

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA, PROMOCIÓN 49

**GAUDIUM CONSULTORÍA**

**GI SELA LEGUÍZAMO CÁRDENAS**

**Sara Caicedo Avellaneda, MBA**

**BOGOTÁ D.C.**

**JULIO, 2019**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>5</b>
<b>1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Beneficiarios .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Entidad Ejecutora .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Necesidades.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Justificación del proyecto .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6 Metodología .....</b>	<b>9</b>
<b>1.7 Cronograma.....</b>	<b>10</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Análisis del Mercado.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1 Análisis del Sector y Tendencias.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2 Análisis de la demanda.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.3 Análisis de la competencia .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.5 DOFA.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 Selección del segmento objetivo .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.1 Producto .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3.2 Precio.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.3 Plaza.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.4 Promoción.....</b>	<b>28</b>
<b>3. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Tamaño del Proyecto .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1.1 Capacidad Mensual .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1.2 Capacidad Mínima Anual.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Localización del proyecto .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2.1 Macro localización.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2.2 Micro localización .....</b>	<b>30</b>

3.3 Ingeniería del proyecto.....	31
<b>4. LA ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Marco Estratégico.....	32
4.1.1 Misión.....	32
4.1.2 Visión.....	32
4.1.3 Valores.....	32
4.2 Equipo gestor del proyecto.....	32
4.2.1 Socios gestores.....	32
4.3 Tipo de organización legal para fase de operación.....	33
4.4 Estructura organizacional para la fase de operación.....	34
4.5 Sistema de negocio.....	36
Diseño del servicio.....	36
Prospección y Ventas.....	36
Prestación del Servicio.....	36
Servicio postventa.....	36
4.6 Alianzas.....	37
<b>5. PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>38</b>
5.1 Estado de Resultados.....	38
5.1.1 Proyección de los Ingresos.....	39
5.1.2 Proyección del Costo de ventas.....	41
5.1.3 Proyección de los gastos administrativos.....	41
5.1.4 Proyección de los Gastos de Ventas.....	41
5.1.5 P y G Estado de Resultados.....	42
5.2 Flujo de Caja.....	44
5.2.1 Inversiones requeridas.....	44
5.2.2 Capital de trabajo.....	44
5.2.3 Proyección del Flujo de Caja.....	44
5.2.4. Proyección Flujo de caja de financiación.....	45
5.3 Indicadores financieros.....	46
<b>6. EVALUACIÓN AMBIENTAL.....</b>	<b>47</b>
<b>7. EVALUACIÓN SOCIAL.....</b>	<b>48</b>

<b>8. RIESGOS</b> .....	50
<b>9. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</b> .....	51
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	53
<b>ANEXOS</b> .....	56

## TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Metodología .....	9
Tabla 2 Cronograma de actividades .....	10
Tabla 3 DOFA Gaudium.....	24
Tabla 4 Solicitud cotización .....	27
Tabla 5 Capacidad mensual.....	29
Tabla 6 Capacidad mínima anual.....	30
Tabla 7 Relación proyección porcentaje vs año.....	39
Tabla 8 Estimación de precio - 1 año.....	39
Tabla 9 Proyección cantidades al año.....	39
Tabla 10 Gaudium proyección de ventas .....	40
Tabla 11 Gaudium proyección cantidades anuales.....	40
Tabla 12 Gaudium proyección ventas anuales .....	40
Tabla 13 Proyección costo de ventas .....	41
Tabla 14 Gaudium proyección gastos de ventas anuales .....	42
Tabla 15 Estado de resultados mensual - año 1.....	42
Tabla 16 Estado de resultados mensual - año 10.....	43
Tabla 17 Gaudium flujo de caja .....	45
Tabla 18 Gaudium flujo de caja proyectado .....	46
Tabla 19 Plan de Implementación.....	51

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ingresos anuales totales.....	11
Ilustración 2 Navegador de búsqueda .....	19
Ilustración 3 Tipos de coach profesional.....	23
Ilustración 4 matriz de Empatía de Xplane.....	25
Ilustración 5 Esquema producto .....	26
Ilustración 6 Metodología Gaudium. ....	27
Ilustración 7 Ingeniería del proyecto.....	31
Ilustración 8 RUE - consulta .....	33
Ilustración 9 Estructura organizacional .....	34
Ilustración 10 Sistema de negocio .....	36
Ilustración 11 Proyección ingresos anuales.....	38
Ilustración 12 Gaudium flujo de caja proyectado .....	45
Ilustración 13 VPN .....	46
Ilustración 14 Reporte estadístico - - personas atendidas por depresión en 2005 -2009 .....	48
Ilustración 15 Dimensiones .....	49
Ilustración 16 Riesgos .....	50

## RESUMEN EJECUTIVO

Gaudium Consultoría es una empresa de servicios de coaching personal especializado en gestión del cambio personal. Quienes han diseñado este plan de negocios son:

**Gestora Principal:** Gisela Leguízamo Cárdenas, Mercadóloga profesional, estudiante de la Especialización en Gerencia de la Universidad Externado de Colombia, con más de 13 años de experiencia en el sector de tecnología y desarrollo de negocios.

**Gestor Asociado:** Edgar Cabrera, coach certificado, profesional en Ingeniería de Sistemas y con una experiencia en el mercado laboral de más de 14 años.

### **Algunas Cifras introductorias:**

Según informes de la OMS sobre la depresión en el 2017 se estimaba que el 4,4% de la población del planeta es afectado por este trastorno, esta cifra está calculada con base en un informe del 2015 que estableció que 322 millones de personas viven con depresión. En Colombia este trastorno médico afecta al 4,7% de la población (Gómez-Restrepo, 2004). En el año 2017 la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) presentó cifras relacionadas con el ausentismo laboral en el país, con el libro salud y estabilidad en el Empleo, en el que se señaló que se registra un promedio de 9.5 días de ausencia laboral por trabajador al año, debido a enfermedad general, accidentes y enfermedades laborales, así como permisos y licencias de otra naturaleza. Dentro de las licencias de otra naturaleza se encuentran la depresión, baja motivación para ir a trabajar, la falta de adaptación (ANIF, Marzo 2018).

Gaudium ofrece servicios de acompañamiento y seguimiento para los que quieren mejorar su calidad de vida personal y laboral. Cada individuo tiene la capacidad de realizar y hacer posible la ejecución de sus sueños, encontrar su propósito, disfrutar su día a día y trabajar para alcanzar su realización tanto profesional como personal. Sólo debe querer hacerlo y tomar la decisión. Gaudium tendrá servicios de acompañamiento, diseñando planes personalizados para cada individuo y fases requeridas en su proceso, asesoría entregada por especialistas en las áreas determinadas a trabajar (coaching en cambios a nivel de nutrición y /o ejercicio, coaching de vida, coaching laboral, etc.). Este proyecto también cuenta con una metodología que combina lo mejor de coaching con el mentoring. El coaching busca generar conciencia, creencia en sí mismo y responsabilidad del proceso, esto sumado a la experiencia de un mentor, entrenamientos, direccionamiento y seguimiento puede garantizar mejores resultados.

### **Público Objetivo:**

### **Viabilidad Financiera**

Gaudium Consultoría muestra en el análisis financiero proyectado no sólo su viabilidad, sino también la capacidad para generar riqueza a los inversionistas. El proyecto genera un Valor

Presente Neto (VPN) de 57 Millones como resultado del ejercicio (10 años) traídos a valor presente, con una tasa de oportunidad de 12% (WACC), una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 95% muy superior a las tasas de rentabilidad del dinero en el mercado y una relación de 1:10 en cada peso invertido (Banco de la República de Colombia, Marzo 2017; Coaching Hall International, s.f.).

## **Impacto Social**

Este es un proyecto que impacta positivamente las siguientes dimensiones:

*Personal:* Como objetivo principal con el servicio se busca que las personas mejoren sus actitudes y comportamientos, se incremente su bienestar y ayudar en la disminución de los porcentajes de depresión en el país.

*Salud:* En colaboración con expertos, la gestión de cambio personal ayuda al bienestar psicológico, la eliminación de hábitos, la búsqueda de soluciones incrementa el bienestar individual.

*Ocupacional:* Se generan actividades que generan bienestar, deporte, terapias, vivenciales etc.

*Comunitaria:* toda mejora individual siempre repercutirá positivamente en la sociedad y en la comunidad, una persona que se transforma y es feliz es capaz de mejorar su convivencia y genera apertura a la convivencia y compartir de su propio bienestar.

## 1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Gaudium Consultoría es una empresa prestadora de servicios de asesoría personalizada en cambios de vida, mejoras en el balance vida- trabajo con el fin de alcanzar sueños y/o lograr hacer lo que realmente hace feliz a las personas. Creada con una metodología propia que otorga a los beneficiados de este servicio un equilibrio entre: mente (lo que se propone) voluntad (lo que acciona) alma (lo que es) y cuerpo (lo que hace).

### 1.1 Objetivos

- Lograr consolidar un portafolio de servicios sólido que permita llegar al mercado, competir con servicios de calidad y cautivar a un mercado objetivo.
- En el primer año lograr un promedio de 5 clientes (consultorías) por mes, 60 al año.
- Alcanzar una cuota del mercado de 8% en los primeros 3 años y mantenerse siendo rentable.
- Conseguir niveles de satisfacción por encima del 90% generando impactos positivos en los clientes.

### 1.2 Beneficiarios

Se tiene como beneficiarios, personas naturales, profesionales en plena etapa de vida productiva (20 a 39 años), laboralmente activos, inicialmente ubicados geográficamente en Bogotá-Colombia.

Según el DANE hay 3.777.793 personas formalmente empleadas (Afiliadas a Cajas de Compensación Bogotá). De acuerdo con un estudio de la Universidad Autónoma de México el 18,2% de los empleados del país tienen formación técnica profesional y universitaria, es decir 687.558 personas, y de esta población el 25% se encuentra entre los 20 a los 39 años, haciendo una aproximación podemos decir que hay un mercado objetivo de 171.889 personas en Bogotá (Rivera, 2007).

### 1.3 Entidad Ejecutora

Se creará una empresa prestadora de servicios llamada Gaudium Coaching, bajo la figura de compañía unipersonal, creada por Gisela Leguízamo Cárdenas, Mercadóloga profesional, estudiante de la Especialización en Universidad Externado de Colombia.

## 1.4 Necesidades

Según la OMS, *“la depresión es un trastorno mental frecuente que se caracteriza por la presencia de tristeza, pérdida de interés o placer, sentimientos de culpa o falta de autoestima, trastornos del sueño o del apetito, sensación de cansancio y falta de concentración”* (Rodríguez, 2017). Las emociones y estados de ánimo de las personas trabajadoras son variables, repercutiendo tanto a nivel familiar como laboralmente, el conjunto de algunos síntomas relacionados donde se involucran la tristeza, la melancolía o depresión son conductas o comportamientos observables cuando una persona no encuentra en su entorno voluntad o motivación por el quehacer de su trabajo, el exceso de tiempo en actividades repetitivas que al final resultan distrayendo al ser humano generando en la persona un sentimiento de no poder cumplir con sus metas y finalmente deseando abandonar el puesto de trabajo. También cabe describir los juicios más comunes de este tipo de personas como lo son los personales “no soy suficiente”, “por qué me pasa esto siempre a mí”, los de imposibilidad “si tan solo pudiera”, “quiero, pero no puedo”, “de qué sirve o para qué”, “no hay nada que pueda hacer” y sobre el mundo “las cosas son así y punto”, “qué sentido tiene la vida”, “los demás lo tienen, pero yo no”. Estos juicios se ven físicamente reflejados en algunas personas de forma que se debe empezar a actuar en ellos, los hombros caídos, volumen de voz bajo, velocidad del habla lenta, expresiones faciales asociadas a la tristeza y baja energía. Cada emoción interpone una nueva emoción, por ejemplo, se puede tener miedo por estar triste, se puede sentir culpable por estar enojado o se puede tener vergüenza por encontrarse con miedo, generando problemas y malas condiciones de vida (Law, 2013).

Conceptos comunes para las personas laboralmente activas: sobre- calificación, depresión, deseo de cambiar el trabajo, insatisfacción con los ingresos, pero sobre todo ese sentimiento de no ser feliz con lo que se hace día a día, son síntomas de una desconexión entre lo que se hace y cuál es su verdadero propósito, lo que se quiere hacer, lo que hace feliz y lo que apasiona.

Gaudium ofrece servicios de acompañamiento y seguimiento para todos aquellos que quieren mejorar su calidad de vida laboral ya que cada individuo tiene la capacidad de realizar y hacer realidad sus sueños, disfrutar su día a día y trabajar para alcanzar su ejecución tanto profesional como personal. Sólo debe querer hacerlo y tomar la decisión.

## 1.5 Justificación del proyecto

El sector de servicios ha aumentado durante 2017, el PIB del sector de servicios sociales repuntó hacia expansiones de 3,4% real anual, superior a 2% registrado en 2016 (Banco de la República de Colombia, Marzo 2017). Así, este sector logró superar ampliamente el desempeño de la economía, que se expandió 1,8% en 2017 como un todo. Además, después de dos años, los servicios sociales volvieron a ser uno de los sectores con mayor crecimiento de la economía, al haberse ubicado en el tercer lugar (frente al cuarto lugar ocupado en 2016), solo por debajo del sector agropecuario (expansión de 4,9% anual) y los servicios financieros (3,8%) (ANIF, Marzo 2018); esparcimiento y cultura (14%), servicios sociales y de salud de mercado (14%) se

encuentran ubicados en los primeros lugares de crecimiento del 2016 al 2018, estas cifras generan confianza real en la oportunidad que tienen empresas como Gaudium, el mercado objetivo podría estar sobre las 171.000 personas de las cuales el 70% de las personas encuestadas les gustaría cambiar de empleo y/o solicitar un incremento salarial (Adecco, 2017).

Si cada una pagara por una consultoría de dos meses, 12 horas a un promedio de 50.000 pesos por hora (600.000) se estaría hablando de un mercado de 71.820 millones de pesos, con un objetivo de lograr un 8% de cuota del mercado Share en tres años dando una oportunidad de 1.915 millones al año (Garzón, 2011).

## 1.6 Metodología

A continuación, se resume en la (tabla 1) las fuentes primarias y secundarias las cuales facilitarán establecer premisas que argumentarán los cuestionamientos profesionales adquiridos.

*Tabla 1 Metodología*

<b>Fuentes Primarias</b>	<b>Fuentes Secundarias</b>
Entrevistas en profundidad, posibles clientes potenciales (5 personas)	Informe OMS - Estadísticas sobre la depresión en el mundo / Colombia
Encuestas público general potencial y buscar posible aceptación del servicio y disponibilidad a invertir.	DANE - Información Geográfica
Entrevistas a Coaches certificados	ANDI - informes sobre tendencias laborales
	Estudios Sector de Servicios (Diarios)
Periódico el Tiempo (Artículos)	Asobancaria (Regulaciones)
Páginas Web. Competencia Local, referentes del sector de servicios, tendencias mundiales	Revista Semana (Artículos) Libro, De qué color es tu paracaídas Libro: Manual de coaching: Cómo mejorar el rendimiento de las personas Libro, 48 días para el trabajo que ama, Dan Miller - Cesar Escobar -Facebook.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

## 1.7 Cronograma

Se establecerá un tiempo determinado de diferentes actividades para el desarrollo y objetivo del proyecto (ver tabla 2)

*Tabla 2 Cronograma de actividades*

<b>CRONOGRAMA</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>
<b>Recolección de bibliografía</b>	X			
<b>Construcción de proyecto</b>	X			
<b>Correcciones</b>	X			
<b>Aprobación</b>		X		
<b>Revisión de fuentes primarias y secundarias</b>		X		
<b>Tabulación de la información</b>			X	
<b>Análisis de la información</b>			X	
<b>Informe preliminar</b>				X
<b>Publicación</b>				X

Fuente: Elaboración propia, 2019.

