



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Examen Complexivo

Previa a la obtención de grado de

Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Título:

PNL COMO HERRAMIENTA PARA LA SOLUCION DE CONFLICTOS EN LA ORGANIZACION DE EVENTOS

Elaborada por:

Karen Natalie Taipe Veliz

Coordinador del Proceso de Titulación

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs

Guayaquil, 28 de Abril de 2015

Contenido

PNL COMO HERRAMIENTA PARA LA ORGANIZACION DE EVENTOS.	2
ABSTRACT.....	2
RESUMEN	2
INTRODUCCION.....	3
DESARROLLO.....	4
PERFIL DEL ORGANIZADOR DE EVENTOS	13
PNL COMO ESTRATEGIA PARA VENDER EVENTOS.....	14
DESARROLLO POTENCIAL CON PNL.....	14
GESTION GERENCIAL EN VENTAS.....	14
LA PNL Y SU PAPEL EN LA GESTION DE VENTAS Y MANEJO DE NIVELES DE ESTRES LABORAL	16
NEGOCIACION DEL VENDEDOR CON TECNICAS MODELO AIDA Y PNL .	17
PNL Y EL ESTRES LABORAL GENERADO POR LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	18
Tipos de Estrés:.....	19
CONCLUSION	22
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	23

PNL COMO HERRAMIENTA PARA LA ORGANIZACION DE EVENTOS.

Karen Natalie Taïpe Veliz

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas Bilingue

karen_1025natv@hotmail.com

ABSTRACT

In this paper the net profit obtained by applying the techniques of Neuro Linguistic Programming (NLP) as a tactic to improve the procedures of each organization is investigated. It is also potentiate targets sales management and control of levels of job stress in organizing events. These are the questions that arise in the presence of symptoms and trends that today's world requires by supply and demand which requires the events industry. Through this hypothesis is believed that the model of NLP can change attitude, flexibility of thought regarding non- operational concepts in sales and job stress. During the investigation he came to the conclusion that metaprogrammes and the seven steps to enable the organization based NLP create an inner change, which is decisive in the choice of fitness to improve performance and working atmosphere

KEY WORDS: NLP - Event planners - Sales Management - Occupational Stress

RESUMEN

En este documento se indaga los beneficios que se obtiene, al aplicar las técnicas de Programación Neuro Lingüística (PNL) como táctica para mejorar los procedimientos de cada organización. Es así como potencializar los objetivos en la gestión de ventas y el control de niveles de estrés laboral en la organización de eventos.

Son las interrogantes que se presentan, ante la presencia de síntomas y tendencias que el mundo actual requiere por la oferta y demanda que exige la industria de eventos. A través de esta hipótesis se cree que el modelo de PNL, puede modificar actitud, flexibilidad de pensamiento con respecto a conceptos no operativos en ventas y estrés laboral. Durante la investigación se llegó a la conclusión que los Meta programas y los siete pasos para activar la organización en base de (PNL) crean un cambio interno, que es determinante en la elección de aptitud para mejorar el desempeño y la atmosfera de trabajo.

PALABRAS CLAVES: PNL - Organización de eventos - Gestión de ventas – Estrés Laboral.

INTRODUCCION

La intención de esta investigación es analizar la importancia de La Programación Neuro Lingüística (PNL) como herramienta para la organización de eventos.

Desde que surgió la Programación Neuro Lingüística se conoce como un modelo de comunicación interpersonal está formado por una serie de técnicas y cuyo aprendizaje y táctica están enfocados en el desarrollo humano. Por tal motivo se llegó al dilema y al cuestionamiento de su aplicación como estrategia en la gestión de ventas para potencializar los objetivos y los beneficios que ofrece en el control y manejo de los niveles de estrés que genera la organización de eventos. Es por eso que el objetivo a demostrar es constatar que esta disciplina tiene su estrategia diseñada para obtener resultados que son el efecto de realizar modificaciones necesarias basadas en la transformación de creencias.

Es así como la motivación a la excelencia lograr sabiduría emocional, ética, dominio del pensamiento, visión, cultivar las fuentes de la sabiduría y acción; conocido como las siete prácticas de Inteligencia Espiritual con base en la PNL (Puche 2002).

