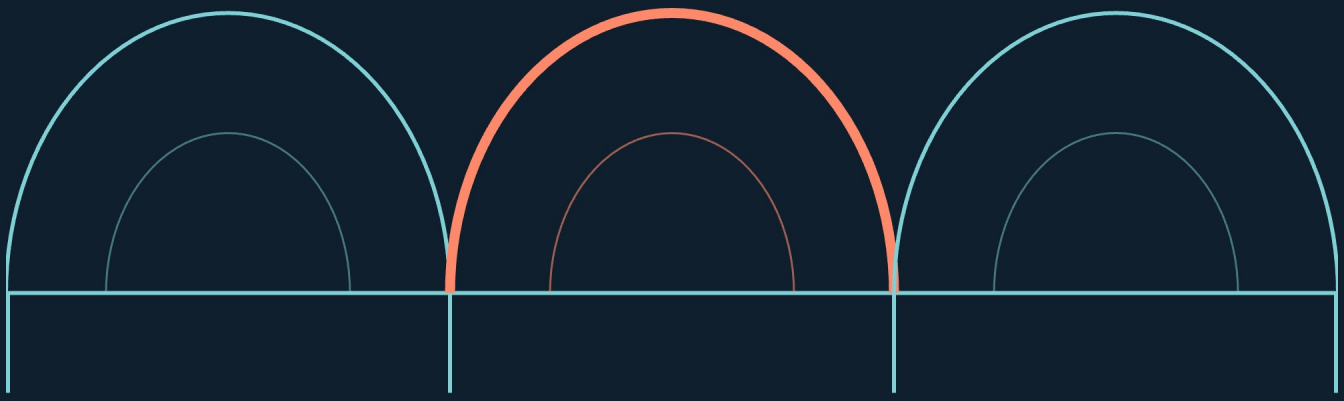
ESTUDIO EXPLORATORIO

OCTUBRE 2026



Coaching en la estrategia organizacional de América Latina

Qué saben, qué usan y qué les impide invertir
473 respuestas de 17 países.

473
respuestas

17
países

31%
contrató coaching en 24 meses

Ana María Santucci
COACH EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

Coach Profesional Certificada (PCC) ·
www.anasantucci.com

Se contrata, pero no se conecta con el negocio

El coaching todavía no ocupa un lugar estratégico en las organizaciones que respondieron. Lo contratan, pero de forma puntual, con poco presupuesto y sin definir cómo medir qué cambió.

31%

contrató coaching en los últimos 24 meses (145 de 473).

5,5%

lo usa de forma regular. Otro 19% lo está evaluando.

77%

de quienes dicen conocerlo bien lo contrató. Entre quienes solo lo escucharon mencionar, ninguno.

53%

dice que la barrera es que no está en la agenda estratégica. El presupuesto es la segunda razón, con 17% (base 443).

7,6%

de quienes contrataron definió indicadores de impacto desde el inicio.

40%

elige los casos de éxito locales como lo que más lo haría estratégico. El 32% pide un ROI claro (base 443).

LA CONCLUSIÓN

Mientras el coaching no se conecte con los objetivos del negocio y no se mida, seguirá siendo una decisión puntual y no una práctica estratégica.

Un estudio exploratorio: describe a quienes respondieron

Cómo se hizo

Encuesta anónima de 3 a 4 minutos, dirigida a Alta Dirección, Gerencia de RR.HH. y Gerencia de área. Se difundió por redes profesionales y contacto directo con organizaciones, del 2 de mayo al 3 de octubre de 2026.

Cómo leer los datos

La muestra es de conveniencia, no probabilística. Quienes respondieron probablemente conocen el coaching más que el promedio, así que el uso real puede ser menor. El 77% es de Recursos Humanos y las respuestas no se verificaron.

Quiénes respondieron

CARGO



RR.HH./Personas/Talento **77%** · Alta dirección **16%** · Gerencia de área **5%** · Otros **2%**

