



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y DISEÑO DE UN NUEVO
SERVICIO PLAN DE COACHING EMPRESARIAL PARA VENDEDORES
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTORES:

Velásquez Coronel, Gabriela Azucena

Aguirre Muentes, Julio César

TUTOR:

Ing. Félix San Andrés

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Gabriela Velásquez / Julio Aguirre, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas.

TUTOR

ING. FÉLIX SAN ANDRÉS

DIRECTOR DE LA CARRERA

ING. GUILLERMO VITERI

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Gabriela Velásquez Coronel / Julio Aguirre Muentes

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “ PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y DISEÑO DE UN NUEVO SERVICIO PLAN DE COACHING EMPRESARIAL PARA VENDEDORES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” previa a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2015

LOS AUTORES

Gabriela Velásquez C.
CC.:0917968968

Julio César Aguirre M.
CC.:0923048284



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Gabriela Velásquez Coronel / Julio Aguirre Muentes

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y DISEÑO DE UN NUEVO SERVICIO PLAN DE COACHING EMPRESARIAL PARA VENDEDORES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de agosto del año 2015

LOS AUTORES

Gabriela Velásquez C.
CC.:0917968968

Julio César Aguirre M.
CC.:0923048284

AGRADECIMIENTO

Primeramente por tener un día más de vida y tener la oportunidad de manifestar nuestro agradecimiento a todas las personas que han estado ahí constantemente en nuestro desempeño, evolución y desarrollo. A nuestro magnifico e insuperable creador por esa fuerza interior que nos impulsa cada día por el camino correcto del bienestar, a nuestros padres, esposo (a), hijos, al Director de la carrera, a nuestro tutor, a los docentes y a todos aquellos que han sido participe en nuestro desempeño como profesionales. De manera especial al Ingeniero Guillermo Viteri quien ha sido un pilar fundamental en nuestro desarrollo basado a la excelencia académica y a nuestro tutor Ing. Félix San Andrés por dedicar el tiempo extraordinario hacia nosotros, esa mirada de no hacer lo mismo y buscar algo diferente Muchas gracias ¡!

LOS AUTORES

Gabriela Velásquez

Julio Aguirre

DEDICATORIA

Autor: Gabriela Velásquez C

Dedico de manera muy especial a mí persona, porque todo el esfuerzo, sacrificio, dedicación, empuje, motivación corresponde de uno mismo .Siempre con la actitud positiva para lograr a cumplir cada uno de los sueños de manera extraordinaria.

A toda mi familia de apoyarme cada fin de semana en el cuidado de mis hijas ,mientras yo ahí sentada en una banca escuchando, aprendiendo para ser cada día mejor y así con el ejemplo para mis hijas y de todos aquellos que solo están de espectador en la vida cuando nosotros mismos podemos ser protagonistas .

Firma

Autor: Julio Aguirre M.

Dedico este Sueño alcanzado a mi Dios, Mama y familia ya que con mucho esfuerzo, sacrificio y verle dedicado el tiempo necesario día a día para seguir adelante prosperar y lograr ese sueño que es ser un Ingeniero más en la Familia AGUIRRE RODRIGUEZ y que sirva de ejemplo este objetivo para mis hijos para que sigan sus Sueños ya que soy padre y con el ejemplo aprenderán mis buenos pasos, sin embargo saber que la vida no es fácil que tenemos que luchar por lo que amamos y no dejarse vencer por ninguna barrera o adversidad que se nos presente en el transcurso de la vida “LUCHA POR TUS SUEÑOS QUE SI SE PUEDE LOGRAR”.

Firma

ÍNDICE GENERAL

TÍTULO.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA.....	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
RESUMEN EJECUTIVO.....	XII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	5
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	7
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	11
OBJETIVO GENERAL	11
OBJETIVO ESPECIFICO.....	11
CAPÍTULO I: SEGMENTACIÓN.....	12
1.1. MERCADO META	12
1.2. MACRO SEGMENTACIÓN	15
1.3. MICRO SEGMENTACIÓN.....	17
1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	18
CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO	19
2.1. ANÁLISIS PEST	19

2.2.	ANÁLISIS PORTER.....	23
2.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	25
2.4.	Selección del tamaño de la muestra	25
2.5.	PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	29
2.6.	CONCLUSIONES	34
CAPÍTULO III: PRODUCTO O SERVICIO		35
3.1.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	35
3.2.	CADENA DE VALOR.....	42
3.3.	FODA	46
3.4.	CAME	47
CAPÍTULO IV: PLANES ESTRATÉGICOS.....		48
4.1.	PLAN DE VENTAS	48
4.1.1.	FUERZA DE VENTAS.....	48
4.1.2.	PROMOCIONES DE VENTAS.....	49
4.1.5.	GARANTÍAS	53
4.1.6.	POLÍTICAS DE VENTAS INTERNAS.....	53
CAPITULO V: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO		61
5.1.	Determinación de la inversión inicial	61
5.2.	Fuentes de financiamiento.....	61
5.3.	Presupuesto de ingresos y costos	62
5.4.	Factibilidad financiera	63
5.4.1.	Período de recuperación	64
5.4.2.	Valor actual neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)	64
Bibliografía.....		70
ANEXOS		71
Anexos		72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 MERCADO META.....	12
Tabla 2 FORMULA DE LA ENCUESTA.....	25
Tabla 3 Fórmula de la encuesta 1.....	26
Tabla 4 Fórmula de la encuesta 2.....	27
Tabla 5 Fórmula de la encuesta 3.....	28
Tabla 6. CAME	47
Tabla 7 Inversión inicial	61
Tabla 8 Inversión capital de trabajo	61
Tabla 9 fuentes de financiamiento	61
Tabla 10 Presupuesto de ingreso	62
Tabla 11 Proyección de ventas en 5 años	62
Tabla 12 Factibilidad financiera	63
Tabla 13 Periodo de recuperación	64
Tabla 14 TIR y VAN.....	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Acciones del Coaching	2
Gráfico 2 Proceso de Coaching	10
Gráfico 3 CALIFICACION DE PYMES	13
Gráfico 4 Demanda enfocada	14
Gráfico 5 Inversión en capacitación	15
Gráfico 6 Puesta en marcha de la Macro segmentación	16
Gráfico 7 MICROSEGMENTACION	17
Gráfico 8 ANALISIS PEST	19
Gráfico 9 Competencias educación	21
Gráfico 10 Desempeño del trabajador	22
Gráfico 11 ANALISIS PORTER	23
Gráfico 12 Actividad económica.....	29
Gráfico 13 Número de colaboradores	29
Gráfico 14 Personal administrativo de ventas	30
Gráfico 15 Personal de planta Fuente: Encuestas	30
Gráfico 16 Temas de capacitaciones	31
Gráfico 17 Conocimiento sobre el coaching.....	32
Gráfico 18 Temas relacionados	32
Gráfico 19 Presupuesto para capacitación	33
Gráfico 20 Conocimiento del mercado.....	33
Gráfico 21 Nivel de aval que contrataría Fuente: Encuestas.....	34
Gráfico 22 Proceso de preparación de las personas.....	35
Gráfico 23 Niveles de coacing	36
Gráfico 24 Pilares del programa mensual nivel 1, coaching para vendedores	38
Gráfico 25 Pilares del programa mensual nivel 2, coaching para vendedores	39
Gráfico 26 Pilares del programa mensual nivel 3, coaching para vendedores	40
Gráfico 27 Evaluación.....	42
Gráfico 28 Cadena de valor	42

Gráfico 29 Planeación de talleres cortos de ventas	43
Gráfico 30 Flyer de cortesía.....	45
Gráfico 31 FODA	46
Gráfico 32 Logo tipo de la empresa	48
Gráfico 33 Presencia de la empresa en los motores búsqueda	50
Gráfico 34 Cuenta de KAIZEN COACH en Google	51
Gráfico 35 Página web de KAIZEN COACH	51
Gráfico 36 Cuenta de KAIZEN COACH en Facebook.....	51
Gráfico 37 Visita Nuestra página:	54
Gráfico 38 LOGOTIPO	55
Gráfico 39 Tarjeta de presentación.....	55
Gráfico 40 Tarjeta de presentación.....	55
Gráfico 41 Tarjeta de presentación.....	56
Gráfico 42 Factura	56
Gráfico 43 Lugar de la empresa.....	57
Gráfico 44 volantes.....	58
Gráfico 45 Volante	59
Gráfico 46 Página web	59
Gráfico 47 Redes sociales	60

RESUMEN EJECUTIVO

KAIZEN COACH es una compañía de asesorías y gestión empresarial completamente ecuatoriana, que busca brindar tranquilidad a nuestros clientes, a través de nuestros servicios, coaching, entrenamientos y desarrollo, ayudamos a las empresas y/o a las personas a reorganizarse minimizando las pérdidas y mejorando su desempeño de igual forma incrementamos y fortalecemos su imagen corporativa frente a los colaboradores, clientes, proveedores y otros.

Su plaza está presente en la ciudad de Guayaquil desde 2012, cuenta con más de 3 años de experiencia en el mercado de capacitación, donde se ha contribuido de manera importante, siempre estamos trabajando para mantener buenas relaciones y poder cubrir sus demandas presentadas. Este PLAN DE NEGOCIOS COACHING EMPRESARIAL PARA VENDEDORES se diferencia por nuestro servicio de calidad y respaldado por sus contenidos de aprendizaje, que ayudaran al desarrollo de las personas para mirar diferente no solo en su trabajo sino también en su vida personal.

El éxito de este PLAN DE NEGOCIOS, es fundamentalmente por el servicio, el sentido de desarrollo humano y el sentido de pertenencia de una gran familia organizacional. Siempre será fundamental demostrar que se trabaja para una misma meta. El coaching representa el 70% de ingreso en la empresa y es nueva opción para que los dueños de negocios sean verdaderos ganadores en sus distintas áreas y dominen completamente su mercado siempre buscando la excelencia y el servicio de calidad. El Coaching de negocios es un proceso de aprendizaje interactivo, que involucra a todos los colaboradores de una organización, tomando en cuenta se considera todos las partes de una organización.

El éxito es que se concentran un 80 % en la persona y 20 % en el negocio, donde se enfoca en el desarrollo personal en el corazón del negocio alineado al objetivo de la organización. KAIZEN COACH cuenta actualmente con un holding de profesionales especializados en las siguientes áreas:

Recursos Humanos / Planeación estratégica / Actitudinario / y Marketing y Ventas Nuestros servicios están enfocados en crear siempre un valor agregado tanto a la persona como a la organización y que sean socios estratégicos de KAIZEN COACH.

Palabras claves: Coach, plan, ventas, rentabilidad

ABSTRACT

Kaizen is a coach company of consultancy and Ecuadorian management business completely, it seeks to provide reassurance to our customers through our services, coaching, training and development, we help companies and/or to the people to reorganize by minimizing losses and improve its performance. In the same way we increase and strengthen Your corporate image in front of the partners, customers, suppliers and others. The square is present in the city of Guayaquil since 2012, has more than 3 years of experience in the training market, Where it is has contributed in a significant way, we're always working to maintain good relationships and be able to cover its claims. This business plan BUSINESS COACHING FOR SELLERS there is a difference in our quality service and supported by their learning contents, which will assist in the development of the people to look at different not only in their work but also in his personal life. THE BUSINESS PLAN BUSINESS COACHING FOR sellers, submits the following financial indicator: NPV and IRR the success of this business plan, it is essentially for the service, the direction of human development and a sense of belonging to a great family organizational. Always be essential to prove that you are working for the same goal. The coahing represents 70% of income in the company it is a new option for business owners are real winners in their various areas and completely mastered his market always striving for excellence and quality service. Business Coaching is an interactive learning process, which involves all partners in an organization; taking into account is considered all the parts of an organization. The success lies in the fact that it is concentrated a 80 per cent in the person and 20 per cent in the business, which focuses on personal development in the heart of the business-aligned to the goal of the organization.

Keyword: coach, plan, marketing

INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Ecuador, el sector de formación se ha potenciado e incrementado gracias a una serie de apoyos en el mercado y de reformas como el: buen vivir, Proexe, Salud y Seguridad Ocupacional, programas de competencia laborales, SETEC, Responsabilidad Social y del buen vivir, entre otros, que dicho mercado haya logrado desarrollarse eficientemente como una actividad importante para el desarrollo del potencial humano buscando siempre la excelencia.

La filosofía KAIZEN COACH, que diseña soluciones inmediatas a la medida y aporta valor añadido en cada decisión de venta, elabora un nuevo servicio de capacitación presentado en este plan de negocios enfocado al profesionalismo de la venta llamada “PLAN DE COACHING PARA VENDEDORES”, el mismo que beneficiara a todas las empresas que tengan una estructura comercial ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

Impulsará mejorar su estándar de vida enfocados al desarrollo y superación personal y esto a su vez genera competitividad, productividad y eficiencia dándoles la posibilidad de que se fortalezcan en el conocimiento, la armonía social y económico integral, aspecto indispensable para mejorar la vida de aquella persona, colaborador, familia y sociedad.

La problemática se da por medio de una demanda pasiva que se descubre a través de visitas en campo a las Pequeñas y Medianas empresas ubicadas en varias localidades de la ciudad de Guayaquil, llamaremos medianas y pequeñas empresas a nuestro grupo de clientes que cuenta con 199 colaboradores, y el tramo de ingresos no sobrepasa los 5 millones de dólares.

Se observa y se sondea a este grupo de empresas que en el cual no hay una estructura planificada y filosofías corporativas basadas a la visión de la empresa. Donde existe un equipo de venta que sigue ligado al pasado, y que

se necesita conectarse al futuro de cambios constantes y dinámicos en el cual se debe estar preparado y dispuesto para hacerlo.

Las empresas desean contar con personas eficientes que tengan es espíritu ganador de un mejora continua que se involucren más en sus organizaciones , que entreguen una proyección del mercado tal que su imagen se vea mantenida y notablemente mejorada. De ahí la necesidad de atender este aspecto importante.

“Desarrollar al vendedor enfocado a su Crecimiento personal y esto a su vez generara ganancias”

A lo indicado anteriormente, KAIZEN COACH, ve la necesidad de incorporar e implementar este programa de servicio integral que ayudara a cerrar el círculo en el proceso completo de la gestión comercial o de ventas. Ayudaremos a la satisfacción de nuestros clientes a mejorar las competencias de su equipo de ventas enfocado a la actitud positiva frente a la vida ya que el mercado actual solicita cambios constante que estén a la vanguardia y ofrezcan un producto integral que permita cerrar el círculo completo en el desarrollo de Gestión de Ventas.

Gráfico 1 Acciones del Coaching



Elaborado por: Los autores

Un programa continuo y dinámico que se enfoca en su gente, con los mismos recursos humanos que al apoyarlo de una manera adecuada, fortaleciendo sus competencias no hay limitantes para su realización y su éxito. Esto genera un ente multiplicador el cual nos va a permitir cubrir con esa primera necesidad de convertir un mejor colaborador que fortalezca su competencia y permita aportar adecuadamente a su vida y a la empresa.

El conocer la evolución de la llamada “Actividad de Ventas” es también, de mucha importancia para el vendedor, le permitiría darse cuenta en el sentido más rápido y de la conciencia de una evolucionar.

Una de las premisas que tiene esta metodología, es que permite que las personas logren resultados de forma más efectiva y en tiempos más reducidos que si participaran en procesos de capacitación tradicional.

Es por ello que muchas personas están cada vez más dispuestas a probar como les puede ayudar un coach en su desarrollo personal o profesional.

En el proceso del Coaching son varios los factores que se relacionan y que pueden llevar a tener una experiencia única y transformadora. Es importante tener claro cuando hablamos de resultados, es que el coach es responsable del 50 % del proceso.