Con estos paradigmas se logra incentivar a mejorar las destrezas de los integrantes de una organización.

DESARROLLO

Se conoce a la Programación Neuro Lingüística como modelo que muestra cómo se procesa la información que se percibe del exterior para transformarla en un resultado positivo. A esta labor se la conoce como procesos mentales que logra identificar que hace el cerebro internamente con las situaciones reales o imaginarias que se vive diariamente y como afectan nuestras acciones. Y el primer paso que se da para llegar a la flexibilidad de pensamiento es el “AUTOCONOCIMIENTO”. Es por eso que lograr identificar como piensan los demás, se aprende a mejorar la capacidad de comunicación con el entorno social. Es así como este descubrimiento a título personal se demuestra la magnífica creación que es el ser humano y sus enigmas. Asociando lo antes mencionado como en la década de los años 70, el investigador matemático Richard Bandler y el lingüista Jhon Grinder fusionan sus conocimientos y se da paso a la Programación Neuro Lingüística (PNL), que es una disciplina que estudia la comunicación entre las personas entendida como una forma de influencia y que esto produce un efecto que va más allá del mensaje en sí, si no de factores tales como los estados internos del emisor y el receptor. Se incluye estados de ánimo, creencias, valores de cada persona y la manera en que cada uno asimila, procesa la información que recibe. (Bossi I. 2001)

“La PNL es un conjunto de experiencias y herramientas que nos permiten modelar las estrategias mentales y modelos mentales de la personas para conseguir mejores resultados”. (PNLesfera)

“Es un modelo acerca de cómo trabaja nuestra mente, cómo en esto afecta el lenguaje y como usar este conocimiento para programarnos a nosotros mismos en el sentido de lograr que nuestra vida y las cosas que hacemos nos resulten fáciles y al mismo tiempo eficientes”. (Dilts R)

¿Cómo se percibe esa información en la mente? Diariamente nuestros sentidos reciben cientos de estímulos de manera consciente o inconsciente y es a través de los Canales sensoriales, estas son las vías por las cuales se dirigen hasta el cerebro. Todo ser humano está dotado de canales sensoriales y cada uno tiene un canal preferido en comparación con los demás. Cabe recalcar que es a través de este canal sensitivo el responsable de interpretar las ideas, recrear vivencias y imaginar situaciones. Y es donde se reciben los datos reales y los imaginarios o recuerdos, es la esencia de la forma de pensar de cada individuo. Existen tres canales sensoriales: Visual, Auditivo y Kinestésico.

Visual: Piensa con imágenes, ideas, recuerdos, imaginación = imágenes mentales.

Auditivo: Piensa con sonidos, recuerda o imagina voces, sonidos, ruidos

Kinestésico: Piensa con los sentimientos internos o sensaciones físicas, tacto, gusto, olfato.

Se encontró que los canales sensoriales están estrechamente conectados con los movimientos oculares y corporales que las personas utilizan.

A través de los movimientos oculares se puede conocer a que canal sensorial pertenecen y como generan su forma de pensar y esto se manifiesta en el estilo:

Ejemplos más comunes de expresiones

- No lo veo nada claro.
- Esto no me suena nada bien.
- Esto me huele mal.

En el siguiente gráfico se resume de manera práctica lo que se descubrió con el movimiento de los ojos y se le denominó: Accesos Visuales



ACCESOS VISUALES (Valledor D. J 2001)

Esto se realiza desde el punto del observador.

La visualización tiene un fuerte impacto en la memorización pero no menos importante son los matices sensoriales que acompañan una vivencia del pasado o experiencia, haciendo cambio gracias a las imágenes, sonidos bajos o sordos a las voces que están presentes en dicho recuerdo. En este punto de partida se logra alterar un recuerdo malo en bueno, Esto ayuda a la flexibilidad mental. Y a mejorar el manejo de las emociones definiendo a que se le prestara más atención de acuerdo a la situación. Existirán opciones disponibles. (Valledor D. J 2001)

Es común que alguien cambie de Idea o actitud con respecto a determinado hecho. Es a este cambio que se le conoce como Reprogramación, PNL investiga cómo se

realiza esta fase. Desde este momento es cuando empieza el procesamiento de información a través de Filtros o también conocidos técnicamente como Meta programas. Aquí es el momento en que se clasifica y selecciona la información que sirve o no para posteriormente interpretarla según los patrones mentales que tiene cada ser y a su vez favorece la particularidad de la persona como ser único.

