



**PERCEPCION SOBRE LA PROGRAMACION NEUROLINGUISTICA DE LOS
ESTUDIANTES DE MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI**

CRISTIAN ANDRES CALERO CASTRILLON

RUBEN DARIO ARBELAEZ SALAZAR

**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE MERCADEO
SANTIAGO DE CALI**

2021

**PERCEPCION SOBRE LA PROGRAMACION NEUROLINGUISTICA DE LOS
ESTUDIANTES DE MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI**

CRISTIAN ANDRES CALERO CASTRILLON

RUBEN DARIO ARBELAEZ SALAZAR

JULIO CESAR ESCOBAR CABRERA

Director de trabajo de grado

Modalidad

Trabajo de investigación

Línea de investigación

Desarrollo Empresarial y Competitividad

Grupo de investigación

Grupo GISESA

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE MERCADEO

SANTIAGO DE CALI

2021

Dedicatoria

A los pilares de mi vida

A mi madre Elizabeth Castrillón por el apoyo económico para el desarrollo de mi carrera como profesional y el interés, por ayudarme a entender que mi carrera es valiosa e interesante, que me sobre salto mis virtudes y cualidades que tengo hacia mi profesión, mis gustos como investigador de mercadeo, la cual hoy en día no tengo más que decir que gracias y mil gracias, y que nunca dude que mientras pueda seguiré estudiando y instruyéndome para conocer al consumidor y su economía.

A mi padre Hernando Calero por enseñarme que la vida es un negocio y que los valores y una hermosa forma de ser puede ser la mejor herramienta de convencer, de vender, a su profesión como comerciante la cual me empujo a ver más allá y ver rentable mis ingresos a soñar y experimentar en la economía bursátil, mi gracias.

A los impulsos de mi vida

A mis hermanas Juliana Calero y Catherine Calero quienes son mis más grandes amores las mujeres de mi hogar, mujeres echadas para adelante sin miedo a caer, se ensucian se limpian se caen y enseñan a levantar a esos dos grandes ejemplos en mi vida de que la vida es un negocio y debemos estar juntos como familia para avanzar como manada. Gracias princesas de mi corazón.

Cristian Andrés Calero Castrillón

Agradezco ante todo a Dios por permitirme cumplir mis sueños con salud y vida.

También deseo agradecer a mis familiares que siempre tuvieron esperanza y fe en mí.

A mi padre amado le agradezco todo el esfuerzo que hizo para sacarme adelante, por enseñarme todo el valor sobre el respeto, la honestidad, la sabiduría que me enseñó desde casa; Gracias padre por brindarme todo el apoyo incondicional para poder salir adelante con mi carrera. Te amo

A la mujer de mi vida MARIA LUISA SALAZAR CUERO le debo todo lo que soy hoy en día. Gracias madre por no dejarme solo por siempre apoyarme, por ser esa madre decidida, valiente, invencible ante la vida, gracias madre por hacerme crecer. Te amo

A mis hermanos y hermanas, mis compañeros de vida, gracias por su perseverancia, amor y apoyo incondicional, Gracias estar siempre presente a mi lado. Los amo.

Darío Arbeláez Salazar

Agradecimientos

El autor agradece a mi director de proyecto de grado Julio Cesar Escobar por quien nos motivó a investigar a fondo de esta investigación ya se por el motivo del poco conocimiento de este herramienta y lograr ver la importancia la cual queremos demostrar en nuestro trabajo y que por ende poder lograr estudios a fondo sobre este y sirva como estrategia de que todos los estudiantes sepan sobre dicha herramienta y los egresados se desenvuelvan estratégicamente como comerciantes como persona como ser humano gracias a los estudios en PNL. Mil gracias de verdad profe. Gran biólogo gran amigo.

Cristian Andrés Calero Castrillón

El autor agradece a mi director Julio Cesar Escobar por su motivación por la paciencia y la orientación que me ha brindado para desarrollar todas mis potencialidades y habilidades y así poder lograr desarrollar mi proyecto de grado, mil gracias Dr. Julio Cesar Escobar por aceptar ser mi director y enseñarnos sobre el PNL y así poder enseñarles a futuros estudiaste sobre este gran trabajo que nos ha servido. Totalmente agradecido.

Darío Arbeláez Salazar

Tabla de contenido

	Pág.
Resumen	12
Abstract.....	14
Introducción	16
1. Antecedentes	18
2. Problema de investigación	21
2.1 Planteamiento del problema.....	21
2.2 Formulación del problema	22
2.3 Sistematización.....	22
3. Objetivos.....	23
3.1 Objetivo general	23
3.2 Objetivos específicos.....	23
4. Justificación	24
5. Marco de referencia	25
5.1 Marco contextual.....	25
5.1.1 Localización.....	25
5.1.2 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	25
5.1.3 Programa de Mercadeo.....	25

5.2 Marco teórico	26
5.3 Marco conceptual	28
5.4 Marco legal.....	29
6. Diseño metodológico	30
6.1 Tipo de estudio	30
6.2 Método.....	30
6.3 Fuentes y técnicas de recolección de la información	30
6.4 Actividades del proyecto.....	33
7. Resultados	34
7.1 Aspectos generales de la programación neurolingüística.....	34
7.1.1 Historia	34
7.1.2 Importancia	35
7.1.3 Uso del PNL.....	35
7.2 Opinión sobre la programación neurolingüística de los estudiantes del Programa de Mercadeo ..	35
7.2.1 Respuesta a la pregunta 1 ¿para usted que es la programación neurolingüística?	36
7.2.2 Respuesta a la pregunta 2 ¿Para qué sirve la programación neurolingüística?	37
7.2.3 Respuesta a la pregunta 3 ¿Cree usted que el PLN será una herramienta de trabajo en un futuro cercano?	38
7.2.4 Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas del PNL?	39
7.2.5 Respuesta a la pregunta 5 ¿Qué uso le puede dar un profesional a la programación neurolingüística? ..	40

7.2.6 Respuesta a la pregunta 6 ¿Cuál cree usted que es el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia?	41
7.2.7 Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál cree usted que es el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL?	42
7.2.8 Respuesta a la pregunta 8. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística?	43
7.2.9 Respuesta a la pregunta 9. ¿Es posible que la pandemia de COVID-19 afecto el PNL?	44
7.2.10 Respuesta a la pregunta 10. Que tan satisfecho te sientes al conocer sobre la neurolingüística	45
7.3 Estratégias para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la Facultad	46
7.3.1 Talleres didácticos	46
7.3.2 Conferencia de herramientas y usos de la programación neurolingüística aplicada a las ventas y cierre de negocios, comprendiendo la psicología del consumidor.....	47
7.3.3 Curso virtual extracurricular de fundamentos de la programación neurolingüística.....	48
7.3.4 Diplomado en coaching estratégico para organizar cualidades en cargos.....	49
8. Discusión	50
9. Conclusiones.....	52
10. Recomendaciones	54
Referencias bibliográficas.....	55

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta 32

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Respuesta a la pregunta 1 ¿Para usted que es la programación neurolingüística?	36
Figura 2. Respuesta a la pregunta 2 ¿para qué sirve la programación neurolingüística?	37
Figura 3. Respuesta a la pregunta 3 ¿Cree usted que el PLN será una herramienta de trabajo en un futuro cercano?.....	38
Figura 4. Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas del PNL?.....	39
Figura 5. Respuesta a la pregunta 5 ¿Qué uso le puede dar un profesional a la programación neurolingüística?	40
Figura 6. Respuesta a la pregunta 6. ¿Cuál cree usted que es el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia?	41
Figura 7. Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál cree usted que es el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL?	42
Figura 8. Respuesta a la pregunta 8. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística?	43
Figura 9. Respuesta a la pregunta 9 ¿Es posible que la pandemia de COVID-19 afecto el PNL? .	44

Figura 10. Respuesta a la pregunta 10 ¿Que tan satisfecho te sientes al conocer sobre la
neurolingüística? 45

Resumen

La programación neurolingüística es una herramienta para el marketing en general que actúa como facilitador de comunicación interpersonal, que permite además conocer los gustos y preferencias de los clientes para poder realizar un cierre de venta efectiva y simpática, así mismo sería en un ámbito familiar poder vender una idea y que pueda obtener una respuesta positiva.

