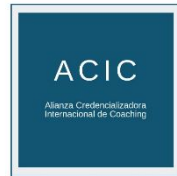
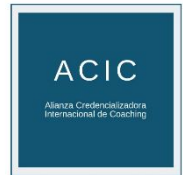


# Coaching Para Emprendedores

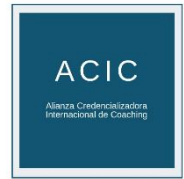


# Recapitulando

- ¿Qué es emprender?
- Actitud que voy a tomar frente a mi emprendimiento
- Estadíos del emprendedor: existencia, supervivencia, éxito, despegue y madurez de recursos
- Curva de aprendizaje: meseta, retroceso, avance
- Mundo VICA: volátil, incierto, complejo y ambiguo.
- Ikigai: reconocer mi propósito



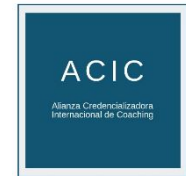
# IKIGAI



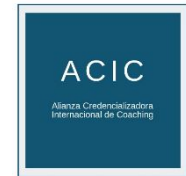
# Propósito



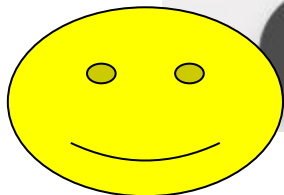
# Propósito: mi zona única



# Propósito: mi zona de influencia

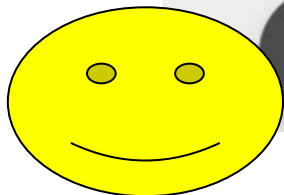


# Propósito



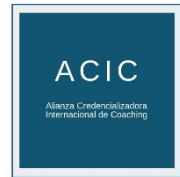


# ¿Lo diseñamos?





# ¿Visión o misión?



# MISIÓN

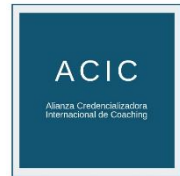
**Razón principal por la que existe (propósito u objetivo y función dentro de la sociedad)**

**Establece la base del plan de negocios y estrategias.**

**Bien definida = breve, concisa y fácil de comprender para el público objetivo. Debe responder a cuestiones como: ¿qué hacemos?, ¿por qué lo hacemos? o ¿para quién lo hacemos?, diferenciándose de su competencia.**

**EJEMPLO:**

**Airbnb: deja ver que sus clientes se sentirán como en casa y no tendrán que preocuparse por nada durante sus viajes.**



# VISIÓN

**A dónde se dirige, metas a medio y largo plazo, DEFINE EL CAMINO.**

**Debe responder ¿qué se desea lograr?, ¿hacia dónde nos dirigimos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿cómo lo conseguiremos?**

**EJEMPLO:**

**Airbnb: su visión es ofrecer su servicio de hospedaje en todo el mundo, tanto para los huéspedes como para los anfitriones.**



# VALORES

**Complementan la misión y visión.**

**Son principios sobre los que se fundamentan las acciones y decisiones.**

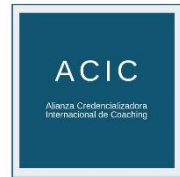
**Definen pautas sobre las que se trabaja Y el comportamiento ético de la empresa**

**Responden preguntas como: ¿cómo somos?, ¿en qué creemos? o ¿cómo es nuestra cultura organizativa?**

**Airbnb: “campeón de la misión, ser un anfitrión, simplificar, cada cuadro importa, abraza la aventura.”**

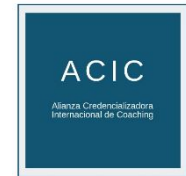


# MARCA PERSONAL



# MARCA PERSONAL

Contar con una marca personal establecida te encamina a crear una carrera como emprendedor y comenzar tu negocio personal.



# MARCA PERSONAL

## **Autenticidad**

Ser genuino y transparente para conectar con tu audiencia.

## **Claridad**

Visión clara de quién sos y qué quieres lograr. Tu identidad profesional, tus fortalezas y metas claras.

