

EL PAPEL DE LA PNL EN EL MERCADO DE GIROS EN COLOMBIA

THE ROLE OF NLP IN THE DRAFTS MARKET IN COLOMBIA

Natalia Lorena Rodríguez Hernández¹ 2017

Fundación Universitaria de la cámara de comercio de Bogotá, Uniempresarial.

Bogotá, Colombia.

RESUMEN

En el presente escrito, se analiza de forma crítica el papel que juega la programación neurolingüística en el mercado de los giros en Colombia. Es en este marco que se reflexiona cómo los empresarios han entendido que la mente del consumidor debe ser seducida por diferentes medios para aumentar sus ventas, tener mayor participación en el mercado y ser más competitivos.

Lo anterior toma como punto de partida la definición de la programación neurolingüística desde su etimología, continuando con la apropiación de los empresarios de la PNL para aplicarlo en los negocios y finalmente analizar el caso de Efecty como un competidor agresivo en el mercado de giros en Colombia.

Palabras claves: Competitividad, Consumidor, Experiencia, Marketing, Mercado, Programación Neurolingüística (PNL).

¹ Trabajo de grado para optar al título como profesional en Negocios Internacionales. Diplomado en Habilidades gerenciales. Fundación Universitaria de la cámara de comercio de Bogotá, Uniempresarial. Carrera 33ª N° 30-20.
Contacto: natik_ro17@hotmail.es

ABSTRACT

In this paper, the role played by neurolinguistic programming in the money transfer market in Colombia is critically analyzed. It is in this framework that we reflect on how entrepreneurs have understood that the mind of the consumer must be seduced by different means to increase their sales, have a greater participation in the market and be more competitive.

The aforementioned takes as a starting point the definition of the neurological strategy of its etymology, continues with the appropriation of the NLP entrepreneurs to apply it in business and finally analyzes the case of Efecty as an aggressive competitor in the money transfer market in Colombia. .

KeyWords: Competitiveness, Consumer, Experience, Marketing, Market, Neurolinguistic Programming (NLP).

INTRODUCCIÓN

1. Etimología y Definición

El concepto de Programación Neurolingüística puede llegar a generar algún tipo de confusión, sin embargo se puede definir “como un modelo de comunicación que se centra en identificar y usar modelos de pensamiento que influyan sobre el comportamiento de una persona como una manera de mejorar la calidad y la efectividad de la vida” (Bavister & Vickers, 2011).

Un inconveniente del PNL es la etimología de su nombre, ya que cuando se menciona el término Programación Neurolingüística a las personas que quizá nunca lo han escuchado, la percepción generalmente no es positiva. El nombre

podría hacer pensar incluso que se están utilizando una serie de estrategias originarias de la neurociencia con el fin de manipular a los demás.

El Instituto Americano de Formación e Investigación afirma:

“Es un modelo de comunicación conformado por una serie de técnicas, cuyo aprendizaje y práctica están enfocados al desarrollo humano. Sostiene que en última instancia toda conducta humana se desarrolla sobre una “estructura” aprendida, la cual puede ser detectada para ser modelada por otras personas y obtener con ello similares resultados.” (2018)

Su impulso empezó en la segunda mitad del siglo XX en la Universidad de California, donde sus expositores John Grinder y Richard Bandler, fueron quienes abordaron el estudio de las características de la conducta humana. Así pues, nuevos investigadores continuarían aumentando estas indagaciones hasta producir una teoría de la PNL.

Teniendo en cuenta lo anterior, se podría inferir a que la PNL es acrónimo en donde la programación busca que el ser humano actúe como una computadora, es decir que al interior de su cabeza incorpore y ejecute programas toda vez que el cerebro funciona como un procesador desde que se nace hasta que se muere, de manera que todas aquellas experiencias que se vivan a través del tiempo ingresen por cada uno de los cinco sentidos y así se adquieran programas en la mente.

No obstante, allí también se generan procesos de selección dado que algunos de los programas pueden resultar muy útiles y otros que puede que no aporte mucho a la vida de la persona, sino que se encuentra allí porque tiene un objetivo secundario y/o lo protege de algo.

En coherencia, uno de los objetivos de la PNL es que intenta persuadir a las personas, para que éstas puedan seleccionar de manera conveniente el programa

que mejor se ajuste para el entorno y/o escenario en el cual se vaya a desenvolver.