Existe un filtro llamado Meta programa de Tratamiento de Información. Está relacionado con las creencias y su forma de ver al mundo. Hacia qué le presta mayor interés y atención en algún evento: Actividad, Persona, Lugar, Objeto y Tiempo.

El siguiente es Meta programa de Comportamiento. En este filtro se identifica los distintos comportamientos de acuerdo a la situación que está enfrentando la persona.

Asociado:	Emocionales; dentro del cuerpo	Disociado:	Frías o distantes; fuera del cuerpo
Acercamiento:	Busca a pensar en lo que uno quiere	Distanciamiento:	Evita pensar en lo que uno quiere
Similitud:	Similitudes	Desigualdad:	Diferencias
Expansión:	Se forma una imagen concreta	Concretización:	Se forma una a partir de los detalles
Pasado	Presente	Futuro	En qué tiempo se piensa mas
Interno:	Sentimientos, voces, imágenes internas; independiente de factores internos	Externos:	Medidas objetivas de éxito; indicadores o estadísticas; fuentes externas

En este cuadro se encuentra el resumen de los Procesos mentales y las características de cada patrón de comportamiento. En respuesta tal como se procese, es como se piensa. Con el análisis de estos filtros se entiende que es importante conocer los propios patrones mentales y crear sensibilidad y flexibilidad de pensamiento. Para

después comenzar a observar al mundo desde una perspectiva diferente. Con este análisis interno podemos adoptar puentes de comunicación y destacar un mejor entendimiento entre una o varias personas. (Valledor D. J 2001)

Los mensajes tiene influencia significativa en los demás, en esta parte de la investigación se comprendió que es importante lo que se dice pero es aún más notable; es La forma en cómo se dice. Es significativo crear un ambiente de confianza y entendimiento, si es necesario hablar en el mismo idioma o los mismos términos, esto no es manipulación, al contrario es adquisición de experiencias y conocimientos. Se encontró como dato valioso que es muy importante “el lenguaje corporal” para crear un clima confortable, se descubrió algo irónico que solo una pequeña proporción de la

Comunicación se realiza a través del lenguaje verbal: sólo el 7%. Con relación al tono y al ritmo de lo que se dice: 38% y con respecto al Lenguaje corporal un 55%. Se identifican con los gestos, movimientos y expresiones. (Valledor D. J 2001)

El lenguaje verbal es el componente esencial de la comunicación es una fuente de poder, cada frase que se dice tiene un impacto en la persona más allá de las palabras empleadas y la forma como se la expresa influye en la interpretación. Un ejemplo de esto y fue escrito en la Santa Biblia, es evidencia de la energía que se expresa en las palabras dichas.

Ninguna palabra corrompida salga de vuestra boca, sino la que sea buena para la necesaria edificación, a fin de dar gracia a los oyentes. (Efesios 4:29)

Por esto existe una diferencia entre lo que se dice y lo que se interpreta a partir de lo que se dice.

Y también es cierto que no todo lo que se dice influye porque existen las Trampas del Lenguaje que es el inicio a malos entendidos y problemas por la imprecisión de las frases emitidas. Existen tres patrones claves con sus variantes:

Omisión: No definir el significado de algo dicho, conduce a malos entendidos.

Comparaciones: Cuando no indica medida de referencia pierde todo sentido.

Abstracciones: Los términos abstractos no dan a entender acción, al contrario da Idea de algo estático.

Opiniones de hecho: Se omite señalar que lo que se dice se trata de una opinión, queda expresado como si fuera un hecho.

Generalización: Ocurre cuando a partir de una vivencia específica construimos una verdad aplicable en todos los contextos.

Afirmaciones universales: Claro ejemplo de una experiencia particular que el hablante generaliza como verdad en todas las circunstancias.