Es una relación y cada parte pone la mitad para que las cosas avancen en la dirección deseada. Sin embargo, los resultados son en su totalidad del cliente. Esto se debe a que el compromiso, motivación y entrega para lograr lo que se ha propuesto es mérito exclusivo de uno mismo. (KAIZEN COACH, 2015)

Enfocado este ejemplo a la Universidad, los docentes entrega un 50 % de su experiencia, conocimiento y dedicación y hay otra parte que corresponde al alumno si continua de la misma manera y ya decide cambiar adquiriendo nuevos conocimientos para su desarrollo profesional.

El enfoque de ventas que se está integrando es un entrenamiento integral desde el vendedor y conocer más allá a nuestro cliente con técnicas de comportamiento y usos que permitan tomar decisiones y entregar productos mucho más personalizados.

Basado a lo expuesto hemos desarrollado el presente plan de negocios en seis capítulos. Donde iniciamos con un mercado objetivo donde nos permitirá conocer más aun nuestro perfil del consumidor, sus competencias y entorno del mercado, además las estrategias, evaluaciones la factibilidad del negocio y el soporte del mismo, terminando con la importancia de la responsabilidad social en nuestro Plan

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente plan de negocio surge de la importancia de implementar y actualizar los servicios de la compañía de KAIZEN COACH, a través de entrenamientos basados a la moda de Coaching enfocado al desarrollo, superación personal y profesional.

Considerando que en los últimos años en Coaching ha tenido un fuerte impacto a nivel Nacional. La promoción y la asesoría del proceso de Coaching en Ecuador es una disciplina que ha ido creciendo en demanda y posicionamiento; lo que se traduce en guiar, formar y apoyar aquel empleado nuevo o existente con o sin experiencia, que de manera tradicional irían a las escuelas de formación pero que no se define una carrera del vendedor, sin embargo el coach de ventas permitirá conocerse a uno mismo, fortalecer sus habilidades y destrezas, así mismo conocer más allá al cliente.

Basado a estas necesidades planteadas las empresas desean contar con los servicios integrales que permitan cerrar el proceso completo de la gestión de ventas, basado a técnicas actuales no solo en conocer al cliente más bien enfocarse en su mente, gustos y preferencias.

Cambiar al vendedor de técnicas estructurales para convertirlo en un innovador vendedor con competencias sólidas, integrales para su desarrollo y profesionalismo.

El ampliar el portafolio de servicios (oferta académica), de capacitación y entrenamiento va a permitir cubrir nuestro mercado objetivo en cual está diseñado para personas sin límites de edad que incluye incluso los adolescentes. Enfocado a **crear mejores personas** y a su vez que sea un efecto multiplicador que ayudara a un mejor desempeño laboral.

De ahí con la implementación de este plan de negocio, que se colocará en el mercado y estará a disposición de las empresas que independiente de su

actividad económica tenga un beneficio integral y completo en el cierre del proceso comercial que propone potenciar y diferenciar el servicio de capacitación de KAIZEN COACH, a través de estrategias encaminadas a lograr posicionamiento de nuestra marca y lograr captar un nuevo nicho de mercado que aún no ha sido explorado.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

(SETEC, 2013), “La importancia de la capacitación aumenta; pero al mismo tiempo que el debate sobre este tema se desarrolla se revelan problemas en su ejecución respecto a su alcance y beneficio”.

Dentro del imaginario de los empresarios comenzó a surgir una visión negativa sobre la capacitación y formación profesional. Para muchos de ellos la capacitación no reflejaba más que un gasto innecesario y una pérdida significativa de horas productivas.

Los altos costos de la capacitación junto con un aumento en la rotación del personal capacitado por inconformidad con su salario en relación a su conocimiento, provocan que el sector productivo nacional no capacite a su personal.

En efecto una encuesta realizada en el 2014 por la secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional- SETEC y la cámara de la pequeña industria de Pichincha muestra que este problema persiste en la actualidad. Los resultados reflejaron que solo el 52% de las empresas asociadas a esta cámara han capacitado a sus trabajadores durante el 2013.

En gran parte, esta concepción errada sobre los efectos de la capacitación surge de la imposibilidad del empresario de visibilizar y calcular el retorno de la inversión realizada en la capacitación de sus trabajadores. La mayoría de empresarios poseen una visión de inversión a corto plazo, es decir que toda inversión que no refleje resultados y ganancias inmediatas será vista como un gasto a minimizar y a evitar.

Sin embargo, invertir en talento humano significado realizar una apuesta a largo plazo, por lo que su impacto no es percibido de manera directa e inmediata.

Esto provoca que en el Ecuador, los problemas socio-económicos, hayan

intentado ser resueltos de forma aislada, sin considerar como herramienta transversal la capacitación y formación profesional.

Debido a estos niveles de competencia en el mercado de capacitación y asesorías empresariales basadas a las tendencias de mercado, la empresa **KAIZEN COACH se ha visto en la necesidad de establecer estrategia orientadas a ofrecer un servicio que permita desarrollar y fortalecer al recurso humano y esto a su vez genere mejoras en el desarrollo de su gestión comercial. Adicionalmente el cierre del circuito en el proceso de ventas y estrategias diferenciadas para las empresas que tengan una estructura comercial ubicadas en la ciudad de Guayaquil.**

Las compañías buscan siempre actualizarse y sobretodo entes diferenciadores para llegar a beneficiar íntegramente a nuestro cliente, con el impulso al cambio de competencias, de contar con un personal más calificado y competente basado a la esta demanda cautiva por mejorar y desarrollar el talento humano.

Este Plan de Negocio de COACHING que es la profesión con más futuro en el campo del desarrollo humano permitirá formar al equipo de ventas en una constante transformación personal y el cambio en los resultados de cualquier empresa.

Para aquellas empresas que necesitan fortalecimiento, la mejor recomendación es el “Coaching de Ventas”; permitirá contar con el Capital Humano preparado y competente.

Este Plan Coaching para vendedores, buscara formar a los mejores vendedores desarrollando las competencias necesarias para fortalecer sus habilidades y con esto alineado al marco de la empresa, en el marco de una cultura empresarial de compromiso con el desarrollo de las personas y sobretodo el alineamiento de filosofía corporativa.

Uno de los principales beneficios que traerá la creación del Coach de Ventas

consistirá en que se formaran profesionales a los cuales se les reconocerán las competencias previas obtenidas en los trabajadores podrán desarrollar una carrera laboral y posterior una Académica en la carrera de Ingeniera en Administración en Ventas. La implementación de este Plan de Negocio Coaching para vendedores se justifica por esa demanda latente que solicita que trabaje con su gente, con su equipo de ventas donde se les ayude a desarrollar sus destrezas y alineándolos a los valores y exigencias corporativas Y SOBRETUDO convertirlos en una mejor persona enfocados a sus competencias laborales.

Entre los beneficios que aportan la elaboración e implantación de este Plan de Negocios se destaca lo siguiente:

Desde el punto de vista comercial se cerrara el círculo del proceso de ventas que se origina por una capacitación de ventas, donde se mejorara el servicio y la fidelización de nuestros clientes.

- Este plan Coaching para vendedores, también aporta beneficios sociales ya que nuestros programas de entrenamiento de coach tienen la base de trabajar sobre el poder de la actitud ante la vida, donde adquiriría hábitos y destrezas mejorada a un enfoque diferente generara en cascada su actitud frente a la vida y sin duda genera cambios positivos en el hogar, trabajo y social.
- Tomando en consideración que KAIZEN COACH se ha mantenido en el tiempo ha ganado clientes y prestigio de sus servicios ayudara a ser mayormente reconocidos y aumentar las cartera de nuestros servicios a través de sus círculos de referencias y entornos empresariales.
- Otro factor importante son los actuales clientes con la que actualmente la empresa cuenta, considerado que se entrega con otros planes de entrenamientos este es una oportunidad de complementar el servicio.
- GARANTIA: Nuestros contenidos están respaldados y están dentro de

las mayas curricular por la carrera de Ing. Administración en Ventas de la Universidad Católica de Guayaquil.

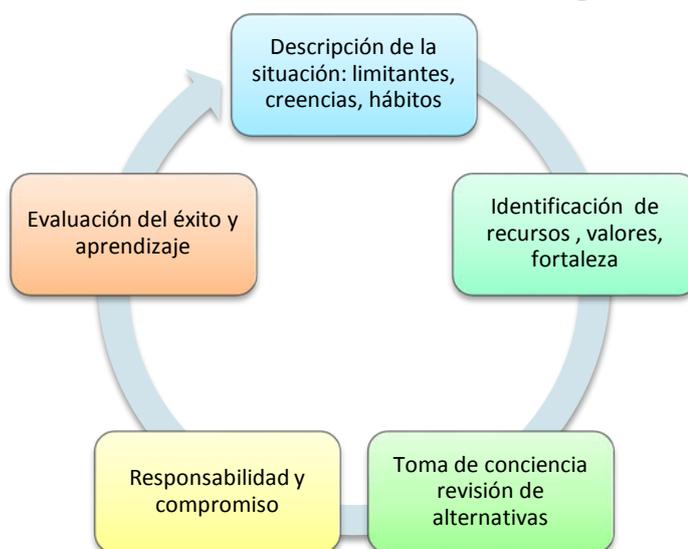
Facilitadores y Coach, de alto de nivel entrenados y avalados Internacionalmente

- SOMOS LA VANGUARDIA, su innovación y procesos de herramienta estratégicas.
- UTILIZAMOS HERRAMIENTAS Y PROCESOS AVALADOS, Científicamente para el desarrollo de su organización.

Consideramos a la capacitación la oportunidad para dar continuidad a una organización debida a que al estar conscientes de que la fuerza laboral es necesaria y de vital importancia se debe actualizar los conocimientos mediante la capacitación con nuevas técnicas y métodos de trabajo que por su intermedio les permitirá ser más competitivos en el mercado y contribuir al desarrollo profesional del empleado.

La sustentación del plan de Negocio obedece a la cartera de clientes actuales, que entendiendo sus necesidades internas nos exige como compañía diversificar nuevos campos de aplicación del servicio de capacitación de KAIZEN COACH.

Gráfico 2 Proceso de Coaching



Elaborado por: Los autores

OBJETIVOS DEL PROYECTO

La implementación del presente Plan de Negocios considera con mucha relevancia los siguientes objetivos generales y específicos:

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de entrenamiento de Coaching para vendedores en base a los requerimientos exigidos por la Empresa solicitante que será comercializado en la ciudad de Guayaquil el mismo que deberá adecuarse a las necesidades del mercado meta, generando una ventaja competitiva, diferenciación y que desarrolle el potencial de las competencias del vendedor convertirlo en un líder influenciador positivo y esto mejorara el clima laboral.

OBJETIVO ESPECIFICO

1. Realizar y Evaluar un estudio de mercado que permita identificar la percepción del cliente sobre el programa de Coaching para vendedores y sobre otros programas de entrenamientos basado a la metodología del coaching
2. Conocer las estrategias y la metodología utilizadas por la competencia para el mismo nicho de mercado ubicados en la ciudad de Guayaquil y con esta información diseñar los mecanismos para la diferenciación y mejora a nuestro proyecto
3. Elaborar un plan de acción para la captación, fidelización y retención por medio de nuestro programa.
4. Desarrollar y realizar un plan financiera para comprobar la factibilidad del proyecto.
5. Analizar la viabilidad económica de la implementación de este programa y plan comercial.
6. Elaborar y desarrollar el plan comercial y operacional de las varias actividades enfocadas al coaching de ventas.
7. Medir el impacto del Plan de Negocios basado en el Plan del Buen Vivir.

CAPÍTULO I: SEGMENTACIÓN

1.1. MERCADO META

La selección de nuestro mercado meta se desarrolla en función del tipo de cliente basado a nuestro mercado ya explorado que es el segmento de las pequeñas y medianas industrias que tengan como máximo 199 colaboradores y el tramo de ingresos no sobrepasa los 5 millones de dólares.

Características del mercado meta son pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Entre las principales características que presentan las PYMES del Ecuador, basados en estudios de la SETEC e INEC y de acuerdo a los datos de las diferentes cámaras, podemos presentar las siguientes:

Tabla 1 MERCADO META

Sector	Numero Empresas	Promedio Empleados por Empresa	Total Trabajadores
PYMES	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1'686.000

Fuente: (SETEC, 2013)

El número de empresas y la participación en la generación de empleo, se resume así

En esta clasificación del total de las Pymes en el Ecuador la concentración en las ciudades de mayor desarrollo; en Quito y Guayaquil se asientan el 60% de los establecimientos; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 21%; y el 19% que corresponde a otras provincias.

Gráfico 3 CALIFICACION DE PYMES



Elaborado por: Los autores

Este mercado meta tiene grandes potencialidades principalmente se refieren a:

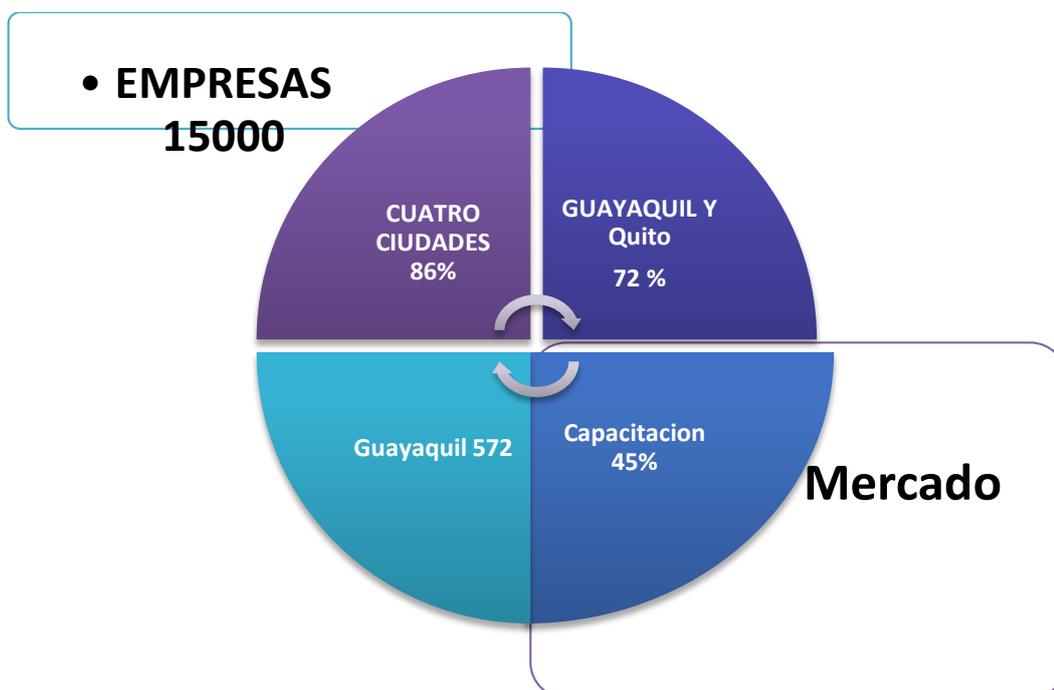
- Son factores e importantes generadores de riqueza y empleo.
- Son claves para dinamizar la economía ecuatoriana
- Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales, están alineados a los requerimientos empresariales
- Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios nacionales.
- Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado, de sus demandas latentes y sobre todo a cambios.
- Tiene capacidad de generación de empleo.
- Capacidad de adaptación y flexibilidad a los cambios.

Las pequeñas y medianas empresas competitivas y sostenibles marcan la diferencia. Estas economías más robustas generan y mantienen fuentes de empleos con salarios competitivos, se preocupan por constante.

Preparación de su personal, haciéndolos más competentes y con mejores niveles de educación, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de la población. Esta cultura socio-económica es el mayor potencial.

