

Programación Neurolingüística

Por Ma. Elena Camarena Adame
Licenciada en Administración de Empresas y Maestra en Enseñanza Superior.
Catedrática de la FCA-UNAM.

La Programación Neurolingüística permite aprender técnicas de persuasión que pueden utilizarse tanto en el campo de la educación como de los negocios y para la Contaduría Pública.

Cuando escuchamos que la Programación Neurolingüística (PNL) es una herramienta de trabajo apoyada en una serie de técnicas destinadas a analizar, codificar y modificar conductas por medio del lenguaje –tanto verbal como gestual y corporal–, el término nos puede parecer complicado, especialmente si queremos aplicarlo a los procesos de negociación, sin embargo, ésta contribuye ampliamente al éxito y buen desarrollo del contador público, quien actualmente se perfila como un ejecutivo moderno que requiere lograr sus metas.

Sin embargo, cuando nos acercamos a la PNL y nos damos cuenta que su metodología es utilizada internacionalmente, podemos apreciar algunas de las estrategias que utiliza para convertirse en una herramienta poderosa que mejora la comunicación.

Susana Mafla, periodista y Directora de Press Production XXI, define a la PNL como la interacción que se produce entre la mente (neuro), el lenguaje (lingüístico) y cómo la relación entre estos dos factores afecta nuestro cuerpo y comportamiento (programación).

Richard Bandler y John Grinder son los iniciadores de la PNL, que estudiaron en personas exitosas la estructura de sus modelos mentales y las estrategias que utilizaban tanto en el campo laboral como en su vida diaria, con el fin de lograr lo que se proponían. Tomando esto como punto de partida, construyeron modelos y patrones de conducta que luego fueron mejorados, adaptados y aplicados en otras personas, con base en sus aspectos internos, trabajo que hasta entonces no se había hecho.

A partir de los trabajos de estos investigadores se creó la PNL, que en la actualidad tiene usos muy extendidos en el

campo de la educación y de los negocios. Muestra de ello son las técnicas de persuasión, herramienta que puede ser utilizada por el contador público en cualquier ámbito en el que se desarrolle.

La PNL es una herramienta que nos ayuda a reproducir la excelencia por medio de modelar los comportamientos y habilidades necesarios para lograr mejores negociaciones. Cuando identificamos los comportamientos que provocan resultados positivos y cuando modificamos los comportamientos poco efectivos o negativos, esto es, cuando negociamos, desarrollamos una comunicación que contribuye a crear una imagen corporativa con una visión de futuro exitoso.

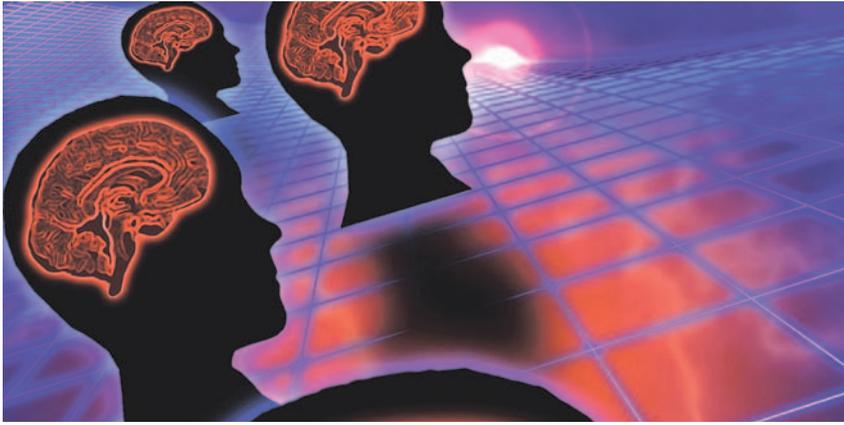
En este orden de ideas, la PNL puede ser utilizada en los procesos de negociación para obtener mejores resultados y, finalmente, describir la importancia del modelado de comportamientos y habilidades para lograr mejores negociaciones.

Con los ejercicios y estrategias de la PNL podemos descubrir el proceso del “cómo” en lo que hacemos, tanto nosotros como los demás, es decir, cómo podemos identificar nuestros patrones mentales y los que utilizan las personas exitosas y con esto ayudar a nuestros empleados a conseguirlo.

La PNL es un proceso que conlleva a un continuo crecimiento y aprendizaje organizacional y desarrolla en los ejecutivos habilidades que propician una comunicación eficaz. Actualmente, el contador público se desarrolla en un ambiente globalizado, mismo que le exige tener una formación integral para poder desenvolverse no sólo dentro de una firma, sino que le brinde la posibilidad de obtener puestos donde se tenga la posibilidad de tomar decisiones.