La programación neurolingüística PNL trata de comprender mejor la superación personal, buscando lograr que cada persona se conecte con su fuerza interna para resolver cualquier inquietud o enfrentar cualquier coyuntura, ya que las investigaciones que trabajan la mente humana han generado esta técnica que permite proyectarse positivamente y así enfocarse de una mejor manera en los objetivos.

El propósito de esta investigación fue determinar la percepción sobre la programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali.

Este trabajo se realizó inicialmente con información secundaria a partir de la revisión de documentos en bases de datos electrónicos, además se tuvo como fuente primaria a los estudiantes de mercadeo quienes fueron encuestados.

Los resultados muestran que la PNL es una de las herramientas que nos sirven para organizar y utilizar mejor nuestras habilidades y capacidades, para incrementar las relaciones con los demás.

Casi el 50% de los estudiantes encuestados consideran que la neurolingüística es una técnica empírica, la cual está derivada de la neurociencia. Los estudiantes encuestados tenían conocimiento sobre la PNL y de la función que tiene la programación neurolingüística y finalmente las estrategias propuestas para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la facultad son: Taller didáctico, Conferencia de herramientas y usos de la programación neurolingüística aplicada a las ventas y cierre de negocios, Curso virtual extracurricular de fundamentos de la programación neurolingüística y Diplomado en coaching estratégico para organizar cualidades en cargos.

En conclusión, la programación continuará en el futuro siendo una herramienta fundamental para aprovechar los procesos mentales que usamos en nuestra comunicación.

Palabras clave: programación neurolingüística, mercadeo, universidad Santiago de Cali, marketing, servicio al cliente, como lo hace la psicología del consumidor.

Abstract

Neuro-linguistic programming is a tool for marketing in general that acts as a facilitator of interpersonal communication, which also allows knowing the tastes and preferences of customers to be able to make an effective and friendly sale closing, as well as in a family environment to be able to sell an idea and you can get a positive response.

Neuro-linguistic programming NLP tries to better understand personal improvement, seeking to achieve that each person connects with their internal strength to solve any concern or face any situation, since the investigations that work the human mind have generated this technique that allows to project positively and thus focus in a better way on the objectives.

The purpose of this research was to determine the perception of neurolinguistic programming of marketing students from the Santiago de Cali University.

This work was initially carried out with secondary information from the review of documents in electronic databases, in addition, the marketing students who were surveyed were the primary source.

The results show that NLP is one of the tools that help us to better organize and use our skills and abilities, to increase relationships with others. Almost 50% of the students surveyed consider that neurolinguistics is an empirical technique, which is derived from neuroscience. The surveyed students had knowledge about NLP and the role of neurolinguistic programming and finally the

strategies proposed to strengthen knowledge about neurolinguistic programming in students of the faculty are: Didactic workshop, Conference on tools and uses of neurolinguistic programming applied to sales and business closing, virtual extracurricular course of foundations of neurolinguistic programming and Diploma in strategic coaching to organize qualities in positions.

In conclusion, programming will continue in the future to be a fundamental tool to take advantage of the mental processes that we use in our communication.

Keywords: neurolinguistic programming, marketing, Santiago de Cali university, marketing, customer service, as does consumer psychology.

Introducción

La PNL estudia la forma como los seres humanos perciben la realidad y se hacen una representación mental de ella y comunican sus experiencias. Asimismo, emplea una serie de estrategias para desarrollar la inteligencia y mejorar las habilidades sociales.

Lo que estudia la psicología del consumidor es lo más cercano a lo que busca la PNL, esta última es una poderosa herramienta para aprender a aprender, con la cual puede contribuir de manera eficaz con los procesos de aprendizaje y enseñanza, de allí su importancia para la educación. Algunas compañías logran estudiar el comportamiento con el fin de saber sus gustos y preferencias, para poder crear un ambiente cálido y seguro para un cierre de venta exitoso y fidelizado.

Araujo (2018) plantea que “El uso de estrategias innovadoras en el ámbito educativo permite proporcionar herramientas y aplicar técnicas adecuadas para que los docentes y alumnos aprendan a usar al máximo sus capacidades, favoreciendo así el éxito académico”.

La PNL ayuda a conocer con mayor detalle a los consumidores y en especial sus preferencias, no obstante la programación neurolingüística permite a las personas ser audaces y persuasivos, no solo como vendedores o comerciantes, sino en actuar en decisiones deseadas y poder estimular respuestas positivas en los clientes.

El camino correcto hacia el éxito se basa en una evaluación de la inteligencia y el conocimiento, por lo tanto, llegar a la cima en los negocios y mantenerse en ella, facilita a aquellas organizaciones que intentan explorar y desarrollar potencial humano y puede conseguir desempeño sobresaliente (Manrique, 2003).

En la investigación de Sambrano (1997) se evidencian características de la Programación Neurolingüística se tiene que: La PNL tiene la capacidad de aportar al crecimiento del ser humano, ayuda a lograr cambios y reducir el rechazo al mismo, Ya que es una poderosa herramienta comunicacional, crea en el ser humano la actitud de logro y poder para alcanzar el éxito, ya que tiene la capacidad de cambiar o mejorar cualquier actitud in deseada, permite generar empatía en el ser humano.

El propósito de esta investigación fue conocer la dinámica de la PNL y entender en parte como trabaja la mente del ser humano y como han podido dar vida a esta técnica que permite influir positivamente y así enfocarnos de una mejor manera en los objetivos generales que busca asegurar la capacidad tratable y desarrollar la capacidad de escuchar con atención para coincidir con el interlocutor, como lo hace la psicología del consumidor.

1. Antecedentes

En la actualidad la programación neurolingüística (PNL) se llama más psicología del consumidor, es lo que hace que cambie cuando se interactúa con otras personas o simplemente se quiere persuadir o se quiere inducir los hechos de otra persona. Ser más astuto y audaz. Esta herramienta ha sido aprobada y utilizada por grandes empresas y empresas multinacionales, debido a que estos equipos han aprendido a utilizar estas herramientas para establecer hilos de conversación confiables y creíbles, facilitando la conclusión de acuerdos y concluyendo transacciones con éxito y obteniendo clientes satisfechos (Crecer con PNL, 2020).

Según Crecer con PNL (2020) "la PNL fue creada por John Grinder y Richard Bandler a principios de los años 70. El primero era profesor asistente de lingüística y el segundo un estudiante de psicología".

Crecer en PNL (2020) plantea:

La intención de Grinder y Bandler era identificar los patrones que seguían los terapeutas (Milton Erickson, Virginia Satir y Fritz Pearls) para más tarde, poder explicarlos y enseñarlos a otros terapeutas y así poder reproducir sus resultados. Se puede decir, pues, que la PNL trata de identificar la excelencia mediante la exploración de patrones de comportamiento, para después encontrar maneras de ayudar a otras personas a lograr los mismos resultados.

Según González-Miranda (2011) en la última década, la programación del lenguaje neuronal (PNL) se ha vuelto popular en los campos administrativo y organizativo. Sin embargo, la aplicación de sus recomendaciones metodológicas teóricas y su prometida efectividad no han sido suficientemente estudiadas y mucho menos criticadas.