Nuestro plan de negocio estará enfocado primeramente en la ciudad de Guayaquil donde existen 572 empresas que demandan capacitaciones y estas solo representan el 45% del mercado actual que podemos explorar, se tiene por un lado las empresas que ya tiene el hábito de la capacitación y por el otro es una oportunidad de crearles la necesidad a ese 55% restante. En el grafico expuesto se puede revisar la distribución de la demanda enfocada:

Gráfico 4 Demanda enfocada



Elaborado por: Los autores

Como se puede observar en el gráfico el 45% que son empresas que invierten en su personal las actividades o temas de inversión son:

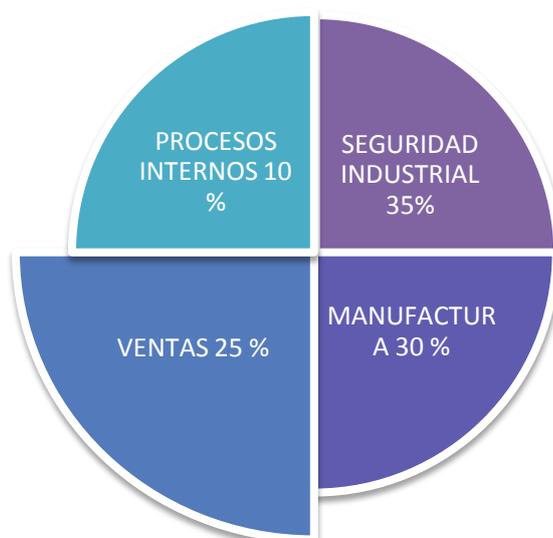
35% corresponde a prevención de riesgo e higiene Industrial

30% en manufactura y mantenimientos de los equipos

25% de ventas o afines

10% a procesos interno

Gráfico 5 Inversión en capacitación



Elaborado por: Los autores

Este 45% que las empresas de comercialización destinan sus recursos para la capacitación y especialización en el área de ventas es donde vamos a incentivar y actualizar las herramientas del Coaching para vendedores sin excluir el otro 75% como potencial cliente.

1.2. MACRO SEGMENTACIÓN

Según (CARRION, JOSE, 2009), “Consiste en definir el mercado de referencia desde la perspectiva del comprador y no desde el punto de vista del producto. Un mercado de referencia se define en tres dimensiones: el grupo de cliente, funciones o necesidades, y tecnologías”.

La macro Segmentación es una forma eficiente de trabajar enfocada netamente en identificar aspectos que un consumidor requiere, no tanto desde las características mismas del producto, sino más de lo que una persona, en este caso las empresas comerciales necesitan para poderse desempeñar de mejor manera en el mercado, a través de la gestión de ventas desarrollada por su personal.

Se ofrecerá el servicio de entrenamiento de coach de ventas de una manera personalizada el mismo que está orientado para un coach grupal e individual

POTENCIALES COMPRADORES:

- Empresas con una estructura comercial y fuerza de venta.
- Vendedores individuales que necesitan reforzar sus conocimientos.
- Directores, mandos altos y medios que se les entregan las herramientas necesarias para que se conviertan en coach para su equipo de ventas.

NECESIDADES BASADAS A LAS SIGUIENTES RAZONES:

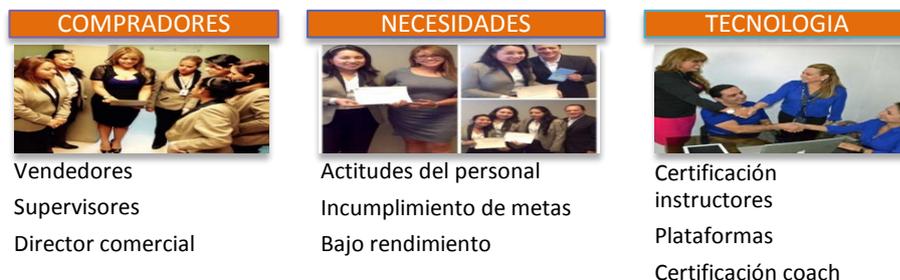
Incumplimientos de Metas

- Servicios Deficientes y no mejorados
- Actitudes Negativas al Cambio, hay mucha resistencia
- Bajo Rendimiento del Trabajador sin ganas de mejorar
- La Falta de Compromiso Corporativo y Alineamiento Empresarial.

TECNOLOGIA:

- Plan de Certificación de instructores que garantizan que las actividades se realicen de acuerdo a los objetivos, contenidos y metodologías que se presentan.
- Certificaciones de Coach para que puedan ser formadores de equipos.
- Plataformas virtuales en Línea de Conferencias, seminarios y entrenamientos.

Gráfico 6 Puesta en marcha de la Macro segmentación



Fuente: KAIZEN COACH

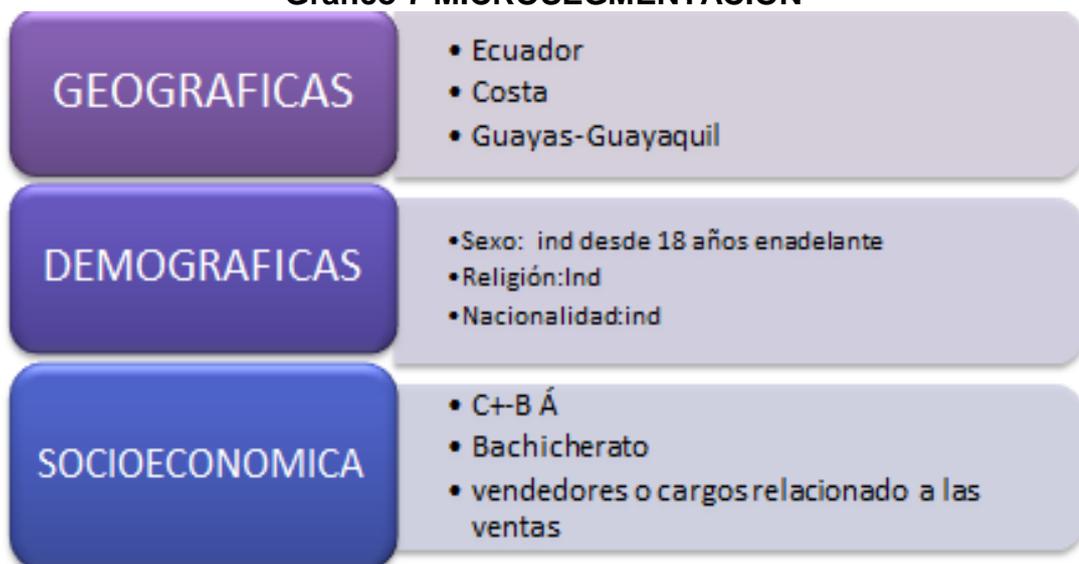
1.3. MICRO SEGMENTACIÓN

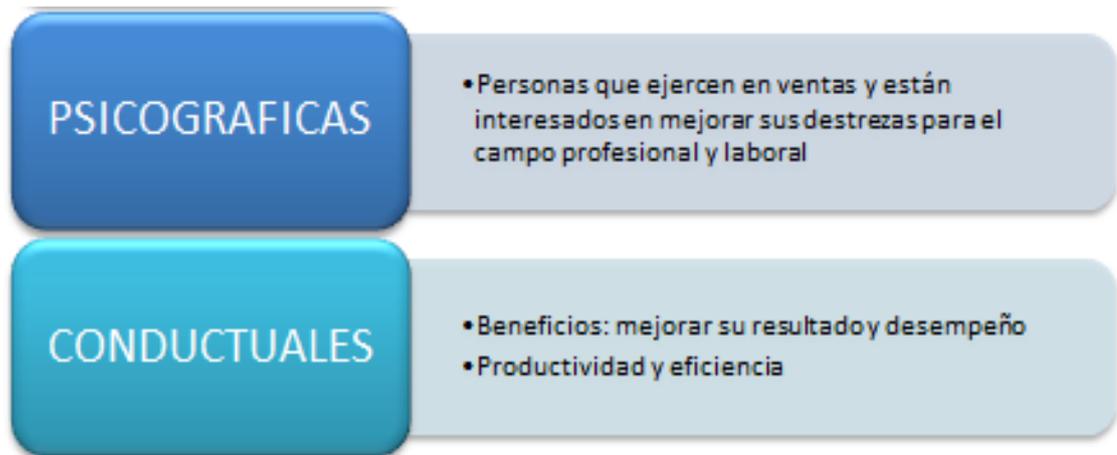
Como lo menciona, (CARRION, JOSE, 2010), “Esta se basa en determinar las múltiples necesidades de los clientes minuciosamente, en cada macro segmento, con lo cual se puede llegar a encontrar clientes con similares ventajas de un bien determinado”.

Hasta ahora hemos establecido el mercado meta y la macro-segmento, determinaremos ahora la micro segmentación, el mismo que se basa de características del mercado para seleccionar al grupo de consumidores que se beneficiaran del programa de Coaching para vendedores en la ciudad de Guayaquil.

Es importante tomar en consideración que las personas no son iguales, por ello el diseño de planificación de marketing le permitirá a la empresa estudiar uno o más planes enfocados a grupo de clientes, en cuanto a la micro segmentación el lugar considerado es la Ciudad de Guayaquil, punto geográfico donde se concentran varias organizaciones comerciales, y a su vez donde (KAIZEN COACH) desarrollará sus gestiones comerciales y operacionales; consecuentemente los clientes potenciales serán las empresas que mantengan estructura comercial de ventas.

Gráfico 7 MICROSEGMENTACION





Elaborado por: Los autores

1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

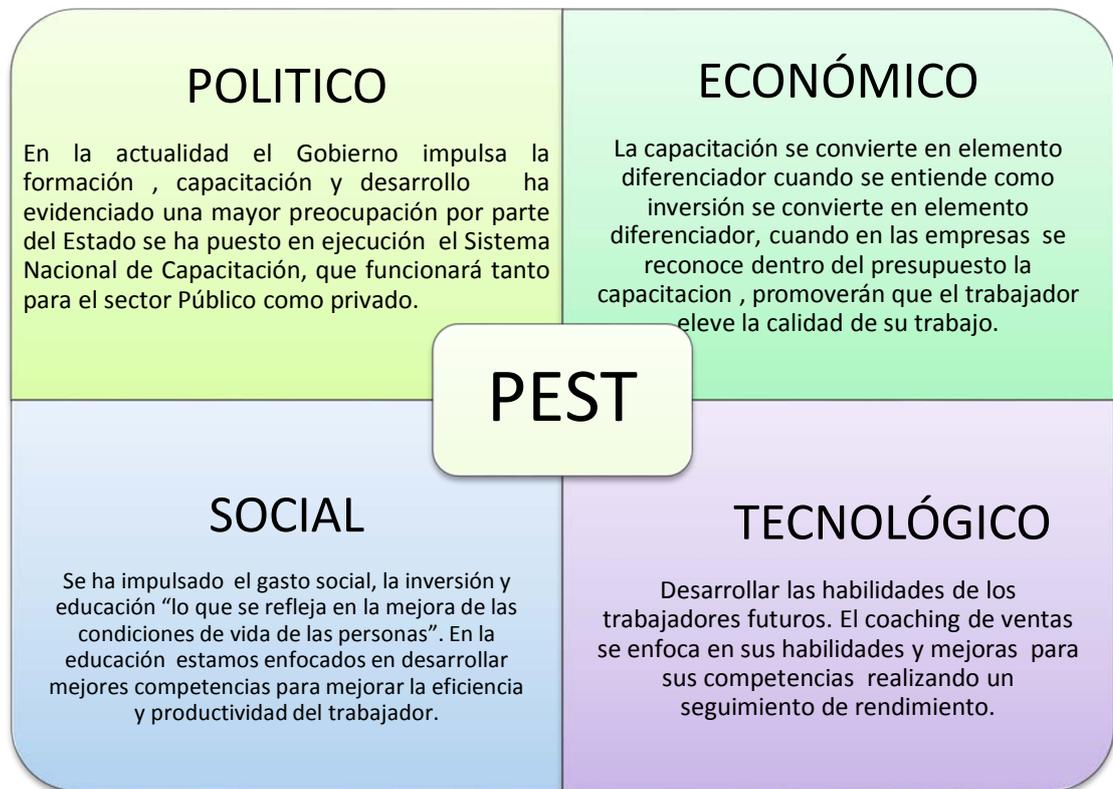
En base al perfil del consumidor se establecerán las estrategias de marketing y de ventas que serán aplicadas para introducir y dar a conocer los beneficios que tienen un proceso de **Coaching para Vendedores**. Por lo tanto, se considerará a aquellos clientes actuales y potenciales clientes de la empresa que actualmente mantiene en su cartera o base de datos segmentados en la Ciudad de Guayaquil con cumplen con las siguientes características:

Potenciales clientes ubicados en la ciudad de Guayaquil a partir de 18 años en adelante .Nivel socioeconómico C+, B y A, vendedores o cargos relacionados a las ventas son aquellos van a recibir el programa de Coaching para vendedores.

CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS PEST

Gráfico 8 ANALISIS PEST



Elaborado por: Los autores

Factor Político:

En la actualidad el Gobierno impulsa la formación, capacitación y desarrollo de las competencias laborales, por ello por parte del gobierno se han desplegado una serie de estrategias para fomentar las mejoras comerciales , específicamente en lo que se refiere a la capacitación se ha puesto en ejecución el Sistema Nacional de Capacitación, que funcionará tanto para el sector Público como privado. (SECRETARIA TECNICA DE CAPACITACION, 2013).

Según el Art.139.- El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. Tal como se ha presentado en el Ecuador, el gobierno central está apoyando a promover las capacitaciones y reforzar las competencias que permita a los colaboradores mejorar su desempeño y eficiencia.

Esto sin duda es un apoyo para cumplir con las experiencias que solicita el gobierno y permitirá generar mayor confianza y demanda, ya que lo impulsa basado al artículo 139, que lo regirá como ley y como parte para el desempeño y mejoramiento de la matriz productiva. Basado a estos puntos contamos con el apoyo político en el Ecuador como soporte y garantía de continuar en este proceso de evaluación del plan de negocio.

Factor Económico:

Muchas veces frente a una propuesta de capacitación, los empresarios sobre todo los de las pequeñas y medianas empresas se hacen la pregunta de si esto será una inversión o un gasto. Hoy en día va a depender de las estrategias de cada empleador en el cual tenga como prioridad revalorar al empleado para un mejor desempeño y competencia.

Las empresas de hoy se caracteriza por su dinamismo y su necesidad de adecuarse a las nuevas situaciones que le obligan a estar en permanente innovación la capacitación se convierte en elemento diferenciador cuando se entiende como inversión se convierte en elemento diferenciador, cuando en las empresas se reconoce dentro del presupuesto la capacitación, promoverán que el trabajador eleve la calidad de su trabajo, solo ahí basado al sistema de entrenamiento del coaching ayudara a su rendimiento laboral y familiar

En la actualidad las empresas están destinando e impulsando **el mejoramiento continuo** referente a la capacitación según impulso del gobierno en la SETEC empezando por todas las áreas de matriz productiva en el cual permita al empleado mejorar sus destrezas laborables y mejoras.

Estamos comenzando a asumir en forma conjunta la responsabilidad tanto de la productividad de la empresa, ligada a la competencia profesional de sus colaboradores para un mejor estilo de vida y con esto mejorar la vida de los ecuatorianos.

FACTOR SOCIAL:

Actualmente en todo el mundo se está generando un cambio en la conciencia de las organizaciones, donde debido a las críticas de ambientalistas y personas a favor del cuidado del medio ambiente, se están empleando métodos más responsables para llevar a cabo sus gestiones, por ello la empresa KAIZEN COACH estará apegada al programa del Buen Vivir, en cuanto a las competencias laborables y pro excelencia, ya que se preocupa por cumplir con el desarrollo humano y social.

En Ecuador se ha impulsado el gasto social, la inversión y educación lo que se refleja en la mejora de las condiciones de vida de las personas. En la educación se está enfocando en desarrollar mejores competencias para mejorar la eficiencia y productividad, tanto en la empresa y el trabajador. Como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 9 Competencias educación



Elaborado por: Los autores

FACTORES TECNOLOGICOS:

Los cambios tecnológicos motivan a la gerencia a invertir para la capacitación. Hoy en día, las personas en todos los niveles de organizaciones están involucradas en capacitación formal y sobre todo si la tecnología avanza no pueden quedarse con conocimientos obsoletos, siempre hay que buscar irse actualizando con los cambios dinámicos del mercado

El programa de Coaching de Ventas propone mantener, mejorar y evaluar el desempeño actual en el trabajador mejorando sus competencias realizando un seguimiento de rendimiento para conocer y estar monitoreada su esta evolución. Se necesita aprender nuevas habilidades para mejorar sus técnicas siempre buscando llegar al corazón para crear más fidelización a nuestros clientes.

