

Innovando con el diseño de un modelo de PNL a través del coaching digital

Innovating with the design of an NLP model through digital coaching

Sandra Patricia Casas

Universidad de EAN, Colombia, Contadora Pública, Magister en Gestión, Email: scasas4@estudiantes.areandina.edu.co, Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0205-1675>

Contacto: scasas4@estudiantes.areandina.edu.co

Recibido: 05-08-2023

Aprobado: 18-10-2023

Resumen

Esta investigación se enfoca en diseñar un modelo innovador de programación neurolingüística a través del coaching digital, desarrollando el comportamiento racional y la gestión de las emociones en los emprendedores de Bogotá Colombia para el año 2021. Este objetivo es desarrollado a partir de una *investigación aplicada*, para descubrir nuevas herramientas de programación neurolingüística en beneficio de la vida del ser. El *alcance* de la investigación con estudios *correlacionales*, identificará la relación de diversos fenómenos entre sí, brindando un *enfoque* triangular (cualitativo y cuantitativo), mejorando la comprensión del problema, así el *método* hermenéutico a través de su estructura, será pertinente al explicar e interpretar, los escritos y los datos recolectados posteriormente. A la vez, el tipo de investigación mixta en función de sus fuentes de información, para ampliar la visión de las herramientas usadas actualmente en la programación neurolingüística.

Palabras clave: Coaching, Desarrollo, Emociones, Emprendedor, Habilidades, Herramientas, Innovación, Modelos, Patrones de comportamiento, PNL, Profesional

Abstract

This research focuses on designing an innovative model of neurolinguistic programming through digital coaching, developing rational behavior and managing emotions in entrepreneurs in Bogotá Colombia by 2021. This objective is developed from applied research, to discover new neurolinguistic programming tools for the benefit of the life of the being. The scope of the research with correlational studies, will identify the relationship of various phenomena with each other, providing a triangular approach (qualitative and quantitative), improving the understanding of the problem, thus the hermeneutical method through its structure, will be relevant when explaining and interpreting, the writings and the data collected later. At the same time, the type of mixed research based on its sources of information, to broaden the vision of the tools currently used in neurolinguistic programming.

Keywords: Coaching, Development, Emotions, Entrepreneur, Skills, Tools, Innovation, Models, Behavior Patterns, NLP, Professional.

Introducción

El presente artículo expone una investigación aplicada para el diseño de un modelo innovador de programación neurolingüística a través del coaching digital para emprendedores de Bogotá Colombia, teniendo en cuenta la raíz del problema (incremento del comportamiento reactivo y descontrol de emociones en los emprendedores). Identificando las herramientas digitales más asertivas para su desarrollo y aplicación del coaching digital en el grupo objetivo.

Por lo tanto, la investigación realizada sobre PNL a través del coaching digital es de gran relevancia para los lectores, ya que el comportamiento del ser humano desde sus inicios, viene en la búsqueda de generar un cambio dentro de su propia vida y lograr un avance como seres de vida, así que es fundamental, que entendamos la función de la mente, la naturaleza y la esencia del Ser.

Nuestro futuro está formado hacia la evolución, si logramos entender ¿cómo operamos?; ¿cómo es nuestra conducta?; por ejemplo, los celos que nace a raíz de identificar (la competencia), es algo normal, pero si entendemos cómo debemos manejarnos y cuál es nuestro margen de error al ejercer determinado comportamiento frente a una situación, será más eficiente tomar una decisión en determinada circunstancia.

Esta investigación aporta herramientas de PNL en el comportamiento y la gestión de las emociones de los emprendedores desde el coaching digital, por lo tanto, también este registro es de interés para las personas que no están en esta disciplina, pero que buscan desarrollar nuevas habilidades desde su autoconocimiento y su proyección hacia el entorno externo.

Además, presenta un valor agregado para quienes entren en contacto con este escrito, ya que aquí se reúnen investigaciones previas de expertos que revelan que la PNL y el coaching aplicado de forma asertiva puede brindar resultados exitosos, con la facilidad de la unión de nuevas herramientas tecnológicas y digitales mezclando el coaching y la PNL, aportando la simplicidad de interpretación de las herramientas para selección y aplicación según sea el caso del emprendedor. Este documento cuenta con información relevante, nueva, que puede guiar al lector a superar los límites del pensamiento interpretativo y darle la oportunidad de impulsar el propio conocimiento.