ORIGEN DEL CAPITAL



Nacional **61%** · Multinacional regional **33%** · Multinacional global **6%**

TAMAÑO POR EMPLEADOS



100 a 999 **66%** · 20 a 99 **20%** · Hasta 19 **9%** · Más de 1.000 **5%**

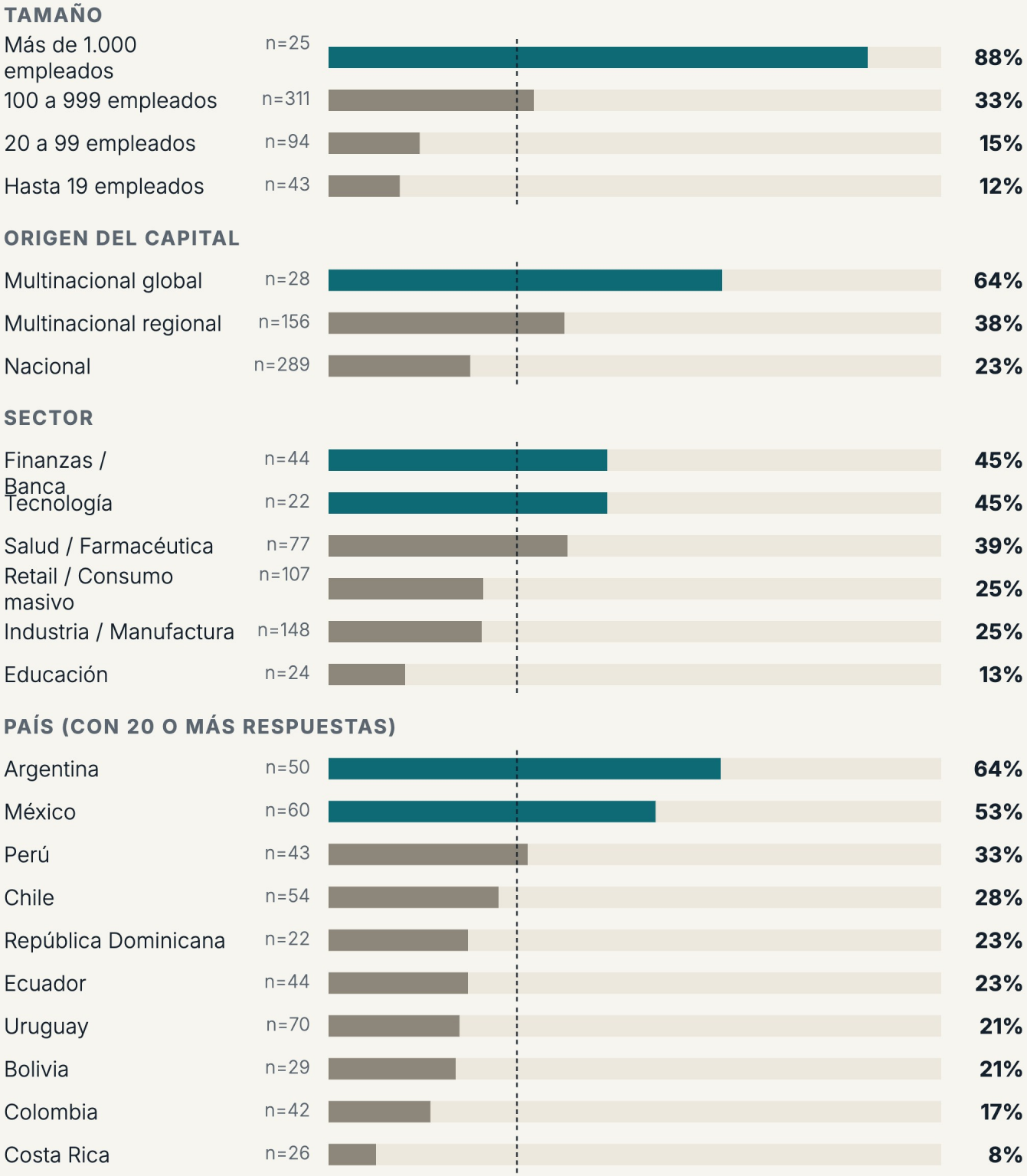
17 países

Uruguay 15% · México 13% · Chile 11% · Argentina 11% · Ecuador 9% · Perú 9% · Colombia 9% · otros 10 países 23%. Los otros 10 países, con menos de 30 respuestas cada uno, se agrupan.

03 · QUIÉN CONTRATA

Cuanto más grande y global la empresa, más coaching contrata

Porcentaje que contrató coaching en los últimos 24 meses. La línea punteada es el promedio de toda la muestra (31%). Los grupos con menos de 30 respuestas (n<30) son orientativos.

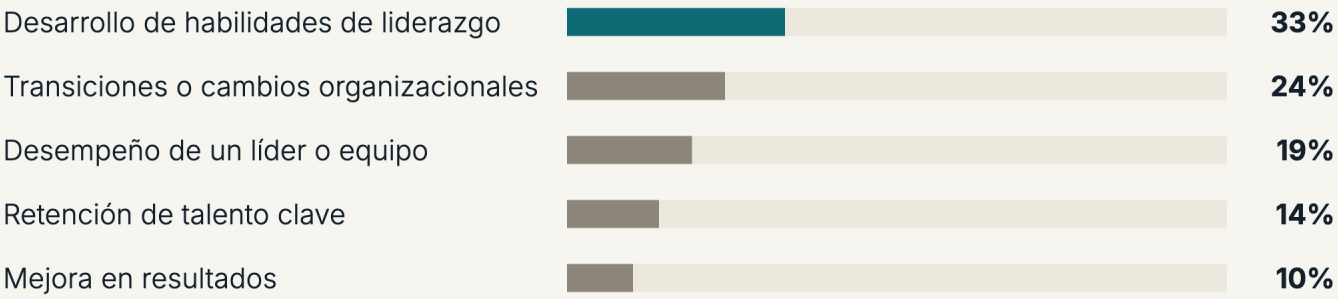


México: además del 53% que ya contrató, 22 de 60 respuestas (37%) lo están evaluando, la proporción más alta entre los países con 20 o más respuestas.