Gráfico 10 Desempeño del trabajador

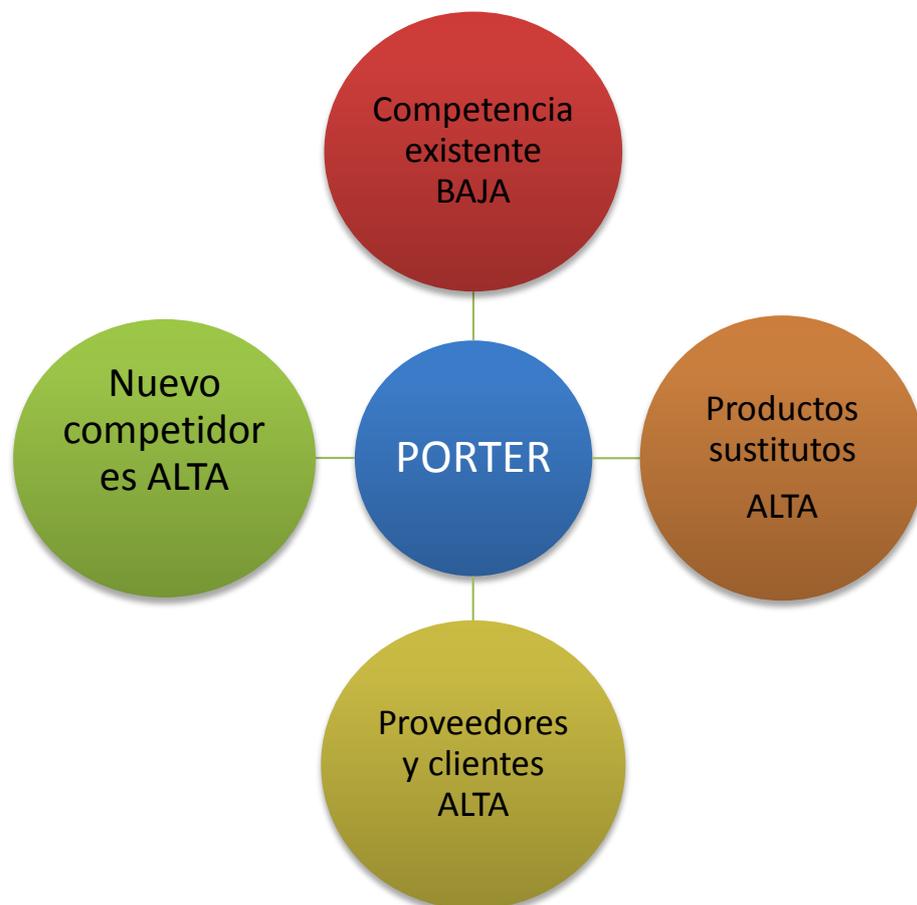


Elaborado por: Los autores

2.2. ANÁLISIS PORTER

El análisis de PORTE permite conocer desde el punto de vista local, como una empresa puede desempeñarse, tomando en consideración a la competencia que la rodea, los productos sustitutos que pueden perjudicar a la compañía, así como a los nuevos competidores, sin olvidar a los proveedores como parte esencial de la gestión de la empresa y el grado de afinidad que se tienen con estos para contar con su apoyo comercial.

Gráfico 11 ANALISIS PORTER



Elaborado por: Los autores

Amenaza de la competencia existente (BAJA):

Se puede mencionar actualmente que la competencia con otras organizaciones que ofrecen el servicio de Coaching en la urbe portuaria es BAJA, debido a un número reducido de estas en desarrollar esta actividad, y si a esto se le agrega la poca gestión promocional representa una ventaja ante (KAIZEN COACH), en temas de Coaching de ventas con el respaldo de

una institución superior. Este es un aspecto positivo que favorecerá a la empresa, ya que podrá competir para captar parte del mercado meta. Desarrollaremos un servicio diferenciador a través de ofrecer un servicio que posea un valor agregado y beneficios que exista poca competencia en el mercado, participación y rentabilidad para la empresa. **Esta realidad contrasta con la realidad de la ciudad de Quito, donde la competencia existente es alta, las empresas de Coaching y capacitación**

Amenaza de nuevos competidores (ALTA):

La amenaza de nuevos competidores es Alta considerando que el Coaching está de moda y actualmente existe mayor accesibilidad para certificarse como facilitador y obtener certificación de Coach, así mismo la expansión de este servicio a las demás plazas a nivel nacional.

Amenaza de productos sustitutos (ALTA):

La amenaza de productos sustitutos **es ALTA**, productos similares de capacitación y formación continua que reemplazaría enfocado a un programa de capacitación mas no por la **metodología a utilizar**; vale acotar que nunca está demás el desarrollo constante de estrategias, para lograr generar en los clientes metas una opción válida para su gestión comercial.

Poder de negociación de los proveedores (ALTA):

El poder de negociación de proveedores **es ALTA**, ya que contamos con el recurso humano disponible y necesario para abarcar la demanda actual y potencial, lo que incluye profesionales extranjeros como Menahem, Pepe Villasís, entre otros.

Poder de negociación de los clientes (ALTA)

El poder de negociación con los clientes **es ALTA** ya que hemos podido mantener una relación ganar – ganar, enfocados a seguimientos periódicos de control, con el servicio pos venta hemos mantenido nuestra cartera de clientes sin entrar a la fuga.

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

En el presente Plan de Negocio se realizará en base a una investigación a la parte exploratoria debido a la importancia de tener un referente de lo que público objetivo necesita, esto en cuanto a la existencia programas desarrollados directamente para Coaching para Vendedores. La modalidad de la investigación será de campo, mientras que el modelo cuantitativo es el más adecuado en cuanto a la actividad de esta empresa, debido a que será importante realizar encuestas a un determinado mercado, de las cuales saldrán las perspectivas de las mismas, luego de haber realizado el análisis de los datos representados por gráficos.

La población considerada para realizar la investigación pertinente, se menciona que serán las empresas que tenga una estructura comercial ubicada en la ciudad de Guayaquil la cual según datos de la secretaria técnica de capacitación y formación profesional, en el informe presentado con respecto son **572** las empresas que cumplan con esta características tomando en consideración que son generadoras de capacitaciones.

2.4. Selección del tamaño de la muestra

El cálculo de aplicación fue basada a la siguiente formula:

$$n = \frac{(Z^2 * p * q * N)}{(NE)^2 + Z^2 * p * q}$$

Cálculo de la muestra

Tabla 2 FORMULA DE LA ENCUESTA

FORMULA DE MUESTRA FINITA E INFINITA			
MUESTRA FINITA:			
z2 =	3,8416	PXQ=	0,25
P=	0,5		143
Q=	0,5	RESULTADO DE ARRIBA	549,3488
N=	572		
E2=	0,0025	PXQXZ2	0,9604
N-1=	571	E2XN-1=	1,4275
		RESULTADO DE ABAJO	2,3879

RESULTADO DE MUESTRA

230,0551949

Elaborado por: Los autores

Técnica de recolección de datos

Una vez determinado claramente el grupo objetivo en base a la muestra, se puede ratificar que el número de empresas participantes será de 230, es decir que se realizarán 230 encuestas considerando a las pequeñas y medianas empresas que demandan capacitación en la ciudad de Guayaquil y que tengan una estructura de ventas.

La encuesta fue realizada a cada uno del perfil elegido: personal de toma de decisiones sean estos: Supervisores, Jefes de Ventas, Gerente o afines que tengan una estructura comercial y sean nuestro mercado objetivo (pequeñas y medianas empresas). A continuación revisemos el formato de la encuesta realizada, bajo el sistema de Google, dirigidos a nuestros encuestados por medio de correo electrónico, páginas virtuales y accesos directos.

Tabla 3 Fórmula de la encuesta 1

KAIZEN COAH -ENCUESTA

Agradecemos a ud. unos minutos de su tiempo para llenar la presente encuesta, la misma que servirá como parte integral del proyecto de titulación de Gabriela Velasquez y Julio Aguirre para la obtención del título del tercer nivel de Ingeniería Administración en Ventas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

*Obligatorio

Datos personales :

NOMBRE: *

gabriela

CARGO: *

velasquez

"COACH (ENTRENAR) es un método que consiste en acompañar, instruir y entrenar a una persona o a un grupo de ellas, con el objetivo de conseguir alguna meta o de desarrollar habilidades específicas. Es el desarrollo de competencias a través de secciones individuales con un coach especializado.

Favor llenar con una X según corresponda :

1.-Según la actividad económica la empresa es:

- Comercial
- Servicio
- ManoFactura

2.-El número de colaboradores que cuenta su empresa es :

- Micro empresa (1 a 9 trab)
- Pequeña empresa (10 a 49 trab)
- Mediana Empresa (50 a 99 trab)
- Gran Empresa (100 o más)
- Otros:

Elaborado por: Los autores

Tabla 4 Fórmula de la encuesta 2

3.-Indique por favor la cantidad de empleados de su empresa. Tome en cuenta que la suma de ambos porcentajes de el 100% *

	0%	20%	40%	60%	80%	100%
A.-Personal administrativo y de venta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	0%	20%	40%	60%	80%	100%
B.-Personal de planta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4.-De los siguientes temas de capacitación califique del 1 al 5 , los de mayor relevancia .Para que su personal tenga conocimiento de las mismas. Donde 1 es lo mas importante y 5 menos importante

	1	2	3	4	5
Técnicas de Ventas	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Manejo de quejas y reclamos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Comunicación efectiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Trabajo en equipo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Liderazgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.-Conoce ud. acerca del coaching y sus alcances ?

- SI
- NO

Elaborado por: Los autores

Tabla 5 Fórmula de la encuesta 3

6.-Conoce ud. que entre los principales beneficios del coaching están incluidos en los temas indicados en el numeral 4.

- SI
- NO

7.-Su empresa destina presupuesto o beneficios para capacitación de su personal ?

- SI
- NO

8.-Conoce ud. que en el mercado ecuatoriano existe compañías de capacitación que desarrolla coaching empresarial ?

- SI
- NO

9.-Como responsable de la toma de decisiones de su compañía, que nivel de aval del coaching empresarial ud. Contrataria .

- UNIVERSIDADES
- COLEGIOS
- INSTITUTOS DE CAPACITACION

Enviar

100%: has terminado.

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)

Elaborado por: Los autores

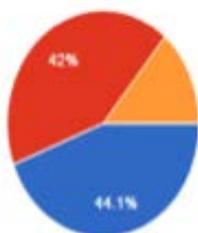
La encuesta fue realizada a cada uno del perfil elegido: personal de toma de decisiones sean estos: Supervisores, Jefes de Ventas, Gerente o afines que tengan una estructura comercial y sean nuestro mercado objetivo (pequeñas y medianas empresas).

2.5. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

En cuanto a la primera pregunta estructurada en la encuesta, se mencionan los siguientes datos: El 44,1% de las personas encuestadas respondieron que su actividad económica de la empresa es comercial, mientras que un 42% es de servicio y el 13,9% manufacturera, por lo tanto se resume que mayoritariamente su empresa es comercial.

Gráfico 12 Actividad económica

I.-Según la actividad económica la empresa es:

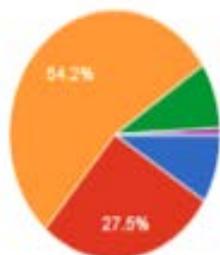


Comercial	105	44.1%
Servicio	100	42%
ManoFactura	33	13.9%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Gráfico 13 Número de colaboradores

2.-El numero de colaboradores que cuenta su empresa es :



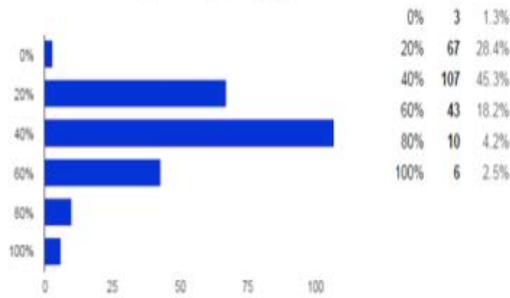
Micro empresa (1 a 9 trab)	21	8.9%
Pequeña empresa (10 a 49 trab)	65	27.5%
Mediana Empresa (50 a 99 trab)	128	54.2%
Gran Empresa (100 o más)	20	8.5%
Otro	2	0.8%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

En su mayoría de los encuestados cuentan entre 55 a 99 trabajadores representando el 54% del total de la muestra en donde se enfoca nuestro mercado meta de las pequeñas y medianas empresas la suma de estas representan el 81,7 %. La actividad económica de las empresas encuestadas representa el 44,1% en el ámbito comercial, siguiendo servicio con un 42% y manufactura, el peso por actividad se da en el enfoque estratégico de nuestro plan de negocio.

Gráfico 14 Personal administrativo de ventas

A.-Personal administrativo y de venta [3.-Indique por favor la cantidad de empleados de su empresa. Tome en cuenta que la suma de ambos porcentajes de el 100%]

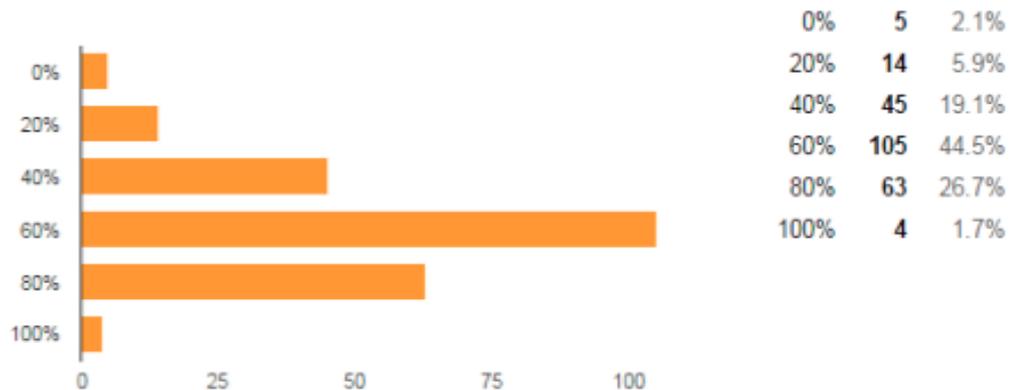


Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Si vemos por la distribución de áreas el 45,3% representa al personal administrativo y de ventas enfocado a este plan de negocio, es relevante estos valores porque son nuestros potenciales clientes.

