

PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA EN EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS DE
LA EMPRESA ANIMARTE RECREACIÓN Y EVENTOS.

OTÁLORA ROMERO JAVIER EDUARDO
SALAMANCA BARRERA CAMILO ANDRÉS

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.

2018

PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA EN EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS DE
LA EMPRESA ANIMARTE RECREACIÓN Y EVENTOS.

OTÁLORA ROMERO JAVIER EDUARDO
SALAMANCA BARRERA CAMILO ANDRÉS

Asesor de trabajo

ROBERT TOVAR SÁNCHEZ

Trabajo de grado para optar al título de
Profesional en Administración de Empresas

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.

2018

Nota de aceptación de jurado

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Resumen

Esta investigación pretende establecer y explicar en detalle la hipótesis planteada y comprobada de que la percepción que han tenido los programas propuestos por la programación neurolingüística han contribuido en el desarrollo de las competencias de la empresa Animarte recreación y eventos.

El instrumento tomado en cuenta para medir y explicar el grado de percepción de las propuestas de la PNL en desarrollo de competencias en la empresa investigada es un estudio cuantitativo y de alcance explicativo porque permite además de familiarizarse con el referente teórico llegar más allá de una descripción de variables. La muestra que se consideró para adelantar la investigación fueron 30 colaboradores de la empresa, todos ellos de las áreas funcionales de la organización.

Se pudo establecer con la investigación realizada que la PNL además de proponer prácticas que alteran la cultura organizacional logra una percepción positiva en los empleados que a su vez se puede ver reflejado en un mejor clima laboral.

Abstract

This research aims to establish and explain the hypothesis raised and proven that the perception of the proposed programs for neurological programming has contributed to the development of the company Animarte recreación y eventos.

The instrument taken into account to measure and explain the impact of NLP on the development of competencies in the company is a quantitative study with an explanatory scope because it also makes it possible to become familiar with the theoretical referent and go beyond a description of variables. The sample that was opened for the investigation was 30 employees of the company, all of them from the functional areas of the organization.

It was possible to establish with the research carried out that the NLP, in addition to proposing practices that alter the organizational culture, has a positive impact on employees, which in turn can be reflected in a better working environment.

Contenido

Introducción	5
Capítulo I: Marco metodológico	6
Tema de investigación	6
Problema de investigación	6
Objetivos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Justificación.....	7
Capítulo II: Marco de referencia	9
Antecedentes	9
Marco Teórico.....	11
Introducción de la PNL.....	11
Principios de la PNL.....	14
PNL en la comunicación empresarial.....	15
PNL en el proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias en servicio al cliente.....	17
PNL en desarrollo organizacional.....	20
Marco conceptual	21
Herramientas de la PNL.....	21
Capítulo III: Componente investigativo	25
Metodología del proyecto.....	25
Diseño de investigación para el proyecto.....	25
Herramienta de recolección de datos.....	26
Instrumento para la medición de los datos recolectados.....	27
Descripción de la población	30
Descripción de la muestra	30
Recolección de datos.....	30
Descripción de los datos recolectados	31
Género de encuestados.....	31
Edad de los encuestados.....	31
Administración del proyecto.....	32
Capítulo IV: Análisis de los datos	34
Comunicación	36

Servicio al cliente	40
Desarrollo organizacional	43
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	51
Conclusiones	51
Recomendaciones	52
Referencias	54
Listas especiales	55
Lista de ilustraciones	55
Lista de Tablas	57
Anexo 1	58

Introducción

La necesidad de la presencia de modelos para el desarrollo de competencias en las organizaciones hace pertinente el desarrollo de prácticas que alteren la conducta organizacional y el logro de objetivos empresariales.

La correspondiente investigación tiene como premisa el estudio de los modelos existentes que logran permitir a las empresas generar competencias en sus áreas funcionales y también encontrar herramientas para impulsar competencias empresariales especialmente en las pymes colombianas como la empresa Animarte recreación y eventos.

Dicha investigación pretende encontrar propuestas pertinentes para generar lineamientos que favorezcan la sostenibilidad de las organizaciones tomando como referencia el comportamiento organizacional y los nuevos modelos de negocio en nuestro país.

Capítulo I: Marco metodológico

Tema de investigación

La investigación se concentra en los estudios socioeconómicos y administrativos. Como sublínea de investigación se va a tener en cuenta la teoría y cultura organizacional considerando que dicho campo tiene como objetivo analizar los fenómenos sociales, estratégicos y de desarrollo al interior de las organizaciones, también la interacción de estos con las variables del entorno que ejercen influencia directa e indirecta en la gestión de las empresas.

En la sublínea descrita se pretende estudiar el comportamiento organizacional para tratar temas como la sociología organizacional, liderazgo, motivación y cambio organizacional.

Problema de investigación

En la actualidad se evidencia la existencia de diferentes metodologías para el desarrollo de las competencias laborales, empresariales y de capacitación del talento humano, algunas posiblemente se alejan de su objetivo primordial que es facilitar el logro de los resultados esperados principalmente en las áreas funcionales de las empresas.

Teniendo en cuenta lo anterior es normal que las empresas releguen la utilización de estas técnicas que también sirven para facilitar el empoderamiento y clima organizacional que provoca la desmotivación e inconformidad de los empleados y a su vez se puede transmitir a los usuarios finales especialmente en las empresas que usan el servicio al cliente como su razón social, esto a causa posiblemente del desconocimiento de las técnicas existentes para el desarrollo de competencias en las organizaciones.

A partir de este panorama se plantea el problema de investigación porque en síntesis es la existencia de modelos para el desarrollo de competencias en las organizaciones lo que hace necesario determinar cómo estos modelos contribuyen al desarrollo de prácticas que alteran la conducta organizacional y el logro de objetivos en las empresas. Es por lo anterior que se toma en cuenta la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la percepción de la aplicación de técnicas propuestas dentro de la programación neurolingüística para el desarrollo de las competencias en la organización Animarte recreación y eventos? Como muestra se tendrá en cuenta 30 colaboradores que han participado en los procesos de capacitación y formación en PNL.

Objetivos

Objetivo general.

Identificar qué grado de percepción tiene la aplicación de la PNL (programación neurolingüística) en el proceso formativo en la empresa Animarte Recreación y Eventos para el logro de sus objetivos y desarrollo de competencias internas en sus colaboradores.

Objetivos específicos.

- Analizar como la PNL se percibe en el desarrollo de una mejor comunicación en la empresa Animarte recreación y eventos para poder establecer como favorecen su clima organizacional midiendo el grado de aceptación que tienen las capacitaciones por parte de los trabajadores.
- Identificar qué percepción se ha logrado con la implementación de acciones propuestas por la PNL en el proceso de aprendizaje de habilidades en servicio al cliente al interior de la empresa Animarte Recreación y Eventos para demostrar su pertinencia de su implementación.
- Establecer cuál es el grado de percepción de las prácticas propuestas por la PNL para el desarrollo organizacional en los colaboradores de la empresa Animarte Recreación y Eventos.

Justificación

El desarrollo de competencias empresariales como factor fundamental para la consecución de los objetivos en una organización hace pertinente identificar las prácticas existentes que alteran la cultura organizacional y contribuyen al proceso de mejora continua en las áreas funcionales de las empresas.

Algunas de las prácticas que se evidencian en la actualidad implementadas por las empresas en la ciudad de Bogotá para el desarrollo de competencias son propuestas por la PNL (programación neurolingüística) por esto se pretende con la presente investigación identificar la relación existente entre la PNL y el desarrollo de competencias en las organizaciones. Con la información suministrada se puede identificar que competencias se pueden desarrollar con la implementación de la PNL y que grado de percepción se evidenciaría en las empresas que la implementen como modelo en la conducta organizacional.

Una de las numerosas empresas en Bogotá que ha adelantado procesos de capacitación para sus colaboradores en propuestas de PNL es Animarte recreación y eventos. La empresa en mención reúne las características pertinentes para adelantar la investigación considerando su

actividad y que tomando como muestra parte considerable de sus colaboradores se puede evidenciar los resultados que permitirían responder al problema de investigación.

La comunicación, el servicio al cliente y el desarrollo organizacional son variables que pueden medir la implementación de la PNL porque son los aspectos más representativos que se trabajan en los procesos de capacitación especialmente en la empresa estudiada.

Capítulo II: Marco de referencia

Antecedentes

La empresa estudiada en el presente trabajo de investigación es Animarte Recreación y eventos, en una empresa familiar que lleva 13 años en el mercado de actividades recreativas y esparcimiento en la ciudad de Bogotá, es una empresa privada con un único accionista que es la Gerente general.

Fue fundada el 21 de septiembre del año 2005 en la localidad de Puente Aranda por la economista Diana Santana quien inicio la organización con 5 empleados y en la actualidad cuenta con 30 empleados o recreadores en su mayoría estudiantes universitarios. Diana Santana fundadora de la empresa tomo la decisión de llevar a cabo este proyecto después de realizar un curso de recreación en el SENA, así logro descubrir este mercado e iniciar constituyendo Animarte Recreación y eventos.

Para la Gerente General de Animarte Recreación fue importante tomar los servicios de integral coaching con el propósito de medir y mejorar el compromiso de sus empleados en el cumplimiento de los objetivos y metas diseñados por la empresa, además mejorar la relación y comunicación de sus colaboradores y clientes.

Integral Coaching es una de las empresas que se dedica a brindar capacitación en herramientas de PNL aplicada a competencias laborales y consultoría empresarial. Hasta la actualidad registra su colaboración en las siguientes compañías entre otras beneficiadas por sus programas:

- Bancamia
- Colegio San Juan De Ávila
- Asincro
- The Line Group
- Cubix De Colombia
- Altipal
- Koe
- Diageo De Colombia
- Bolsa Mercantil De Colombia
- Red Assist
- Coomeva

- Universidad De La Sabana
- Ecopetrol
- Refinancia
- Equitec
- Ingeurbe
- Asincro
- Four Point
- Terre Des Hommes
- Universidad Piloto De Colombia
- Fusion - Oracle
- Clínicas Naturizza
- Ic Inversiones
- Animarte recreación y eventos.

Sus programas se concentran en:

-Desarrollo de equipo: Intercambio de comunicación, definir roles, coordinar funciones, interacción en equipo, facilitar ideas y tomar decisiones.

- Gestión de proyectos: lidiar con pocos recursos, compartir conocimientos, encontrar soluciones creativas.

- Comunicación interpersonal: Adaptar la conducta, aceptar los puntos de vista e ideas de otros.

- Coordinación: Identificar las estrategias de comunicación y procedimientos para mantener una relación organizada y clara con los objetivos y metas del equipo.

-Planeamiento estratégico: Identificación y organización de recursos, ideas, soluciones y acciones.

- Complementariedad: Reconocer capacidades y fortalezas al funcionar conjuntamente.

(integral coaching, Actualizado en Mayo de 2018)

Integral Coaching se dedica a trabajar en aspectos de la PNL como la comunicación el desarrollo de competencias y habilidades de servicio al cliente. Una de las empresas que hizo parte de sus programas de capacitación es precisamente Animarte Recreación y Eventos.

En la ciudad de Bogotá son varias las compañías públicas y privadas que han hecho uso de la PNL como estrategia para mejorar sus ritmos productivos. La empresa Asesores en Excelencia Integral (ASEIA) que es una firma avalada por John Grinder creador de la PNL en Colombia registra más de 300 empresas capacitadas en la ciudad, más de 1000 colaboradores capacitados y aproximadamente 500 directivos entre ellos (ASEIA Asesores en excelencia integral, Recuperado en Abril de 2018). En el campo empresarial dicha empresa pretende generar una cultura basada en el direccionamiento estratégico, con el fin de elevar la rentabilidad a través de la promoción de las aptitudes del recurso humano.

Adicional a la empresa mencionada anteriormente se registran numerosas empresas que realizan capacitaciones y programas basados en propuestas de la PNL en las empresas de la ciudad o en sus colaboradores lo que hace que el número de empresas que han recibido capacitación en PNL sea aún más abundante.

Marco Teórico

Introducción de la PNL.

“La programación neurolingüística o PNL se define en términos sencillos como un conjunto de actitudes, herramientas, percepciones y aprendizajes capaces de hacer cambiar la forma de pensar y actuar” (Torres, 2001 p. 4). Esto hace que la PNL se haya constituido en una fuente importante para el mejoramiento del desempeño individual y grupal de las organizaciones, en la medida en que aporta herramientas necesarias para promover el desarrollo efectivo del proceso interno de comunicación, permitiendo la moderación de las actitudes de todos los individuos que interactúan diariamente. Al desglosar la Programación neurolingüística se puede empezar a entenderla mejor.