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 Análisis del Mercado

En este apartado se especificará las características del mercado, tendencias, tamaño, demanda, competencia, barreras de entrada y regulación, lo cual permitirá definir la oportunidad y trazar estrategias de marketing que den como resultado la mejor entrada al cliente final.

#### 2.1.1 Análisis del Sector y Tendencias

El desempeño del sector de servicios y perspectivas durante el 2017 y el PIB del sector de servicios sociales repuntó hacia expansiones de 3,4% real anual, superior a 2% registrado en 2016. Así, este sector logró superar ampliamente el desempeño de la economía, que se expandió 1,8% en 2017 como un todo (ANIF, Marzo 2018). Además, después de dos años, los servicios sociales volvieron a ser uno de los sectores con mayor crecimiento de la economía, al haberse ubicado en el tercer lugar (frente al cuarto lugar ocupado en 2016), solo por debajo del sector agropecuario (expansión de 4,9% anual) y los servicios financieros (3,8%) (Banco de la República de Colombia, Marzo 2017). Ahora el mercado de los servicios del coaching ha venido creciendo a nivel mundial (ver ilustración 1), los ingresos globales de coaching en 2015 fueron de 2.356 millones de USD, representando un aumento del 19% sobre la estimación de 2011 (International Coach Federation, 2016).

*Ilustración 1 Ingresos anuales totales*

	USD (millones)	% de cuota mundial	% de cambio 2011-2015
Norteamérica	955 \$	40,6	35,2
América Latina y Caribe	92 \$	3,9	26,6
Europa occidental	898 \$	38,1	8,5
Europa oriental	70 \$	3,0	1,4
Oriente Medio y África	73 \$	3,1	7,1
Asia	113 \$	4,8	18,8
Oceanía	154 \$	6,5	10,4
<b>Global</b>	<b>2.356 \$</b>	<b>100,0</b>	<b>19,0</b>

**NOTA:** Las cifras porcentuales del cambio se han calculado de estimaciones sin redondear. Algunos encuestados, principalmente coaches internos, indican cero ingresos anuales. Representaron el 3,7% de los coaches dando una cifra de ingresos anuales. Se ajustaron los resultados brutos para esas respuestas.

Fuente: (International Coach Federation, 2016).

### 2.1.2 Análisis de la demanda

Cada vez los servicios de coaching son más populares. ¿Qué dispara la opción de salir a buscar un coach? Los cambios, querer mejorar la salud perdiendo peso a través del ejercicio, mejorar dieta, cambios laborales (despidos), búsqueda de un mejor empleo, divorcios, pérdidas, la búsqueda de un profesional o simplemente una persona externa con experiencia, conocimiento y/o certificaciones, busca obtener acompañamiento, guía y en muchos casos entrenamiento para sobrellevar las situaciones antes mencionadas. Actualmente los clientes buscan consejo en personas experimentadas, otras buscan un coach por recomendación, búsquedas en internet, en Colombia existe la International Coach Federation (ICF) Colombia Charter, quienes proporcionan un directorio de coaches certificados en diferentes disciplinas (International Coach Federation, 2016). También existen los famosos influenciadores digitales o youtubers (García, 2017).

Pero ¿cuál es el potencial de la demanda para una empresa como Gaudium? Esparcimiento y Cultura (14%) servicios sociales y de salud de mercado (14%) se ubican en los primeros lugares de crecimiento del 2016 al 2018. Estas cifras generan confianza real en la oportunidad que tienen empresas como Gaudium, un mercado objetivo que podría estar sobre las 171.000 personas de las cuales el 70% de las personas encuestadas les gustaría cambiar de empleo y/o solicitar un incremento salarial (Adecco, 2017). Si cada persona pagara por una consultoría de dos meses, 12 horas a un promedio de 50.000 pesos por hora (600.000) se estaría hablando de un mercado de 71.820 millones de pesos. Con un objetivo de lograr un 8% de Market Share en tres años dando una oportunidad de 1.915M al año (Moncada, 2011).

Las alternativas de evaluación sobre cómo escoger un coach, por qué escogerlo y cuánto están dispuestos a pagar por un coach se describen por criterios utilizados de forma más frecuente de acuerdo con lo extraído en textos y sitios web investigados. Un coach se escoge para potencializar el crecimiento de su empresa, debe efectuar estrategias gerenciales que les permitan afrontar los cambios y dar valor agregado a sus productos y o servicios a través de la innovación manteniéndose en el mercado logrando altos niveles de rendimiento, crea estrategias de capacitación identificando fortalezas de cada persona, utiliza métodos de formación para orientar el crecimiento personal y profesional, debe afrontar y solucionar casos de manera positiva garantizando bienestar al personal, requiere un liderazgo de equipos y menos vigilancia fomentando principios de autocontrol y regulación, enfrenta solicitudes de la globalización para alcanzar logros y resultados de su equipo de trabajo (Toro, 2016).

Las herramientas de medición de un coach se aplican como instrumentos primarios determinadas por evaluaciones periódicas; que consisten en evaluar las distintas etapas de un proceso, donde se discute el progreso alcanzado con base en unos objetivos establecidos y lo que hace falta lograr. Los métodos de evaluación por resultados; compara periódicamente los objetivos asignados vs los resultados efectivamente alcanzados, evaluando factores de rendimiento y desempeño a bases medidas cuantitativas de lo conseguido. La autoevaluación; es cuando la propia persona analiza su desempeño en cuanto a indicadores previos establecidos, tiene relación con la evaluación de análisis exhaustivo, tiene un alto grado de subjetividad debido a que se obtiene por propia eficacia

de resultados. Las entrevistas de 180° o 360°; son metodologías donde interactúan agentes externos (jefes, clientes, pares, proveedores, etc.) teniendo en cuenta que entre más evaluadores realicen la medición se obtendrá mayor confiabilidad de resultados. (Alvaro, 2016).

Existen diversos métodos y modelos para escoger un coaching los cuales son:

### **1. GROW MODEL:**

GOAL: Establece la meta.

REALITY: Examina la realidad.

OPTIONS: Contempla opciones y alternativas.

WILL/WAY FORWARD: (What, When, Whom, Will) Determinará qué, cuando, quién lo hará.

### **2. MÉTODO CRA:**

Conciencia.

Responsabilidad.

Acción.

### **3. MÉTODO OUTCOMES:**

Objetivos.

Understand the reason: entender las razones.

Take stock of the present situation: Situación presente.

Clarify the Gap: Comprender el qué de las cosas.

Options: Opciones.

Motivate to action: Motivar a la acción.

Enthusiasm: Entusiasmo y estímulo.

Support: Apoyos.

### **4. MÉTODO ACHIEVE:**

Asses the current situation: Situación actual.

Creative Brainstorming: Salir de la situación actual, sugerencias, posibilidades.

Hone Goals: Metas.

Initiate options: Búsqueda de opciones.

Evaluate options: Evaluar opciones.

Valid action programe design: validar el diseño del plan.

Encourage momentum: mantener la motivación.

### **5. MÉTODO IDCOR:**

Fase Informativa.

Fase Definición.  
 Fase Conciencia.  
 Fase Operativa.  
 Fase Reafirmamiento y apoyo.

El precio que la gente estará dispuesta a pagar por un coach, es determinado según cada uno, su propio criterio ya que cada persona o empresa debe invertir en sí misma buscando beneficios a corto o largo plazo, prosperidad y mejora, cuando alguien paga algo costoso la actitud de esfuerzo de pago se simboliza proporcionalmente ya que se valora más aquello en lo que se ha invertido bastante dinero. Las sesiones de coach tienden a ser caras por la dedicación y esfuerzo que deben hacer siendo una labor que requiere de mucha atención, constante escucha e implicación integral de parte del coach en el proceso del cliente (Villarreal, 2012).

A continuación, se anexarán unas entrevistas realizadas a profesionales de Coaching (Coaching UPSA, 2013)

## 1. ENTREVISTA SOBRE EL COACHING A PEDRO AMADOR



▪ ***“El coaching es un término relativamente nuevo y, aunque ya lleva una década con nosotros, aún hay gente que no lo tiene claro. ¿En qué consiste su profesión?”***

Me gusta indicar que el coaching es una disciplina que apunta a generar en el ser humano un cambio en el modo de verse a sí mismo y de ver el mundo que lo rodea.

Muchas veces estamos sumergidos en que nuestra manera de ver o de hacer las cosas es la única, “la mejor”; creemos que el otro “está equivocado”, que “no sabe nada” y desde esa creencia invalidamos su opinión. El coaching, en cambio, trabaja desde otro paradigma: la validación del otro como un ser auténtico y legítimo cuya opinión es tan auténtica y legítima como la propia.

▪ ***Como profesional ha desarrollado el método de Autocoaching. A pesar de ser un libro con una completa metodología ¿podrías explicarnos brevemente qué tiene de innovador?***

Creemos que somos las personas las responsables de tomar las riendas de nuestra vida y por ello la Metodología Autocoaching incluye un conjunto de sencillos pasos para que cada persona pueda conocer su grado de felicidad y marcarse cambios para mejorar su vida. Debemos saber lo que estamos haciendo bien y en qué fallamos, para enmendar errores y potenciar los comportamientos y actitudes que más nos convienen. Esta metodología, se apoya en El Mapa de la Vida (extensión natural de La Rueda de la Vida) y en el potente motor taxonómico del Coaching de la Variedad. Ambos ofrecen a las empresas un ordenado y completísimo catálogo (de 260.000 gustos y 10.000 cambios), que configurado a su medida, facilita a los usuarios escoger lo que quieren y se proponen en la vida. Es el punto de partida para que las personas sepan elegir lo que necesitan, y se marquen cambios que transformen sus quejas en acciones.

- *Como pionero del coaching en España y Latinoamérica ¿considera que hay diferencias en la forma de trabajarlo en uno u otro continente?*

Bueno, incluso se encuentran diferencias entre América del Norte y América del Sur. Pero al final las personas nos estamos formando en sitios bien distintos, e importa más la escuela de origen que dónde se encuentre la persona.

- *En los momentos tan difíciles que vivimos, con la mayor tasa de paro de la historia. ¿Cómo ha afectado la crisis económica al sector del coaching? ¿Tienen más o menos trabajo que antes de la crisis?*

Está existiendo una gran confusión. Por un lado, las escuelas muestran que el coaching está creciendo, e intentan atraer a muchos alumnos interesados por la oferta. Es cierto que el coaching crece, pero sustituyendo a otros servicios de consultoría o formación que ya existían. En términos globales las empresas están reduciendo muchas partidas de coste, y el que estén cambiando los nombres a los servicios, no deja de hacer evidente que en España estamos con una complicada crisis que afecta a casi todos los sectores (a excepción de algunos curiosos como el lujo o el low-cost).

- *Hacia dónde va el coaching en España y en el mundo. ¿Cómo cambiará su profesión en los próximos años?*

Espero que el coaching se incluya en nuestras vidas como una disciplina más de apoyo en algunas situaciones. Nos puede ayudar mucho, sobre todo en la sociedad latina, donde parece que está mal visto aquello de pedir ayuda.

Mi profesión va a continuar ofreciendo herramientas que apoyen a las personas a dar los primeros pasos en el crecimiento personal, para después ir a un profesional. Por ello, en pocas semanas estará disponible la nueva versión [demiGPSVital.com](http://demiGPSVital.com), que ayudará en los procesos iniciales de las personas, como ya han utilizado empresas como Nivea.”

## 2. ENTREVISTA A JUAN ANTONIO MARTÍNEZ, COACH EMPRESARIAL.



En realidad ¿qué es el coaching?

Según la ICF (Federación Internacional de Coaches) el coaching consiste en una relación profesional continuada que ayuda a obtener resultados extraordinarios en la vida, profesión, empresa o negocios de las personas. Mediante el proceso de coaching, el cliente profundiza en su conocimiento, aumenta su rendimiento y mejora su calidad de vida.

Esto quiere decir que la persona que recibe el coaching es quien decide en qué dirección se mueve la relación. Por lo tanto, sea en el

ámbito personal o profesional, un coach está a la completa disposición de su cliente para ayudarlo a conseguir sus objetivos.

El coaching entiende que el cliente es un ser creativo y con recursos y la relación busca potenciar estas características.

- ***¿Cuáles son los principales problemas de los pequeños empresarios?***

Tendemos a pensar que las PYMES y los profesionales autónomos se enfrentan a dificultades como una economía inestable, competencia desleal, intrusismo, etc. Pero esto no son los verdaderos problemas. El verdadero problema es la manera de interpretar estas cosas.

El proceso de coaching empresarial, con un coach que sí haya hecho este proceso de conversión y esté adecuadamente formado, ayuda a estos empresarios- profesionales a desarrollar una perspectiva más acorde con lo que de verdad necesita su pequeña empresa: alguien que la dirija. En caso contrario, verás que es tu empresa quien te dirige a ti.

Una pregunta que hago a mis clientes es: ¿diriges tú empresa o es tu empresa la que te dirige a ti? “...en nuestra sociedad se ha perdido buena parte de la mentalidad empresarial “.

- ***¿Qué puede esperar alguien del coaching?***

Hablando de coaching empresarial, lo primero que puede esperar un cliente es hacer un repaso de dónde está ahora mismo su proyecto. El coach le hará muchas preguntas sobre su empresa y, en nuestro caso, rellenamos unas plantillas que nos dan una idea clara y gráfica del estado de esta.

Además, una buena parte de las reuniones iniciales irán orientadas a identificar el modo habitual de comportamiento del cliente y a fijar objetivos concretos para la empresa. Estos objetivos los fija el cliente, por supuesto.

- ***¿Quién puede recibir este tipo de coaching?***

Los clientes con los que trabajamos pueden ser desde un empresario con 50 o más empleados, hasta un profesional liberal que trabaja por cuenta propia y quiere ser más eficaz.

Una de las ventajas de las pequeñas empresas es que cualquier intervención o modificación tiene un efecto casi inmediato sobre la cuenta de resultados. En una gran corporación es casi imposible obtener aumentos de facturación de 200% o 300% en un solo ejercicio. Aunque es arriesgado para la empresa, este tipo de cambio es posible para una PYME o profesional liberal, y de hecho alguno de nuestros clientes lo ha conseguido en un plazo muy corto.

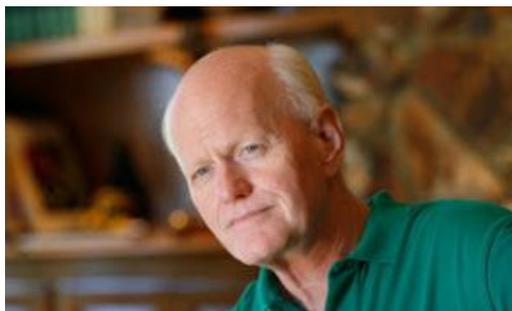
- ***¿Qué tipo de resultados se pueden obtener?***

Tenemos clientes que han conseguido cambiar el orden de magnitud de su facturación sin que se les vaya de las manos y clientes que han conseguido finalmente aprender a delegar tareas, dedicarse a lo que les gusta, tener más tiempo para su familia y no estar constantemente apagando fuegos.

