



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MENCIÓN: GESTION DE PROYECTOS

Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020-CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito

Línea de Investigación:

Gestión Integral de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Luis Roberto Castillo Erazo

Tutor/a:

Magister Ana Tulcán / Magister Doris Calle

Quito – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucia Tulcán con C.I: 040137108-3 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Luis Roberto Castillo Erazo, de C.I: 1715865844, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M.,17 de marzo de 2025

Firma

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Doris Marcela Calle Landázuri con C.I: 171921228-2 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Luis Roberto Castillo Erazo, de C.I: 1715865844, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 17 de marzo de 2025

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Luis Roberto Castillo Erazo con C.I: 1715865844, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, mención Gestión de Proyectos.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 17 de marzo de 2025

LUIS ROBERTO CASTILLO ERAZO
Firmado digitalmente por LUIS ROBERTO CASTILLO ERAZO
Fecha: 2025.04.04 12:12:57 -0500

Firma

Índice de Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	IV
INFORMACIÓN GENERAL.....	1
CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
OBJETIVO GENERAL	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y BENEFICIARIOS DIRECTOS	2
CAPITULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DEL ESTADO DEL ARTE	4
1.2 PROCESO INVESTIGATIVO METODOLÓGICO	8
1.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS	11
CAPITULO II: PROPUESTA	28
2.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS APLICADOS	28
2.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	30
2.3 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	67
2.4 MATRIZ DE ARTICULACIÓN DE LA PROPUESTA	75
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFIA	79
ANEXOS	81

Índice de tablas

TABLA 1. RESUMEN EJECUTIVO	32
TABLA 2. ESTUDIO DE COMPETENCIA	34
TABLA 3. PROPUESTA DE VALOR VS. PROBLEMAS.....	37
TABLA 4. INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO	47
TABLA 5. TABLA SALARIAL	49
TABLA 6. PROYECCIÓN 5 AÑOS INGRESOS GASTOS R.O.I.	51
TABLA 7. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	52
TABLA 8. PRESUPUESTO DE INGRESOS	54
TABLA 9. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	56
TABLA 10. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
TABLA 11. FLUJO DE FONDOS.....	58
TABLA 12. VAN TIR PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	59
TABLA 13. ANÁLISIS DE RIESGOS	60
TABLA 14. PERFIL DESCRIPTIVO DE ESPECIALISTAS VALIDADORES.....	75
TABLA 15. RESULTADOS DE LA VALIDACION.....	67
TABLA 16. MATRIZ DE ARTICULACIÓN	68

Índice de figuras

FIGURA 1. CALCULO DE LA MUESTRA	10
FIGURA 2. PREGUNTA 1: ¿EN QUÉ SECTOR SE ENCUENTRA SU EMPRESA?.....	11
FIGURA 3. PREGUNTA 2: ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE SU EMPRESA?.....	12
FIGURA 4. PREGUNTA 3: ¿CUÁNTOS AÑOS TIENE OPERANDO SU EMPRESA?.....	13
FIGURA 5. PREGUNTA 4: ¿QUÉ DESAFÍOS ORGANIZACIONALES ENFRENTA SU EMPRESA ACTUALMENTE?.....	14
FIGURA 6. PREGUNTA 5: ¿HA IDENTIFICADO NECESIDADES DE CAPACITACIÓN O DESARROLLO EN SU PERSONAL?.....	15
FIGURA 7. PREGUNTA 6: ¿QUÉ ÁREAS CONSIDERA MÁS URGENTES PARA MEJORAR EN SU EMPRESA?	16
FIGURA 8. PREGUNTA 7: ¿CONOCE QUÉ ES EL COACHING EMPRESARIAL?.....	17
FIGURA 9. PREGUNTA 8: ¿HA UTILIZADO SERVICIOS DE COACHING EMPRESARIAL EN LA EMPRESA?.....	18
FIGURA 10. PREGUNTA 9: ¿QUÉ BENEFICIOS CREE QUE PODRÍA APORTAR EL COACHING EMPRESARIAL A SU ORGANIZACIÓN?	19
FIGURA 11. PREGUNTA 10: ¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE SOBRE EL COACHING EMPRESARIAL?	20
FIGURA 12. PREGUNTA 11: ¿ESTARÍA DISPUESTO A INVERTIR EN SERVICIOS DE COACHING EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA?.....	21
FIGURA 13. PREGUNTA 12: ¿CUÁNTO PAGARÍA MENSUALMENTE POR SERVICIOS DE COACHING EMPRESARIAL? ...	22
FIGURA 14. PREGUNTA 13: ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS DE COACHING EMPRESARIAL LE INTERESARÍAN MÁS?.....	23
FIGURA 15. PREGUNTA 14: ¿PREFIERE QUE LOS SERVICIOS DE COACHING SEAN PRESENCIALES, VIRTUALES O HÍBRIDOS?.....	24
FIGURA 16. PREGUNTA 15: ¿HA CONTRATADO SERVICIOS DE CONSULTORÍA O COACHING EMPRESARIAL ANTERIORMENTE?.....	25
FIGURA 17. ORGANIZADOR GRAFICO	31
FIGURA 18. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	35
FIGURA 19. CATÁLOGO DE SERVICIOS.....	42
FIGURA 20. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	43
FIGURA 21. SLOGAN Y WEB EMPRESARIAL	44

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

En el mundo actual, las organizaciones direccionan sus esfuerzos para gestionar la motivación ya que se ha comprobado que influye positivamente en sus resultados financieros y en su competitividad. Además, esta estrategia está muy vinculada a la retención del talento: cuando el personal se siente satisfecho y comprometido con su trabajo, es poco probable que renuncie a sus labores. Esto no solo baja los costos relacionados a la rotación de personal, también conserva el conocimiento y las habilidades estratégicas acumuladas dentro de la empresa (Ventura, 2021).

Como señala Hurtado Restrepo (2020), *"la consultoría empresarial debe adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado, ofreciendo soluciones flexibles y basadas en evidencia"* (p. 45). Esto afirma y ratifica que el coaching empresarial es necesario como herramienta estratégica.

En la actualidad, las empresas enfrentan desafíos constantes debido a factores como la globalización, el desarrollo tecnológico, la alta tasa de rotación de personal y muchos cambios vertiginosos en las dinámicas del mercado. Es así, que el coaching empresarial se posiciona como una herramienta estratégica principal para mejorar el desempeño organizacional, robustecer las competencias de liderazgo y hacer el proceso de toma de decisiones más ágil.

El Distrito Metropolitano de Quito, siendo un centro económico y administrativo en el Ecuador, contiene varias organizaciones en muchos sectores productivos. Sin embargo, el aumento en el desarrollo empresarial en la zona sur genera diversas complicaciones que detienen el progreso sostenido. Entre ellas destacan la falta de recursos especializados, las limitaciones en la formación de mandos gerenciales y la escasa gestión humana, factores que van restringiendo la expansión de la mayor parte de las compañías.

Particularmente, en el ámbito industrial, la dificultad de las operaciones exige un estudio exhaustivo de productos para asegurar estándares de calidad adecuados, evidenciando la correlación directa entre el desempeño humano y los resultados productivos (Segovia, 2022). Esto hace aún más relevante la administración laboral que motiva, se fundamenta en la aplicación de destrezas y estrategias diseñadas para promover un elevado nivel de compromiso y confort en el equipo (Rodríguez, 2020). En esta línea, las iniciativas clave suelen implementar programas de capacitación y fomentar el aprendizaje continuo, principalmente para adaptarse con rapidez a cambios tecnológicos (Souza, 2022).

En un ambiente donde la eficiencia y la innovación son fundamentales, conservar un equipo motivado se convierte en un factor determinante para la competitividad. El introducir nuevas tecnologías y demanda profesionales muy capaces y comprometidos, preparados para enfrentar desafíos laborales y cambiar su forma de trabajar con buen ánimo. Cuando el personal está totalmente motivado, primero se

alineada y cumple con los objetivos organizacionales, sino además aporta con planes creativos y soluciones a sus problemas, promoviendo el avance constante y el crecimiento de las organizaciones (Macías, 2021).

Problema de investigación

A pesar del crecimiento económico y empresarial en Quito, las empresas establecidas al sur de la ciudad enfrentan múltiples desafíos que afectan su competitividad, sostenibilidad lo cual genera un menor crecimiento económico. Las causas identificadas son la falta de entrenamiento en gestión y liderazgo, la falta de agilidad en toma de decisiones y la poca oferta de programas de desarrollo, lo cual genera efectos negativos tales como la falta de productividad, bajos ingresos económicos, deserción del personal, un mal ambiente de trabajo y en muchos casos el cierre de operaciones.

Pregunta de investigación: ¿Cuál es la viabilidad económica y operativa para crear la empresa Coaching Empresarial Cía Ltda. en Quito, considerando el mercado que actualmente existe de consultoría empresarial, la competencia, y las necesidades puntuales de las empresas locales y servicios de consultoría en general?

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la empresa Coaching Empresarial Cia. Ltda. en el sur de la ciudad de Quito, para fortalecer la capacidad de liderazgo y gestión de los funcionarios de las empresas u organizaciones.

Objetivos específicos

- Contextualizar los principios teóricos y metodológicos para la creación de Coaching Empresarial Cia. Ltda en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito
- Diagnosticar el estado actual de las empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito en términos de liderazgo, gestión del recurso humano, toma de decisiones, sostenibilidad y productividad, con el fin de identificar las necesidades y oportunidades que fundamenten la propuesta del plan del Negocio.
- Diseñar un plan de negocios que permita visualizar la viabilidad para implementar el proyecto en términos operativos y financieros, tomando en consideración la necesidad detectada
- Validar el proyecto planteado por medio de profesionales especialistas con el fin de considerar sus recomendaciones y aplicarlas.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos

Este proyecto tiene un impacto positivo y significativo dentro de la sociedad al contribuir al fortalecimiento del sector empresarial en el sur de Quito. Los beneficiarios directos de la propuesta serán

las compañías y organizaciones con fines o sin fines de lucro y principalmente sus colaboradores los cuales requieren herramientas de gestión y liderazgo para mejorar su desempeño y sostenibilidad empresarial.

Los empresarios y directivos desarrollarán habilidades muy estratégicas, de gestión y liderazgo que van a permitir avanzar en sus procesos internos mejorando la sostenibilidad de sus empresas. Además, los empleados de estas organizaciones se van a beneficiar, debido a que un liderazgo más ágil y una cultura organizacional fuerte genera un ambiente laboral mucho más satisfactorio. Con esto, nuestro proyecto aportará al desarrollo y crecimiento económico del país, y se fomente la creación de plazas de empleo y una poderosa dinámica empresarial al sur de Quito. Haciendo que, la sociedad en conjunto se beneficie de economías más rentables y sostenibles, con empresas más fuertes en el tiempo.

La presente investigación es clave desde una óptica empresarial y socioeconómica, ya que busca contribuir al fortalecimiento del ecosistema empresarial al sur del Distrito Metropolitano de Quito. Actualmente, las empresas en esta región enfrentan dificultades para acceder a herramientas estratégicas que optimicen su gestión y promuevan un crecimiento sostenible, pensando en que sus empleados son de alto valor en la organización. En este sentido, la propuesta de coaching empresarial se presenta como una alternativa efectiva para mejorar capacidades de liderazgo, la eficiencia organizacional y la importancia de tomar decisiones estratégicas de los funcionarios empresariales.

Desde una perspectiva académica, este estudio permite generar conocimiento sobre la aplicación del coaching empresarial en un entorno específico, aportando un marco referencial para posteriores investigaciones en el área de la gestión empresarial. También, va a contribuir a la innovación y desarrollo de métodos y procesos innovadores que implementen programas de coaching personalizados que cubran a las necesidades del sector.

A nivel práctico, la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada brindará soluciones concretas a los problemas de gestión y manejo de comportamientos difíciles que enfrentan las empresas locales. A través de un enfoque personalizado, este proyecto pretende ofrecer un servicio de valor que incremente la productividad y sostenibilidad en el largo plazo de las organizaciones en el sector sur de Quito.

CAPITULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

El presente estudio se basa en elementos teóricos que fueron bastante discutidos en varias literaturas sobre coaching empresarial, liderazgo y gestión organizacional. Fundamentos clave que van a aportar con el liderazgo transformacional, también la inteligencia emocional en el ámbito laboral y el planificar de forma empresarial son esenciales para encontrar el desarrollo de esta propuesta.

Los principios consultados que sostienen esta propuesta incluyen trabajos de autores reconocidos en el ámbito del coaching empresarial, tales como John Whitmore y Timothy Gallwey, quienes han abordado metodologías efectivas para el crecimiento del potencial humano al interior de las organizaciones. También van a ser de aporte clave, investigaciones anteriores acerca de la aplicación del coaching en ambientes empresariales y laborales demuestran su aporte positivo en la mejora organizacional y la satisfacción de los empleados.

Las fuentes consultadas que sostienen esta propuesta con bases sólidas en el ámbito del plan de negocios, tales como (Salas Guzman, 2020) y (Osterwalder Pigneur, 2020) permiten visualizar más claramente el camino que nos espera y la enorme posibilidad de marcar el éxito de este proyecto.

Asimismo, se han revisado estudios de casos similares en los que la implementación de programas de coaching empresarial ha resultado en un alza de la sostenibilidad y productividad de las empresas. Estos antecedentes permiten establecer antecedentes sólidos para evaluar la viabilidad del presente proyecto.

“Modelos tradicionales, su dinámica, las muchas técnicas innovativas, el alcanzar el modelo en un ámbito difícil y afrontar varias reformas de modelos empresariales, son varios desafíos que se deben resaltar” (Osterwalder & Pigneur, 2020).

1.1.1. Desarrollo del Plan de Negocio

Diversos autores indican que es esencial ofrecer servicios que ayuden a las empresas a potenciar las habilidades y competencias de sus colaboradores. Por esta razón se han tomado como referencias los planes de negocio propuestos por los siguientes autores: (Salas Guzman, 2020) y (Osterwalder Pigneur, 2020)

La propuesta de (Osterwalder Pigneur, 2020) presenta una metodología innovadora y visual para diseñar, analizar y reinventar modelos de negocio. Su enfoque principal es el Business Model Canvas, una herramienta estratégica viabilizada con el fin de estructurar y evaluar modelos de negocio.

La propuesta (Salas Guzman, 2020) presenta una metodología estructurada para diseñar planes de negocio sólidos que se adapten a la realidad de su entorno, con un enfoque basado en herramientas prácticas y plantillas personalizables.

La metodología que se va a utilizar para elaborar este plan de negocio será la de (Salas Guzman, 2020)

1.1.2. Aspectos Legales y Normativos

Es crucial para las empresas entender el marco legal y normativo en el que operará. Esto incluye aspectos como:

- Registro de la Empresa para establecer legalmente la consultora.
- Normativas Tributarias y obligaciones fiscales y contables que debe cumplir la empresa.

1.1.3. Ética Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa

Integrar prácticas éticas y responsabilidad social corporativa fortalece la reputación de las organizaciones y su relación con las audiencias.

Aspectos relevantes son:

- El Gobierno Corporativo y sus estructuras con procedimientos de dirección para fomento del desarrollo de competencias.
- La sostenibilidad competitiva con sus prácticas que minimizan el impacto de las tendencias a minimizar el aporte humano.
- Responsabilidad Social que contribuye positivamente a la comunidad y prácticas laborales justas.
- Análisis del mercado objetivo en Quito y segmentación de clientes basada en necesidades y características.
- Ofertar Servicios Específicos de forma clara, como consultoría en coaching.
- Estrategias de Marketing y Ventas que planifique la atracción y retención de clientes, incluyendo estrategias digitales y de networking local.

Se presenta a continuación, una revisión de investigaciones anteriores sobre el objeto del estudio, con el fin de sostener de manera enfática, los fundamentos de la teoría propuesta y su aplicación.

Título: Creación de un modelo de incubadora de negocios para miembros de la cooperativa de ahorro y crédito Policía Limitada Ibarra.

Autor: Paredes Arturo; Remigio Rodrigo

Tipo de documento: Tesis para obtener el título de Magister

Objetivo general de la investigación: Desarrollar una incubadora de emprendimiento para impulsar la creación de negocios de los socios de la Coop. Policía Nacional en Ibarra.

Metodología que se ha aplicado: Mixta

Principales conclusiones: Fundamentos teóricos junto con los científicos, y la recopilación de bibliografía permiten sustentar procesos para estructurar administrativa y operativamente la incubadora. Aplicación de técnicas investigativas permite realizar muestreo por medio de encuestas y entrevistas para socios de la Coop. Policía Nacional, determinando un diagnóstico contractual de factores internos y externos.

Aporte a la investigación: Las técnicas utilizadas para la recopilación de información pueden ser de gran aporte para este trabajo.

Título: Plan para mejora de procesos administrativos de unidad san martín de Quito”

Autor: Lcdo. Villarreal Mario

Tipo de documento: Tesis para obtener el título de Magister

Objetivo general de la investigación: Diseñar el Plan de Mejoramiento de los procesos que administran la Institución Educativa San Martín de QUITO

Metodología que se ha aplicado: Cuantitativa

Principales conclusiones: Se establece de forma teórica este proyecto investigativo para su análisis e implementación que fundamentará en lo académico los procesos que administran la institución.

Aporte a la investigación: Los procesos administrativos implementados en el proyecto citado serán de ayuda para sistematizar la propuesta.

Título: Plan para capacitar acerca de emprendimiento para Mujeres Ecuador del Consejo Provincial de Pichincha

Autor: Jeanne Minga

Tipo de documento: Tesis para obtener el título de Magister

Objetivo general: Desarrollar el plan de capacitación de Emprendimiento para proyectos que contribuyan al desarrollo de mujeres que forman parte de la organización.

Metodología que se ha aplicado: Cuantitativa

Principales conclusiones: Para iniciar la investigación se procedió a la elaboración de la encuesta, obteniendo resultados de falta de capacitación en Emprendimiento, la buena aceptación de los

participantes, y el demostrar interés por fortalecer su aprendizaje. y de esta forma tener una independencia.

Aporte a la investigación: Entender cómo se puede elaborar un plan de capacitación para personas que tiene el objetivo de crear un emprendimiento.

Título: La Guía didáctica digital para la materia de emprendimiento con herramientas de autor

Autor: Alexandra León

Documento: Tesis de grado para Magister

Objetivo general del trabajo: No registra

Metodología que se ha aplicado: Mixta

Principales conclusiones: Se sustenta forma teórica y metodológica del objeto de estudio que ha demostrado que esta investigación mantiene dificultades y potencialidades en el uso de TIC en el Instituto y en la asignatura de Emprendimiento, el proceso de observación mostró que la mayor parte de estudiantes manejan las TIC descartando dificultades del proceso, considerando articular con la realidad tecnológica actual.