En cuanto a la palabra neuro como parte de neurolingüística, hace una alusión clara al mero proceso de asimilar y ejecutar los programas que se han adquirido durante el periodo de vida del individuo por medio de las neuronas, de allí que por medio de las neuronas sensoriales sean por las cuales se adquieran los programas y las neuronas motoras con las cuales se puedan ejecutar sin ningún tipo de problema. En cuanto a lingüística es porque el lenguaje ya sea corporal y verbal es el que le permite a las personas materializar todo el proceso que se explicó en los párrafos anteriores.

2. La PNL en los Negocios.

Cuando las personas adquieren algún tipo información y también incorporan experiencias a partir de sus cinco sentidos, se genera un punto de partida para que se genere un proceso de organización de datos sensoriales para crear una representación o percepción del mundo.

Según Jürgen Klaric:

“El consumidor de hoy se encuentra hiperinformado; debe correr a tanta velocidad como la información lo persigue; sabe hasta diez veces más de lo que sabía diez años atrás; tiene la posibilidad de consultar instantáneamente la opinión de sus amigos y vecinos; tiene acceso a toneladas de información por internet; está constantemente bombardeado por diferentes medios y es un receptor de mucha información sobre la que él tiene el poder de elegir, dentro de sus procesos de compra más importantes.” (2017)

Cuando se observa detenidamente el comportamiento de una persona, quien se encuentra observando adquiere inmediatamente la capacidad de ordenar los compendios de esas representaciones que acaba de ejecutar un individuo, y a su

vez de identificar los patrones de pensamiento, que cómo consecuencia permite estructurar un modo adecuado para facilitar las transformaciones esperadas.

Para llevarlo a cabo, la PNL generó una serie de herramientas que en primera medida permitirá identificar un estado actual y posteriormente ayudar al individuo a que alcance el estado que se deseó desde el principio.

Desde una perspectiva personal, la PNL en los negocios trabaja en función a cuatro ejes para conseguir resultados así:

- **Efectos:**

Si se pretende obtener algo hablando en términos de objetivos, en la PNL de existir una concentración previa en lo que se quiere conseguir, es decir trazar unas metas claras que apunten a los resultados que se pretenden obtener, diseñando una estrategia que guiará y orientará todos los recursos disponibles de la empresa a la consecución de planeado.

- **Captación de oportunidad:**

La captación de oportunidad quiere decir que los empresarios deben estar alerta para observar o descubrir detalles mínimos en la el comportamiento del consumidor para ser consciente de lo que ocurre a su alrededor en el mercado. Ya que, las personas cambian constantemente al momento de percatarse de lo que está sintiendo, escuchando, olfateando o viendo. Hay empresas que se dedican a observar más de cerca su entorno y/o mercado, mientras que otras se fijan más emociones y pensamientos de sus clientes.

- **Respuesta al cambio:**

Cuando se empiezan a clasificar los resultados y se utiliza la captación de oportunidad para observar lo que le está sucediendo al consumidor,

la información que obtiene le permitirá realizar los ajustes necesarios a las estrategias propuestas. De manera que si las acciones que se están llevando al interior de la compañía no están generando el efecto o los resultados esperados, la empresa podrá optar por implementar una estrategia diferente. Sin embargo algunas empresas les cuesta tomar un camino diferente ya sea por factores de tipo económicos o porque sencillamente consideran que deben hacer lo mismo una y otra vez.

- **Conexión:**

La conexión se podría interpretar como aquel mecanismo que une a la gente con la empresa. Cuando se trata de crear empatía entre una persona jurídica y una persona natural en su mayoría puede ocurrir bien sea de manera natural, automática o instintiva. Algunas personas desarrollan afinidad con algunas marcas del mercado porque se sienten totalmente identificadas, mientras que también se producen efectos negativos o neutros con las marcas con las que no hay afinidad. Por esta razón es de suma importancia que las empresas busquen las oportunidades, a fin de mejorar la capacidad de conexión con sus clientes para tener relaciones eficaces y duraderas en el tiempo.

“El neuromarketing abre un nuevo campo de acción en los negocios: cuáles son las percepciones de los consumidores y entonces, definir las estrategias más adecuadas para llegar hasta ellos, seducirlos y fidelizarlos. Como esta disciplina ha puesto en evidencia que la toma de decisiones tiene fuerte raigambre en el sistema emocional, se cristaliza aún más por qué las estrategias de marketing más exitosas son las que focalizan en los sentimientos y el hedonismo, y desatan la compra por impulso y a largo plazo, la fidelidad de marca.” (Abbate, 2014)

3. Mercado de los giros en Colombia.

Según una infografía publicada en el portal de la revista dinero, el mercado de los giros en Colombia sigue creciendo a grandes cantidades, el sector alcanzó una tasa del 16% del 2013 al 2015. Allí también se revela que el 28 % de los giros que se realizan a nivel nacional corresponden a la región del Valle del Cauca, seguido por Antioquía con un 20% y finalmente Cundinamarca con un 18%, las otras regiones del país representan el 34% en el mercado de los giros.