- Programación: En referencia al proceso a través del cual las personas organizamos y programamos los pensamientos, las creencias, los sentimientos y las acciones para lograr cambios deseados. (seymour & O’connor, 1990 y 1993).
- Neuro: Se refiere a que toda conducta o pensamiento es el resultado de los procesos del cerebro y del sistema nervioso. Al recoger información a través de la audición, el olfato, el gusto, el tacto y las sensaciones o sentimientos. (seymour & O’connor, 1990 y 1993)

- Lingüística: Se trata de los procesos cognitivos o patrones que afectan a la comprensión y a la comunicación. (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

Con la utilización de la PNL se han logrado desarrollar modelos de solución eficaz de conflictos internos teniendo en cuenta que esta ciencia fue desarrollada en la década de los años 70 a partir de las investigaciones de John Grinder y Richard Bandler, quienes orientaron sus estudios a la tarea de crear una base teórica que describiera adecuadamente la interacción humana y, en especial, la forma en que lo hacen las personas que tienen éxito. (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

“La PNL trata la experiencia humana, como organizamos lo que vemos, oímos y sentimos sobre el mundo exterior, también como lo describimos mediante el lenguaje. Cada uno vive en su realidad única, construida por sus propias impresiones y experiencias de la vida y actuamos de acuerdo a esto”. (Coleman, 1999).

Si bien los objetivos originales de la programación neurolingüística eran terapéuticos, los patrones también se han adaptado para su uso fuera de la psicoterapia, para la comunicación interpersonal y la persuasión incluyendo la comunicación empresarial, capacitación en gestión las ventas, el deporte, influencias interpersonales, coaching, trabajo en equipo, oratoria, negociación y docencia. (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

Según sus autores de acuerdo con las impresiones y experiencias de la vida filtramos las precepciones que determinan el mundo en que vivimos. Nuestras convicciones también son filtros haciendo que actuemos de ciertas maneras y advirtamos unas cosas a consta de otras.

“La PNL utiliza unos filtros básicos que suelen llamarse marcos de conducta que consisten en la forma de pensar y de actuar”. (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

El primer marco es una orientación hacia los objetivos más que a los problemas. Esto nos habla de descubrir lo que nosotros y los demás queremos, descubrir los propios recursos y utilizarlos para dirigirnos hacia la meta. (seymour & O'connor, 1990 y 1993)

“El segundo marco consiste en preguntarnos ¿Cómo? más que ¿Por qué? Lo que nos ayuda a comprender la estructura de un problema sin producir ningún cambio” (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

El tercer marco es la interacción correcciones útiles para darse cuenta de cosas que hayan pasado inadvertidas. Para así corregir la dirección de sus esfuerzos y prevenir la vía muerta del fracaso. (seymour & O'connor, 1990 y 1993).

“El cuarto marco consiste en considerar las posibilidades más que las necesidades. Fijarse en lo que se puede hacer más a lo que no se puede o limitaciones de una situación” (seymour & O’connor, 1990 y 1993).

El último marco se basa en la curiosidad y fascinación más que las hacer suposiciones. En la edad joven se aprende de manera rápida gracias a su curiosidad por todo, y la ignorancia les impide hacer preguntas lo que puede encadenar consecuencias. (seymour & O’connor, 1990 y 1993).

La PNL proporciona un marco de referencia sistemático para dirigir el cerebro de las personas; enseña cómo manejar tanto los estados y comportamientos de quien aplica la técnica, como los estados y comportamientos de los demás. En una palabra, es la ciencia de cómo dirigir el cerebro humano de una manera óptima, para lograr los resultados deseados. (Heather & Alder, 1999).

A comienzos de 1970, Richard Bandler, alumno de licenciatura en Matemática en la Universidad de California, recibió la tarea de investigar las pautas de lenguaje que empleaban los terapeutas más eficaces de ese estado americano. Para encaminar su trabajo pidió a su amigo, John Grinder, alumno ayudante de Lingüística de la misma universidad, que lo asesorara. Juntos comenzaron a visitar, grabar y filmar las sesiones de cuatro líderes en el campo del tratamiento psicoterapéutico californiano: Fritz Perls, el gestáltico; Gregory Bateson, de Palo Alto; Virginia Satir, sistémica familiar; y Milton Erickson, hipnoterapeuta seguidor de los trabajos fenomenológicos interpretativos del “como si” de Vainhinger. Tras veinte meses de investigación, y empleando como navaja de Ockam la gramática transformacional del joven lingüista Noam Chomski, obtuvieron una síntesis casi sorprendente. Su tesis recibió el nombre de “Estructura de la Magia”. Entusiasmados con su trabajo, comenzaron a practicar las nuevas técnicas de interrogación profunda, comprobando su eficacia en un alto porcentaje. Bandler y su esposa Cameron, junto a otros estudiosos del tema, ampliaron el campo de acción hacia el reconocimiento e intervención en los patrones cognitivos, emocionales y conductuales de las personas, a través de las consecuencias neurológicas de las submodalidades sensoriales y del lenguaje ambiguo hipnótico. Uno de sus primeros seguidores, Robert Dilts les sugirió en 1978 que bautizaran este modelo integrador con el nombre de Programación Neurolingüística reconocida en el mundo de habla hispana con la sigla PNL. (Bórquez, 2002, pág. 76).

La programación neurolingüística por analogía con el computador utiliza los patrones universales de comunicación y percepción que las personas tienen para reconocer e intervenir en procesos diversos, como aprendizaje, terapia, afrontamiento del estrés, negociación, gestión de conflictos, superación de fobias, etc. (Heather & Alder, 1999).

Principios de la PNL.

La PNL no presenta una teoría que sustente su funcionamiento, pero sí cuenta con principios o postulados que tienen la finalidad de ayudar al cambio del ser humano. Estos principios funcionan como modelos y no como teorías, tampoco establecen una verdad definitiva.

“Las personas se orientan en el mundo según su mapa mental del mundo” como lo expresa en la frase del polaco Alfred Korzybsky “el mapa no es el territorio”. Todos los seres humanos se orientan en el mundo a través de un mapa interior, creado por sus propias experiencias y vivencias, construyendo un modelo del entorno que no constituye una representación objetiva, sino más bien subjetiva de cada individuo, lo cual, dificulta la comunicación entre una persona y otra al tener diferentes interpretaciones de un mismo territorio.

Dentro de una organización, cada persona que la compone puede tener una visión diferente de un mismo entorno, lo cual, forma parte de las barreras psicológicas, conllevando a malas interpretaciones e interrupción de la comunicación.

La PNL no sólo ayuda a la persona a modificar su mapa mental, permitiéndole desenvolverse mejor en los distintos ámbitos de su vida, sino también permite corregir las mencionadas barreras psicológicas de la comunicación, al ayudar a comprender las percepciones de otras personas de acuerdo a sus mapas mentales, facilitando la comunicación y permitiendo influir en ellas para lograr el alcance de objetivos, en este caso organizacionales.

Muchos de los problemas de comunicación que se presentan en las organizaciones se deben a fallas en la transmisión de la información de jefes a subordinados y viceversa, siendo el mayor problema cuando el emisor no percibe el hecho de que el receptor no recibió el mensaje deseado. La PNL desarrolla en el individuo la capacidad de conocer en su interlocutor la respuesta al proceso de comunicación, tomando como punto fundamental que lo importante no son las palabras que se utilizan en el intercambio de información, sino lo que se desea que la otra persona entienda. “En la PNL la manera que recogemos, almacenamos y codificamos la información en nuestra mente –ver, oír, sentir, gustar, y oler- se conocen con el nombre de Sistemas Representativos” (seymour & O’Connor, 1990 y 1993, pág. 60).

La PNL trabaja específicamente con los sentidos predominantes que son Visual, Auditivo y Kinestésico. Cuando se habla del sentido kinestésico se refiere a las sensaciones táctiles, movimientos, emociones, sensaciones y la percepción del espacio, e incluso muchas veces se incluye el gusto y el olfato. (Borrego & Alvarado, 2010).

Cada una de las personas que conforman una organización posee estrategias para ejecutar actos importantes como tomar decisiones, motivarse, establecer metas, aprender, entre otras. La PNL les ofrece a los gerentes la capacidad de reconocer las estrategias que emplean los miembros de su equipo de trabajo para alcanzar los objetivos que se les asigna; por lo que, si desea accionar en alguno de sus subalternos un estado en específico (ejemplo motivación), el uso del lenguaje acorde con su estrategia le permitirá recordársela de manera subliminal, disparando así su programación neurolingüística. (Robbins, 2004 p. 545)

PNL en la comunicación empresarial.

Los conocimientos y herramientas que brinda la PNL en el desarrollo de competencias empresariales pueden ser equiparables a los que ofrece en el nivel personal. Teniendo en cuenta lo anterior consideramos la PNL como una herramienta que permitirá encontrar a las organizaciones que la deseen aplicar diferentes conductas organizacionales que se vuelven indispensables, por ejemplo, en el proceso de comunicación interna y el manejo de las diferentes situaciones que se pueden presentar en el ámbito empresarial. Al encontrar estas situaciones puede llegar a convertirse en uno de los motivos más comunes de estrés entre los trabajadores, ya que provocan una cierta inseguridad y un estado de tensión duradero.

Aunque inicialmente la PNL fue concebida con fines terapéuticos, los resultados exitosos que se obtuvieron con ella dieron paso a su implementación en diferentes ramas y empresas, como herramienta para el desarrollo individual y como enfoque para la optimización de cada grupo humano.

Para José Daniel Pouché, psicólogo especialista en el tema, esta técnica no solo promueve sustancialmente el manejo administrativo, sino que también lo hace en la calidad de vida de jefes y empleados. La PNL tiene unos principios básicos que, al ser comprendidos y aplicados, permiten observar cambios notables. Frente a ellos, Mauricio Lefcovich, consultor en comportamiento organizacional, menciona en primer lugar que no todo lo que se percibe con los cinco sentidos es la realidad: cada persona tiene una percepción diferente, por tanto, el mapa no es el territorio. Lo que para una persona es bueno, puede ser lo contrario para otra. Lo que nos envuelve se transforma en un mapa mental personal. (Suárez, 2018)

Un proceso que siempre ha existido en el entorno del desarrollo de competencias empresariales es la comunicación ya que ha brindado a todos los participantes la forma para entender lo que los demás quieren expresar para lograr un objetivo. Por medio de la comunicación normalmente se transmiten los objetivos empresariales y la importancia de cada uno de los miembros de una organización en el logro de estos.

La PNL identifica herramientas para la comunicación porque describe que el hombre no vive en la realidad sino en una representación de la misma. Su visión del mundo es subjetiva en concordancia con su experiencia (estado de ánimo, prejuicios, entre otros) o no actúa sobre la realidad sino sobre la percepción personal y es allí donde se genera la primera barrera comunicacional que se interpone entre las personas en el mundo laboral que tratan de comunicar algo. La comunicación organizativa ha sido un aspecto indispensable en el éxito de cualquier tipo de organización y es la que hace referencia a los procesos de comunicación que facilitan el flujo de mensajes en una organización que están directamente relacionados con los objetivos, las funciones y la composición de ésta. Dichas comunicaciones se evidencian necesariamente a diario al interior de una organización y determina de gran manera el grado de bienestar en sus miembros lo que hace imperativo que la comunicación fluya de la mejor manera y sea una competencia empresarial muy importante.

Es por ello, que la PNL identifica lo que se llama canales personales de comunicación, construyéndolos en base a los cinco sentidos humanos, añadiéndole las emociones, estos canales son, el visual, el auditivo y el kinestésico, (tacto, olfato y gusto), y para la PNL todos los seres humanos tienen uno de estos como su predilecto dominante. Teniendo en cuenta esto la primera condición para lograr comunicarse mejor es conocer primero el canal dominante y sobre todo conocer el del interlocutor, para ello la PNL proporciona una serie de indicios o apreciaciones que se llama calibración y que propone distintas herramientas para detectarlas. El movimiento de los ojos, la posición de la cabeza, la manera de actuar, la respiración, la inclinación al contacto directo, son señales que se deben acoger como claves para determinar cuál es el canal dominante de comunicación.

La PNL identifica de qué manera los individuos se comunican con los demás y principalmente consigo mismos, también cómo esta comunicación interior puede originar un estado de óptima disponibilidad de sus recursos creando, por tanto, el mayor número posible de opciones de comportamiento. Grinder y Bandler desarrollaron este modelo a raíz de la

investigación de los patrones operativos de tres de los mayores terapeutas, Virginia Satir, Fritz Pers y Milton H. Erickson, quienes tenían patrones de comportamiento similares que les permitieron destacarse de manera muy prominente, en comparación con el resto de colegas de su generación. Bandler y Grinder lograron estandarizar dichos patrones y ofrecerlos como un modelo de aprendizaje propio. “La programación neurolingüística enseña la clave de cómo ciertas personas producen resultados óptimos” (Torres, 2001 p. 4).

Según la psicóloga Yeini Ensuncho, “una persona puede descubrir la manera de pensar de su interlocutor a partir de las palabras que utiliza, sus gestos y su posición corporal, todo esto tiene importancia a la hora de motivar a otros, capacitar, ordenar y negociar. El lenguaje corporal delata y refleja los sentimientos y/o percepciones que se tengan de la persona con la que se está trabajando o cerrando un negocio. Por esto mismo, es importante tener en cuenta que una mala expresión o un brusco pensamiento puede tumbar en cuestión de segundos algo que se creía concluido efectivamente”.

En síntesis, la PNL postula que todos los sistemas neurológicos de los individuos se parecen, de manera que si alguien en el mundo puede hacer algo con éxito otra persona también puede siempre que descubra y gobierne su sistema nervioso exactamente del mismo modo.