Aporte a la investigación: El presente trabajo no va a mostrar una guía para estructurar la enseñanza en la asignatura de emprendimiento.

Análisis del estado de arte

La revisión de las investigaciones previas se evidenciaron enfoques diversos en estructuración de planes de negocios como incubadoras de emprendimiento y procesos administrativos, brindando así un marco referencial sólido para este estudio.

En el trabajo de Paredes y Remigio (2020) destacaron la importancia de fundamentar teóricamente los procesos de creación de negocios, combinando el análisis bibliográfico y las herramientas investigativas para el diagnóstico de factores internos y externos, donde puede ser aplicada en la identificación de necesidades del mercado para el coaching empresarial.

Por otro lado, la propuesta de Villarreal (2020) en base a la mejora de los procesos administrativos en las Institución Educativa resalta la importancia de la sistematización en la gestión organizacional como un aspecto importante para el desarrollo eficiente y los servicios empresariales.

Así mismo la investigación de Minga (2020) envase a la capacitación de emprendimiento para las mujeres enfatiza la necesidad de una formación estructurada para fortalecer el crecimiento empresarial lo que refuerza el valor del coaching en el desarrollo de competencias emprendedoras.

Se concluye que León (2020) aporte un enfoque digital para la enseñanza en base al emprendimiento lo cual sugirió que la integración de herramientas tecnológicas puede ser muy beneficiosa para optimizar la capacitación en el coaching en empresarial.

1.2. Proceso Investigativo Metodológico

Se explica los siguientes elementos como parte del proceso investigativo:

1.2.1. Enfoque de investigación

La investigación sigue un orden claro para comprobar hipótesis. Aunque el método es muy estructurado, se pueden realizar ajustes en algunas fases si las circunstancias lo requieren. En primer lugar, se define y delimita la idea central, de donde surgen objetivos y preguntas de investigación. A continuación, se analiza la literatura disponible donde se elabora el marco teórico. (Hernández Sampieri, 2018, p. 36)

En este contexto, se opta por un enfoque de investigación cuantitativo por lo siguiente:

Se caracteriza por su objetividad y rigor metodológico. Permite recolectar los datos numéricos y medibles que pueden ser analizados de manera estadística, lo que proporciona los resultados precisos.

Los resultados generados son fáciles de validar. Esto es clave para garantizar que las soluciones se apliquen a una amplia ventana de contextos y no se limiten a casos particulares.

La investigación obtiene conclusiones eficientes, mayormente al trabajar con enormes volúmenes de información o cuando se propone hacer análisis que comparan varios escenarios. Esto hace más fácil el escalar los servicios que van a ser ofrecidos.

La aplicación de este enfoque de investigación es precisamente para encontrar los fundamentos correctos que permitan ejecutar la propuesta, con esa información vamos a marcar un camino más ligero para encontrar satisfacer las necesidades de nuestros posibles clientes.

1.2.2. Tipo de investigación

“Los estudios de enfoque descriptivo buscó detallar varias características de los objetos, procesos, comunidades, personas, u otro elemento que se someta a análisis” (Hernandez Sampieri, 2018, pág. 124)

En este estudio se optó por un enfoque descriptivo para identificar las condiciones actuales de las empresas en el sector sur de Quito, proporcionando así información importante para el diseño del plan de negocio

Esto podría involucrar:

- Identificar y describir problemas comunes que pueden enfrentar las empresas en diferentes sectores.

- Comprender las muchas necesidades específicas de empresas en términos de desarrollo organizacional, capacitación gerencial y adopción de herramientas de coaching.
- Estudiar el ambiente competitivo del mercado de consultoría empresarial en Quito, en el que se incluya la oferta existente de servicios y las expectativas de los clientes.
- Analizar las necesidades, preferencias, desafíos e intereses de los clientes, siendo esto fundamental para brindar soluciones efectivas.
- Observar diferentes y nuevas oportunidades de negocio que se basan en necesidades que no han sido satisfechas o desafíos frecuentes identificados en el análisis.

1.2.2.1. Investigación de Campo

En este caso, nuestra investigación de campo será parte del Tipo investigativo, la cual realiza una recolección más directa de información de la fuente, en el entorno natural en el que van a ocurrir los eventos.

1.2.3. Población y Muestra

Según (Ojeda, 2020), la población es el conjunto total de los elementos individuos que comparten una característica en común y sobre las cuales se desea obtener la información en una investigación.

En este estudio la población objetivo estuvo conformada por las empresas registradas en el Distrito Metropolitano de Quito, segundo el reporte INEC REEM 2023, las cuales suman un total de 287 280 empresas

La muestra es un conjunto representativo de población como seleccionando mediante un procedimiento estadístico, con el fin de obtener las conclusiones generales sin la necesidad de analizar la totalidad de la población (Ojeda, 2020).

Para determinar la muestra se aplicó el muestreo probabilístico, asegurando que cada empresa tenga una probabilidad conocida y distinta de cero y dentro de este tipo de muestreo se utilizó la muestra simple, el cual garantiza que cada unidad de la población tenga la misma posibilidad de ser seleccionada permitiendo así obtener los resultados más representativos y reducir el sesgo si la población (N) es conocida y no infinita, aplicamos lo siguiente:

Figura 1.

Cálculo de la muestra

$$n_{ajustada} = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$
$$n_{ajustada} = \frac{384}{1 + \frac{384}{287,280}} = \frac{384}{1 + 0.001336} \approx 383.5$$

Nota: El gráfico representa el cálculo de la muestra

Elaborado por: Autor

Resultado final:

El tamaño de la muestra requerido es 384 personas para representar una población de 287,280, con el 5% de porcentaje de error y 95% de confianza. Después de aplicar la formula del cálculo, la muestra fue de 384, es decir que el instrumento fue aplicado a ese número de personas que laboran actualmente en empresas ubicadas al sur del Distrito Metropolitano de Quito.

1.2.4. Métodos, instrumentos y técnicas

Los métodos, instrumentos y técnicas a utilizar serán las siguientes:

Encuestas: Se aplicaron encuestas dirigidas a las empresas seleccionadas en la muestra con el propósito de poder recopilar información en base a sus opiniones, percepciones y necesidades. Estas encuestas ayudaron a evaluar la efectividad de las soluciones a implementar y así poder obtener datos relevantes para el estudio. El diseño de cuestionario de las encuestas se detalla en el Anexo 1.

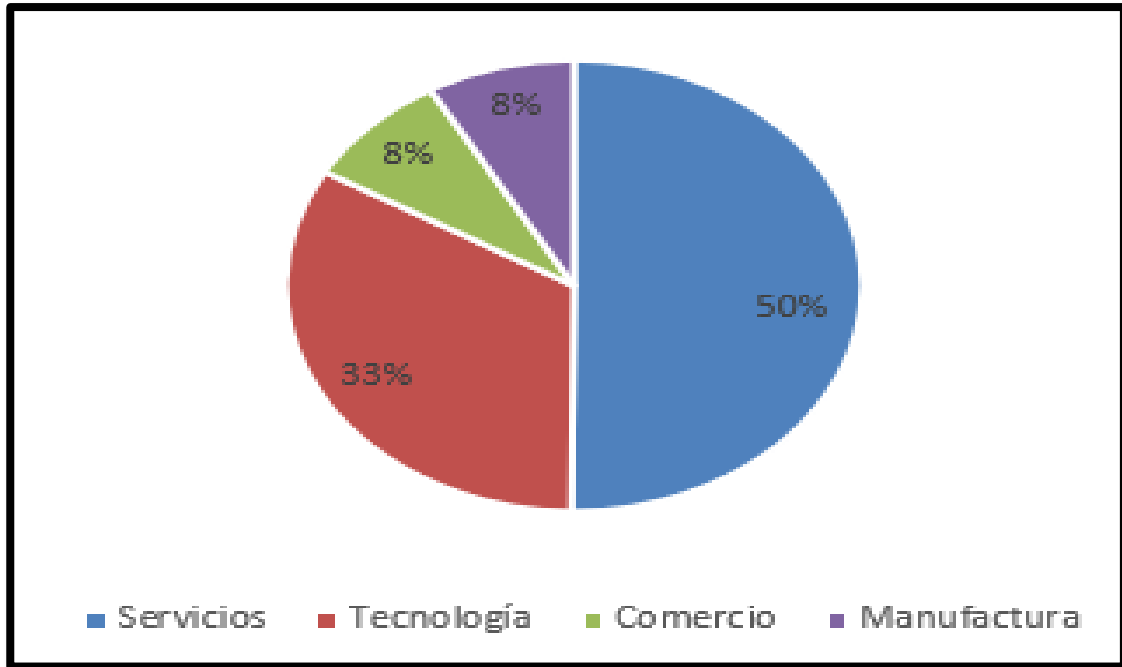
Cuestionario: se estructuró este cuestionario con preguntas cerradas para lograr obtener información detallada en base a la problemática planteada. Este instrumento fue diseñado en base a los objetivos de investigación, asegurándonos así que las preguntas sean claras, pertinentes y permitan recopilar los datos cuantitativos y cualitativos

La aplicación de estos instrumentos se realizó a través de medios digitales, dependiendo de la disponibilidad de los participantes garantizando así una mayor tasa de respuesta y fiabilidad en los datos recopilados.

1.3. Análisis de resultados

Figura 2.

Pregunta 1: ¿En qué sector se encuentra su empresa?



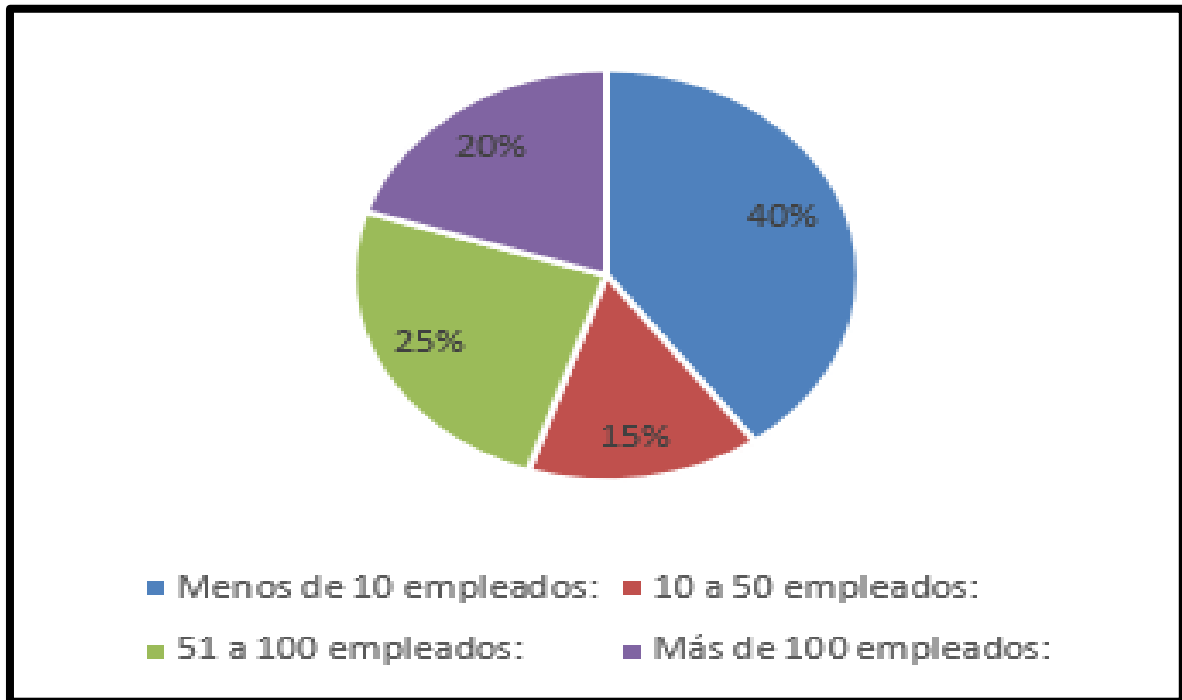
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 1.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de los funcionarios de empresas encuestadas pertenecen al sector Servicios (50.2%), seguido por el sector Tecnología (33.3%). Sectores de Comercio y Manufactura tienen menor representación, con el 8.3% cada uno. Estos datos sugieren una muestra compuesta mayormente por empresas dedicadas a los Servicios, lo que indica una tendencia en el mercado a la prestación de soluciones y asistencia en diversas áreas.

Figura 3.

Pregunta 2: ¿Cuántos empleados tiene su empresa?



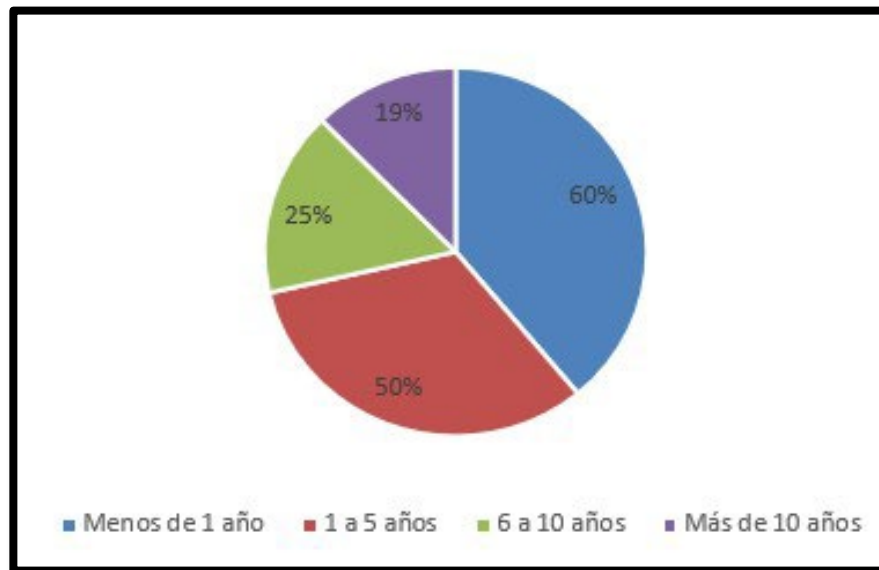
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 2.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de las empresas a las que se realizó la encuesta tienen menos de 10 empleados, lo que sugiere que predominan las microempresas en la muestra. Esto dice que varias de ellas están en fase de crecimiento o son empresas de estructura pequeña. Luego el grupo más representativo son las empresas con 51 a 100 empleados, seguidas posterior la de más de 100 empleados. Al final, se encuentran las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados. Esta información es clave para entender el ecosistema organizacional que se presenta la encuesta.

Figura 4.

Pregunta 3: ¿Cuántos años tiene operando su empresa?



Nota: La figura *presenta el análisis de la pregunta 3.*

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de las empresas encuestadas tienen entre 1 y 5 años de operación, lo que sugiere que una gran parte de los negocios están en fase inicial de desarrollo. Un número importante ha operado entre 6 y 10 años, mientras que las que tienen más de 10 años también poseen una representación importante en la muestra. Una menor proporción de empresas lleva menos de 1 año en funcionamiento.

Figura 5.

Pregunta 4: ¿Qué desafíos organizacionales enfrenta su empresa actualmente?



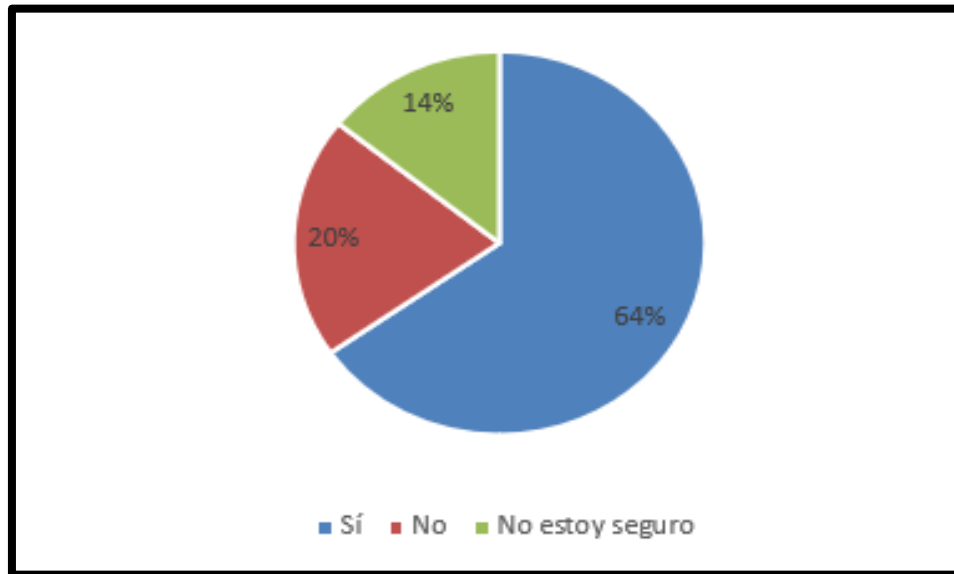
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 4.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis presentado indica que el principal desafío organizacional enfrentado por las empresas encuestadas es "Problemas de comunicación interna", lo que sugiere que muchas organizaciones tienen dificultades en la transmisión efectiva de información. Otro desafío significativo es la "Baja productividad de los empleados", lo que puede estar relacionado con falta de motivación. Además, un número importante de las empresas señala "Falta de liderazgo efectivo", lo que indica la necesidad de fortalecer habilidades de dirección. La "Falta de capacitación gerencial" es un impedimento recurrente.

Figura 6.

Pregunta 5: ¿Ha identificado necesidades de capacitación o desarrollo en su personal?



Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 5.

Elaborado por: Autor

El análisis indica que una importante mayor parte de las empresas encuestadas han identificado necesidades de capacitación en su personal, lo que sugiere que el desarrollo de habilidades y conocimientos es un aspecto crítico dentro de sus organizaciones. Además, una baja proporción de empresas no identifican necesidades de capacitación, lo que puede deberse a que ya cuentan con programas de formación adecuados o a la falta de evaluación formal sobre las competencias del recurso humano. Un grupo de empresas mencionó que "no está seguro".

Figura 7.

Pregunta 6: ¿Qué áreas considera más urgentes para mejorar en su empresa?



