

VIVE DE TU PASIÓN

# CUADERNO DE TRABAJO

EMPREDEDORA YOGUI

Consultoría *Vive de tu pasión*™

© DEL TEXTO Keilla Dias | 2021

PAUTAS PARA  
SENTAR LAS BASES



Recuerda que si has llegado hasta aquí es que probablemente has encontrado tu elemento, la unión de tus aptitudes naturales y aptitudes personales.

Tienes capacidad, talento, actitud y ves que ahora es tu oportunidad para actuar.

Tu **propósito vital** está relacionado con tu aprendizaje continuo y en tránsito. Utilízalos para crear tu proyecto personal y poder vivir de tu pasión.

Haz el ejercicio de visualización de las 5 As.

### AUTO ANALIZA

Investiga lo que deseas realmente.  
¿Cuál es tu vocación?

### ALIGÉRATE

Libérate de la ansiedad y del perfeccionismo.  
Las cosas fluirán.

### ADMITE

Admite que eres capaz y prepárate para ello.

### AGRADECE

Agradece lo que tienes y enfócate en lo positivo para empezar.

### ATRAE

Visualiza durante 1 minuto tu nueva realidad sin dudas, con todo tu proyecto en pleno funcionamiento y cumpliendo con tu propósito vital.

# Auto Reflexión

## EJERCICIO PRÁCTICO



Te invito a un **momento de reflexión y auto análisis** para poder visualizar lo que te espera. De esta manera podrás explorar y descubrir otras formas de tener más autonomía y libertad para llegar a cumplir tu propósito.



1. ¿Cuál es mi propósito vital?

2. ¿Para qué sirve mi propósito vital?

3. ¿Por qué quiero poner en marcha mi propósito vital?

# Planner Trimestral

EMPRENDEDORA YOGUI



Este planner te ayudará a enfocar en tus objetivos marcando un plan de acción para lograr los resultados de manera proactiva.

## 1. Mis objetivos para este trimestre son...

## 2. ¿Por qué es importante para mí cumplirlos?

## 3. ¿Qué he logrado este trimestre?

Primer mes  
¿Por dónde empezaré?

Segundo mes  
¿Qué necesito para avanzar?

Tercer mes  
¿Qué necesito para finalizar?

# PAUTAS PARA CREAR TU PLAN METODOLÓGICO



Es parte de un currículo de aprendizaje. La metodología se enfoca en las acciones previstas, organizadas y estructuradas para el desarrollo de la propuesta de aprendizaje. Esta estructura te dará libertad y foco para desarrollar una actividad de 10.

## 1. PROPUESTA

Es el tema central dónde trabajarás en ello durante todo el curso para conseguirlo junto a los objetivos propuestos.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Es lo que quieres conseguir al finalizar el curso, o sea tu meta.

### 2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Son las partes del proceso que te ayudará a conseguir tu objetivo final.

## 3. DESARROLLO

Describe cómo vas a desarrollar tu plan de acción y sus etapas.

## 4. EVALUACIÓN.

Para no interferir en el trabajo y no inhibir a l@ alumn@s, se evaluará a través de la observación directa y a cada trimestre se entregará un informe trimestral a los padres.

Las encuestas de evaluación tanto a padres como a los alumn@s nos sirven para valorar nuestro trabajo y para hacer las modificaciones pertinentes y seguir desarrollándolo con la máxima eficacia.