Desde fuera puede parecer que son dos logros muy distintos, y lo son. Pero para las personas que lo han logrado son igual de importantes... y de difíciles: ambos llevaban tiempo intentando lograrlo y se encontraban muy frustrados por no haberlo logrado.

Entrevista extraída de: (Coaching UPSA, 2013)

### 3. COACHING EMPRESARIAL: ENTREVISTA A MARSHALL GOLDSMITH



▪ *¿Cómo inició su carrera en el Coaching empresarial?*

Me metí en este negocio del Coaching por accidente, estaba haciendo programas de capacitación, que es lo que más me gusta hacer, uno de mis clientes era el director ejecutivo de una compañía y me dijo: “tengo a este joven que trabaja para mí, es dedicado y trabajador, logra grandes resultados, pero es un testarudo, cabeciduro que nunca está equivocado, tiene un ego enorme”. Entonces se me ocurrió que trabajaría con él un año, y le dije a mi cliente: “si mejora me paga, sino, no me paga”, y el presidente ejecutivo me contrató. Así empecé a hacer coaching. Finalmente, me pagaron, cuando no me pagan mi propio ego es el que se interpone.

▪ *¿Cuál es el reto que tienen las empresas con el talento humano?*

Yo no soy un experto en selección, soy más un experto en desarrollo, mi sugerencia es seguir el patrón que sugieren las investigaciones, que cada líder reciba retro-alimentación, que cada líder haga seguimiento periódicamente, que cada líder sea medido en cuanto a la mejora, para que cada líder se vuelva un modelo.

*¿Cuál es el mayor reto de un líder?*

Uno de los mayores retos es soltar, y es muy difícil que un fundador empiece a soltar, una vez que la compañía llega a un punto, el fundador debe soltar y delegar. Muchos empresarios no lo logran hacer porque la compañía es su bebé y no lo pueden dejar.

*¿Cómo ve al líder del futuro?*

Los líderes del pasado sabían cómo ordenar y el líder del futuro sabrá como preguntar. Los líderes gerencian a personas y trabajadores de conocimientos, preguntan, escuchan y aprenden.

*¿Qué es el éxito?*

Yo defino el éxito como una vida donde simultáneamente encuentras sentido a la vida y logras la felicidad, ganas lo suficiente como para sobrevivir, tienes buenas relaciones con las personas que amas. Con eso, acabas de ganar el juego de la vida...ese es el éxito.

*¿Cómo es ayudar a la gente?*

Lo más importante para mí es la ayuda, que no es solo para ellos, también es para mí, es como te hace sentir a ti. Lo más importante no son las grandes cosas, no es un cheque, son cositas pequeñas.

Estuve enseñando coaching en un banco, una mujer llegó a mi clase y después de dos años volvió, y le pregunté: ¿qué cambiaste? y ella me dijo: ahora soy una mejor mamá, luego yo le respondí: eso es suficiente para mí. Cuando yo cumpla 95 años, de quién voy a estar más orgullosa, del banco o de esta señora que es una mejor mamá.

Entrevista extraída de: (Coaching UPSA, 2013)

**A continuación, se anexarán unos testimonios realizados a diferentes personas:** (Coaching UPSA, 2013)

1. “Conseguimos cohesionar y canalizar toda la energía de nueve socios o propietarios de bufetes hacia un objetivo común”

Los resultados de una experiencia de Coaching Grupal con los integrantes del Grupo de Mejora ADVOCATS EN POSITIU de los Talleres ICAB (Ilustre Colegio de Abogados de Barcelona) fueron sencillamente espectaculares, consiguiendo cohesionar y canalizar toda la energía de nueve socios o propietarios de bufetes hacia un objetivo común de formación continua en el ámbito empresarial.

***Francisco Bonatti, abogado, socio director del bufete Bonatti Defensa Penal***

2. “Me ha ayudado a definir unos objetivos y metas mucho más claras”

El proceso de Coaching me ha ayudado a reconocer y valorar mis capacidades y establecer una hoja de ruta de áreas de mejora. A través de unas sesiones muy sistemáticas y a la vez próximas, Meritxell me ha ayudado a definir unos objetivos y metas mucho más claras.

***Cristina Serradell, gerente de orientación y estrategia empresarial en COPCA***

3. “He aprendido que el verdadero poder reside en la confianza”

He aprendido que el verdadero poder reside en la confianza. El proceso de Coaching me ha ayudado a mejorar mi autoestima y he aprendido a reconocer y regular mis emociones (los miedos, la rabia, el malhumor...) y también me ha ayudado a reconocer las emociones de los demás. Soy siempre yo, sostenido por los valores que me hacen sentir sólido, pero a la vez, flexible (como un olivo, con las raíces y la base firme y las ramas flexibles).

***Álex Marques, director de ventas de Papelmatic***

4. “Tengo la sensación de que ha habido un antes y un después en mi vida profesional”

Una importante parte del éxito de un negocio depende de la capacidad del responsable de impregnar el ambiente de trabajo de un clima laboral motivador. Entre otras, una de las fórmulas para conseguirlo es tratar de adaptar el estilo de liderazgo del responsable de los trabajadores a las necesidades específicas de cada miembro de la organización. Todo esto que parece una utopía, es posible con ganas, implicación, motivación y con la imprescindible ayuda del coaching y el apoyo del coach.

***Manuel Leira, mando intermedio***

5. “Me ha ayudado a identificar los mecanismos que tengo para disfrutar de mi vida dirigiéndola hacia donde yo quiero ir”

Llegué al proceso de Coaching con el objetivo particular de mejorar mis aptitudes de comunicación y empatía para aplicarlos en el ámbito comercial, sabiendo que esto me ayudaría también a mejorar mis relaciones personales.

Lo que no sabía es que conseguiría integrar todos los aspectos de mi vida: trabajo, familia, amigos, pareja, etc. con mi mundo interior. Ahora lo visualizo como un todo, viendo como la mejora en cualquier elemento repercute positivamente en los demás.

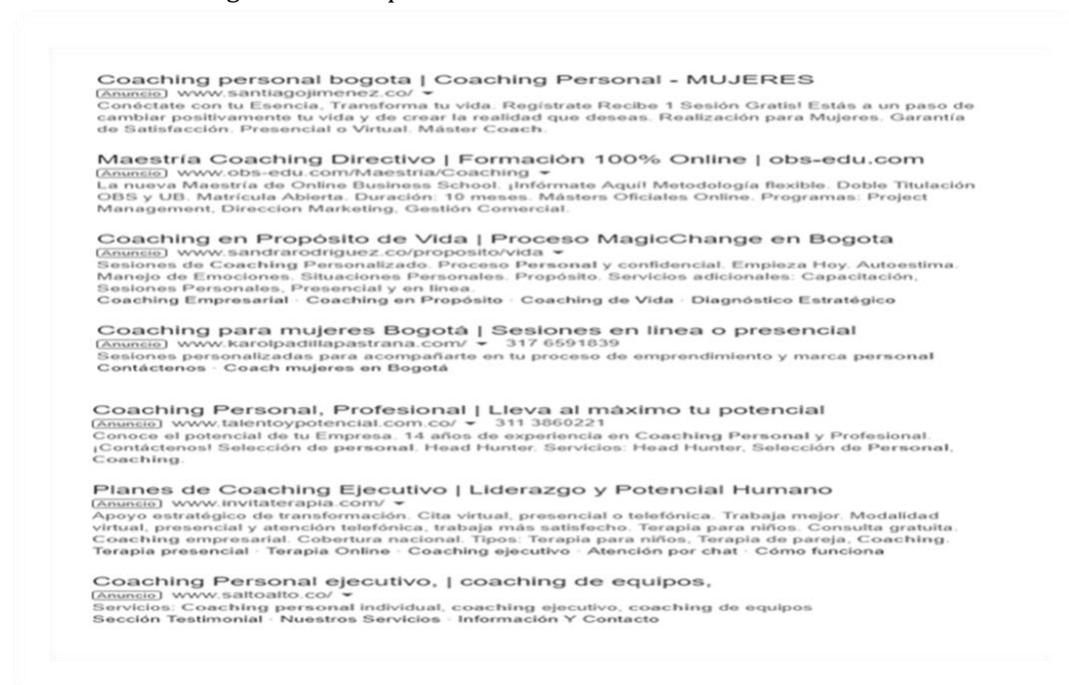
**Antonio Alarcón, gerente de Aventia**

### 2.1.3 Análisis de la competencia

De acuerdo con el estudio de la ICF y sus estimaciones en el mundo, el número de coaches certificados puede llegar a los 53.300 y otros profesionales directivos con habilidades de coaching podrían acercarse a los 10.900. En América Latina los números redondean los 5.000 (International Coach Federation, 2016). Es una tendencia que profesionales tomen la asesoría y el coaching como una nueva alternativa de ingresos, algunos se certifican, otros sólo entran en el mundo del coaching como consultores independientes y se mantienen como firmas unipersonales, empresas formadas con estructura organizacional son pocas y en su gran mayoría son firmas internacionales (Toro, 2016).

Ahora bien, si se habla del coaching personal, especialización de Gaudium, haciendo un ejercicio de teclear el término Coaching Personal en un navegador de búsqueda, se obtuvo lo siguiente: 437 millones de resultados (0,48 segundos), si se le agregan las palabras en Colombia se reduce a 17.900 millones de resultados en (0,60 segundos). Si se filtra como coaching personal en Bogotá, el resultado es de 2.800 millones (0,48 segundos) y filtrado con la etiqueta de anuncio se generan 7 resultados (ver ilustración 2).

Ilustración 2 Navegador de búsqueda



Fuente: (Google, 2019).

**Nota:** 4 personas anuncian con la palabra *Coaching Personal*, 3 como empresa de formación en *Coaching*.

Una búsqueda más minuciosa ingresando a LinkedIn se encuentran 3.339 profesionales referenciados como coach en diferentes áreas y especialidades (deportes, nutrición, metodologías, etc.) (LinkedIn, 2019).

### **En Coaching personal**

Se puede encontrar encabezando la lista de búsqueda en Bogotá:

#### **Santiago Jiménez**

- Slogan: Toma las riendas de tu vida y haz realidad los cambios que quieres.
- Metodología: Equipo interdisciplinario que trabaja todos los días con amor, dando lo mejor de cada uno y poniendo en práctica todo lo que se transmite.
- Clientes: Han certificado e implementado las metodologías en entidades como Davivienda, Perenco, Asesco, Lufthansa, Colsubsidio, Sena, Turner, Honeywell y Uniandinos, entre otras.
- Página web: <http://www.santiagojimenez.co>
- Costo: \$ 2.700.000; 10 sesiones 1 hora por semana. Cada sesión \$ 370.000
- Medios de pago: Master Card, Visa, American Express, Diners Club, Crédito Fácil Codensa, vía Baloto, PSE, Efecty, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banco de Occidente y pagos en efectivo.
- Duración del programa: 11 horas de trabajo personalizado con uno de los coaches certificados, en sesiones de 1 a 1,5 horas, con una semana de espacios entre ellas
- Su respuesta de servicio fue inmediata a excepción de costos que lo redireccionaron a email. (Dieron respuesta casi al mes de la solicitud)

#### **Diana Marcela Figueroa Cano, Coaching Profesional y de Negocios**

- Slogan: Transformación y posicionamiento profesional. Estrategia y ejecución de ventas. Dispara resultados y satisfacción.
- Metodología: Tiene un proceso por etapas desde la validación de hoja de vida y entendimiento del perfil, búsqueda de empleo, preparación de entrevistas y negociación de propuestas para la consecución de trabajo
- Clientes: CEO & Co-Founder en Prisma Profiles, Profesora preparación para la vida laboral en Universidad del Rosario.
- Página web: Se encuentra en LinkedIn
- Valor del servicio completo: \$ 2.700.000, cada fase \$ 900.000

### **Karoll Padilla, Coach Financiero – Personalidad**

- Slogan: Te ayudo a convertirte en la mujer que quieres ser y a construir tu mejor versión.
- Metodología: Confianza, actitud y mentalidad positiva, proyección personal, programación neurolingüística, automotivación, perseverancia.
- Clientes: Personas naturales como Sofía Cárdenas, María Lilia Castro, Karen Sofía Díaz (Abogada), Betty Cortés (Publicista Bogotá D.C.), Angie Flores.
- Página web: <https://www.karolpadillapastrana.com>
- Valor: paquete coaching mujer \$899.900 10 sesiones 1 hora por semana, sesión personalizada \$ 140.000 por 1 hora, paquete coaching emprendedor \$ 1.078.800; 12 sesiones 1 hora por semana.
- Su respuesta de servicio fue inmediata.

### **Mónica Grajales – Coaching personal y Empresarial**

- Slogan: Atrévete a tener la vida que deseas, todo es posible.
- Metodología: Creencia plena en el potencial de las personas para hacer de su vida lo que realmente desean y los apoya en volverlo realidad.
- Página web: <https://www.monicagrajales.com>
- Valor: paquete básico (4 sesiones), intermedio (7 sesiones) y avanzado (10 sesiones).
- Aún no han dado respuesta.

### **Yo puedo.com – Coaching de vida**

- Slogan: Saca lo mejor de ti, reprogramate.
- Metodología: Empresa liderada por un coach ejecutivo certificado, servicios de certificaciones de coaching, servicios de coaching de vida, coaching de salud, coaching de parejas, coaching empresarial, capacitaciones, conferencias.
- Clientes: Personas naturales.
- Página web: <https://www.yopuedo.co>
- Valor: Es manejado por 8 módulos por \$ 4.357.845 pesos (1.500 dólares).
- Su respuesta fue inmediata.

### **En redes sociales**

Se encuentran también diferentes coaches y empresas en Facebook como:

### **Luis Flores Guerra – Coach Personal y de Negocios**

- Slogan: Gestionando un equipo de alto rendimiento.
- Metodología: Acompañar a las personas a convertirse en la mejor versión de sí mismos. Ayudar a gerentes y empresarios a desarrollar su liderazgo, a ser más efectivos y obtener resultados extraordinarios.
- Clientes: Líderes y ejecutivos de empresas como Enter for Creative Leadership.
- Página web: <http://luisfloresguerra.com>
- Su contestación de servicio fue inmediata.

### **Criz Urzua - Coaching para emprendedores**

- Slogan: Todo lo que quieres en la vida está a una venta de distancia.
- Metodología: Libros, cursos, academia, conferencias, digital, marketing, emprendimiento del día a día
- Clientes: Personas naturales y empresas.
- Página web: <https://www.urzua.mx/>
- Valor: Libro \$ 45.200

### **Juan Alberto González:**

- Slogan: Nueva forma de trabajar.
- Metodología: B+20 da la mejor versión de ti, coaching personal y empresarial, conferencista. Espacios abiertos, cero oficinas, certificado LEED, energía solar, uso extensivo de tecnología, innovador de políticas en trabajo, horarios flexibles, genera un impacto positivo en la cultura y salud laboral.
- Clientes: Personas naturales y empresas.
- Página web: <http://juanalbertogonzalez.com>
- Valor: talleres \$ 1,346,834.82
- Su respuesta fue inmediata.

