

3.1 Estrategias para el establecimiento de metas



La Programación Neurolingüística tiene mucho que ver con el aprovechamiento de ambos lados del cerebro con el fin de formarse claros objetivos que tendrán la mejor posibilidad de éxito.

Al momento de planificar pregúntese así mismo:

Primero: ¿Son específicos sus objetivos? Se debe ser preciso respecto de lo que se quiere o pretende alcanzar.

Segundo: ¿Están sus objetivos dentro de su control personal? Debe verificarse que cada objetivo se encuentra razonablemente dentro de su control personal.

Tercero: ¿Tiene lo que hace falta para realizar sus objetivos? Proceda a verificar el contar con los recursos que necesite utilizar para alcanzar los objetivos.

Cuarto: ¿Cómo sabrá cuándo ha alcanzado sus objetivos? No sólo se debe ser específico en cuanto a los objetivos a alcanzar, sino también ser capaz de medir de alguna manera los logros alcanzados.

Quinto: ¿Están sus objetivos expresados positivamente? Esto implica pensar acerca de lo que usted quiere en vez de en lo que no quiere. En algunos aspectos nuestro cerebro es obtuso. Cuando se le ordena "No desperdicies material", sólo parece oír "desperdices". La meta debería fijarse en forma tal como "Debe aprovecharse el 98% del material", entonces el cerebro se concentra en el "aprovechamiento".

Sexto: ¿Están sus objetivos en el nivel adecuado? ¿Es su meta lo bastante importante, o demasiado grande en vista de los recursos con los que se cuenta? Si es demasiado grande, pregúntese: ¿Qué me está impidiendo alcanzar esto?

Séptimo: ¿Qué más se podría ver afectado? Siempre es necesario pensar en que efectos tendrá en el resto del sistema el logro de determinados objetivos. De tal forma se busca no sólo armonizar objetivos, sino además evitar efectos adversos.

3.1.1 La motivación personal

Uno de los grandes obstáculos que encontramos en el camino hacia una vida mejor es la falta de motivación. A menudo sabemos lo que debemos hacer para lograr nuestro objetivo sin embargo vacilamos, algo nos aparta del rumbo o simplemente no nos dan ganas de hacer lo que se requiere.

Crear motivación personal no es tan difícil como puede parecer al principio. A continuación, le ofrecemos algunos secretos prácticos para que logre motivarse diariamente:

- **Relacionar el sufrimiento futuro por tu falta de acción en el presente.**

Por ejemplo, si no quieres levantarte para ir a trabajar pues relaciona esto con las consecuencias: perderás el trabajo, tu salario, la posibilidad de comprar las cosas que te gustan, etc., entonces vas a ver que pensar en los efectos negativos de tu inacción hará que te levantes y comiences tu día con ganas.



- **Observar en tu mente los premios a tu esfuerzo.**

Proyectar en tu cerebro aquellas recompensas a tu empeño y dedicación es una de las técnicas más efectivas para adquirir motivación inmediata. Imagina el día en el que después de tanto trabajo finalmente recibes ese diploma de graduación o después de tanto sudor llegas a comprarte ese carro o esa casa que tanto deseas, son estos pensamientos positivos los que van a determinar tus logros.

- **Mantener tu cuerpo en un buen estado físico.**

Sin energía no puedes tener motivación diaria. Si tu cuerpo está enfermo o desgastado es más difícil adquirir motivación. Tómate una tacita de café, pero tampoco abuses; haz ejercicio, camina cuanto puedas; duerme bien; no consumas mucha azúcar, los alimentos con azúcar matan la energía; practica respiración; escucha música alegre; sonríe.

- **Concéntrate en la meta mayor y prioriza.**

Quizás para llegar a la meta mayor debes realizar muchas tareas aburridas o fastidiosas (metas pequeñas y tediosas), pero si te concentras en el meta mayor, pronto te llegará la motivación.

Resuelve tus problemas personales.

Si estás contento estarás más motivado, pero si andas deprimido no podrás motivarte. Resuelve tus sentimientos negativos. Practica el perdón; pide disculpas, controla tu ira. Anímate, esfuérzate por apartar de tu vida la tristeza y la depresión.