Si el emprendedor se encuentra en alguna situación “sin salida”, podrá encontrar varias alternativas y elegir una solución estratégica, a la vez que fortalece su autoestima y su auto comunicación. Por ejemplo, cuando en la primera etapa de emprendimiento no logra ver ingresos estables y una rentabilidad para su marca, puede utilizar las herramientas de PNL del coaching digital, para la búsqueda de soluciones pertinentes a ese estado de bloqueo. Así podrá continuar con nuevos retos dentro del proceso de su emprendimiento. Recordándole su objetivo principal y facilitando estrategias desde la programación neurolingüística para aplicar en la realización y alcance de su resultado.

Los resultados de esta investigación buscan desarrollar el comportamiento racional y gestión de las emociones en los emprendedores, brindando las herramientas pertinentes de PNL como una gran alternativa para mejorar su rendimiento integral e impulso hacia el éxito dentro de un contexto social y un marco cultural en el que se encuadre su pensamiento.

Se realiza una hoja de ruta con el progreso por semana del plan de desarrollo del proyecto con las siguientes fases (fase 1 análisis teórico, fase 2 metodologías, fase 3 análisis de la información, fase 4 elaboración de reportes finales), sus porcentajes fechas de inicio a fin, para medición y control de resultados frente al objetivo inicial.

Estado del Arte

De entre las múltiples definiciones y clasificaciones se puede considerar una conducta agresiva establecida por (Penado, 2014), desde el punto de vista motivacional o funcional; así los mecanismos cognitivos de las distintas expresiones de la agresión: reactiva vs proactiva; en donde los sujetos que exhiben este tipo de comportamientos tienen tendencia a nivel cognitivo a interpretar de forma negativa las acciones y situaciones ambiguas, atribuyéndoles una connotación hostil como provocación o amenaza (Zapata, 2012).

Estos sesgos atribucionales hostiles, junto con la poca capacidad de regulación de respuestas emocionales, las que hacen que la agresión de tipo reactivo se encuentre muy relacionada con la generación de respuestas agresivas ante conflictos sociales (Zapata, 2012)“La PNL puede ayudar a aquellos que hoy deben partir de cero, principalmente a realizar un cambio de actitud.

Aun cuando la realidad ha sido súper fuerte y triste, una actitud positiva podemos conseguirla con nuestra mente; visualizando qué podemos lograr, ya pasando por esa etapa que es muy dolorosa, aceptando la realidad. (Escobar, 2020)

El coaching busca liberar el potencial de las personas para que puedan llevar su rendimiento al máximo, ayuda a los demás a aprender, en lugar de simplemente enseñar o dar órdenes; utilizando un método pensado para mejorar el rendimiento en cualquier ámbito, basado en la relación que se establece entre un coach y el coachee.

Su forma es muy estructurada (estableciendo un calendario de sesiones) o de manera informal basada en el diálogo y en las preguntas que plantea el coach a su discípulo. (Whitmore J. , 1992)

Saber que algunas facetas de nuestra vida no corresponden con lo que verdaderamente somos y podemos tender a acomodarnos en la superficie, más aún cuando estamos en una sociedad que premia las apariencias y el éxito inmediato más que la introspección y la estabilidad personal; lo cual, suele tener consecuencias negativas, ya que hace que incluso aquellos que más éxito parecen tener, en ocasiones no se sientan realmente felices (Martinez, 2020).

Por eso para lograr la comprensión e interpretación de resultados no obvios, según (Marrero, 2008), la hermenéutica constituye una disciplina de interpretación textos de la acción humana, por lo cual esta investigación se distingue por su interés específico en analizar sobre el coaching,

las herramientas de pnl en el marketing, destacando sus autores y brindándole al lector nuevas alternativas de análisis.

El mundo que percibimos no es el mundo real, es un mapa (totalmente subjetivo) hecho por nuestra neurología a partir de recoger todo aquello que nos parece interesante o útil para nuestros propósitos, utilizados en los emprendimientos y sus posibles resultados (Villalobos, 2019).