Conclusión: Existe una competencia monopolística, según Gregory Mankiw, “la competencia monopolística es una estructura del mercado en el que muchas empresas venden productos similares, pero no idénticos”. Las estrategias que diferencian unos de otros son publicaciones del sector real, ejercicios repetitivos de aprendizaje, actividades en aplicación empresarial, ejecución y autoestudio en cada persona (Francés, 2006). Así mismo el CHI- Coaching Hall International presenta su proyecto donde, el estudiante vive y experimenta lo que es el coaching y lo refleja en su vida diaria; como valor agregado el estudiante interactúa con clientes reales y de esta manera desarrollan las competencias de acuerdo a los estándares internacionales de la ICF (Coaching Hall International, s.f.)

De manera adicional Luis Guillermo Jaramillo (Haz que suceda) presenta un proyecto basado en los valores propios del ser humano, su relación, en pro de contribuir al desarrollo armónico de nuestra sociedad (Latinoamericana Formación Integral, s.f.)

#### **2.1.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter**

- **Amenaza de intensa rivalidad:**

El sector de servicios profesionales de coaching es un sector carente aún de monopolización por parte de alguna firma en particular, no se identifican barreras para la creación de nuevas empresas de servicios, se identifica por análisis y búsquedas en internet, directorios y seguimientos a líderes, alta competencia en servicios de consultoría en diversas áreas separadas como la nutrición, el emprendimiento, liderazgo empresarial y búsqueda de empleo (Servicios de Outplacement), su

diferenciación está dada por la especialidad, tipo de servicio y/o persona dando el servicio (certificada/ experto).

- **Amenaza de productos sustitutos:**

Al ser un servicio complementario y no encontrarse en la base de necesidades pirámide de Maslow (David, 2016). La ubicación como servicio en el nivel de estima y reconocimiento y/o autorrealización siempre vamos a tener el riesgo que en épocas de crisis económica personal sea uno de los primeros gastos en ser cortados por no estar en los de primera necesidad. Sin embargo, al ser un servicio dirigido a personas profesionales en búsqueda de su crecimiento personal y/o profesional en búsqueda de la felicidad y el equilibrio (autorrealización) vemos una necesidad de focalizar y generar estrategias de masividad en algunos de los sub- servicios que permitan mantener a flote y no depender solamente de las asesorías personalizadas.

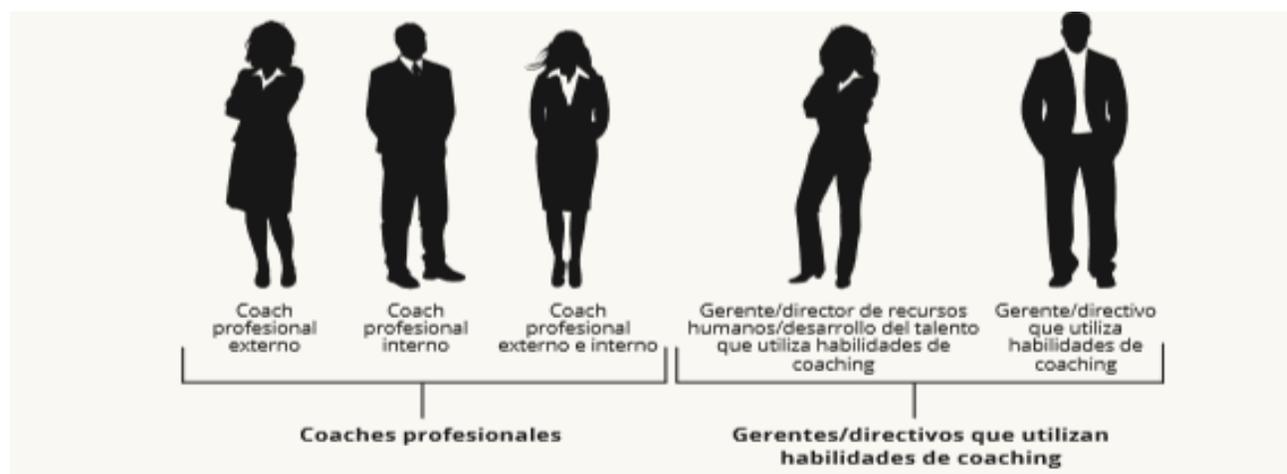
- **Amenaza de creciente poder de negociación de los compradores:**

Es evidente que al haber una gran oferta de servicios similares, el cliente hará comparaciones en especialización, diferenciación y precio, por lo que se tendrá en cuenta el ajuste y revisión detallada y constante para estar al tanto.

- **Amenaza de nuevos competidores:**

Es latente que hay una fuerte competencia, las universidades han ajustado su oferta de cursos de certificación y cursos sobre coaching, se promueven diferentes clases de coach profesionales (ver ilustración 3) dedicados a esta labor entre los certificados y otros que los ha llevado a adquirir las habilidades de coaching por experiencia.

*Ilustración 3 Tipos de coach profesional*



Fuente: (International Coach Federation, 2016)

### 2.1.5 DOFA

Tabla 3 DOFA Gaudium

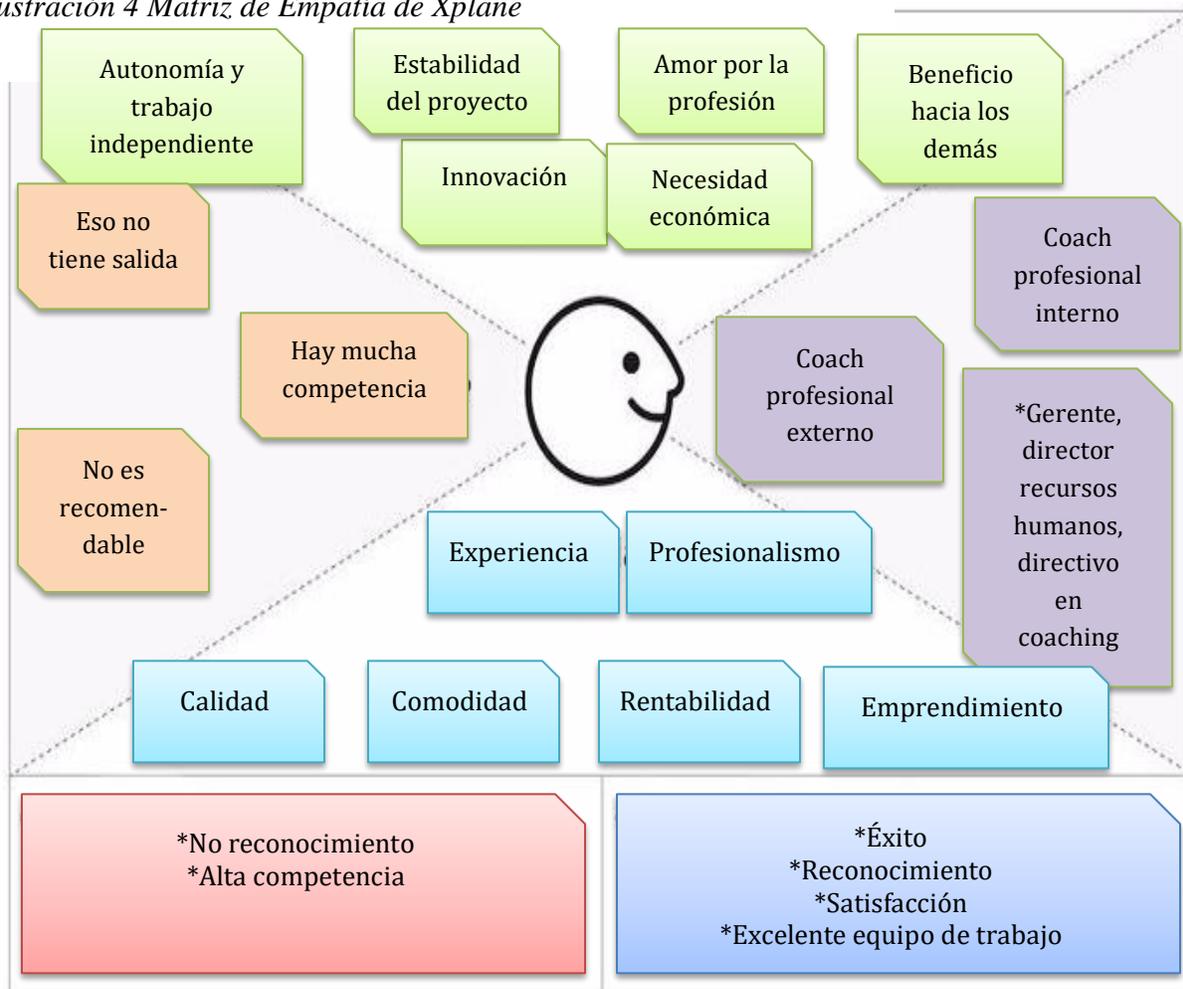
<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de experiencia en el mercado</li> <li>● Empresa nueva, no reconocida</li> <li>● No tiene clientes activos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo a emprendimientos</li> <li>● Auge del sector de servicios</li> <li>● Tendencias de desarrollo personal</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Grupo de equipo experimentado</li> <li>● Metodología propia</li> <li>● Soporte a los procesos en la plataforma web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Alta competencia</li> <li>● Posibles afectaciones con los cambios en la economía</li> <li>● No ser un servicio de primera necesidad</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2019.

### 2.2 Selección del segmento objetivo

Los servicios de Gaudium están dirigidos a personas naturales, hombres y mujeres profesionales en etapa productiva de vida (20 a 39 años), laboralmente activos, inicialmente ubicados geográficamente en Bogotá-Colombia, con independencia económica y nivel socioeconómico medio – alto. Personas con deseo de superación y de mejorar a través de la realización de cambios, que requieran ayuda (disciplina y seguimiento), mentoría para identificar, reconocer, crear planes de mejora personales y profesionales, técnicamente es llamado coaching de vida. Con el fin de identificar el objetivo de los clientes, se practicó una herramienta (Matriz de Empatía de Xplane) la cual permite realizar un mejor ajuste entre productos y/o servicios y sus necesidades o intereses. (ver ilustración 4)

Ilustración 4 Matriz de Empatía de Xplane



Fuente: Elaboración propia, 2019

## 2.3 Estrategia de mercado

### 2.3.1 Producto

*Ilustración 5 Esquema producto*



Fuente: Adaptado de (Galera, 2014)

Gaudium ofrece servicios de acompañamiento y seguimiento para los que quieren mejorar su calidad de vida personal y laboral. Cada individuo tiene la capacidad de alcanzar y hacer posible la realización de sus sueños, disfrutar su día a día y trabajar para lograr su construcción tanto profesional como personal. Sólo debe querer hacerlo y tomar la decisión. Gaudium busca ofrecer un valor agregado basado en una asesoría personalizada, brindando una accesibilidad completa por medio de plataforma web, que genere beneficios de apropiación de conocimiento adquirido y aplicación directa (lo que se propone) voluntad (lo que acciona) alma (lo que es) y cuerpo (lo que hace), lo cual impacta en el equilibrio personal y emocional del ser (ver esquema productivo ilustración 5).

Gaudium tendrá la opción de iniciar con herramientas gratuitas para que se pueda iniciar un proceso de autoconciencia, identificación de fortalezas, áreas a revisar, oportunidades de mejora actitudinales que permitan iniciar un proceso de cambio como primer paso hacia una transformación, una vida laboral plena, exitosa y equilibrada, para esto se brindarán seminarios, videos, cursos online masivos y abiertos (Moocs) y guías gratuitas (Blog) con diferentes temas introductorios (ver metodología Gaudium ilustración 6).

Gaudium tendrá servicios de acompañamiento, diseñando planes personalizados para cada individuo y fases requeridas en su proceso, asesoría entregada por especialistas en las áreas determinadas a trabajar (Coaching en cambios a nivel de nutrición y /o ejercicio Coaching de vida, Coaching laboral, Etc.)

Ilustración 6 Metodología Gaudium.



Fuente: Elaboración propia

### 2.3.2 Precio

Tabla 4 Solicitud cotización

Servicio	Precio	Unidad	Comentarios
Diagnóstico - Primera Cita	\$ 0,00	Horas	Sesión de 1,5 Horas
Consultoría Personalizada (Especialidades)	\$ 60.000	Horas	Sesiones de 2 Horas Mínimo
Cursos Plataforma Introdutorios	\$ 0,00	Horas	Cursos de 1 Hora
Cursos Plataforma Temario	\$ 224.000	Horas	Cursos de 3 Módulos, 6 Horas

Fuente: Elaboración propia

**Nota:** Se realiza solicitud de cotizaciones vía web y telefónica a otras empresas, tomando un servicio como parte del estudio de competencia y se hace validación de precios de diferentes Master Class, cursos de Mindfulness.

### 2.3.3 Plaza

El proyecto está dado para tener dos tipos de venta una directa y otra masiva, esto permitirá que se tenga una infraestructura localizada como una oficina física ubicada en un espacio determinado, para clientes que no tengan disponibilidad de desplazamiento se establecerán consultas vía internet (Videoconferencia por Skype).

- **Venta Directa:** Inicialmente se tendrá una estrategia de venta a la red cercana de conocidos, promoción voz a voz a amigos, familiares y a su vez su círculo cercano.
- **Venta Internet:** Se tendrá una “Academia Virtual” con una oferta variada de cursos pagos con temas libres para personas que lleguen de forma masiva a aprender sobre un tema en particular y programas completos que hacen parte de la oferta de servicios de asesoría personalizada como complemento.
- Plataforma de pagos PayPal – carrito de compras

#### 2.3.4 Promoción

- **Mercadeo directo:** correspondencia directa para clientes específicos vía Internet (mailing).
- **Página Web,** La página web de Gaudium será el medio principal de contacto para promover los servicios, entregar contenidos introductorios, clases gratuitas y tendrá una sección llamada “Academia” donde se encuentra una plataforma propia de cursos pagos.
  1. Información en página web, promocional (Adwords de Google).
  2. Directorios Internet, Listas de servicios.
- **Relaciones públicas:** Artículos de prensa sobre servicios de coaching personal, gestión del cambio personal, pago de pauta.
- **Exposiciones y ferias:** empleabilidad, salud, mindfulness, etc.
- **Redes sociales:** Facebook, Twitter, YouTube, Instagram: Generación de contenido, blogs, charlas cortas, post con temas relacionados, testimoniales de clientes.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 Tamaño del Proyecto

##### 3.1.1 Capacidad Mensual

Esta capacidad mínima ha sido calculado basado en el tiempo dedicado al proyecto por cada uno de los inversores y la capacidad para llevar los procesos (ver capacidad mensual Tabla 5).

En la primera cita se llevará a cabo un análisis en el cual se diagnosticará cual es la intención de la consultoría, el público que se va a abordar y a donde queremos llegar, esta cita de diagnóstico tendrá una duración de 1,5 horas y no tendrá ningún costo.

La Consultoría Personalizada se efectuará en una sesión de mínimo dos horas donde trabajaremos específicamente, la escogencia de los temas y cursos que llevaremos a cabo con nuestro público y de esta manera ver la viabilidad de los tiempos para abordarlos (ver costos en Tabla 5)

Los Cursos introductorios corresponden a presentaciones básicas donde se mostrará un preámbulo de los temas a tratar y la metodología a utilizar, los mismos tendrán una duración de una hora aproximadamente en la plataforma virtual y serán gratuitos.