-Empieza, pero empieza ya.

Aunque sea de a poquito. Da un paso y luego otro. Acaso no te ha pasado que a veces no tienes ganas de hacer nada, pero entonces empiezas a hacer algo, empiezas a moverte y muy pronto estás haciendo más y más. Levántate, muévete, comienza por las tareas menores y así poco a poco te sentirás motivado para seguir con las metas más grandes.

3.1.2 Las creencias.

Ser positivo o negativo, optimista o pesimista, muestra una actitud. Hace tiempo que se ha demostrado que un vendedor optimista supera a uno pesimista de experiencia y entrenamiento similares. (Lefcovich, M. 2006).

Así pues, un cambio de actitud, sin un cambio aparente en las habilidades o el comportamiento, puede mejorar de manera cuántica su actuación.



La investigación con los optimistas y los pesimistas también indica que el abismo en rendimiento aumenta con el tiempo. Una venta de un 20 por 100 por parte del optimista se convierte en el 50 por 100 al año siguiente.



En otras palabras, la ley de la productividad decreciente se invirtió, y una actitud positiva dio como resultado una espiral ascendente de éxito. Mientras tanto, aquellos que esperaban resultados pobres, los pesimistas, experimentaron una espiral descendente. El modo en que pensamos es tan factible que se vuelve tan habitual como el modo en que actuamos.

Las actitudes que nos dirigen como individuos y culturas son sólo hábitos de pensamiento que se pueden cambiar con conciencia y el tipo adecuado de

práctica mental.

Pensemos en la importancia fundamental que lo desarrollado anteriormente tiene no sólo en materia de ventas, sino también en temas como reducir los tiempos de preparación de herramientas, los niveles de calidad y productividad, la reducción de costos.

La mente pesimista negará la posibilidad de mejora, en tanto que la optimista estará dispuesta a cualquier desafío y pondrá su mejor esfuerzo para el logro de tales objetivos.

A un nivel más profundo de pensamiento todos nosotros tenemos nuestras propias creencias y valores. Son mucho más permanentes que las sensaciones efímeras, incluso que las actitudes. Las creencias que afectan lo que usted consigue en su mayor parte se ocupan de lo que cree de sí mismo, o cómo se "ve" a sí mismo: su autoimagen, si lo prefiere.

Las creencias pueden ser tanto individuales como colectivas, de tal forma tenemos la autoimagen tanto del vendedor o el director, como de la empresa.

Una empresa que se percibe así misma como productora de bienes y servicios de baja calidad, terminará no sólo dando muestra de ellos hacia el exterior, sino además generándolas.

La Programación Neurolingüística ofrece técnicas para cambiar los sistemas de creencias, incluyendo la autoimagen, enfoca las creencias de una manera radical. Usted puede, sencillamente, crear creencias, y desechar otras antiguas. Somos muy capaces de cambiar nuestras creencias, y ello quizá tenga lugar después de un cambio de entorno, circunstancias o logros reales.

El primer paso para cambiar las creencias acerca de usted mismo, es identificar su autoimagen.

3.1.3 El aprendizaje lógico y la creatividad

Conocer nuestras operaciones o procesos mentales (conocer el qué), implica conocer las estrategias de enseñanza: qué son, como son, por qué se deben utilizar en las distintas circunstancias, para qué sirven, etc.

Hay que saber utilizar estrategias para mejorar esas operaciones y procesos. Es decir, el profesor ha de observar y comprobar la eficacia de las estrategias elegidas. Por esto, el profesor también se debe dar cuenta si enseña bien y qué estrategias debe usar para remediar la situación.

Corresponde a la profesora o profesor enseñar al alumno(a) a aprender de modo metacognitivo. Esto implica:

1. Desarrollar la metamemoria. Es un error creer que la memoria es como una entidad que solo se usa para almacenar datos. La metamemoria hace referencia al conocimiento que tenemos de nuestra propia memoria (sus recursos, limitaciones, operatividad, etc).