Gráfico 15 Personal de planta

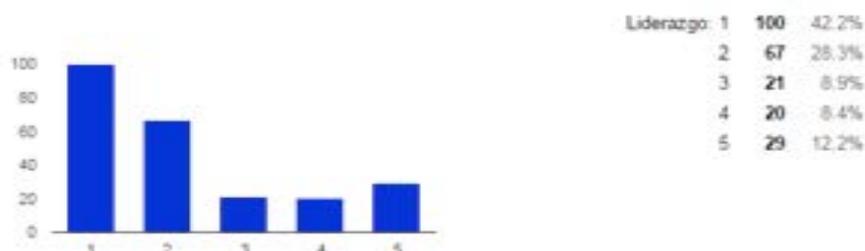
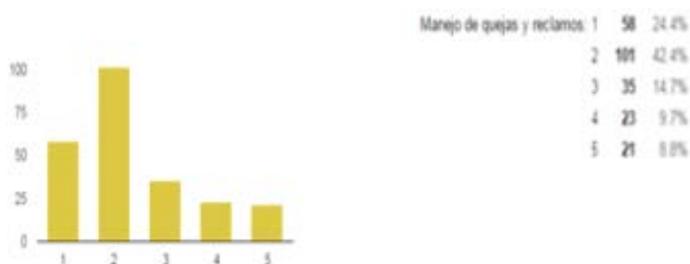
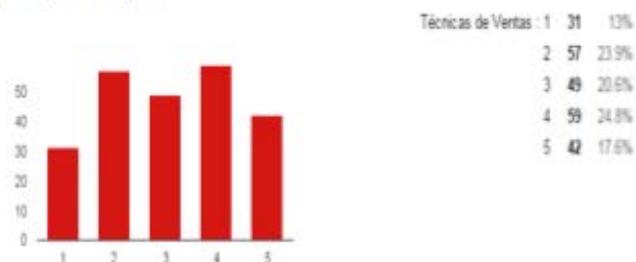
.-Personal de planta [null]



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Gráfico 16 Temas de capacitaciones

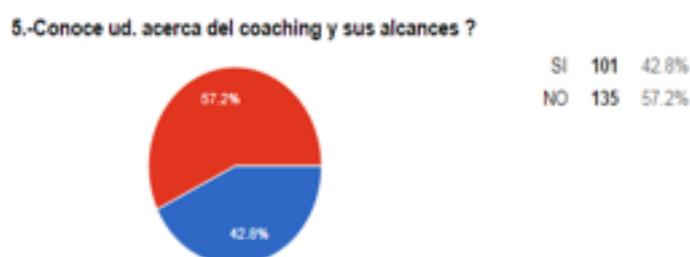
4.-De los siguientes temas de capacitación califique del 1 al 5, los de mayor relevancia .Para que su personal tenga conocimiento de las mismas. Donde 1 es lo menos importante y 5 mas importante



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

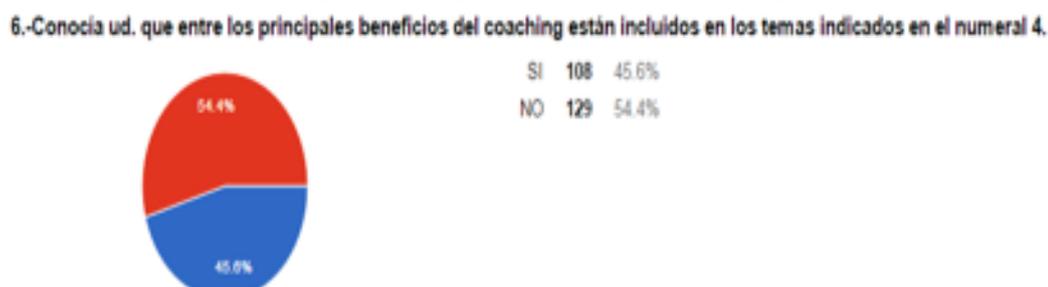
En su mayoría los encuestados se enfocan al trabajo en equipo y técnicas de ventas en donde se ve la necesidad de enfocarnos en estas competencias y técnicas enfocadas en el Coaching de Vendedores, alineados sin dudas al contenido del programa si se considera desde el indicador del 3 como medio a 5 más importante recae sobre estas competencias como las más esenciales para el desarrollo de nuestro proyecto.

Gráfico 17 Conocimiento sobre el coaching



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Gráfico 18 Temas relacionados

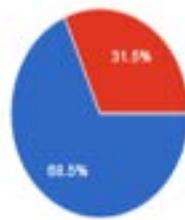


Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Como se ha demostrado la tendencia del coaching va en crecimiento hay esa curiosidad de conocer más de su metodología y con ella el realizar la comunicación exacta sobre los beneficios al adquirirla estamos frente a un grupo de encuestados que hay que interiorizar este nuevo concepto.

Gráfico 19 Presupuesto para capacitación

7.-Su empresa destina presupuesto o beneficios para capacitación de su personal ?



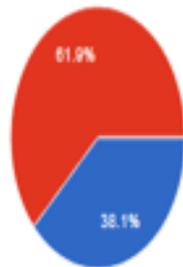
SI	163	68.5%
NO	75	31.5%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Las empresas de hoy en día están más interiorizadas en capacitar al personal, en entregarles las herramientas necesarias para que sean más competentes y mejoren continuamente, el 68,5% de los encuestados cuentan con el presupuesto para destinarlo en capacitaciones.

Gráfico 20 Conocimiento del mercado

8.-Conoce ud. que en el mercado ecuatoriano existe compañías de capacitación que desarrolla coaching empresarial ?



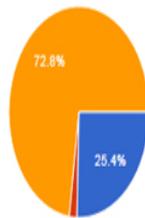
SI	90	38.1%
NO	146	61.9%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Los autores

Es una oportunidad de hacernos conocidos en el ámbito del Coaching empresarial, especializados en la formación de vendedores para su mejoramiento continuo, en donde el 61,9% de los encuestados no conocen compañías de especialización nos permite reforzar nuestros recursos para el debido posicionamiento requerido.

Gráfico 21 Nivel de aval que contrataría

9.-Como responsable de la toma de decisiones de su compañía, que nivel de aval del coaching empresarial ud. Contrataría .



UNIVERSIDADES	43	51,5 %
COLEGIOS	3	18 %
INSTITUTOS DE CAPACITACION	123	30,5 %

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Los autores

2.6. CONCLUSIONES

Con estos datos obtenidos en la encuesta realizada a 233 personas de diferentes tipos de organizaciones en la ciudad de Guayaquil, podemos indicar que tenemos como respaldo que existe una mercado latente de promover y trabajar donde las competencias como mejoramientos de técnicas de ventas, y trabajo de equipo son relevantes para la compañía, esto son duda complementa y continua en el proceso de evaluación del plan de negocio que se ha estructurado.

Los encuestados tienen este interés de conocer más allá de que no es mito sino una realidad el concepto llamado "Coaching".

CAPÍTULO III: PRODUCTO O SERVICIO

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.

Básicamente el producto que brindará (KAIZEN COACH), en este Plan de negocios para elaboración y diseño de un plan de coaching para vendedores, está considerada como una actividad planificada y permanente, cuya finalidad preparar y desarrollar el talento y desarrollo de las personas, integrar el talento y al proceso comercial mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para mejorar sus competencias orientadas hacia el mejor desempeño de todos los colaboradores en los diversos niveles jerárquicos y posiciones en el área de ventas y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno y del momento.

Las organizaciones son el resultado de lo que hagan o dejen de hacer quienes la conforman y cada individuo tiene algo que aportar para convertir el conocimiento personal en cada una de las organizaciones, es necesario promover un ambiente sano que fomente el dialogo, la discusión, la observación y la experimentación desde la alta gerencia hasta el vendedor más junior.

Gráfico 22 Proceso de preparación de las personas



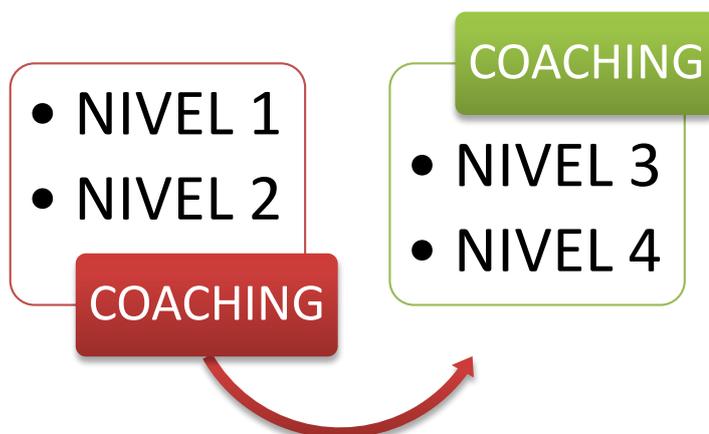
Fuente: KAIZEN COACH

Metodología

- Cada nivel contara con su módulo informativo detallando el contenido teórico y práctico que se impartirán.
- Se utilizaran dinámicas y material audio visual de respaldo a la teoría impartida.
- Coaching individual y grupal para medir sus destrezas y habilidades en el campo de ventas.
- Seguimiento y control en el campo y mediciones de desempeño.

Como análisis previo se realizara una evaluación 180 grados para calificar a la fuerza de ventas a que nivel se recomienda iniciar, esto será basado a sus competencias laborales, funciones y resultados obtenidos. Cada nivel se construye basado a las necesidades de cada cliente.

Gráfico 23 Niveles de coacing



Elaborado por: Los autores

CARACTERISTICAS:

Horario: A definir por el cliente.

Duración: 70 horas el programa completo

Mes de inicio: A definir por el cliente.

Mes de término: Al cumplir las horas establecidas.

Formas de pago: Efectivo, cheque o tarjeta.

Garantía: Certificado Académico respaldada por la carrera de Administración de Ventas de la Universidad Católica de Guayaquil.

Otros servicios: Cursos especiales y personalizados para empresas.

NIVELES DE ENTRENAMIENTO COACHING PARA VENDEDORES NIVEL 1

Objetivos generales de nivel 1:

- Conocer los principios básicos del profesional de ventas como actividad directamente relacionada al enfoque de resultados corporativos.
- Conocer y reforzar las funciones del profesional de las ventas, la proyección de imagen que en el mercado y análisis de sus competencias y destrezas impartidas en su rol.
- Tener un primer contacto con las habilidades requeridas para hacer un comercial estrella.
- Capacitar en la adecuada investigación de necesidades, expectativas del cliente.
- Establecer la importancia de la argumentación, como clave de éxito de la venta junto a las necesidades del mercado.
- Conocer los aportes y beneficios de la tecnología en su aplicación al terreno comercial.
- La importancia del seguimiento y control de la cartera de nuestros clientes.
- Convertir tiempo muerto en tiempo productivo.

Los temas centrales en este primer módulo son:

- Productividad y desarrollo
- Liderazgo transformacional
- Planeación y acción de cambio
- Refuerzo de técnicas de ventas y negociación

A continuación en el grafico se establecen los pilares del programa mensual nivel 1, coaching para vendedores.

Gráfico 24 Pilares del programa mensual nivel 1, coaching para vendedores



Elaborado por: Los autores

NIVELES DE ENTRENAMIENTO COACHING PARA VENDEDORES NIVEL 2

OBJETIVO DEL NIVEL 2:

Conducir eficazmente una entrevista de ventas, en particular y una relación comercial.

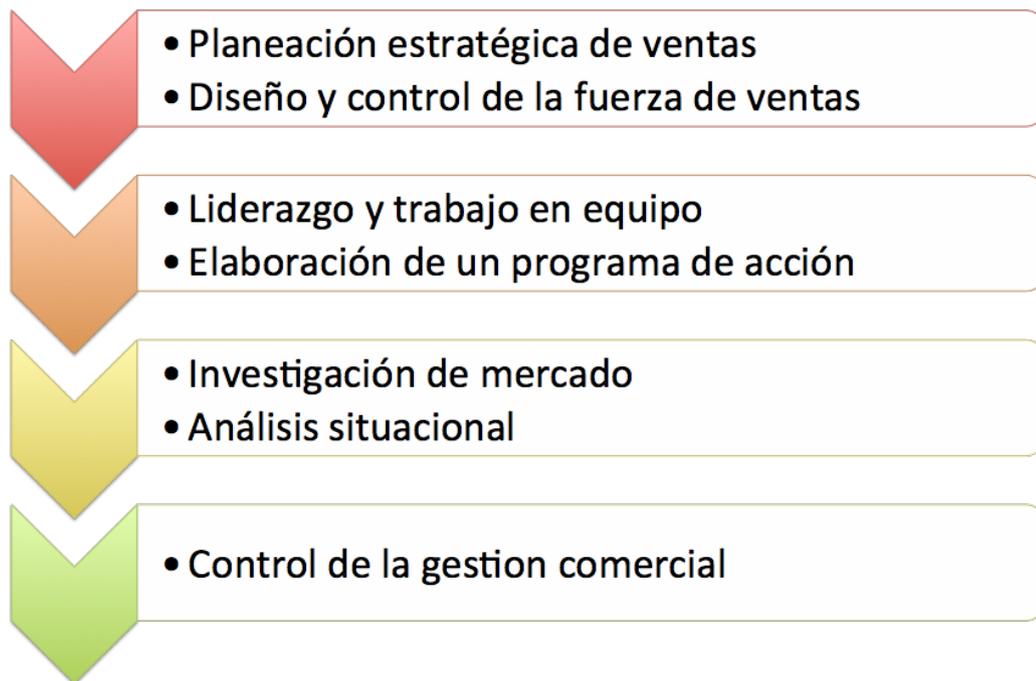
- Contar con conocimientos y destrezas en el campo psicológico en el campo de las ventas.
- Disponer de herramientas adecuadas para enfrentar el campo de ventas difíciles.
- Conocer los principios prácticos y fundamentales de ventas.
- Conocer las fases de la negociación comercial.
- Establecer protocolos de atención comercial.
- Disponer de herramientas y habilidades con las que se afrontan las ventas difíciles.
- Trabajar sobre las fases u habilidades a desarrollar durante la negociación comercial.

Los temas centrales en este segundo módulo son:

- Planeación estratégica de ventas

- Diseño y control de la fuerza de ventas
- Liderazgo y trabajo en equipo
- Elaboración de un programa de acción
- Investigación de mercado y análisis
- Control de la gestión comercial

Gráfico 25 Pilares del programa mensual nivel 2, coaching para vendedores



Elaborado por: Los autores

NIVELES DE ENTRENAMIENTO COACHING PARA VENDEDORES

NIVEL3

OBJETIVO DEL NIVEL 3:

Especializar la gestión comercial por tipología del cliente.

Establecer las pautas para el tratamiento de clientes importantes.

Profundizar en la psicología de las ventas como medio del éxito de la misma.

Determinar la importancia en trabajar el campo de los sentidos y los sentidos en la atención de ventas

Desarrollar habilidades para la dirección de equipos de trabajo de alto rendimiento comercial.

Los temas centrales en este tercer módulo son:

- Dirección y empoderamiento de tu ser y el arte de la ejecución estratégica
- La importancia de la comunicación comercial
- Manejo de reuniones efectivas
- Coaching y mentoring para vendedores

Gráfico 26 Pilares del programa mensual nivel 3, coaching para vendedores



Elaborado por: Los autores

NIVELES DE ENTRENAMIENTO

NIVEL 4

Que consiste en la evaluación integral de todo, aquí se elaboran evaluaciones de desempeño cuantitativas y cualitativas que permitirán al equipo de ventas conocer su gestión valorada en las competencias requeridas para la empresa.

OBJETIVO DEL NIVEL 4:

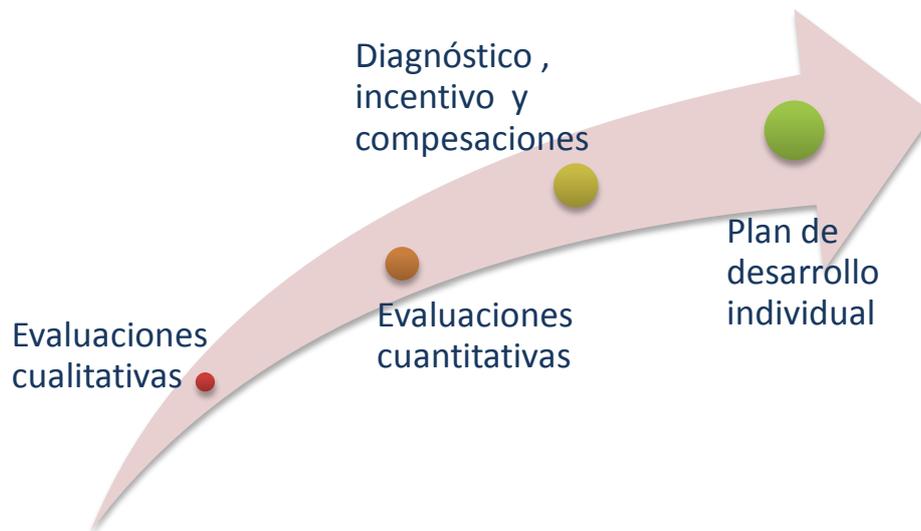
Verificar el cumplimiento de los objetivos y los estándares individuales en cuanto a productividad, cantidad y calidad del trabajo sobretodo el cumplimiento de las directrices entregadas en el Coaching para vendedores.

