

Los Pilares de tu negocio



Te doy la bienvenida a este espacio

Si estás leyendo esto es porque ya pasaste por el **GPS emprendedor** y seguramente quieras hacer esta excursión para repasar en profundidad eso que hace **latir el corazón de tu negocio** y son las bases. Los pilares sobre los cuales se sostiene y tienen que ser lo suficientemente sólidos para mantenerlo firme.

Como Mentora de Negocios y Comunicación, te cuento que estas dinámicas las aplico yo misma en mi negocio mínimo cada 6 meses.

A continuación te invito a hacer **click** en el video para que puedas iniciar viaje. Más abajo vas a encontrar un cuadernillo de aprendizaje que me gusta llamarle “bitácora de negocio” para poder poner en práctica todo lo que vimos.

Bases de la Marca



*¿Alguna vez te preguntaste la razón de ser de tu marca? ¿Cuál es tu **propósito** y **hacia dónde se dirige** a largo plazo?*

Si no tenés una respuesta clara a estas preguntas, es posible que tu marca esté perdiendo oportunidades y que no esté estableciendo una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

En esta bitácora de negocio, te voy a compartir algunas dinámicas y ejemplos para ayudarte a definir o revisar **las bases estratégicas de tu marca** para fortalecer tu negocio, teniendo claridad de qué es lo que te hace única y cómo podés comunicarlo en cada etapa de tu negocio.





CONCEPTOS ANCLA

En este espacio te voy a dejar “bajado a papel” las definiciones claves, ejemplos y preguntas para que te permitan ver si esos conceptos están materializados en la comunicación de tu negocio. Así como un mapa te orienta en un viaje, la misión, visión y valores te ayudan a tomar decisiones, comunicar con claridad y construir un negocio más coherente con vos misma.

Este recurso es para que pongas en palabras eso que muchas veces ya sabés, pero no lo tenías bajado a tierra.

LA MISIÓN: La brújula del negocio

La misión es la razón por la que tu negocio existe hoy. Es el **motor que te mueve** todos los días. Te ayuda a describir qué hacés, para quién y con qué propósito. Pero no es solo una descripción técnica: está conectada con lo que te apasiona, con lo que sabés y amás hacer y con lo que querés aportar al mundo.

Pensala como la **brújula del presente**: Es una declaración que guía las acciones que hacemos y ayuda a tomar decisiones estratégicas



EJEMPLOS

Para una **diseñadora gráfica**, la misión podría pensarse algo como: **“Diseño marcas visuales ayudando a emprendedoras a traducir su esencia en una identidad gráfica coherente, profesional y única”**.

Otro ejemplo puede ser el de una **coach** y plantearse así: **“acompañó a mujeres que se sienten estancadas o desconectadas de sí mismas a redescubrir su poder personal, tomar decisiones con más claridad y crear una vida que les haga sentido”**.



Preguntas que te van a ayudar a revisar tu **Misión**

- 📍 *¿Qué te trajo hasta acá? ¿Cuál fue el momento bisagra que te llevó a crear tu negocio?*
- 📍 *¿Qué problema o necesidad ves en las personas que te moviliza a hacer lo que hacés?*
- 📍 *¿Qué te hace única en tu forma de facilitar tus servicios?*
- 📍 *¿Qué tipo de transformación buscan las personas que te eligen?*
- 📍 *¿Qué impacto concreto te gustaría generar en la vida de cada clienta que pasa por tus servicios?*
- 📍 *Si hoy tuvieras que presentarte sin títulos, solo con tu propósito, ¿qué dirías?*

Una vez que respondas, releé todo y redactá en una frase o párrafo lo que sentís que sería tu misión



LA VISIÓN: La postal del futuro

La visión es la imagen de futuro que soñás para tu negocio. No tiene que ser “lo que vas a lograr el año que viene”, sino una mirada más amplia: qué querés construir, cómo querés que evolucione tu impacto y qué querés dejar como huella.

Pensala como el destino del viaje: no es inmediato, pero te guía en tus decisiones grandes.