## **Propósito**

Alinear tus acciones

## **Coherencia**

Mantener imagen y mensaje consistentes.

## **Diferenciación**

Identifica eso que te hace único y comunica claramente tu valor.





# MARCA PERSONAL

## Relevancia

Desarrollar contenido valioso que resuelva problemas, que inspire, eduque o entretenga a tu público objetivo.

## Consistencia

Presencia constante

## Conexión emocional

Empatía

## Credibilidad

Demuestra tu experiencia y conocimientos.

## Influencia

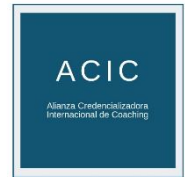
Ideas de manera persuasiva, inspirar con tu ejemplo.



# MARCA PERSONAL

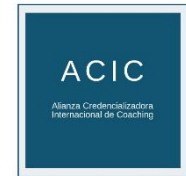
## *Desafío Semanal*

- Ajustar misión, visión y valores.
- Preguntar a 5 personas conocidas y 5 no tan cercanas que palabras los definen a ustedes y a su emprendimiento.
- Definir marca personal

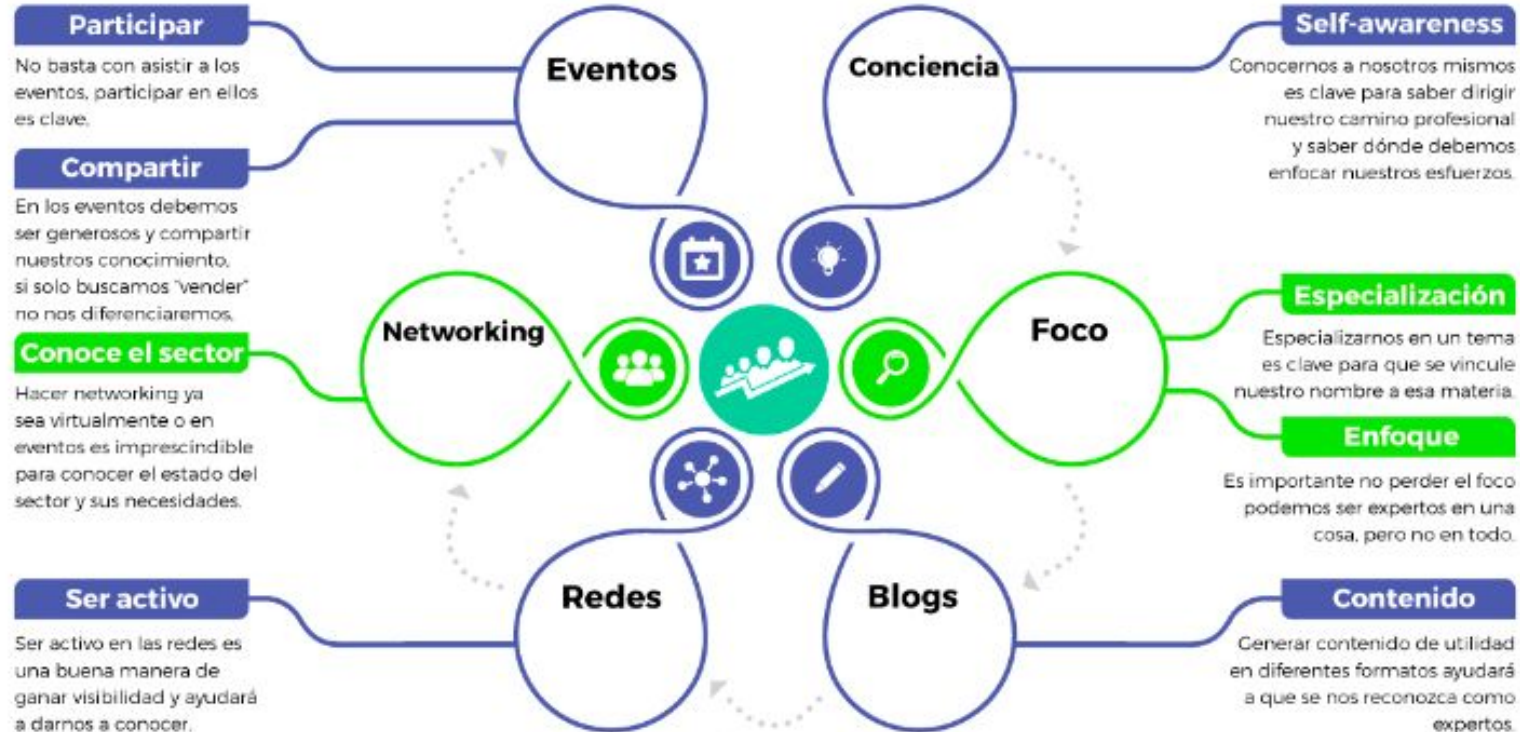


# MARCA PERSONAL

Contar con una marca personal establecida te encamina a crear una carrera como emprendedor y comenzar tu negocio personal.



# CÓMO MEJORAR TU MARCA PERSONAL



# MARCA PERSONAL



Optimismo  
Claridad  
Calidez



Amistad  
Alegría  
Confianza



Entusiasmo  
Juventud  
Valor



Creatividad  
Imaginación  
Sabiduría

YAHOO!



Seguridad  
Formalidad  
Fuerza

SAMSUNG

facebook



Paz  
Salud  
Natural



android



Calma  
Neutralidad  
Equilibrio

WIX.com



¿Cuáles son los colores que representan lo que quiero mostrar?

¿Cuál es la sensación que quiero despertar?

¿A dónde va la tipografía que elijo?

ACIC

Alianza Credencializadora  
Internacional de Coaching

# ¿QUÉ ES DESIGN THINKING?

Es un método para generar **ideas innovadoras** que centra su eficacia en entender y dar solución a las **necesidades reales de los usuarios**.



# ¿QUÉ ES DESIGN THINKING?





# 5 pasos: EMPATIZAR

Los problemas que tratamos de resolver no son los nuestros, son problemas de otras personas.

Para crear innovaciones significativas necesitamos conocer a los usuarios y sus formas de vida.