Frenos y limitadores: “No puedo” con esa respuesta anulamos la capacidad de acción. Y son barreras internas que impiden actuar

Controladores: Debería, Tengo que y Debo. Denota sensación de obligación Sugiere que los objetivos no pertenecen al hablante

Distorsiones: Surge cuando establecen asociaciones erróneas entre componentes de alguna vivencia y la utilizamos como regla.

Acusación: Hablante de su mala fortuna al entorno y por eso renuncia a su poder y lo coloca fuera de su “Círculo de influencia”.

Interpretación: Significa relacionar dos aseveraciones porque sean sinónimos implica suponer relación entre ambas en muchos casos erróneas.

Las metáforas influyen todos los días en la forma que nuestra forma de hablar y pensar e influyen en el mensaje que se puede sobreentender, por eso la costumbre de no explicarla, ya que perdería todo su atractivo. (Valledor D. J 2001)

Comunicación no verbal, con el cuerpo transmitimos los mensaje a través de la postura, expresiones, movimientos corporales incluso hasta la respiración.

RAPPORT: Es la habilidad que implica compenetrarse con la otra persona y conectarse con sus creencias y sentimientos.

Es el lenguaje corporal la clave que abre oportunidades para acceder a la compenetración, esto sucede cuando dos personal al compenetrarse adoptan un lenguaje corporal similar. Este es un ejemplo de como el RAPPORT (es esencial para comunicar e influir) y la técnica del espejo. (Valledor D. J 2001)

La técnica del espejo: Sincroniza lenguaje corporal con valores, estilo, estados y los sentimientos de la persona. “Amoldarse – sintonizarse – concluir” así podremos situar a la persona donde la queremos. (Valledor D. J 2001)

¿Qué es un evento?

Se denomina a la reunión de personas con el fin de celebrar en una fecha y lugar determinado. También es conocido como “Acontecimiento”. Es descrito como “Suceso importante y programado” de índole social, académico, artístico o deportivo. También están los sucesos de carácter religioso, cultural, empresarial, lúdico, protocolar y científico. (Internet Society S.f.)

Es un acontecimiento organizado con anticipación al que se invita un número específico de personas y que se realiza en un lugar con una finalidad determinada de antemano. (Anzilutti B. S,f,)

La definición de eventos desde el punto de vista empresarial “es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto, servicio o una determinada marca (Sierra, C. 2009)

¿Qué es organización de eventos?

Es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas y convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. (Anzilutti B. S,f,)

Tareas que se realizan aparte de la organización de eventos:

- Presupuestación
- Armado de cronogramas
- La selección y reserva del espacio en el que se desarrolla el encuentro de tramitación de permisos y autorizaciones
- Supervisión de los servicios de transporte
- Servicios gastronómicos
- Coordinación con la Logística integral.

La historia de cómo apareció la organización de eventos se remonta en Tyre la ciudad fenicia del mediterráneo en donde existió la necesidad de conectarse entre

individuos, unir la oferta y a demanda y crear un bienestar social. Siguiendo en el tiempo llegamos a 1851 con la Primera Expo Universal, llamada Expo Cristal Palace fue el primer evento en la era moderna, se dio a raíz de la Revolución Industrial con éste hecho, significativo, se transformó el mapa político europeo. Fue entonces que Inglaterra decide mostrar al mundo su potencial comercial y conquistar nuevos mercados esto sucedió bajo el mando del Príncipe Alberto. Dos años después los mismos expositores entusiasmados por los resultados de la primera en Londres, organizan una segunda Expo Universal en 1853 en la Ciudad de Nueva York. Después en 1889 se realizó la Tercera Expo Universal llamada Torre Eiffel en Francia diseñada por Gustav Eiffel, El gran valor de la Torre es su representación simbólica, pues representa a Paris y Francia. Se caracteriza no por su decoración, de escaso valor, sino por su gran obra de ingeniería. La cuarta Expo Universal fue realizada en Viena y la más grande las anteriores. (Anzilutti B S,f.)

Es así como la historia de la organización de eventos desde hace 150 años atrás de experiencias a través de los tiempos la misma ha sufrido cambios de exigencia y mejoras en su campo de acción hasta ahora.

Claves principales para organizar un evento.

