



Extracto Del Libro

Introducción a la PNL

John Seymour - Joseph O'Connor

Presentado a : **Empresas Cliente**

Por : **Spencer Consulting Ltda**

Fecha : **Marzo 2010**

Mapas y Filtros

Sea como sea el mundo exterior, usamos los sentidos para explorarlo y delimitarlo. El mundo es una infinidad de posibles impresiones sensibles, y sólo somos capaces de percibir una pequeña parte de él. La parte que podemos percibir es luego filtrada por nuestra experiencia única, cultura, lenguaje, creencias, valores, intereses y suposiciones. Cada uno vive en su realidad única, construida por sus propias impresiones sensibles y experiencias individuales de la vida, y actuamos de acuerdo a lo que percibimos : **nuestro modelo del mundo**.

El mundo es tan vasto y rico que para darle sentido tenemos que simplificarlo. Hacer mapas es una buena analogía para lo que hacemos ; es la manera cómo damos significado al mundo. Los mapas son selectivos, dejan de lado información al mismo tiempo que nos la brindan, y son de un valor incalculable para explorar el territorio. El tipo de mapa que usted haga dependerá de lo que vea y de donde quiera llegar.

El mapa

El mapa no es el territorio que describe. Hacemos caso a aquellos aspectos del mundo que nos interesan e ignoramos otros. El mundo es siempre más rico que las ideas que tenemos sobre él. **Los filtros que ponemos en nuestras percepciones determinan en qué clase de mundo vivimos**. Hay una anécdota de Picasso, cuando un extraño se le acerca y pregunta por qué no pintaba las cosas tal y como eran en realidad. Picasso se quedó un poco confundido y contestó:

- ☆ No acabo de entender lo que quiere decir.
El hombre sacó una fotografía de su esposa.
- ☆ Mire -dijo- , como esto. Así es mi mujer de verdad.
Picasso parecía incrédulo.
- ☆ Es un muy pequeña ¿ no ? . Y un poco plana ¿ no ?

Un artista, un leñador y un botánico que dan un paseo por el bosque tendrán experiencias muy diferentes y advertirán cosas muy distintas. Si usted va por el mundo buscando la excelencia, encontrará la excelencia; si va por el mundo buscando problemas, encontrará problemas. O, como dice un proverbio árabe: “lo que puede significar un trozo de pan dependerá de que tengas hambre o no”

Convicciones (o creencias), intereses y percepciones muy estrechos, darán como resultado un mundo empobrecido, predecible y aburrido. Este mismo mundo puede ser rico y excitante; la diferencia no estriba en el mundo sino en los filtros por los que lo percibimos.

Tenemos muchos filtros naturales útiles y necesarios. El lenguaje es un filtro. Es un mapa de nuestros pensamientos y experiencias, trasladado del mundo real a un nivel ulterior. Piense en un instante en lo que la palabra “belleza” significa para usted. Sin duda alguna usted tiene recuerdos y experiencias, imágenes internas, sonidos y sentimientos que le permiten dar sentido a esa palabra. Del mismo modo, otra persona tendrá diferentes recuerdos y experiencias y pensará sobre esa palabra de forma distinta. ¿Quién tiene razón?. Ambos, y cada uno dentro de su propia realidad. La palabra no es la experiencia que describe, si bien hay personas que pelearían incluso morirían creyendo que el mapa es el territorio.

Nuestras convicciones también actúan como filtros, haciendo que actuemos de cierta manera y advertamos algunas cosas a costa de otras. La PNL ofrece una manera de pensar sobre nosotros mismos y el mundo; es un filtro en sí misma. Para usar la PNL no hay que cambiar

de convicciones o valores, sino ser simplemente curioso y estar preparado para experimentar. Todas las generalizaciones sobre las personas son falsas en alguna persona, porque cada persona es única. Por ello la PNL no afirma ser objetivamente verdad; es un modelo, y los modelos son supuestamente útiles. Algunas ideas básicas en la PNL son muy útiles. Le invitamos a que se porte como si fueran verdaderas y vea la diferencia que marcan.
Cambiando sus filtros usted puede cambiar su mundo.