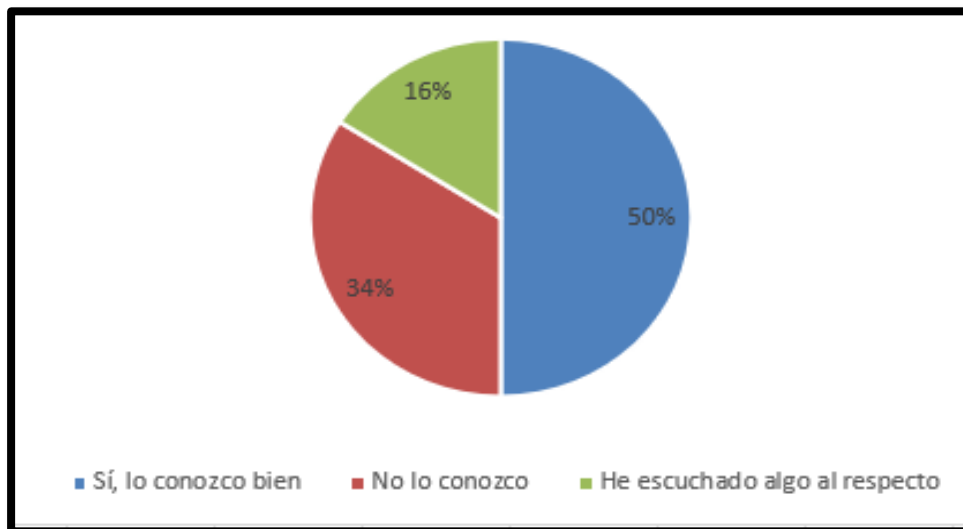
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 6.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que el área más mencionada como urgente para mejorar es "Comunicación interna", lo que sugiere que muchas empresas identifican problemas de transmisión de información. Otro aspecto relevante es "Liderazgo y gestión", lo que destaca la necesidad de fortalecer habilidades de liderazgo. La "Innovación y creatividad" también aparece como una prioridad para diversas empresas. "Productividad y eficiencia" es otro aspecto determinante que se menciona.

Figura 8.

Pregunta 7: ¿Conoce qué es el coaching empresarial?



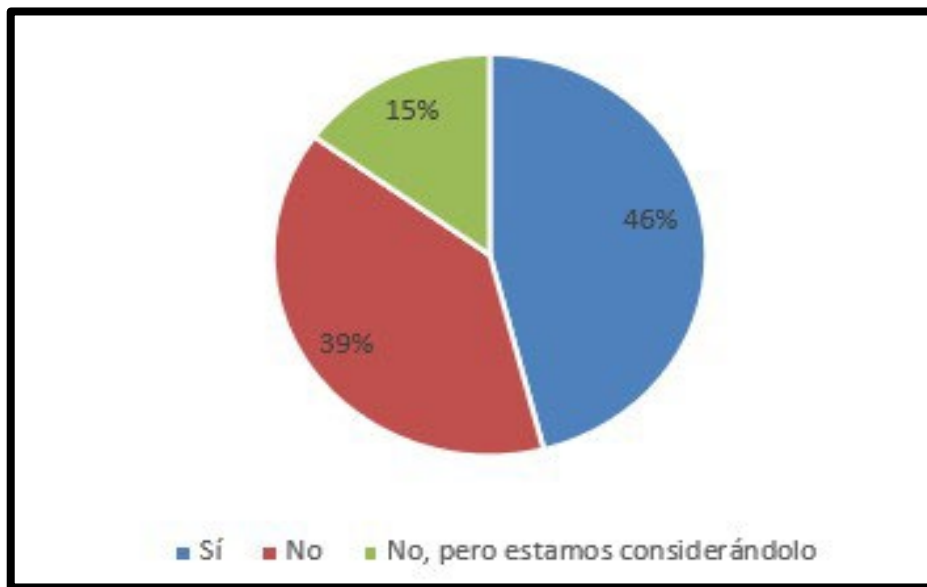
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 7.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de las empresas encuestadas conoce bien el concepto de coaching empresarial, lo que sugiere un nivel significativo de familiaridad con esta metodología en el entorno corporativo. Un porcentaje importante de participantes comentó que no conoce el coaching empresarial, lo que aclara la necesidad de mayor difusión sobre sus beneficios y aplicaciones en las organizaciones.

Figura 9.

Pregunta 8: ¿Ha utilizado servicios de coaching empresarial en la empresa?



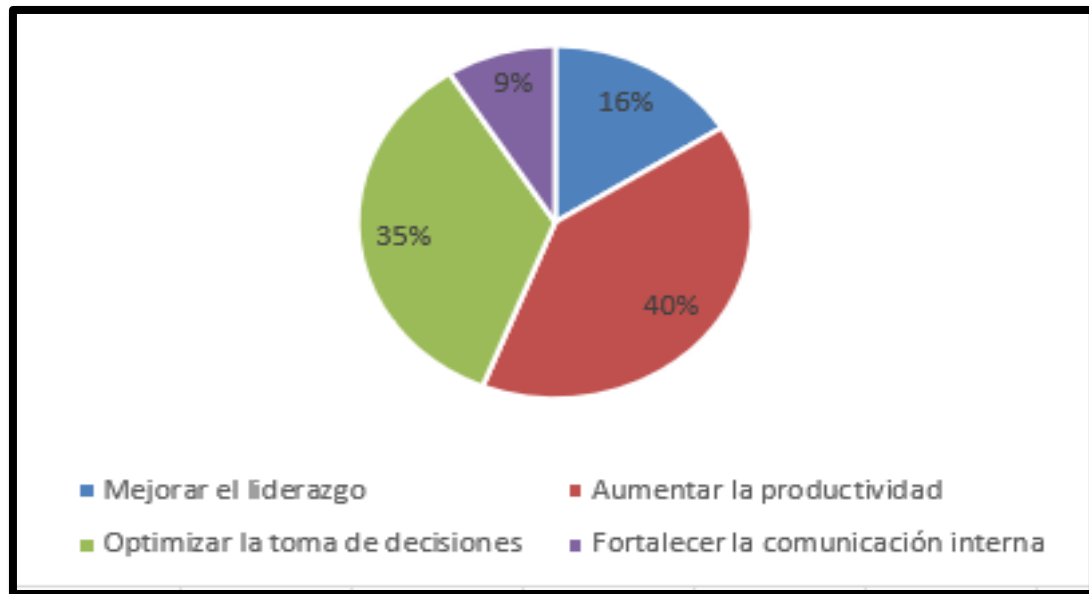
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 8.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que un 44.8% del personal encuestado ha utilizado servicios de coaching empresarial en su empresa, lo que indica un interés significativo en este tipo de herramientas para el desarrollo organizacional. Luego, un 39.6% no ha recurrido a estos servicios, lo que indica que aún existe un grupo grande que no ha implementado esta herramienta, un 15.6% de los encuestados mencionó que considera utilizar servicios de coaching en el futuro.

Figura 10.

Pregunta 9: ¿Qué beneficios cree que podría aportar el coaching empresarial a su organización?



Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 9.

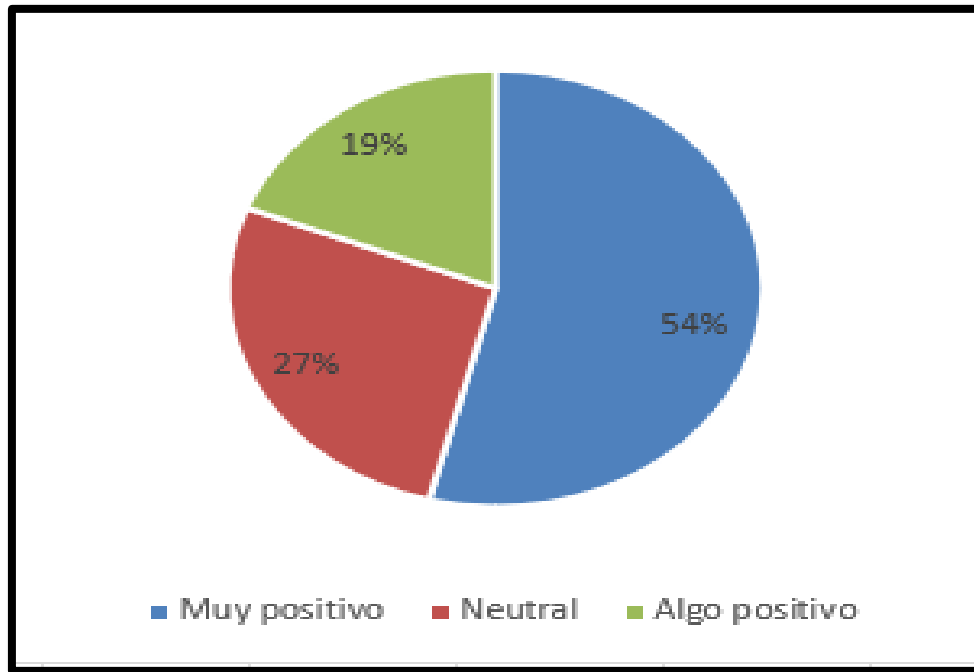
Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de empresas encuestadas consideran que el coaching empresarial puede generar múltiples beneficios. Entre los más destacados: Optimizar la toma de decisiones se posiciona como el beneficio más mencionado.

Aumentar la productividad también es altamente valorado, lo que indica que las empresas reconocen el coaching como la herramienta clave para mejorar la operatividad y el desempeño de sus empleados. Aumentar el liderazgo es un beneficio ampliamente identificado. La comunicación interna también es un factor clave.

Figura 11.

Pregunta 10: ¿Qué percepción tiene sobre el coaching empresarial?



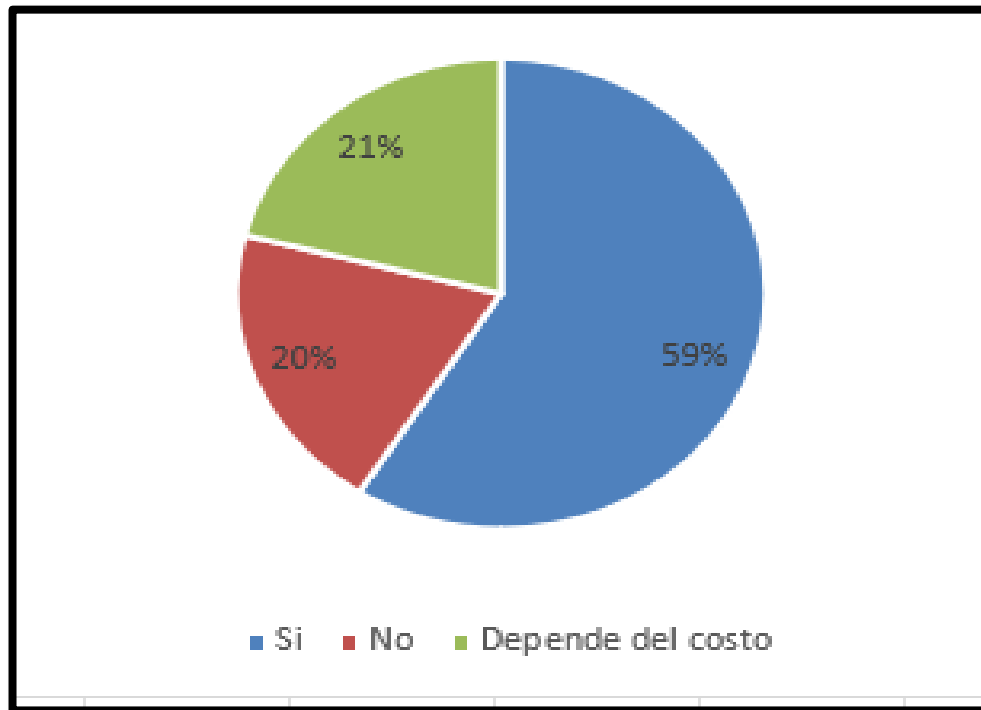
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 10.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de empresas encuestadas tiene una percepción muy positiva sobre el coaching, con un 54.7% de respuestas en esta categoría. El 27.6% sostiene una percepción neutral pero tampoco están convencidos de sus beneficios. Finalmente, un 17.7% muestra que el coaching es algo positivo.

Figura 12.

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a invertir en servicios de coaching empresarial para la empresa?



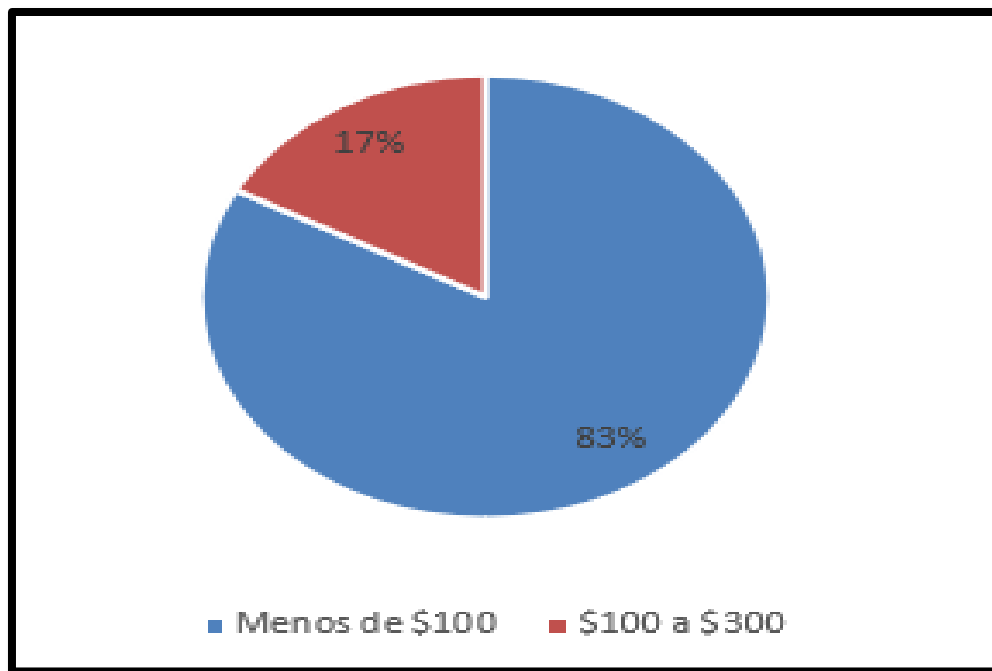
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 11.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de las empresas encuestadas, 58.3%, está dispuesta a invertir en servicios de coaching empresarial. Un 21.5% indicó que su decisión dependería del precio, lo que ratifica que la percepción del valor y el retorno sobre la inversión es un aspecto crucial al tomar decisiones. Un 20.2% responde que no invertiría en estos servicios.

Figura 13.

Pregunta 12: ¿Cuánto pagaría mensualmente por servicios de coaching empresarial?



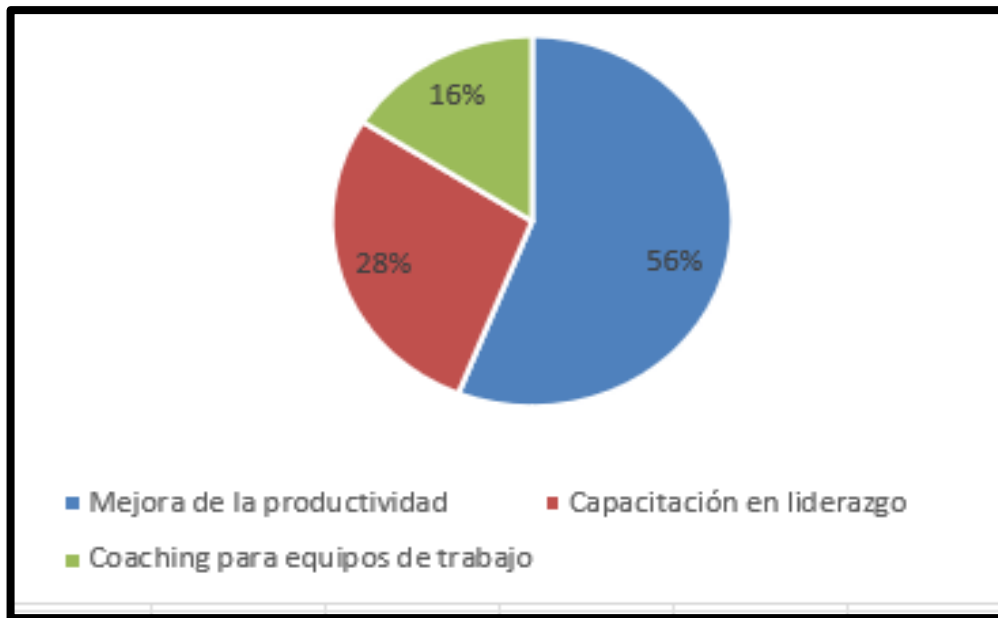
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 12.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una buena mayoría de las empresas encuestadas (82.5%) estarían dispuestos a pagar menos de \$100 mensuales por servicios de coaching empresarial, lo que sugiere una percepción de que este tipo de servicios debería ser accesible económicamente. Por otro lado, un 17.5% de los individuos encuestados pagarían entre \$100 y \$300.

Figura 14.

Pregunta 13: ¿Qué tipo de servicios de coaching empresarial le interesarían más?



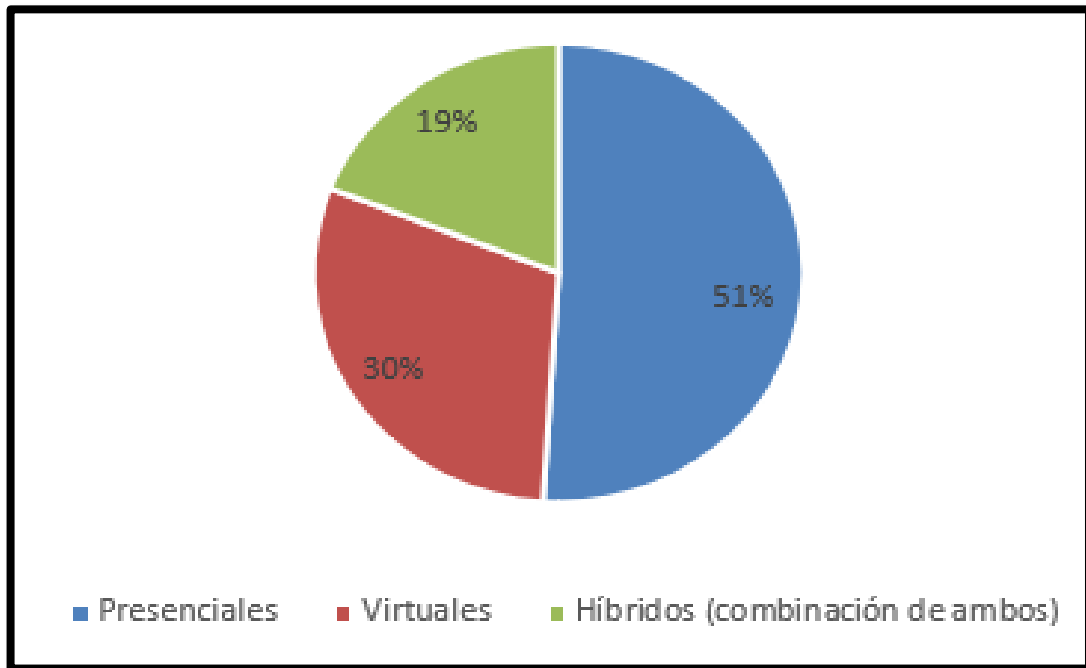
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 13.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una importante mayoría de las empresas encuestadas (56.2%) priorizan la mejora de la productividad. El 28.5% de los participantes indica interés en el entrenamiento en liderazgo. Un 15.3% de los encuestados eligió por coaching para equipos.