Del total de los usuarios, el 39% son mujeres y el 61% son hombres, de allí que las personas que utilizan con mayor frecuencia este servicio se encuentran entre los 36 y 45 años de edad representando un 28% de los giros totales. Efecty es la empresa con mayor participación en el mercado de los giros con un 51%, seguido de Migiro con un 24 %, Supergiros con el 22%, Movilred con un 2% y finalmente 472 con un 1%.

GIROS

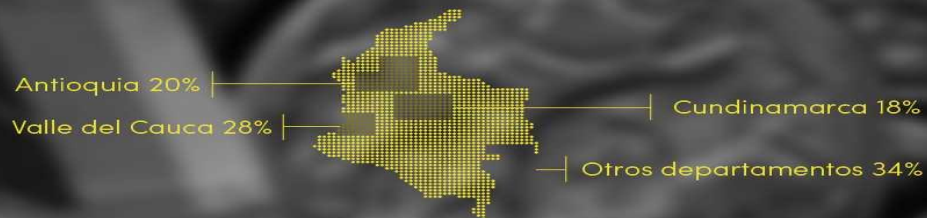
POR MONTONES

El mercado de los giros de dinero en Colombia crece a pasos agigantados, se calcula que el crecimiento de este sector alcanzó tasas del 16% en los últimos tres años.

CRECIMIENTO EN EL NÚMERO DE TRANSACCIONES O GIROS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN COLOMBIA



POR REGIONES, EN DONDE SE HACEN MÁS GIROS ES EN:



ASÍ SE DISTRIBUYE ESTE MERCADO EN EL PAÍS:



DEL TOTAL DE USUARIOS



POR EDADES



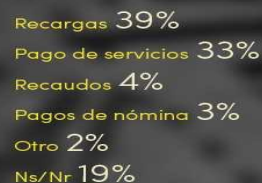
¿QUÉ TAN FRECUENTE EL USO DE ESTE SERVICIO EN COLOMBIA?



EN CUENTA A LAS RAZONES DEL USO DE ESTA MODALIDAD DESTACA:



SERVICIOS QUE UTILIZAN LAS PERSONAS ADICIONALES A LOS GIROS



Fuente: Encuesta de percepción Asopostal. Cifras y conceptos Datos entregados a este medio por la firma 4-72

Fuente: (Giros Por Montones)

22 años han pasado desde que la empresa número uno en Colombia para realizar giros nacionales inicio su recorrido. Esta empresa inició en el año 1996, la entidad ha trabajado firmemente en el desarrollo de productos y servicios que facilitan la vida de los colombianos y tras dos décadas de funcionamiento cuentan con una trayectoria de evolución permanente e innovación para estar a la delantera con servicios conformes a las necesidades y cambios constantes del mercado.

El liderazgo y reconocimiento que hoy los posiciona como la empresa más querida y reconocida por los colombianos en este segmento, ha estado empujado en un constante desarrollo y expansión que hoy les permite tener una cobertura de todos los departamentos del país, con una red exclusiva, de más de 10.000 puntos de atención ubicados en todo el territorio nacional, lo que garantiza la prestación de un servicio rápido, honesto, convincente y adecuado en todas las regiones del país a las millones de personas que utilizan mensualmente esta red.

Durante sus 20 años ha demostrado ser el pionero con innovadoras soluciones para todos sus clientes, del mismo modo han logrado convertirse en un referente al interior de la industria, toda vez que ha establecido puntos de transformación en la línea del tiempo y una muestra de ellos es ser la primera del sector en recibir habilitación como operador postal de pago por parte del Mintic, adicional evolucionar para acercarse con herramienta tecnológica del sector financiero creando cajeros electrónicos para el envío y cobro de giros nacionales sin necesidad de tarjetas débito y crédito, extendiendo su servicio con unidades móviles los primeros con una aplicación móvil para giros nacionales con débitos por Pagos Seguros en Línea (PSE) y desde sus cuentas establecerse como el primer corresponsal para envío y pago de Giros internacionales Western Union en Colombia.