1. Para realizar un evento siempre debe de existir unarazón de peso para llevarla acabo
2. Debe existir un concepto adecuado que envuelva el evento.
3. Para lograr una imagen de singularidad se debe tener una mentalidad de anfitrión de primera clase.
4. Invitados si pero personas ante todo

5. Un espacio en común.

PERFIL DEL ORGANIZADOR DE EVENTOS

- a. Natural manejo de las Relaciones públicas
- b. Virtudes como autoridad, paciencia disciplina y pasión
- c. A la vez minucioso, manteniendo el autodomínio y apego al presupuesto
- d. Conocimiento de conducción de grupo
- e. Capacidad de interpretar directivas
- f. Capacidad de liderar, delegar tareas y trabajar en equipo
- g. Observación sistemática y desagregada del entorno y el contexto
- h. Actitud proactiva y creatividad
- i. Habilidades comunicacionales, empáticas y negociadoras
- j. Conocedor de métodos científicos de planificación
- k. Debe investigar para obtener información
- l. Experiencia en el segmento en el que actúa. (Debe disponer del grupo de proveedores externos; oferta de servicios de calidad, confiables y con precios justos)

Todo esto surge de la necesidad de fallar en ningún punto del evento es por eso que aparecen los organizadores de eventos

PNL COMO ESTRATEGIA PARA VENDER EVENTOS.

DESARROLLO POTENCIAL CON PNL

La PNL es un modelo potenciador ser con gran utilidad para modificar conceptos no operativos del ser y sus creencias, es una manera de enfocar el aprendizaje humano a través de la neurología del sistema nervioso y los sentidos. (Valledor D. J 2001)

La PNL es una actitud que nos motiva a pensar “VOY A LOGRALO”.

GESTION GERENCIAL EN VENTAS.

En este proceso se formula, ejecuta y evalúa las actividades que hacen posible alcanzar los objetivos planteados, para diagnosticar con la exploración de datos recolectados sobre las necesidades, expectativas y deseos del cliente. (Rincón Q. Y & Caridad M, 2014)

Stanton, Etzel, y Walker (2004), señala una secuencia lógica de cuatro pasos que el vendedor realiza con un comprador potencial. Donde el objetivo es producir una reacción en este caso La Compra.

1. Prospección: Búsqueda de clientes en perspectiva
 - 1.1. Identificación del cliente en perspectiva
 - 1.2. Calificación a los candidatos en función a su potencial de compra,
 - 1.3. Elaborar una lista de clientes en perspectiva
2. Acercamiento previo: Luego de elaborar la lista de clientes en perspectiva, significa la obtención de información más detallada del cliente y la preparación de la presentación de ventas.

- 2.1 Investigación particular de cada cliente en perspectiva
- 2.2 Preparación de la presentación enfocada en el posible cliente
- 2.3 Obtención de la cita o planificación de la visita en frío
3. Presentación del mensaje de venta: Hoy se promueve una participación activa del cliente, se da a conocer las características del producto o servicio, las ventajas, beneficios que tiene el cliente, se toma en cuenta las objeciones del cliente como interés por el producto.(Rincón Q. Y et al 2014)
4. Servicio de post venta: Este servicio asegura la satisfacción e incluso la complacencia del cliente es aquí donde la empresa puede lograr lealtad hacia la marca u organización.. (Rincón Q. Y et al 2014)

El servicio de post venta puede incluir algunas de las actividades siguientes:

- Verificar que se cumpla tiempos y condiciones de envío
- Verificar de entrega correcta
- Instalación
- Asesoramiento para su uso apropiado
- Garantíasencaso de falla
- Servicio y soporte técnico
- Posibilidad de cambio
- Descuentos especiales para comprar futuras

LA PNL Y SU PAPEL EN LA GESTION DE VENTAS Y MANEJO DE NIVELES DE ESTRES LABORAL

Como se expone a lo largo de esta infestación en síntesis la Programación Neuro Lingüística juega un papel relevante como instrumento para modificar los procesos internos de una persona. PNL es un manual que incentiva a realizar un desafío personal profundo con la finalidad de crear nuevos y mejores seres, capaces de retomar la vida y los retos que se atravesase con una mentalidad abierta a resolver los obstáculos con soluciones positivas. Pues este concepto también es aplicado en las organizaciones. Así mismo ayuda a tener una actitud mental positiva a realizar actividades sin tensiones mejorando capacidades y destrezas eliminando el estrés laboral.(Torres, L. & Díaz, J. & Gamboa, L. S, f,)