Figura 15.

Pregunta 14: ¿Prefiere que los servicios de coaching sean presenciales, virtuales o híbridos?



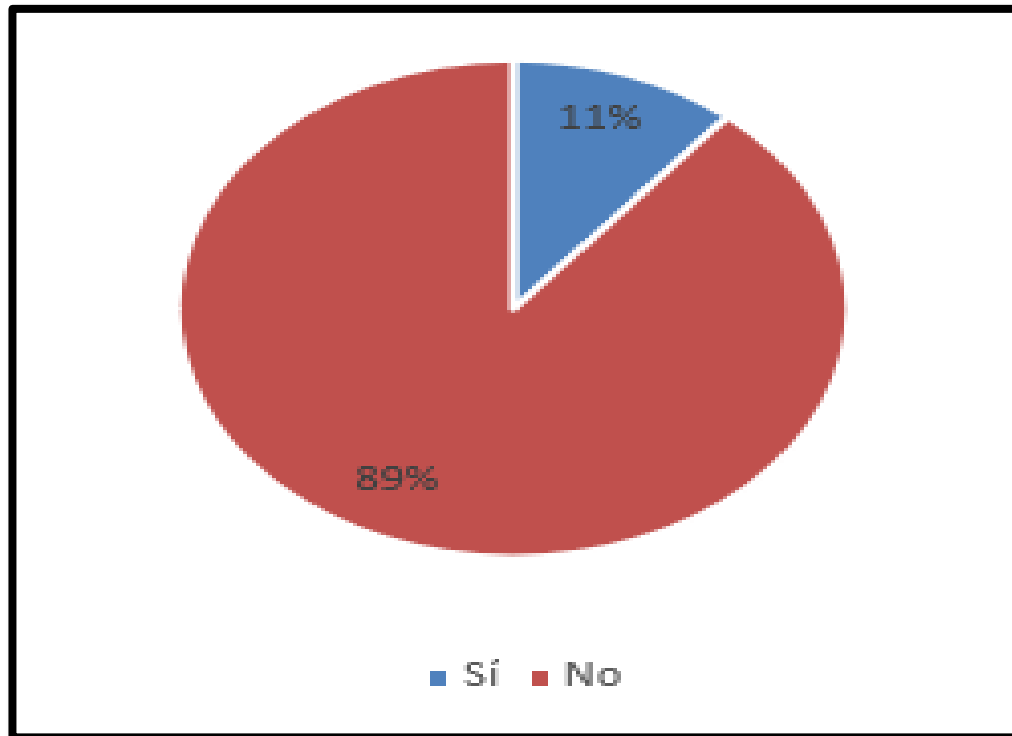
Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 14.

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis indica que una mayoría de las empresas encuestadas (50.4%) prefiere el coaching empresarial de manera presencial. El 30.2% de los encuestados prefiere la modalidad virtual. Un 19.4% prefiere un modelo híbrido.

Figura 16.

Pregunta 15: ¿Ha contratado servicios de consultoría o coaching empresarial anteriormente?



Nota: La figura presenta el análisis de la pregunta 15.

Elaborado por: Autor

Análisis: La información indica que la gran parte de los individuos encuestados (89.5%) no ha contratado previamente servicios de consultoría o coaching empresarial. Por otro lado, el 10.5% que ha contratado estos servicios representa una minoría.

1.3.1. Discusión

Se analiza respondiendo al primer objetivo específico *Contextualizar los principios teóricos y metodológicos para la creación de Coaching Empresarial Cia. Ltda en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito*, los datos nos revelan que una gran parte de las empresas encuestadas conoce el concepto del coaching empresarial lo que indica un alto nivel de familiaridad con esta metodología. Pero, también qué evidencia que un grupo significativo de empresa desconoce lo que es el coaching o sus beneficios lo que sugiere la necesidad de estrategias de difusión para poder ampliar su implementación y comprensión. Además, la disposición en invertir en estos servicios por parte de una importante proporción de empresas da refuerzo a la viabilidad de proyecto, siempre y cuando se adapten los costos a las expectativas del mercado.

En cuanto al segundo objetivo específico *Diagnosticar el estado actual de las empresas en términos de liderazgo, gestión del recurso humano, toma de decisiones, sostenibilidad y productividad*. El principal problema identificado en la comunicación interna sugiere que muchas empresas enfrentan retos en la transmisión efectiva de información, lo que se relaciona directamente con la falta de liderazgo efectivo, otra de las principales barreras señaladas por los encuestados, la baja productividad de los empleados y la falta capacitación gerencial también emergen como retos recurrentes en el sector empresarial donde sus hallazgos indican que la necesidad urgente de servicio de coaching empresarial enfocados en fortalecer la gestión de recursos humanos y mejorar el liderazgo dentro de las organizaciones.

Adicionalmente las empresas encuestadas identificaron las áreas de comunicación interna, liderazgo y gestión así como las más urgentes para mejorar dentro de sus estructuras, esto refuerza la importancia desarrollar programas de capacitación dirigidos a la toma de decisiones como optimización de la productividad y la eficiencia operativa, también lo resultó indicaron que la mayoría de siempre estarían dispuestos a pagar menos de 100 dólares mensuales por estos servicios lo que se proporciona una referencia clave para el diseño del modelo del negocio Como asegurando así que la propuesta de valor se adapta a la capacidad de inversión a las empresas objetivo.

En base al tercer objetivo específico *Diseñar un plan de negocios que permita visualizar la viabilidad para implementar el proyecto en términos operativos y financieros, tomando en consideración la necesidad detectada*, se sugiere que el modelo de negocio se debe considerar un enfoque escalable permitiendo la atención tanto a pequeñas como a medianas empresas, también la modalidad de capacitación preferida por los encuestados es presencial, seguida por la virtualidad e híbrida lo que sugiere la necesidad de ofrecer opciones flexibles para poder adaptarse las preferencias del mercado donde la

viabilidad financiera del proyecto también se refuerza con la predisposición de las empresas a invertir en estos servicios aunque el costo sigue siendo un elemento muy concluyente en la toma de decisiones.

Finalmente, respecto al cuarto objetivo específico *Validar el proyecto planteado por medio de profesionales especialistas con el fin de considerar sus recomendaciones y aplicarlas*, los resultados obtenidos en descuento indicaron una clara necesidad en el mercado pero también la importancia de diseñar estrategias adecuadas para la implementación de los servicios, la retroalimentación de expertos lo cual va a poder contribuir en afinar la metodología de capacitación, mejorar la oferta de valor y maximizar el impacto del coaching en las empresas.

CAPITULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

La propuesta asentada como proyecto Coaching Empresarial Cía. Ltda. está respaldado por (Salas Guzman, 2020) autor de *Plan de Negocio para Emprendedores*. Estos fundamentos nos van a permitir plantear una propuesta coherente y sólida para ofrecer una propuesta atractiva que mejore el rendimiento de las empresas en el sector sur de Quito.

A continuación, se presenta una ampliación de cada uno de los aspectos que caracterizan la propuesta metodológica de Salas Guzmán (2020):

2.1.1. Análisis del entorno y viabilidad

Recopilación de información cualitativa y cuantitativa: La metodología de Salas Guzmán (2020) plantea iniciar el proceso con la recopilación de datos sobre el mercado objetivo, la competencia, la situación de la económica local, los cambios que regulan las empresas y las tendencias organizacionales del sector.

Evaluación de oferta y demanda: Lo clave de este análisis consiste en determinar si hay un mercado insatisfecho. Para ello se utilizan encuestas, entrevistas, análisis de bases de datos gubernamentales o de entes especializados.

Estudio de factibilidad económica y financiera: Una vez definidos los indicadores del entorno, se procede a elaborar proyecciones iniciales de inversión, costos, ingresos y márgenes de utilidad. Con base en esto, se estima la viabilidad económica del proyecto y se identifican riesgos potenciales (problemas de liquidez, alta competencia, etc.).

Análisis de la competencia y benchmarking: Conocer la propuesta de valor de competidores permite ajustar nuestra oferta de una manera diferenciada, detectar nichos desatendidos y plantear estrategias de posicionamiento eficaces.

2.1.2. Estructuración ordenada del plan

Secuencia lógica de capítulos: Salas Guzmán (2020) recomienda organizar el plan de negocio en apartados que vayan desde la descripción general del proyecto (concepto, misión, visión, objetivos) hasta la ejecución operativa y el plan financiero. Esta estructura facilita a los lectores (inversionistas, socios, docentes, etc.) comprender de manera sistemática todos los elementos de la propuesta.

Definición de objetivos claros y medibles: Cada sección del plan debe partir de metas y resultados esperados (por ejemplo, cuántos clientes se pretende captar en el primer año o el porcentaje de retorno de la inversión).

Coherencia interna: Se busca que los capítulos no sean compartimentos aislados, sino que exista armonía entre el análisis de mercado, el marketing, los intereses financieros y la operatividad del negocio.

Cierre con conclusiones y recomendaciones: El documento culmina con una síntesis de hallazgos y sugerencias sobre la implementación, enumerando las acciones inmediatas y los planes de contingencia en caso de posibles imprevistos.

2.1.3. Herramientas prácticas y plantillas personalizables

Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas): Se emplea para evaluar la situación interna y externa del proyecto. Permite detectar ventajas competitivas, riesgos de mercado, áreas que necesitan refuerzo y las posibilidades de crecimiento que se vislumbran.

Estados financieros preliminares: Incluir un estado de resultados proforma, un flujo de caja proyectado y un análisis de punto de equilibrio para estimar en qué momento el negocio comenzará a cubrir sus costos y generar ganancias.

Plantillas para planes de acción: A menudo, Salas Guzmán (2020) propone el uso de cronogramas y cuadros de seguimiento en donde se detallan las actividades, los responsables y los plazos, permitiendo así llevar un control ordenado del avance del proyecto.

Indicadores y métricas: Además de los estados financieros, es importante contar con KPI (indicadores clave de desempeño) que midan aspectos como la satisfacción del cliente, las ventas, el enfoque de marca y la fidelización.

2.1.4. Enfoque para adaptar el entorno

Diagnóstico continuo: La propuesta de Salas Guzmán (2020) es más que diagnóstico inicial; y recomienda hacer seguimiento al contexto externo (político, económico, social) de forma frecuente para anticiparse a cambios.

Flexibilidad en la propuesta de valor: Reconoce que cada entorno (ciudad, país, sector) tiene particularidades propias. Por ello, el plan debe revisarse periódicamente para que el producto o servicio mantenga su relevancia y se adapte a nuevas demandas o restricciones normativas.

Colaboración con actores locales: Se resalta la importancia de relacionarse con proveedores, autoridades y otros empresarios de la zona, tanto para generar confianza como para alinear el proyecto a las prácticas y costumbres de la región.

Validación con potenciales clientes: Antes de invertir grandes recursos, se propone realizar pruebas piloto, encuestas o presentaciones con prospectos, de modo que se obtenga realimentación directa y se apliquen correcciones tempranas.

2.1.5. Sencillez y flexibilidad

Metodología sencilla de aplicar: Una de las fortalezas de la propuesta de Salas Guzmán (2020) es la claridad en sus pasos. No requiere conocimientos excesivamente técnicos para iniciar, lo que la hace apta para emprendedores que están dando sus primeros pasos.

Posibilidad de iterar: El plan de negocio puede revisarse, completarse o reformularse según las nuevas informaciones que se obtengan en el transcurso del desarrollo del proyecto (por ejemplo, cambios macroeconómicos, retroalimentación de los clientes, nuevas tendencias tecnológicas).

Uso de un lenguaje claro: Se sugiere plantear cada sección con un estilo sencillo, de forma que inversionistas, socios, organismos reguladores e incluso el mismo equipo de colaboradores entiendan los detalles del proyecto.

La propuesta de Salas Guzmán (2020) brinda una hoja de ruta sólida y adaptable para planificar negocios de diversa índole. La relación de un análisis detallado, su estructura ordenada, facilita crear planes de negocio ajustados a la realidad de los proyectos y maximicen las posibilidades de alcanzar el éxito.

2.2 Descripción de la propuesta

El plan de negocios propone ofrecer servicios de coaching empresarial orientados al liderazgo y la productividad en Empresas del sector sur de Quito. Combina diagnósticos organizacionales, planes de acción basados en el modelo GROW y talleres grupales. Abarca un análisis de mercado que identifica necesidades en comunicación interna, liderazgo y motivación. Desarrolla una propuesta de valor diferenciada por el enfoque personalizado y el seguimiento mensual de resultados.

Se propone un plan operativo que cuente con coaches certificados y plataformas digitales para llevar a cabo sesiones virtuales. Además, se plantea una estrategia comercial y de marketing basada en precios asequibles, webinars gratuitos y alianzas con actores locales. En la parte financiera, se considera la inversión inicial junto con las proyecciones de entradas y salidas, determinando el punto de equilibrio. También se evalúan riesgos, proponiendo medidas para mitigar la baja adopción del coaching y posibles movimientos agresivos de la competencia. Asimismo, se incluye un componente de responsabilidad social con talleres gratuitos anuales y colaboración con organizaciones sin fines de lucro. En conclusión, el proyecto se presenta como viable, destacando la relevancia de monitorear los indicadores clave y el impacto positivo que se generará a nivel local.

a. Estructura General

Figura 17.
Organizador Grafico

COACHING EMPRESARIAL



Nota: El gráfico muestra un organizador grafico del Plan de Negocios.

Elaborado por: Autor

b. Explicación del Aporte

Resumen Ejecutivo

Objetivo: Sintetizar la propuesta de valor y los objetivos clave.

Tabla 1.

Resumen ejecutivo

Elemento	Descripción
Nombre	Coaching Empresarial Cía. Ltda.
Misión	"Ofrecer soluciones personalizadas de coaching empresarial para fortalecer el liderazgo, productividad y sostenibilidad de empresas del sur de Quito."
Visión	"Ser la consultora de referencia en coaching empresarial en el sur de Quito, contribuyendo al crecimiento del 20% de las empresas locales en los próximos 5 años."
Objetivos	<ol style="list-style-type: none">1. Captar 50 clientes en el primer año.2. Lograr un ROI del 50 % en 18 meses.

Nota. Esta tabla hace énfasis al reporte del resumen ejecutivo

Elaborado por: Autor

Análisis de Mercado

Objetivo: Validar la demanda y entender a la competencia.

Segmentación de clientes: Empresas del sector sur de Quito (comercio, servicios, manufactura).

Directivos y gerentes con necesidad de capacitación en liderazgo y gestión de equipos.

1. Segmentación de Mercado

Según los datos el Instituto Nacional de Estadística y Censos y el año 2022 existían 863,681 empresas registradas en Ecuador (INEC, 2022). En Quito se registraron 287.280 empresas consolidándose como un pilar importante en actividad económica del país (REEM, 2023).

El Distrito Metropolitano de Quito se divide en varias administraciones zonales entre las cuales se encuentra Quitumbe y Eloy Alfaro que comprenden gran parte del sector del sur de la Ciudad.

2. Segmentación Geográfica

El enfoque de atención será en el distrito metropolitano de Quito donde se encuentran registradas 287.280 empresas (REEM, 2023), aunque la mayor concentración de estas empresas se encuentran en el norte de la ciudad en el sector sur de Quito presenta una oportunidad significativa debido a su crecimiento económico y el desarrollo empresarial en los últimos años donde ese sector ha experimentado incremento de instalación de nuevas empresas y la expansión de negocios existentes lo que se convierte en un mercado potencial pero servidor del coaching empresarial.

En el sector del sur de Quito las administraciones zonales de Quitumbe y Eloy Alfaro albergan una gran opción significativa de empresas del Distrito Metropolitano Quito, aunque no se dispone de datos exactos en el número total de empresas en estas zonas donde se sabe que el DMQ, su totalidad cuenta con 287.280 empresas registradas de las cuales el 89,5% son microempresas, el 7,4% pequeñas empresas, el 2,2% mediana y el 1,2% grandes empresas (REEM, 2023).

3. Segmentación por tamaño y tipo de la empresa.

En Quito las microempresas lideran la actividad empresarial con se registraron 276,575 pequeñas empresas, seguidas por 15,195 pequeñas, 2,398 medianas tipo A, 1,724 medianas tipo B y 1,489 grandes. Se ha decidido enfocar el mercado en las pequeñas empresas del sector sur de Quito debido a sus características y su escaso acceso a capacitación e implementación de procesos estructurados. Esta segmentación por tamaño incluye 15,195 empresas en Quito, de las cuales se estima que una proporción significativa está en el sector Sur. Este producto y servicio es para todo tipo de empresas, sin embargo, en el caso de empresas nuevas o con poca estructuración, tendremos un servicio que ayudará a elaborar manuales de funciones de sus empleados con el fin de tener como punto de partida este documento que

permite analizar la brecha que existe entre las capacidades y conocimientos del empleado, y el perfil necesario de la posición la cual ocupa en ese momento.

4. Segmentación por Beneficios - Demanda

Basado en la encuesta realizada se ha identificado que una gran mayoría de las empresas encuestadas se consideran que el coaching empresarial puede generar múltiples beneficios entre lo que se destaca la optimización de la toma de decisiones, el aumento de la productividad y el fortalecimiento del liderazgo, además una gran mayoría de empresas encuestadas se encuentra dispuestos a invertir en servicio de coaching empresarial lo que esto indica una demanda potencial significativa para estos servicios en el mercado objetivo.

