamentar lo que se puede presentar en la tesis y es en este ámbito que hay muchas fuentes que presentan la misma información, y otras distintas que deben asegurar que las fuentes son de buena procedencia para no crear una confusión en los actores y poder trabajar con eficiencia haciendo un buen trabajo.

Recomendaciones para futuros estudios

Con el estudio documental previamente realizado y las conclusiones que se han obtenido, todo demuestra y la recomendación que se da es que la Programación Neurolingüística al ser una importante herramienta que deben tomar en cuenta las empresas, la capacitación urgente de su equipo clave es el que tiene en sus manos el total manejo de la empresa para que de esa manera la empresa pueda generar nuevos negocios lo que trae a la misma organización éxito con el aumento de ventas o alianzas con las que

la empresa puede superarse diariamente teniendo al final del año un rendimiento cada vez mayor, lo cual beneficia a todas las personas que se encuentran en la negociación y en si a toda la empresa. Se espera que el estudio presente realizado motive y sirva de guía para la implementación de la PNL en las empresas de Quito, ya que como vimos en el planteamiento del problema en el cantón de Quito no hay muchas instituciones que dicten talleres o capacitación a empresas para poder alcanzar sus metas mediante este instrumento, además de que como es de percepción general el servicio al cliente en el Ecuador no es del todo bueno, debido a la cultura o formas de ver el mundo sin dar importancia al uso de su lenguaje o sentidos, y a esto podemos añadir el de comportamientos para generar cambios. En fin el tema de conocerse uno mismo para poder cumplir con metas individuales a nivel personal y laboral, es decir un crecimiento personal para tener éxito en todo ámbito, no es muy difundido en nuestra sociedad, y es por esa razón que se pretende con este estudio el incentivar a las empresas que estos temas sean también de su interés, y esto para motivar a que se den las capacitaciones en los rangos de alta importancia dentro de las empresas, y es así que haciéndolo en la alta gerencia, se puede prever un éxito rotundo de las mismas.

Resumen General

En las conclusiones y recomendaciones afirmamos que la herramienta de PNL tiene gran importancia en la alta gerencia para la generación de negocios, y esto porque como mencionamos previamente hay muchas formas de que una empresa genere negocios, sin embargo el alta gerencia que usualmente está conformada por varias personas y que está capacitada con esta herramienta va necesariamente a tener mejores oportunidades de cumplir sus metas, y esto generalmente en las empresas se refleja en crecer y tener éxito, tener una buenas ganancias y tener un buen rendimiento, y si esto se consigue mediante la

administración y la forma en que es manejada una corporación, es entonces que el alta gerencia es finalmente la responsable de esta labor, por tanto: es importante que las empresas en Quito capaciten a su personal con este instrumento que es fundamental y que por ende ayudará al resto del personal a desarrollarse en el ámbito laboral y en cumplimiento con las metas cotidianas de la empresa.

REFERENCIAS

- Alta Gerencia en nuevos negocios.* (2012). Obtenido de <http://welcomeusaservices.com/consultoria/alta-gerencia-en-inmigracion/>
- Ariza, P. (s.f.). *Herramientas imprescindibles para hacer un negocio por internet.* Recuperado el 14 de Marzo de 2013, de <http://pedroariza.com/herramientas-imprescindibles-para-hacerun-negocio-por-internet>
- Clasificación de tipos de tesis.* (s.f.). Obtenido de http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/Seminario_IEE_Tema_2.pdf
- Como hacer crecer un negocio.* (2012). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-crecer-un-negocio/>
- Definición de Gerencia.* (2013). Obtenido de <http://definicion.de/gerencia/>
- Diario El Hoy.* (5 de Julio de 2007). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-inec-revela-un-pais-de-desigualdades-271415.html>
- Juaretche. (2009). *Tips para generar nuevos negocios.*
- Multinivel vs pirámides.* (2012). Obtenido de <http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://proyecto4life.files.wordpress.com/2012/08/piramide.png%3Fw%3D595&imgrefurl=>
- Naranjo, D. M. (2008). *Entrenamiento mental y productividad.* Quito: DIEMERINO EDITORES.
- Palacios, G. (21 de Mayo de 2007). *¿Cómo generar nuevas ideas de negocio?* Obtenido de <http://www.mundoemprendedores.com/%C2%BFcomo-generar-nuevas-ideas-de-negocio.html>
- Ramirez, C. (2007). *Fundamentos de Administración.* Bogota: Ecoediciones Ltda.
- Ready, R. (2004). *Programación Neurolinguística para dummies.* Bogota: NORMA.
- Roldán, S. (s.f.). Obtenido de <http://es.wikihow.com/generar-nuevos-negocios>
- Servicio al Cliente. Definición.* (2013). Obtenido de <http://www.rivassanti.net/curso-ventas/servicio-al-cliente.php>
- Sharpe W, L. M. (26 de Mayo de 2001). *Como crear equipos en la alta gerencia.* Obtenido de <http://www.dinero.com/columnistas/edicion-impresa/articulo/como-crear-equipos-alta-gerencia/8652>
- Sotillo, R. (26 de Enero de 2012). *¿Qué es la PNL?* Obtenido de <http://www.capitalemocional.com/Pnl/pnl.htm>

Superintendencia de Compañías. (2013). Obtenido de http://www.supercias.gov.ec:8080/sector_sociedades/faces/parametros_consulta_cias_x_provincia_y_actividad.jsp

V Jornadas internacionales Mentoring & Coaching. (23 de Noviembre de 2010). Obtenido de http://innovacioneducativa.upm.es/jimcue_10/Libro_Actas.pdf#page=37