# 5 pasos: EMPATIZAR

## *MAPA DE ACTORES*



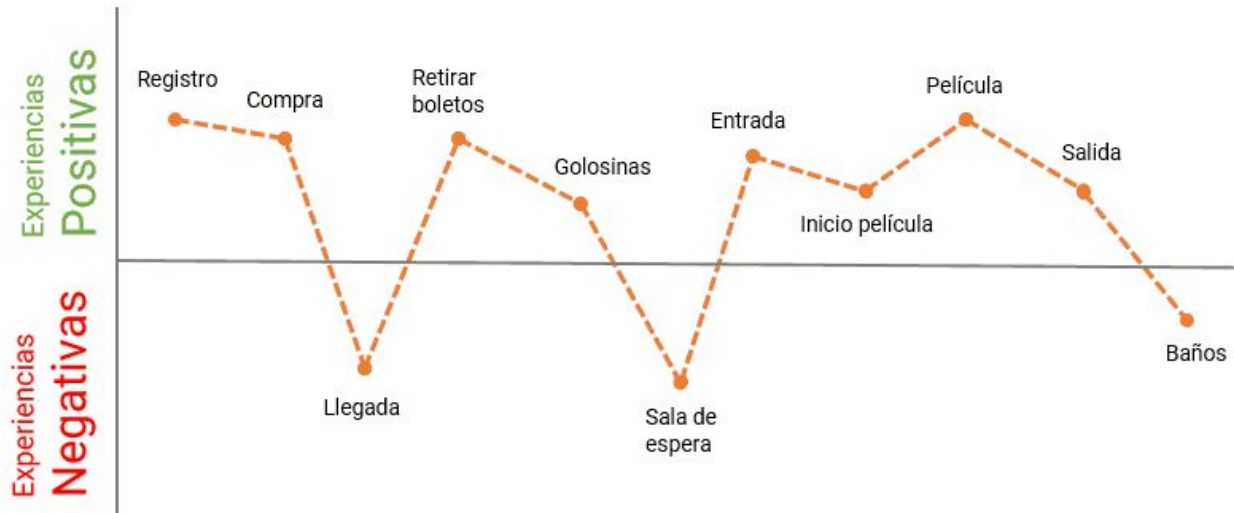
# 5 pasos: EMPATIZAR

## *MAPA DE ACTORES*



# 5 pasos: EMPATIZAR

## MAPA DEL TRAYECTO



# 5 pasos: EMPATIZAR

## *MAPA DEL TRAYECTO*



# 5 pasos: DEFINIR

Es importante determinar con exactitud el desafío del proyecto.

EL PROBLEMA

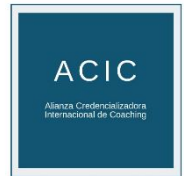
**Enmarcar el problema adecuado es la única manera de crear la solución correcta.**



# 5 pasos: DEFINIR

Usuario .....  
..... necesita ..... *problema* .....  
porque..... *Insight*.

## POINT OF VIEW

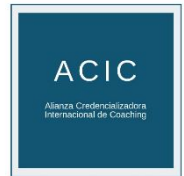




# 5 pasos: DEFINIR

## POINT OF VIEW

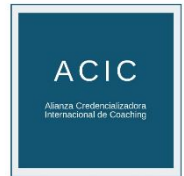
Flor es una coach que vive en Bariloche, tiene dos gatas, Leia y Muna. Por su trabajo, viaja al menos dos veces por mes y deja sus gatas al cuidado de su familia pero no tiene auto. Flor necesita encontrar el transporte ideal que pueda mantener la seguridad de sus gatas, porque piensa mucho en ellas y se siente mal cuando los deja con desconocidos mientras está de viaje.



# 5 pasos: DEFINIR

## POINT OF VIEW

Flor es una coach que vive en Bariloche, tiene dos gatas, Leia y Muna. Por su trabajo, viaja al menos dos veces por mes y deja sus gatas al cuidado de su familia pero no tiene auto. Flor necesita encontrar el transporte ideal que pueda mantener la seguridad de sus gatas, porque piensa mucho en ellas y se siente mal cuando los deja con desconocidos mientras está de viaje.



# 5 pasos: DEFINIR

## POINT OF VIEW

---

Nombre del usuario/descripción

Necesita

---

Necesidad (VERBO / FRASE)

Porque

---

---

Aprendizaje / Motivo



# 5 pasos: IDEAR

En esta etapa todas se combina el pensamiento racional y la imaginación. El objetivo es pensar y evaluar soluciones.

**No se trata de encontrar la idea correcta, se trata de crear la mayor cantidad de ideas posibilidades.**



# 5 pasos: PROTOTIPAR

## ¿PARA QUÈ?

- Para comunicar mejor, si una imagen vale mil palabras, un prototipo vale mil imágenes.
- Para empezar conversaciones. Las conversaciones con los usuarios son más eficientes cuando están concentradas sobre algo con que conversar como un objeto o un dibujo.
- Para evaluar las alternativas. Ayuda a desarrollar bien distintas ideas sin tener que comprometerse con una demasiado temprano.



# ¿QUÉ ES DESIGN THINKING?

## BENEFICIOS

Reduce el riesgo

Mejora la calidad

Aborda las necesidades reales

Fomenta la innovación al explorar múltiples vías para el mismo problema



# ¿QUÉ ES DESIGN THINKING?

## BENEFICIOS

Convierte los problemas en oportunidades

Fomenta el trabajo en equipo (multidisciplinario)

Mejora la empatía en la cultura empresarial

Se obtiene resultados tangibles y consistentes





## ***Desafío Semanal***

- Diseñar logotipo, nombre, elección de colores
- Brainstorming para resolver POV
- Mapa de actores
- Mapa de trayecto