Marcos de Conducta

Algunos de los filtros básicos de la PNL suelen llamarse **Marcos de Conducta**. Estos consisten en formas de pensar acerca de cómo actuamos.

Objetivos vs Problemas

El primer marco es una orientación hacia **objetivos** más que hacia **problemas**. Esto quiere decir descubrir lo que nosotros y los demás queremos, descubrir los propios recursos y utilizarlos para dirigirnos hacia nuestra meta. La orientación hacia los problemas que suelen llamarse muchas veces “Marco de reprobación”. Se refiere a un análisis detallado acerca de lo que está mal. Quiere decir hacerse preguntas como “¿porqué tengo este problema? ¿En que medida me limita? ¿Quién tiene la culpa?”. Este tipo de preguntas normalmente no conducen a nada útil. Hacérselas lleva a uno a sentirse peor de como estaba al comienzo, y no contribuyen en nada a resolver el problema.

¿cómo? vs ¿porqué?

El segundo marco consiste en preguntarse *¿Cómo?* más que *¿Por qué?* Las preguntas sobre el cómo le llevaran a comprender la estructura de un problema. Las preguntas sobre el porqué probablemente le proporcionarían justificaciones y razones, sin producir ningún cambio.

Interacción frente al Fracaso

El tercer marco es interacción (feedback) frente al fracaso (failure). *El fracaso no existe, sólo hay resultados*. Esto puede utilizarse como interacción, correcciones útiles, una oportunidad espléndida para darse cuenta de cosas que le hubieran pasado inadvertidas. Fracaso es simplemente una forma de describir un resultado que usted no quería. Usted puede utilizar los resultados que ha conseguido para corregir la dirección de sus esfuerzos. La interacción mantiene el objetivo a la vista. El fracaso es una vía muerta. Dos palabras muy similares (en inglés) pero que representan dos formas completamente diferentes de pensar.

Posibilidades vs Necesidades

El cuarto marco consistente en considerar *Posibilidades* más que *Necesidades*. Aquí también hay un desplazamiento de el enfoque: fijarse en lo que se puede hacer, en las opciones posibles, más que en las limitaciones de en una situación. A menudo las barreras son menos grandiosas de lo que parecen.

Por último, la PNL adopta una actitud de *Curiosidad y Fascinación* más que de hacer suposiciones. Esta es una idea muy sencilla que tiene profundas consecuencias. Los jóvenes aprenden a una velocidad tremenda, gracias a su curiosidad. Son ignorantes, y saben que lo son, y por eso temen que los tilden de estúpidos si hacen preguntas. Después de todo, hubo un tiempo en el que todos “sabían” que la tierra gira alrededor del Sol, que un objeto más pesado no podría volar, y, por supuesto, que correr la milla en menos de cuatro minutos era fisiológicamente imposible. Lo único que permanece constante es el cambio.

Otra idea útil es que todos nosotros tenemos, o podemos crear, los recursos internos que necesitamos para alcanzar nuestras metas. Usted estará más cerca de conseguir el éxito si

actúa como si esto fuera verdad que si cree lo contrario

**Aprender,
Desaprender
y
Reaprender**

Aunque de una manera consciente sólo seamos capaces de tomar una cantidad muy pequeña de la información que nos ofrece el mundo, advertimos y respondemos a una cantidad mucho mayor sin darnos cuenta. Nuestra parte consciente es muy limitada y parece ser capaz de seguir un máximo de siete variables o trozos de información al mismo tiempo.

Esta idea fue esbozada por el psicólogo estadounidense George Miller en 1956 en un artículo clásico titulado *The Magic Number Seven, Plus or Minus Two* (El número mágico de 7, más o menos dos). Estos trozos de información no tienen un tamaño fijo, y pueden consistir en cualquier cosa, desde conducir un coche hasta mirar por el espejo retrovisor. Una forma de aprender es mediante el dominio consciente de pequeños trozos de comportamiento que, combinándolos en cadenas más y más largas, se convierten en habituales e inconscientes. Construimos hábitos y así nos liberamos para poder advertir otras cosas.