Tabla 2.
Estudio de Competencia

Competidor	Enfoque Principal	Fortalezas	Debilidades
Competidor A	Talleres grupales de liderazgo	Reconocida marca a nivel local	Falta de seguimiento personalizado
Competidor B	Coaching para grandes empresas	Presupuesto alto en publicidad	Altos costos para Empresas
Coaching Empresarial Cía. Ltda.	Coaching personalizado Seguimiento post-sesión Precios accesibles	Focalización en Empresas del sur Paquetes de servicio flexibles	En etapa de penetración de mercado

Nota. Esta tabla hacer referencias al estudio de competencia del análisis de mercado

Elaborado por: Autor

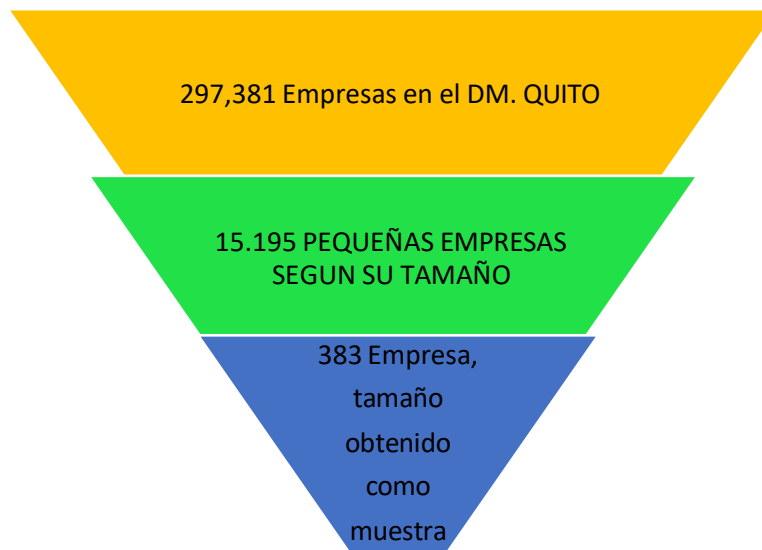
Diferencial principal: Ofrecer coaching personalizado, con seguimiento mensual y tarifas ajustadas a la realidad de las Empresas del sector sur de Quito.

Validación con encuestas

Resultados de la encuesta aplicada:

- El 70% de los empleados de empresas encuestadas reportó problemas de comunicación interna.
- El 60% manifestó interés en fortalecer el liderazgo.
- El 50% desea un servicio de coaching a un costo menor a USD 100 mensuales.

Figura 18.
Segmentación del mercado



Nota. Esta figura representa a la cantidad de empresas registradas en el REEM en la ciudad de Quito.

Fuente: Autor

Propuesta de Valor

Según (Minondo, 2025)

Diferenciación: La diferenciación de la empresa se basará en dos pilares muy importantes

Servicio de alta calidad para el cliente: se garantizará un servicio personalizado y acto específico de cada empresa asegurando así mejoras tangibles en su desempeño organizacional.

Diferenciación por el personal: se contará con un equipo de profesionales altamente capacitados y con experiencia comprobada en Coaching Empresarial, liderazgo y gestión estratégica. Su objetivo se basará en:

Objetivo: Se va a resolver el problema planteado con la siguiente diferenciación:

Problemas Identificados

Ofreceremos un servicio muy personalizado, diseñado para las necesidades de las empresas. Por medio de un enfoque que se basa en el diagnóstico de la organización, garantizando mejoras tangibles en liderazgo, clima laboral y productividad.

Diferenciación por el personal: Contaremos con un equipo de profesionales de élite, con certificaciones internacionales y experiencia comprobada en Coaching Empresarial, liderazgo y gestión estratégica.

Valor agregado en un entorno competitivo:

A diferencia de muchas empresas que ofrecen servicios similares, nuestro enfoque incorpora:

La aplicación de modelos y herramientas innovadoras que han demuestran mejorar el desempeño empresarial.

Enfoque en resultados medibles y específicos para cada empresa, asegurando que las estrategias generen un impacto real. Se dará el acceso a una plataforma digital donde los clientes realicen seguimientos de sus avances, reciban material de formación y poder interactuar con profesionales. Se trabajará en la transformación cultural de la empresa garantizando cambios sostenibles en el tiempo.

Problemas Identificados y su Resolución

Se abordará mediante programas personalizados de liderazgo transformacional, formación en inteligencia emocional y gestión estratégica del talento. Se implementará estrategias de mejora del ambiente organizacional, fortaleciendo la comunicación interna y técnicas que aumenten el compromiso de los empleados.

Estrategia de posicionamiento

El enfoque de posicionamiento de Coaching Empresarial Compañía Limitada se basará en la estrategia de ofrecer mayor valor agregado sin aumentar los costos a los clientes, lo cual, se logrará mediante

- Servicios complementarios como diagnósticos empresariales iniciales sin costo
- Acceso a material exclusivo de capacitación y a sesiones de seguimiento posterior al coaching
- Acompañamiento personalizado con herramientas innovadoras para la gestión empresarial.

Declaración de posicionamiento

Para las pequeñas empresas del sector Sur del DM Quito se busca mejorar su desempeño organizacional, Coaching Empresarial Compañía Limitada ofrece un servicio de consultoría con enfoque al

coaching empresarial proporcionando así más valor agregado. Se disminuye los costos en comparación con la competencia.

Nuestra estrategia busca que la empresa pueda consolidarse como una opción preferida en el sector sur de Quito ayudando así a las empresas a mejorar su estructura organizativa y a su competitividad en el mercado

Solución Ofrecida

Programas de coaching “Líderes Transformadores”:

- Sesiones individuales y grupales
- Herramientas basadas en el modelo GROW y análisis FODA
- Seguimiento mensual

Tabla 3.

Propuesta de Valor vs. Problemas

Problema	Solución en el Programa “Líderes Transformadores”	Beneficio para el Cliente
Falta de liderazgo efectivo	Coaching personalizado en liderazgo situacional Talleres de comunicación	Mejora de la toma de decisiones Equipos mejor dirigidos
Baja productividad y clima laboral débil	Sesiones grupales de motivación Dinámicas para la cohesión de equipos	Incremento de rendimiento Reducción de conflictos

Nota. Esta tabla se basa a la propuesta de valor realizada y a la solución de problemas

Elaborado por: Autor

Modelo G.R.O.W.

- G (Goal): Definir objetivo de mejora (ej.: fortalecer liderazgo).
- R (Reality): Diagnosticar la situación actual en la empresa.
- O (Options): Evaluar alternativas (cursos, coaching one-to-one, talleres).
- W (Will): Planificar acciones concretas y seguimiento.

G (Goal): Definir objetivo de mejora (ej.: fortalecer liderazgo).

En esta etapa, se estableció el objetivo central del estudio la cual consiste en fortalecer las habilidades metropolitanas de Quito donde se definieron metas específicas relacionadas con el desarrollo de competencias importantes, Como la toma de decisiones, comunicación efectiva y la gestión del talento humano.

R (Reality): Diagnosticar la situación actual en la empresa.

Para poder comprender la realidad de las empresas cómo se realiza un diagnóstico basado de encuesta y cuestionario que fueron dirigidos los empresarios líderes de organizaciones dentro de la muestra se evaluaron aspectos como los estudios de liderazgo predominantes como desafíos actuales en la gestión de los equipos las necesidades de formación identificadas por los directivos.

Porcentaje significativo de líderes precio de formación específica en liderazgo y gestión del cambio lo que limita la productividad y el compromiso del equipo de trabajo.

O (Options): Evaluar alternativas (cursos, coaching one-to-one, talleres).

A partir del diagnóstico se emplearon varias estrategias para fortalecer el liderazgo en las empresas analizadas, por lo que algunas de estas estrategias se enumeran a continuación:

- Implementación de programas de cuasi para los directivos, concesiones personalizadas enfocadas en el desarrollo de las habilidades de liderazgo.
- Desarrollo de los talleres grupales en base a la comunicación efectiva como resolución de conflictos y motivación laboral.
- Oferta de cursos especializados en la gestión de talento y liderazgo organizacional a través de plataforma de formación en línea discapacitaciones presenciales.
- La elección de estas alternativas más adecuada va a depender del tamaño de la empresa, cultura organizacional y los recursos disponibles para poder invertir en el desarrollo del liderazgo.

W (Will): Planificar acciones concretas y seguimiento.

En base a esta alternativa seleccionada, se diseñó un plan de acción que incluye lo siguiente:

- **Implementación:** lanzamiento del programa de formación y liderazgo adaptado a necesidades específicas de cada empresa.
- **Evaluación:** aplicaciones de encuestas de retroalimentación para poder medir la efectividad en las estrategias adoptadas.
- **Seguimiento:** Monitoreo del progreso de los participantes en el desarrollo de las habilidades de liderazgo, con ajustes según sea necesario

Este proceso se permite poder garantizar los cambios implementados que sean sostenibles y que las empresas puedan medir los beneficios obtenidos en términos de productividad y en desempeño organizacional

Plan Operativo

El plan operativo del Coaching Empresarial Cia. Ltda. ha sido estructurado para garantizar un funcionamiento eficiente en la prestación de servicio de consultoría y coaching empresarial, centrándose en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito. La empresa operará primordialmente a través de una oficina virtual, lo que permitirá poder optimizar los costos fijos y ofrecer mayor flexibilidad a los clientes. Sin embargo, también se contemplará la posibilidad de desplazamiento de instalaciones de los clientes, asegurándose una atención más personalizada. Las sesiones se llevarán a cabo de una manera tanto presencial como virtual, utilizando plataformas de videoconferencia como Zoom pro, lo cual ayuda al acceso a un mayor número de clientes, sin limitaciones geográficas. Esto asegura que el servicio sea accesible y flexible adaptándose así a las necesidades específicas por cada cliente.

Para un correcto funcionamiento del negocio se contará con equipo de coaches certificados compuestos por un mínimo de dos profesionales con experiencia, quienes serán los responsables de liderar las sesiones de diagnóstico, coaching personalizado y talleres grupales. Se utilizarán herramientas de evaluación psicométrica como el MBTI (Myers-Briggs Type Indicador) y el DISC, para medir el perfil de los líderes y el comportamiento del equipo de trabajo. También simplemente eran software de gestión de proyectos como Trello o Asana para así garantizar el seguimiento de los planes de coaching y organización de las sesiones, permitiendo una mejor planificación y control de las tareas.

Los servicios ofrecidos serán: diagnóstico organizacional que tendrá un costo de \$200 por empresa, el cual incluye la evaluación de la situación actual de la organización, aplicación de pruebas psicométricas y entrevistas con líderes claves. El plan del coaching personalizado tiene un costo de \$500 mensuales por líder, consiste en sesiones individuales diseñadas específicamente para cada líder, que se encuentran enfocada en el desarrollo de sus competencias de liderazgo y gestión. Finalmente se ofrecerán talleres grupales con una tarifa de \$50 por participante que se estarán orientando a fortalecer el trabajo en equipo como resolución de los conflictos y la mejora de la productividad organizacional

Servicios Ofrecidos

Diagnóstico Organizacional – USD 200 por empresa

El diagnóstico organizacional consiste en evaluar de forma integral la cultura, el liderazgo y desempeño de la empresa, analizar las fortalezas en las áreas de mejora y realizar un informe minucioso

que incluya recomendaciones específicas para mejorar procesos y potenciar el crecimiento, además de organizar reuniones para retroalimentar a los directivos e interpretar los resultados definiendo planes de acción. Incluye en caso de empresas pequeñas la elaboración de manuales de funciones con el fin de evaluar la brecha que existe entre el perfil requerido y las competencias demostradas por el empleado.

Plan de Coaching Personalizado – USD 500/mes por líder

El plan de Coaching personalizado consiste en un programa que se aplica de forma individual con el fin de potenciar habilidades de liderazgo y gestión, además se realiza reuniones periódicas con un coach calificado en desarrollo personal y profesional. También se implementa técnicas con el objetivo de mejorar la comunicación y la toma de decisiones con los equipos de trabajo. Al final se evalúa y hace seguimiento permanente del progreso individual con el fin de garantizar resultados.

Talleres Grupales – USD 50 por participante

Los talleres grupales consisten en realizar capacitaciones en liderazgo, trabajo en equipo, inteligencia emocional y habilidades de negociación, en donde a través de dinámicas participativas y ejercicios prácticos se logra fortalecer el aprendizaje, esto es aplicable y con mejores resultados a grupos reducidos para garantizar una experiencia interactiva y personalizada. Se brinda material de apoyo y certificado de participación para cada asistente.

Ubicación

Se va a instalar una oficina virtual con posibilidad de desplazamiento a las instalaciones de los clientes. Las sesiones presenciales y vía videoconferencia.

Tabla 4.

Recursos Necesarios

Recurso	Detalles
Equipo de coaching certificados	Mínimo 2 Coaches con experiencia
Plataforma digital	Suscripción a Zoom Pro u otra plataforma similar
Herramientas de evaluación	Test psicométricos (MBTI, DISC) Software para gestión de proyectos (Trello, Asana)

Nota. Esta tabla hace referencia a los recursos necesarios que se utilizara para las sesiones de coaching empresarial

Elaborado por: Autor

Estrategia Comercial y Marketing

Producto / Servicio

Los servicios ofrecidos por Coaching Empresarial Cia. Ltda. Se encuentra diseñado para proporcionar consultoría especializada a las empresas en el Distrito Metropolitano de Quito enfocándose a mejorar la gestión administrativa, estructura organizacional y procesos internos. La oferta de servicio incluirá el análisis de la composición y el funcionamiento de cada empresa, la identificación de las áreas de mejora y la optimización de su diseño departamental. Se utilizará una metodología basada en el coaching y mentoría, herramientas que facilitarán la adopción al cambio y al cumplimiento del objetivo estratégicos en todos los niveles de la organización. El enfoque primordial será acompañar a las empresas en el desarrollo de las habilidades de liderazgo, toma decisiones y a la optimización del desempeño organizacional proporcionando un valor diferenciador en el mercado de la consultoría empresarial.

Además, Coaching Empresas Cia. Ltda. Ofrecerá un enfoque integral que va más allá de la simple consultoría, donde se identificarán oportunidades de capacitación a largo plazo, permitiendo a que las empresas puedan implementar mejoras sostenibles en su gestión y operatividad, para asegurar un seguimiento efectivo. Se realizarán evaluaciones periódicas semestrales o anuales dependiendo del tamaño y la complejidad de cada negocio, estas evaluaciones incluirán auditorías de procesos, medición de impacto en la estrategia implementada y la identificación de nuevas oportunidades de mejora, de esta manera la empresa no suele ofrecer un servicio de asesoramiento si no que se convertirá en un aliado estratégico para el crecimiento y la consolidación de las empresas del sector sur de Quito.

Figura 19.
Catálogo de Servicios



Nota. Esta figura hace mención del catálogo de servicio de la Empresa Coaching Empresarial

Elaborado por: Autor

Atributos de Servicio: Los atributos de servicio representan una herramienta importante para diferenciar los productos y servicios de una empresa frente a la competencia. Según (Barría, 2024), una estrategia más efectiva para competir en el mercado es primero introducir características innovadoras que son muy importantes y valorados por los clientes, en este sentido el servicio de consultoría empresarial que brindará un Coaching Empresarial estará enfocado en ofrecer asesoría estratificada organizaciones para poder garantizar una mejora continua de los procesos y resultados. En este servicio se fundamentará en atributos importantes como la experiencia del cliente, optimización constante de procesos, el cumplimiento de objetivos en el corto, mediano y largo plazo, así como en la capacidad de adaptación a cambio por parte de los trabajadores en todos los niveles de la empresa. Para la implementación de este servicio se utilizarán herramientas tecnológicas que ayudarán a la comunicación y permitirán utilizar la entrega del servicio, eliminando barreras geográficas entre diferentes sucursales de las empresas. Plataformas como Zoom meeting, Microsoft Team, Skype, serán utilizadas para poder

garantizar una asesoría efectiva y a la vez personalizada mejorando así su eficiencia y accesibilidad al servicio ofrecido.

Nombre de la Marca: El nombre elegido para la empresa es **COACHING EMPRESARIAL**, Cuál ha sido seleccionado considerándose el factor estratégico como la formalidad y claridad que se transmite con esta combinación de palabras Coaching (entretenimiento) y Empresarial (relacionado con negocios y empresas) ayuda a que los clientes identifiquen de inmediato el giro de la empresa y los servicios ofrecidos. Este nombre refleja el propósito central de la compañía: Brindar asesoría especializadas a las empresas del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, enfocándonos así en el desarrollo de habilidades como la mejora continua y la optimización de los procesos. Además, su elección busca generar confianza y posicionarse en la marca como un referente en consultoría empresarial facilitando la fidelización de cliente y el reconocimiento en el mercado.

Figura 20.

Nombre y Logo de la Empresa



Nota. Esta figura hace referencia al nombre seleccionado para la empresa

Elaborado por: Autor

Slogan: Se desarrollaron eslogan alineado con la visión y atributo de servicio de coaching empresarial el cual se definió como " la realidad, se transforma al observarla". Este lema refleja la esencia del coaching empresarial, destacándose, así como una percepción y análisis que pueden generar cambios significativos dentro de una organización. La frase enfatiza el poder de la reflexión, adaptación y a la mejora continua como pilares fundamentales para el crecimiento y el éxito de las empresas. También este mensaje busca poder inspirar a los clientes al adoptar una mentalidad estratégica y proactiva en la gestión de su negocio.

Figura 21.
Slogan y Web Empresarial



Nota. Esta figura hace referencia a la portada web empresarial seleccionada para la presentación de la Empresa.

Elaborado por: Autor

Precio

El precio es un elemento muy importante dentro de la estrategia comercial de una empresa ya que representa la cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a pagar a cambio de un producto o servicio. Según, (Bolaños & Cortez, 2024), El precio no solo se limita a un valor monetario, sino que también se engloba la percepción de los beneficios obtenidos por el consumidor al adquirir un servicio.

En Coaching Empresarial la fijación de precios es establecida bajo dos enfoques importantes: basado en el valor para el cliente y en la competencia dado que los servicios de consultoría empresarial no dependen de costo asociado de materias primas o insumos tangibles, la estrategia de precio se fundamenta en la percepción del valor agregado que la asesoría brinda a las empresas, así como análisis del mercado y tarifas ofrecidas por la competencia. En este enfoque se permite garantizar precios competitivos que reflejen la calidad de servicio y al mismo tiempo resulten accesibles para las organizaciones que buscan mejorar su desempeño y a la vez optimizar sus procesos de negocio

Tabla 5.

Precios

Paquete	Descripción	Costo
Básico	Diagnóstico + 4 sesiones de coaching (1 líder)	USD 700
Anualidad	Tarifas mensuales con 10% de descuento	<i>variable</i>

Elaborado por: Autor

Nota: Se sugiere ajustar los costos en función de la cantidad de líderes a capacitar, ofreciendo tarifas diferenciadas para grupos o planes anuales.