PNL en el proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias en servicio al cliente. La PNL se puede utilizar para desarrollar de manera rápida y eficaz un proceso de aprendizaje y así superar situaciones de estrés y de conflicto, negociar con mayor ventaja frente a adversarios, es decir, permite conocer la percepción de las otras personas a quienes se tiene enfrente, así como la de sí mismos. Es un complemento en el desarrollo de la Inteligencia emocional. Dentro de las ventajas y aplicaciones que se le reconocen a la PNL se encuentran:

- Aumenta de manera notable y rápida la autoconfianza.
- Contribuye a mejorar las relaciones interpersonales.
- Promueve el crecimiento personal y profesional hacia el éxito.
- Permite a algunas personas convertirse en quien desean ser.
- Sirve para reducir el estrés.
- Ayuda a negociar y solucionar conflictos de manera positiva.

La PNL comenzó a utilizarse por parte de pedagogos y psicólogos, los primeros para mejorar los procesos enseñanza-aprendizaje, los segundos como una forma de terapia eficaz y rápida. De este modo, la PNL se extendió al ámbito empresarial y al autodesarrollo, de la mano de

directivos y otros profesionales; así, profesionales de otras disciplinas (economía, recursos humanos, comunicación, entre otros) la utilizan como herramienta en entrevistas personales, comunicación y negociación. Acude a la capacidad de las personas para reprogramarse y superar o afrontar situaciones que en otras condiciones no podrían manejar. Otra de sus utilidades es la de herramienta de auto motivación.

En síntesis, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la PNL tiene aplicación en las organizaciones porque sus ideales son:

- Fijación de objetivos y planes de desarrollo.
- Definición de misión, valores y políticas de la empresa.
- Métodos y procedimientos.
- Construcción de sistemas de comunicación interna con claridad.
- Mejoramiento de la toma de decisiones.

Para lograr el mantenimiento del mejoramiento continuo es necesario que el cambio sea permanente y parte fundamental de la mentalidad de las personas. Justamente, de aquí parte el objetivo de la PNL, al contribuir a que cada individuo descubra y cambie sus creencias y se permita actuar siempre con mentalidad de ganador, cuando conoce otros ambientes, experimenta otras estrategias y modifica acciones.

Jorge Olaciregui Ruiz, jefe nacional de capacitación y entrenamiento de Biotoscana -- laboratorio farmacéutico--, opina que, al capacitar al personal de visita médica y ventas en PNL en interpretación gestual en relación con la comunicación e interacción con los clientes, “el resultado fue siempre muy positivo en la medida que se vuelve un hábito”.

De igual modo, Armando Solarte, director de Aseia -- organización para el desarrollo del talento humano y representantes en Colombia de John Grinder y Richard Bandler, creadores de la PNL, dice que con ésta técnica “la persona es más productiva, alcanza un desempeño más alto en cada cosa que hace, consistentemente; gana confianza, tiene más claros sus objetivos y valores”. (Suárez, 2018)

El desarrollo organizacional comprende por tanto tener empleados competitivos apoyados y guiados por las directivas y por los utensilios que ésta brinde. Lo más importante es que sean seguidos por acciones y cambios constantes que los ayuden a adquirir nuevas formas de dirigir las aspiraciones empresariales. No basta con saber cómo es el funcionamiento de una empresa, sino que hay que comprender la forma de desenvolverse y de pensar de quienes forman parte de ella.

El entorno empresarial es un campo en donde el uso de la PNL recién incursiona con buena acogida. Algunos de los aspectos en los que se han usado son la planeación estratégica, las comunicaciones y la resolución de conflictos, el trabajo en equipo, la gestión de los equipos de ventas, el liderazgo, la resistencia al cambio, entre muchos otros.

Uno de los problemas que mayores dificultades ofrece dentro de cualquier organización es lograr una comunicación efectiva en cualquier nivel: con clientes y proveedores, con subalternos o pares. Qué decir de las políticas y acciones que la empresa pretende llevar a cabo como las estrategias para sacar adelante sus objetivos, o cuando la entidad atraviesa una crisis o pretende implementar cambios en su organización.

Si esta no es efectiva y no cuenta con los métodos correctos y eficientes se corre el riesgo de llegar a puntos críticos como: malos entendidos, notificación inadecuada de las prioridades, órdenes confusas o aplicación de criterios personales mal interpretados todo esto genera un clima organizacional tenso y poco productivo. Uno de los principales obstáculos, es no reconocer que existen barreras. Lo cual va de la mano con la falta de consciencia con relación a la complejidad de la comunicación interpersonal y organizacional. (Taveras, Publicación año 2013)

Liliana Zambrano, psicóloga clínica y empresarial, enfatiza también en el valor de comunicarse siempre con palabras positivas como: lograr, ventaja, acuerdo y beneficio. La aplicación de estos puntos contribuirá a que se realicen progresos continuos de metas, al suministrarles estructura y retroalimentación en su desarrollo. Si hay algo que la PNL quiere alcanzar en la gente es el desarrollo personal efectivo y positivo en todos sus ámbitos. Por tanto, es importante que cada cual tenga presente que la obtención de estos jamás incluirá el daño a otros y, por el contrario, puede ser una referencia significativa para mejorar el accionar de los individuos que conforman a la organización. (Suárez, 2018).

Adicionalmente debe existir un tipo de comunicación lateral-diagonal, donde se formen equipos interfuncionales para la solución de problemas, que incluyen a personal de diferentes departamentos, se ha convertido en un enfoque cada vez más necesario para tratar con problemas que atraviesan las líneas organizacionales. Para que la comunicación sea efectiva y asertiva dentro y fuera de la empresa, se debe tener en claro que se necesita ser empático, paciente, tener la destreza necesaria para saber manejar las situaciones que se les presenta. (Taveras, Publicación año 2013)

PNL en desarrollo organizacional.

Las relaciones interpersonales son parte importante para llegar a conseguir objetivos y son la base de los comportamientos organizacionales como del clima laboral. Por esto la importancia de las buenas o malas relaciones en el interior de una organización, esto se logra con el trabajo en equipo los trabajadores pasan muchas horas en el lugar de trabajo. Los problemas entre ellos, en caso de haberlos, afectan a la organización y dificultan la consecución de los objetivos marcados. Para ello, es imprescindible que la relación entre personas sea fluida.

También se pueden mejorar estos comportamientos con la Inteligencia emocional, de acuerdo en el libro inteligencia emocional por Daniel Coleman es una herramienta inestimable para comprender la productividad laboral de las personas, el éxito de las empresas, los requerimientos del liderazgo y hasta la prevención de los desastres corporativos. (Coleman, 1999)

Inicialmente, la PNL propone visualizar concretamente el propósito u objetivo al que se quiere llegar. Para Sandra Gómez, directora de Recursos Humanos de Red Colombia S.A., esto es muy importante y para lograrlo debe hacerse siempre pensando positivamente y muy enfocados en lo realmente prioritario.

La experta explica esto con un objetivo claro y común para las organizaciones: aumentar ventas dentro de un departamento comercial. Al haber mentalizado esta meta, el equipo entra en acción y elabora un plan en donde use todas las herramientas posibles. En este caso, el empoderamiento es importante pues fomenta en los empleados su talento y capacidad, al tiempo que abre caminos para la consecución positiva de su propósito. (Suárez, 2018)

En este orden de ideas, querer aumentar las ventas hará que los empleados acudan a su ingenio, a recordar y poner en práctica lo aprendido en las capacitaciones que han recibido. Pensarán quizá en alianzas estratégicas con sus compañeros de trabajo que les permitan tener beneficios individuales y comunes. Al haber actuado y visto los resultados, si no fueron positivos, hay que replantear los esquemas bajo los que se trabajaron y modificarlos. Aquí se habla de reprogramar aquellas acciones y actitudes que no aportaron ciertamente en esto.

Al hablar de reprogramación, la PNL se apoya en desaprender: corregir un hábito o una costumbre que no trae resultados efectivos y tangibles. Entonces, si no se pudieron aumentar las

ventas en el departamento, es necesario eliminar del esquema mental algunos puntos superfluos que demostraron ofrecer pocos beneficios para conseguir lo que se quiere. De haber sido positivo el resultado, las técnicas utilizadas tendrán que ser guardadas, explotadas y trabajadas cuantas veces sean necesarias para convertirlas en un hábito que haga parte del individuo y se ejecute inconscientemente. Cuando se toma conciencia de los resultados y cuando son acertados, se habla del aumento del aprendizaje destinado a la mejora.

Individualmente, si la persona observa en sus compañeros un mejor desempeño que el suyo opta conscientemente por hacerlo mejor y superarlo con nuevas habilidades que pueden ser adquiridas a través de otros métodos o del apoyo de personas experimentadas. Esto es corregir, mejorar y aumentar la competitividad dentro del área de trabajo, que indudablemente es el reflejo de la actitud personal de cada cual.

Marco conceptual

Herramientas de la PNL.

Calibración.

Es el término que se utiliza en la PNL para explicar “la detección temprana de un conjunto de respuestas fisiológicas que se producen automáticamente en las personas al encontrarse en un determinado estado mental: alegría, tristeza, rabia, acuerdo, desacuerdo, disponibilidad, etc.” (Arocha, 2005, pág. 35)

El calibrado es una habilidad que inconscientemente las personas utilizan en su vida diaria, al saber distinguir expresiones que denotan estados anímicos y/o mentales en quienes se encuentran a su alrededor. La PNL permite desarrollar y pulir esta habilidad, convirtiéndola en una fuerte herramienta de mejora comunicacional.

El cuerpo, la mente y el lenguaje son tres elementos que forman una unidad indivisible, de forma tal que, en el momento de la comunicación, el cuerpo inconscientemente expresa, previo al lenguaje, el estado interior de la persona. Todo lo que internamente ocurre está compuesto por actividades neurológicas de las que emergen las imágenes, los sonidos, los sentimientos, las sensaciones, etc., que se revelan exteriormente a través de los componentes no verbales, siendo, por lo tanto, un reflejo físico de los pensamientos. Es interesante resaltar que estas conductas fisiológicas tienden a ser repetitivas para cada uno de los estados mentales, permitiendo identificarlos con facilidad cuando se presenta el estado correspondiente a la respuesta no verbal que se está percibiendo.

Dentro de dichas conductas fisiológicas, hay parámetros que se pueden considerar más evidentes, y por consiguiente más sencillos de identificar como: la postura general (posición de los miembros inferiores y movimientos corporales), los gestos y expresiones realizadas con el rostro (especialmente con la frente, ojos, y boca). Existe además una amplia variedad de micro comportamientos fisiológicos mucho más sutiles, que, mediante el desarrollo de la observación, permitirán a la persona identificar con mayor claridad el proceso mental en el que se encuentra su receptor.

Anclaje.

En PNL se maneja bajo el nombre de Anclas, al proceso mediante el cual una información sensorial externa desencadena un estado psicológico, un recuerdo o una emoción. Algunos ejemplos pueden ser, una canción que trae un recuerdo agradable, o la segregación de saliva generada al pensar en un limón. “Un ancla es cualquier cosa que da acceso a un estado emocional, y son tan obvias y están tan extendidas que apenas las reconocemos” (seymour & O’connor, 1990 y 1993, pág. 93)

Las anclas forman parte de la vida cotidiana, existiendo infinidad que se crean inconscientemente, y que posteriormente al repetirse el estímulo externo, se dispara automáticamente el estado mental o emoción al que se asoció en el pasado. Las anclas pueden ser un sonido, un olor, un sabor, una palabra, una imagen.

La PNL convierte algo natural en una fuerte herramienta, desarrollando en la persona la capacidad de crear anclas de manera consciente, que le permitan posteriormente desencadenar, en sí mismo y en los demás, estados psicológicos necesarios en una situación determinada. Asimismo, la PNL permite también eliminar conscientemente anclas que generan en el individuo emociones indeseadas e inútiles como miedo, inseguridad, ansiedad, etc.

Por lo tanto, la PNL indica que lo ideal para la instalación de anclas es comprometerse emocionalmente. Para esto se indica que los pasos apropiados son los siguientes: seleccionar el estado emocional o recursos que se desea; concentrarse y traer a la mente un momento vivido en el que sintió dicha emoción con intensidad, revivir a plenitud el momento con imágenes, sonidos y sensaciones de aquel momento; una vez que se encuentra sumergido a plenitud en la emoción se procede a elegir y establecer el ancla. La persona podría establecer el ancla sólo para el sistema de representación de su preferencia o bien, crear un ancla en cada sistema de representación que en conjunto le permitirán revivir los sentimientos establecidos para las mismas.

Rapport.

Rapport es la sincronización armónica o compenetración que se establece entre dos o más personas durante una buena comunicación. Es esta sincronización se establece un ambiente de armonía, credibilidad y confianza que conlleva a la fluidez de la conversación.

La armonía en una conversación se puede percibir a través de la sintonía en la postura, en los gestos, en el ritmo respiratorio, en el contacto visual e incluso en el tono de voz y las palabras utilizadas por ambas personas. Esta armonía muestra una especie de baile entre las dos personas, donde el lenguaje tanto no verbal como el verbal de una es complementario al de la otra.