EJEMPLOS

La visión de una **Wedding Planner** puede tratarse de *“Ser la empresa de bodas de referencia en la región, reconocida por su calidez, creatividad y compromiso con cada historia de amor.”*

Mientras que la visión de una **arquitecta** puede ser *posicionarse como una profesional de confianza para quienes buscan transformar su hogar sin perder su esencia. Que cada casa cuente una historia y refleje a quienes la habitan.*

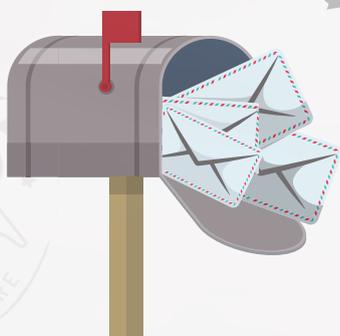




Preguntas que te van a ayudar a revisar tu **Visión**

- 🕒 *Si te dieras permiso para soñar en grande, ¿cómo se vería tu negocio dentro de 5 o 10 años?*
- 🕒 *¿Qué tipo de comunidad, red o movimiento te gustaría construir?*
- 🕒 *¿Qué huella querés dejar en tu rubro, en tus clientes, en tu entorno?*
- 🕒 *¿Cómo te gustaría que hablen de tu marca cuando vos no estás presente?*
- 🕒 *¿Cómo se vería tu vida personal si esa visión se hiciera realidad?*

Una vez que respondas, releé todo y redactá en una frase o párrafo lo que sentís que sería tu **VISIÓN**



LOS VALORES: Nuestro equipaje

Los valores son los **principios que rigen tus decisiones**, comportamientos y vínculos en el negocio. Son como un filtro invisible que está presente en todo lo que hacés: desde cómo tratás a una clienta, hasta cómo ponés precios o diseñás tus servicios.

Pensalos como las **reglas de juego de tu viaje**: cómo querés transitar tu camino, no solo llegar al destino.

EJEMPLOS

Si retomamos el ejemplo de la diseñadora gráfica podemos pensar que sus valores pueden ser:

Autenticidad: Cada marca que diseño es única, sin fórmulas prearmadas. Trabajo desde lo que hace especial a cada clienta.

Cuidado: Me involucro en el proceso con escucha, respeto y presencia. Valoro el vínculo más allá del resultado final.

Profesionalismo flexible: Sostengo estándares altos sin perder calidez ni disfrute. Creo en el equilibrio entre estructura y fluidez.

Siempre se sugiere poder indicar qué significa cada palabra que identifiques como valor, qué representa para vos.





Preguntas que te van a ayudar a revisar tus **Valores**

- 🕒 *¿Qué cosas no estás dispuesta a negociar por nada del mundo con respecto a tu negocio?*
- 🕒 *¿Qué tipo de vínculo buscás construir con tus clientas? ¿Qué es innegociable en esa relación?*
- 🕒 *¿Qué valoran tus clientes de tu marca? ¿Qué quisieras que valoren?*
- 🕒 *¿Cómo querés que se perciba tu marca?*
- 🕒 *¿Qué valores vivís también en tu vida personal y se reflejan en tu forma de emprender?*



Una vez que respondas, te invito a releer todo y redactar los VALORES que sentís que te guían, podés pensar entre 3 y 5



ATERRICEMOS LA INFO

Una vez revisadas las bases de tu marca, te invito a reflexionar con las siguientes preguntas:

¿La misión se encuentra reflejada en tus diferentes canales de comunicación? Por ejemplo: En la biografía de instagram, en la promesa de valor de tu web, en las propuestas que le mandás a tus clientes

¿Los valores, están presentes en el universo de tu marca? Por ejemplo, en la identidad (logo, colores, tipografías), en las formas de comunicar, en la manera de elegir las fotografías o diseños. en la forma de tratar a tus clientes.

¿Las acciones que estás realizando hoy, te estar acercando o alejando a la definición de visión que tenés? Por ejemplo, en los servicios que prestás, la rutina que tenés, los clientes que elegís.



Tomate el tiempo que necesites para responderlas y acordate de volver a estas preguntas cada vez que lo necesites...

Si quisieras trabajar sobre tu negocio de manera acompañada para intervenirlo, potenciarlo y tomar decisiones estratégicas para comunicar y vender, podemos hacerlo en Mentoría 1:1 o grupal

Retiro emprendedor 

Tracemos coordenadas juntas reservando una **consultoría Gratis de 15 minutos para ayudarte a identificar *por donde empezar***

Vero Mansilla