La PNL puede considerarse como un modelo de intervención contemporáneo diseñado para racionalizar el comportamiento individual. Al reducir su subjetividad a una variable que puede ser copiada e imitada por otros, se llevaron a cabo reflexiones y discusiones relevantes en torno a su realización (González-Miranda, 2011).

El camino correcto hacia el éxito se basa en una evaluación de la inteligencia y el conocimiento. Por lo tanto, en los negocios, llegar a la cima y mantenerse en ella se les facilita a aquellas organizaciones que intentan explorar y desarrollar potencial humano y puede conseguir estos los individuos producen un desempeño sobresaliente y crean formas de trabajar nuevas y más efectivas (Manrique, 2003).

Manrique (2003) plantea que la programación neurolingüística es una herramienta que, a través de la comunicación y el lenguaje, permite a los individuos aprender a utilizar el cerebro, superar los bloqueos que les impiden la realización de metas, mejorar sus destrezas y habilidades, cambiar pensamientos que impidan adaptarse a los cambios.

En la investigación de Sambrano (1997) se evidencian características de la Programación Neurolingüística se tiene que: la PNL tiene la capacidad de aportar al crecimiento del ser humano, ayuda a lograr cambios y reducir el rechazo al mismo, Ya que es una poderosa herramienta comunicacional, crea en el ser humano la actitud de logro y poder para alcanzar el éxito, ya que tiene la capacidad de cambiar o mejorar cualquier actitud indeseada, permite generar empatía en el ser humano.

Los estudiantes universitarios deben jugar un papel importante, en el diseño de un entorno de aprendizaje basado en la programación neurolingüística. El estudiante es fundamental, desde el punto de partida de la comprensión y el autoconocimiento de los métodos de aprendizaje (Gamboa, García, & Ahumada, 2020).

2. Problema de investigación

2.1 Planteamiento del problema

A partir de la revisión bibliográfica y observaciones de campo, se encontró que el tema de la programación neurolingüística fue cobrando cada vez más importancia en el mercado comercial, sin embargo, en el programa de marketing de la Universidad Santiago de Cali, si bien el tema involucra múltiples disciplinas, no se ha profundizado, lo que lleva a los estudiantes dejar algunos espacios vacíos de valiosa información. En actualidad se desconoce la opinión de los estudiantes de Mercado de esta Universidad sobre el tema.

Esto puede deberse a la necesidad de programas de marketing de proporcionar a los estudiantes un conocimiento más general sobre este y otros temas profesionales relacionados, dándole menos importancia a esta herramienta.

Si esta situación continua en el futuro se continuará desconociendo lo piensan los estudiantes sobre la programación neuro lingüística, lo cual dificultaría realizar acciones extracurriculares en el programa para mejorar el conocimiento de estos. Así, Los estudiantes de mercadeo seguirían sin información más detallada sobre programación neurolingüística que les permitiera afrontar los retos laborales del entorno externo, su vida cotidiana. En condiciones de pandemia, este tema se vuelve relevante y su nivel de conocimiento sobre el tema puede ser decisivo para elegir una opción de trabajo, oportunidad de negocio y hasta el cierre de una venta exitosa.

Para evitar lo anterior, se propone esta investigación que busca determinar el conocimiento sobre la programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali.

2.2 Formulación del problema

¿Cuál es la percepción sobre la programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali?

2.3 Sistematización

- ¿Cuáles son los aspectos generales sobre la programación-neurolingüística?
- ¿Cuál es la opinión sobre programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo?
- ¿Cuáles son las estrategias para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la Facultad?

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Determinar la percepción sobre la programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali.

3.2 Objetivos específicos

- Conocer acerca de la programación neurolingüística.
- Establecer la opinión sobre programación neurolingüística de los estudiantes de mercadeo.
- Formular estrategias para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la Facultad.

4. Justificación

Los resultados de esta investigación le servirán al programa de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali para mejorar la formación de sus estudiantes a partir del conocimiento sobre el tema que este trabajo establecerá.

Este trabajo le permitió a la Universidad Santiago de Cali el contribuir con el sector de la educación superior en el campo de las ciencias económicas y empresariales, al tratar un tema de actualidad que cada vez más es vinculado en los planes de estudio.

Con esta investigación los estudiantes pusieron en práctica sus conocimientos en psicología del consumidor, marketing personal, programación neurolingüística (PNL), psicología, coaching, herramientas de mercadeo actual empresarial y estrategias empresariales que están siendo aplicadas en multinacionales.

5. Marco de referencia

5.1 Marco contextual

5.1.1 Localización

La Universidad Santiago de Cali está ubicada en la ciudad del mismo nombre, quien a su vez es la capital del departamento del Valle del Cauca, en la Calle 5 No 62-00 Barrio Pampalinda

5.1.2 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

La Facultad es una de las más grandes de la Universidad, ya que cuenta con 5 programas de pregrado con un importante número de estudiantes, estos programas son: administración de empresas, contaduría pública, finanzas y negocios internacionales, economía y mercadeo.

5.1.3 Programa de Mercadeo

El Programa de Mercadeo es el más reciente de la facultad y se ofrece en 8 semestres en jornada mixta.

El programa tiene como objetivos (USC, 2020):

- Desarrollar habilidades para identificar los factores de cambio en el entorno

- Desarrollar un sistema de pensamiento que permita utilizar las herramientas del marketing y delimitar su alcance
- Capacitar para la creación de sistemas de información que faciliten la toma de decisiones
- Desarrollar capacidades para planificar la gestión de marketing y su implementación en el día a día.
- Dar a conocer las nuevas tecnologías del marketing y las comunicaciones, y su aporte a la formulación estratégica.
- Facilitar el dominio de las variables que inciden en una estrategia exitosa de marketing.

5.2 Marco teórico

El marco teórico de esta investigación se basará en el estudio de Sambrano y Steiner (2007).

La PNL estudia la forma como los seres humanos perciben la realidad, hacen una representación mental de ella y comunican sus experiencias. Asimismo, emplea una serie de estrategias para desarrollar la inteligencia y mejorar las habilidades sociales. La PNL es una poderosa herramienta para aprender a aprender, por lo cual puede contribuir de manera eficaz con los procesos de aprendizaje y enseñanza. De allí su importancia para la educación.

Se señala que la teoría del aprendizaje es muy útil en el campo de la educación, ya que puede explicar y comprender cómo las personas capturan y procesan la información recibida del entorno para convertirla en conocimiento, lo que determina la efectividad del aprendizaje. En este sentido,

el modelo de aprendizaje del que hoy hablamos se basa en la experiencia de las personas como sujeto activo en el proceso de aprendizaje, teniendo en cuenta el uso de diversos métodos, técnicas y procedimientos para desarrollar determinadas habilidades, mejorando así la capacidad de aprendizaje. El desempeño de la escuela produce estudiantes que son creativos, útiles y capaces de alcanzar su máximo potencial (Araujo, 2018).

Araujo (2018) plantea que "El uso de estrategias innovadoras en el ámbito educativo permite proporcionar herramientas y aplicar técnicas adecuadas para que los docentes y alumnos aprendan a usar al máximo sus capacidades, favoreciendo así el éxito académico".

El objetivo de comprender la PNL es proporcionar los puntos de referencia necesarios para una comunicación eficaz. Comunicarnos eficazmente y llegar a un punto de comunicación óptimo significa que fuimos capaces de lograr el objetivo que nos propusimos. La PNL ha estudiado el cómo alcanzar la excelencia y propone una serie de modelos y técnicas para lograrlo (Cudicio, 1996).

Es importante destacar que la PNL no se representa ni como filosofía ni como ideología, sino como una forma de estar atento, comprender y respetar a los demás; se basa en los posibles datos de la observación que ofrece la experiencia humana (Cudicio, 1996).