De modo que nuestra parte consciente está limitada a siete, más o menos dos, trozos de información, ya sea del mundo interior de nuestros pensamientos o del mundo exterior. Nuestro inconsciente, por el contrario, lo constituyen todos los procesos vitales de nuestro cuerpo, todo lo que hemos aprendido, nuestras experiencias pasadas, y todo lo que podríamos advertir en el momento presente, aunque no lo hagamos. El inconsciente es más listo que el consciente. La idea de ser capaz de entender un mundo infinitamente complejo con una parte consciente que sólo puede abarcar siete trozos de información a la vez es, por supuesto, ridícula.

La noción de consciente e inconsciente es fundamental en este modelo de cómo aprendemos. En la PNL una cosa es consciente cuando nos damos cuenta de ella en el momento presente, como esta frase de lo esta ahora. Una cosa será en inconsciente cuando no nos enteramos de ella en el momento presente. Los sonidos de fondo que usted pueda oír eran probablemente inconscientes hasta que leyó esta frase. La memoria de su primera visión de la nieve está probablemente fuera del alcance de su conocimiento consciente. Si usted ha ayudado alguna vez a un niño a aprender a ir en bicicleta, habrá advertido lo inconsciente que esta habilidad se ha vuelto en usted. Y que el proceso de conversión de su última comida en pelo y uñas permanecerá, con toda probabilidad, inconsciente para siempre. Vivimos en una cultura que cree que la mayor parte de todo lo que hacemos lo hacemos de forma consciente y, sin embargo, la mayor parte de lo que hacemos, y lo que hacemos mejor, lo hacemos de forma inconsciente.

El punto de vista tradicional dice que aprender algo se divide en cuatro etapas. Primero esta la incompetencia inconsciente ; usted no solamente no sabe hacer algo, sino que no sabe que no sabe. Por ejemplo, si nunca ha conducido un coche, usted no tiene el id'ea de lo que es.

Así que usted empieza a aprender. Muy pronto descubre sus limitaciones; ha recibido unas clases y se fija de forma consciente en todos los instrumentos, en el volante, en coordinar el embrague y en mirar la carretera. Requiere toda su atención; todavía no es usted competente y se mantiene en las calles secundarias. Esta es la etapa de incompetencia consciente, cuando fuerza la marcha, no domina el volante y da sustos de muerte a los ciclistas. Aunque esta etapa es muy incómoda, especialmente para los ciclistas, es el momento en que más se aprende.

Esto le lleva a la etapa de competencia consciente. Usted puede conducir el automóvil, pero requiere toda su atención; ha aprendido la habilidad, pero todavía no la domina.

Finalmente, y es la finalidad del esfuerzo, tenemos la competencia inconsciente. Todos esos pequeños patrones que ha aprendido de forma tan concienzuda se armonizan en una suave unidad de conducta. Ahora ya puede escuchar la radio, disfrutar del paisaje y mantener una conversación al mismo tiempo que conduce. Su parte consciente fija el objetivo y lo deja al inconsciente para que lo lleve a cabo, liberando su atención para otras cosas.

Si usted practica algo el tiempo suficiente, alcanzará esta cuarta etapa y creará hábitos. En este punto la habilidad se ha convertido en inconsciente. Sin embargo, los hábitos pueden no ser lo más efectivos para realizar esta tarea; nuestros filtros pueden habernos hecho perder alguna información importante en nuestro camino hacia la competencia inconsciente.