# Manos a la obra

DESARROLLO MI PLAN  
METODOLÓGICO



## 1. Desarrolla tu propuesta de metodología

## 2. Describe tu objetivo general de tu metodología

## 3. Describe los objetivos específicos de tu metodología

## 4. Desarrolla un plan de acción para ponerla en marcha

<i>Primer trimestre</i> ▶ Septiembre ▶ Octubre ▶ Noviembre ▶ Diciembre	Foco cuerpo:
	Píldora emocional:
	Exploración sensorial:
	Juegos de conexión:

<i>Segundo trimestre</i> ▶ Enero ▶ Febrero ▶ Marzo	Foco cuerpo:
	Píldora emocional:
	Exploración sensorial:
	Juegos de conexión:

<i>Tercer trimestre</i> ▶ Abril ▶ Mayo ▶ Junio	Foco cuerpo:
	Píldora emocional:
	Exploración sensorial:
	Juegos de conexión:

# YOGA PARA NIÑ@S

## ESTRUCTURA ANUAL DE CLASES



Talleres Temáticos	Mini talleres temáticos incorporados en las clases
--------------------	--

# ACTIVANDO MI PLAN PROFESIONAL



Lo primero para crear tu plan profesional es **tener claro tu propósito** para definir tus **objetivos a corto, medio y a largo plazo** y no perder el foco en tu misión para cumplir con tu dharma personal y profesional.

Los **Objetivos SMART** te ayudarán a dar soporte a tu proyecto siempre que necesites hacer un análisis del desempeño y de los esfuerzos que pones en marcha para garantizar el orden sistemático al que sigues.

## *S* específicos

Concretar y ser específica en lo que haces y ofreces.

## *M* mensurables

Medir e idealizar métodos de seguimiento para alcanzar los objetivos a corto, medio y largo plazo. Por ejemplo la cantidad de horas que debes emplear, la cantidad de clientes para la facturación, la cantidad de gastos para desarrollar la actividad.

## *A* alcanzables

Quita un poco de “esto será imposible” y pon una pitada de presuntuosidad.

## *R* realistas

Deben ser establecidos dentro de tu realidad y tus posibilidades. Mejor hacer un análisis previo de las herramientas que cuentas para su desarrollo. Hablo de materiales, humanas, económicas y motivacional.

## *t* temporales

Establece límites de plazo para ejecutar cada paso y dar continuidad a lo que viene por delante.



ACTIVANDO MI  
**PLAN PROFESIONAL**



Transcriba aquí tu propósito vital

Objetivos a corto plazo

Objetivos a medio plazo

Objetivos a largo plazo

# LA FILOSOFIA DE TU MARCA



## **Misión (Para qué)**

Es la razón de ser. Los propósitos y motivos relacionados con el que pretendes hacer y para quién. Te lleva a la intención, la razón de ser. Es la causa por la que luchas para emprender o servir, tu dharma.

## Misión

A large, empty rounded rectangular box with a red border, intended for writing the mission statement.

## **Visión (Cómo)**

Es el camino por lo cuál te orientas para satisfacer las necesidades de tu público, así como las estrategias que utilizará para crecer y prosperar. Es el reto.

## Visión

A large, empty rounded rectangular box with a red border, intended for writing the vision statement.

## **Valores**

Es el conjunto de principios por el cual te mueves. Deben inspirar y ser la base de tu proyecto. También puedes relacionar con los beneficios o los problemas que resuelves.

## Valores

A large, empty rounded rectangular box with a red border, intended for writing the values.

# ACCIONES MOTIVACIONALES



**Personal**

**cliente**

**Social**

**Mercado**

# DAFO



FORTALEZAS



DEBILIDADES



OPORTUNIDADES



AMENAZAS

## DAFO Personal

- **Fortalezas:** ¿En qué me destaco?  
¿Cuáles son mis puntos fuertes?  
Tus fortalezas se componen de tus talentos, tus habilidades, tu formación y tu experiencia.
- **Debilidades:** ¿Dónde fallo? ¿Cuál es mi actitud delante de los problemas? ¿Qué me impide alcanzar mis objetivos?
- **Oportunidades:** ¿Qué puertas se me puede abrir dadas mis fortalezas? ¿Con qué medios cuento para alcanzar mi objetivo?
- **Amenazas:** ¿Cuáles son las variables externas que me dificulta llegar a mis objetivos?