La inestabilidad emocional, el estrés, depresión y autoestima baja son estados emocionales que se puede cambiar y superar con la implementación de las Técnicas mencionadas (PNL). Y sí a esta modalidad se suma cualquiera de estos factores motivantes: incentivos, recompensas, beneficios, crecimiento, reconocimiento y desarrollo profesional. Sería la receta perfecta. En compensación al esfuerzo que el colaborador realice al efectuar su función en busca del alcance de objetivos trazados por la organización.

Es así como Robert Dilts menciona que en el modelo PNL existe jerarquía de niveles para introducir cambios. Se expone que “Sí se realiza cambios en niveles superiores se afecta a todos los niveles que se encuentren debajo de la misma”. (Valledor J, 2001)

Entonces el cambio a nivel laboral debe empezar desde la Gerencia que se convierte en la antorcha que difunde satisfacción a colaboradores, patrocinadores y clientes en el desarrollo social. El gerente es un elemento fundamental que está en

constante crecimiento personal, profesional y de esta forma enriquece su proceso de liderazgo para direccionar al equipo de trabajo. (Torres, L et al)

Le corresponde ser un profesional con visión holística, que tenga la capacidad de congruencia entre la gerencia de vanguardia y su aplicación práctica, orientada al mejoramiento de la calidad humana, laboral, comunicacional, espiritual y productiva en las organizaciones, Mientras se establezca la herramienta que ofrece PNL se considera que los resultados esperados serán satisfactorios y se creara un circulo virtuoso dentro de la empresa. (Torres, L et al)

NEGOCIACION DEL VENDEDOR CON TECNICAS MODELO AIDA Y PNL

Un vendedor profesional está preparado con conocimiento, habilidades y actitudes. Es responsabilidad de realizar el proceso de gestionar ventas para producir el efecto deseado en el cliente. Sabe cómo debe expresarse utilizando las palabras (Y, como, así, además, desde, y mientras) y cuales no deben ser utilizadas (Pero, aún, sin embargo, a pesar, aun así, por otra parte y ya que) se debe evitar decir “NO”. (Fernández, J. 2008)

El modelo A.I.D.A. (Paul Félix Lazarfelt, 1896). Consiste en llamar la ATENCION del cliente a través del lenguaje corporal, despertar INTERES sostenido con mayor intensidad, para proceder al DESEO y crear sensación de ansiedad que produce una ACCION que define con claridad la reacción esperada. (Zambrano, O 2011)

Antes de presentarse debe aclarar el objetivo y posterior a eso, está comprometido en crear un clima de confianza y entendimiento para poder captar los objetivos del cliente en perspectiva, que es la prioridad es el momento de poner en

práctica el escucha receptiva, es fundamental guardar silencio y dejar hablar para obtener información que después sirve para realizar preguntas abiertas que provocan flexibilidad y buscan solución creativa, es preferible evitar preguntas de si o no, la retro formulación permite verificar que el mensaje ha sido comprendido a través del lenguaje sensorial utilizando las palabras del cliente, son útiles las preguntas de puntualización para clarificar situaciones y obtener información de calidad. (Valledor D. J, 2001)

Una vez procesado la información se debe construir un marco común para crear el enlace de ambos objetivos y hacer una propuesta de no ser aceptada se hace una nueva reformulación para culminar conun acuerdo.

Bryan Tracy dijo “Lo que el vendedor proyecta en los treinta primeros segundos de la entrevista, provoca que el cliente resuelva si haránegocios con él o no”.

Este procedimiento se resume en tres pasos: Examina, Diagnostica y Receta. Igual que un médico.

PNL Y EL ESTRES LABORAL GENERADO POR LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

El propio Hans Selye definió el Estrés como "la respuesta no específica del organismo a cualquier demanda del exterior". En 1930 conocida como el “Síndrome de estar Enfermo”.