El punto de partida para establecer una relación entre la PNL y la negociación es el conocimiento de los patrones mentales, entre los que se encuentran:

Visual: piensas con imágenes. Representas las ideas, los recuerdos y la imaginación mediante imágenes mentales. Por ejemplo, la imagen de una taza de café o una cafetera.



Auditivo: piensas con sonidos. Los sonidos pueden ser voces o ruidos, por ejemplo, el gorgoteo del café en la cafetera.

Cinestésico: representas los pensamientos como sentimientos internos, emociones y sensaciones físicas. Por ejemplo, el recuerdo de una conversación grata con un amigo tomando café.

Una vez que hemos identificado nuestros patrones mentales podemos desarrollar estímulos para activar la mente creativa, ya que, como decía Rogers, “si cambia el enfoque o la percepción, entonces cambia el problema”.

El primer paso para activar la mente creativa consiste en conectarnos con el pensamiento creativo por medio de nuestros patrones mentales. Por ejemplo, te das cuenta que tu compañera de trabajo utiliza una estrategia de negociación que incluye:

- 1.- La creación de una imagen de lo que quiere (visual).
- 2.- Se pregunta acerca de la viabilidad de lo que desea lograr (auditiva).
- 3.- Adquiere un sentimiento de certidumbre acerca de lo que desea hacer (sentimientos, cinestésico).

Los patrones mentales nos permiten comprender cómo se comunican las personas y también la manera en que nuestros mensajes pueden impactar a los demás. La PNL estudia la experiencia humana subjetiva, analiza cómo organizamos la realidad que percibimos y filtramos por medio de los sentidos y es una técnica innovadora que enriquece a los ejecutivos, ya que con el apoyo de la PNL éstos pueden potencializar su creatividad y la capacidad para resolver conflictos, pues les ayuda a incrementar sus visiones de futuro. En este orden de ideas, podemos considerar a la PNL como una herramienta que nos permite desarrollar el pensamiento creativo al incluir la participación que tienen los procesos mentales en la forma de comunicarnos y sentir la vida.

Para saber más del tema:

Knight Sue, *La programación Neurolingüística en el Trabajo*. Editorial Sirio, Buenos Aires, 1995, Primera Edición, pp. 27-37.

Rodríguez Estrada Mauro, *El Pensamiento Creativo Integral*. McGraw-Hill, México, 1997, Primera Edición, pp. 83-86.

Sambrano Jazmín, *PNL para todos*. Alfaomega, México, 2000, Primera Edición, pp. 32-40.

PULSO UNIVERSITARIO

Por Carlos Gutiérrez A.

Contador por convicción

Estudiante de octavo semestre de la carrera de Contaduría en la UNAM, Ricardo Álvarez Rivera opina que la suya es una profesión noble y con características humanas, que busca dar soluciones concisas y eficaces a los problemas financieros, fiscales y administrativos que se presenten en las entidades, pero que se enfrenta hoy en día a un obstáculo: no se entiende a plenitud, ya que se cree que el contador sólo sabe contabilidad, cuando en realidad la formación es mucho más amplia.

“El desafío para los futuros contadores o los futuros alumnos de Contaduría Pública es trabajar en las vocaciones y resaltar lo interesante de esta carrera, que se conozca que los contadores públicos estamos inmersos en los negocios, que hablamos de fiscal, de auditoría, de la contraloría y de las finanzas”.

Ricardo es representante de su facultad ante el Comité de Integración de Contadores Universitarios (CICU) del Colegio de Contadores Públicos de México (CCPM). A su manera de ver, para enriquecer la carrera se debe desarrollar un gusto por conocer el mundo de los negocios, lo cual debe aprenderse por convicción y no por obligación. Asimismo, “hay que fortalecer la parte ética en el desempeño profesional y darnos así un panorama diferente de la actuación profesional y del mundo de los negocios”.

Miembro del Programa de Alumnos de Exigencia Académica (PAEA), Ricardo considera que las áreas financiera y fiscal son las más concurridas por los egresados, ya que son las que pueden llegar a ofrecer mayor éxito y desarrollo profesional. “Pero es importante observar que la auditoría es un área interesante para nosotros los jóvenes, ya que en esta área es donde comenzamos a obtener experiencia profesional”.

Finalmente, el candidato al Premio de la Juventud y uno de los tres mejores promedios en el año 2002 señala que las universidades deben darle al estudiantado una amplia visión basada en los conocimientos teóricos y las experiencias que transmiten los profesores, pues esto enriquece la formación estudiantil.