Por último, tenemos los cursos correspondientes a los temas específicos de la consultoría, los cuales son standard, esto significa que por cada tema específico tendremos 3 sesiones de dos horas respectivamente.

*Tabla 5 Capacidad mensual*

Servicio	# Coach x Servicio	Unidad	# Clientes x Mes	Comentarios	Precio
Diagnóstico - Primera Cita		1 Horas	4	Sesión de 1,5 Horas	\$0,00
Consultoría Personalizada (Especialidades)		2 Horas	1	Sesiones de 2 Horas Mínimo	\$240.000
Cursos Plataforma Introdutorios	1 Solo en caso de dudas	Horas	4	Cursos de 1 Hora	\$0,00
Cursos Plataforma Temario	1 Solo en caso de dudas	Horas	2	Cursos de 3 Módulos, 6 Horas	\$448.000
Total			11		\$688.000

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2 Capacidad Mínima Anual

Se calcula la capacidad mínima anual de acuerdo a la estacionalidad del servicio, se estima que en los meses de diciembre y enero no se realizarán consultas, se iniciará labores en el mes de febrero (ver capacidad anual Tabla 6).

Las estimaciones se realizaron basadas en supuestos con un incremento anual promedio del 25% en la línea proyectada de tiempo durante 10 años.

*Tabla 6 Capacidad mínima anual*

Servicio	# Coach x Servicio	# Clientes Año 1	# Clientes Año 2	# Clientes Año 3	Comentarios
Diagnóstico - Primera Cita	1	40	48	62	Sesión de 1,5 Horas
Consultoría Personalizada (Especialidades)	2	10	12	16	Sesiones de 2 Horas Mínimo
Cursos Plataforma Introdutorios	1 Sólo en caso de dudas	40	48	62	Cursos de 1 Hora
Cursos Plataforma Temario	1 Sólo en caso de dudas	20	24	31	Cursos de 3 Módulos, 6 Horas

Fuente: Elaboración propia

## 3.2 Localización del proyecto

### 3.2.1 Macro localización

Inicialmente el proyecto está dado para atención presencial en la ciudad de Bogotá, en el caso de la plataforma de cursos ésta estará disponible vía web lo que permitirá a los clientes tomar los cursos desde cualquier lugar y horario de preferencia sólo con accesos a internet.

### 3.2.2 Micro localización

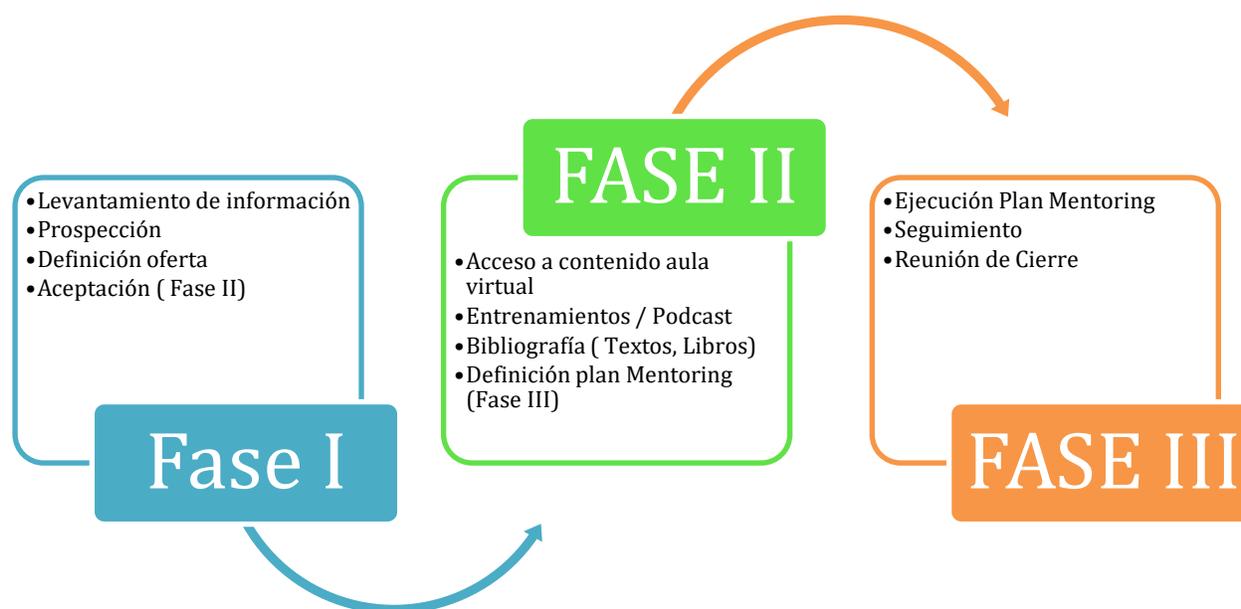
El primer año, el proyecto no tendrá una oficina dedicada, se usará renta de espacios adecuados física y tecnológicamente para este fin, de acuerdo con la demanda de reuniones con prospectos y clientes. Se realizó una cotización y se decidió tener un plan por horas mensuales para poseer una oficina en Spacios Bogotá, ubicada en la Carrera 15 # 91 – 30 Piso 4. Se tuvo en cuenta otras opciones como We Work, Work- Zona, Coworking, entre otros, sin embargo, se realizó un análisis del precio por metro cuadrado por hora, sumado con la ubicación y facilidad de agendamiento se decidió tomar la opción de Spacios Bogotá ubicado en una zona céntrica para los estratos sociales del público objetivo, zona de restaurantes y sector de gran concentración de oficinas y principales empresas en Bogotá.

### 3.3 Ingeniería del proyecto

Dentro de la ingeniería del proyecto, se define como la estructura de los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas establecidas para la puesta en marcha del proyecto, para lo cual se debe tener en cuenta: la maquinaria y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, entre otros (ver ilustración 7) (School, s.f.)

Para este proyecto no requiere inversión en infraestructura, maquinaria o equipo. Se requiere la adquisición de 2 equipos de cómputo portátiles, un dominio web, y una licencia para una aula virtual.

*Ilustración 7 Ingeniería del proyecto*



Fuente: Elaboración propia

## 4. LA ORGANIZACIÓN

### 4.1 Marco Estratégico

#### 4.1.1 Misión

Somos una firma prestadora de servicios de asesoría personalizada en cambios de vida, mejoras en el balance vida trabajo. A través de nuestra metodología brindamos herramientas para poder afrontar los acontecimientos y procesos de cambio a nivel personal y profesional.

#### 4.1.2 Visión

Al 2024 queremos ser una firma de coaching personal reconocida por nuestro compromiso con la satisfacción total de todos los clientes, utilizando la metodología comprobada a través de los testimonios de nuestros consultantes.

#### 4.1.3 Valores

- Compromiso
- Servicio
- Conocimiento
- Productividad
- Disposición

### 4.2 Equipo gestor del proyecto

#### 4.2.1 Socios gestores

- **Edgar Cabrera** – Coach Escuela Enfield, Ingeniero en Informática con 26 años de experiencia en la industria de TI. Última experiencia laboral, 14 años en Oracle.
- **Gisela Leguízamo** – Experiencia ejecutiva de marketing con 11 años de experiencia en la industria de software. Fortalezas en comunicación, liderazgo, creatividad, trabajo en equipo, definición e implementación de estrategias. Gestión de cuentas y desarrollo de socios de negocio.

Los ponentes del proyecto gracias a sus habilidades y experiencia forman un equipo de trabajo capaz de influenciar a su público positivamente en cuanto a la forma de llevar un estilo de vida que esté siempre balanceado entre la mente, la voluntad, el alma y el cuerpo, esto gracias a destrezas tales como:

- Escuchar: Saben escuchar los puntos de vista del otro y se mantienen interesados en el tema de la conversación sostenida para descubrir puntos claves de lo expuesto.
- Autoconfianza: Su lenguaje corporal y verbal siempre permite mostrar la experticia en los temas tratados.
- Motivación: Son personas generosas, siempre dispuestas a ayudar a su interlocutor poniendo como ejemplo vivencias propias para llevarlos a una reflexión introspectiva.
- Empatía: Se ponen en los zapatos del otro para de esta manera entender y recrear el proceso que llevarán con cada persona.
- Comunicación: Saben preguntar y su comunicación es eficaz tanto verbal como corporal.

Estas son algunas de las habilidades del equipo de trabajo que está constituido para desempeñarse como Coach en nuestra compañía.

Dentro de la dedicación al proyecto, se planea generar la parte de contenido dedicándole dos horas diarias al proyecto los primeros tres meses y una vez inicie el proyecto se dedicará de acuerdo a la demanda, siempre teniendo disponible para tener mínimo 4 sesiones introductorias vía Skype y dos sesiones personalizadas.

#### 4.3 Tipo de organización legal para fase de operación

Se realiza búsqueda en la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y no existe el Nombre Gaudium Coaching, en la ciudad de Bogotá, existe una compañía con la extensión inversiones, por lo que presenta viabilidad continuar con el nombre para el negocio a fin. Actividades de gestión en el ejercicio de una profesión liberal, código CIU 7020 2 (ver consulta RUE ilustración 8)

*Ilustración 8 RUE - consulta*

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
BOGOTA	0002588308	GAUDIUM INVERSIONES S A S	SOCIEDAD 6 PERSONA JURIDICA PRINCIPAL 6 ESAL	2018	ACTIVA
ARAUCA	0000020400	GAUDIUM LIMITADA	SOCIEDAD 6 PERSONA JURIDICA PRINCIPAL 6 ESAL	2016	ACTIVA
ARAUCA	0000020400	GAUDIUM LIMITADA	SOCIEDAD 6 PERSONA JURIDICA PRINCIPAL 6 ESAL	2016	ACTIVA
ARAUCA	0000020406	GAUDIUM LTDA	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	2016	ACTIVA

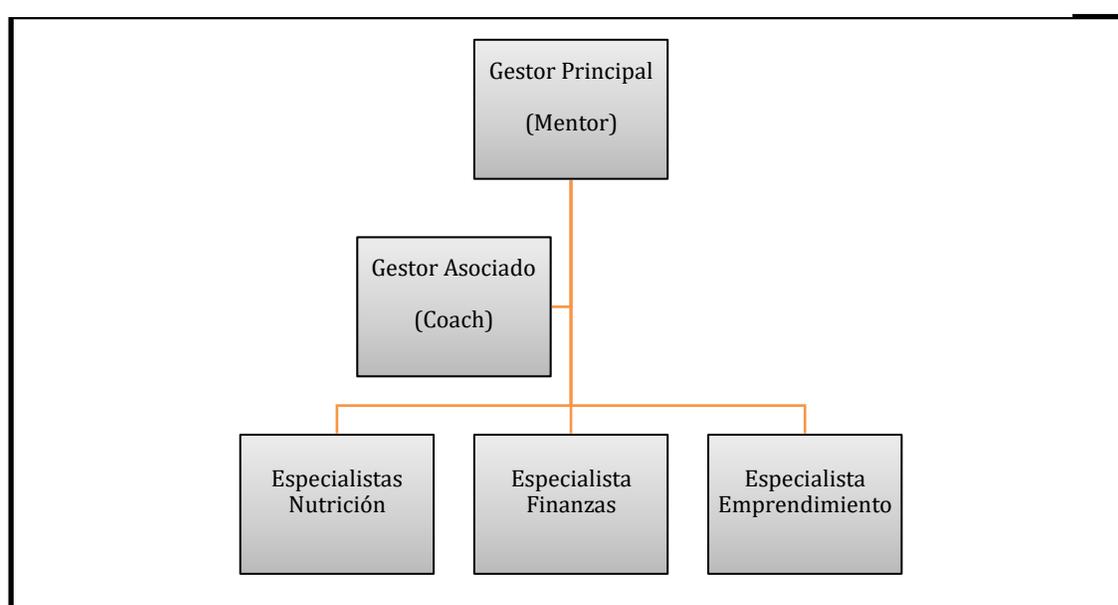
Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá,, 2019)

**Nota:** La compañía se formará como una Empresa Unipersonal

Conforme a la definición legal, mediante la empresa unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica” (López Álvarez, 2012).

#### 4.4 Estructura organizacional para la fase de operación

*Ilustración 9 Estructura organizacional*



Fuente: Elaboración propia, 2019

Al momento se dará inicio con un organigrama simple (ver ilustración 9), a la cabeza del gestor principal (Gisela Leguizamo) quien estará a cargo de la parte administrativa y tendrá labores de mentoría en desarrollo de negocio, liderazgo y plan de vida.



Gisela Leguizamo es Gerente de Desarrollo de Negocios, Canales, Ventas y Mercadeo en Tecnología, Infraestructura, Cloud, SW Empresarial. Seguridad, Integración y Analytics. Con más de 12 años de experiencia en Tecnología para Retail, Gobierno, Educación, Salud, Servicios, en Colombia y Latinoamérica, excediendo metas de ventas y con fuerte relacionamiento con niveles directivos, arquitectos y desarrolladores y gerentes de proyectos. (Ver Perfil completo en el siguiente link)

<https://www.linkedin.com/in/gisela-leguizamo-cardenas-b2665621/>

El gestor asociado (Edgar Cabrera) quien estará a cargo de la administración de la red de especialistas (mentores) y dará servicio de coaching ontológico (de vida).



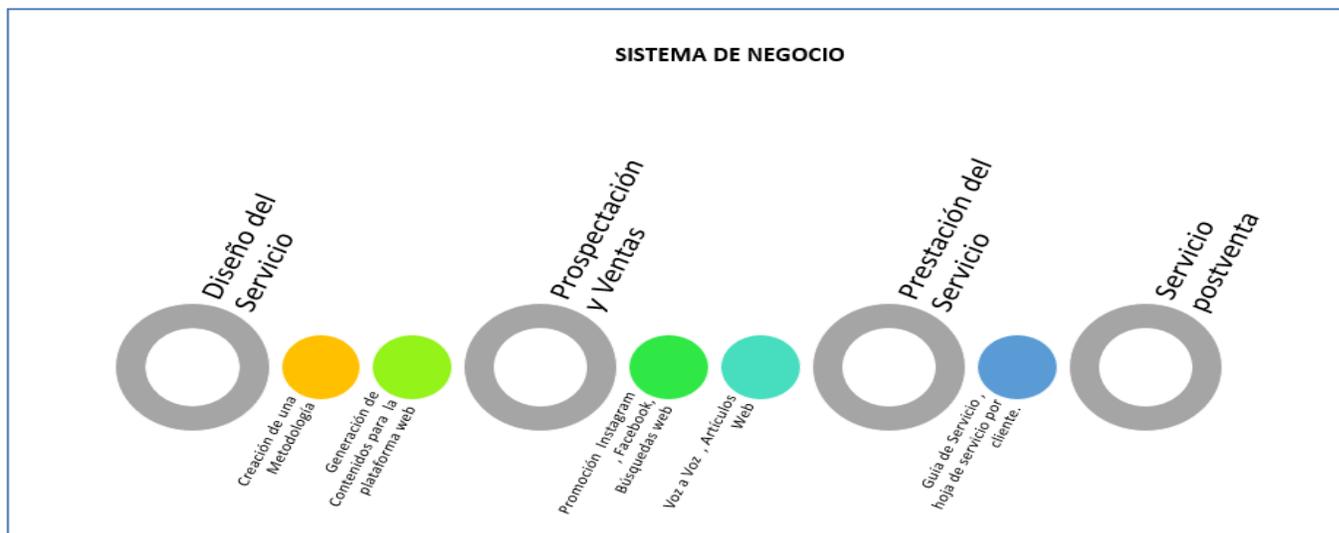
Edgar Cabrera es Ingeniero de Sistemas con 26 años de experiencia en la industria de TI. Comenzando como DBA de Oracle en SURA (Colombia, 2 años), Gerente de proyectos de TI en ARP SURA (Colombia, 2 años) y luego 14 años en ORACLE en varias funciones como Gerente de atención al cliente para la Region Andina. (Ver Perfil completo en el siguiente link)

<https://www.linkedin.com/in/edgarcabreravalle/>

## 4.5 Sistema de negocio

Al ser un servicio el sistema de negocio (ver ilustración 10) comprende 4 fases descritas a continuación:

Ilustración 10 Sistema de negocio



Fuente: Elaboración propia

### Diseño del servicio

Da inicio con la creación del proceso, la metodología y la generación de temas y contenidos para la plataforma web. Se inicia con los cursos introductorios a temas especializados. Ejemplo: ¿Cómo diseñar un plan de vida?