5.3 Marco conceptual

La Programación Neurolingüística (PNL) es un conjunto de modelos, habilidades cognitivas y técnicas para actuar, pensar y sentir de forma efectiva en todos los aspectos de nuestra vida. Estudia la conducta humana, centrándose en la comprensión de los procesos mentales y emocionales (Puigbo, 2019).

Puigbo (2019) desglosa la programación neuro lingüística así:

(P) Programación. Es la habilidad de codificar nuestras vivencias a través de nuestros sentidos. Creamos programas mentales que nos ayudan a organizar nuestra experiencia para conseguir nuestros objetivos.

(N) Neuro. Hace referencia a la manera en cómo nos relacionamos con el mundo, ya que toda experiencia es el resultado de procesar neurológicamente las representaciones que nos hacemos de la realidad, así como las percepciones eternas que recogemos a través de los sentidos.

(L) Lingüística. Se refiere a cómo utilizamos el lenguaje verbal y no verbal para darle sentido a nuestras experiencias. Utilizamos el lenguaje para ordenar nuestros pensamientos y conductas, así como para comunicarnos con nosotros mismos y con los de nuestro alrededor.

5.4 Marco legal

Ley 30 de 1992. Fundamentos de la educación superior, la educación superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

Ley 115 de 1994. Objeto de la ley: La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

6. Diseño metodológico

6.1 Tipo de estudio

Esta investigación fue de tipo descriptivo porque se hace una aplicación de la teoría de sobre el neuromarketing en el caso de los estudiantes del programa de mercadeo de la Universidad Santiago de Cali en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

6.2 Método

En esta investigación se hizo uso del método deductivo por que se parte del conocimiento general de la teoría del neuromarketing y se aplica al caso particular de los estudiantes del Programa de Mercadeo de la Universidad Santiago de Cali.

6.3 Fuentes y técnicas de recolección de la información

En esta investigación se utilizaron inicialmente fuentes secundarias representadas por documentos como libros y artículos de revistas digitales y la técnica será el análisis documental. Posteriormente se utilizó como fuente primaria a los estudiantes de Mercadeo de la Universidad Santiago de Cali, a quienes se les encuestó.

La muestra se calculó utilizando la siguiente fórmula para una población finita:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

n: Tamaño de muestra = 196 estudiantes

N: Tamaño de la población = 396 estudiantes

Z: Coeficiente de confianza = 95%

p: Probabilidad de éxito =0.5

q: Probabilidad de fracaso =0.5

d: Error máximo admisible = 5%

La ficha técnica de la encuesta se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta

Personas que la realizaron	Investigadores del proyecto
Fuente de financiación	Recursos propios
Universo de estudio	Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Santiago de Cali sede Pampalinda
Diseño de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Población	501
Tamaño de muestra	143 personas
Margen de error y nivel de confianza	Margen de error de muestreo 5%, Confiabilidad del 95%
Técnica de recolección de información	Encuesta con formulario digital
Periodo del trabajo de campo	Entre 20 octubre y diciembre 1 de 2020
Tema de la encuesta	Percepción sobre la programación neuro lingüística de los estudiantes de mercadeo de la universidad Santiago de Cali.
Numero de preguntas	10

6.4 Actividades del proyecto

- Reunión de planificación
- Revisión bibliográfica
- Sistematización de la información
- Cálculo de la muestra
- Elaboración de la encuesta
- Aplicación de la encuesta
- Análisis de la encuesta.
- Formulación de estrategias para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la Facultad.
- Informes de avance.
- Edición y entrega del informe final.

7. Resultados

7.1 Aspectos generales de la programación neurolingüística

El PNL es un modelo dinámico que trata de explicar cómo funciona el cerebro humano y cómo procesamos la información que nos llega del mundo. Con la programación neurolingüística se descubre cómo se comunica el ser humano consigo mismo y con su entorno, ayudando a comprender mejor los aspectos generales (Saludterapia, 2020).

7.1.1 Historia

La programación neurolingüística inicia cuando 2 grandes soñadores se juntaron para ejercer el PNL en los años 70, con la ayuda de los estudiantes en la Universidad de Santa Cruz California con Richard Bandler y John Grinder. Ellos estudiaron la teoría de tres destacados terapeutas: Fritz Perls, creador de la escuela Gestalt; Virginia Satir, conocida psicoterapeuta familiar; y Milton Erickson, notable hipnoterapeuta. Bandler y Grinder estudiaron a estos tres expertos de la comunicación y de la psicoterapia para averiguar las claves de sus éxitos, con el fin de poder hacer algo totalmente grande y exitoso (grupdedialeg.org, 2020).

7.1.2 Importancia

La PNL es una de las herramientas que nos sirven para organizar y utilizar mejor nuestras habilidades y capacidades, para incrementar las relaciones con los demás, extender nuestra confianza, la creatividad y autoestima. Además, La PNL, nos aportan técnicas eficaces para detectar cómo pensar y comunicarnos de forma fácil con nosotros mismos y con los demás, ya que lo que hacemos en la vida, está determinado por la manera en que nos comunicamos con nosotros mismos (grupdediale.org, 2020).

7.1.3 Uso del PNL

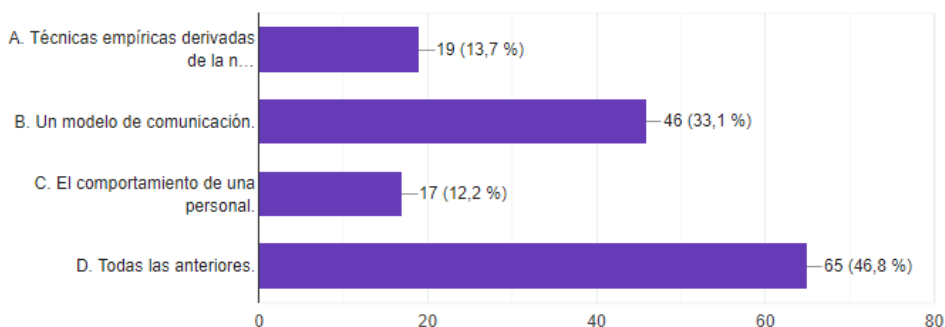
El uso que se le da al PNL es fundamental ya que nos ayuda a comprender mejor toda esta serie de estrategias que se centran en identificar y mejorar los procesos de enseñanza también influyen en el comportamiento de una persona, de mejorar la calidad y resolver problemas (grupdediale.org, 2020).

7.2 Opinión sobre la programación neurolingüística de los estudiantes del Programa de Mercadeo

Se realizó una encuesta sobre la programación neurolingüística para conocer y comprender mejor esta herramienta con el fin de que los estudiantes dieran su opinión sobre el tema.

7.2.1 Respuesta a la pregunta 1 ¿para usted que es la programación neurolingüística?

En la Figura 1 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 1 ¿Para usted que es la programación neurolingüística?



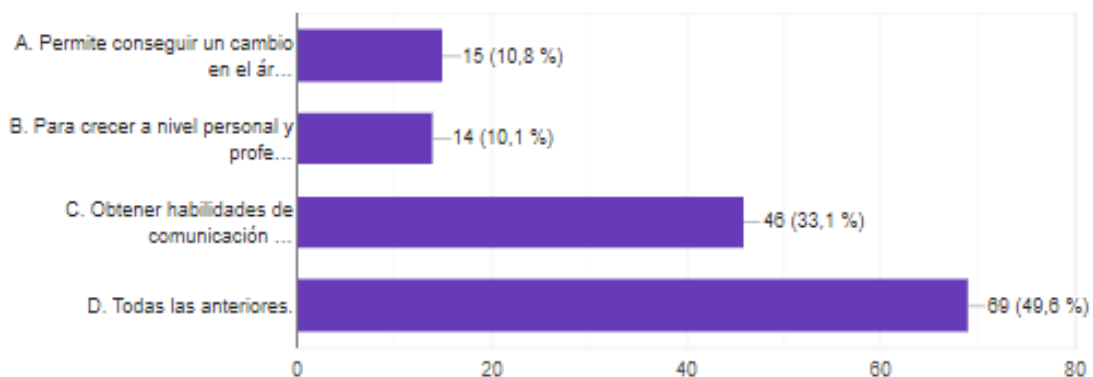
Fuente: elaboración propia

Figura 1. Respuesta a la pregunta 1 ¿Para usted que es la programación neurolingüística?