Supongamos que usted es un jugador pasable de tenis y quiere mejorar. El entrenador le habrá estado mirando y empezará a pedirle que cambie cosas como el juego de piernas, la forma de sostener la raqueta y la forma en que la mueve. En otras palabras, habrá tomado lo que para usted era una sola pieza de conducta -dar un drive- lo habrá desmenuzado en algunos de sus componentes y lo reconstruirá de forma que usted pueda mejorar su drive. Usted dará marcha atrás en las etapas de aprendizaje hasta la incompetencia consciente y tendrá que desaprender antes de reaprender. La única razón para esto es la de construir nuevas opciones, modelos más eficaces.

Lo mismo pasa en el aprendizaje de la PNL. Nosotros ya tenemos habilidades comunicativas y de aprendizaje. La PNL le ofrece depurar sus habilidades y le da más opciones y más flexibilidad para usarlas.

Las cuatro etapas del aprendizaje

El proceso de aprender considera pasar por las siguientes 4 etapas.

1. Incompetencia inconsciente.
2. Incompetencia consciente.
3. Competencia consciente.
4. Competencia inconsciente.

Desaprender es ir del número 4 al 2. *Reaprender* es ir del 2 al 4 con más opciones.

El seminario de tres minutos

Si la PNL tuviera que ser resumida en un seminario de tres minutos, sería más o menos así:
El director del seminario entraría y diría:.

Señoras y señores para tener éxito en la de vida tienen que recordar tan sólo tres cosas.

- ☆ En primer lugar, saber lo que quieren; tener una idea clara de que meta quieren alcanzar en cada situación.
- ☆ En segundo lugar, estar alerta y mantener los sentidos abiertos de forma que se den cuenta de lo que están obteniendo.
- ☆ En tercer lugar, tener la flexibilidad de ir cambiando su forma de actuar hasta que obtengan lo que querían.

Luego escribiría en la pizarra : **Objetivo**
Agudeza
Flexibilidad.

Y se marcharía. Fin del seminario.

Primero viene la habilidad de saber cuál es nuestro objetivo; si usted no sabe a dónde va, se hace difícil llegar hasta allí.

Una parte importante de la PNL es el adiestramiento de la agudeza sensorial: dónde enfocar la atención y cómo cambiar y aumentar los filtros para que uno se de cuenta de las cosas que antes había pasado por alto. Es tomar conciencia sensorial en el momento presente; la comunicación con otros significa advertir los signos pequeños pero cruciales que nos dejan saber cómo están respondiendo. El pensamiento, esto es, la comunicación con un mismo, significa una mayor conciencia de las imágenes internas, sonidos y sentimientos.

Se necesita agudeza o sensibilidad para advertir si lo que se esta haciendo lleva a lo que se quiere. Si lo que usted está haciendo no funciona, haga otra cosa, cualquier otra cosa. Usted necesita oír, ver y sentir lo que está pasando y tener un abanico de respuestas.

La PNL aspira a dar a las personas más opciones en lo que hagan. Tener una sola vía para hacer las cosas no es ninguna opción. Unas veces funcionará y otras no, así que siempre habrá situaciones que no podrá solucionar. Dos opciones le pondrían en un dilema. Tener opciones significa poder usar un mínimo de tres enfoques. En cualquier situación, aquella persona que tenga más opciones a la hora de actuar, que tenga la mayor flexibilidad de comportamiento, será la que conserve el control de la situación

*Si usted siempre hace lo que ha hecho siempre, siempre obtendrá lo que siempre ha obtenido
Si lo que está haciendo no funciona, haga otra cosa.*

Cuantas más opciones, más oportunidades de éxito. La forma como estas habilidades funcionan juntas es muy parecida a lo que sucede cuando usted alquila un bote de remos para explorar un trecho de agua: usted decide a dónde quiere ir, es su objetivo inicial. Comienza a remar y presta atención a su dirección: es su agudeza sensorial. Compara su dirección con el lugar a donde se dirige y, si se desvía, cambia de dirección. Este ciclo se ira repitiendo hasta que llegue a su destino.