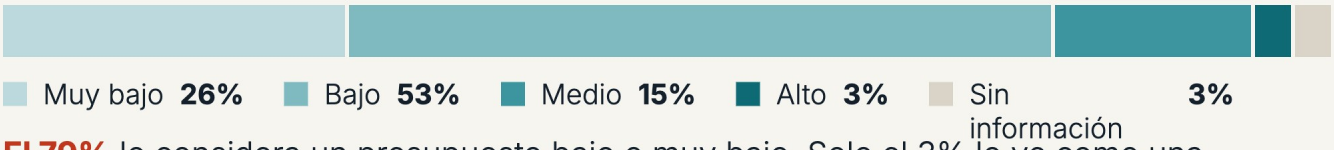
Se contrata para liderazgo y cambio, con poco presupuesto y casi sin medición

Base: las 145 respuestas de quienes contrataron coaching.

PRINCIPAL MOTIVO DE CONTRATACIÓN

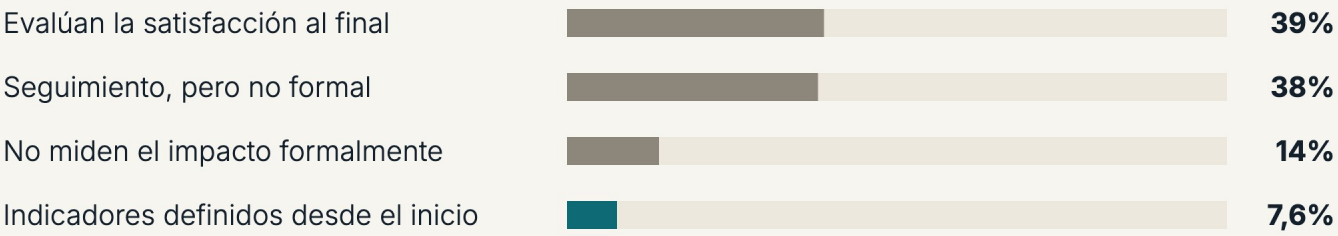


PRESUPUESTO DE COACHING DENTRO DEL DESARROLLO DE PERSONAS



El 79% lo considera un presupuesto bajo o muy bajo. Solo el 3% lo ve como una inversión prioritaria.

CÓMO MIDEN EL IMPACTO

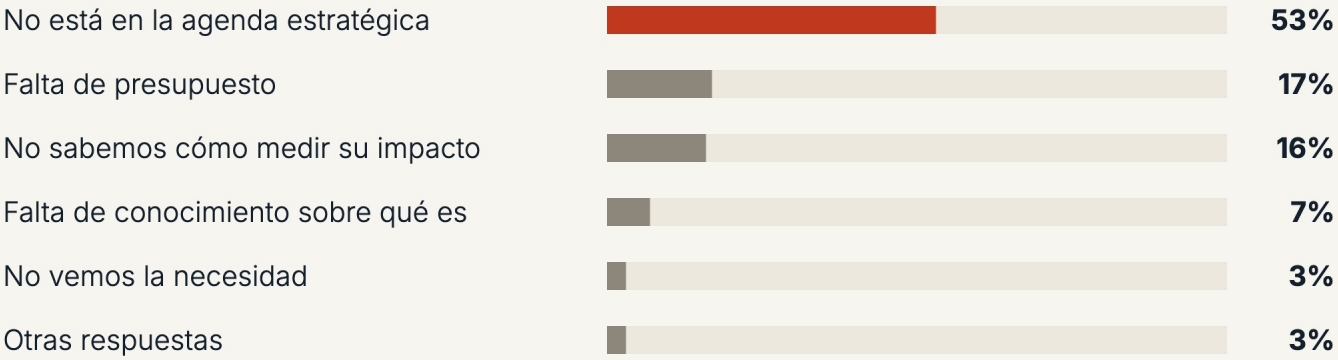


7,6%

Solo 1 de cada 13 definió de antemano cómo sabrá que algo cambió. Se mide la experiencia de quien recibió el coaching, no su efecto en el negocio.