El 46.8% de los estudiantes consideraran que la neurolingüística son técnicas empíricas derivadas de la neurociencia, también que es un modelo de comunicación, y que es el comportamiento de una persona, sin embargo, el 12.2% acertaron más en la respuesta. Esto quiere decir que los encuestados tienen conocimiento sobre la PNL y tienen una idea de que es la neuringuística (Figura 1).

7.2.2 Respuesta a la pregunta 2 ¿Para qué sirve la programación neurolingüística?

En la Figura 2 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 2 ¿Para qué sirve la programación neurolingüística?



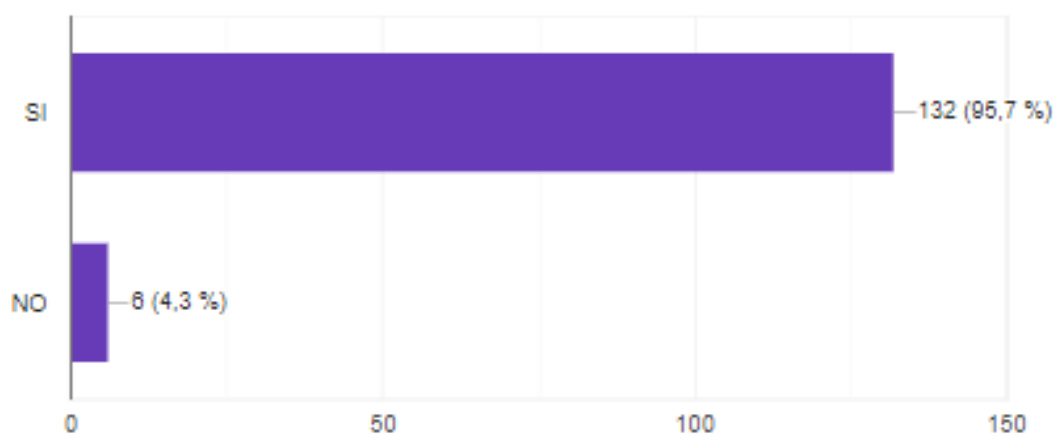
Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Respuesta a la pregunta 2 ¿para qué sirve la programación neurolingüística?

El 49.6% de los estudiantes acertaron en que la PNL sirve para conseguir un cambio en el área del desarrollo personal para obtener habilidades de comunicación especiales estratégicas y así crecer a nivel personal y profesional. El 33.1%, 10.8% y 10.1%, no tienen una idea completa de las respuestas. Esto significa que casi la mitad de los encuestados acertaron en la respuesta correcta (Figura 2).

7.2.3 Respuesta a la pregunta 3 ¿Cree usted que el PLN será una herramienta de trabajo en un futuro cercano?

En la Figura 3 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 3 ¿cree usted que el PLN será una herramienta de trabajo en un futuro cercano?.



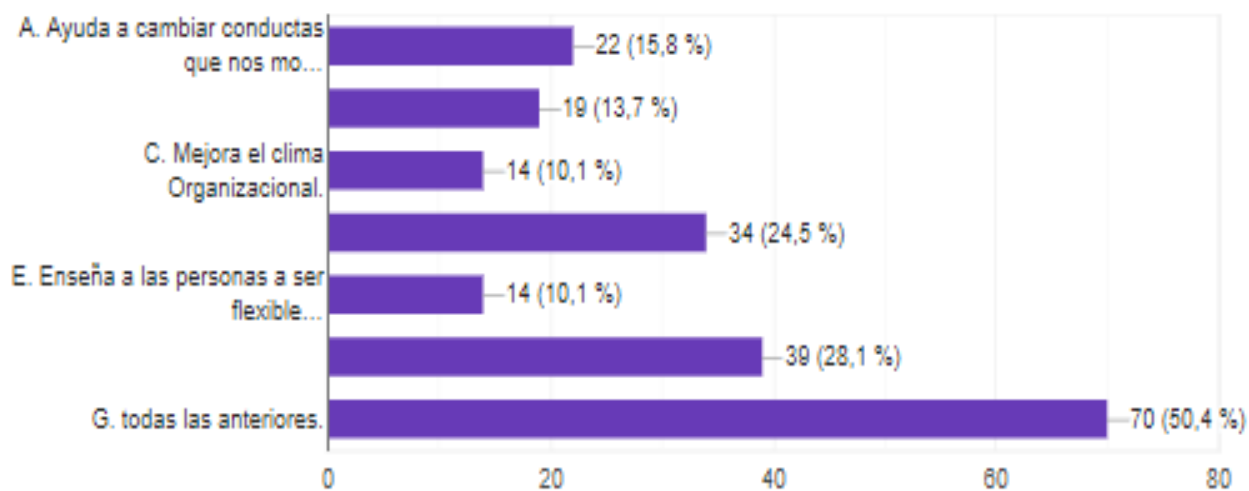
Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Respuesta a la pregunta 3 ¿Cree usted que el PLN será una herramienta de trabajo en un futuro cercano?

El 95.7% de los estudiantes consideran que la programación será una herramienta fundamental en el futuro ya que nos permitirá conocer los procesos mentales que usamos para codificar información y el 4.3% consideran que no servirá en un futuro (Figura 3).

7.2.4 Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas del PNL?

En la Figura 4 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas del PNL?



Fuente: Elaboración propia

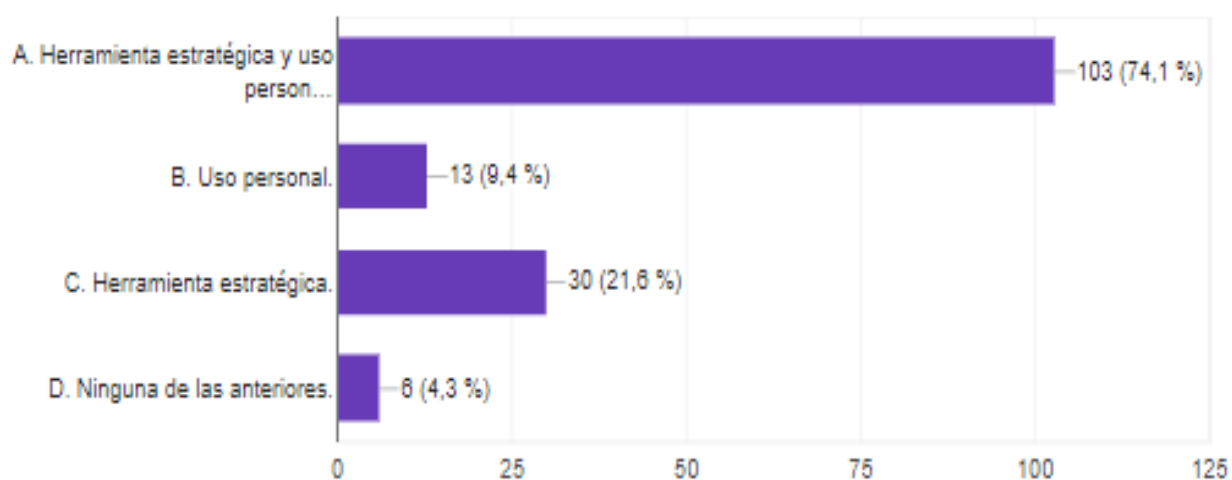
Figura 4. Respuesta a la pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas del PNL?