Luego se propondrá otro destino; podrá cambiar su objetivo en cualquier punto del ciclo, seguirá disfrutando del paseo e ira aprendiendo cosas durante el mismo. El camino tendrá forma de zigzag ; es muy raro que se siga un camino completamente recto hasta el lugar adonde se quiere llegar.

Objetivos

- ¿ Podría decirme, por favor, qué camino he de seguir desde aquí ?.
- Eso depende en buena medida del lugar adonde quieras ir -dijo el gato
- No me importa mucho adonde ...- dijo Alicia.
- Entonces no importa por dónde vayas -dijo el gato

Lewis Carroll, Alicia en el país de las maravillas

Empecemos por el principio: los objetivos o resultados. Cuanto más precisa y positivamente pueda definir lo que quiere, y cuanto más programe su cerebro para buscar y advertir posibilidades, tanto más seguro estará de obtener lo que quiere . Las oportunidades existen cuando son reconocidas como tales.

Para vivir la vida que usted quiere, es preciso que sepa lo que quiere. Ser efectivo en el mundo significa producir los resultados que usted elige. El primer paso es elegir; si usted no lo hace, ya hay suficientes personas ansiosas de elegir por usted.

¿Como sabe usted lo que quiere? Deberá usted decidirlo. Hay algunas reglas para hacerlo de forma que tenga usted unas mayores posibilidades de éxito. En palabras de la PNL, usted elige un objetivo bien elaborado. Esto es, un objetivo que este bien elaborado según los criterios siguientes.

Primero, deberá estar enunciado de forma positiva. Es más fácil irse acercando hacia lo que se quiere que alejarse de lo que no se quiere. De todos modos, no se puede uno mover hacia algo si no se sabe lo que es.

- ♪ Por ejemplo, piense por un instante en un canguro.
- ♪ ¿ Está pensando en un canguro ?
- ♪ Bien.

Ahora deje de pensar en el canguro mientras termina de leer esta página. Impida que la idea del canguro aparezca por su mente durante el minuto siguiente o así. ¿ No es cierto que está usted pensando en el canguro ?

Ahora piense en lo que va a hacer mañana. Para deshacerse del persistente canguro, tiene usted que pensar en algo enunciado positivamente.

Este truco nos hace comprender que el cerebro sólo puede entender lo negativo convirtiéndolo en positivo. Para evitar algo, hay que saber lo que se está evitando y mantener la atención en ello. Deberá usted pensar en ello para saber en qué no hay que pensar, del mismo modo que hay que mantener un objetivo a la vista para evitar golpearlo. Cualquier cosa a lo que uno se resista, persiste. Es esta una de las razones por la que dejar de fumar es tan difícil: debe usted estar pensando continuamente en fumar para poder dejarlo.

Segundo, debe usted tomar parte activa, la meta debe estar razonablemente bajo su control.

Los objetivos que se basan primeramente en otras personas que tomen parte activa en la acción no están bien elaborados. Si la gente no responde de la forma que usted quería, se quedara atascado. Concéntrese más bien en lo que deberá hacer para inducir éstas respuestas; así por ejemplo, en vez de esperar a conocer a alguien, piense en lo que puede hacer para conocerlo.

Piense en su objetivo tan específicamente como le sea posible. ¿Qué es lo que verá, escuchará y sentirá? Imagínese en su totalidad y describálo o escríbalo en términos de quién, que, donde, y como. Cuanto más completa este la idea de lo que quiere, más fácil será para su cerebro poder ensayarla y advertir las oportunidades para lograrlo. ¿En que lo quiere? ¿Están estos contextos donde usted no quiere?.

¿Cómo va a saber que ha alcanzado su objetivo?, ¿Cuál es la evidencia de base sensorial que le permitirá saber que ha conseguido lo que quería?, ¿Qué es lo que verá, oír y sentirá cuando lo haya logrado? Algunos objetivos tienen un final tan amplio y que se necesitarían varias vidas para alcanzarlas. También sería deseable que se pusiera una limitación de tiempo en lo que desee alcanzar.