Asimismo después de su canal retail, han llevado a cabo diversas alianzas estratégicas en busca de fortalecer mucho más su red en aras de prestar un excelente servicio,

ampliando su cobertura nacional e implementar soluciones con altos estándares en tecnología y seguridad. Hoy por hoy cuentan con la mayor cantidad de aliados estratégicos para realizar sus operaciones como lo son Jumbo, Metro, Olímpica, Makro, OXXO.

En su sitio web oficial Efecty Limitada se describe así:

“Somos especialistas en giros, pagos, recargas y recaudos a nivel nacional con más de 20 años de experiencia en el mercado. Contamos con una red de 8.000 Puntos de atención al público, ubicados en más de 1.070 municipios a nivel nacional. Gracias a nuestra cobertura, ofrecemos a nuestros clientes Puntos de Servicio cercanos, en los cuales pueden realizar sus operaciones de manera ágil y segura. Somos reconocidos como una compañía pionera en el mercado de Giros con solidez, trayectoria y tecnología IN HOUSE que se ajusta a las necesidades de nuestros clientes.” (Efecty Ltda., s.f.)

Efecty es hoy símbolo de agilidad y confiabilidad para servicios de pago, giros y recaudos. Han logrado establecerse como la marca más fuerte del mercado, facilitando la vida a miles de colombianos que tienen confianza plena en la compañía por el respaldo que les brinda. Ésta seguirá siendo su prioridad para continuar ampliando su portafolio de servicios, desarrollando nuevos productos con tecnología de punta que respondan a las necesidades de sus usuarios.

Para responder a las necesidades del mercadeo actual, lanzó un servicio para que los colombianos puedan enviar múltiples giros nacionales con un solo clic desde su portal web, y su más reciente apuesta de botón de pago para el comercio electrónico, facilitando la compra de productos por internet a personas no bancarizadas o que no quieren exponer a riesgos sus cuentas o tarjetas débito y crédito.

Dentro de su estructura organizacional tienen dos marcas Efecty y Dimonex, ambas prestan los mismos servicios y ofrecen el mismo portafolio, pero cada una enfocada a un segmento de clientes y target de negocio aliado diferentes.

Un factor importante para determinar el éxito e impacto que sus estrategias de marketing tienen en los consumidores, evidentemente es el músculo financiero y el presupuesto que se destina a las campañas publicitarias, esto les ha permitido lograr grandes patrocinios debido a la cultura del país la cual genera reconocimiento de marca e impacto en los consumidores. Por ejemplo, según una de sus campañas Efecty es el giro oficial de la selección Colombia.



Fuente: (Efecty Canal Oficial, 2014)

Este es uno de los patrocinios que mayor impacto genera en el consumidor colombiano ya que aplica una de las teorías del Neuromarketing impactando directamente al cerebro Límbico y Reptiliano estimulando sus emociones, sentimientos, cultura y recuerdos posicionando la marca en el subconsciente de las personas, lo cual a la larga es

supremamente beneficioso para Efecty por la acogida y gran número de personas que siguen este tipo de eventos y transmisiones.

Ese impacto se logra insertando en el transcurso de las transmisiones socalos en los extremos de las pantallas con su imagen visual corporativa, así como cuñas en el transcurso del partido que se replican en televisión y radio. En los entretiempos de las transmisiones presentan comerciales con campañas publicitarias diferentes, ofreciendo premios por realizar giros por Efecty, aprovechando de manera bastante productiva la euforia y emoción que las personas puedan estar experimentando en determinados momentos.

4. Conclusiones

El Neuromarketing, como herramienta estratégica permite a quien haga uso de sus técnicas y resultados tener una ventaja competitiva frente a los demás oferentes, en un mercado cambiante y un cliente más exigente, que no busca solo un producto si no una experiencia de servicio y calidad que satisfaga los deseos que conllevan saciar sus necesidades.

- Diversas son las compañías alrededor del mundo que han utilizado herramientas de Neuromarketing para posicionar su marca y se evidencian numerosos casos de éxito, algo que nació como un experimento hoy en día es una técnica que, sin tener un costo significativamente mayor a las investigaciones de mercado tradicionales, pueden llegar a generar un valor de retorno de un 10 a un 15% más que los modelos de marketing convencionales.
- En Colombia existen muchas empresas que prestan servicios postales de pago, pero entre ellas existe una brecha bastante definida en cuanto a la preferencia del consumidor, al adoptar y poner en práctica técnicas de Neuromarketing se obtiene la

posibilidad de tener la fidelidad y preferencia de los clientes sin necesidad de sacrificar fortalezas del negocio como son los precio

- La implementación de prácticas innovadoras del Neuromarketing permitirá a empresas emergentes dedicadas a prestar servicios postales de pago posicionarse en uno de los mercados de mayor crecimiento en el país, con un gran potencial de desarrollo y proyección a futuro.