Para crear rapport es importante que la persona tenga la capacidad de conectarse con su interlocutor, aceptarlo, y entender su mapa mental. Asimismo, la PNL le desarrolla la habilidad de reflejar de forma consciente, sutil y respetuosa la forma de expresión de su interlocutor, lo cual se conoce como Acompasamiento. Esto crea una compenetración, que permite a quien aplica las técnicas del rapport, influir sobre la persona con quien se comunica de manera de generar confianza y empatía.

Dentro del mundo organizacional el rapport constituye un punto importante en la comunicación interpersonal, tanto entre los miembros de los diferentes departamentos y profesiones, como entre los gerentes y sus subordinados, puesto que es esta sintonía la que construye el puente para un mejor entendimiento y por consiguiente el alcance de objetivos y metas, e incluso el cierre de negociaciones.

Acompasamiento.

Es el reflejo del lenguaje verbal y corporal del interlocutor en el momento de la comunicación, es reflejar, es mostrar en espejo, sin imitar, dirigiendo señales no verbales que la otra persona pueda identificar clara e inconscientemente como suyas y que para ella es garantía de que está siendo comprendida, aceptada y reconocida. (Sambrano, 1997, pág. 65)

El acompasamiento puede ser realizado de forma directa, en la cual, la persona que busca crear rapport en el ambiente, refleja exactamente los movimientos de su interlocutor, por ejemplo: cruzar los brazos si la otra persona lo hace; o realizar el acompasamiento de forma cruzada, es decir, realizar un movimiento similar, pero de otra parte del cuerpo, por ejemplo: cruzar las piernas cuando la otra persona cruza los brazos. Esta última forma de realizar acompasamiento es la más recomendada, puesto que es más discreta y por consiguiente más segura y confiable.

Ésta herramienta de la PNL ofrece a nivel organizacional una serie de beneficios como: crear un clima de confianza y una relación satisfactoria con quien se comunica; mantener la sintonía en momentos de desacuerdos o tensión, por ejemplo, en reuniones empresariales; y fundamentalmente, guiar al interlocutor hacia el alcance de metas u objetivos organizacionales.

Modelo Milton.

El Modelo Milton es otra de las herramientas de la PNL utilizadas en el manejo del lenguaje. Este modelo recibe su nombre en honor al hipnoterapeuta Milton Erickson, puesto que fue construido con base en los patrones característicos que hallaron en su trabajo.

El Modelo Milton es un conjunto de patrones lingüísticos utilizados para inducir el trance en el interlocutor con la finalidad de ejercer influencia y cambios a través del inconsciente del mismo. Es importante resaltar, que el término trance se refiere a un estado natural en el que se capta por completo la atención del interlocutor, lo que conlleva a que se encuentre altamente motivado y por ende sea posible conducirlo al cambio, u objetivo que se desee.

Para este modelo se utilizan las mismas transformaciones lingüísticas como generalizaciones, distorsiones y eliminaciones; no obstante, uno de los fuertes instrumentos dentro de este modelo es el uso de las metáforas, las cuales actúan como fuertes herramientas de persuasión indirecta, a través de la narración de historias que impliquen un efecto intencionado en el receptor. Dentro del mundo de los negocios, el Modelo Milton puede ser utilizado para a través del uso de palabras gordas y calientes, persuadir o influir en los subalternos y/o compañeros de trabajo con la finalidad, por ejemplo, de guiarlos al alcance de ciertos objetivos y metas en específico.

Capítulo III: Componente investigativo

Metodología del proyecto

Se tiene en cuenta la investigación no experimental con un alcance explicativo porque se pretende ir más allá de la descripción de conceptos y se centra en responder por las causas de los resultados en las variables de medición y su relación entre sí (La PNL en el proceso de la comunicación, en el proceso de aprendizaje y en el desarrollo de competencias empresariales). Los estudios con alcance explicativo pretenden responder a preguntas como: ¿Qué percepción tiene la implementación de la PNL en el desarrollo de competencias empresariales?; ¿Al interior de la empresa Animarte recreación y eventos se percibe aceptación o rechazo a las técnicas propuestas por la PNL?; ¿Qué competencias se perciben que se desarrollan con la implementación de la PNL? Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances (descriptivo, exploratorio y correlacional). (Sampieri, 2014, pág. 96) El propósito de este tipo de investigación en el proyecto servirá de ayuda para familiarizar conceptos de la PNL con el contexto de los modelos para desarrollo de competencias organizacionales y posteriormente sugerir afirmaciones o postulados.

Teniendo en cuenta el alcance explicativo es conveniente para adelantar la investigación formular una hipótesis que establezca relaciones de causalidad porque no solo afirmaría la o las relaciones entre dos o más variables y la manera en que se manifiestan, sino que además propondría un sentido de entendimiento en las relaciones de causa efecto. (Sampieri, 2014, pág. 110). En la investigación se plantea la siguiente hipótesis tomando en cuenta lo mencionado anteriormente: Las propuestas de la PNL contribuyen al desarrollo de competencias empresariales en la empresa Animarte Recreación y eventos, con esta hipótesis planteada intervienen las variables propuestas en los objetivos de la investigación y se pretende demostrar con el grado de percepción por parte de los colaboradores Animarte recreación y eventos.

Diseño de investigación para el proyecto

Se plantea una investigación no experimental cuantitativa porque es secuencial y probatoria, también cada etapa de la misma precede a la siguiente y pretende estructurarse a partir de una idea que va a delimitarse con la puesta en marcha del estudio de la PNL. Posteriormente se plantean los objetivos y preguntas de investigación para que en base a esto se construya un marco o una perspectiva teórica. (Sampieri, 2014, págs. 4,5)

De las preguntas se plantean las hipótesis que a su vez determinan las variables u objetivos específicos de la investigación para posteriormente establecer un diseño que permita medir las variables con herramientas estadísticas y al final lograr extraer una serie de conclusiones.

Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales o hipótesis y de estudios previos. La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente. (Creswell, 2013)

Como población se considera a los colaboradores de la empresa Animarte Recreación y Eventos y se delimita como muestra probabilística o dirigida porque pretende que los casos sean estadísticamente representativos de la población (Sampieri, 2014, pág. 171). Posteriormente es necesario describir los resultados y realizar un análisis final.

Con lo mencionado anteriormente se tiene en cuenta para la investigación un diseño transeccional o transversal porque se pretende recolectar datos en un solo momento y analizar la incidencia describiendo las variables. En este caso se pretende medir la percepción con la implementación de la PNL en la organización Animarte Recreación y Eventos. Como subcategoría del diseño descrito el diseño correlacional-causal permite limitar la relación entre las variables de la investigación que son la PNL y el desarrollo de competencias.

Herramienta de recolección de datos

Tomando como referencia que la investigación es cuantitativa con alcance explicativo, también que pretende ser secuencial y probatoria se determina como herramienta de recolección de datos la realización de una encuesta o cuestionario a manera de entrevista estructurada a miembros de la organización Animarte Recreación y Eventos, estos miembros hacen parte de las áreas funcionales de dicha organización lo que permitiría identificar con más precisión la información requerida.

La encuesta o cuestionario es la herramienta más estática y rígida de todas, ya que se basa en una serie de preguntas predeterminadas e invariables lo que facilita enormemente la unificación de criterios y la valoración de las respuestas de cada uno de los entrevistados. Ésta herramienta consiste en un intercambio de información que permite reunir datos durante un encuentro de carácter privado y responde a preguntas relacionadas con el problema planteado para posteriormente poder cuantificar la información. Con los datos obtenidos se busca la asociación o relación entre variables de la investigación.

En esta herramienta se usa la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confía en la medición numérica, el conteo y en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Sampieri, 2014, pág. 54). La encuesta sigue un procedimiento fijo por un cuestionario o guía, eso quiere decir que es necesario contar con una serie de preguntas preparadas previamente. (Charles, 1990).

Las preguntas planteadas se desarrollan mediante la escala Likert porque es una escala psicométrica para la comprensión de las opiniones y actitudes de los entrevistados, también conocer su grado de aceptación o conformidad en cuanto hacia el tema abordado en la investigación.

El cuestionario establecido se aplica de una manera autoadministrada teniendo en cuenta que se realiza directamente a los participantes que en este caso son los 30 colaboradores de la empresa Animarte recreación y eventos; de los cuales son 17 hombres y 13 mujeres, las respuestas las suministran dichas personas sin intermediarios y se realiza de una manera grupal.

Instrumento para la medición de los datos recolectados

Una vez recolectado los datos se deben codificar para posteriormente efectuar el análisis de las variables a medir. Tomando como referencia que el cuestionario propuesto se realiza considerando la escala de Likert se pretende medir cada una de las variables propuestas su grado de importancia, la escala implementada en el cuestionario se la siguiente: (mucho, poco y nada). De esta manera se pretende analizar el grado de aceptación en cada uno de los participantes.

Adicionalmente en el cuestionario se pretende categorizar a los participantes en (género, edad y cargo) para un posterior análisis detallado y que permita medir el grado de cada una de las variables propuestas en ciertos grupos con de personas con determinadas características.

Las variables que se tienen en cuenta para dicha medición son las descritas anteriormente (comunicación, servicio al cliente y desarrollo organizacional) ya que estas son las más representativas en la implementación de la PNL es por esto que las preguntas realizadas en el cuestionario tienen tres categorías y se dividen dependiendo de la variable abordada.

La escala propuesta para llevar a cabo dicho análisis en las respuestas de cada uno de los entrevistados se describe a continuación.

Tabla 1.

Escala para datos recolectados.

Respuesta	Codificación.
Nada	1
Poco	2
Mucho	3

Nota. Codificación física de los datos recolectados tomando en cuenta la escala de Likert. Autoría propia.

Con la escala descrita anteriormente descrita se establece el siguiente documento de códigos con la escala tipo Likert en donde se consideran las variables de la investigación y cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario.

Tabla 2.

Documento de códigos con la escala tipo Likert.

Variable	Pregunta	Categorías.	Códigos
Comunicación	5. ¿Cree usted que las prácticas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
	11. ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
	3. De los temas tratados califique cuanto le aportó cada uno: Comunicación	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
Servicio al cliente	8. ¿Cree que las prácticas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
	12. Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta	- Nada.	1
		- Poco.	2

	capacitación se abordaron propuestas para su mejora?	- Mucho	3
	3. De los temas tratados califique cuanto le aportó cada uno:	- Nada.	1
	Servicio al cliente	- Poco.	2
		- Mucho	3
Desarrollo	1. ¿Motivó a usted como participante a un cambio positivo en el entorno laboral?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
	6. ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho	3
	7. ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho.	3
	9. ¿El ejercicio lo invitó a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral?	- Nada.	1
		- Poco.	2
		- Mucho.	3
	10. ¿Considera que el uso de las técnicas sugeridas fortalece el desarrollo de competencias en trabajo de equipo?	- Nada.	1
	- Poco.	2	
	- Mucho.	3	
	3. De los temas tratados califique cuanto le aportó cada uno:	- Nada.	1
	Desarrollo de competencias	- Poco.	2
		- Mucho	3

Nota. Representación de la escala de Likert en cada una de las preguntas. Autoría propia.

Descripción de la población

Para el desarrollo de este proyecto se tomó como población a 30 de los empleados de la empresa animarte Recreación y eventos 17 hombres y 13 mujeres quienes se encuentran en un rango de edad entre los 18 a 38 años y hacen parte de las áreas funcionales de la empresa.

Dicha muestra es pertinente para medir los resultados esperados por la investigación teniendo en cuenta que su grado de percepción con los programas de PNL en la empresa responde a los objetivos planteados y logra llegar a las conclusiones esperadas.

La investigación cuenta con el apoyo de técnicas e instrumentos cuantitativos que permitirán la recolección e interpretación de la información.

Descripción de la muestra

Considerando el tamaño de la población descrito anteriormente no es necesario para adelantar la investigación establecer una muestra teniendo en cuenta que la población se encuentra delimitada en los 30 trabajadores en mención.

Recolección de datos

Para que el proceso de recolección de datos tenga la validez necesaria para el estudio de las variables a tratar es necesario determinar una muestra adecuada que tenga la representatividad en el tamaño y que refleje la misma estructura existe en la población. Sin una buena población de datos no se puede generalizar y se corre el riesgo de llevar las conclusiones más allá de la realidad. Es por esto que se determina como población a los 30 trabajadores de la organización Animarte recreación y eventos de los cuales, son 17 hombres y 13 mujeres porque representan una cifra representativa en la organización para medir y explicar el resultado de las variables a estudiar.

La población de 30 trabajadores encuestados está conformada por personas de distintas características como lo son la edad de cada uno y el género; el estudio de los resultados tomando como parámetro dichas características de la muestra permite un análisis más detallado de los datos recolectados. Estos datos recolectados en el estudio se describen a continuación.

Descripción de los datos recolectados

Género de encuestados.

Tabla 3.