Los estudiantes consideran que la ventaja que tiene la PNL es el (50.4%) ya que se centra en explicar la importancia que tiene la programación, el (28.1%) respondieron que mejora la capacidad de aprendizajes y mejora las conductas que nos bloquean. Y (24.5%) tiene como ventaja que nos ayuda a identificar el canal de comunicación con los interlocutores, (15.8%), de los estudiantes consideran que las ventajas de la PNL son cambiar conductas que nos molestan y

bloquean y el resto de las encuestas fueron las menos encuestadas por los estudiantes la universidad Santiago de Cali (13.7%) (10.1%) (10.1%) (Figura 4).

7.2.5 Respuesta a la pregunta 5 ¿Qué uso le puede dar un profesional a la programación neurolingüística?

En la Figura 5 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 5 ¿Qué uso le puede dar un profesional a la programación neurolingüística?



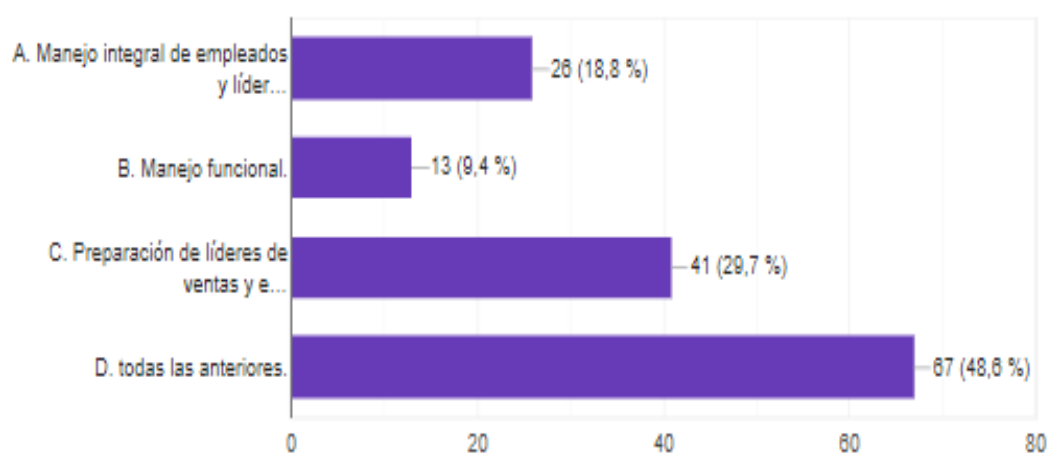
Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Respuesta a la pregunta 5 ¿Qué uso le puede dar un profesional a la programación neurolingüística?

El 74.1% acertaron la respuesta y dicen que considera que el uso que le puede dar un profesional a la programación neurolingüística son herramientas estratégicas y uso personal, el 21.6% considera que sirve para herramientas estratégicas, el 9.4% considera que le puede dar uso personal y el 4.3% considera que ninguna de las respuestas anteriores sirve para darle uso. Esto quiere decir que la mayoría de estudiantes tuvieron una acertada respuesta

7.2.6 Respuesta a la pregunta 6 ¿Cuál cree usted que es el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia?

En la Figura 6 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 6 ¿Cuál cree usted que es el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia?



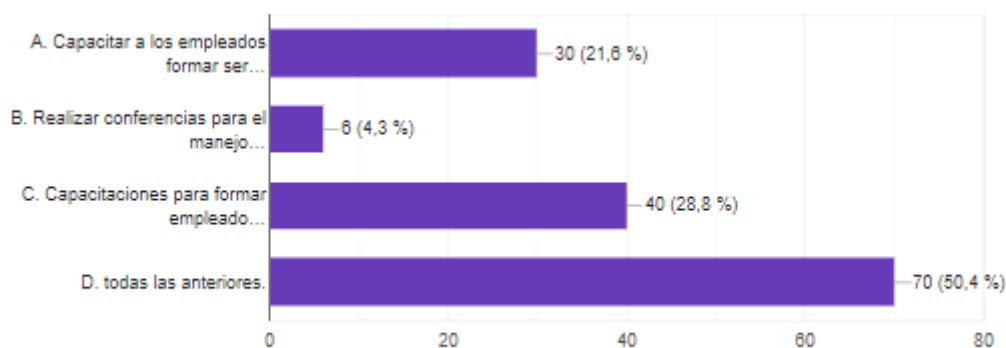
Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Respuesta a la pregunta 6. ¿Cuál cree usted que es el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia?

El 18.8% considera que el actual uso de la programación neurolingüística en las micros y pequeñas empresas de Colombia es el manejo integral de empleados y líderes, el 9.4% considera que es el manejo funcional, el 29.7% considera que es la preparación de líderes de venta y equipo y el 48.6% considera que son todas las anteriores

7.2.7 Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál cree usted que es el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL?

En la Figura 7 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 7 ¿Cuál cree usted que es el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL?.



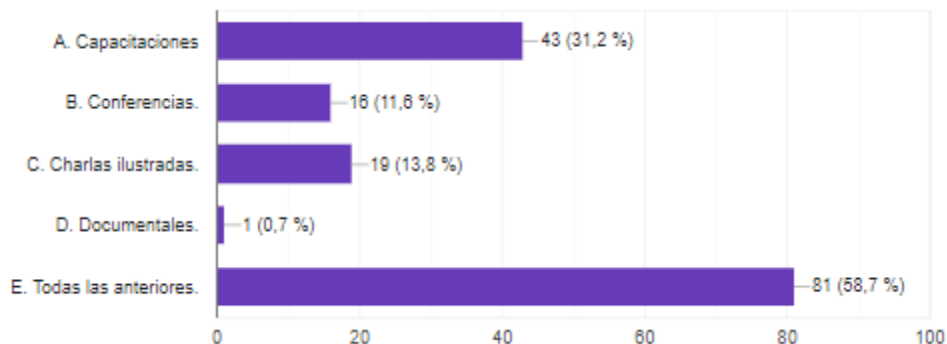
Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Respuesta a la pregunta 7 ¿Cuál cree usted que es el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL?

El 21,6% considera que el grado de interés de las grandes compañías en el uso del PNL es capacitar a los empleados, formar seres íntegros y estratégicos, el 4.3% considera que deben realizar conferencias para el manejo de poder de decisiones laborales, el 28.8% considera que hay que hacer capacitaciones para formar empleados con estrategias en relaciones interpersonales y el 50.4% considera que son todas las anteriores .

7.2.8 Respuesta a la pregunta 8. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística?

En la Figura 8 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 8. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística?



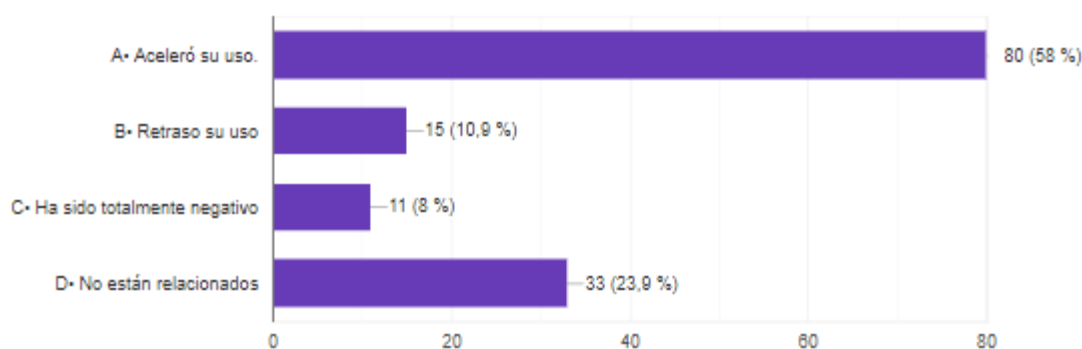
Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Respuesta a la pregunta 8. ¿Cuál considera que es la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística?