Con la aplicación de las herramientas de PNL hacia un objetivo con resultados, es fundamental mantener el enfoque mental poderoso que te sitúa como el máximo responsable y artífice de tu propio futuro.

En otros casos, los autores investigan la PNL como herramienta para el marketing, en donde mencionan que la PNL es una herramientapoderosa que ayuda a transformar las organizaciones y a conseguir mejores resultados con la retención de clientes, para ello primero debemos entender su concepto e importancia, según (J., 2021) el cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios.

La diferencia de esta investigación y como valor agregado frente a otras investigaciones, es la integración de los factores antes mencionados a los cuales hacen mención sus autores que se enfocan cada uno en algo específico. Con esta investigación podrás entender y aplicar las herramientas integradas de la PNL y el coaching digital, para cumplir con los resultados óptimos de tu emprendimiento y todo desde tu autogestión emocional y autoconocimiento.

Metodología

El tipo de investigación utilizada es aplicada en función de su objetivo, para descubrir nuevas herramientas de programación neurolingüística en beneficio de la vida del Ser. Su enfoque triangular (cualitativo y cuantitativo), es pertinente paramejorar la comprensión del problema de investigación, adoptando diferentes perspectivas del problema sometido a estudio, con apoyo del método hermenéutico y la combinación de diferentes clases de datos siguiendo los dictados de la lógica para permitir un excedente importante del nuevo conocimiento a manera de promover la calidad de la investigación y cumplir con su objetivo específico.

El alcance de la investigación con estudios correlacionales, identifica la relación de diversos fenómenos entre sí, la asociación de variables mediante un patrón predecible para el nicho de emprendedores. Teniendo en cuenta la recolección de la información a través de diferentes fuentes como libros de neurolingüística, artículos sobre comportamiento del ser humano, teoría del consumidor.

Las fuentes de información utilizadas: Mixta para generar inferencia en el análisis e interpretación de los datos adquiridos de diferentes fuentes de estudio para ampliar la visión de las herramientas usadas actualmente en la programación neurolingüística, sus beneficios y falencias, reforzando con nuevas alternativas y estructuras para el desarrollo e innovación de las herramientas en búsqueda de la solución al problema de investigación.

Los instrumentos de recolección de la información: Entrevistas, cuestionarios y focus group con medición, para la recolección de datos que puede ser nueva información para convertirla en conocimiento de nueva apertura frente a la verdad existente o no. Dentro de las cuales se realizó el diseño de una encuesta en donde se formulan 13 preguntas, orientadas a la caracterización de la población de estudio, en este caso los emprendedores, ampliando el conocimiento frente a su comportamiento y toma de decisiones relacionadas a momentos de alto nivel de estrés que involucran su emociones, además de la posibilidad de adquirir las herramientas de programación neurolingüística y si ven ese retorno de la inversión en la aplicación de estas herramientas de coaching digital.

Muestra / Fórmula

Dentro del componente de campo, se seleccionó población objeto de estudio, en donde se tuvo un acercamiento con la red connect y otras empresas, pero no se recibió respuesta, por lo cual, se calcula una muestra representativa de 278 (Netquest, 2020) de los 144.550 emprendedores afiliados en la cámara de comercio de Bogotá, con el nivel de confianza de 95% y margen de error de 5%, se adjunta fórmula para identificar el tamaño de la muestra e imagen del cálculo de la muestra.

La encuesta escala Likert aplicada a 278 emprendedores, fue enviada digitalmente por medio de las redes sociales, puesta en grupos de emprendedores y enviada a empresas de emprendedores. Este instrumento de recolección con algunas preguntas dicotómicas y de respuesta múltiple, buscaba documentar sobre el conocimiento acerca de las herramientas de PNL, así como el interés en cuanto a la utilización de estas herramientas para su emprendimiento y su nivel de inversión en la adquisición de las mismas. Por lo que se utilizaron preguntas estructuradas para determinar un análisis cuantitativo de la información que debe reunirse y la forma exacta de las estadísticas como resultado.