Significa que el alumno(a) tiene que aprender a discernir: cuándo ha de memorizar información; hasta donde puede fiarse de su memoria; que hay datos más difíciles de recordar que otros; qué estrategias facilitan la memorización (resúmenes, esquemas, mapas conceptuales, notas, síntesis, etc).

Existe un aprendizaje memorístico o repetitivo en el cual la alumna o el alumno no tiene intención de asociar el nuevo conocimiento con la estructura de conceptos que ya posee en su estructura cognoscitiva.

En el aprendizaje significativo, por el contrario, la nueva información se incorpora de forma sustantiva y no arbitraria. Hay una intencionalidad de relacionar las nuevas adquisiciones en la estructura cognoscitiva (Novak, Ausubel 1989).

2. Usar estrategias de la memoria. Algunas estrategias mnemotécnicas más usuales que ayudan son:

- Repetición de un elemento único o simple.
- Repaso sumativo (repetir elementos conocidos con otros no conocidos).
- Organizar en categorías.
- Organización jerárquica (emplear el esfuerzo según las prioridades).
- Distribución del esfuerzo (dedicar mayor esfuerzo a lo más difícil).
- Relacionar concepto-imagen.
- Elaborar una historia donde se introducen los datos a memorizar.
- Método de palabras clave.
- Método L2SER2 (lectura rápida - lectura atenta – subrayar ideas principales – esquematizar las ideas subrayadas – repetir mentalmente estas ideas – repasarlas en momentos y días distintos).

3. La memorización eficaz. Depende del nivel de comprensión de las materias y de las relaciones (redes semánticas) que los alumnos(a) establecen entre lo que estudian y sus conocimientos personales.

- La suposición que la comprensión es una habilidad que se desarrolla sin necesidad de enseñarla constituye un serio error.
- La base para procesar la información consiste en relacionarla con los conocimientos que ya tenemos.
- En la comprensión hay siempre un matiz personal. Comprender sería integrar la información nueva en los propios conocimientos. En la medida que la alumna o el alumno puede explicar algo con sus propias palabras, ejemplos y argumentos personales, está demostrando que lo ha comprendido.
- Existen 3 niveles de comprensión: literal, interpretativo y aplicado.
- Los alumnos estudian según pregunta el profesor. Si se les exige respuestas a nivel interpretativo o aplicado, trataran de estudiar razonando y entendiendo.

- Un alumno ha entendido si sabe realizar alguna de estas operaciones:
 - ✓ Explicar la idea con sus propias palabras
 - ✓ Buscar ejemplos distintos que la confirmen
 - ✓ Reconocerla en circunstancias distintas
 - ✓ Ver relaciones entre esas y otras ideas o hechos conocidos
 - ✓ Sacar deducciones personales

4. La metaignorancia es un problema real no siempre percibido. El sujeto puede no entender y además no darse cuenta que no entiende. Esta falta de habilidad bloquea la capacidad de comprensión. Los estudiantes con estrategias eficaces de aprendizaje y desarrollo de la metacomprensión deben percibir cuándo no entienden y esto les sirve para seguir intentando y así aprender a aprender.

5. Aprender a fijar la atención es algo fundamental para la lectura, el estudio y, en definitiva, el aprendizaje. Raramente se enseña esto en la escuela: probablemente hemos aprendido esto por nuestra cuenta. Existen muchas anomalías que resumimos diciendo que hay “falta de atención” o bien, “dispersión de atención”. En el caso de muchos sujetos, puede ser falta de hábitos intelectuales o bien presentarse como algo patológico. El paso del tiempo no facilita una mayor fijación de la atención.

En cuanto a la creatividad la humanidad ha inventado objetos y métodos para realizar tareas de maneras nuevas, diversas y distintas, para satisfacer propósitos. Con el objetivo de cumplir los deseos de una forma más rápida, más eficiente, más fácil o más barata, generalmente se han innovado los primeros resultados. Aunque es evidente que la gente inventa, las circunstancias que facilitan u optimizan el desarrollo de invenciones están menos claras. Denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente... pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Los tres grandes sentidos del concepto:

- ✓ Acto de inventar cualquier cosa nueva (ingenio).
- ✓ Capacidad de encontrar soluciones originales.
- ✓ Voluntad de modificar o transformar el mundo.