### Prospectación y Ventas

Inicia con un despliegue de cuentas, generación de contenido por redes, un webinar introductorio e invitar a las personas (público objetivo) a conocer la empresa y a interesarse por los contenidos.

### Prestación del Servicio

De acuerdo a la metodología y el proceso, la asignación de un coach y un mentor de la especialidad requerida, asignación de cursos en la academia web y seguimiento y documentación del proceso de cada individuo.

### Servicio postventa

Llamada de seguimiento y contacto vía e-mail. Invitaciones a nuevos webcast y seguimiento con otras especialidades de ser necesario. *Por desarrollar – Plan de referidos.*

#### **4.6 Alianzas**

Por definir. La idea es iniciar en el segundo año con un proceso de alianzas que permitan extender geográficamente los servicios, sin embargo, se pretende realizar la implementación de servicios durante el primer año.

## 5. PLAN FINANCIERO

En este capítulo se presentará el plan financiero planeado para el proyecto, donde se puede encontrar:

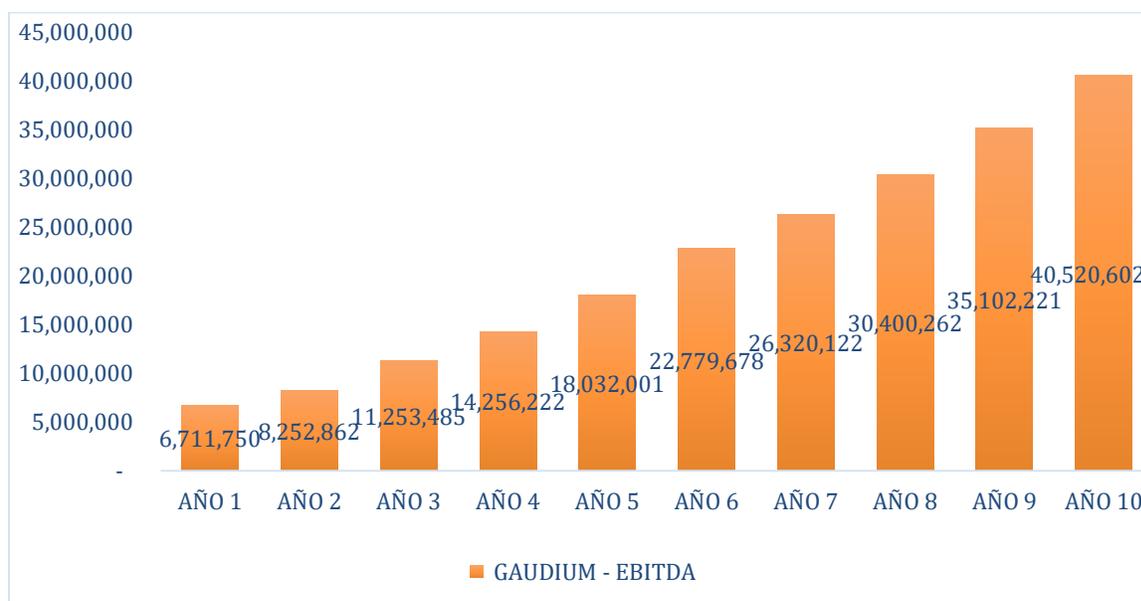
- Estado de resultados
- Las proyecciones del Flujo de Caja,
- Estado de Resultados y Balance General
- Los pronósticos para los próximos 10 años
- Principales indicadores para la evaluación financiera de inversión

*\*\*Nota: Todos los cálculos han sido generados con ayuda de un modelo financiero creado por Sara Caicedo- Formulación & evaluación de Proyectos 2018 (ver Anexo1. Excel Modelo financiero)*

### 5.1 Estado de Resultados

Luego de proyectar los ingresos mensuales y anuales para 10 periodos, los costos de ventas, gastos administrativos, de ventas, depreciaciones se arranca con una utilidad neta (antes de impuestos) positiva desde el primer año hasta el décimo año en cuanto a proyección de ingresos anuales (ver ilustración 11).

*Ilustración 11 Proyección EBITDA*



Fuente: Elaboración propia 2019.

### 5.1.1 Proyección de los Ingresos

La proyección de ingresos está basada en un forecast de número de consultorías (clientes) a atender según la capacidad para el primer año según los precios establecidos y un crecimiento porcentual año tras año (ver tabla 6 y 7).

*Tabla 7 Relación proyección porcentaje vs año.*

<b>Proyección Cantidades</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>	<b>Año6</b>	<b>Año7</b>	<b>Año8</b>	<b>Año9</b>	<b>Año10</b>
Crecimiento estimado	20%	30%	20%	20%	20%	10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 8 Estimación de precio - 1 año.*

<b>Precio por servicio</b>	<b>Valor</b>
Diagnóstico 1ra cita	--
Consultoría personalizada	\$ 240.000
Cursos plataforma Intro	--
Curso plataforma temas	\$ 224.000

Fuente: Elaboración propia

La proyección de cantidades (ver tabla 8) se basa en la capacidad mínima inicial del proyecto, se refleja una estimación del 50% para cerrar una oportunidad y el ideal en que las personas que toman la consultoría personalizadas deben tomar los cursos en la plataforma para complementar de acuerdo al diseño del servicio.

*Tabla 9 Proyección cantidades al año.*

<b>Proyección Cantidades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total año</b>
Diagnóstico 1ra cita	4	6	8	8	8	8	10	10	8	6	0	0	76
Consultoría personalizada	2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	0	0	38
Cursos plataforma Intro	3	5	6	6	6	6	8	8	6	5	0	0	59
Curso plataforma temas	2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	0	0	38

Fuente: Elaboración propia

La Proyección de ventas de Gaudium (ver tabla 9, 10 y 11) se estima de acuerdo a las cantidades proyectadas, multiplicando el precio, hay dos servicios introductorios que no generan costo para el cliente, pero están en las proyecciones ya que son parte del servicio y generan costos al proyecto.

*Tabla 10 Gaudium proyección de ventas*

Proyección de Ventas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
Diagnóstico 1ra Cita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Consultoría Personalizada	480.000	720.000	960.000	960.000	960.000	960.000	1.200.000	1.200.000	960.000	720.000	-	-	9.120.000
Cursos Plataforma Intro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cursos Plataforma Temas	448.000	672.000	896.000	896.000	896.000	896.000	1.120.000	1.120.000	896.000	672.000	-	-	8.512.000
<b>Total</b>	<b>928.000</b>	<b>1.392.000</b>	<b>1.856.000</b>	<b>1.856.000</b>	<b>1.856.000</b>	<b>1.856.000</b>	<b>2.320.000</b>	<b>2.320.000</b>	<b>1.856.000</b>	<b>1.392.000</b>	-	-	<b>17.632.000</b>

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 11 Gaudium proyección cantidades anuales*

Proyección Cantidades	Total Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Crecimiento estimado	20%	30%	20%	20%	20%	10%	10%	10%	10%
Diagnostico 1ra Cita	91	118	141	170	204	224	246	271	298
Consultoría Personalizada	46	60	72	86	104	114	126	138	152
Cursos Plataforma Intro	71	92	111	133	159	175	193	212	234
Curso Plataforma Temas	46	60	72	86	104	114	126	138	152

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 12 Gaudium proyección ventas anuales*

Proyección Ventas	Total Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Diagnostico 1ra Cita	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Consultoría Personalizada	11.586.960	15.740.885	19.739.070	24.752.794	31.040.003	35.680.484	41.014.716	47.146.416	54.194.806
Cursos Plataforma Intro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Curso Plataforma Temas	10.814.496	14.691.493	18.423.132	23.102.608	28.970.670	33.301.785	38.280.402	44.003.322	50.581.819
<b>Total</b>	<b>22.401.456</b>	<b>30.432.378</b>	<b>38.162.202</b>	<b>47.855.401</b>	<b>60.010.673</b>	<b>68.982.269</b>	<b>79.295.118</b>	<b>91.149.738</b>	<b>104.776.624</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.2 Proyección del Costo de ventas

#### *Principales rubros:*

- Costos de alquiler de oficina para las citas personalizadas y /o diagnóstico (Se estima un porcentaje no mayor al 5% del valor por hora diagnóstico).
- Administración y licencias del software de la academia virtual (Se estima un costo mensual de plataforma de \$ 300.000 + 3.000 por usuario activo).

Tabla 13 Proyección costo de ventas

Proyecciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
COSTO DE VENTAS TOTAL	110.750	166.125	221.500	221.500	221.500	221.500	276.875	276.875	221.500	166.125	-	-	2.104.250
Diagnóstico 1ra Cita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Consultoría Personalizada	78.750	118.125	157.500	157.500	157.500	157.500	196.875	196.875	157.500	118.125	-	-	1.496.250
Cursos Plataforma Intro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cursos Plataforma Temas	32.000	48.000	64.000	64.000	64.000	64.000	80.000	80.000	64.000	48.000	-	-	608.000

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.3 Proyección de los gastos administrativos

Al ser una compañía de servicios y tener un modelo de alquiler de espacio acondicionado para las reuniones con clientes y pago por uso, no se estiman gastos administrativos más allá de la depreciación del equipo de cómputo, toda la parte de archivo, papelería, material de apoyo administrativo, nómina del personal y servicios requeridos para el funcionamiento especialmente luz y teléfono.

La proyección estima en valor de \$51.667 mensual, \$ 620.000 anual por 10 años equivalente a la depreciación de computadores.

### 5.1.4 Proyección de los Gastos de Ventas

Este servicio no tiene una gran estructura de ventas, la generación de demanda se hará digital y voz a voz con clientes y conocidos, también se realizarán publicaciones en redes sociales, Google Adwords, generación de contenidos y publicidad exclusivamente digital.

El modelo de negocio se define en una red de especialistas que acompañarán la metodología de coaching con mentoría en las especialidades requeridas por el cliente, generando una comisión del 50% (ver tabla 13) sobre el valor facturado para el mentor o especialista, estas comisiones crecen anualmente proporcionalmente a las ventas.

Tabla 14 Gaudium proyección gastos de ventas anuales

Gastos de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Comisiones (50% de ventas)	8.816.000	11.200.728	15.216.189	19.081.101	23.927.701	30.005.337	34.491.134	39.647.559	45.574.869	52.388.312

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.5 P y G Estado de Resultados

De acuerdo a las proyecciones Gaudium es un proyecto rentable con capacidad de generar rentabilidad (ver Ilustración 9 Proyección de ingresos anuales).

El resultado rentable y las cifras positivas pueden ser explicadas como un proyecto de servicios con baja inversión inicial, costos y gastos asociados a las ventas, permite evidenciar ganancias y viabilidad y bajo riesgo para el inversionista (ver estado de resultados tabla 14 y 15).

Tabla 15 Estado de resultados mensual - año 1

	Año 1												Sumatoria	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12		Total Año 1
Ventas	928.000	1.392.000	1.856.000	1.856.000	1.856.000	1.856.000	2.320.000	2.320.000	1.856.000	1.392.000	-	-	-	17.632.000
(-) Devoluciones en ventas o Descuentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
=Ventas netas	928.000	1.392.000	1.856.000	1.856.000	1.856.000	1.856.000	2.320.000	2.320.000	1.856.000	1.392.000	-	-	-	17.632.000
(-) Costo Mercancía vendida	12%	110.750	166.125	221.500	221.500	221.500	276.875	276.875	221.500	166.125	-	-	-	2.104.250
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>817.250</b>	<b>1.225.875</b>	<b>1.634.500</b>	<b>1.634.500</b>	<b>1.634.500</b>	<b>1.634.500</b>	<b>2.043.125</b>	<b>2.043.125</b>	<b>1.634.500</b>	<b>1.225.875</b>	-	-	-	<b>15.527.750</b>
<i>Margen Bruto (Ut Bruta/ Ventas Netas)</i>	88%	88%	88%	88%	88%	88%	88%	88%	88%	88%	#!DIV/0!	#!DIV/0!	#!DIV/0!	88%
<b>(-) Gastos de administración</b>														
Personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos no salariales de la nómina**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Almuerzo y Serv Públicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contador externo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciaciones y Amortizaciones	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	620.000
<b>(-) Gastos de ventas</b>														
Ferias nacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferias internacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones (% de ventas)	50%	464.000	696.000	928.000	928.000	928.000	1.160.000	1.160.000	928.000	696.000	-	-	-	8.816.000
Materia Publicitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Avisos publicitarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Relaciones Públicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad operacional</b>	<b>301.583</b>	<b>478.208</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>831.458</b>	<b>831.458</b>	<b>654.833</b>	<b>478.208</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>6.091.750</b>
<i>Margen operativo (Ut Operacional/ Ventas)</i>	32%	34%	35%	35%	35%	35%	36%	36%	35%	34%	#!DIV/0!	#!DIV/0!	#!DIV/0!	35%
(-) Gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Ingresos no operativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Egresos no operativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>301.583</b>	<b>478.208</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>654.833</b>	<b>831.458</b>	<b>831.458</b>	<b>654.833</b>	<b>478.208</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>6.091.750</b>
(-) Provisión de impuestos (33% y 34%)	34%	102.538	162.591	222.643	222.643	222.643	282.696	282.696	222.643	162.591	-	-	-	2.071.195
<b>Utilidad neta</b>	<b>199.045</b>	<b>315.618</b>	<b>432.190</b>	<b>432.190</b>	<b>432.190</b>	<b>432.190</b>	<b>548.763</b>	<b>548.763</b>	<b>432.190</b>	<b>315.618</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>(51.667)</b>	<b>4.020.555</b>
<i>Margen neto (Ut Neta/ Ventas)</i>	21%	23%	23%	23%	23%	23%	24%	24%	23%	23%	#!DIV/0!	#!DIV/0!	#!DIV/0!	23%
<b>EBITDA</b>	<b>353.250</b>	<b>529.875</b>	<b>706.500</b>	<b>706.500</b>	<b>706.500</b>	<b>706.500</b>	<b>883.125</b>	<b>883.125</b>	<b>706.500</b>	<b>529.875</b>	-	-	-	<b>6.711.750</b>
<i>Margen Ebitda (EBITDA/ Ventas)</i>	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	#!DIV/0!	#!DIV/0!	#!DIV/0!	38%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Tabla 16 Estado de resultados mensual - año 10