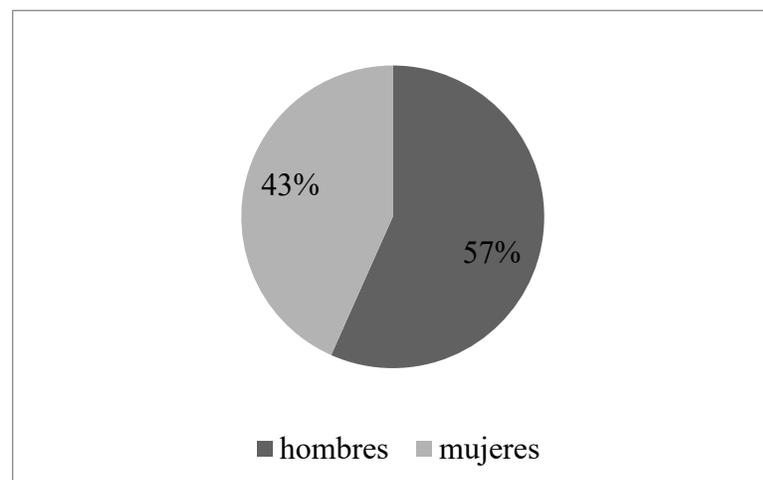
Descripción de los datos. Género de los encuestados.

Hombres	17	57%
Mujeres	13	43%
Total	30	100 %

Nota. Porcentaje representativo del género de los encuestados. Autoría propia.

Ilustración 1.

Descripción de los datos. Género de los encuestados.



Nota. Representación del porcentaje del género de los encuestados. Autoría propia.

Edad de los encuestados.

Tabla 4.

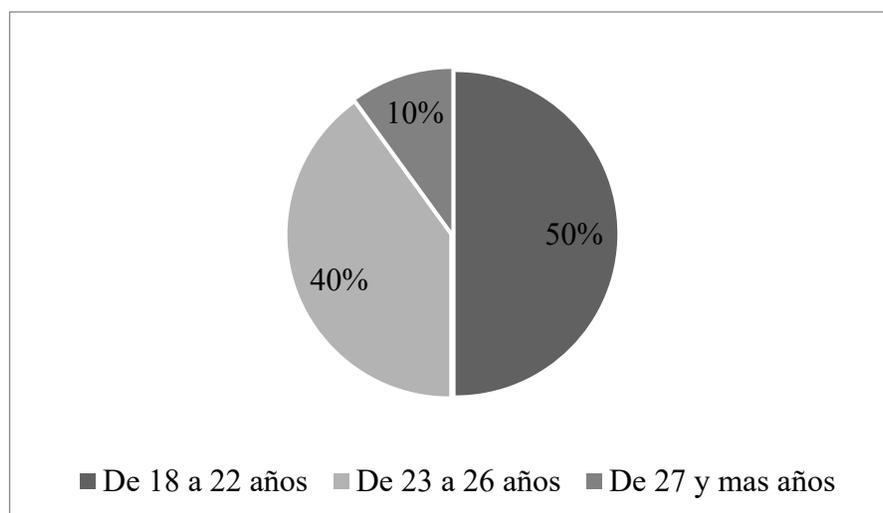
Descripción de los datos. Edad de los encuestados.

De 18 a 22 años	15	50%
De 23 a 26 años	12	40%
De 27 y más años	3	10%
Total	30	100%

Nota. Autoría propia.

Ilustración 2.

Descripción de los datos. Edad de los encuestados.



Nota. Representación del porcentaje de la edad en los encuestados. Autoría propia.

Administración del proyecto

La investigación se llevó a cabo el día 18 de mayo del año 2018 y consistió en reunir a los 30 trabajadores de la empresa animarte recreación y eventos a una charla informativa con el apoyo de la gerente de la empresa en donde se realizó inicialmente una retrospectiva del proceso que ha adelantado la empresa Integral Coaching con los colaboradores para posteriormente realizar el cuestionario con cada uno de ellos.

El proceso de escoger la población para el análisis de los resultados se determinó considerando que dichos colaboradores hacen parte de las áreas funcionales de la empresa y teniendo en cuenta que al identificar los resultados de los cuestionarios a realizar se puede medir los resultados con mayor grado de exactitud a los objetivos planteados.

Para formular el cuestionario realizado fue necesario identificar qué aspectos de la PNL se consideran en el proceso de capacitación por parte de la empresa Integral Coaching con las empresas y para esto fue necesario adelantar una reunión con la gerente de la empresa Olga Tibaduiza el día 17 de mayo del 2018 en donde se pudo establecer que variables se pretenden medir en la investigación.

Finalmente, la recolección de los datos tardó una semana después de la reunión con el objetivo de que cada colaborador entrevistado se tome el tiempo necesario para responder a cada uno de los interrogantes planteados.

Los recursos económicos empleados en la investigación no pueden ser detallados ya que no fueron considerables para detallarse puesto que consistieron en la impresión de los cuestionarios.

Capítulo IV: Análisis de los datos

Para llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos es necesario tomar como referencia las tres variables que se determinaron en el desarrollo de la recolección de datos y son las que se han implementado en el desarrollo de los programas acerca de la PNL por parte de Integral Coaching en la empresa Animarte Recreación y Eventos. En el cuestionario realizado a los colaboradores de la empresa se establecen dichas variables y estas son las siguientes:

- Comunicación.
- Servicio al cliente.
- Desarrollo organizacional.

De acuerdo a lo planteado el análisis de los datos se realiza con cada una de las variables que se pretende explicar para argumentar la información recolectada con más profundidad y para interpretar sus resultados.

Tabla 5.

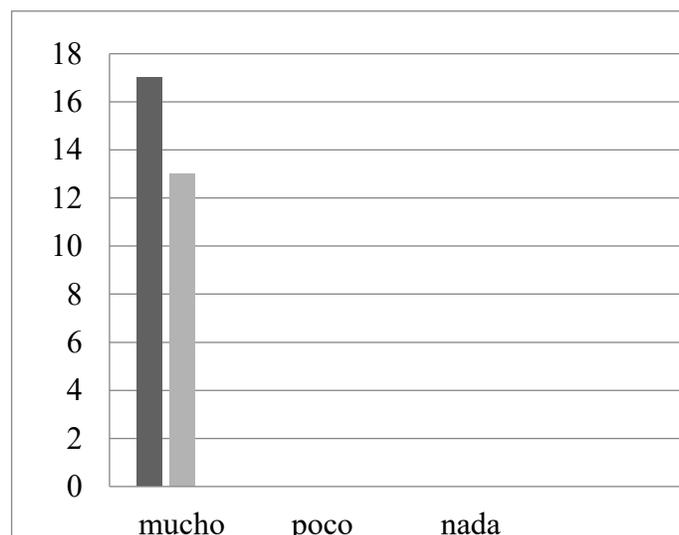
Calificación pregunta 3 cuanto le aportó a usted la variable de comunicación.

Genero	Mucho	Poco	Nada	Total
Hombre	17	0	0	13
Mujer	13	0	0	13
Total	30	0	0	30

Nota. Autoría propia.

Ilustración 3.

Calificación pregunta 3 cuanto le aportó a usted la variable de comunicación.



Nota. Autoría propia.

Tabla 6.

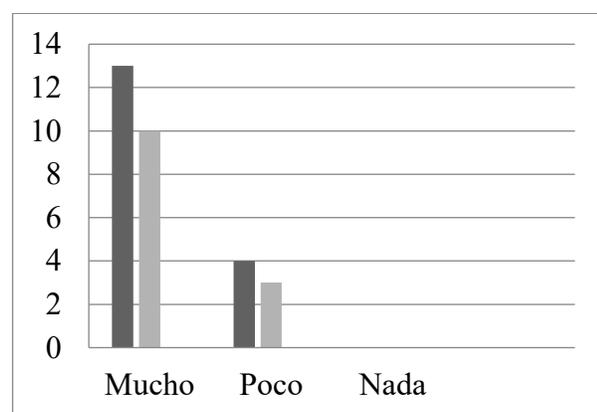
Calificación pregunta 3 cuanto le apporto a usted la variable de Servicio al cliente

Género	Mucho	Poco	Nada	Total
Hombre	13	4	0	17
Mujer	10	3	0	13
Total	23	7	0	30

Nota. Autoría propia.

Ilustración 4.

Calificación pregunta 3 cuanto le apporto a usted la variable de Servicio al cliente.



Nota. Autoría propia.

Tabla 7.

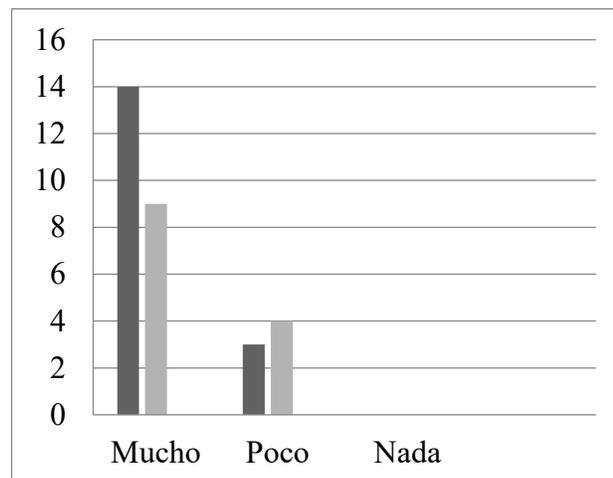
Calificación pregunta 3 cuanto le apporto a usted la variable de desarrollo de competencias.

Género	Mucho	Poco	Nada	Total
Hombre	14	3	0	17
Mujer	9	4	0	13
Total	23	7	0	30

Nota. Autoría propia.

Ilustración 5.

Calificación pregunta 3 cuanto le aporto a usted la variable de desarrollo de competencias.



Nota. Autoría propia.

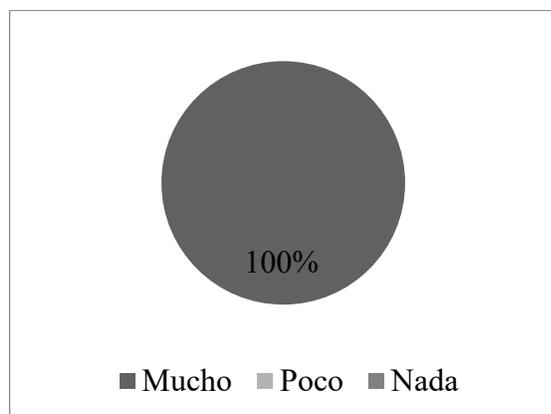
Comunicación

Como mencionan (Borrego & Alvarado, 2010)“la comunicación es un fenómeno que ha estado presente desde el origen de la humanidad, en diversas manifestaciones: oral, escrita, pictográfica, kinésica, paralingüaje, proxémica, entre otras. Siendo ésta misma la amalgama entre el ser humano y las relaciones entre ellos “. Por lo anterior, el estudio de la comunicación se vuelve de vital importancia, ya que, si se cuenta con una estrategia de comunicación adecuada dentro de la organización, la empresa logrará ser más efectiva y productiva.

En el cuestionario planteado a los colaboradores de Animarte Recreación y eventos se plantea la comunicación como variable teniendo en cuenta que los programas de la PNL adelantados por Integral Coaching hacen parte del conjunto de temas a profundizar. El proceso de comunicación es un aspecto fundamental para cada uno de los miembros de la organización como se explica a continuación.

Ilustración 6.

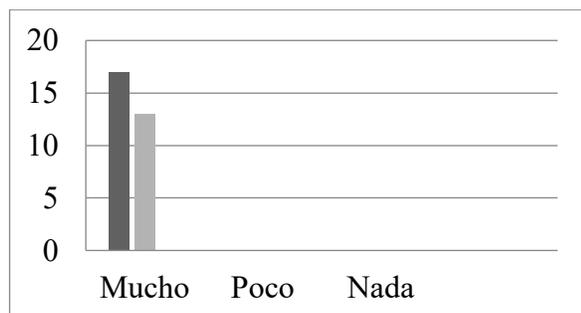
Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 7

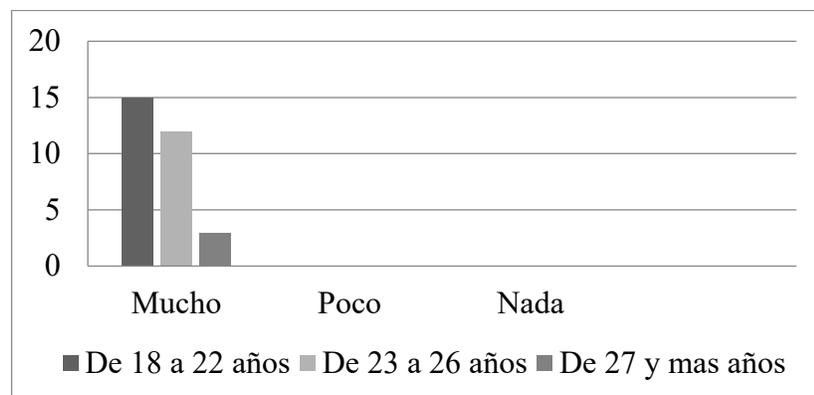
. Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 8.

Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa? Según edad

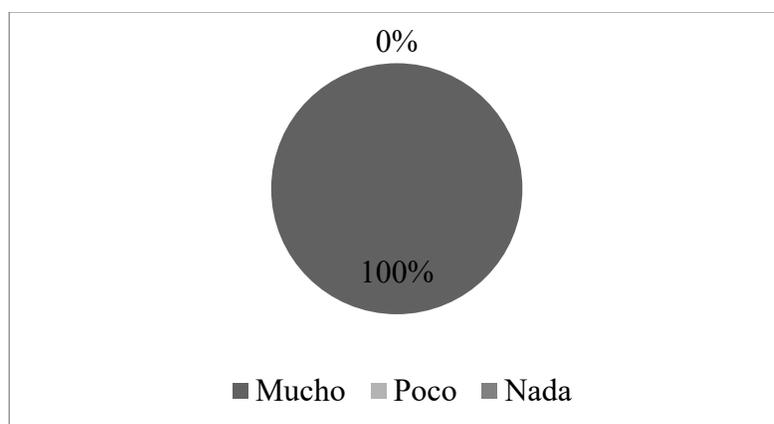


Nota. Autoría propia.

En la pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa? De los 30 colaboradores el 100% contestó mucho, según género 17 hombres y 13 mujeres, y según edad 15 personas de los 18 a 22 años, 12 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años, obteniendo una percepción positiva

Ilustración 9.

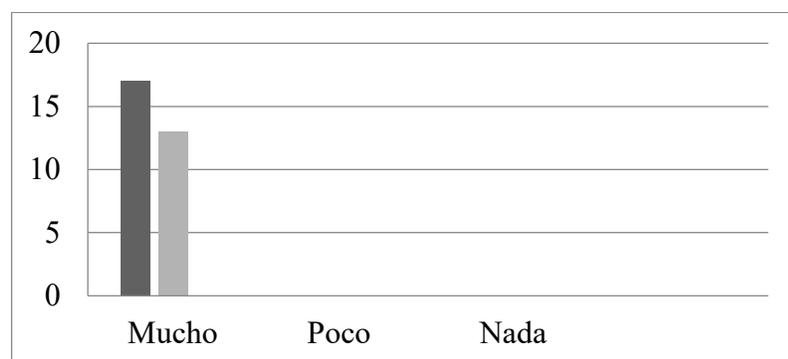
Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 10.

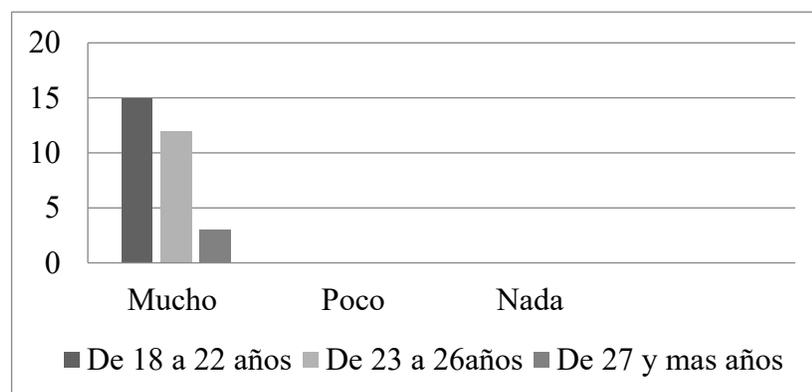
Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional? Según género



Nota. Autoría propia.

Ilustración 11.

Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional? Según edad



Nota. Autoría propia.

De acuerdo a la pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional? De los 30 encuestados el 100% contestó mucho, según género 17 hombres y 13 mujeres y según edad 15 personas de los 18 a 22 años, 12 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años, esto nos indica que la información suministrada en la capacitación fue aplicada por la empresa.

Realizando una comparación con las preguntas que conforman la variable de comunicación el 100% de los encuestados tienen una percepción positiva con todo lo que tiene que ver con la comunicación, entre las diferentes áreas y miembros de la empresa.

Servicio al cliente

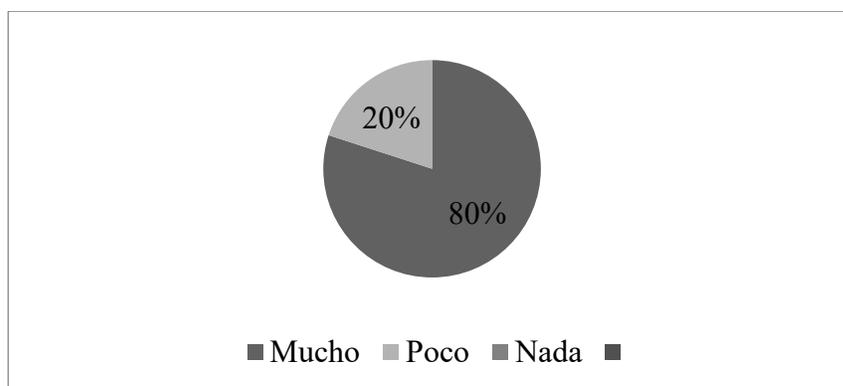
Las empresas deben invertir en conocer cuáles son las necesidades de sus clientes y tratar de satisfacerlas. Mientras las conoce y cuenta con el presupuesto adecuado para lograrlo, es importante consentir a los clientes mediante detalles que pueden hacer la diferencia entre un servicio y otro, mostrando así la calidad con la que cuentan y consiguiendo la ventaja competitiva que todas las empresas necesitan para lograr acaparar el mercado.

La calidad percibida del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con lo que ellos esperaban del mismo. (Nudel, 2009)

Una de las competencias que se busca desarrollar con los programas de PNL en la empresa es la del servicio al cliente porque es parte fundamental de la razón social de la empresa y con la información obtenida también se identifica una percepción positiva.

Ilustración 12.

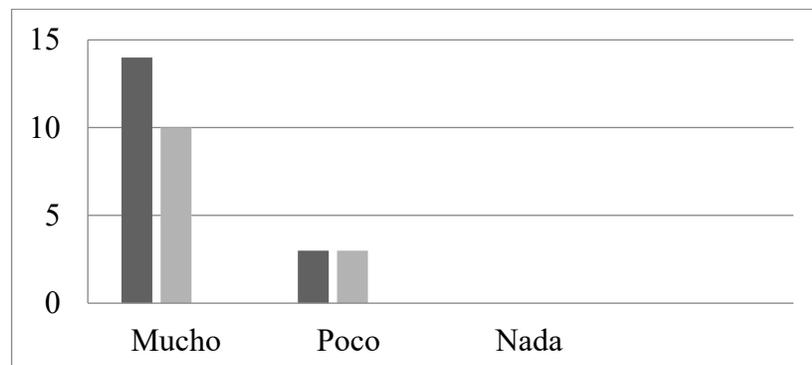
Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrian favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 13.

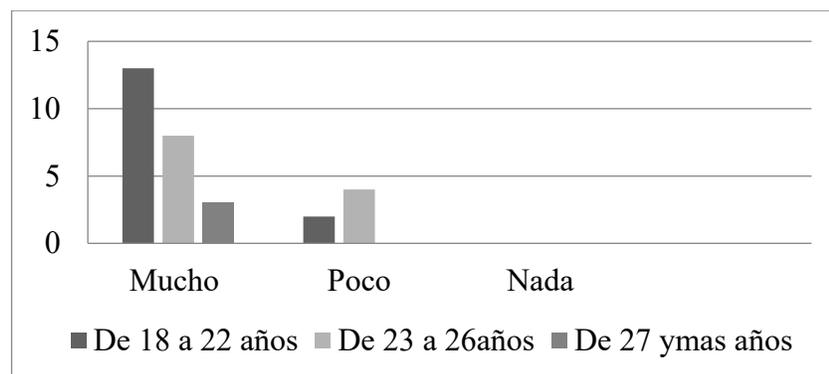
Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 14.

Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente? Según edad.

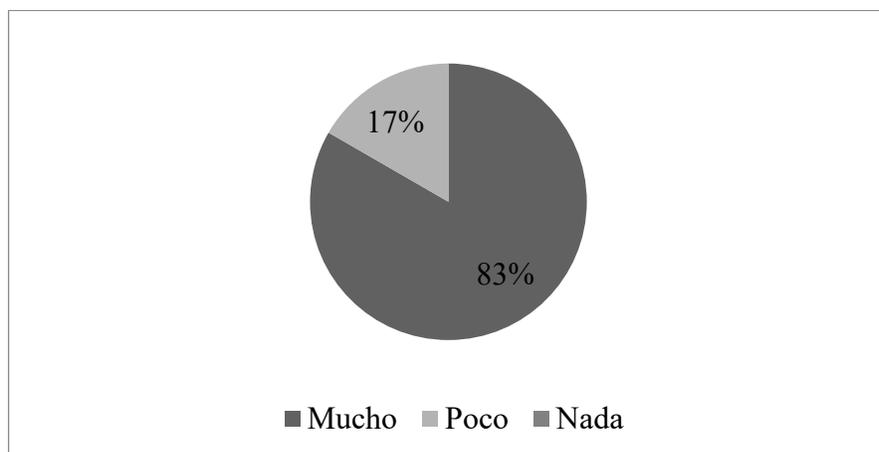


Nota. Autoría propia.

Según la pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente? De los 30 colaboradores el 80% contesto mucho y el 20% contesto poco, según género 14 hombres y 10 mujeres su percepción fue positiva y 3 Hombres y 3 mujeres no lo fue contestando poco, según edad 13 personas de los 18 a 22 años, 8 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años contestaron mucho mientras 2 personas de 18 a 22 años y 4 personas de 23 a 26 años su respuesta fue poco, esto nos muestra que existe una falencia del 20% en servicio al cliente, sin embargo su pudo evidencia una mayoría con una percepción positiva.

Ilustración 15.

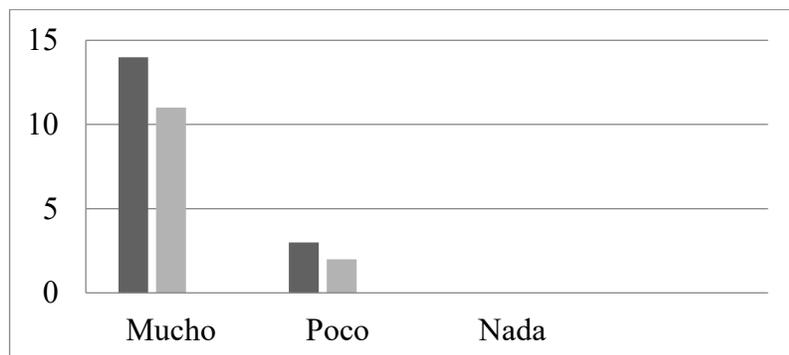
Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 16.

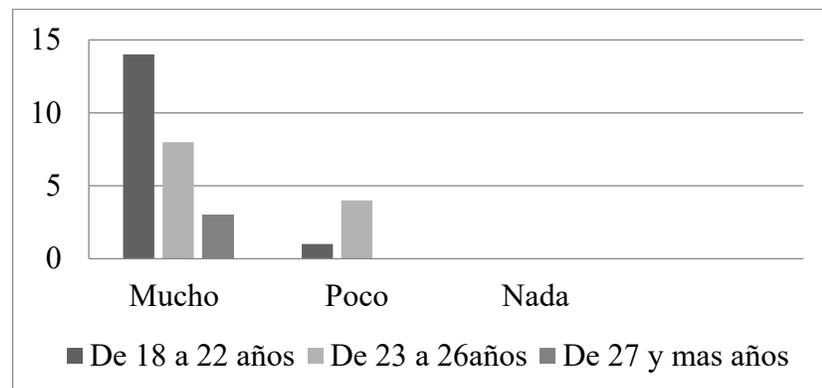
Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 17.

Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que en esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora? Según edad.



Nota. Autoría propia.

En la pregunta numero 12 respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora? De las 30 personas el 83%% contesto mucho y el 17 % poco, según genero 14 hombres y 11 mujeres respondieron positivamente y 3 hombres y 2 mujeres fueron menos positivos respondiendo poco y según edad 14 personas de los 18 a 22 años, 8 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años contestaron mucho, pero 1 persona de los 18 a 22 años y 4 personas de los 23 a 26 años contestaron poco.

Considerando lo anterior es necesario replantearse como las prácticas propuestas por la PNL pueden tener una evaluación más positiva en la variable de aprendizaje en herramientas de servicio al cliente y que otras propuestas pueden contribuir a un resultado más efectivo en los participantes tomando también como referencia que el proceso de aprendizaje o el concepto de la variable para cada uno de miembros en la organización puede verse de una manera diferente y a su vez difícil de medir.

Desarrollo organizacional

Uno de los principales objetivos de los programas adelantados en la empresa Animarte Recreación y eventos es el desarrollo organizacional que hace referencia a la mejora del clima laboral y el proceso de aprendizaje.

El desarrollo organizacional (DO) trata sobre el desarrollo, funcionamiento y efectividad en las relaciones humanas dentro de una organización con un fin en común. También es el trabajo

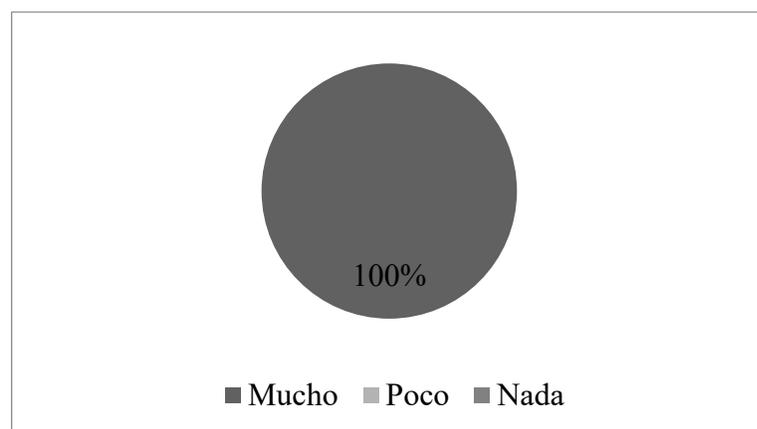
que hace la gerencia para que sus miembros se sientan parte de una causa creíble, sostenible y funcional.