Para el análisis de los resultados, el método hermenéutico es pertinente para esta investigación, ya que la comprensión, explicación e interpretación, en (Giannini, 1998) coincide con (Coreth, 1972) al destacar los conceptos de 'intelección' e 'interpretación', lo cual ayudarán a descubrir los significados no obvios de los escritos y datos recolectados posteriormente para cumplir con el objetivo específico de esta investigación.

Resultados

Los hallazgos obtenidos durante el desarrollo procedimental, inicia con la utilización de herramientas para dar solución a la pregunta problema de investigación, qué efectos tiene la aplicación del coaching digital y las herramientas de PNL en el comportamiento y gestión de las emociones de los emprendedores en Bogotá.

Al realizar la encuesta se evidencia que durante el tiempo de realización de la encuesta los emprendedores realizaron un pensamiento consciente y objetivo, siendo uno de los fines de la investigación, preguntando en dónde podrían realizar el programa de PNL para fortalecer su asertividad en su comunicación interna y externa, viendo como alternativa número uno de la investigación, incrementar el autoconocimiento y automotivación para su emprendimiento.

Figura # 1

En qué momento llegaste a pensar en desertar de tu emprendimiento.

12 respuestas

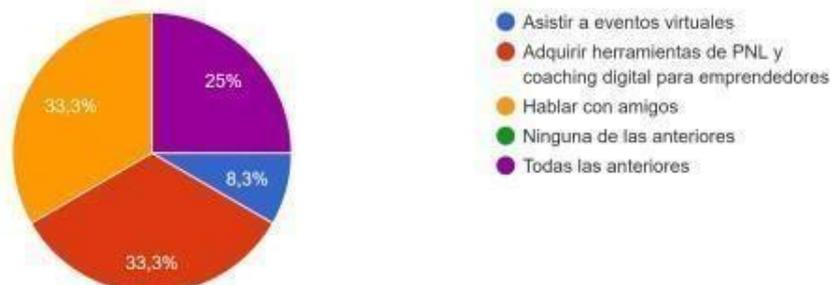


Como se muestra en la gráfica el 41,7% de los emprendedores pensaron en desertar en su emprendimiento cuando no veían avances en el emprendimiento a causa de su inseguridad y emociones cruzadas. Además, el 25% pensó en desertar cuando no recibió ganancias económicas.

Figura # 2

Elige la opción que más te gustaría para fortalecer las relaciones interpersonales en tu emprendimiento.

12 respuestas



Dentro de los resultados de la encuesta aplicada, se revela que el 66% de los emprendedores quieren fortalecer las relaciones interpersonales desde las herramientas de PNL.

Figura # 3

¿Cuál de las siguientes experiencias como emprendedor, logró activar tus emociones de forma relevante?

12 respuestas



Se evidencia que las experiencias que activaron las emociones más representativas, el 41,7% lo hicieron cuando recibieron apoyo en su idea de emprendimiento y el 25% pensaron en desarrollar su emprendimiento por encima de todo.

Figura # 4

Teniendo en cuenta la pregunta anterior, selecciona la emoción que crees fue la más representativa en ese momento.

11 respuestas

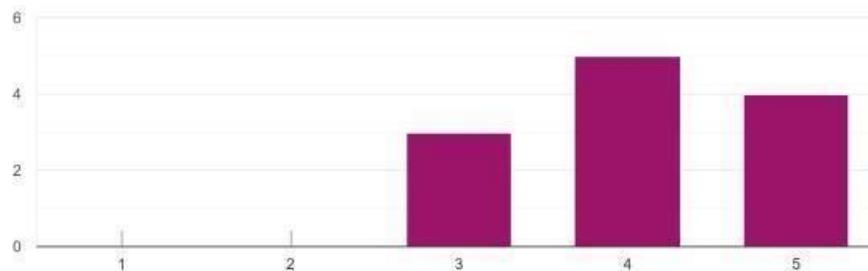


Esta gráfica refleja la emoción de confianza con un 54,5% como la más relevante en su proceso de emprendedores. Adicional se mencionaron las emociones como alegría, tristeza, miedo y sorpresa para el 45,5%.