- Medir y determinar con precisión el rendimiento de los trabajadores y sobre esa base asignar bonificaciones e incentivos (se ajusta a los planes de incentivos, si no posee se propone una tabla de compensaciones).
- Reforzar el uso de los métodos de evaluación como parte de la cultura organizacional.
- Mejorar la relación superior y subordinado, al verificar el desempeño individual.
- Prever información de retroalimentación para mejorar el comportamiento laboral de los trabajadores.

Como valor agregado y dentro de la estrategia comercial, se realizara el levantamiento de información individual de cada participante, facilitando al cliente un programa de desarrollo individual donde se reforzara las competencias individuales alineándolos a la filosofía corporativa, donde se ve oportunidades para ese empleado para mejorar sus competencias y así el encargado de recursos humanos no tendrá que enfrentarse directamente con el colaborador, ese trabajo lo realizaremos y será de mejor apertura de un tercero.

Veamos el flujo de este proceso:

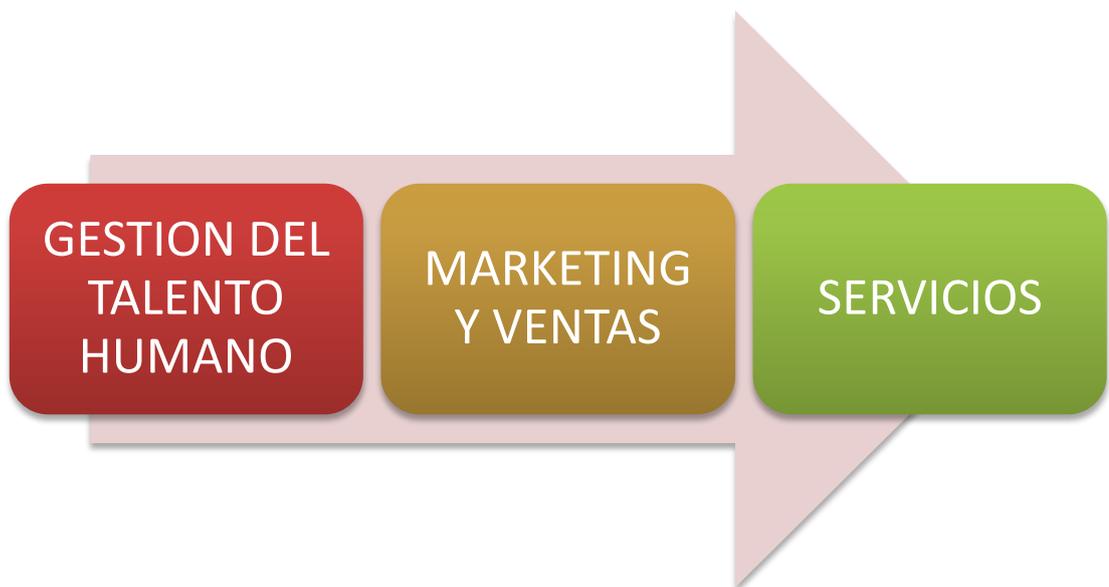
Gráfico 27 Evaluación



Elaborado por: Los autores

3.2. CADENA DE VALOR

Gráfico 28 Cadena de valor



Elaborado por: Los autores

La cadena de valor para KAIZEN COACH, inicia con el ordenamiento de la infraestructura organizacional a la que servirá, donde además se desarrollará un lineamiento a seguir por parte del talento humano, el cual tendrá que desenvolverse con recursos diversos para llevar a cabo la gestión de las tareas de la empresa.

La cadena de valor estará presente en:

Infraestructura empresarial:

Toda organización que se desenvuelve en el mercado, y desea proyectarse eficazmente en su rama comercial debe disponer de un espacio físico óptimo, en este caso requerir del mejoramiento del espacio necesario para el apoyo de cada vendedor online y sala de ventas en donde se recibirán clientes y participantes en la sala llamada: **Mejora continua**, en esta infraestructura se promocionara talleres cortos de ventas y así mismo estarán asignados un personal administrativo y el holding de servicios.

Gráfico 29 Planeación de talleres cortos de ventas



Fuente: KAIZEN COACH

Gestión de talento humano:

El talento humano varios expertos lo catalogan igual de importante como el mismo producto que una empresa ofrece, ya que es a través de este, que la empresa genera su primer acercamiento al cliente, sin embargo, de nada sirve enviar al personal al mercado a vender, si estos no cuentan con la preparación adecuada para desarrollarse la gestión de venta. Es ahí, donde surge la importancia de generar en el talento humano, las herramientas necesarias como el conocimiento del trato al cliente, del producto, de los competidores que permitirán que el talento humano se desarrolle de mejor manera en el mercado.

El reclutamiento y selección de personal de KAIZEN COACH, debe de estar adecuado para el puesto de trabajo para desarrollar las correctas tareas y deberes que deben cumplir, el saber encontrar a quienes aseguren el mejor funcionamiento posible del Coaching de ventas.

Se realizaran 3 fases en el proceso de selección de personal:

1.- FASE PREVIA:

Descripción del puesto de trabajo.

Elaboración del perfil.

Reclutamientos de los candidatos.

Preselección a través de los curriculum vitae.

2.- FASES CENTRALES:

Entrevista.

Comprobación de referencias.

Toma de decisiones.

3.- FASES FINALES:

Adscripción al puesto de trabajo.

Formación y adiestramiento.

Evaluación del periodo de prueba y seguimiento.

Contratación prestación de servicios.

Marketing y ventas: Todo lo concerniente al marketing y las ventas en sí, abarcan la realización de múltiples estrategias promocionales y de comercio plan coaching para vendedores. Estimularemos o fomentaremos la compra o venta de un producto o servicio mediante incentivos de corto plazo. De esa manera se complementa las acciones de publicidad y se facilita la venta personal.

Una de las estrategias a utilizar para estimular el interés de nuestros potenciales clientes es él envió de correos masivos al encargado de Recursos Humanos y personal que tenga la facultad de tomar la decisión

dentro de la organización. En el flyer virtual se envía sección de cortesía de coaching grupal en el cual basado a esa reunión obtenemos información relevante para armar el plan de desarrollo organizacional.

Gráfico 30 Flyer de cortesía

Ingresar A:
www.KaizenCoach.ec

KaizenCOACH
Entrenamiento Empresarial
www.KaizenCoach.ec

Y Solicita tu sesión de Cortesía

Estimado (a),

Un gusto saludarle y gracias por tu interés, te invito que visites nuestra página **WWW.KAIZENCOACH.EC** coach de negocios y de personas que se especializa en temas de atención al cliente, actitudinario, recursos humanos, comercialización, entre otros. También apoyamos a las organizaciones en el establecimiento de una gestión del personal a través del desarrollo de sus competencias.



- ✓ Coaching para directivos y ejecutivos de empresas
- ✓ Capacitación, cursos y talleres de entrenamiento in company
- ✓ Coaching a dueños de negocios
- ✓ Dirigido a propietarios, socios de empresas familiares y unipersonales

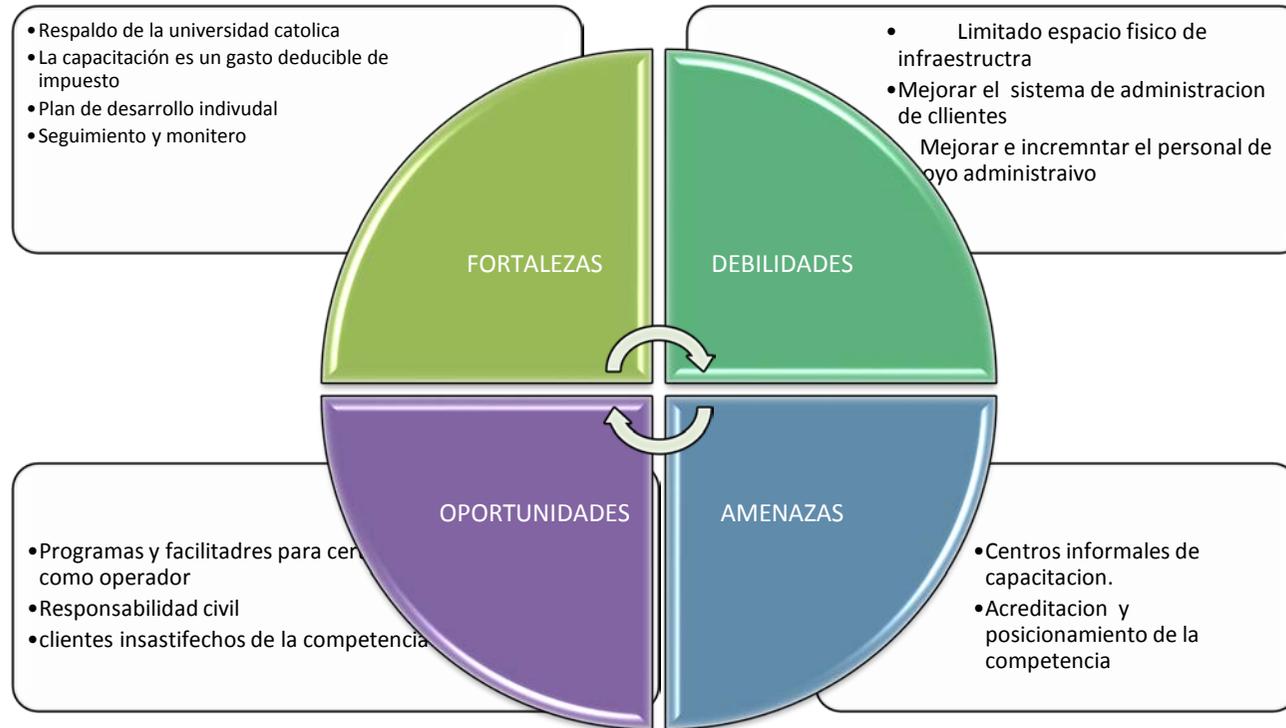
Fuente: KAIZEN COACH

Al ingresar nuestros clientes interesados en la página de KAIZEN COACH, nos aporta al dinamismo de la página y por lo tanto al posicionamiento de los buscadores, herramienta esencial para la captación de nuevos clientes.

Servicio: En el proceso de servicio, se incluye el servicio post-venta que se proporcionara a las empresas generadoras del servicio, como lo es el Plan de desarrollo individual a cada uno de los colaboradores participantes en el desarrollo del programa, en el cual una persona externa le resuelve el temor del enfrentarse al empleado donde se realizara evaluaciones trimestrales, donde nos enfocaremos a su gente para mejorar el desarrollo y fortalecer las competencias.

3.3. FODA

Gráfico 31 FODA



Elaborado por: Los autores

3.4. CAME

Tabla 6. CAME

OPORTUNIDADES		FO	DO
01	Programas y certificaciones como facilitador Setec impulso dentro de la matriz productiva	F1-02-09	D1-01-02-011
02	Investigación y desarrollo en las competencias laborales, impulso del turismo atención al cliente y ventas		
03	Responsabilidad Social para las empresas en el sistema de proexcelencia.		
04	Captación de nuevos clientes por otros medios mkt relacional y personalizado	F4-F11-010	D2-04-05-08
05	Desarrollo de nuevos productos personalizados		
06	Creación de leyes para mejora capacitación del personal y en general(LEYES)	F1-F4-07	
07	Desarrollo de módulos de la malla de la UCSG		
08	Captar nuevos mercados fuera de la plaza de la ciudad de Guayaquil	F8-08-05	
09	Cultura e incentivo al desarrollo de competencias laborales a través de la capacitación		
10	Amplio mercado con servicios insatisfechos	F2-04	
11	Apertura al sistema financiero, basado al buen comportamiento crediticio		
AMENAZAS		FA	DA
A1	Posicionamiento de la competencia	F1-F3-F5-F10-A1	D3-A1
A2	Entidades que acrediten como coaching		
A3	Centros informales de capacitación y de coaching		
A4	Cambios de leyes que afecten directamente al servicio	F11-A4	
A5			
A6			

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO IV: PLANES ESTRATÉGICOS

4.1. PLAN DE VENTAS

4.1.1. FUERZA DE VENTAS

Según (Porter & Lane, 2010, pág. 618), “Las estrategias de ventas que adopte la empresa tendrán impacto sobre la estructura de la fuerza de ventas”.

Tomando en referencia lo expuesto por Kotler y Lane (Porter & Lane, 2010), para este caso el plan de negocios de Coaching para vendedores que ofrecerá un servicio personalizado a las pequeñas y medianas empresas, cuyos clientes se encontraran sectorizados en diferentes zonas de la ciudad de Guayaquil, se requerirá de una organización por barrido de zonas de la fuerza de ventas.

Si lo que se busca es lograr el éxito en el mercado con el servicio Coaching para vendedores, es recomendable tener presente que el conocimiento que se obtenga de expertos, para poder reconocer sus verdaderas necesidades de los clientes metas, será la clave para así entregar un producto especializado.

Gráfico 32 Logo tipo de la empresa



Fuente: (KAIZEN COACH, 2015)

Para lograr la eficiencia en las ventas se deberá entregar un servicio diferenciador con una alta calidad de contenido basado al desarrollo de la temática del coaching de ventas. Por lo tanto, se trabajara directamente con el equipo de Coaching de ventas para ofertar el producto y un apoyo de un grupo de vendedores que abarcaran nuevos clientes que serán especialmente capacitados sobre el manejo de productos, técnicas de ventas y negociación, adicionalmente cuentan con los recursos o materiales necesarios para su desarrollo y captación a nuestros potenciales clientes

4.1.2. PROMOCIONES DE VENTAS

Las promociones de ventas son consideradas con una de las estrategias más fiables de una empresa, por ello estas promociones se consideraran como parte de la pre-venta, las cuales se determinan con la finalidad de incrementar las ventas de vamos a impulsar campañas basadas a las conferencias gratuitas y virtuales de ciertos temáticas para despertar el interés de los potenciales clientes, que motiven la apertura de conocer nuestros servicios de Coaching,

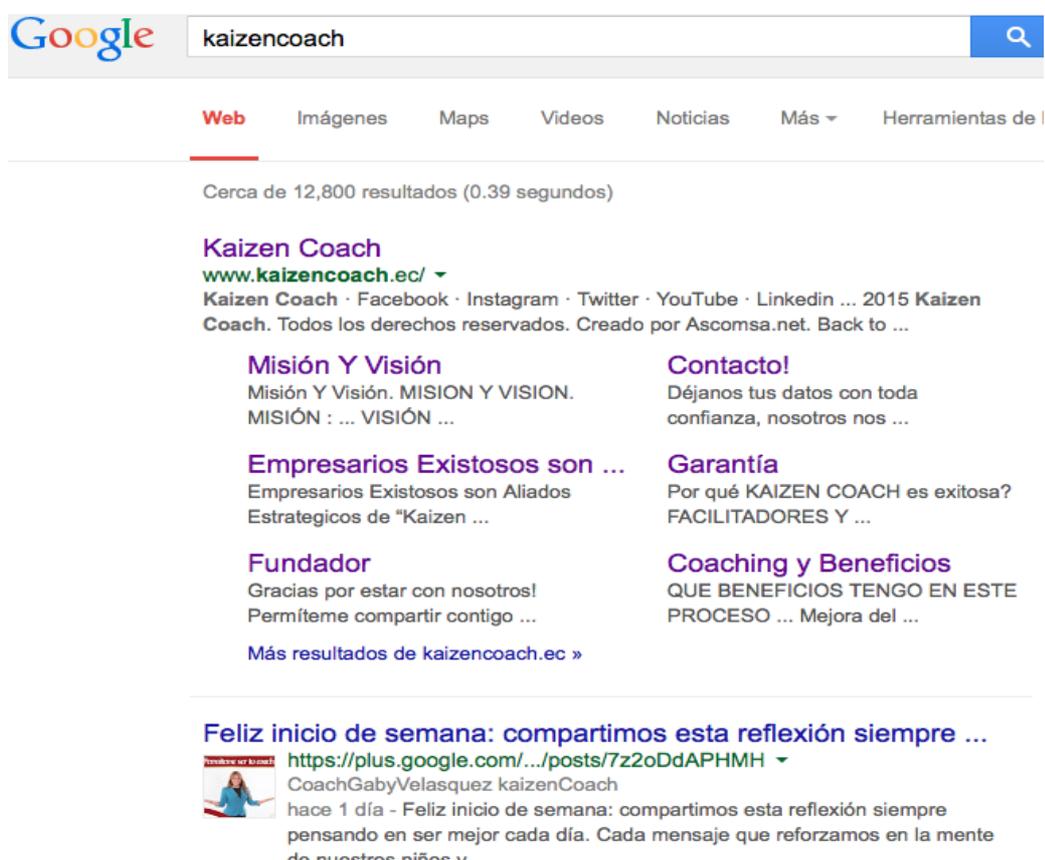
El Programa de Promoción de Ventas debe de considerar Internet como una plataforma más, se promoverá la interacción en línea para ampliar las dudas del servicio y mejorar las relaciones con nuestros clientes, de manera que las promociones y los servicios deben hacerse extensivas a través de este canal, cuando sea posible.