Se da énfasis al capital humano dinamizando los procesos, creando un estilo y señalando una meta desde la institucionalidad. Además, es una herramienta que por medio del análisis interno permite obtener información para guiar o adoptar una estrategia o camino rumbo a un cambio. A través de éste, se logra la eficiencia de todos los elementos que la constituyen y así lograr el éxito planteado.

Esto requiere que una organización se encuentre en capacidad o tenga los elementos necesarios para entrar a competir en el mundo actual, convirtiéndose por tanto el DO en una necesidad. Para utilizar esta herramienta se emplea o se hace uso de un proceso fundamental, como lo es el aprendizaje, que es la vía por la cual se accede al conocimiento adquiriendo destrezas y habilidades produciendo cambios en el comportamiento. Es por esta razón que hay que tener en cuenta los aspectos que influyen en el rendimiento de los elementos que constituyen una organización. (Alles, 2011, pág. 120).

Ilustración 18.

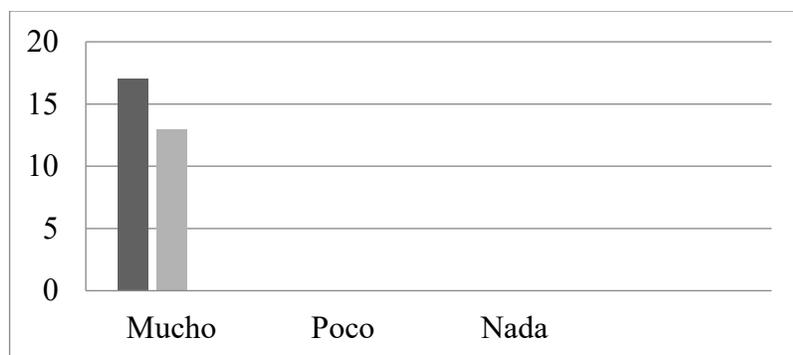
Calificación pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 19.

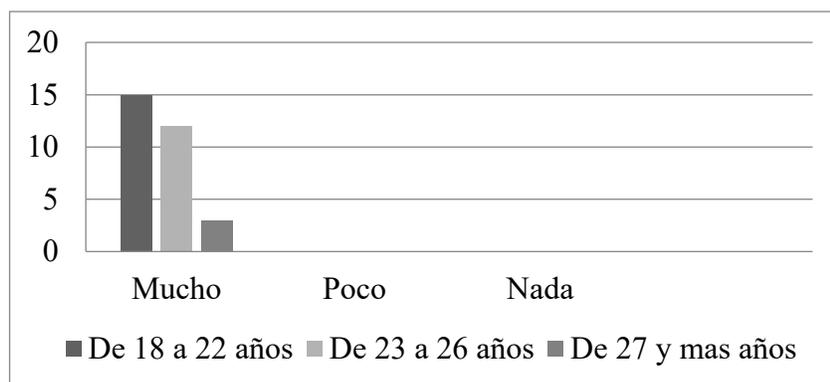
Pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 20.

Calificación pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad? Según edad.

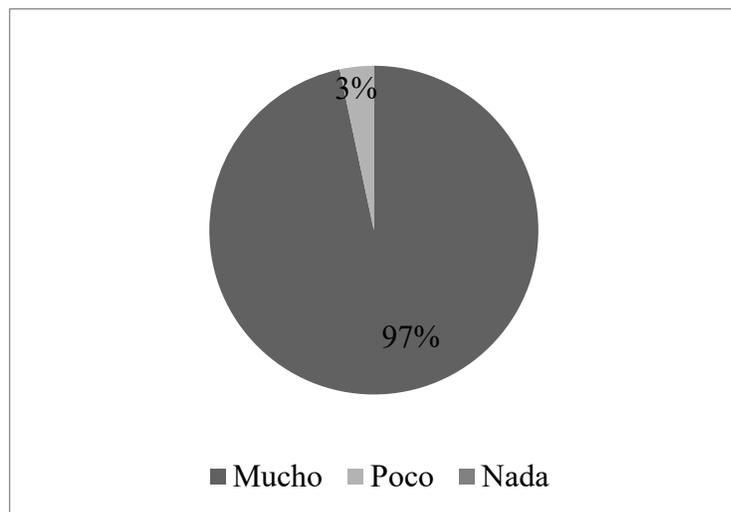


Nota. Autoría propia.

En la pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad? De los 30 colaboradores el 100% contestó mucho, según género 17 hombres y 13 mujeres, y según edad 15 personas de los 18 a 22 años, 12 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años, obteniendo una percepción positiva.

Ilustración 21.

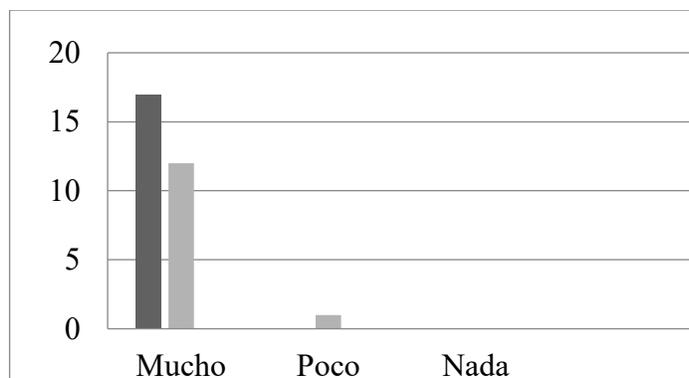
Pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 22.

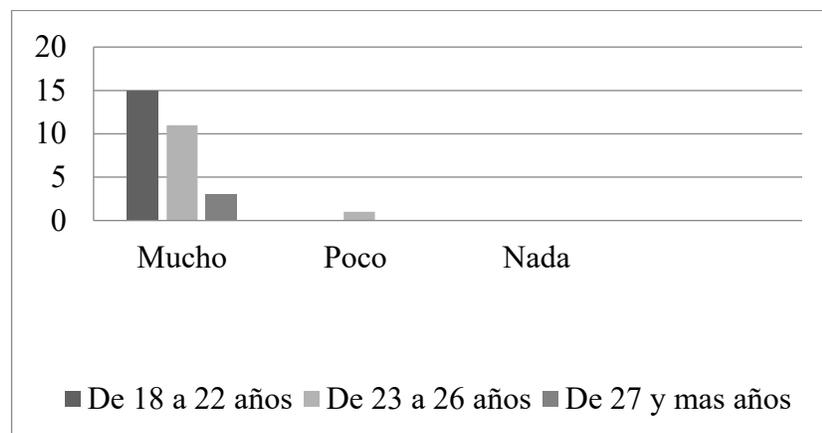
Calificación pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa? Según género



Nota. Autoría propia.

Ilustración 23.

Calificación pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa? Según edad.

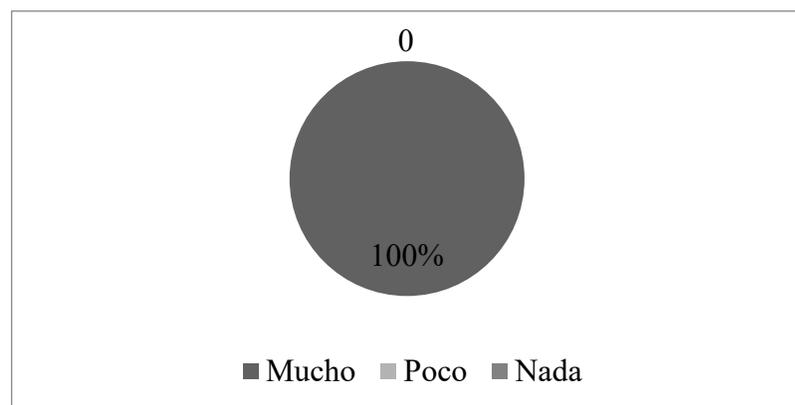


Nota. Autoría propia.

En la pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa? De los 30 colaboradores el 97% contestó mucho y el 3% contestó poco, según género 17 hombres y 12 mujeres contestaron mucho y 1 mujer contestó poco, y según edad 15 personas de los 18 a 22 años y 27 y más años su respuesta fue positiva, de 23 a 26 años 11 personas respondieron mucho y una contestó poco, aunque no fue el 100% satisfactorio ya que un 3% tuvo una percepción diferente el balance sigue siendo positivo.

Ilustración 24.

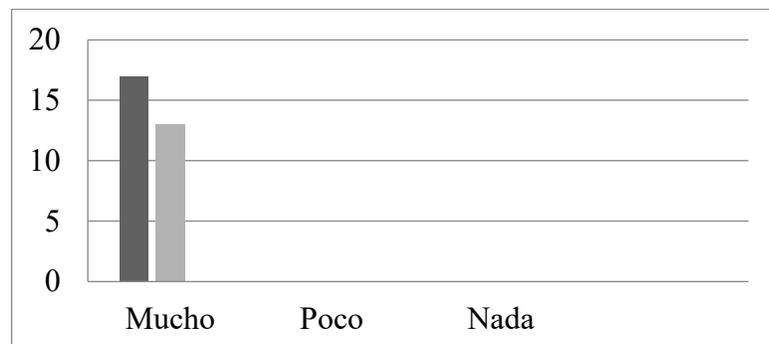
Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 25

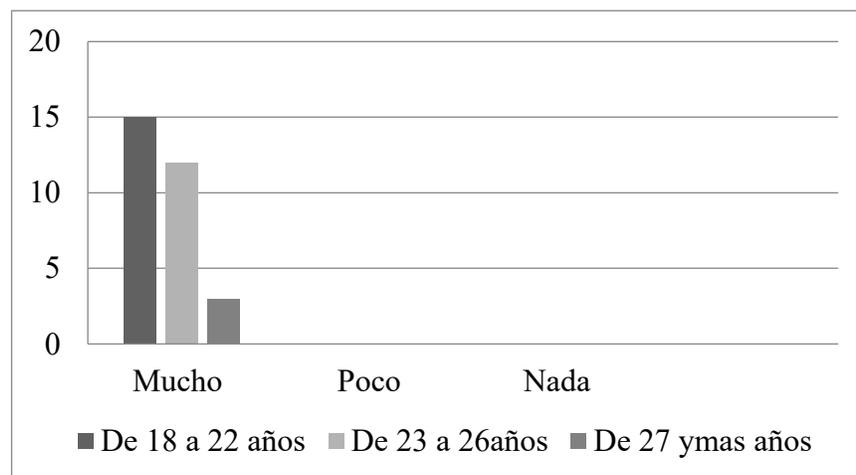
Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 26.

Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral? Según edad.

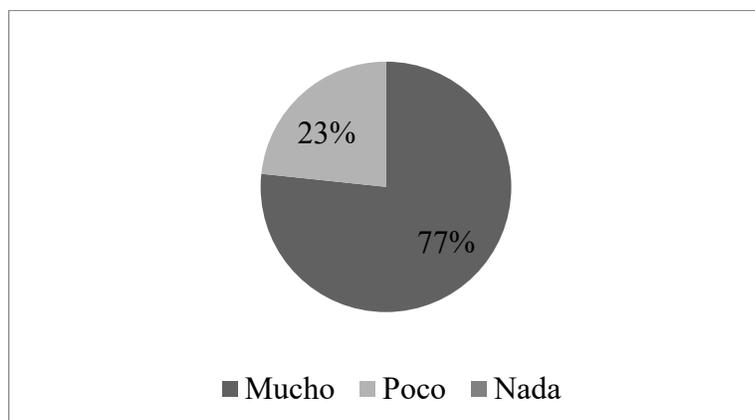


Nota. Autoría propia.

En la pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral? De los 30 colaboradores el 100% contestó mucho, según género 17 hombres y 13 mujeres, y según edad 15 personas de los 18 a 22 años, 12 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años, obteniendo una percepción positiva.

Ilustración 27.

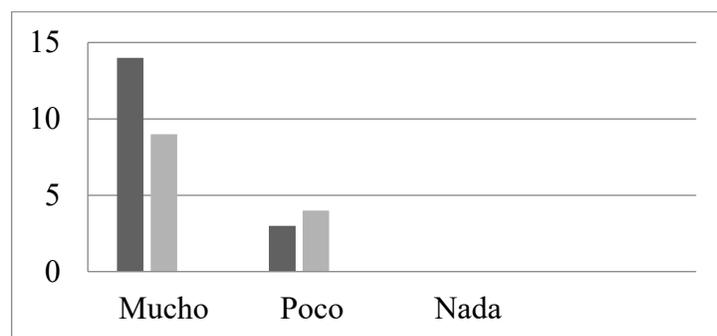
Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencias en trabajo en equipo?



Nota. Autoría propia.

Ilustración 28.