El 31.2% considera que la mejor estrategia para el fortalecimiento del conocimiento de la programación neurolingüística es realizar capacitaciones, el 11.6% considera que es realizar conferencias, el 13.8% considera que es realizar charlas ilustradas, el 0.7% es ver documentales y el 58.7% considera que todas las anteriores.

7.2.9 Respuesta a la pregunta 9. ¿Es posible que la pandemia de COVID-19 afecto el PNL?

En la Figura 9 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 9. ¿Es posible que la pandemia de COVID-19 afecto el PNL?



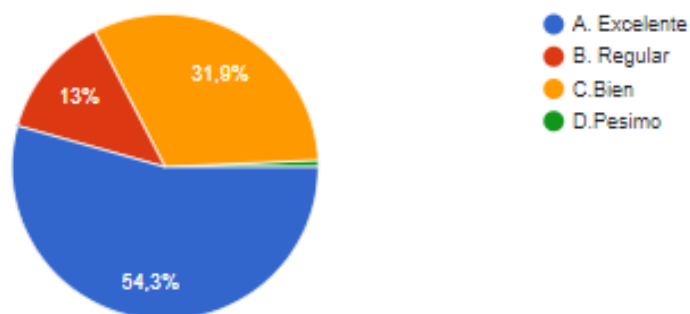
Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Respuesta a la pregunta 9 ¿Es posible que la pandemia de COVID-19 afecto el PNL?

El 58, % considero que Es posible que la pandemia de COVID-19 afecte el PNL ya que acelero su uso, el 10.9% considera que retraso su uso, el 8% considera que ha sido totalmente negativo, el 23.9% considera que no están relacionados

7.2.10 Respuesta a la pregunta 10. Que tan satisfecho te sientes al conocer sobre la neurolingüística

En la Figura 10 se presenta el resultado de las respuestas a la pregunta 10 Que tan satisfecho te sientes al conocer sobre la neurolingüística



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Respuesta a la pregunta 10 ¿Que tan satisfecho te sientes al conocer sobre la neurolingüística?

Se hizo una encuesta hacia los estudiantes, donde el 54.3% de ellos consideran que se sienten complacidos al conocer más sobre la programación neurolingüística ya que les ayuda para el fortalecimiento mental, el otro 31.9% de los estudiantes consideran que el tema les ayuda a tener una mejor comprensión. El 13% de los encuestados contestaron que se sintieron regular. El 0% los estudiantes no respondieron esta pregunta ya que no se identificaron.

7.3 Estrategias para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la Facultad

Las estrategias propuestas para el fortalecimiento del conocimiento sobre la programación neurolingüística en estudiantes de la facultad son: Talleres didácticos donde se pueda observar la facilidad de persuadir a una persona para lograr respuestas afirmativas y lograr una mayor comprensión con el interlocutor y ser claros, Conferencia de herramientas y usos de la programación neurolingüística aplicada a las ventas y cierre de negocios, comprendiendo la psicología del consumidor, Curso virtual extracurricular de fundamentos de la programación neurolingüística y Diplomado en coaching estratégico para organizar cualidades en cargos.

7.3.1 Talleres didácticos

Talleres didácticos donde se pueda observar la facilidad de persuadir a una persona para lograr respuestas afirmativas y lograr una mayor comprensión con el interlocutor y ser claros.

Las características de los talleres serán:

Título del taller didáctico: El arte de persuadir.

Duración: 1 hora, por día, por 2 semanas.

Objetivo: comprender las habilidades básicas de comunicación.

Justificación: La persuasión se basa en la empatía y en la inteligencia emocional, es importante aprender diferentes habilidades básicas emocionales del ser humano y consumidor, conocer las

variables mentales del consumidor, las habilidades sociales – económicas, ciencias cognitivas, desarrollo del pensamiento estratégico.

Temas: Inteligencia emocional y la asociación con la psicología del consumidor, Programación neurolingüística, Persuasión y las habilidades básicas.

Metodología del taller: Educación a distancia, modo virtual.

Referencias bibliográficas del curso:

https://retina.elpais.com/retina/2019/03/18/talento/1552909346_515183.html

7.3.2 Conferencia de herramientas y usos de la programación neurolingüística aplicada a las ventas y cierre de negocios, comprendiendo la psicología del consumidor

Las características de las conferencias serán:

Título de la conferencia: Herramienta de marketing para la identificación de los clientes y cierres comerciales exitosos.

Duración: 1 hora.

Objetivo: Lograr habilidades comerciales basadas en programación neurolingüística.

Justificación: Conocer e identificar los gustos del consumidor fácilmente, logrando cerrar una venta exitosa siendo 100% eficaz en servicio al cliente y fidelización creando una venta perfecta.

Donde se explicarán diversas estrategias empresariales y de habilidades emocionales y psicológicas con facilidad, para abordar y llevar a un cierre de venta exitoso, ganado fidelización efectiva y entregando un servicio al cliente impecable.

Temas: Marketing estratégico, Habilidades comerciales, Programación neuro lingüística en conexión con la psicología del consumidor.

Metodología del curso: conferencia a distancia, modo virtual.

Estrategias comerciales actuales, servicio al cliente fidelización.

Referencias bibliográficas:

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17953/1/2020_Pnl_Herramienta_Marketing.pdf

7.3.3 Curso virtual extracurricular de fundamentos de la programación neurolingüística.

Las características de curso virtual extracurricular serán:

Título del Curso: programación neurolingüística o PNL.

Duración: 6 días, 2 horas por día.

Objetivo: Conocer los mecanismos neurológicos, lingüísticos y conductuales de asociación que permita la formación de patrones comportamentales, asimilados por medio de las experiencias.

Temas: Fundamentos conceptuales y metodológicos de la Programación neurolingüística (PNL), Bases biológicas y psicológicas del lenguaje y la conducta humana, Comprensión como se estructura el cerebro humano, Principales técnicas de la PNL, Relación entre el PNL y el desarrollo personal, Análisis de cómo se puede emplear el PNL en los ámbitos psicoterapéuticos y educativos.

Metodología del curso: Curso a distancia, modo virtual.

Referencias bibliográficas del curso:

<https://edutin.com/curso-de-programacion-neurolinguistica-o-pnl-4314>

7.3.4 Diplomado en coaching estratégico para organizar cualidades en cargos.

Las características del diplomado son:

Título del diplomado: Liderazgo organizacional estratégico basado en (PNL) y el desarrollo personal.

Duración: 6 meses con intensidad de 2 horas por día.

Objetivo: Comprender los grupos comerciales empresariales y su entorno, como cargos y responsabilidades en los puestos de trabajo, con el fin ser más eficientes y exponenciales.

Justificación: identificar cualidades potenciales y eficaces personales para cada cargo, creando líderes independientes, con cualidades de éxito en la parte comercial organizacional.

Temas: Competencias de liderazgo competitivas empresariales actuales, Métodos y técnicas organizacionales empresariales, Como lograr el desarrollo personal y el PNL en grupos activos comerciales actuales, Conocimientos en el programa de liderazgo organizacional.

Metodología del curso: Diplomado a distancia, modo virtual.

Referencias bibliográficas del curso:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5438/T-PUCE-5666.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

8. Discusión

Los resultados muestran que casi el 50% de los estudiantes encuestados consideran que la neurolingüística es una técnica empírica, la cual está derivada de la neurociencia, esto quiere decir que casi la mitad de los estudiantes encuestados tenían conocimiento sobre la P.N.L. esto podría estar directamente relacionado con el hecho de que los participantes encuestados se encuentran en un contexto educativo superior que les permite tener acceso con este tipo de información, y también se debe tener en cuenta que los participantes tienen un nivel de educación significativamente alto.