Plaza

El proceso de consultoría para Coaching Empresarial Cia. Ltda. comienza con una evaluación inicial donde se identifica la necesidad específica de cada cliente a partir de esto se presenta una propuesta de consultoría detallando objetivos, plazo y presupuesto que será aprobada mediante un contrato. Luego esto se lleva a cabo la implementación in situ ofreciendo capacitación y seguridad directa de instalaciones de clientes. Posteriormente se realiza la evaluación y ajuste para medir el impacto de consultoría y realizar mejoras si es necesario. Finalmente se cierra el proyecto y entrega del informe final y la firma del documento de cierre, este enfoque seguro a un servicio personalizado y eficaz para cada cliente.

Los canales de distribución son los métodos a través de los cuales entregará el servicio de los clientes dado que el servicio in situ en instalaciones del cliente como el canal principal es la presencia física en la empresa lo que permite un acompañamiento directo, pero, además de su canal principal podrás considerar otros canales complementarios para poder ampliar todo el caso y brindar más efectividad

Canales de Distribución

1. Ventas directas: Visitas programadas a empresas locales.
2. Plataforma web: Reserva de citas y solicitud de diagnósticos en línea.

Promoción

Digital:

- Webinars gratuitos sobre “Liderazgo en tiempos de crisis”.
- Publicaciones en redes sociales (LinkedIn, Facebook) con historias de éxito.

Presencial:

- Alianzas con cámaras de comercio y asociaciones de Empresas.

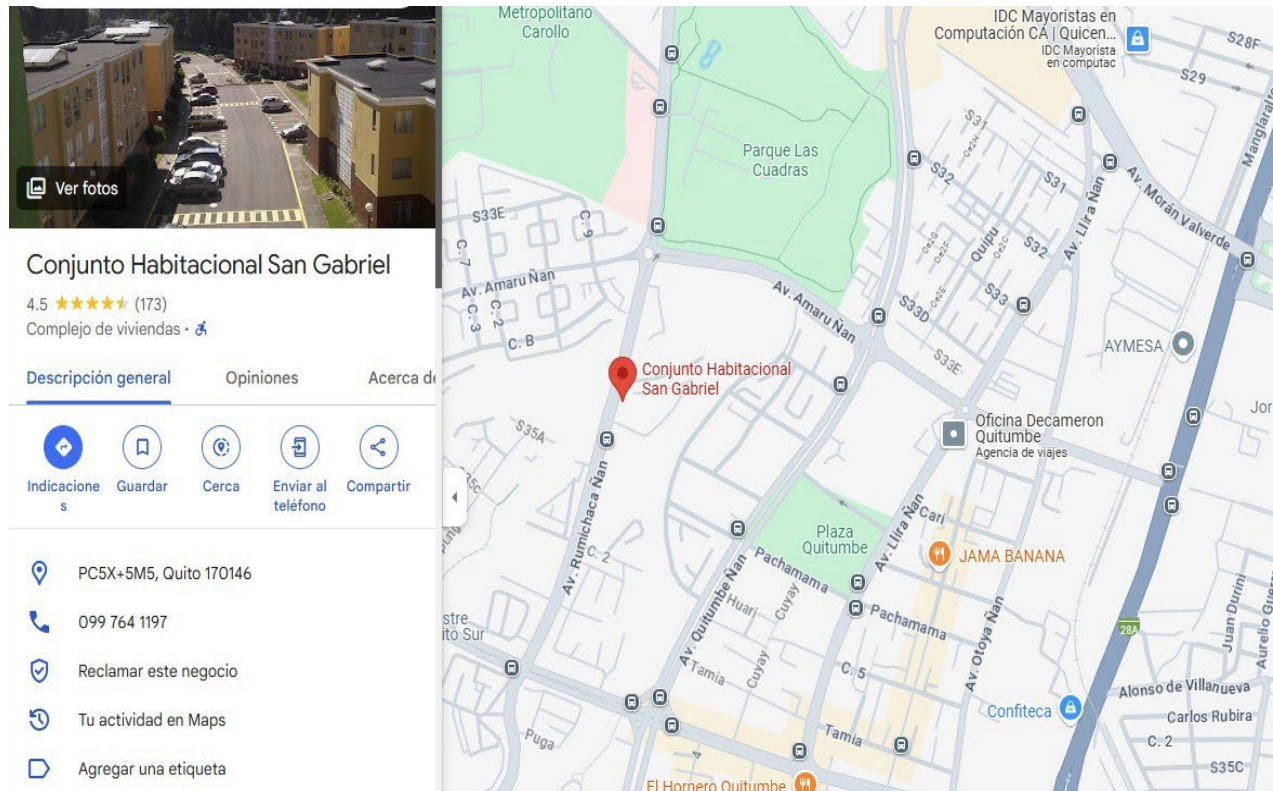
- Participación en eventos empresariales, ferias y charlas locales.

Testimonios:

- Casos de éxito de clientes, publicados en formato video o blog en el sitio web.

Localización

Figura 22.
Localización de la Empresa "Coaching Empresarial"



Nota. Esta imagen muestra la localización física de la Oficina matriz de "Coaching Empresarial Cia. Ltda."

Fuente: Google Maps

Plan Financiero

Objetivo: Garantizar la viabilidad económica.

Inversión inicial: USD 10,000 capital propio

Tabla 4.

Inversión en Activo Fijo

RUBROS	DETALLE	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR DE ADQUISICIÓN
1. OPERACIONES					
Equipo de Cómputo	Laptop	Procesador i7, 8GB RAM, SSD	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Equipo de Cómputo	Impresora multifuncional	Impresión a color y escáner	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Muebles y Enseres	Mesas de Oficina	Madera sólida, acabado resistente	4	\$ 200,00	\$ 800,00
Muebles y Enseres	Sillas Ergonómicas	Regulables, soporte lumbar	5	\$ 100,00	\$ 500,00
	TOTAL, OPERACIONES				\$ 4.000,00
2. PUBLICIDAD					
Marketing en redes	Agencia de publicidad	Campañas Instagram, TikTok, Pagina Web	12	\$ 600,00	\$ 2.000,00
Material publicitario	Paquete 10,000 volantes	Campaña personalizada en Plaza Quitumbe	12	\$ 20,00	\$ 200,00
Conferencias	Coaches Certificados	Presentaciones en auditorios	4	\$ 200,00	\$ 800,00
	TOTAL, PUBLICIDAD				\$ 3.000,00
3. CAPACITACION					
Certificaciones	Acreditación Profesionales	Capacitación para certificar Coachees	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
	TOTAL, CAPACITACION				\$ 3.000,00
TOTAL, GENERAL					\$ 10.000,00

Elaborado por: Autor

Análisis: La **tabla 4** presenta una distribución detallada de los costos asociados a las principales áreas operativas de publicidad y capacitación para la creación de la empresa Coaching Empresarial Cia. Ltda. En el área de operaciones se puede observar una inversión significativa de equipo de cómputo, con laptops e impresoras multifuncionales que suman un total de \$2.700 y un mobiliario de oficina con mesas y sillas ergonómicas que representan al valor de \$1.300. Esta inversión inicial en la tecnología inmobiliaria es muy importante para poder establecer una infraestructura adecuada para el soporte de actividades diarias de la empresa asegurando así la eficiencia y comodidad tanto para el equipo de trabajo como para los clientes durante las consultorías.

En el área de publicidad se asigna un presupuesto de \$3.000 para el marketing de redes sociales como material publicitario y conferencia, lo cual, demuestra una estrategia enfocada en generalizar visibilidad y atraer los clientes potenciales a través de campañas en plataformas populares como Instagram y TikTok, así misma distribución de volante y la organización de presentaciones en auditorios. Finalmente, el gasto de capacitación con un total de \$3.000 destinó la acreditación de los profesionales refuerza el compromiso de la empresa con la calidad y profesionalismo de los servicios ofrecidos en total de inversión está compuesto por \$10,000 que se encuentra orientada para fortalecer las áreas importantes para establecimiento y crecimiento del negocio con enfoque equilibrado en infraestructura como visibilidad y formación del personal

Tabla 5.
Tabla Salarial

TABLA SALARIAL PRIMER AÑO						
	Coach 1	Coach 2	Administrativo	Gerente		
REMUNERACION	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 490,32	\$ 650,00	TOTAL, MENSUAL	
13ero			\$ 40,86	\$ -		
14to			\$ 19,58	\$ -		
F. Reserva	\$ -		\$ -	\$ -		
Vacaciones			\$ 20,43			
Aportes Patronal			\$ 59,57			
TOTAL, REMUNERACION	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 630,76	\$ 650,00	\$	5.000,00
Complementos	\$ -	\$ -	\$ 140,44	\$ -		
Incremento Salarial	2%					

TABLA SALARIAL A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO						
REMUNERACION	\$ 203,20	\$ 203,20	\$ 498,17	\$ 600,00		
13ero			\$ 41,51			
14to			\$ 19,90			
F. Reserva			\$ 41,51			
Vacaciones			\$ 20,76			
Aportes Patronal			\$ 60,53			
TOTAL, REMUNERACION	\$ 203,20	\$ 203,20	\$ 682,38	\$ 600,00	\$	5.281,25
Complementos	\$ -	\$ -	\$ 184,21	\$ -		

Elaborado por: Autor

Análisis: La tabla 5 salarial del primer año muestran las remuneraciones mensuales para los distintos roles dentro de la empresa destacándose así que el salario de coach 1 y coach 2 es de \$200, mientras que el administrativo y el gerente recibe el salario de \$490, 32 y \$650, respectivamente. También la remuneración de bases se considerará otros beneficios como el 13er y 14to sueldo, así como los aportes patronales y vacaciones que aumentan el costo total mensual por empleado. En este primer año la empresa destinará un total de \$5.000 el salario lo que refleja un esfuerzo significativo en el pago de los beneficios adicionales y en la atención a la seguridad social de los empleados.

Para el segundo año se observa un ajuste en los salarios con incrementos modestos para los cuaches cuyo salario sube a \$203,20 y el administrativo cuyo salario se incrementa \$498,17. El gerente se ve en un menor ajuste subiendo \$600 sin cambio sustanciales en remuneración base en este periodo total de remuneración para los empleados alcanza los \$5.281,25 y un aumento moderado respecto al primer año. Estos beneficios adicionales como el 13er y 14to sueldo y las vacaciones siguen presentes, pero el monto total de cumplimiento se distribuye entre el administrativo quien recibe una tarifa adicional lo que refleja una atención equilibrada para la compensación en diferentes roles dentro de la empresa.

Tabla 6.

Proyección 5 años Ingresos Gastos R.O.I.

Proyección de Ingresos Año 1				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	
Diagnósticos organizacionales	30	\$ 200,00	\$	6,000
Planes de coaching (mensual)	10	\$ 500,00	\$	5,000
Talleres grupales (participante)	50	\$ 50,00	\$	2,500
Total, Ingresos			\$	13,500

Proyección 5 años Ingresos, Gastos, R.O.I.							
Año	Ingresos Estimados (USD)	Crec. vs Año Previo	Gastos Operativos (USD)	Crec. vs Año Previo	Beneficio Neto (USD)	ROI	
1	\$ 13,500	—	\$ 9,200	—	\$ 4,300	(4.300 / 10.000) = 43%	
2	\$ 16,200	20%	\$ 10,120	10%	\$ 6,080	(6.080 / 10.000) ≈ 60,8%	
3	\$ 18,630	15%	\$ 11,132	10%	\$ 7,498	(7.498 / 10.000) ≈ 75%	
4	\$ 20,866	12%	\$ 12,022	8%	\$ 8,844	(8.844 / 10.000) ≈ 88,4%	
5	\$ 22,953	10%	\$ 13,003	8%	\$ 9,950	(9.950 / 10.000) ≈ 99,5%	

Elaborado por: Autor

Análisis: En la tabla 6, La proyección a 5 años muestra un crecimiento constante en los ingresos y beneficios de la empresa en el primer año los ingresos estimados son de \$13.500 con beneficio neto de \$4.300 lo que representa un rol de 43% a partir del segundo año se observa un incremento en los ingresos del 20% alcanzando así los \$16.200 mientras que los dos operativos también crecen, pero a un ritmo más moderado del 10%. El beneficio neto Se incrementa 6080 lo que refleja un rol del 60,8%.

En los siguientes años el crecimiento se mantiene positivo, pero con una deceleración gradual donde el rol aumenta progresivamente alcanzando casi el 100% en el quinto año con un beneficio neto de \$9.950 lo que demuestra una importante rentabilidad respecto a la inversión inicial este análisis sugiere una consolidación de la empresa a lo largo de los años con un crecimiento sólido y control de los gastos operativos lo cual permite un incremento en continuo en la renta.

Tabla 7.
Presupuesto de Costos y Gastos.

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS									
Categoría	Detalle / Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costos Directos									
Materiales / Suministros	Insumos basicos	1	\$ 460,00	\$ 430,00	\$ 480,00	\$ 520,00	\$ 540,00	\$ 560,00	
Equipo / Maquinaria	Adquisición de Computadoras	2	\$ 600,00	\$ 1,200,00	\$ 1.220,00	\$ 1.240,00	\$ 1.280,00	\$ 1.320,00	
Subtotal (Costos Directos)				\$ 1.630,00	\$ 1.700,00	\$ 1.760,00	\$ 1.820,00	\$ 1.880,00	
2. Costos Indirectos									
Servicios Públicos	Luz, agua, teléfono, internet, etc.	1 mes	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 240,00	\$ 260,00	
Licencias / Software	Herramientas digitales necesarias	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 360,00	\$ 390,00	
Subtotal (Costos Indirectos)				\$ 1.020,00	\$ 500,00	\$ 550,00	\$ 600,00	\$ 650,00	
Personal Administrativo	Salarios de personal administrativo	1 persona	\$ 490,32	\$ 490,32	\$ 514,00	\$ 538,00	\$ 562,00	\$ 586,00	
Honorarios Profesionales	Pago a contadores, consultores, etc.	—	—	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 550,00	
Subtotal (Costos Administrativos)				\$ 890,32	\$ 914,00	\$ 988,00	\$ 1.062,00	\$ 1.136,00	
4. Gastos de Comercialización									

Publicidad / Marketing	Campañas publicitarias (digital, impresos, etc.)	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.100,00	\$3.200,00	\$3.300,00	\$3.400,00
Subtotal (Gastos de Comercialización)				\$ 3.000,00	\$ 3.100,00	\$3.200,00	\$3.300,00	\$3.400,00
Total, General				\$ 3.540,32	\$ 3.114,00	\$ 3.298,00	\$ 3.482,00	\$ 3.666,00

Elaborado por: Autor

Análisis: El presupuesto de costo y gastos Cómo se muestra en la tabla 7 el análisis detallado de las principales categorías de gastos para que el Coach Empresarial Cia. Ltda. Enfrentara durante 5 años de operación. En cuanto los costos directos se destacan los insumos básicos cuyo costo se incrementa de \$430 en el primer año a \$560 al quinto año, las computadoras con un aumento paulatino en su costo de adquisición de \$1.200 a \$1.320 donde estos costos se reflejan la necesidad de poder mantener y utilizar los recursos tecnológicos, importantes para la operación de la empresa.

En cuanto los costos indirectos, los servicios públicos (luz, agua, teléfono a internet) se estime un crecimiento moderado pasando los \$720 dólares en el primer año a \$260 el quinto año, por otro lado, la licencia y herramientas digitales necesarios para el funcionamiento del negocio como el software especializado también mostraron un incremento en su costo. Los costos administrativos relacionados con los salarios del personal y horarios profesionales (como los pagos a contadores y consultores) también crecen gradualmente a medida que la empresa se expande. Los gastos de comercialización que son destinados a campañas publicitarias como tienen un aumento constante en el presupuesto anual como a lo que refleja un enfoque continuo en la visibilidad de la empresa. En general el presupuesto muestra una tendencia de crecimiento moderado los costos a lo largo de los años lo cual es muy coherente en el plan de expansión de la empresa

Tabla 8.
Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
RUBROS /AÑO	Año 1 2025	Año 2 2026	Año 3 2027	Año 4 2028	Año 5 2029
Cantidad proyectada de servicios de coaching a vender	27	31	35	39	43
Precio de venta unitario promedio	\$ 500,00	\$ 520,00	\$ 540,00	\$ 560,00	\$ 580,00
Ingreso presupuestado	\$ 13.500	\$ 16.120	\$ 18.900	\$ 21.840	\$ 24.940

Elaborado por: Autor

Análisis: El presupuesto de ingreso es proyecto crecimiento constante y las ventas de servicio de Coaching a lo largo de los 5 años con un aumento tanto en la cantidad de los servicios vendidos como el precio unitario. En el primer año (2025), se prevé vender 27 servicios a un precio de \$500 cada uno como generando ingreso total de \$13.500, este ingreso crece anualmente debido al aumento ya sea en volumen de ventas (como incremento de cinco servicios cada año) como el precio unitario que sube de \$20 anualmente, de esta forma en el quinto año (2029), se estima un ingreso de \$24,940 lo que refleja una estrategia de expansión y un aumento en el valor percibido del año.

La predicción de la población objetivo también respalda este crecimiento ya que se espera que la población económicamente activa y la parte de ella que percibe positivamente el coaching aumenten año tras año. El análisis de probabilidad de compra de servicio (59% de la población que ha utilizado o percibe directamente al coaching), indica que hay una base sólida de los clientes potenciales, aunque la proporción de la población estaría dispuesto a pagar más de \$100 por servicios es baja (el 17% está dispuesto a pagar más) la empresa aún tiene un mercado considerable debido a la capacidad de captar aquellos que valoran los beneficios del cohesión empresarial doble incremento en los ingresos refleja la efectividad de la estrategia y el crecimiento proyectado en la demanda.

Tabla 9.
Estado de Resultados Proyectado.