	Sumatoria		Sumatoria							
	Total Año 1	Total Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas	17.632.000	22.401.456	30.432.378	38.162.202	47.855.401	60.010.673	68.982.269	79.295.118	91.149.738	104.776.624
(-) Devoluciones en ventas o Descuentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Ventas netas	17.632.000	22.401.456	30.432.378	38.162.202	47.855.401	60.010.673	68.982.269	79.295.118	91.149.738	104.776.624
(-) Costo Mercancía vendida	12%	2.104.250	2.647.866	3.562.704	4.424.879	5.435.699	6.825.658	7.771.012	8.847.297	10.072.648
Utilidad Bruta	15.527.750	19.753.590	26.869.674	33.737.323	42.359.702	53.185.015	61.211.257	70.447.821	81.077.090	93.308.914
Margen Bruto (Ut Bruta/ Ventas Netas)	88%	88%	88%	88%	89%	89%	89%	89%	89%	89%
(-) Gastos de administración										
Personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos no salariales de la nómina**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arriendo y Serv Públicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contador externo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capacitación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciaciones y Amortizaciones	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000
(-) Gastos de ventas										
Ferias nacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ferias Internacionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones (% de ventas)	50%	8.816.000	11.200.728	15.216.189	19.081.101	23.927.701	30.025.397	34.491.134	39.647.559	45.574.869
Material Publicitario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Avisos publicitarios	-	300.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Relaciones Públicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad operacional	6.091.750	7.632.862	10.633.485	13.636.222	17.412.001	22.159.678	25.700.122	29.780.262	34.482.221	39.900.602
Margen operativo (Ut Operacional/ ventas)	35%	34%	35%	36%	36%	37%	37%	38%	38%	38%
(-) Gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Ingresos no operativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Egresos no operativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	6.091.750	7.632.862	10.633.485	13.636.222	17.412.001	22.159.678	25.700.122	29.780.262	34.482.221	39.900.602
(-) Provisión de impuestos (33% y 34%)	34%	2.071.195	2.595.173	3.615.385	4.696.316	5.920.080	7.594.291	8.798.042	10.125.289	11.729.955
Utilidad neta	4.020.555	5.037.689	7.018.100	8.999.907	11.491.921	14.625.388	16.962.081	19.654.973	22.758.266	26.334.397
Margen neto (Ut Neto/ Ventas)	23%	22%	23%	24%	24%	24%	25%	25%	25%	25%
EBITDA	6.711.750	8.252.862	11.253.485	14.256.222	18.032.001	22.779.678	26.320.122	30.400.262	35.102.221	40.520.602
Margen Ebitda (EBITDA/ Ventas)	38%	37%	37%	37%	38%	38%	38%	38%	39%	39%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En una Línea de tiempo no superior a 10 años, podemos observar que se tiene un incremento porcentual en ventas en promedio del 20% año tras año y el costo de los productos vendidos no supera el 12% anual, lo que nos permite concluir que hay una utilidad bruta bastante significativa correspondiente al 88% de las ventas, que aunque en la línea de tiempo se incrementen las ventas el porcentaje del costo de las mismas es constante.

La utilidad operacional es un porcentaje anual promedio de máximo el 36% teniendo en cuenta que los gastos operacionales corresponden única y exclusivamente a comisiones sobre las ventas y depreciación de equipos, lo cual nos muestra la eficiencia del manejo de los gastos del proyecto ya que no se incurre en gastos como servicios públicos, arrendamientos y salarios fijos para los colaboradores.

La carga impositiva de la compañía corresponde porcentualmente a un 34%, lo cual si bien es un porcentaje bastante importante es un rubro imposible de eludir y en la línea de tiempo analizada aunque se estudió de manera constante es posible que tenga un incremento o disminución de acuerdo a las leyes del país.

La Utilidad Neta de esta compañía es en promedio del 25% durante los 10 años analizados, lo que nos deja ver que es un proyecto viable y un riesgo muy bajo de pérdida y poca rentabilidad.

## **5.2 Flujo de Caja**

A través de la proyección del flujo de caja se podrá evaluar la capacidad de este proyecto para generar crecimiento (riqueza) a los inversionistas, se establece las inversiones necesarias y parámetros como capital de trabajo.

### **5.2.1 Inversiones requeridas**

Es un proyecto con una base fuertemente soportada en tecnología y alquiler de espacio para la entrega del servicio, las inversiones están dadas en un computador portátil para cada gestor, publicaciones en redes sociales, Google Adwords, generación de contenidos y publicidad digital. Computador Mac Valor: \$ 3.100.000, total inversión: \$ 6.200.000.

### **5.2.2 Capital de trabajo**

En este punto se ha estimado el pago contra entrega del servicio, en el caso de los cursos de la plataforma debe realizarse el pago al iniciar para tener acceso, es por esto que se ha calculado una rotación de las cuentas por pagar de 30 días y así se generó las proyecciones de necesidades de capital de trabajo mensual promedio requerido de \$ 1.293.979 para el primer año y \$1.646.132 el segundo año. (Ver Anexo 1 Excel Gaudium Modelo Financiero)

### **5.2.3 Proyección del Flujo de Caja**

Con la proyección del flujo de caja se analiza las entradas, salidas de dinero del proyecto y las necesidades que se tendrían, evidenciando que no se hace necesarias grandes inversiones o de financiamiento, de hecho, no se requiere financiación. Los saldos finales de caja son positivos desde el primer año 1 (ver tabla 16 e ilustración 12). También se estipula que el flujo de caja proyectado a 10 años tendrá un incremento hasta del 25.9% por el financiamiento positivo anteriormente mencionado. (ver tabla 17)

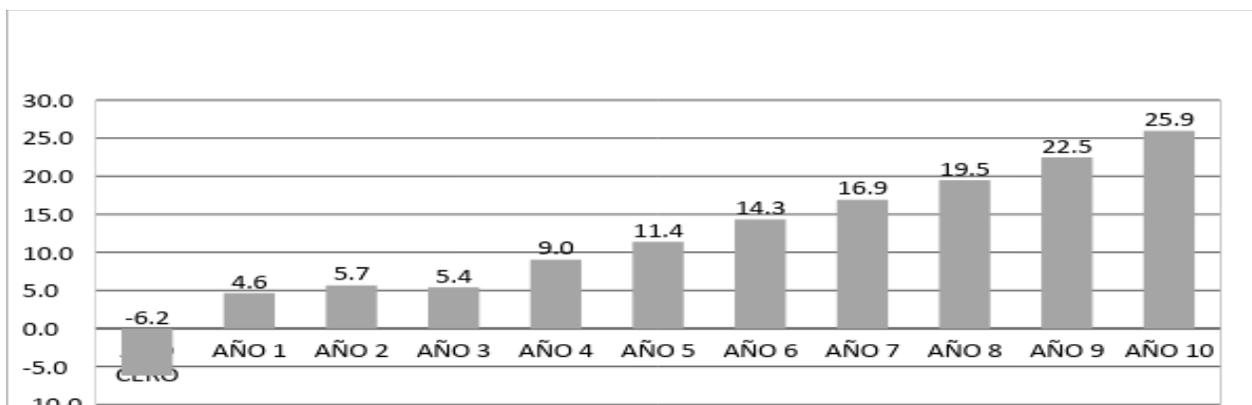
Tabla 17 Gaudium flujo de caja

		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Utilidad Operacional		301.583	478.208	654.833	654.833	654.833	654.833
(+) Depreciaciones y Amortizaciones		51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667
(=) EBITDA		353.250	529.875	706.500	706.500	706.500	706.500
(-) Impuestos Operacionales		102.538	162.591	222.643	222.643	222.643	222.643
(-) Inversión en Activos Fijos e Intangibles (CAPEX)	6.200.000		-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo		817.250	408.625	408.625	-	-	-
<b>= FLUJO DE CAJA LIBRE FCL (del Proyecto)</b>	<b>(6.200.000)</b>	<b>(566.538)</b>	<b>(41.341)</b>	<b>75.232</b>	<b>483.857</b>	<b>483.857</b>	<b>483.857</b>
<i>Flujo de Caja Libre Acumulado (Payback)</i>	<i>-6.200.000</i>	<i>-6.766.538</i>	<i>-6.807.879</i>	<i>-6.732.648</i>	<i>-6.248.791</i>	<i>-5.764.934</i>	<i>-5.281.078</i>

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
Utilidad Operacional	831.458	831.458	654.833	478.208	(51.667)	(51.667)	6.091.750
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	51.667	620.000
(=) EBITDA	883.125	883.125	706.500	529.875	-	-	6.711.750
(-) Impuestos Operacionales	282.696	282.696	222.643	162.591	-	-	2.071.195
(-) Inversión en Activos Fijos e Intangibles (CAPEX)	-	-	-	-	-	-	-
(-) Inversión en Capital de Trabajo	408.625	-	(408.625)	(408.625)	(1.225.875)	-	-
<b>= FLUJO DE CAJA LIBRE FCL (del Proyecto)</b>	<b>191.804</b>	<b>600.429</b>	<b>892.482</b>	<b>775.909</b>	<b>1.225.875</b>	<b>-</b>	<b>4.640.555</b>
<i>Flujo de Caja Libre Acumulado (Payback)</i>	<i>-5.069.273</i>	<i>-4.468.844</i>	<i>-3.596.363</i>	<i>-2.820.453</i>	<i>-1.594.578</i>	<i>-1.594.578</i>	

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12 Gaudium flujo de caja proyectado



Fuente: Elaboración propia

### 5.2.4. Proyección Flujo de caja de financiación

Se proyecta una inversión inicial por los gestores de \$ 10.000.000, valor que cubriría la inversión en los Computadores y el capital de trabajo necesario para los primeros meses.

### 5.3 Indicadores financieros

Tabla 18 Gaudium flujo de caja proyectado

	Año 1												Sumatoria
Proyecciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
FCL (del Proyecto)	(566.538)	(41.341)	75.232	483.857	483.857	483.857	191.804	600.429	892.482	775.909	1.225.875	-	4.640.555
FC INVERSIONISTA	(566.538)	(41.341)	75.232	483.857	483.857	483.857	191.804	600.429	892.482	775.909	1.225.875	-	14.640.555
Caja del Periodo	3.233.462	3.192.121	3.267.353	3.751.209	4.235.066	4.718.923	4.910.727	5.511.156	6.403.638	7.179.547	8.405.422	8.405.422	8.405.422

Fuente: Elaboración propia

Gaudium Consultoría muestra con este análisis financiero proyectado (ver tabla 17) no sólo su viabilidad, sino su capacidad para generar riqueza a los inversionistas.

El VPN de 57 millones como resultado del ejercicio (10 años) traídos a valor presente con una tasa del 12%, una TIR del 95% muy superior a las tasas de rentabilidad del dinero en el mercado y una relación de 1:10 en cada peso invertido.

Tendremos una inversión inicial estimada de 6 millones de pesos que será sustentada en Activos Fijos e Intangibles la cual llevará un periodo de recuperación de la misma estimado de 20 meses donde empezaremos a ver el resultado del esfuerzo y dedicación de los gestores y a su vez buen comportamiento de nuestros estados financieros de acuerdo con las ventas de nuestros servicios. (ver ilustración 13).

Ilustración 13 VPN

Tasa de Oportunidad (WACC)	12,00%
<b>VPN en Millones</b>	<b>\$ 57,77</b>
Punto de equilibrio en ventas anuales (MM de Pesos)	2
Margen de Contribución	38%
Costos Fijos anuales (MM de pesos)	1
Costo Variable Total	14
Ventas año 2	22
<b>BCR (Relación Beneficio Costo o Índice de Rentabilidad)</b>	<b>10,32</b>
<b>TIR</b>	<b>95%</b>
<b>VAE (Valor Anual Equivalente)</b>	<b>\$ 10,22</b>
<b>Payback</b>	
Inversion Inicial (año 1 )	6
Número de meses (o años)	AÑO 2

Fuente: Elaboración propia

## **6. EVALUACIÓN AMBIENTAL**

Gaudium Consultoría es un proyecto de prestación de servicios, no genera impacto mayor al normal de las personas que trabajan y transitan por la ciudad generando huella de carbono al transportarse y generación de desechos, pero no están asociados directamente al proyecto.

La creación de contenidos y publicidad será 100% digital.

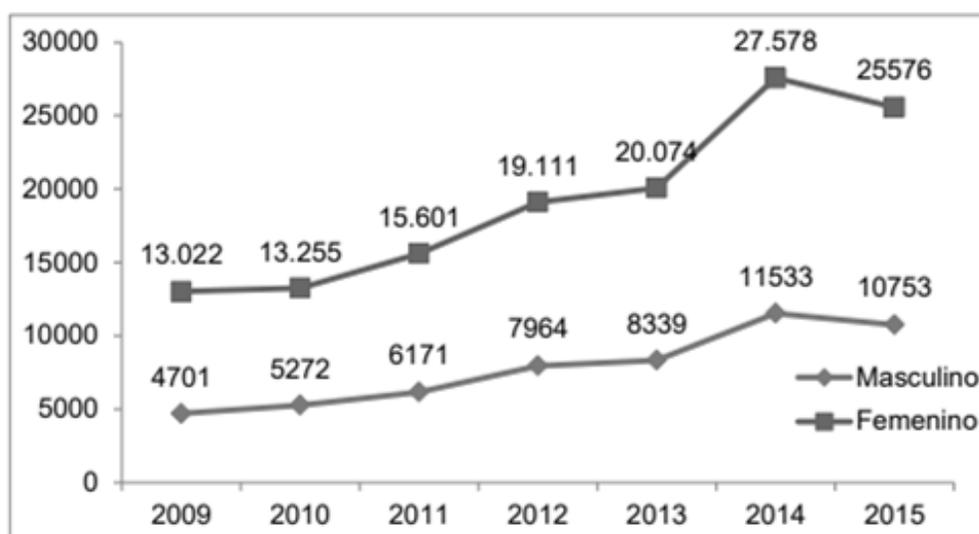
## 7. EVALUACIÓN SOCIAL

Para la evaluación social de este proyecto se toma como referencia el modelo de evaluación de la fundación Luis Vives, España (ver ilustración 14).

Este es un proyecto que impacta positivamente las siguientes dimensiones:

- **Personal:** Como objetivo principal con el servicio se busca que las personas mejoren sus actitudes y comportamientos, se incremente su bienestar y ayudar en la disminución de los porcentajes de depresión en el país. El Sistema Integral de Información de la Protección Social (SISPRO) reportó en el boletín del 2017 que las atenciones por depresión se han incrementado con una atención de 17.711 desde el año 2009 y 36.584 atenciones en 2015, observando que el género más atendido por depresión moderada o severa es el femenino en un 70.4% (MINSALUD, 2017). (ver ilustración 14).