¿Tiene usted los recursos para iniciar y mantener el objetivo? ¿Qué es lo que necesita ? ¿Ya lo tiene? Si no, ¿Cómo va a conseguirlo? Es este un punto que tiene que ser cuidadosamente explorado. Estos recursos pueda ser internos (habilidades específicas o estados positivos de la mente) o externos. Si se encuentra con que necesita recursos externos, podría necesitar proponerse un objetivo subsidiario para lograrlo.

El objetivo debe ser de un tamaño apropiado; podría ser demasiado grande, en cuyo caso debería dividirse en varios objetivos de menor tamaño y más asequibles. Por ejemplo, podría ponerse como objetivo llegar a ser un jugador de tenis extraordinario. Evidentemente, esto no se cumplirá en una semana, es demasiado vago y a largo plazo. Es necesario fraccionarlo en porciones menores, por lo que deberá preguntarse: ¿Qué es lo que me impide lograrlo?.

Esta cuestión plantearía algunos problemas obvios; por ejemplo: carece de una buena raqueta, y necesitará ser entrenado por un jugador profesional. Luego convierte a estos problemas en objetivos preguntándose sí mismo: ¿Qué es lo que quiero ahora?. Necesito comprarme una buena raqueta y encontrar un entrenador. Un problema es simplemente una objetivo mal enunciado.

Usted probablemente deberán realizar este proceso varias veces si tiene un objetivo muy grande antes de llegar a un primer paso razonable y alcanzable. Incluso el más largo de los viajes comienza con un primer paso (en la dirección correcta, por supuesto).

Por otro lado, el objetivo podría parecerle demasiado pequeño y trivial como para motivarlo. Por ejemplo, podría proponerse ordenar el despacho, una tarea pequeña y no muy excitante. Para aportar un poco de energía a esto, debería establecer una relación con un objetivo mayor, más importante y motivador. Por ello me preguntare: Si realizo esta tarea, ¿Qué voy a conseguir?. En este ejemplo, podría ser un paso necesario para crear un espacio de trabajo donde realizar cosas más interesantes. Una vez establecida la relación, puedo acometer el objetivo pequeño con energía obtenida del mayor.

El marco final que rodea la elección de los objetivos es la ecología. Nadie existe aisladamente; todos formamos parte de un sistema mayor, la familia, el trabajo, las amistades y la sociedad en general. Deberá considerar las consecuencias de alcanzar su objetivo en el contexto de estas relaciones más amplias. ¿Va a haber algún tipo de secuela no deseable? ¿De qué va a tener que prescindir, o apropiarse, para alcanzarlos?

Por ejemplo, usted quiere tener más trabajo por libre; esto le requerirá dedicar más tiempo a su trabajo, por lo que estará menos con su familia. Además, conseguir un gran contrato puede incrementar su trabajo en forma tal que es posible que no pueda realizarlo en forma adecuada. Por ello deberá asegurarse de que su objetivo está en armonía con Ud. como persona en su totalidad. Los objetivos no consisten en conseguir lo que usted quiere a costa de otros. Los resultados más satisfactorios y valiosos se consiguen negociando y cooperando para establecer objetivos compartidos donde todos ganen. De esta manera se tiene en cuenta, de forma automática, la cuestión ecológica.

Este tipo de cuestiones pueden hacerle revisar su meta, o cambiarla por otra de que sirva para el mismo propósito, pero sin tener consecuencias no deseadas. El ejemplo clásico de elección de un objetivo antiecológico es el del rey Midas, que quería que todo lo que tocara se convirtiera en oro. Pronto se dio cuenta de que era un claro riesgo.

Resumen de los objetivos

Se puede usted acordar de todo esto por mnemotecnia, utilizado la palabra POPEERT, formada por la primera letra de la palabra clave en cada paso (positivo, parte propia, especificidad, evidencia, recursos, tamaño), o mediante alguna otra fórmula de su invención.