Figura # 5

Durante el desarrollo de tu emprendimiento, crees que viviste alguna crisis emocional. Califica de 1 a 5 (siendo 1 bajo nivel de crisis emocional y 5 Alto nivel de crisis emocional).

12 respuestas

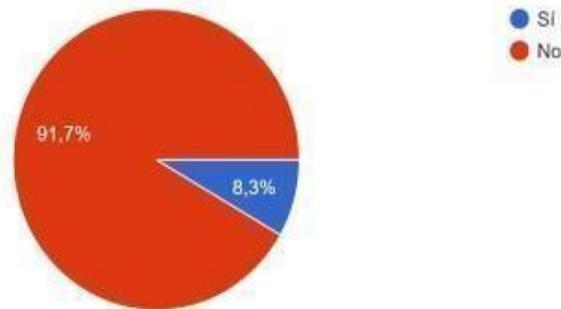


A partir de esta escala se identifica que el 41,7% calificó (4) y el 33,3% se calificó (5), como alto nivel de crisis emocional, mostrando la oportunidad de adquirir las herramientas de PNL como solución.

Figura # 6

Sabes aplicar las herramientas de la PNL (Programación Neurolingüística) en tu emprendimiento.

12 respuestas

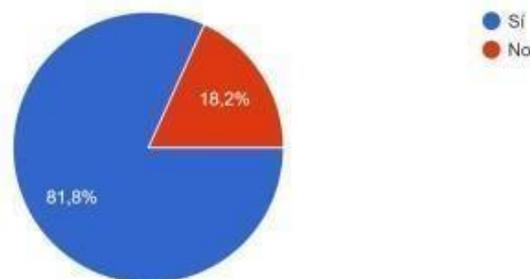


Aquí se destaca que el 91,7% de los emprendedores respondió que no sabe aplicar las herramientas de PNL, lo que es una ventaja para la investigación.

Figura # 7

Quieres que apliquemos juntos las herramientas de PNL y aprendas a implementar la inteligencia emocional para tu emprendimiento

11 respuestas

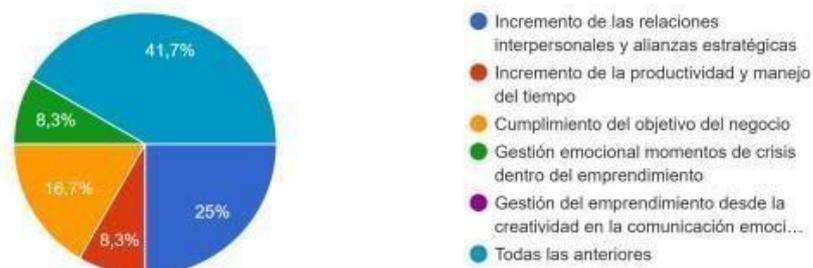


Así el 81,8% quieren aplicar las herramientas de PNL a su emprendimiento. Para el incremento de las relaciones interpersonales y alianzas estratégicas como retorno de la inversión.

Figura # 8

Cuál será el retorno de la inversión, si realizas el programa de PNL para emprendedores con Love Coach?

12 respuestas



Es importante mencionar que el 41,7% evalúan su ROI frente a la inversión en todas las herramientas presentadas para su emprendimiento.

Figura # 9



Se reconoce que el 58,3% pagarían de \$100.000 a \$500.000 por estas herramientas y el 26,2% traería referidos para ayudar a otros. También es importante mencionar que para el 15,5% le gustaría proponer otra opción para pagar el programa.

Discusión de los resultados

Realizando un análisis de la investigación frente a los hallazgos de la encuesta aplicada, cabe resaltar que la investigación tiene una gran relevancia para los emprendedores, ya que según sus respuestas ven una gran oportunidad en las herramientas PNL como método eficiente frente a los retos que se les presenta diariamente que los lleva a estar en altos niveles de estrés y alteración de sus emociones.

Según los resultados en donde muestra que los emprendedores pensaron en desertar de su emprendimiento cuando no veían avances, todo generado por su inseguridad y sus emociones cruzadas, en donde no estaban en capacidad de tomar decisiones asertivas según la situación o problema presentado. Además, pensaron en desertar cuando no recibieron ganancias económicas, viendo todos sus esfuerzos como fracaso y llevándolos a un estado de ansiedad y hasta depresión.