# DAFO

UN EJERCICIO  
PRÁCTICO



FORTALEZAS



DEBILIDADES



OPORTUNIDADES



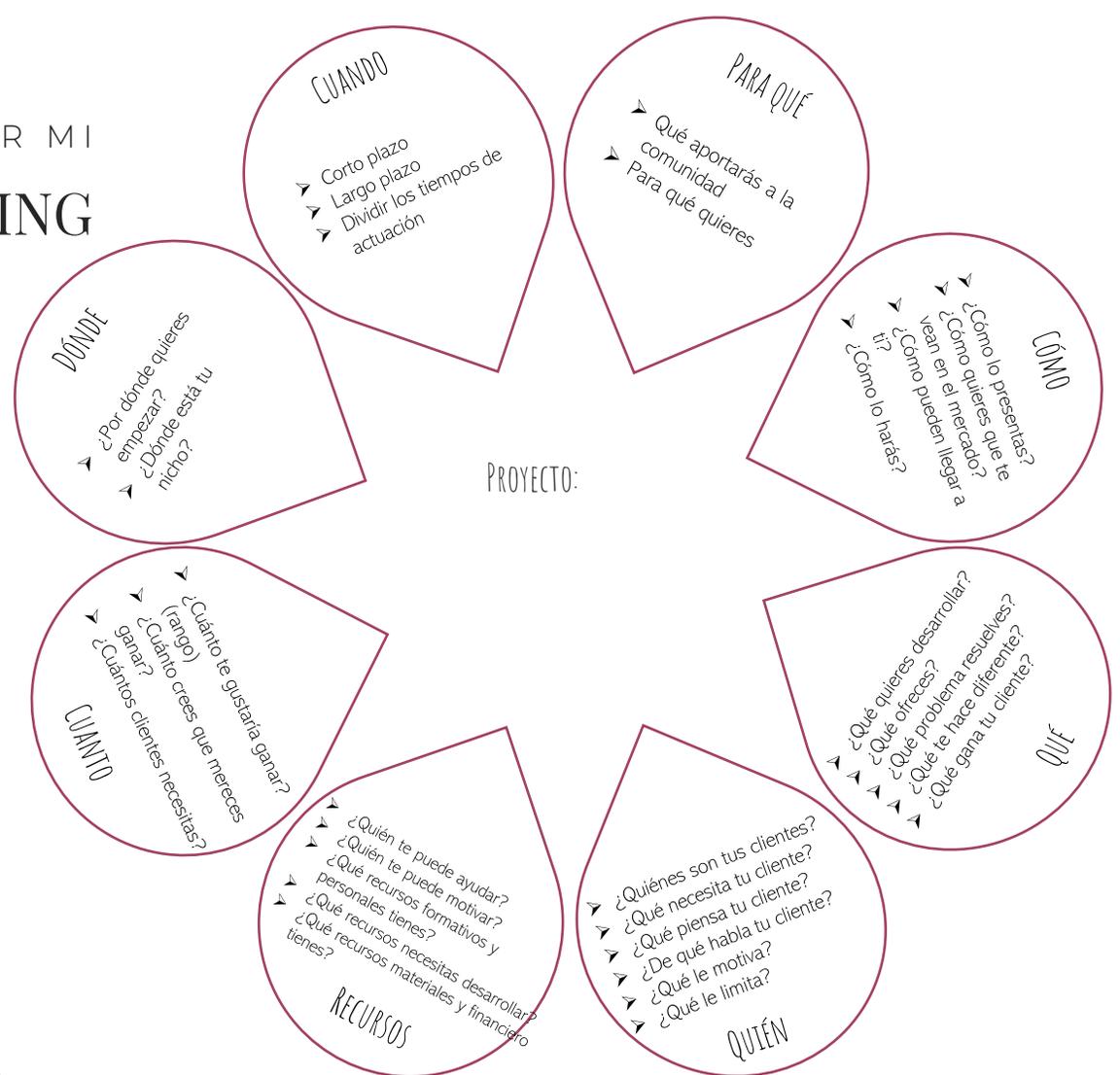
AMENAZAS

# PAUTAS PARA CREAR MI MANUAL THINKING

El Manual Thinking es una metodología activa que nos aportará visión, estrategia y acción.