Las redes sociales son una gran base para la comunicación estratégica y relacional con nuestros clientes en donde ellos pueden acceder en línea y conocer más de nuestros productos, así mismo nosotros adquirimos información relevante de nuestros clientes, lo mismo que nos permite alimentar el programa de administración de clientes para conocer más sus gustos y preferencias.

Posicionamiento e interacción Google.

Así mismo como parte del servicio, el beneficio del ahorro en las próximas secciones de coaching con un cupón de descuento. Parte del posicionamiento y servicio para los clientes, se emplean redes sociales y buscadores dentro de la categorías: capacitación, coaching, entrenamientos, esto permite tener acceso a mas cliente y es parte de los servicios con la plataformas KAIZEN COACH.

Gráfico 33 Presencia de la empresa en los motores búsqueda



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 34 Cuenta de KAIZEN COACH en Google



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 35 Página web de KAIZEN COACH



Fuente: KAIZEN COACH

Redes sociales, seguidores y comunicación en línea. Respaldo y testimonios de los mismos clientes.

Gráfico 36 Cuenta de KAIZEN COACH en Facebook



Fuente: KAIZEN COACH

INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Se propondrá a las empresas un programa continuo para los colaboradores basado a un plan de desarrollo individual y corporativo para lo cual KAIZEN COACH, presentara a la alta gerencia programas de capacitación grupales, identificando previamente las necesidades comunes en ellos y la presentación del plan de desarrollo personal a cada uno de los empleados.

El impacto que se obtengan de las promociones de ventas, basadas a la investigación de mercado directamente influenciará en el aumento tanto de la rentabilidad por las ventas, así como gracias a la captación de una cartera de clientes permitirá lograr fidelizarlos con buenas gestiones comerciales. A continuación las estrategias a utilizar.

Conferencias abiertas: Como promoción de ventas se realizaran conferencias abiertas con el propósito invitar por medio de pases de cortesía al personal encargado de RRHH y la parte COMERCIAL con la finalidad de captar al mayor número de interesados posibles para así posterior a este evento dejar el interés cautivo del participante para luego ofrecer los programas de Coaching continuos de ventas.

Al inscribirse al terminar el evento tendrán un programa continuo de Coaching de ventas con un descuento especial por la inscripción en ese momento, también se ofrecerá a nuestros clientes la opción de pronto pagos en la inscripción del programa anual de capacitación con el detalle de las competencias a desarrollarse.

4.1.3. POLÍTICAS DE PEDIDOS

Es responsabilidad del personal de ventas ingresar las solicitudes o pedidos de capacitación de los clientes, donde se determine el tipo de necesidades un DNA (diagnóstico de necesidades actuales), en el cual se personaliza el programa enfocado al objetivo empresarial del cliente, tienen que ser un conceso de la directora de la empresa y acuerdos de levantamiento de servicios.

4.1.4. POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZAS

Debido a las exigencias de un mercado cambiante, la forma de pago podrá darse tanto con tarjetas de crédito (Visa, MasterCard, American Express), sí como a través de efectivo, transferencias bancarias y cheques, sin olvidar los beneficios por pronto pago.

Será importante garantizarle a la empresa que contrate los servicios de (KAIZEN COACH), no proveerá información de los clientes a otras organizaciones, como parte de la garantía y confidencialidad que se brinda. Se firma un contrato de confiabilidad de los datos proporcionados en el proceso del Coaching para ambos casos.

Se requiere del personal calificado en la cobranza que revise periódicamente la política y el procedimiento a seguir. Dentro de las políticas de crédito y accesibilidad para nuestro cliente existe la política de pronto pago adicionalmente nuestros clientes están segmentados basado a su calificación será enfocada su gestión de cobranza y acuerdo de pagos.

PLANES DE PAGO

A las empresas interesadas se les ofrecerá planes de pronto pago por la inscripción de los programas anuales y beneficio de ahorrar en los programas por pagos de anticipación del **40%** del valor del programa. El beneficio para el cliente del pronto pago basado a un programa completo anual.

4.1.5. GARANTÍAS

Como garantía principal se considera el brindarle respuestas factibles tanto a los clientes reales, como a las empresas potenciales, y esto mediante el respaldo de los módulos o contenido académicos avalados por la Universidad y los programas de certificación de la SENESCYT.

4.1.6. POLÍTICAS DE VENTAS INTERNAS

En cuando a este aspecto, (KAIZEN COACH), dispone de un área en la cual los clientes (empresa) podrán reunirse con un representante, llevándose a

cabo un momento favorable para entablar una comunicación sobre los requerimientos de la empresa cliente. Vale acotar, que la comunicación con los clientes será primordial, con lo cual se busque generar relaciones beneficiosas, además se dispondrá de alertas automatizadas que permitan conocer cuando un cliente este en fuga así mantener siempre la comunicación este sistema lo hemos determinado máquina de clientes.

4.2. RELACIÓN CON LA MERCADOTECNIA

4.2.1. PRODUCTO

En este caso razón social de la empresa (KAIZEN COACH, 2015), trabajará con la razón social a nombre de GABRIELA VELASQUEZ nombre comercial KAIZEN COACH., destinada a proveer servicios de Coaching para vendedores. Con la finalidad de hacer más fuerte el nombre de la empresa en el mercado será necesario disponer de estrategias que contribuyan a generar un Top Of Mind de la imagen corporativa de la empresa, como una imagen propia como coach. El mismo que se diseñaron los elementos gráficos y de identidad corporativa para ambas que incluyen el logotipo de la empresa, firma de coach, tarjetas de presentación, factura, hoja membretada, entre otras piezas gráficas.

Gráfico 37 Visita Nuestra página:



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 38 LOGOTIPO



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 39 Tarjeta de presentación



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 40 Tarjeta de presentación



Fuente: KAIZEN COACH

Desarrollo de producto (Servicio) El servicio que prestara la empresa KAIZEN COACH, se basa en un plan de Coaching para vendedores y todo el personal a fines que toma decisiones en esta área.

4.2.2. PRECIO

Debido a que se trata de una empresa relativamente nueva se realizara un mejoramiento de la marca KAIZEN COACH, para esto, la estrategia a emplearse para el servicio que KAIZEN COACH brindará será de penetración debido a que se pretende llegar rápidamente a los potenciales clientes para brindarle todo el asesoramiento que requieren para el mercado. Realizar la tabla de precios módulos por separado y completos con pronto pago y descuento. Incluir el valor por los módulos completos e individuales.

4.2.3. PLAZA

La empresa KAIZEN COACH. Está ubicada en Bálsamos 108 y Laureles, dirección considerada muy estratégica con lo que se desea lograr los puntos referenciales de captación y comercialización en toda la Ciudad de Guayaquil, además está cerca del sector comercial de las pequeñas empresas, potenciales clientes.

Gráfico 43 Lugar de la empresa



Fuente: Google Maps

4.2.4. PROMOCIÓN

Para la promoción de nuestra marca se hará uso de medios de publicidad, redes sociales y anuncios, también a los clientes como parte de recordatorio de nuestra marca se les entregara a la finalización de cada Coaching unos vasos personalizados con su imagen y de la empresa.

Gráfico 44 volantes

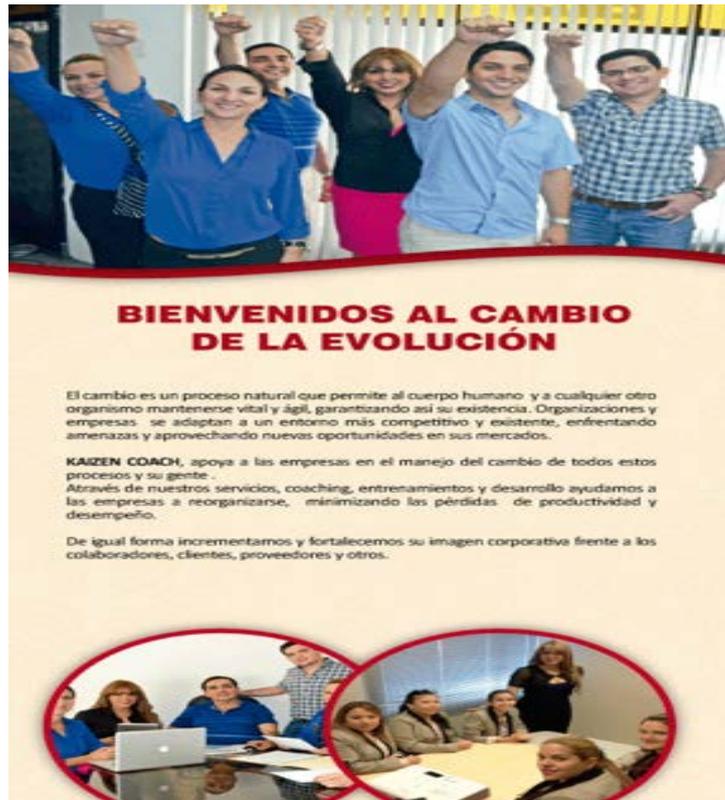


Fuente: KAIZEN COACH

Revista In Venta: Como medio publicitario se trabajara con anuncios en la revista empresarial IN VENTA, dirigida a todas las empresas con estructura comercial con lo que se podrá transmitir el mensaje al segmento de mercado de clientes meta. La revista In Venta está enfocada a entregarlos al personal comercial que toma decisiones y el personal de recursos humanos.

BTL: Los medios btl, son más empleados cuando se desean dirigir tanto servicios o productos a un público más específico y segmentado, por estos se le entregaron dípticos y catálogo de nuestro producto, así mismo de manera física y virtual

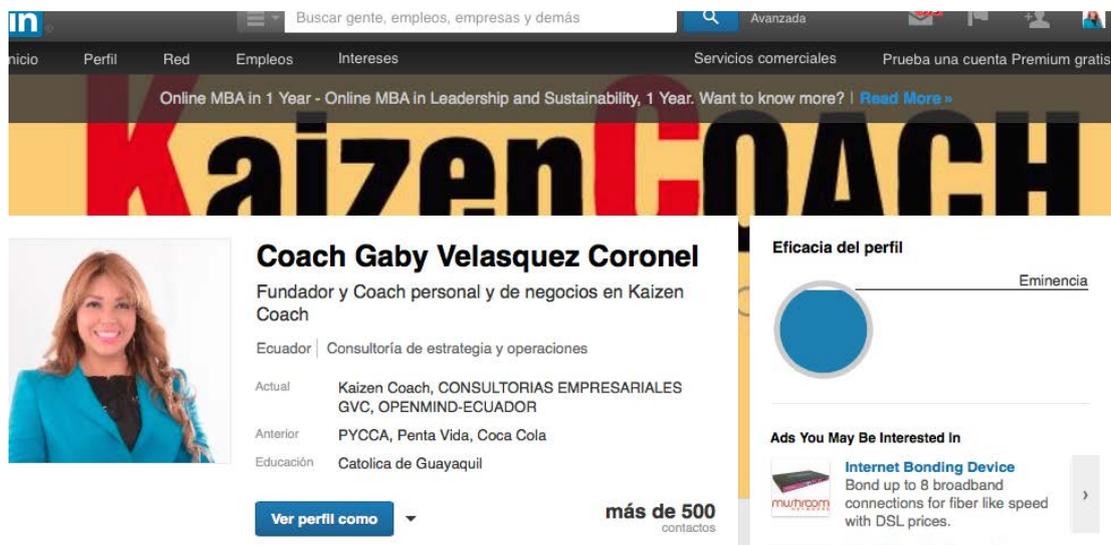
Gráfico 45 Volante



Fuente: (KAIZEN COACH, 2015)

OTL: De los medios OTL a emplearse principalmente se usaran las redes sociales, ya que son las que actualmente generan un impacto directo en las personas específicas, hacia las que una organización se quiere direccionar.

Gráfico 46 Página web



Fuente: KAIZEN COACH

Gráfico 47 Redes sociales

KaizenCOACH

Entrenamiento Empresarial

Inicio

Contacto!

DIRECCIÓN

**Balsamos 108 y Laureles.
Urdesa Central**

Telf. 593 – 0995667226
email: info@kaizencoach.ec

 CoachGabyVelasquez kaizenCoach subió • publicó Hace 4 meses.

TODO SE PUEDE CON AMOR..

 **CAPACITACIONES KAIZENCOACH V1**
de CoachGabyVelasquez kaizenCoach
Hace 4 meses. • 15 vistas
TRABAJO EN EQUIPO-ACTITUD POSITIVA-LIDERAZGO-MEJO CONTINUS

 CoachGabyVelasquez kaizenCoach subió • publicó Hace 4 meses.

Te invitamos que veas nuestros programas

 **CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE**
de CoachGabyVelasquez kaizenCoach
Hace 4 meses. • 14 vistas
CULTURA
COMPROMISO...

 CoachGabyVelasquez kaizenCoach subió • publicó Hace 4 meses.

Momentos de KAIZENCOACH

 **Ultimas novedades**
de CoachGabyVelasquez kaizenCoach
Hace 4 meses. • 15 vistas
Realicé este video con el Creador de presentaciones de diapositivas de YouTube (<http://www.youtube.com/upload>).