*Ilustración 14 Reporte estadístico - - personas atendidas por depresión en 2005 -2009*



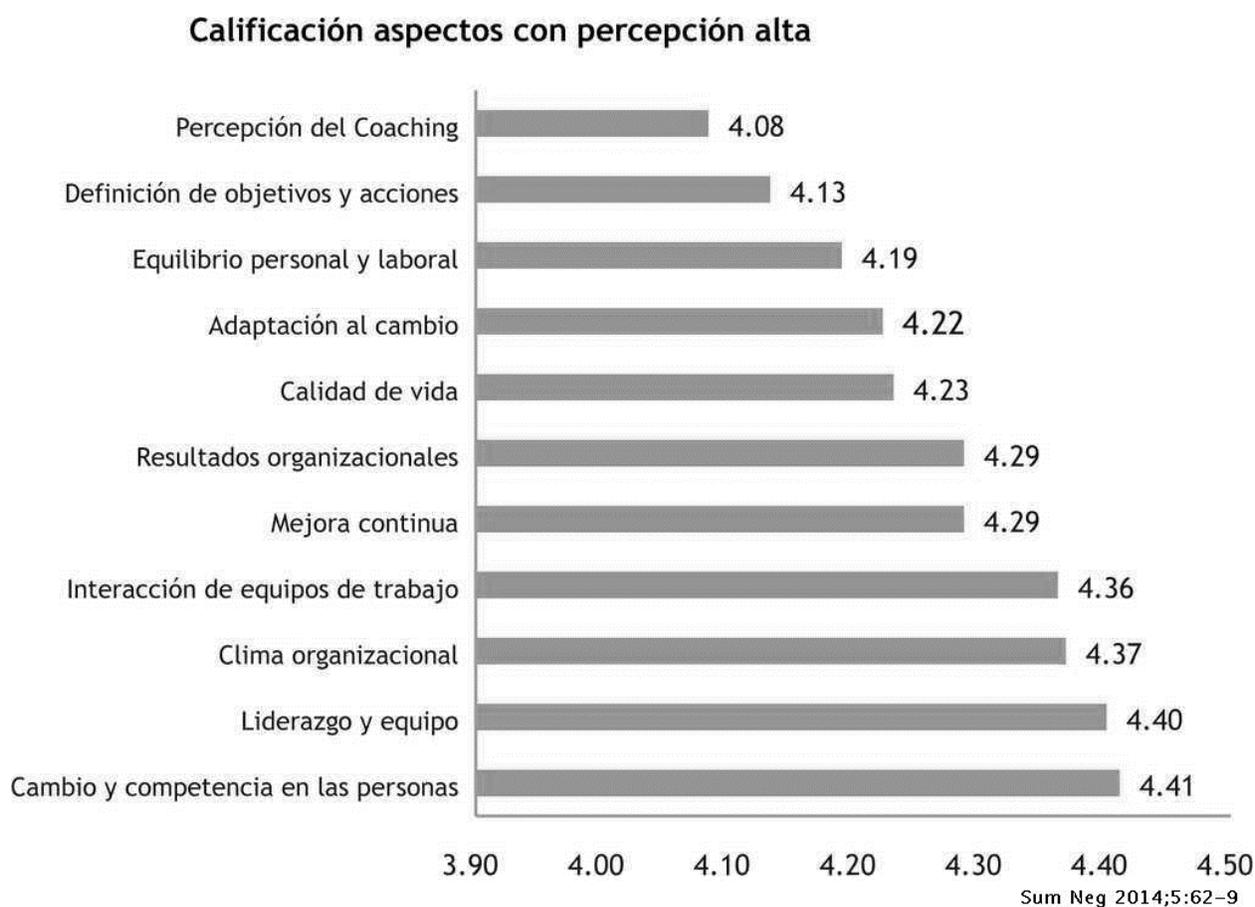
Fuente: (MINSALUD, 2017)

- **Salud:** En colaboración con expertos, la gestión de cambio personal ayuda al bienestar psicológico, la eliminación de hábitos, la búsqueda de soluciones incrementa el bienestar individual.
- **Ocupacional:** Se generan actividades que generan bienestar, deporte, terapias, vivenciales etc.

- **Comunitaria:** toda mejora individual siempre repercutirá positivamente en la sociedad y en la comunidad, una persona que se transforma y es feliz es capaz de mejorar su convivencia y genera apertura a la convivencia y compartir de su propio bienestar.

Según Muñoz y Cols (Maya, 2014) realizaron un análisis donde compararon la percepción de 103 encuestados entre Gerentes, Jefes de Recursos Humanos y Estudiantes sobre Coaching Empresarial en 14 dimensiones teniendo en cuenta que los resultados del nivel de percepción en cada dimensión se favorecen de manera sobresaliente y percepción alta a nivel general. (ver ilustración 15)

*Ilustración 15 Dimensiones*



Fuente: (Maya, 2014)

## 8. RIESGOS

La alta probabilidad de que existan situaciones negativas o también llamados riesgos (ver ilustración 16) en un proyecto se tendrán en cuenta para que se eviten o no generen mayor impacto. Gaudium Consultoría las clasificará en dos factores: 1. Factor interno que depende de la estructura o gestión del proyecto como lo son pérdidas de recursos, riesgos operacionales como errores de gestión, producción o riesgos legales y conflictos interpersonales o 2. Factor externo que depende de causas externas del negocio.

*Ilustración 16 Riesgos*

<b>Riesgos financieros:</b>	Impacto de clientes, variación de tasas de cambios, variación de tipos de interés.
<b>Riesgos legislativos:</b>	Cambios en la normativa que puedan afectar negativamente la situación de la empresa, en muchos aspectos (complejidad de los procesos, aspectos medioambientales, recursos humanos, impuestos, etc.)
<b>Riesgos tecnológicos:</b>	Evoluciones, caducidad, costos de desarrollos, propiedad.
<b>Riesgos comerciales:</b>	Complejidad del proceso de decisión del cliente, solvencia, estrategia, gestión comercial.
<b>Riesgos humanos:</b>	Complementariedad, rotación de personal, enfermedades, embarazos, inexperiencia.
<b>Riesgos organizativos:</b>	No delegación de tareas, dificultad en cumplir los plazos, complejidad de procesos, no seguimiento oportuno.
<b>Riesgos de competencia:</b>	Facilidad para copiar el concepto, dificultad para diferenciarse, entrada potencial en el mercado de empresas muy fuertes.
<b>Riesgos de mercado:</b>	Evolución en el sector, comportamiento de interés y progresión de los clientes.

Fuente: Elaboración propia (2019).

## 9. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

El éxito de un proyecto radica en la posibilidad de contar con un plan de ejecución desde el principio y hasta el cierre del mismo. Este ejercicio de planificación, debe entenderse no como una camisa de fuerza, sino al contrario, como la posibilidad, a partir de indicadores de gestión específicos, previamente identificados de identificar fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades tanto del proyecto, como del entorno inmediato, garantizando así una buena implementación, y también la migración del proyecto cuando sea requerido. La planeación estratégica es una de las herramientas más útiles para garantizar una gestión exitosa de los proyectos y es por ello que el presente programa de formación cobra particular relevancia.

Para el caso de Gaudium hemos proyectado estar al aire completamente en los primeros 3 meses, se ha definido un mes 0 con el objetivo de poder realizar algunas actividades administrativas que no requieren foco al 100% y así no afectar las proyecciones de ingresos que se han realizado desde el mes 1 .

Tabla 19 Plan de Implementación



Fuente: Elaboración propia (2019)

Otras actividades :

<b>Objetivos de proyecto</b>	<b>Actividades a realizar</b>	<b>Área responsable</b>	<b>Meta</b>	<b>Evaluación de resultados</b>	<b>Tiempo de ejecución</b>
Definir y metas de un plan de acción y los alcances	Planeación y construcción de rutas de trabajo en pro de realizar acciones continuas	Área Administrativa	Presentar una ruta de trabajo sólida para el equipo.	Cumplimiento de las actividades planteadas y dispuestas para el funcionamiento de Gaudium	1 Mes al inicio del proyecto y con una periodicidad permanente, con el fin de cumplir las metas
Presentar la metodología propia	Coaching ontológico	Área de Formación	Aumento del desarrollo personal	Número de clientes	Permanente
Dar a conocer la empresa consultora Gaudium	Oferta de mercado	Área Administrativa	Promocionar y difundir la empresa consultora.	Matriculas de interesados.	Durante toda la puesta en marcha de la consultora.
Ejecutar las acciones de Coach	Plantear los esquemas de trabajo pedagógico y de trabajo con los clientes.	Área de Formación	Indicadores de satisfacción	Ingresos y continuidad de los clientes.	Permanente.
Retroalimentar los procesos de la consultoría	Evaluación de resultados y Feedback.	Área de Formación y Área Administrativa	Presentar un producto de calidad con la flexibilidad que refleja en entorno virtual..	Adherencia de los clientes y equilibrio económico	Mensual.

## BIBLIOGRAFÍA

- Rodríguez, A. (2017). *De la consulta previa al consentimiento libre, previo e informado a pueblos indígenas en Colombia*. Colombia: Editorial Universidad del Rosario.
- Moncada, G. A. (2011). *Plan de negocios para una empresa de consultoría con enfoque en servicios de tecnología e innovación para sectores de clase mundial en Colombia*. Universidad Javeriana.
- Toro, J. (2016). *Las nuevas tendencias del coaching como propuesta en la formación de líderes en las empresas del sector público en Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada.
- Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. Pearson Educación.
- Gallego, V. M. (2018). Juan Luis Vives en la España Moderna: fama y fortuna de su figura intelectual. . (U. C. Madrid, Ed.)
- Maya, C. M. (Noviembre de 2014). El Coaching y la transformación organizacional: una oportunidad para las Empresas y los Coaches. *Elsevier, Vol. 5. Núm. 11.*, 3-133. doi:10.1016/S2215-910X(14)70020-5
- Coaching Hall International. (s.f.). <https://chi.coachinghallinternational.com/certificacion-coaching/>.  
Obtenido de [http://chi.coachinghallinternational.com/certificacion-coaching/?gclid=EAiaIQobChMIseneiIw4gIVgh6GCh0u-gUYEAAAYASAAEgKRhFD\\_BwE](http://chi.coachinghallinternational.com/certificacion-coaching/?gclid=EAiaIQobChMIseneiIw4gIVgh6GCh0u-gUYEAAAYASAAEgKRhFD_BwE)
- Gómez-Restrepo. (2004). Prevalencia de depresión y factores asociados con ella en la población colombiana. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 378-386.
- ANIF, A. N. (Marzo 2018). *PIB-Real 2017 y perspectivas 2018*. Recuperado el Mayo de 2019, de <http://anif.co/sites/default/files/archivosgenerales/1401.pdf>
- Law, H. (2013). *The psychology of coaching, mentoring and learning*. Recuperado el Mayo de 2019, de <https://books.google.es/books?id=zXquAAAAQBAJ>
- Adecco. (2017). *Informe Infoempleo*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://iestatic.net/infoempleo/documentacion/Informe-Infoempleo-Adecco-2017.pdf>

- Garzón. (2011). *Plan de negocios para la creacion de una empresa de consultoría dedicada a gestionar la responsabilidad social empresarial en organizaciones de mediano tamaño de la ciudad de Bogotá*. D.C. Universidad Javeriana.
- Colombia, B. d. (Marzo 2017). *Informe sobre inflación*. Recuperado el 2019 de Junio, de [http://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/7261/isi\\_mar\\_2017.pdf?sequence=2](http://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/7261/isi_mar_2017.pdf?sequence=2)
- International Coach Federation. (2016). *GlobalCoachingStudy*. Recuperado el 2019 de Mayo , de [https://coachfederation.org/app/uploads/2017/12/2016ICFGlobalCoachingStudy\\_ExecutiveSummary\\_FINAL\\_SPANISH.pdf](https://coachfederation.org/app/uploads/2017/12/2016ICFGlobalCoachingStudy_ExecutiveSummary_FINAL_SPANISH.pdf)
- Coachingps. (22 de Abril de 2013). *Entrevistas-COACHING*. Recuperado el 2019 de Junio, de <https://coachingupsa201.wordpress.com/category/entrevistas/>
- LinkedIn. (2019). *Navegador de búsqueda*. Recuperado el 2019 de Mayo , de <https://kinsta.com/es/blog/estadisticas-de-linkedin/>
- Latinoamericana Formación Integral. (s.f.). *Haz que suceda*. Recuperado el Abril de 2019, de <https://www.hazquesueda.com/nosotros-2/>
- School, O. B. (s.f.). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Bogotá, C. d. (2019). *Servicios en línea*. Recuperado el Enero de 2019, de [http://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](http://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.aspx)
- Lopez Alvarez, A. (2012). *La SAS Unipersonal y la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada- Similitudes, Diferencias, Ventajas y Proyección de Ambas Figuras Dentro del Ordenamiento Mercantil Colombiano (The One Men SAS and the One Men Limited Liability Company: Similarities,*
- Rivera, O. (2007). *La promoción del empleo juvenil y la capacitación para el trabajo en Colombia*.

- García. (2017). *Marketing de influencias, la nueva era del consumo*. Universidad de Sevilla.
- Alvaro, N. L. (2016). *Herramientas de evaluación y medición de resultados para el proceso de coaching organizacional*. Recuperado el Mayo de 2019, de [http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/8336/alvaro-n.-2016.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8336/alvaro-n.-2016.pdf)
- Villarreal, L. (2012). *La importancia actual del Coaching en las organizaciones del siglo XXI*.
- Google. (2019). *Navegador de búsqueda*. Recuperado el 2019 de Abril , de [https://www.google.com/search?rlz=1C2CHBD\\_esCO830CO834&ei=Vg3fXKWcMsbN5gKjvZHIAw&q=coaching+personal+en+bogota&oq=coachin&gs\\_l=psy-ab.1.0.35i39l2j0l8.7280.8822..12026...0.0..0.233.1431.0j3j4.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i131j0i67j0i131i67.CfwBt6vKkrg](https://www.google.com/search?rlz=1C2CHBD_esCO830CO834&ei=Vg3fXKWcMsbN5gKjvZHIAw&q=coaching+personal+en+bogota&oq=coachin&gs_l=psy-ab.1.0.35i39l2j0l8.7280.8822..12026...0.0..0.233.1431.0j3j4.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i131j0i67j0i131i67.CfwBt6vKkrg)
- Galera, M. E. (2014). *Carta de liberación del clan familiar*. Recuperado el 2019 de Mayo , de <http://elsecretoenmivida.blogspot.com/2014/08/carta-de-liberacion-del-clan-familiar.html>
- MINSALUD. (marzo de 2017). *boletin-depresion*. Recuperado el 2019 de Mayo, de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/boletin-depresion-marzo-2017.pdf>
- David, T. (01 de Junio de 2016). *La nueva pirámide de Maslow: el cambio en las necesidades básicas en el siglo XXI y su influencia en el lifestyle actual*. Recuperado el Mayo de 2019, de <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>

## ANEXOS

Anexo 1.

### MODELO FINANCIERO

### <<GAUDIUM CONSULTORÍA>>

**FECHA DE CREACION DEL MODELO:** **sep-18**

**Escenario\*** BASE, segun Plan de Negocios

### COMPONENTES

<u>RESUMEN</u>	<u>MODELO AUXILIAR DE VENTAS</u>
<u>SUPUESTOS</u>	<u>MODELO AUXILIAR DE COSTOS</u>
<u>ESTADO DE RESULTADOS PYG</u>	<u>FLUJO DE CAJA</u>
<u>BALANCE GENERAL</u>	<u>CALCULO WACC</u>
<u>MODELO DE DEPRECIACIONES, AMORT</u>	<u>CREDITOS (DEUDA BANCARIA)</u>
	<u>MODELO AUXILIAR DE NOMINA</u>

\*\*Base; Pesimista, Optimista

*Fecha última modificación:* Marzo 14 de 2018