Positivo Piensen en lo que quiere más que en lo que no quiere.
 Pregúntese : ¿Qué es lo que quisiera tener?,
 ¿Qué es lo que realmente quiero?.

Parte propia Piense en que lo que quiere hacer activamente está bajo su control.
 Pregúntese : ¿Qué voy a hacer para alcanzar mi objetivo?,
 ¿Cómo puedo empezar y mantenerlo?.

Especificidad Imagínese el objetivo de la manera más específica posible.
 Pregúntese : ¿Quién, donde, cuando, qué y cómo, específicamente?.

Evidencia Piense en la evidencia de base sensorial que le permitirá saber que ha logrado lo que quería.
 Pregúntese : ¿Qué veré, oiré y sentiré que cuando lo tenga?,
 ¿Cómo sabré que lo he seguido?.

Recursos ¿Tiene usted los recursos y opciones adecuados para alcanzar su objetivo?
 Pregúntese : ¿Qué recursos necesito para alcanzar mi objetivo?.

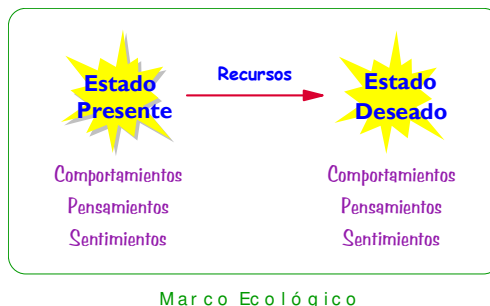
Tamaño ¿Tiene el objetivo el tamaño adecuado?
 Si es muy grande, pregúntese: ¿Qué es lo que impide alcanzarlo?, y convierta los problemas en pequeños objetivos; hágalos lo bastante pequeños y alcanzables.
 Si es muy pequeño para motivarlo, pregúntese: Si alcanzo este objetivo, ¿Qué me va a reportar?
 No ceje hasta que lo relacione con uno de objetivo que sea lo bastante grande y motivador.

Marco ecológico Sopese las consecuencias en su vida y sus relaciones si consiguiera su objetivo.
 Pregúntese : ¿Quién más produce este efecto?;
 ¿Qué pasará si consigo mi objetivo?;
 Si pudiera tenerlo ya, ¿lo cogería?
 Considere los sentimientos de duda que comiencen con un “si, pero....”
 ¿Qué consideraciones representan estos sentimientos de duda?
 ¿Cómo podría cambiar su objetivo para tenerlos en cuenta?
 Ahora haga pasar este objetivo modificado por todos los pasos anteriores para ver que sigue siendo un en objetivo bien elaborado.

El último paso es pasar a la acción. Tiene usted que realizar el primer movimiento.
 El viaje de mil kilómetros comienza con un primer paso. Si el objetivo está bien elaborado, es alcanzable, motivador y, con toda probabilidad, lo impulsará a lograrlo.

**Estado
presente y
estado
deseado**

Una manera de pensar en cambios en el trabajo, desarrollo personal o educación es un viaje desde el estado presente al estado deseado. Un problema es la diferencia entre ambos; al imponerse usted un objetivo en el futuro, de alguna forma ha creado un problema en el presente y, recíprocamente, cada problema del presente se puede convertir en un objetivo.



Su comportamiento, pensamientos y sentimientos serán diferentes en el estado presente y en el estado deseado; y, para pasar de un estado a otro, necesita recursos.

La energía para el viaje viene de la motivación. El estado deseado deberá ser algo que de verdad queramos, o estar relacionado con algo que de verdad queramos. Debemos estar también comprometidos con el objetivo; las reservas muestran, a menudo, que la ecología no ha sido tomada en cuenta. En resumen, deberemos querer realizar el viaje y creer que el objetivo es alcanzable y útil.

Habilidades, técnicas y estados mentales son los medios para alcanzar la meta. Pueden abarcar nuestra fisiología, nutrición, energía y resistencia. Las técnicas de la PNL son poderosos recursos para vencer barreras, resistencias e interferencias.