“El estrés es undesequilibrio sustancial (percibido) entre la demanda y la capacidad de respuesta (del individuo) bajo condiciones en las que el fracaso ante esta demanda posee importantes consecuencias”. (Gómez M, 2001)

Según Gómez se descubrió que la mayoría de los accidentes laborales son provocados por prácticas inseguras, una vez más y como se habla de este tema los

“Canales de Comunicación” juegan un papel importante en la prevención de accidentes producto del estrés. Es así como empieza a contribuir la PNL como factor influyente en la Prevención de Riesgos o Accidentes en el trabajo.

En otros países por ejemplo España se conoce el efecto y los resultados que se tiene al usar las herramientas de PNL y por eso se considera como Técnica Operativa de Seguridad adecuada sobre el Factor Humano en las siguientes áreas:

Selección de personal: Ubicación del personal de acuerdo a las características de la persona. .

Formación: Mediante el “Sistema de Aprendizaje adecuado y dinámico”

Adiestramiento: Enseñanza y desarrollo de los propios recursos, habilidades, destrezas, conocimiento para un óptimo desempeño de trabajo.

Propaganda: A través del uso del lenguaje se espera un cambio conducta

Acción de grupo: Técnicas psicológicas endinámicas de grupo. Utilizando Rapptor.

Incentivos y Disciplina: Aplicación de “Meta modelos” o “Metalenguaje”, Técnica de aumento de la motivación para evitar accidentes laborales.

Se conoce que el aumento de estrés laboral puede buscar salidas de escape como “Adicciones en el trabajo” sensación “Aislamiento”.

Tipos de Estrés:

- Mobbing: Violencia psicológica
- Síndrome de Bournout: Síndrome del Quemado
- Síndrome de Karhosl: Muerte súbita

No es suficiente con Técnicas de Prevención en casos extremos se acude a las Técnicas de intervención con PNL.:

1. **Intervención sobre el individuo**

- Técnica de intervención general:
- Técnica de Intervención Cognitiva:
- Técnica de Intervención Fisiológica:
- Técnica de Intervención Conductual

2. **Intervención sobre la Organización**

- Elección
- Congruencia
- Desafío

Exposición de Caso:

“Cabe resaltar que los colaboradores de Interagua, debido a la actividad laboral que realizan mantiene turnos rotativos, esto permite que en muchas ocasiones existan dobles guardias, que equivale a un exceso de horas de trabajos sin descansar y tomar sus 8 horas de descanso para realizar una adecuada labor, y con riesgos a que existan accidentes de trabajo” (Posada, R. 2014)

El estrés laboral que influyen en el Personal a Nivel Operativo que ocupa los cargos de obreros, lectores, capataz, chofer, soldador, verificador, cadenero, vulcanizador, tolderos, mecánicos, soldadores entre otros, etc. en distintos niveles:

A nivel laboral: Existe un clima hostil, disconformidad con las metas laborales, escasas de oportunidades de ascenso, inestabilidad laboral, dificultad de adaptación al entorno, capacitación mínima, carencia en horas de descanso, limitadas condiciones de descanso, trabajo a presión, exceso en la rotación de turnos, no hay nivelación de sueldos entre colaboradores del mismo cargo. "Se produce estrés, depresión y deseos de abandonar el puesto de trabajo cuando esta situación se mantiene en el tiempo en forma crónica".(Posada, R. 2014)

A nivel afectivo: Único miembro de familia que genera ingresos económicos, familia extensiva, elevada tasa de desempleo, vivienda en condiciones óptimas, Infidelidad (decisión de tener una relación sin exigencias monetarias), conflictos familiares (poca atención familia, falta de presencia paternal ante los hijos), como resultado violencia intrafamiliar. (Posada, R. 2014)

A nivel de conducta: presencia de colaboradores que se aíslan, irritabilidad en el trabajo y con la familia, ansiedad, insomnio, fumar, comer en exceso, intranquilidad.(Posada, R. 2014)

A nivel cognitivo: presencia de colaboradores con preocupaciones, inseguridad, falta de decisión, dificultad para concentrarse en la actividad que desempeñan. (Posada, R. 2014)