Estado de Resultados Proyectado (en USD)					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (Ventas)	\$13.500,00	\$14.850,00	\$ 16.335,00	\$17.968,00	\$ 19.765,00
(-) Costos de Ventas	\$ 5.400,00	\$ 5.940,00	\$ 6.534,00	\$ 7.187,00	\$ 7.906,00
Utilidad Bruta	\$ 8.100,00	\$ 8.910,00	\$ 9.801,00	\$10.781,00	\$ 11.859,00
(-) Gastos de Operación (30%)	\$ 4.050,00	\$ 4.455,00	\$ 4.900,00	\$ 5.390,00	\$ 5.929,00
Utilidad Operativa	\$ 4.050,00	\$ 4.455,00	\$ 4.900,00	\$ 5.390,00	\$ 5.929,00
(-) Gastos Financieros y Otros	\$ 405,00	\$ 445,00	\$ 490,00	\$ 539,00	\$ 592,00
Utilidad antes de Impuestos	\$ 3.645,00	\$ 4.009,00	\$ 4.410,00	\$ 4.851,00	\$ 5.336,00
(-) Impuestos	\$ 911,00	\$ 1.002,00	\$ 1.102,00	\$ 1.212,00	\$ 1.334,00
Utilidad Neta	\$ 2.733,00	\$ 3.007,00	\$ 3.307,00	\$ 3.638,00	\$ 4.002,00

Elaborado por: Autor

Análisis: El estado de resultados proyectado de la Tabla 9 muestra devolución de los ingresos como costo y utilidades de la empresa a lo largo de los primeros 5 años donde primer año (2025), los ingresos proyectados son de 13,500 con un costo de venta de \$5,400 lo que resulta en una utilidad bruta de \$8.100, tras descontar estos gastos de operación y otro gasto financiero la utilidad neta para el primer año es \$2.733 donde este proceso de crecimiento continúa cada año con incrementos tanto de ingresos como en los costos asociados.

A lo largo de los 5 años los ingresos aumentan de una manera constante pasan de \$13,500 en el primer año a \$19,765 en el quinto año donde los costos de venta también crecen proporcionalmente pero de utilidad bruta sigue aumentando pasando de \$8,100 a \$11,859 ya que a pesar de los gastos operativos y financieros de utilidad neta también experimenta un incremento progresivo alcanzando los \$4.002 al final del quinto año esto refleja la sostenibilidad y rentabilidad creciente negocio con una tasa de impuestos constantes 25%

Tabla 10.
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO					
ELEMENTOS DEL COSTOS	TOTAL	%	% VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
				FIJOS	
Costo directo	\$1.630,00		100%		\$ 1.630,00
Costo indirecto	\$1.020,00	70%	30%	\$ 714,00	\$ 306,00
Gastos de administración	\$ 890,12	60%	40%	\$ 534,07	\$ 356,05
Gastos de ventas	\$3.000,00	60%	40%	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00
Gastos financieros	\$ 50,00	100%		\$ 50,00	
TOTAL	\$6.590,12			\$ 3.098,07	\$ 3.492,05
% sobre ventas totales				0,92	0,08
PUNTO DE EQUILIBRIO = \$	\$3.374,05				

Elaborado por: Autor

Análisis: El punto de equilibrio a proyectados en la tabla 10 para el primer año es de \$3.374.05 este es el monto de venta necesario para cubrir todos los costos fijos y variables del negocio como en general ni pérdidas, ni ganancias la fórmula se calcula considerando distribución de los costos entre fijos y variables.

En este caso los costos fijos total de suman \$3.098,7 que provienen de los costos directos del 100% fijos una parte los costos indirectos, gastos de administración y los gastos financieros, por otro lado los costos variables suman de \$3.492,05 que corresponden a la parte variable de los costos indirectos como los gastos de ventas y administración en este cálculo es muy importante para poder entender el volumen mínimo de ventas necesario para que la empresa sea rentable y en este caso se estima que se debe de generar por lo menos \$3.374,05 en ventas para poder alcanzar el punto de equilibrio en el primer año.

Tabla 11.
Flujo de Fondos

FLUJO DE FONDOS						
RUBROS /AÑO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE BENEFICIOS						
Ingreso por ventas	\$ 13.500,00	\$14.850,00	\$16.335,00	\$ 17.968,00	\$ 19.765,00	
TOTAL, FLUJO DE BENEFICIOS	13.500,00	14.850,00	16.335,00	17.968,00	19.765,00	
FLUJO DE COSTOS						
COSTO	\$ 1.630,00	\$ 1.700,00	\$1.760,00	\$1.820,00	\$1.880,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 890,32	\$ 914,00	\$988,00	\$1.062,00	\$1.136,00	
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.000,00	\$ 3.100,00	\$3.200,00	\$3.300,00	\$3.400,00	
FLUJO DE FONDO ECONOMICO						
Impuesto a la Renta Régimen General	168,60	337,20	463,50	1.212,00	1.334,00	
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	7.811,08	8.798,80	9.923,50	10.574,00	12.015,00	

Elaborado por: Autor

Análisis: El flujo de fondos proyectado en la tabla 11 para los próximos 5 años muestran la evolución de los ingresos y costos permitiendo estimar el efectivo disponible después de cubrir los gastos.

Durante el primer año espero un ingreso por ventas de \$13,500 y un aumento progresivo en los siguientes años alcanzando así de \$19,765 en el quinto año. Los costos y gasto de administración también aumentan ligeramente con el tiempo como por ejemplo como el costo total del primer año de \$1.630 como un aumento en años sucesivos reflejando así el crecimiento de la operación y la expansión del negocio. El flujo de los fondos económicos también se toma en cuenta al impuesto de la renta, el cual incrementa con la rentabilidad del negocio pasando de \$168,60 en el primer año a \$1.334 en el quinto año finalmente flujo de fondos financieros nos refleja el efectivo disponible después de todos los costos de impuestos comienza con \$7.811,08 en el primer año y crece a \$12.015 en que el quinto año lo que indica un sólido desempeño económico y un crecimiento financiero a medida que se avanza los años

Tabla 12.

VAN TIR Periodo de recuperación

AÑO	EGRESOS	INGRESOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 10.000,00		\$ -10.000,00	
1	\$ 5.688,92	\$ 13.500,00	\$ 7.811,08	\$ 7.811,08
2	\$ 6.051,20	\$ 14.850,00	\$ 8.798,80	\$ 16.609,88
3	\$ 6.411,50	\$ 16.335,00	\$ 9.923,50	\$ 26.533,38
4	\$ 7.394,00	\$ 17.968,00	\$ 10.574,00	\$ 37.107,38
5	\$ 7.750,00	\$ 19.765,00	\$ 12.015,00	\$ 49.122,38
TASA DE DESCUENTO =			12,00%	
VAN =			\$ 24.589,48	
TIR=			83,38%	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN			1,44	

Elaborado por: Autor

Análisis: El análisis financiero de la tabla 12 muestra que el proyecto tiene un alto potencial de rentabilidad con una inversión inicial de \$10,000 lo cual se espera que el flujo de fondo sea positivo a partir del primer año alcanzando así los \$12,015 en el quinto año. La tasa de descuento es del 12% la cual refleja la rentabilidad que se espera como mínimo tener por parte del inversionista. El VAN proyectados de \$24,589.48 lo que indica que el proyecto generará un valor superior de la inversión inicial. La TIR del 83,38% sugiere una rentabilidad importante y el periodo de recuperación sería de 1.44 años donde se demuestra en general que el proyecto es financieramente viable y rentable.

Análisis de Riesgos

Objetivo: Anticipar desafíos y proponer soluciones.

Tabla 13.
Análisis de riesgos

Riesgo	Descripción	Plan de Mitigación
Baja adopción del coaching	Empresas desconocen el valor del coaching empresarial	- Campañas educativas - Charlas gratuitas en universidades
Impagos de clientes	Inconvenientes financieros o retrasos en pagos	- Cobro anticipado del 50% - Descuentos por pago completo
Competencia agresiva	Competidores con mayor presupuesto publicitario	- Enfocar esfuerzos en nichos - Diferenciación con paquetes flexibles

Nota. Esta tabla se obtiene la información sobre los análisis de riesgos en base a los desafíos y soluciones de la empresa.

Elaborado por: Autor

Análisis

Muchas empresas desconocen el valor del coaching empresarial, lo que dificulta la captación de clientes y la expansión del negocio. Esto puede deberse a una falta de información, desconfianza en los beneficios o la percepción de que el coaching no es una necesidad prioritaria. Los impactos pueden ser la dificultad para conseguir clientes, el crecimiento lento del negocio, y la necesidad de invertir más en marketing y educación del mercado.

Como plan de mitigación podemos incluir campañas educativas que fomenten el desarrollo de contenido informativo en redes sociales, blogs y webinars para explicar los beneficios del coaching empresarial. Dar charlas gratuitas en universidades con el fin de tener un Acercamiento a jóvenes profesionales y emprendedores para sensibilizar sobre la importancia del coaching en el desarrollo empresarial. Recopilar casos de éxito y testimonios y compartir historias de clientes que han logrado resultados positivos gracias al coaching.

Hacer alianzas con cámaras de comercio y asociaciones empresariales y presentar el coaching como una herramienta clave para mejorar la competitividad.

Los retrasos o incumplimientos en los pagos por parte de los clientes podrían generar problemas de liquidez y afectar la operación del negocio. Esto suele ocurrir por dificultades financieras de los clientes o por una falta de políticas de pago claras. El impacto sería la falta de liquidez para cubrir gastos operativos, posibles conflictos con clientes y mayor carga administrativa para gestionar cobros pendientes.

Como plan de mitigación tendríamos el cobro anticipado del 50%, exigiendo así un pago inicial antes de comenzar el servicio para asegurar un ingreso mínimo. Hacer descuentos por pago completo y ofrecer incentivos a clientes que realicen el pago total por adelantado.

Tener contratos claros y firmados para establecer términos de pago bien definidos y evitar malentendidos. Hacer un seguimiento proactivo de cuentas por cobrar e implementar recordatorios automáticos y contacto directo con clientes morosos.

En relación con la Competencia que se podría enfrentar desafíos tales como tener competidores con mayor presupuesto para publicidad, lo que puede dificultar la captación de clientes y generar una percepción de menor relevancia en el mercado. Esto a su vez sería la causa de menor visibilidad frente a competidores más grandes, pérdida de clientes potenciales y la Necesidad de diferenciarse con estrategias innovadoras.

Esto se podría mitigar enfocando esfuerzos en nichos en lugar de competir con grandes empresas, especializarse en segmentos específicos del mercado (por ejemplo, startups, sectores específicos como tecnología o salud), ofreciendo planes adaptados a diferentes necesidades y presupuestos para captar clientes que buscan soluciones personalizadas. También el utilizar estrategias como embudo de marketing, contenido educativo y eventos exclusivos para generar confianza en la marca y colaborar con otras empresas o influencers del sector para aumentar la visibilidad sin necesidad de grandes inversiones en publicidad.

Responsabilidad Social

Dentro del análisis de riesgo se ha podido identificar varias amenazas que pueden afectar la operación del negocio para poder abordar estos riesgos de manera efectiva, se aplicarán algunas herramientas y técnicas que van a permitir evaluar tanto los factores internos como factores externos que pueden influir en la sostenibilidad y en el crecimiento de la empresa.

En base que el mercado del coaching puede estar en crecimiento, pero poco consolidado en algunos sectores, existe el riesgo de una baja captación de los clientes en la fase inicial. Para mitigar es viable Implementar una estrategia de marketing digital como ofreciendo sesiones de prueba y testimonios de los clientes satisfecho para poder generar más confianza en el servicio.

Falta de compromiso en los clientes en los programas de coaching puede ser un factor presente en algunos clientes y pueden no completar los programas o a la vez no aplicar las estrategias aprendidas. Para mitigar se debe elaborar el plan de seguimiento de progreso y a la vez reforzar la comunicación sobre los beneficios del coaching para la empresa y el crecimiento personal de los líderes.

La competencia en el sector existe con algunas empresas que ofrecen servicios de consultoría, pero la estrategia de mitigación sería el diferenciar los servicios a través de una especialización en coaching empresarial para todas las empresas, así como ir incorporando la herramienta de evaluación.

En relación con la dependencia de plataformas digitales estas pueden presentar problemas técnicos o resistencias por algunos clientes al utilizarlas. Por ello el brindar capacitación y soporte técnico previo a los clientes para garantizar el uso correcto de las plataformas y ofrecer las alternativas presenciales cuando sea necesario.

Factores económicos y cambios en la normativa legal junto con la variabilidad del entorno económico y las posibles implementaciones de Nueva regulaciones pueden llegar a afectar esta operatividad del negocio. Por ello, el mantener un monitoreo constante en base de entorno agronómico y jurídico para anticipar así los cambios, también diversificar los servicios para poder adaptarse a las distintas condiciones del mercado

Responsabilidad social empresarial (RSE)

Como parte del compromiso social de Coaching Empresarial se ha diseñado un programa de responsabilidad social empresarial lo cual busca poder generar un impacto positivo en la comunidad.

El principal objetivo es que este programa se alinea los negocios con iniciativas de impacto comunitario, apoyando a los emprendedores de bajos recursos y a la vez fortaleciendo el desarrollo empresarial en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Para ellos simplemente era el programa de Coaching Solidario en el cual se utilizarán las siguientes acciones:

- 2 talleres gratuitos al año para empresas.
- Alianzas con ONGs locales para capacitar a emprendedores de bajos recursos.

c. Estrategias y/o Técnicas

La Metodología de Salas Guzmán (2020) para la elaboración del Plan de Negocio es una propuesta metodológica estructurada que facilita la creación de planes de negocio ajustados a la realidad y las necesidades del entorno. Sirve como columna vertebral para desarrollar el plan de negocio “Coaching Empresarial Cía. Ltda.” Se emplea para definir los componentes del Plan de Negocio.

Revisión Bibliográfica y Estado del Arte es la búsqueda y análisis de literatura previa (artículos científicos, tesis, libros especializados) sobre coaching empresarial, liderazgo, motivación, gestión de talento y planes de negocio. Permite sustentar teóricamente el coaching empresarial, el liderazgo transformacional, manejo del personal y la factibilidad del plan de negocio. Provee un marco de referencia para la propuesta.

Enfoque de Investigación Cuantitativo recopila y analiza datos numéricos, permitiendo medir variables relevantes de la población objetivo de manera objetiva y estadísticamente confiable. Se opta por este enfoque para caracterizar con precisión las necesidades, problemas e intereses de empresas en el sur de Quito (por ejemplo, problemas de liderazgo, clima organizacional, disposición a invertir en coaching, etc.).

El Diseño Descriptivo y de Campo se centra en observar y describir las características de un fenómeno o grupo. La investigación de campo se basa en la obtención de información directamente en el sitio donde se crea el fenómeno estudiado (empresas o sector objetivo). Permite conocer de primera mano los desafíos organizacionales, el tamaño de las empresas, su disposición a recibir servicios de coaching, sus principales áreas de mejora y otros elementos esenciales para la propuesta.

Las encuestas es el Instrumento de recolección de datos cuantitativos que contiene preguntas cerradas sobre necesidades de capacitación, problemas organizacionales, interés en coaching, etc. Se aplican encuestas a una muestra de 384 personas (calculada con la fórmula estadística para poblaciones finitas). Brindan información estadística acerca de los principales retos de las empresas, la percepción del coaching y la disposición a invertir en servicios de consultoría.

Análisis Estadístico Descriptivo en el que se utilizan frecuencias, porcentajes y representaciones gráficas (barras, pastel, etc.) para exponer los resultados. Los datos de las encuestas se analizan y se plasman en tablas y gráficas. Este análisis estadístico fundamenta la propuesta de valor y la viabilidad del servicio de coaching.

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta que permite a observar tanto los factores internos de una empresa o proyecto (lo que hace bien y lo que debe mejorar) como los elementos externos (posibles ventajas o riesgos) que pueden impactar su desarrollo.

Aporta esa visión clara de la situación y el enorme potencial de “Coaching Empresarial Cía. Ltda.” Permite diseñar estrategias para aprovechar las oportunidades, al tiempo que se mitigan amenazas.

Modelo GROW en Coaching es la metodología clásica en coaching que se basa en 4 fases: Goal (meta), Reality (realidad actual), Option (opciones) y Will (plan de acción). Se aplica en los programas de coaching para definir objetivos, analizar la situación de cada líder o equipo y diseñar planes de mejora personalizada. Contribuye al desarrollo de competencias de liderazgo y toma de decisiones.

Marco Legal

Para la creación de una compañía limitada de Coaching Empresarial el sector sur del distrito metropolitano de Quito es muy importante cumplir con la normativa legal ecuatoriana:

Constitución de la Empresa

La empresa debe constituirse como una compañía limitada la cual se requiere

- Elaboración de la estructura pública ante un notario con el estatuto de la compañía
- Inscripción en la superintendencia de compañías como valores y seguros (SCVS)
- Registro en el Servicio de Rentas Internas para la obtención del RUC
- Afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para los empleados y representantes legales
- Registro en el Ministerio del Trabajo para definir los contratos laborales según la Normativa vigente (CONSTITUCION, 2024)

Servicio de operación (LUAE municipio de Quito)

Para operar legalmente en la ciudad de Quito se requiere la Licencia Única de Actividades Económicas LUAE, otorgada por el municipio de Quito a través de la Agencia Metropolitana de Control (AMC) (LUAE, 2023)

Requisitos básicos

- Escritura de la Constitución de la compañía.
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Certificado de uso de suelo acuerdo de Actividad Económica
- Cumplimiento con la Normativa de Seguridad y Salubridad

Propiedad Intelectual Registro del Nombre Comercial

Para proteger el nombre y marca de la empresa se debe realizar ante registro de servicio nacional de derechos intelectuales SENADI.

- Verificar la disponibilidad de nombre comercial

- Presentación la solicitud de registro de marca
- Pago de la tasa correspondiente y espera el proceso de aprobación

Obligaciones Fiscales SRI

- Registro del SRI para obtener el RUC y definir los regimientos tributarios aplicables
- Emisión de facturas electrónicas
- Declaraciones de IVA y retención en las fuentes según corresponda
- Cumplimientos con las obligaciones contables y tributarias (SRI, 2023)

Obligaciones laborales Ministerio del trabajo

La contratación de personas se debe cumplir en base a la normativa laboral ecuatoriana

Tipo de contratos a considerar

- **Contrato indefinido:** relación laboral sin fecha de financiación específica.
- **Contrata plazo fijo:** es la relación laboral con una duración determinada de máximo 2 años
- **Contacto por obra o servicio determinado:** para un proyecto específico
- **Contrato por prestación o servicio profesional:** para consultorio independiente sin relación de dependencia

Código del comercio

Artículo 1: Se establece que el código de comercio regula las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, así como los actos y contratos de comercio, aunque se han ejecutados por no comerciantes (Codigo del Comercio, 2019).

Artículo 2: se define como comerciantes a quienes, teniendo así la capacidad de poder contratar, lo que hacen del comercio su profesión habitual.