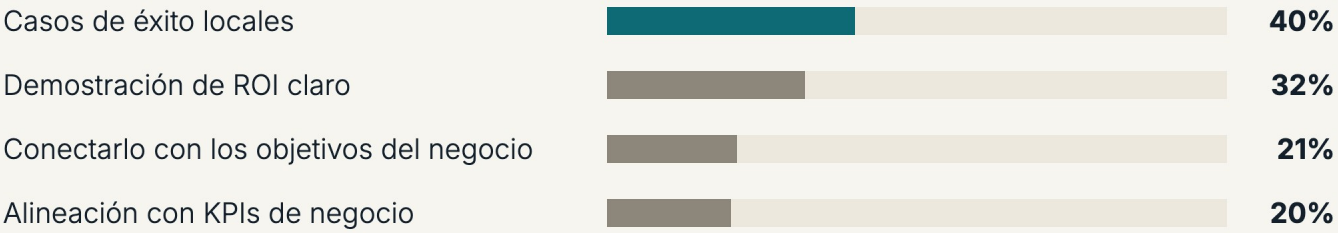
La barrera es de agenda, no principalmente de dinero

PRINCIPAL BARRERA PARA INVERTIR (O INVERTIR MÁS) · BASE 443

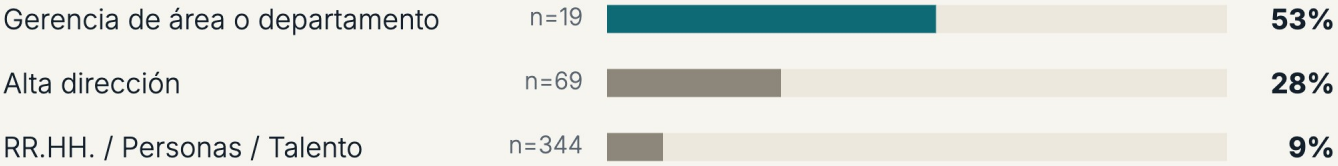


QUÉ LO HARÍA MÁS ESTRATÉGICO

Base: 443 personas, que podían elegir hasta dos opciones.



PUNTUARON 4 O 5 LA IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL COACHING, POR CARGO



Entre las gerencias de área, la proporción que puntúa alto el coaching es casi seis veces mayor que en Recursos Humanos. Y lo que todos piden es lo mismo: evidencia cercana y medible.

06 · IMPLICANCIAS

El desafío es mostrar qué cambió

Lo que los datos significan, según quién los lea.

Para las organizaciones	Antes de contratar, acordar qué comportamientos se espera ver distintos, cómo se van a observar y qué objetivo del negocio acompañan.
Para los coaches	Fijar al comienzo, con quien contrata y con la persona, 3 o 4 objetivos con comportamientos observables; medir al inicio y al final, y revisar el avance en puntos de control.[1] Sumar desde el inicio a la jefatura directa y a Recursos Humanos.
Para la profesión	Acordar entre colegas un modo común de hacer visible el impacto y de publicar casos, con autorización y sin datos que identifiquen, para que la confianza en el servicio se apoye en evidencia.

“No es una iniciativa de bienestar, ni un gasto; vincularlo con lo que la empresa considera importante.”

Participante de la encuesta

MÉTODO P.U.E.N.T.E.

Seis pasos: Propósito · Unir · Evidenciar · Narrar · Trazar · Expandir

Los hallazgos coinciden con el problema que el método busca resolver: hacer visible el impacto del coaching en los objetivos del negocio sin compartir lo que se conversa en las sesiones. Todo parte de una pregunta: **¿cómo van a saber que algo cambió?**

1 · El acuerdo inicial entre la persona, el coach y las partes interesadas pertinentes, con metas, indicadores de éxito y confidencialidad definidos desde el comienzo y revisados cuando haga falta, está contemplado en la competencia 3, “Establece y mantiene acuerdos”, del Modelo de Competencia Clave de ICF (2025).

07 · PRÓXIMOS PASOS

Este estudio es una línea de base

La intención es repetirlo y ampliarlo, para que la conversación sobre el coaching en la región se apoye en datos y no solo en percepciones.

1. Repetir el estudio con una muestra más amplia y equilibrada entre Recursos Humanos, áreas de negocio y alta dirección.

2. Reunir más respuestas por país, para comparar con más confianza dónde el coaching avanza y dónde no.

3. Invitar, con consentimiento explícito, a quienes quieran recibir novedades y participar en la próxima edición.

Gracias a las 473 personas que dedicaron unos minutos a responder y a quienes ayudaron a difundir la encuesta. Los datos se presentan siempre de forma agregada; los campos opcionales de contacto no se utilizan ni se publican.

Ana María Santucci
COACH EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

Coach Profesional Certificada (PCC)

ana@anasantucci.com ·
www.anasantucci.com