Te dará soporte para crear una hoja de ruta para tu plan de acción.

Las preguntas te guiará para que no te pierdas en el proceso.



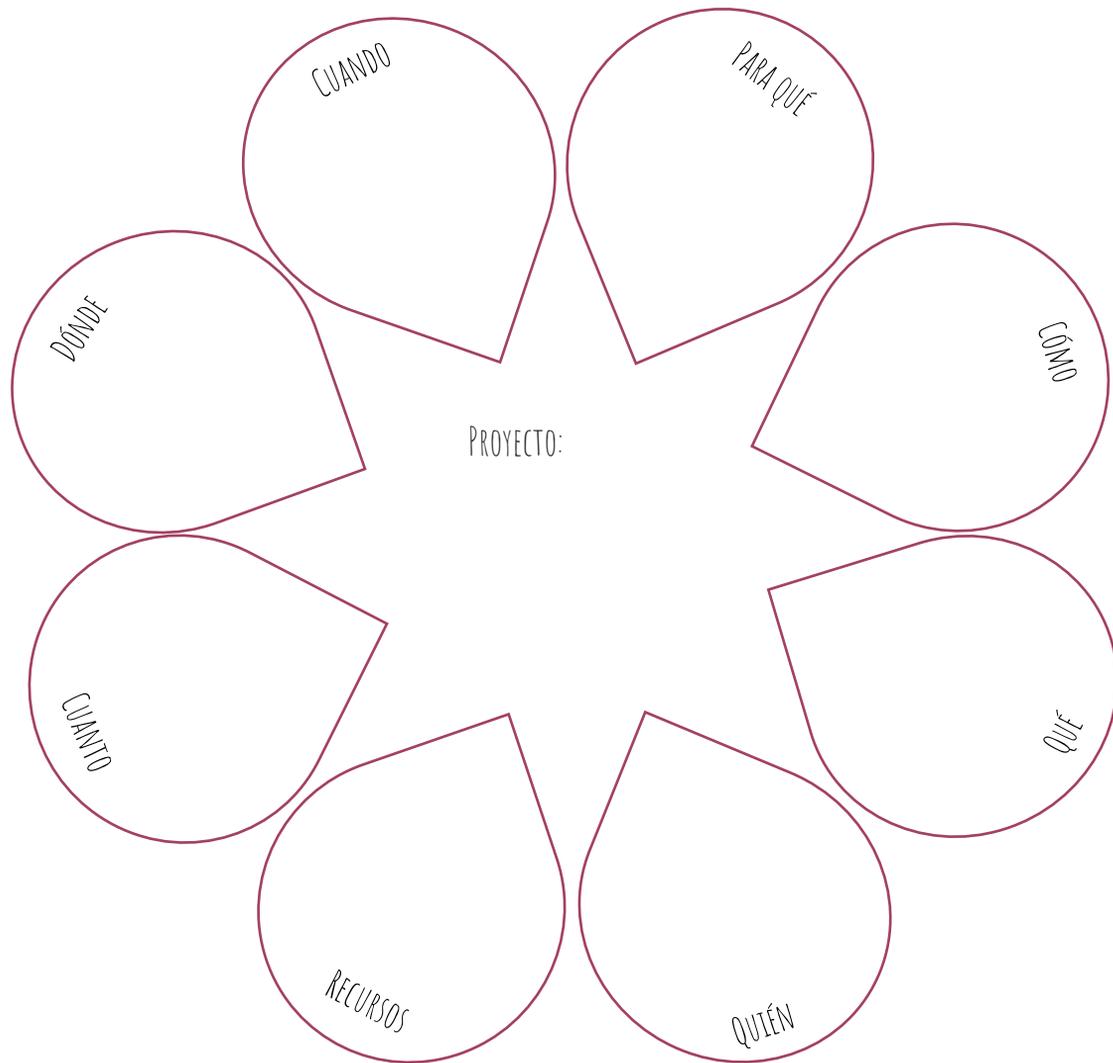


# Manual Thinking

## UN EJERCICIO PRÁCTICO

La sugerencia es que utilices esta plantilla de modelo en el **formato A3** y lo dispongas en una parte de la casa dónde esté siempre visible y a mano para complementarlo poco a poco o ir modificando según las situación va avanzando.