Dentro de los resultados de la encuesta aplicada, se revela que los emprendedores quieren fortalecer las relaciones interpersonales desde las herramientas de PNL, así lograr activar las conexiones sociales y fortalecer el desarrollo de sus habilidades enfocadas al cumplimiento de su objetivo empresarial.

Se evidencia que las experiencias que activaron las emociones más representativas, fue cuando los emprendedores recibieron apoyo en su idea de emprendimiento y cuando pensaron en desarrollar su emprendimiento por encima de todo. Una vez más la investigación resalta que las relaciones interpersonales aplicadas de forma objetiva pueden complementar ideas, sueños y promover a la realización de estas por más retos que se presenten en el camino.

La emoción de confianza es la más relevante en el proceso de los emprendedores, ya que, para iniciar con la organización de una idea, planificación y ejecución de la misma, se activan una serie de emociones como la alegría, la tristeza, el miedo y la sorpresa; las cuales se mencionaron en la recolección de evidencias de esta investigación.

Se identifica como alto nivel de crisis emocional en el camino de un emprendimiento, según los resultados obtenidos, lo que se denota como una gran oportunidad de adquirir las herramientas de PNL como solución de una gran necesidad identificada a través de los hechos, ya que los emprendedores respondieron que no saben aplicar las herramientas de PNL, lo que es una ventaja competitiva para la investigación.

Los emprendedores quieren aplicar las herramientas de PNL a su emprendimiento para incrementar las relaciones interpersonales, disminuir su forma reactiva frente a situaciones de estrés, desarrollar el comportamiento racional y gestión de las emociones como una gran alternativa para mejorar sus rendimiento integral e impulso hacia el éxito forjando alianzas estratégicas como retorno de la inversión (ROI) al adquirir todas las herramientas presentadas en esta investigación.

Algo muy positivo de los resultados presentados, es que los emprendedores quieren pagar e invertir en las herramientas de PNL, siendo tan representativas para ellos que proponen diferentes opciones para dar a conocer las ventajas de la investigación como por ejemplo traer referidos para ayudar a otros.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la raíz del problema, que se identificó al inicio de esta investigación (incremento del comportamiento reactivo y descontrol de emociones en los emprendedores); podemos destacar que las herramientas de PNL son muy asertivas para el desarrollo de las personas que quieran aplicar este enfoque en sus emprendimientos, así su comportamiento y la gestión de sus emociones serán reflejadas de forma racional y consciente y no de forma reactiva.

Además, es evidente que la inteligencia emocional es un componente fundamental del éxito emprendedor en el largo plazo, estas personas suelen ser apasionadas, convencidas de sus ideas y capaces de proyectar niveles extraordinarios de energía cuando se enfocan en su negocio.

La pasión y la emoción, sin embargo, pueden convertirse en sus peores enemigos si la descarga es inapropiada según las circunstancias son, por eso se deben conocer y controlar sus emociones.

Dentro del problema de investigación, se identifica el incremento del comportamiento reactivo y descontrol de emociones en emprendedores de Bogotá, que muestra causas relevantes como el miedo interno y pérdida de objetivo en la vida, desconocimiento del uso de las herramientas de PNL y la falta de autoconocimiento. Esto produce unos efectos en los emprendedores como el fracaso en sus objetivos, el uso frecuente del pensamiento inconsciente y lineal, así como también el deterioro de las relaciones intrapersonales e interpersonales.

Por lo tanto, se seleccionan dos alternativas para dar solución al problema: Manejo de las herramientas de PNL y crear confianza y enfoque.

Esta investigación ha tenido como objetivo diseñar un modelo innovador de programación neurolingüística a través del coaching digital, desarrollando el comportamiento racional y la gestión de las emociones en los emprendedores de Bogotá Colombia para el año 2021. Por lo cual, se hizo uso del método hermenéutico, ya que, a través de la comprensión, explicación e interpretación de los datos obtenidos, ayuda a encontrar los significados no obvios de los escritos y datos recolectados.