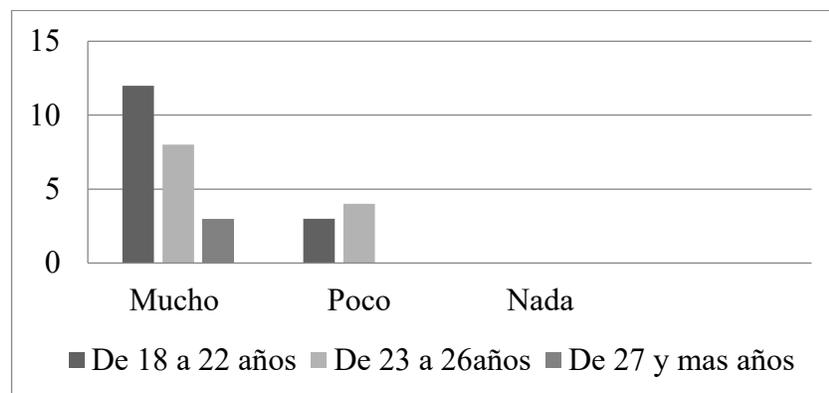
Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencia en trabajo en equipo? Según género.



Nota. Autoría propia.

Ilustración 29.

Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencias en trabajo en equipo? Según edad.



Nota. Autoría propia.

En la pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de las competencias en trabajo en equipo? De las 30 personas el 77% contestó mucho y el 23 % poco, según género 14 hombres y 9 mujeres respondieron positivamente y 3 hombres y 4 mujeres fueron menos positivos respondiendo poco y según edad 12 personas de los 18 a 22 años, 8 personas de 23 a 26 años y 3 personas de 27 y más años contestaron mucho, por lo contrario 3 personas de 18 a 22 años y 4 personas de los 23 a 26 años contestaron poco, lo que nos demuestra que aunque sigue siendo positiva la percepción se deberá tener en cuenta ese 23% que no tuvo la misma percepción.

Analizando la variable de desarrollo organizacional encontramos que al nombrar clima laboral y productividad los colaboradores encuestado tiene un grado alto de aceptación, pero ya al manejar el tema de desarrollo de competencias no tiene el mismo grado de aceptación. Al nombrar la pregunta número 10 donde su tema principal es el desarrollo de las competencias del 100% de los colaboradores un 23% tuvo una percepción negativa, aunque no es un porcentaje muy grande está conformado con un poco más de la cuarta parte de todos los encuestados.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Con la investigación adelantada se pudo medir la percepción de la PNL en la empresa Animarte recreación y eventos porque adopta sus prácticas propuestas y también se pudo identificar como dichas prácticas contribuyen a su desarrollo de competencias. Es necesario mencionar que la con la investigación realizada se pudo identificar que el número de empresas que implementan la PNL como práctica de su cultura organizacional es considerable y puede ser más álgido que el imaginado para la línea de investigación abordada.

La investigación también cumplió con las expectativas que se tenían antes de llevarse a cabo ya que permitió medir a profundidad la temática planteada y logró descubrir que las prácticas propuestas por la PNL pueden ser indispensables en el desarrollo organizacional de la empresa estudiada porque al realizar la investigación se logró identificar que sus principales propuestas en el ámbito organizacional tienen un grado de percepción positivo tomando en cuenta los resultados de los cuestionarios adelantados en la empresa con cada uno de sus colaboradores. Dichos colaboradores hacen parte del área funcional de Animarte Recreación y Eventos lo que permite inferir a una posible aceptación en otras empresas con similares características y responde a la pregunta de investigación planteada que fue ¿Cuál es la percepción de la aplicación de técnicas propuestas dentro de la programación neurolingüística para el desarrollo de las competencias en la organización Animarte recreación y eventos?

El aporte de la investigación adelantada a la línea de conocimiento adscrita (Teoría y cultura organizacional) se concentra en que se evidencio con la información recolectada que las propuestas hechas por la PNL en el desarrollo al interior de las organizaciones se reciben con un alto grado de aceptación en la percepción por parte de los colaboradores de la empresa estudiada lo que permite fundamentar como la interacción de variables del entorno intervienen en el desarrollo de las organizaciones.

Tomando en cuenta las variables planteadas en la investigación se puede concluir lo siguiente:

- Con el instrumento de recolección de datos propuesto se pudo medir como la PNL tiene un grado de percepción aceptable en el desarrollo de una mejor comunicación en la empresa y se pudo apreciar que las prácticas propuestas han contribuido de gran manera

en la cultura organizacional. La comunicación es un aspecto a tener en cuenta en las organizaciones que pretenden mejorar su clima organizacional y con la investigación realizada se logró determinar que la PNL para los colaboradores de la empresa Animarte Recreación y eventos promueve prácticas que favorecen dicho proceso.

- La investigación logró identificar que las propuestas de la PNL para el proceso de aprendizaje de habilidades como la de servicio al cliente han sido fundamentales en Animarte Recreación y Eventos con la información recolectada de gran parte de sus colaboradores y el grado de aceptación percibido. El servicio al cliente es una de las competencias a las que apunta la PNL con sus propuestas y también es fundamental para la actividad de la empresa investigada por esto se logró identificar que la pertinencia para seguir implementado la PNL por la empresa en su cultura organizacional es considerable.

- El desarrollo del análisis de los datos recolectados permite aseverar que al aplicar las prácticas de la PNL por la empresa Animarte Recreación es positivamente percibida por sus colaboradores en el desarrollo de competencias que a su vez se refleja en su clima organizacional lo que invita a la empresa continuar con los programas adelantados y también sirven como propuesta válida para implementarse en otras empresas sin considerar demasiado su actividad económica, tamaño o años de vida.

Recomendaciones

La investigación adelantada pretende aportar soluciones a las problemáticas identificadas en la empresa Animarte recreación y eventos que pueden perjudicar su clima organizacional, el instrumento de recolección de datos permitió medir la percepción de sus colaboradores con los programas de la PNL en la comunicación, servicio al cliente y el desarrollo organizacional lo que hace pertinente considerar las prácticas propuestas e implementarlas en cualquier empresa independientemente de sus características.

La PNL aborda temas fundamentales en la cultura organizacional por lo que es necesario considerar sus propuestas y evaluar que percepción ha tenido en las empresas que la han implementado.

Finalmente, el desarrollo de competencias es un aspecto dentro de la cultura organizacional fundamental por lo que se recomienda abordar a profundidad las diferentes herramientas que existen a parte de la PNL y sus propuestas para el desarrollo de las

organizaciones. Con la investigación adelantada se pudo evidenciar como la PNL contribuye en el desarrollo de competencias con la aceptación demostrada por parte de los colaboradores de la empresa Animarte Recreación y eventos en el estudio realizado lo que permite demostrar su grado de pertinencia en la implementación en cualquier organización porque propone a esta herramienta como técnica para facilitar el empoderamiento, favorecer el clima organizacional y erradicar en las organizaciones aspectos nocivos como la desmotivación e inconformidad en los empleados.

Referencias

- Alles, M. A. (2011). *Diccionario de Términos de Recursos Humanos*. Granica S.A.
- Arocha, M. (2005). *PNL Organizacional*. Júpiter Editores.
- ASEIA Asesores en excelencia integral. (Recuperado en Abril de 2018). *ASEIA Asesores en excelencia integral*. Obtenido de <http://www.pnlaseia.com/quienes-somos/>
- Bórquez, S. (2002). *PNL: tres letras para facilitar el cambio*. Santiago de Chile: Pharos.
- Borrego, R. S., & Alvarado, A. (2010). *Comunicación organizacional*. México D.F.
- Charles, N. (1990). *El proceso de la entrevista*. Kapeluz.
- Coleman, D. (1999). *Inteligencia Emocional*. Kairos.
- Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage publications.
- Heather, & Alder. (1999). *PNL en 21 días*. EDAF.
- integral coaching*. (Actualizado en Mayo de 2018). Obtenido de <http://www.integralcoaching.com.co/>
- Nudel, S. K. (2009). La importancia del servicio al cliente. *Expansión*.
- Robbins. (2004 p. 545). *Comportamiento Organizacional*. Pearson.
- Sambrano, j. (1997). *PNL para todos*. Caracas: Alfadil.
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc GRAW HILL.
- seymour, & O'connor. (1990 y 1993). *Introducción a la PNL*. Barcelona: URANO.
- Suárez, A. (2018). Desarrolle y forme conductas con la Programación Neurolingüística. *gestión humana.com*.
- Taveras, C. G. (Publicación año 2013). *LA COMUNICACIONES EFECTIVAS EN LAS EMPRESAS*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/11/la-comunicacion-efectiva-en-las-empresas/>
- Torres, E. (2001 p. 4). *Programación Neurolingüística: eje transversal de comunicación en el individuo para la gestión de ventas*. Zulia: Universidad Rafael Beloso Chacín.

Listas especiales

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Descripción de los datos. Género de los encuestados.	31
Ilustración 2 Descripción de los datos. Edad de los encuestados.....	31
Ilustración 3. Calificación pregunta 3 cuanto le aportó a usted la variable de comunicación.	34
Ilustración 4. Calificación pregunta 3 cuanto le apor to a usted la variable de Servicio al cliente. 35	35
Ilustración 5 Calificación pregunta 3 cuanto le apor to a usted la variable de desarrollo de competencias.	36
Ilustración 6. Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa?.....	37
Ilustración 7. Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa? Según género.	37
Ilustración 8. Calificación pregunta 5 ¿Cree usted que las practicas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa? Según edad	38
Ilustración 9. Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional?	38
Ilustración 10. Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional? Según género	39
Ilustración 11. Calificación pregunta 11 ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional? Según edad.....	39
Ilustración 12. Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente?	40
Ilustración 13. Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente? Según género.	41
Ilustración 14. Calificación pregunta 8 ¿Cree que las practicas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente? Según edad.....	41
Ilustración 15. Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora?	42
Ilustración 16. Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora? Según género.	42
Ilustración 17. Calificación pregunta 12 Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que en esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora? Según edad.	43
Ilustración 18. Calificación pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad?	44
Ilustración 19. Pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad? Según género.	44
Ilustración 20. Calificación pregunta 6 ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad? Según edad.....	45

Ilustración 21.. Pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa?.....	46
Ilustración 22. Calificación pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa? Según género.....	46
Ilustración 23. Calificación pregunta 7 ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa? Según edad.	47
Ilustración 24. Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral?.....	47
Ilustración 25. Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral? Según género.	48
Ilustración 26. Calificación pregunta 9 ¿El ejercicio lo invito a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral? Según edad.	48
Ilustración 27. Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencia en trabajo en equipo?.....	49
Ilustración 28. Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencia en trabajo en equipo? Según género.	49
Ilustración 29. Calificación pregunta 10 ¿Considera que los usos de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencias en trabajo en equipo? Según edad.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1. Escala para datos recolectados.	28
Tabla 2 Documento de códigos con la escala tipo Likert.....	28
Tabla 3. Descripción de los datos. Género de los encuestados.	31
Tabla 4 Descripción de los datos. Edad de los encuestados.....	31
Tabla 5. Calificación pregunta 3 cuanto le aportó a usted la variable de comunicación.	34
Tabla 6 Calificación pregunta 3 cuanto le aporato a usted la variable de Servicio al cliente	35
Tabla 7. Calificación pregunta 3 cuanto le aporato a usted la variable de desarrollo de competencias.	35

Anexo 1

INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

UNIAGUSTINIANA

Cargo: _____

Género F__ M__

Edad: _____

Con respecto a la **capacitación en Programación Neurolingüística** realizada previamente en su empresa, por favor marque con una (X) en la casilla que considere adecuada para los siguientes factores:

Preguntas	Mucho	Poco	Nada
1. ¿Motivó a usted como participante a un cambio positivo en el entorno laboral?			
2. ¿Considera útil los temas tratados?			
3. De los temas tratados califique cuanto le aportó cada uno:			
a. Comunicación			
b. Servicio al cliente			
c. Desarrollo de competencias			
4. ¿Considera que es fácil aplicar los temas tratados en el ámbito organizacional?			
5. ¿Cree usted que las prácticas propuestas ayudan en el mejoramiento de la comunicación organizacional entre las diferentes áreas y miembros de la empresa?			
6. ¿Considera que el uso constante de lo aprendido podría incrementar su productividad?			
7. ¿La práctica de las técnicas sugeridas promueven un clima laboral armonioso al interior de la empresa?			
8. ¿Cree que las prácticas sugeridas podrían favorecer el fortalecimiento de sus competencias en servicio al cliente?			
9. ¿El ejercicio lo invitó a la reflexión acerca del manejo adecuado de las emociones en el ámbito laboral?			

10. ¿Considera que el uso de las técnicas sugeridas fortalecen el desarrollo de competencias en trabajo de equipo?			
11. ¿Cree que se plantearon cambios para mejorar la comunicación organizacional?			
12. Respecto al servicio al cliente ¿Considera usted que esta capacitación se abordaron propuestas para su mejora?			
13.¿Considera que aprendió de técnicas para el mejoramiento de sus competencias en la empresa?			
14. ¿Recomendaría este tipo de capacitaciones en las Pymes como instrumento de apoyo en el logro de los objetivos comerciales planeados por las empresas?			

Gracias por su amable colaboración.