Fuente: KAIZEN COACH

CAPITULO V: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1. Determinación de la inversión inicial

Tabla 7 Inversión inicial

TOTAL INVERSION INICIAL		
Inversión en Activos Fijos	\$	108.500,00
Capital de Trabajo	\$	8.657,47
Activos Diferidos	\$	16.500,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$	133.657,47

Elaborado por: Los autores

Tabla 8 Inversión capital de trabajo

INVERSION CAPITAL DE TRABAJO		
Costos Variables	\$	1.096,25
Sueldos, servicios básicos, mes cero	\$	7.561,22
TOTAL	\$	8.657,47

Elaborado por: Los autores

5.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 9 fuentes de financiamiento

Financiamiento de la Inversión		133.657,47
Recursos Propios	53.462,99	40%
Recursos de Terceros	80.194,48	60%

Elaborado por: Los autores

5.3. Presupuesto de ingresos y costos

Tabla 10 Presupuesto de ingreso

PROYECCIONES MES A MES DE AÑO 1													
CICLO DE ESTACIONALIDAD	5%	6%	7%	7%	7%	8%	8%	9%	9%	10%	12%	12%	100%
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
EN UNIDADES	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	6	6	48
EN DOLARES COSTOS	\$ 7.488,00	\$ 8.985,60	\$ 10.483,20	\$ 10.483,20	\$ 10.483,20	\$ 11.980,80	\$ 11.980,80	\$ 13.478,40	\$ 13.478,40	\$ 14.976,00	\$ 17.971,20	\$ 17.971,20	\$ 149.760,00
EN DÓLARES VENTAS	\$ 9.360,00	\$ 11.232,00	\$ 13.104,00	\$ 13.104,00	\$ 13.104,00	\$ 14.976,00	\$ 14.976,00	\$ 16.848,00	\$ 16.848,00	\$ 18.720,00	\$ 22.464,00	\$ 22.464,00	\$ 187.200,00

Elaborado por: Los autores

Tabla 11 Proyección de ventas en 5 años

PROYECCIÓN VENTAS EN 5 AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
PROYECCION % CRECIMIENTO		5%	5,0%	5%	5,0%
	\$ 187.200,00	\$ 196.560,00	\$ 206.388,00	\$ 216.707,40	\$ 227.542,77

Elaborado por: Los autores

5.4. Factibilidad financiera

Tabla 12 Factibilidad financiera

	2014	2015	2016	2017	2018
SOLVENCIA					
Endeudamiento del Activo					
Pasivo	\$ 91.575,41	\$ 68.681,56	\$ 45.787,71	\$ 22.893,85	-\$ 0,00
Activo	\$ 181.239,91	\$ 215.084,09	\$ 268.328,10	\$ 323.999,16	\$ 382.867,27
	51%	32%	17%	7%	0%
Apalancamiento					
Activo	\$ 181.239,91	\$ 215.084,09	\$ 268.328,10	\$ 323.999,16	\$ 382.867,27
Patrimonio	\$ 89.664,50	\$ 146.402,53	\$ 222.540,39	\$ 301.105,30	\$ 382.867,27
	2,02	1,47	1,21	1,08	1,00
RENTABILIDAD					
MARGEN OPERACIONAL					
Utilidad Operativa	\$ 83.310,40	\$ 87.475,92	\$ 91.849,72	\$ 96.442,20	\$ 101.264,31
Ventas	\$ 187.200,00	\$ 196.560,00	\$ 206.388,00	\$ 216.707,40	\$ 227.542,77
	45%	45%	45%	45%	45%
MARGEN NETO					
Utilidad Neta	\$ 38.083,40	\$ 42.248,92	\$ 46.622,71	\$ 53.048,35	\$ 57.870,46
Ventas	\$ 187.200,00	\$ 196.560,00	\$ 206.388,00	\$ 216.707,40	\$ 227.542,77
	20%	21%	23%	24%	25%
ROE					
Utilidad Neta	\$ 38.083,40	\$ 42.248,92	\$ 46.622,71	\$ 53.048,35	\$ 57.870,46
Patrimonio	\$ 89.664,50	\$ 146.402,53	\$ 222.540,39	\$ 301.105,30	\$ 382.867,27
	42%	29%	21%	18%	15%
ROA					
Utilidad Neta	\$ 38.083,40	\$ 42.248,92	\$ 46.622,71	\$ 53.048,35	\$ 57.870,46
Activos	\$ 181.239,91	\$ 215.084,09	\$ 268.328,10	\$ 323.999,16	\$ 382.867,27
	21%	20%	17%	16%	15%

Elaborado por: Los autores

5.4.1. Período de recuperación

Tabla 13 Periodo de recuperación

CASH FLOW							
FLUJO GENERADO	-\$133.657,47	\$ 69.915,59	\$ 72.677,33	\$ 75.577,16	\$ 76.171,06	\$ 79.368,11	211.240,61 \$
SALDO INICIAL	\$ -	\$ -	\$ 69.915,59	\$142.592,92	\$218.170,08	\$294.341,14	Perpetuidad
SALDO FINAL	\$ -	\$ 69.915,59	\$142.592,92	\$218.170,08	\$294.341,14	\$373.709,25	
PAYBACK	\$ -	\$ 53.415,59	\$126.092,92	\$201.670,08	\$277.841,14	\$357.209,25	

Elaborado por: Los autores

5.4.2. Valor actual neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 14 TIR y VAN

TMAR		
INFLACION		5,00%
INTERES PRÉSTAMO BANCARIO		15,00%
RIESGO PAIS		7,00%
TMAR		27%
VAN		\$56.653,51
TIR		47%

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Base legal

(Constitución de la República del Ecuador, 2008): Propone el seguir los siguientes lineamientos para el desarrollo de actividades responsables tanto con el medio ambiente, así como con la sociedad en general.

Sección segunda

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Según lo establecido por la Asamblea Nacional Constituyente en el 2008 por medio de la Constitución de la República del Ecuador es de interés público y responsabilidad de todos los ciudadanos del país garantizar que el ambiente en el que se habita sea un medio de vida sano libre de cualquier elemento que pudiese afectar la salud de las personas, por tanto todas las actividades que se realicen en territorio ecuatoriano deberán respetar y fomentar el cuidado ambiental y las formas de prevención necesarias para cada caso.

La educación y el Buen Vivir interactúan de dos modos:

El derecho a la educación es un componente esencial del Buen Vivir, ya que permite el desarrollo de las potencialidades humanas, y como tal, garantiza la igualdad de oportunidades para todas las personas.

Por otra parte, el Buen Vivir es un eje esencial de la educación, en la medida en que el proceso educativo debe contemplar la preparación de futuros ciudadanos, con valores y conocimientos para fomentar el desarrollo del país.

Responsabilidad social

(KAIZEN COACH, 2015), impulsa el mejoramiento de la responsabilidad social y el buen vivir, que contribuyen con el bienestar de una sociedad más justa y sostenible. El mejorar la competitividad de los individuos para una mejor contribución para la sociedad y sus empresas.

El desarrollo de las personas basadas a sus competencias para que ejerzan eficientemente se realizará un diagnóstico preliminar de sus necesidades y evaluaciones de desempeño que permitirá identificar su PDI (plan de desarrollo individual). Basado al sondeo de empresas en la ciudad de Guayaquil en este Plan de Negocios las necesidades de capacitación están orientadas en programas para el mejoramiento de las competencias y habilidades como lo es: técnicas de ventas, manejo del tiempo, liderazgo, desarrollo de habilidades, basado al Coaching transformacional, manejo de quejas y reclamos Este último año con la tendencia a desarrollar y/o fortalecer aspectos personales.

La sociedad está tomando conciencia de su necesidad de trascendencia de vida, más allá del cumplimiento de resultados hoy somos consciente que es un tema negociación, oportunidades y tiempos centrada en la persona y mejoramiento continuo, que incluso conlleva a una transformación individual y la renuncia de ciertos hábitos y comportamientos.

6.2. Medio Ambiente

La empresa KAIZENCOACH y su gestión en el mercado prestando un servicio, va de la mano con fomentar en las empresas que lo requieran, el incentivar una responsabilidad hacia todo lo que rodea a la empresa contratista, esto como parte del apoyo a las gestiones que el Ministerio del Medio Ambiente fomenta, haciendo uso de recursos eco ambientales como son sus carpetas, suministros y otros evitando así que estos puedan afectar al sistema ambiental, por lo tanto estamos contribuyendo a un ambiente más sano y digno

Es por ello que se recalca que KAIZEN COACH, tiene un compromiso permanente con ecosistema, y todo lo que en este habita y responsabilidad social con un servicio de calidad, ajustado a los estándares establecidos que incluye adecuada contratación de sus proveedores de sus bienes y servicios

6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir

Los beneficiarios son las personas que tengan acceso que tenga la oferta académica de KAIZEN COACH y que se entienda en su entorno más íntimos provocando, el efecto multiplicador que es uno de los principales objetivos de este presente plan de negocio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La realización de este plan de negocio ha permitido tener un enfoque desde la perspectiva de una empresa unipersonal convertida en una marca personal para convertirse a una marca empresarial. Asumir un riesgo mucho más amplio para que las personas y las empresas generen un mayor valor y crecimiento. Crear un dinamismo propio, sobre todo, la concientización del mejoramiento continuo y profesional, que ha permitido también estar en este viaje fascinante de desarrollo profesional basado en una estructura adecuada para la elaboración de un plan de negocio.

Cabe indicar, que, los beneficios que la empresa adquirirá en la ejecución de este plan de Negocios son agigantados, desde su imagen corporativa hasta el personal que participará en el proceso del Coaching; en donde nuestro flujo de efectivo repercute favorablemente.

La rentabilidad que se obtendrá mediante la aplicación de este plan de negocio significa para la empresa un flujo importante, que beneficiará a su desarrollo e implementación para seguir creciendo como una gran familia organizacional; generando siempre la mejora continua como KAZIEN COACH.

Es así que vemos que se cumplen los objetivos que al inicio buscamos obtener en los cuales se da a conocer nuestro mercado, se mejora la rentabilidad, se busca estrategias adecuadas: a fin de diferenciar y recuperar la inversión generando siempre el crecimiento y competencia sana.

Se creará fuentes de trabajo mediante el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, que consiste en una integración de una sociedad más sana y de buen vivir.

Finalmente, el presente plan de negocio beneficiará a la sociedad y promoverá un cambio en los conceptos actuales de capacitación

RECOMENDACIONES

En este Plan de negocios Coaching empresarial para vendedores, se realizará las recomendaciones necesarias para que siempre mejore y tenga un buen funcionamiento, para el cumplimiento de sus objetivos empresariales y personales.

Para esto es necesario, realizar el cambio desde una empresa de razón personal a empresarial, el contratar al personal de ventas y supervisión de la misma, el mejorar la estructura, mantener nuestra política de la excelencia con capacitaciones periódicas, con el objetivo para mantener el buen servicio y calidad.

Estar siempre en contacto con los clientes desde una visita de campo hasta mantener el contacto, a través de una sala de charla virtual. Esta retroalimentación permitirá mejorar el servicio generando compromiso y fidelidad a los clientes haciéndolos participes de los procesos.

Además, se debe mantener el buen clima laboral en la empresa: en el cual recurso humano es muy valioso y competitivo. Finalmente, que se cumplan los propósitos financieros para permitir la estabilidad económica de este plan, con la finalidad de mejorar su inversión y promover nuevas plazas de trabajo para el crecimiento social y empresarial.

Bibliografía

CARRION, JOSE. (2009). *MACRO Y MICRO SEGMENTACION*. GUAYAQUIL: CARRION pag,90.

CARRION, JOSE. (2010). *MACRO Y MICRO SEGMENTACION DE MERCADO*. GUAYAQUIL.

Constituyente, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.

KAIZEN COACH. (20 de MAYO de 2015). *COACHING CREENCIA O REALIDAD*. Recuperado el 13 de JUNIO de 2015, de KAIZEN COACH: <http://www.kaizencoach.ec/el-coaching-creencia-o-realidad/>

Porter, P., & Lane, K. (2010). *Estrategias empresariales: Una visión holística*. Barcelona : Parainfo.

SECRETARIA TECNICA DE CAPACITACION. (25 de JULIO de 2013). *PLAN NACIONAL DE CAPACITACION Y FORMACION PROFESIONAL*. Recuperado el 2015, de <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Plan-nacional-de-capacitacion-y-formacion-profesional-del-talento-humano-del-sector-productivo.pdf>

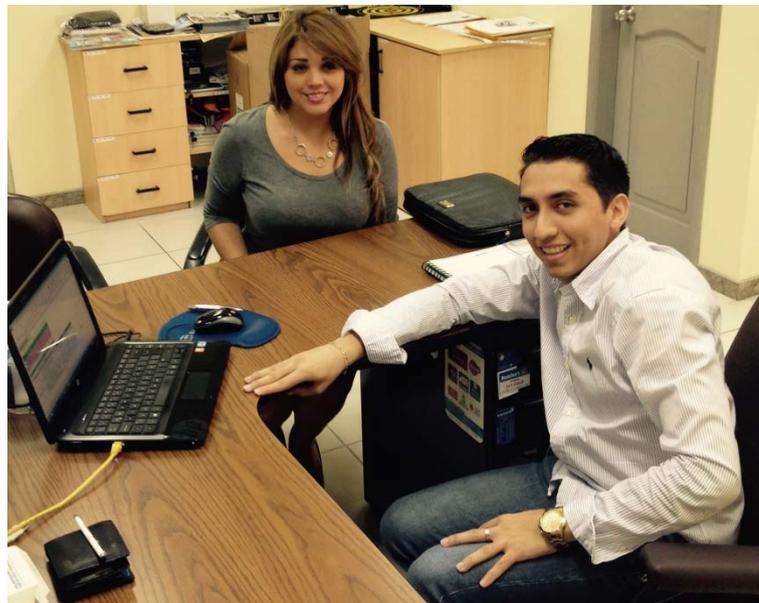
SETEC. (2013). *PLAN NACIONAL DE CAPACITACION*. Recuperado el 23 de MAYO de 2015, de INEC-SETEC: <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Plan-nacional-de-capacitacion-y-formacion-profesional-del-talento-humano-del-sector-productivo.pdf>

ANEXOS

Anexos



Fuente: KAIZEN COACH





"Quien quiera vivir con dignidad y plenitud no tiene otro camino más que reconocer al otro y buscar su bien" - Papa Francisco



Día de Integración Bienestar laboral y de salud

"Cambie su vida positivamente"

Menahen Belilty

Evento gratuito

Accountability improves your organization's performance.

THE STRAIGHT TRUTH®

INTRODUCING NEW PRODUCT AND SERVICE

PEPE VILLACÍS

Coach Pepe Villacís Coaching Talents Videos Audios Blog de Negocios Contacto

Habilidades comerciales

Coach Pepe Villacís

El Coaching de Negocios representa una inversión para el crecimiento de Negocios y Organizaciones.

LINDA GALINDO
The Straight Truth®

Training Workshops
Leadership Coaching
Keynote Talks

The Accountability Experience / Train-the-Trainer Workshop 2015
BY LINDA GALINDO

The Accountability Experience: Train-the-Trainer
When: May 20 - 22, 2015
Where: Treasure Mountain Inn, Park City, Utah

OVERVIEW:
By immersing yourself in The Accountability Experience workshop as a participant of this train-the-trainer experience you will discover the powerful personal and organizational benefits of individual accountability and the strategies to make it happen.

The Coach Toolkit
The Accountability Experience
The Accountability Experience
The Accountability Experience

Single Credits in Coaching





COACHING

Coaching de negocios es una nueva opción para que los dueños de negocios sean verdaderos ganadores en sus distintas áreas y dominen sus respectivos mercados.

El coaching de negocios es un proceso de aprendizaje interactivo, en donde se acompaña al dueño o a los colaboradores en el crecimiento y desarrollo de su empresa, tomando en cuenta todos los factores en juego. Su éxito es que se concentran un 80% en la persona y 20% en el negocio, porque éste en realidad es sólo un medio para alcanzar su realización.



**Invierte en tu crecimiento
y si estás interesado**

Presenta este CUPÓN Y OBTÉN

20 % DESCUENTO

En tu próxima sección de coaching individual y empresarial.
Llena los datos del reverso del desprendible y
preséntalo para el beneficio



Coach Gabriela Inicio

Estadísticas Herramientas de publicación Configuración

CALIFICACIÓN MÁS ÚTILES **MÁS RECIENTES**

 **Diego Suqui** — 5★ Excelente trabajo coach, me ha ayudado mucho sus conocimientos.. muy profesional
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 semanas · 1 opinión

A Kaizen Coach y Diego Suqui les gusta esto.

Escribe un comentario...

 **Jenny Espinoza** — 5★ Formidable coach, que nos enseña como llegar a la excelencia con el cambio de nuestra actitud y mejora de nuestras técnicas comerciales para obtener el resultado deseado. Lo recomiendo para nuestro crecimiento personal y profesional.
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 5 meses · 1 opinión

A Kaizen Coach, Angel Frutos y Jenny Espinoza les gusta esto.

Ver un comentario más

 **Kaizen Coach** Muchas gracias Jenny, gracias a ustedes por hacer de este seminario extraordinario. Siempre es de dos vías. Exitos !
4 de marzo a las 21:36 · Me gusta · 1

 **Angel Frutos** Excelente, me ha hecho cambiar mi forma de pensar y ver que este mundo de las ventas ha cambiado,
6 de marzo a las 19:20 · Me gusta

KaizenCoach
Entrenamiento Empresarial

Fecha: 27 de Junio del 2015
Hora: 9:00 AM
Lugar: Auditorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Galy V. Rojas
Coach