Las variables analizadas desde un contexto nacional, explican la gestión de las emociones en los emprendedores de Bogotá que fueron parte del resultado de la muestra obtenida de 278 personas, entre los cuales se resaltan las variables como; dentro de su nivel de crisis emocional de 1 a 5 (1 bajo nivel de crisis emocional y 5 alto nivel de crisis emocional), el 41,7% calificó 4 y el 33,3% se calificó 5, como alto nivel de crisis emocional. Esta variable se encuentra enlazada con uno de los objetivos específicos (identificar el estado de las emociones en los emprendedores bogotanos, para el desarrollo de su comportamiento racional), de esta forma se evidencia que esta investigación cumple con uno de sus hallazgos para la resolución del problema de investigación. La segunda variable representativa muestra que el 91,7% de los emprendedores respondió que no sabe aplicar las herramientas de PNL, así el 81,8% quieren aplicarlas a su emprendimiento. Dando cumplimiento a los otros dos objetivos específicos de la investigación: Gestionar las emociones por medio de las herramientas de PNL a los emprendedores, para que aprendan a transformar su comportamiento y aplicar un modelo pertinente de programación neurolingüística del coaching digital en emprendedores de Bogotá.

Los instrumentos de recolección de información utilizados frente a este tipo de investigación científica aplicada, se utilizó la encuesta semiestructurada con preguntas de tipo escala de Likert, ofreciendo una gama de opciones de respuesta para que los encuestados pudieran elegir libremente su respuesta. Además, si traemos a colación las hipótesis planteadas al inicio de la investigación, se logra dar afirmación y argumentación desde los resultados más relevantes mencionados anteriormente. Así nos confirman los resultados que ya existen herramientas de programación neurolingüística desde hace años para el ser humano, pero ha sido complejo aprender a utilizarlas, el ser humano puede tener mucha información a su alcance, pero difícilmente elige lo más pertinente para su propio desarrollo y a pesar que la PNL lleva muchos años en servicio de profesionales, algunas personas aún desconocen el uso de sus verdaderas herramientas y sus beneficios.

Las relaciones interpersonales motivan a los seres humanos a actuar adecuadamente ante situaciones derivadas con diferentes niveles de ansiedad, convirtiéndola en una emoción adaptativa y necesaria de conocer conscientemente desde la PNL.

Bibliografía

1. Arraéz, M. J. (2 de Diciembre de 2006). *La hermanéutica: Una actividad interpretativa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>
2. Association, A. E. (Agosto de 2018). Obtenido de Códigos de clasificación JEL: <https://www.itsup.edu.ec/sinapsis>