Ley de compañías

Esta ley regula la Constitución como organización con funcionamiento y soluciones compañías en Ecuador lo que es muy importante para establecer una compañía limitada detallando así los aspectos como el capital social, número de socios y responsabilidades (LEY DE COMPAÑIAS, 2017)

Elemento de Ley Orgánica de Gestión de la Identidad de Datos Civiles

Aunque no se encuentre directamente relacionada con la Constitución de la empresa este reglamento es relevante para la gestión de datos personales y para la obtención de registro civiles necesario durante el proceso

Código de Trabajo

Artículo 42: Disposición sobre las relaciones laborales dentro de una empresa en el contexto de servicio de coaching y contratación del personal (Codigo del Trabajo, 2020)

Artículo 166: indica son las condiciones y derechos los empleados dentro de la compañía

2.3 Validación de la Propuesta

La validación de la propuesta fue realizada por tres especialistas con formación académica y experiencia en administración de empresas y gestión de proyectos. Para su elección, se consideraron criterios, como el conocimiento en el área de estudio, la trayectoria en gestión administrativa y su disposición para participar en el proceso. Los especialistas revisaron, observaron y analizaron la propuesta del proyecto de titulación, asegurando que su estructura y contenido cumplan con los estándares requeridos. Los resultados de la evaluación, junto con la información detallada de los especialistas, se presentan en los anexos.

Tabla 14
Perfil descriptivo de los especialistas validadores

Apellidos y Nombres	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Ericka Belén Cobos Guevara	5	Magister en Dirección y Administración de Empresas	Analista de Supervisión Integral a Entidades del Sector Financiero Tipo 1
Jose Eduardo Tibanlombo Moreno	12	Magister en Finanzas	Supervisor de Contabilidad
Francisco Alexis Cañadas Leitgeber	18	Magister en Gerencia de Empresas	Director Administrativo

Tabla 15
Resultados de la Validación

Impacto	Especialista 1	Especialista 2	Especialista 3	Total	Porcentaje
Impacto	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	5	5	4	14	93%
Conceptualización	5	5	5	15	100%
Actualidad	5	5	5	15	100%
Calidad Técnica	5	5	5	15	100%
Factibilidad	5	5	4	14	93%
Pertinencia	5	5	5	15	100%
Total	35	35	33	103	98%

2.4 Matriz de Articulación de la propuesta

Tabla 16.

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Diagnóstico Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Teorías de motivación y liderazgo (Herzberg, Bass, Goleman). - Conceptos de gestión del talento y comunicación interna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque cuantitativo y descriptivo (Hernández Sampieri). - Uso de encuestas y entrevistas para recolectar datos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de cuestionarios para medir clima organizacional. - Entrevistas con directivos 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de brechas en liderazgo y comunicación. - Conocimiento para coordinar capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario estructurado. - Guías de entrevistas. - Formatos de observación.
Diseño Plan de Negocios	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos de emprendimiento (Osterwalder & Pigneur, Salas Guzmán). 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y modelo de negocio. - Análisis de mercado y proyecciones financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis FODA. - Proyecciones de rentabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de viabilidad económica - Definición de estructura de costos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Plantillas de proyecciones financieras (Excel). - Encuestas de mercado.
Implementación de la Propuesta de Coaching	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos de coaching (Whitmore, Gallwey). 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque formativo y de intervención práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de capacitación. - Acompañamiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de habilidades de liderazgo, 	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de coaching (sesiones presenciales/virtuales).

	- Modelos GROW y enfoques de liderazgo transformacional.	- Sesiones de coaching individuales y grupales.	personalizado a líderes y equipos.	comunicación y toma de decisiones.	- Cuestionarios de satisfacción. - Informes de avance.
Validación con Especialistas	- Teorías de evaluación de proyectos y consultoría (Chiavenato, Hurtado).	- Revisión de expertos y contraste de la propuesta.	- Entrevistas a profesionales en coaching y gestión empresarial.	- Ajustes al plan de negocios y a los servicios de coaching.	- Guía de entrevista. - Formularios de validación de la propuesta.
Seguimiento y Evaluación de Resultados	- Ciclos de mejora continua (PDCA/Deming). - Indicadores de gestión	- Monitoreo de indicadores (KPI). - Revisiones de objetivos y metas.	- Reportes de progreso. - Reuniones de evaluación con líderes y colaboradores.	- Identificación de fortalezas y áreas de mejora en tiempo real.	- Tablas de control de indicadores. - Reportes periódicos de seguimiento.

Elaborado por: Autor

CONCLUSIONES

Desarrollar un plan de negocios para la compañía Coaching Empresarial Cía. Ltda. Al sur de Quito permitió definir de forma detallada la propuesta de valor y los servicios a ofrecer, así como también la planificación y las proyecciones financieras. Con ello, se buscó asegurar que el proyecto tenga una base sólida y pueda mantenerse a largo plazo al sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Al examinar diferentes fuentes bibliográficas y enfoques de consultoría y coaching, fue posible sentar bases firmes para orientar el proyecto. Este proceso de contextualización facilitó la selección de métodos e instrumentos adecuados, garantizando que el servicio de coaching se ajuste a las necesidades específicas.

El estudio de datos cuantitativos y cualitativos evidenció carencias en la formación gerencial, problemas de comunicación interna. Esta radiografía de la situación se convirtió en la pieza clave para diseñar servicios de coaching que respondan directamente a los desafíos propios de las organizaciones.

A partir del análisis de mercado y las proyecciones financieras, se creó un plan de negocios integral. Dicho plan muestra de forma clara que Coaching Empresarial Cía. Ltda. es económica y operativamente factible, detallando los costos, retornos previstos y las estrategias para posicionarse en el mercado local.

La asesoría de expertos del sector empresarial y la industria del coaching brindó información valiosa para perfeccionar la propuesta. Sus aportes ratificaron la relevancia del proyecto y sirvieron para incorporar mejoras en los servicios y la estrategia de implementación, incrementando la credibilidad de Coaching Empresarial Cía. Ltda. en el mercado.

El desarrollo de un plan de negocios para coaching empresarial Cia. Ltda. en el sur de Quito permitió poder definir detalladamente la propuesta de valor y los servicios ofrecer, así como una planificación financiera y las proyecciones, esto se busca asegurar la base sólida del proyecto y su sostenibilidad a largo plazo en la zona sur del distrito metropolitano de Quito.

RECOMENDACIONES

Desarrollar campañas que difundan los beneficios del coaching empresarial a través de webinars gratuitos, contenido relevante en redes sociales y convenios con cámaras de comercio generando confianza con el fin de que adopten el servicio.

Brindar planes de pago flexibles, con opción de financiar o acceder a descuentos por contratación anual, y adaptarse a la capacidad de inversión de empresas locales. Adicional Implementar una oferta de coaching empresarial que tenga sesiones presenciales y virtuales, y se aproveche plataformas digitales para ampliar el alcance y reducir costos.

Diseñar entrenamientos de coaching específicos para cada empresa, con seguimiento continuo y métricas de impacto que permitan demostrar mejoras tangibles en liderazgo y productividad. Gestionar alianzas con universidades, asociaciones de empresas y organismos del gobierno con el fin de acceder a una gran base de clientes fortaleciendo la credibilidad del servicio.

Proporcionar herramientas de medición para medir la efectividad del coaching empresarial, y que esto permita ajustar y mejorar los programas. Aportar con historias de éxito de empresas que han mejorado con coaching empresarial para fortalecer la confianza en el servicio y atraer nuevos clientes.

BIBLIOGRAFIA

- Barría, F. J. (2024). EL PRODUCTO Y SUS ATRIBUTOS COMO FACTORES FUNDAMENTALES DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING. *Ciencia Latina Revista Latina Multidisciplinar* , 8(1).
<https://doi.org/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-ElProductoYSusAtributosComoFactoresFundamentalesDe-9430052.pdf>
- Bolaños, D. N., & Cortez, S. J. (2024). ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS DE MERCADO INTERNACIONAL PARA EL 2024, PARA UNA MEDIANA EMPRESA. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* , 8(1).
<https://doi.org/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-AnalysisDeLasTendenciasDeMercadoInternacionalParaE-9430241.pdf>
- Codigo del Comercio. (2019). *CODIGO DE COMERCIO*.
https://doi.org/https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Codigo del Trabajo. (2020). *Codigo del Trabajo*.
https://doi.org/https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf
- CONSTITUCION. (2024). *COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA*.
https://doi.org/https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- Enriquez Guzman, R. (2021). DISEÑO DE UN MODELO DE INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTO PARA SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO POLICIA NACIONAL LTDA. CIUDAD DE IBARRA. Quito, Ecuador: UISRAEL repositorio institucional digital DSpace.
- Galwey, T. (2000). *The Inner Game of Work*. Random House.
- Hurtado, R. M. (2020). *Consultoria Empresarial*. Ediciones de la U.
- INEC, I. N. (2022). *Registro Estadístico de Empresas 2022*.
https://doi.org/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2022/Principales_Resultados_REEM%202022.pdf
- LEY DE COMPAÑIAS. (2017). *LEY DE COMPAÑIAS*.
https://doi.org/https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

- LUAE. (2023). *Servicios de Operacion*.
https://doi.org/https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_Tramites/Operativas/FrmFichaTramite?codtt=247
- Macías, E. &. (2021). *Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional*. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, 26(94), 548-567.
- Minondo, Á. (2025). *Propuesta de valor*.
<https://doi.org/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Documento.pdf>
- Osterwalder Pigneur, A. O. (2020). *Generación de Modelos de Negocio*. Deusto.
- REEM, I. N. (2023). *EN QUITO, LA PRESENCIA DE MICROEMPRESAS ALCANZA PROPORCIONES DESTACADAS*. https://doi.org/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/quito-ecuador-empresas-microempresas-emprendimientos-datos/?utm_source=chatgpt.com
- Rodriguez, J. (2020). *Acciones necesarias para mejorar la relacion causa-efecto entre la inversion en practicas de gestión de recursos humanos y la motivacion en la empresa*.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000200207>: <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000200207>
- Salas Guzman, R. (2020). *Plan de negocios para emprendedores*.
- Segovia, A. (2022). *NG. MAYRA ALEJANDRA MARQUEZ VALENCIA [Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/34f66762-374a-4acc-a7c3-2cb679cf5e66/content>.
- Souza, R. R. (2022). *Implementación de la tecnología para monitorear y mejorar la capacidad de gestión de la motivación del talento humano en las Mypymes del Cantón Portoviejo, Provincia de Manabí*.
<https://doi.org/10.51798/sijis.v3i3.522>: <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i3.522>
- SRI. (2023). *Ficha de requisitos REQUISITOS ESPECÍFICOS DE SOCIEDADES BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS*.
[https://doi.org/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/REQUISITOS%20PARA%20INSCRIPCI%C3%93N%20O%20ACTUALIZACI%C3%93N%20%20SOCIEDADES%20BAJO%20EL%20CONTROL%20DE%20LA%20SUPERINTENDENCIA%20DE%20COMPA%C3%91IAS%20\(1\).pdf](https://doi.org/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/REQUISITOS%20PARA%20INSCRIPCI%C3%93N%20O%20ACTUALIZACI%C3%93N%20%20SOCIEDADES%20BAJO%20EL%20CONTROL%20DE%20LA%20SUPERINTENDENCIA%20DE%20COMPA%C3%91IAS%20(1).pdf)
- Torres Carrillo, M. (2024). *Modelo de negocio para la creacion de la empresa Matorrec Consulting S.A.S*. Quito, Ecuador : UISRAEL repositorio institucional digital DSpace.
- Ventura, A. (2021). *Gestion Administrativa y motivacion en la produccion de una empresa de pro*. Digital Publisher CEIT.
- Witmore, J. (2017). *Coaching for Performance*: . Nicholas Brealey Publishing 5ta Edicion .

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

1. ¿En qué sector se encuentra su empresa?

- Comercio
- Servicios
- Manufactura
- Tecnología

2. ¿Cuántos empleados tiene su empresa?

- Menos de 10
- 10 a 50
- 51 a 100
- Más de 100

3. ¿Cuántos años tiene operando su empresa?

- Menos de 1 año
- 1 a 5 años
- 6 a 10 años
- Más de 10 años

4. ¿Qué desafíos organizacionales enfrenta su empresa actualmente? (Seleccione todas las que apliquen)

- Falta de liderazgo efectivo
- Baja productividad de los empleados
- Dificultades en la toma de decisiones
- Falta de capacitación gerencial
- Problemas de comunicación interna

5. ¿Ha identificado necesidades de capacitación o desarrollo en su personal?

- Sí
- No
- No estoy seguro

6. **¿Qué áreas considera más urgentes para mejorar en su empresa?**
- Liderazgo y gestión
 - Productividad y eficiencia
 - Comunicación interna
 - Innovación y creatividad
7. **¿Conoce qué es el coaching empresarial?**
- Sí, lo conozco bien
 - He escuchado algo al respecto
 - No lo conozco
8. **¿Ha utilizado servicios de coaching empresarial en su empresa?**
- Sí
 - No
 - No, pero estamos considerándolo
9. **¿Qué beneficios cree que podría aportar el coaching empresarial a su organización?** (Seleccione todas las que apliquen)
- Mejorar el liderazgo
 - Aumentar la productividad
 - Optimizar la toma de decisiones
 - Fortalecer la comunicación interna
10. **¿Qué percepción tiene sobre el coaching empresarial?**
- Muy positivo
 - Algo positivo
 - Neutral
 - Algo negativo
 - Muy negativo
11. **¿Estaría dispuesto a invertir en servicios de coaching empresarial para su empresa?**
- Sí
 - No
 - Depende del costo
12. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por servicios de coaching empresarial?**
- Menos de \$100
 - 100 a 300

- 301 a 500
- Más de \$500

13. **¿Qué tipo de servicios de coaching empresarial le interesarían más?** (Seleccione todas las que apliquen)

- Capacitación en liderazgo
- Desarrollo de habilidades gerenciales
- Mejora de la productividad
- Coaching para equipos de trabajo

14. **¿Prefiere que los servicios de coaching sean presenciales, virtuales o híbridos?**

- Presenciales
- Virtuales
- Híbridos (combinación de ambos)

15. **¿Ha contratado servicios de consultoría o coaching empresarial anteriormente?**

- Sí
- No



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: *Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito*. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Francisco Alexis Cañadas Leitgeber

Título obtenido: Ingeniero en Finanzas /Magister en Gerencia de Empresas

C.I.: 1717533416

E-mail: franciscoalexis1@gmail.com

Institución de Trabajo: Municipio de Ambato

Cargo: Director Administrativo

Años de experiencia en el área: 18



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad		X			
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad		X			
Pertinencia	X				
TOTAL	25	8			

Observaciones:

El desarrollo presenta un fuerte sustento en la descripción de la problemática, toda vez que se evidencia que ha revisado estudios de casos similares, lo cual tiene un buen soporte en el estado del arte descrito dentro del proyecto de investigación, el mismo que esta reforzado con los resultados obtenidos en la encuestas.

Lo que le ha permitido concluir que actualmente, las empresas en esta zona tienen dificultades para acceder a herramientas estratégicas sin embargo se podría ampliar el soporte que afirme el hecho de que la aplicación de dichas herramientas de gestión, promuevan un crecimiento sostenible de las organizaciones.

Recomendaciones:

Tomando en consideración que el proyecto busca contribuir al fortalecimiento del ecosistema empresarial al sur de Quito, se podría incluir análisis de la información oficial por parte de entidades que mantengan un catastro actualizado de las organizaciones que se encuentren registradas con el giro de negocio propuesto. Esto con la finalidad de poder identificar de igual manera una demanda



insatisfecha existente.

De la misma manera, en la aplicación de las encuestas como instrumento de investigación, las mismas podrían ser reafirmadas efectuando el mismo instrumento, pero segmentando la aplicación a un grupo con poder de toma de decisión dentro de cada empresa, lo permitiría tener mayor contundencia en la factibilidad de la implementación.

Lugar, fecha de validación: Quito 20 de marzo del 2025



Firmado electrónicamente por:
**FRANCISCO ALEXIS CANADAS
LEITGEBER**

**Firma del especialista Francisco
Alexis Cañadas Leitgeber**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: *Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito*. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: José Eduardo Tibanlombo Moreno

Título obtenido: Magister en Finanzas

C.I.: 1718409616

E-mail: eduardo.tibanlombo@gmail.com

Institución de Trabajo: Service Oil Ecuador Ecuaservoil S.A.

Cargo: Supervisor de Contabilidad

Años de experiencia en el área: 12 años



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones:

El proyecto Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, destaca por su excelente calidad investigativa. Sobresale especialmente al identificar una necesidad específica de la zona y desarrollar un enfoque metodológico robusto. La selección de la muestra cumple con los parámetros de confiabilidad establecidos, y el diseño de las preguntas de la encuesta permite recopilar datos suficientes para una toma de decisiones fundamentada y la elaboración efectiva del plan de negocios. Las conclusiones del trabajo respaldan la viabilidad del proyecto en caso de su ejecución, proyectando la generación de valor económico para el inversionista y una contribución positiva a la sociedad.

Recomendaciones:

Considerar la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.) en lugar de una Compañía Limitada, ya que la S.A.S. ofrece mayor flexibilidad en la gestión empresarial, facilidades



administrativas y adaptabilidad en la estructura societaria. Evaluar indicadores financieros adicionales y explorar diversas opciones de financiamiento para definir parámetros más atractivos en la ejecución del proyecto. Se sugiere incluir el análisis del tiempo de retorno de la inversión (Payback Period), así como otros indicadores que aporten mayor claridad y sustento a la viabilidad financiera del proyecto.

Lugar, fecha de validación: Quito, 21 de marzo de 2025



**Firma del especialista
José Eduardo Tibanlombo Moreno**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: *Plan de Negocio para la creación de Coaching Empresarial Compañía Limitada para empresas del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito*. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Erika Belén Cobos Guevara

Título obtenido: Magister en Dirección y Administración de Empresas

C.I.: 1714633342

E-mail: Erika_belen2412@hotmail.com

Institución de Trabajo: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Cargo: Analista de Supervisión Integral a Entidades del Sector Financiero Tipo 1

Años de experiencia en el área: 5 año y medio



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: Se observa un proyecto con buenos fundamentos teóricos, metodológicos y prácticos. La intención de fortalecer las competencias de los funcionarios empresariales denota un claro interés en trabajar con las personas poniendo en primer lugar el factor humano como decisivo en la sostenibilidad empresarial.

Recomendaciones: Se recomienda realizar una fuerte campaña de marketing y publicidad, debido a que los servicios de Coaching aun no son muy conocidos ni valorados por las empresas, esto con el fin de marcar en el mediano plazo una presencia digital y corporativa que permita llegar a más clientes.

Lugar, fecha de validación: 21 de Marzo de 2025.



Firmado electrónicamente por:
ERIKA BELEN COBOS
GUEVARA

Firma del especialista
Mg. Erika Belén Cobos Guevara