Recomendaciones

- Se recomienda profundizar en herramientas alternativas de Marketing aplicadas a los planes de desarrollo empresariales, buscando generar un mayor impacto de recordación de marca y una mejora en el logro de los objetivos de crecimiento en las compañías.
- Se recomienda a las empresas no enfocar sus esfuerzos de mercadeo en ofrecer productos centrados en características, por lo contrario, brindar beneficios diferenciales y experiencias de servicio por medio de Neuromarketing, que en conjunto fortalezcan la marca y generen fidelidad por parte de los consumidores.
- Se recomienda a las organizaciones integrar Neuromarketing como complemento a los estudios de mercado llevados a cabo, ya que permitirá tener un retorno de valor al resultado de entre el 10 y el 15% más, sumando valor y efectividad a las campañas de mercadeo a futuro.

- Se recomienda a las organizaciones adoptar como modelo de referencia y desarrollo empresarial, casos de éxito establecidos en empresas a nivel mundial como son (Coca-Cola, Uber y Amazon), estos modelos han demostrado que enfocarse en los deseos de las personas y mostrarlo mediante experiencias es el mejor método de recordación y elección.

- Se recomienda a las empresas postales de giros en Colombia hacer un cambio significativo en la forma como transmitir al público sus productos y servicios, apostando a Neuromarketing brindando herramientas que les permita obtener una mayor participación en el mercado y complementando de manera estratégica una red de puntos de atención ya establecida.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbate, P. (14 de Julio de 2014). *Marketing para emprendedores*. Obtenido de Marketing para emprendedores: <http://mastermarketingla.com/que-es-neuromarketing-y-como-utilizarlo-en-los-negocios/>
- Bavister, S., & Vickers, A. (2011). *PNL Las clavez para una comunicación más efectiva*. Barcelona: Editorial Amat.
- Efecty Canal Oficial. (14 de Mayo de 2014). *Youtube*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=GSj1QOZBlxQ>
- Efecty Ltda. (s.f.). *Efecty*. Obtenido de Efecty: <https://www.efecty.com.co/nosotros>
- (s.f.).Giros Por Montones. *Así se mueve el disputado mercado de los giros de dinero en Colombia*. Revista Dinero, Bogotá D.C.
- IAFI Argentina. (Abril de 2018). *Instituto Americano de Formación e Investigación*. Obtenido de Instituto Americano de Formación e Investigación: <https://www.pnliafi.com.ar/que-es-pnl/>
- Klaric, J. (2017). *Estamos Ciegos*. Mexico: Grupo Planeta.

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
RODRÍGUEZ HERNANDEZ	NATALIA LORENA	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
NEGOCIOS INTERNACIONALES	Pregrado	X
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTÁ D.C	2018	15
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Competitividad	Competitiveness	
Consumidor	Consumer	
Experiencia	Experience	
Marketing	Marketing	
Mercado	Market	
Programación Neurolingüística (PNL)	Neurolinguistic Programming (NLP)	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>En el presente escrito, se analiza de forma crítica el papel que juega la programación neurolingüística en el mercado de los giros en Colombia. Es en este marco que se reflexiona cómo los empresarios han entendido que la mente del consumidor debe ser seducida por diferentes medios para aumentar sus ventas, tener mayor participación en el mercado y ser más competitivos.</p> <p>Lo anterior toma como punto de partida la definición de la programación neurolingüística desde su etimología, continuando con la apropiación de los empresarios de la PNL para aplicarlo en los negocios y finalmente analizar el caso de Efecty como un competidor agresivo en el mercado de giros en Colombia</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Natalia Lorena Rodríguez Hernández con C.C. N° 1.015.427.281 actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título El PAPEL DE LA PNL EN EL MERCADO DE GIROS EN COLOMBIA elaborada para efectos de optar por el título, de Profesional en Negocios Internacionales.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá D.C, el año 2018 del mes de mayo a los 30 días.

FIRMA

Natalia Rodríguez H

Firma

Natalia Rodríguez H

C.C.

1015427.281

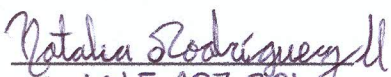
Bogotá D.C., 30 de mayo de 2018

Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales.

Cordialmente,


C.C. 1015.427.781