file:///C:/Users/Aleja/Downloads/9-47-PB.pdf

3. Carlos, V. (27 de Marzo de 2018). *PNL Programación Neuro-Lingüística para Emprendedores*. Obtenido de <https://carlosvillalobos.net/2018/02/15/pnl-programacion-neuro-linguistica-para-emprendedores/>
4. Coronado, A. (2021). *El estrés y los estresores, cuáles son y cómo nos afectan*. Obtenido de <https://www.psicoactiva.com/blog/estres-y-estresores/>
5. Escobar. (2020).
6. Escobar. (2 de 06 de 2020). *7 consejos de PNL para emprendedores que quieren partir de cero*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/7-consejos-de-pnl-para-emprendedores-que-quieren-partir-de-cero>
7. Fabiola, E. (2021). *Con el lenguaje correcto PNL entrenas tu vida*. Obtenido de <https://fabiolaescobar.cl/>
8. Giannini. (1998). *Una aproximación desde la hermanéutica*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=Giannini.+\(1998\).&rlz=1C1AVFC_esCO825CO825&oq=Giannini.+\(1998\).&aqs=chrome..69i57j0i22i30.1184j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Giannini.+(1998).&rlz=1C1AVFC_esCO825CO825&oq=Giannini.+(1998).&aqs=chrome..69i57j0i22i30.1184j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
9. Gómez, K. R. (2020). *Repository.ucc. Obtenido de LA PNL: HERRAMIENTA DEL MARKETING* .: Obtenido de [https://www.google.com/search?q=G%C3%B3mez%2C+K.+R.+\(2020\).+Repository.ucc.+Obtenido+de+LA+PNL%3A+HERRAMIENTA+DEL+MARKETING+%3A+https%3A%2F%2Frepository.ucc.edu.co%2Fbitstream%2F20.500.12494%2F17953%2F1%2F2020_Pnl_Herramienta_Mark+e+ting.pdf&rlz=1C1AVFC_e](https://www.google.com/search?q=G%C3%B3mez%2C+K.+R.+(2020).+Repository.ucc.+Obtenido+de+LA+PNL%3A+HERRAMIENTA+DEL+MARKETING+%3A+https%3A%2F%2Frepository.ucc.edu.co%2Fbitstream%2F20.500.12494%2F17953%2F1%2F2020_Pnl_Herramienta_Mark+e+ting.pdf&rlz=1C1AVFC_e)
10. J., D. (2021). *Procesamiento del lenguaje natural para medir información del producto*. Obtenido de <https://www.ama.org/>
11. Javeriana, U. (Mayo de 2019). *Normas Apa sexta edición*. Obtenido de https://www2.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/normas_apa_revisada_y_actualizada_mayo_2019.pdf
12. Julia, M. (2 de Noviembre de 2020). *Qué es un project roadmap y cómo crear uno paso a paso*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/project-roadmap>
13. María, P. (Diciembre de 2014). *Agresividad reactiva, proactiva y mixta: análisis de los factores de riesgo individual*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/266749870_Agresividad_reactiva_proactiva_y_mixta_analisis_de_los_factores_de_riesgo_individual
14. Marrero, M. R. (2008). *HERMENÉUTICA: La roca que rompe el espejo*. Obtenido de <C:/Users/Aleja/Downloads/Dialnet-HermeneuticalaRocaQueRompeElEspejo-3620425.pdf>
15. Martinez, S. (2020). *Santi Martinez*. Obtenido de <https://www.santimartinezcoach.com/coaching-entrenamientos-y-conferencias/>
16. Martins, J. (Noviembre de 2020). *Qué es un project roadmap y cómo crear uno paso a paso*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/project-roadmap>
17. Netquest. (2020). *Netquest*. Obtenido de https://www.netquest.com/es/encuestas-online-investigacion?utm_term=&utm_campaign=Leads-Search-Spanish&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=5975040019&hsa_net=adwords&hsa_cam=13335534631&hsa_ad=530627771962&hsa_kw=&hsa_grp=12991

8234651&hsa_mt=b&hsa_v

18. Penado, A. J. (2014). Agresividad reactiva, proactiva y mixta: Análisis de los factores de riesgo individual. En *Amario de Psicología Jurídica*. <https://journals.copmadrid.org/apj/archivos/jr2014v24a5.pdf>.
19. Robbins. (2004). *Comportamientos*. Obtenido de https://scholar.google.com.co/scholar?q=Robbins,+2004&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
20. Ruth, V. (junio de 2009). Obtenido de La triangulación como procedimiento de análisis para investigaciones educativas: <http://ojs.urbe.edu/index.php/redhecs/article/download/84/4001?inline=1>
21. Silvia, T. (2015). *Laa cita y referencias bibliográficas, guía* . Obtenido de https://www.uahurtado.cl/pdf/Cita_y_Referencia_Bibliogrifica_gua_basada_en_las_normas_APA.pdf
22. Torres Enrique, D. R. (Junio de 2013). *Temor a la evaluación social negativa:* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/647/64728763019.pdf>
23. Villalobos, C. (5 de Enero de 2019). *¿Cómo plantearte objetivos eficazmente?* Obtenido de <https://carlosvillalobos.net/tag/coaching/>
24. Vocabulario, U. (2021). *Acerca del Tesauro de la UNESCO*. Obtenido de <http://vocabularies.unesco.org/browser/es/about/?clang=es&anylang=on>
25. Whitmore, J. (1992). *Coaching for Performance*. Obtenido de <https://www.leadersummaries.com/es/libros/detalle/coaching>
26. Zapata, M. S. (1 de Junio de 2012). *¿Qué es el coaching? sus orígenes y definición*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2012/06/3.Que-es-Coaching.pdf>