A nivel fisiológico: Sudoración, elevación de la presión arterial, molestias digestivas, dolores de cabeza frecuentes, mareos, náuseas en la mayoría de los casos por los malos hábitos alimenticios.(Posada, R. 2014)

CONCLUSION

Durante la investigación acerca del gran aporte que ofrece la Programación Neurolingüística en el área Laboral y Social. PNL ha demostrado que genera cambios positivos en cada una de los procedimientos donde se ha puesto a prueba y en cada uno de estas prácticas la base es la misma y lo sorprendente son los resultados que son similares y con mayor productividad. Es reconfortante saber que existen organizaciones que ven a los empleados no como cifra sino como Factor Humano valioso e importante dentro de la misma. En la actualidad se reconoce que el ser humano es único dotado de recursos propios que pueden ser incentivados para su desarrollo.

El resultado de la indagación presenta un ejemplo de los tantos casos que se vive en el Ecuador país una historia que se repite continuamente, son mínimas las empresas que aplican la herramienta PNL como factor innovador de trabajo en los manuales de Recursos Humanos, hasta ahora se conoce que existen empresas que continúan con el método tradicional. Donde el papel del ser humano es considerado como un objeto o maquinaria de la organización es donde apenas si han modificado sus procesos, por exigencia del gobierno solo en cierto aspecto hasta ahora. Aún queda mucho recorrer.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anzilutti B. Que es un evento, Historia y Clasificación. (S, f.). Recuperado de:
<http://www.ineventos.com/pa/blog/que-es-un-evento.aspx>
- El Universo. El estrés laboral puede causar daños psicológicos y físicos en el trabajador. (2011, Mayo, 10) Recuperado de:
<http://www.eluniverso.com/2011/05/10/1/1384/estres-laboral-puede-causar-danos-psicologicos-fisicos-trabajador.html>
- Ferreira G, Manual manejo del estrés Recuperado de:
<http://www.unc.edu.ar/gestion/spgi/rrhh/programas/capacitacion/modalidad-presencial-1/cursos-talleres-seminarios/manejo-del-estres-para-directivos/bibliografia/manual-manejo-del-estres.-para-directivos-rrhh.pdf>
- Gómez M. PNL(Programación Neurolingüística) y estrés laboral. Técnicas de intervención en la prevención de riesgos laborales. (2001 CIOPA) Recuperado de: <http://www.psicologia-online.com/ciopa2001/actividades/62/>
- IAFI. Concepto de PNL. Recuperado de; <http://www.iafi.com.ar/que-es-pnl/>
- Internet Society. Financiación de eventos. Recuperado de: <https://isoc.org/wp/chapter-events/primer-es/>
- PNLEsfera. Concepto de PNL. Recuperado de:
<http://www.pnlesfera.com/material/PreguntasPNLEsfera.pdf>
- Rincón Q. Y & Caridad M. PNL... Una estrategia para la gestión de organizaciones de excelencia (2014, Mayo, 9) Recuperado de:
http://www.academia.edu/8504331/PNL..._Un_Estrategia_para_la_Gestion_de_Organizaciones_de_Excelencia
- Torres, L. &Díaz, J. & Gamboa, L. Programación neurolingüística: eje transversal de comunicación en el individuo para la gestión de ventas. Recuperado de:
<http://www.urbe.edu/publicaciones/marketing-visionario/historial/vol1-1/1-la-programacion-neurolinguistica.pdf>

Valledor D. J. .Cómo usar la PNL para ser más efectivo en su trabajo.(2001 – Octubre)
Recuperado de: <http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2001/Valledor-MADE.pdf>

Posada R, R. Propuesta para la promoción de la satisfacción laboral de los trabajadores de los niveles 6 y 7 de la Pirámide Organizacional de Interagua. (2014)
Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1737/1/T-UCSG-PRE-JUR-TSO-14.pdf>

Zambrano, O .El Vendedor, el Proceso y las Técnicas: MODELO AIDA (2011).Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/tecnica-de-ventas-aida-atencion-interes-deseo-accion/>

Fernandez, J. Ventas mágicas con las técnicas de PNL (2008) Recuperado de: <http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/ventas-con-pnl>