Por otro lado, se pudo evidenciar que también el 50% de los encuestados tienen conocimiento acerca de la función que tiene la programación neurolingüística, y casi el 100% de los participantes creen en la posibilidad de que el PNL será una herramienta de trabajo en un futuro cercano.

Por otro lado en el ítem que evaluó cuáles son las ventajas del PNL, el 50% se basó en explicar únicamente las funciones de la programación, y casi el 16% afirmó que las ventajas del PNL eran cambiar conductas negativas, aunque no la gran mayoría reconoce las ventajas del PNL, es importante resaltar que casi el 75% esto se puede relacionar con el hecho de que las universidades, incluida la universidad Santiago de Cali están centrados en la enseñanza y aplicación de los PNL en el desarrollo institucional de los centros educativos, por lo tanto muchos de los estudiantes están relacionados con el tema y sea de manera general o conocen el tema de manera muy particular.

También solo el 55% de los estudiantes encuestados, se mostraron satisfechos al conocer del tema de los PNL.

Con base a las investigaciones previamente revisadas se puede decir que, por ejemplo según lo que plantea González-Miranda (2011) “los PNL se ha vuelto popular en los campos administrativo y organizativo. Sin embargo, la aplicación de sus recomendaciones metodológicas teóricas y su prometida efectividad no han sido suficientemente estudiadas y mucho menos criticadas”, en la presente investigación se pudo corroborar esta afirmación, ya que aunque es un tema muy importante y muchas personas conocen el termino, no se tiene pleno conocimiento del tema y aún falta investigaciones por llevar acabo, las cuales permitan que los estudiantes lean, conozca y adicional a esto muestren interés y hagan uso de los PNL en un futuro cercano.

9. Conclusiones

- La PNL es un modelo el cual trata de explicar la función del cerebro en relación a como el ser humano procesa la información la cual llega del mundo que nos rodea.
- La neurolingüística permite conocer cómo se comunica el ser humano consigo mismo y con el entorno.
- La PNL se define como una herramienta la cual sirve para organizar y manejar mejor las utilidades y capacidades, adicional a esto permite adquirir técnicas eficaces para lograr detectar como pensar y comunicarse de forma más fácil.
- El 46,8% de los estudiantes encuestados consideran que la neurolingüística son técnicas empíricas de la neurociencia y también un modelo de comunicación.
- El 95.7% de los estudiantes consideran que la programación será una herramienta fundamental en el futuro ya que nos servirá y nos permitirá conocer los procesos mentales que usamos para codificar información y el 4.3% consideran que no servirá en un futuro.
- Se pudo demostrar que los estudiantes consideran que las ventajas que tiene la PNL es que se centra en explicar la importancia que tiene la programación, el 28.1% respondieron que mejora la capacidad de aprendizajes y mejora las conductas que nos bloquean, y el 24.5% tiene como ventaja que nos ayuda a identificar el canal de comunicación con los interlocutores, 15.8% de los estudiantes consideran que las ventajas de la PNL son cambiar conductas que nos molestan

- Dentro de las propuestas para el fortalecimiento del conocimiento de neurolingüística se propuso los talleres didácticos, ya que estos permitieron facilitar la adquisición de información en los estudiantes que participaron en la investigación.
- De acuerdo a los estudiantes el COVID – 19 puede ser un determinante que afecte el PNL.

10. Recomendaciones

- Sería importante que se realicen anualmente una encuesta similar a la que se realizó en este trabajo para hacer un seguimiento al tema en los estudiantes de administración.
- Se recomienda que la Programa implemente las estrategias extracurriculares planteadas en este trabajo para mejorar el conocimiento sobre el tema de los estudiantes.

Referencias bibliográficas

-Araujo, M. E. (2018). PNL y superaprendizaje en el desarrollo cognitivo: una experiencia en el PNL.

https://www.redalyc.org/jatsRepo/356/35656002012/html/index.html#redalyc_35656002012_ref16

Casado A., Y. y Pinedo G., R. (2015). La programación neurolingüística (PNL) en la escuela: una metodología eficaz para fomentar la creatividad.

https://www.researchgate.net/profile/Ruth_Pinedo/publication/286863232_Avances_en_ciencias_de_la_educacion_y_del_desarrollo/links/5843cbb108ae8e63e623d28a/Avances-en-ciencias-de-la-educacion-y-del-desarrollo.pdf

-Crecer con PNL. (2020). Historia de la PNL. <https://crecerconpnl.com/historia-pnl#:~:text=La%20PNL%20fue%20creada%20por,principios%20de%20los%20a%C3%B1os%2070.&text=Su%20primer%20libro%2C%20La%20estructura,ninguna%20referencia%20a%20la%20PNL>

-Cudicio, C. (1996). Comprender la PNL. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=u-BhRA3BHsoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=libro+Programacion+Neurolinguistica&ots=4moHVoAvkM&sig=Sm0Ts->

[cIzZzR8ftAIftabuYYVWI#v=onepage&q=libro%20Programacion%20Neurolinguistica
&f=false](https://www.researchgate.net/publication/322144558_La_programacion_neurolinguistica_una_reflexion_critica_a_su_propuesta_y_algunas_consideraciones_para_su_aplicacion_dentro_delambito_organizacional)

-Gamboa, M. C., García, Y., & Ahumada, V. del R. (2020). Estudiantes universitarios como actores del proceso de aprendizaje bajo los fundamentos de la PNL.

<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/2485/2585>

-Gonzales-Miranda, D. R. (2011). La programación neurolingüística: una reflexión crítica a su propuesta y algunas consideraciones para su aplicación dentro del ámbito organizacional.

https://www.researchgate.net/publication/322144558_La_programacion_neurolinguistica_una_reflexion_critica_a_su_propuesta_y_algunas_consideraciones_para_su_aplicacion_dentro_delambito_organizacional

-Grupdedialeg.org. (2020). ¿Qué ES LA PNL? Programación Neurolingüística

https://grupdedialeg.org/wp-content/uploads/Temes/2011_12/Raices%20hist%C3%B3ricas%20y%20evoluci%C3%B3n%20de%20la%20PNL.pdf

-Manrique P., L. H. (2003). Gestión del nuevo milenio y programación neurolingüística (PNL).

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/25032/25568>

Pedraza B., A. C. (2018). Objetivos y características de la PNL, programación neurolingüística.

<https://www.gestiopolis.com/objetivos-y-caracteristicas-de-la-pnl-programacion-neurolinguistica/>

-Puigbo V., J. (2019). PNL que es y para qué sirve. https://www.psicologia-online.com/pnl-que-es-y-para-que-sirve-4340.html#anchor_0

-Saludterapia (2020). PNL. [https://www.saludterapia.com/glosario/d/80-pnl.html#:~:text=La%20Programaci%C3%B3n%20Neuroling%C3%BC%C3%ADstica%20\(PNL\)%20es,mismo%20y%20con%20su%20entorno](https://www.saludterapia.com/glosario/d/80-pnl.html#:~:text=La%20Programaci%C3%B3n%20Neuroling%C3%BC%C3%ADstica%20(PNL)%20es,mismo%20y%20con%20su%20entorno)

-Sambrano J. (1997). PNL para todos. Caracas: Editorial Alfadil.

-Sambrano J. y Steiner A. (2007). Estrategias educativas para docentes y padres del siglo XXI. Caracas: Editorial Alfa. <http://bdigital.ula.ve/storage/pdf/accion/v21n1/art15.pdf>

USC. (2020). Mercadeo. <https://economicas.usc.edu.co/index.php/programas-de-grado/mercadeo>