Utilice esta plantilla para que las preguntas te puedan guiar en este proceso.



# MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Nombre del Proyecto

Fecha

## 7. Socio Clave



- ✓ ¿Quién te ayuda?
- ✓ ¿Cuáles son tus socios claves?
- Partners
- Colaboradores
- proveedores

## 8. Actividades clave



- ✓ ¿Cuáles son las actividades claves para poder ingresar?
- Talleres
- Clases
- productos

## 6. Recursos clave



- ✓ ¿Qué recursos necesitas para funcionar?
- personal de apoyo, marca, Financieros, partners, web, logística

## 1. Propuesta de valor



- ✓ ¿Qué diferencia tu Producto de los demás? El valor que aportas. Esta será tu marca personal
- ✓ ¿Cuáles son los productos o servicios por segmento de clientes?
- ✓ ¿Cuáles las necesidades de los clientes que satisfaces?
- ✓ ¿Qué problema ayudas a tu cliente solucionar?
- ✓ ¿Cuáles son las Facilidades que aportas?

## 4. Relación con los clientes



- ✓ Cómo te relacionas con tus clientes
- ✓ Generar experiencias emocionales para conseguirlos y mantenerlos:
- ✓ Co-creación, Club de clientes

## 3. Canales



- ✓ ¿Cómo te conocen?
- ✓ ¿Dónde buscas visibilidad?

## 2. Segmentación clientes



- ✓ ¿A que tipo de personas va dirigido tu servicio o producto?
- ✓ ¿A quién ayudas?

Nicho: yoga Segmentación:

- Geográfica
- Demográfica:
  - edad, sexo, profesión
- Especifica: yoga para niños, padres y madres, educadores y profesores.

## 9. Estructuras de costes



- ✓ Costes fijos: sueldo, publicidad, web, transporte, gestoría, hosting, protección datos
- ✓ Costes variables: formación continua, suministros, material de apoyo...

## 5. Fuentes de ingresos



- ✓ Precio fijo: productos
- ✓ Precio dinámico: talleres, formaciones, clases
- ✓ Sus formas de ingresar (tarjeta, PayPal, transferencia, contra reembolso...)

# MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Nombre del Proyecto

Fecha

<p>7. Socio Clave </p> <div data-bbox="119 227 389 819"></div>	<p>8. Actividades clave </p> <div data-bbox="430 227 725 475"></div>	<p>1. Propuesta de valor </p> <div data-bbox="763 227 1007 819"></div>	<p>4. Relación con los clientes </p> <div data-bbox="1042 227 1328 475"></div>	<p>2. Segmentación clientes </p> <div data-bbox="1368 227 1642 819"></div>
<p>9. Estructuras de costes </p> <div data-bbox="119 904 874 1060"></div>	<p>3. Canales </p> <p>5. Fuentes de ingresos </p> <div data-bbox="913 904 1642 1060"></div>			



PREGUNTAS CLAVES

# PLAN ECONÓMICO



## 1. ¿Cuánto necesito para vivir de mi trabajo?

## 2. ¿Cómo voy a ganar lo que necesito?

## 3. ¿Cuánto tengo que cobrar por cada producto e/o servicio?

## 4. ¿Cuáles son mis gastos de inicio de la actividad?

## 5. ¿Cuáles son mis gastos mensuales?

Aquí se incluye todos los gastos que se generan en 1 mes, como puede ser: tu sueldo, alquiler, autónomo, publicidad, transporte, plataforma online de reuniones, mensualidades de apps para el desarrollo de tu actividad, gastos imprevisibles, materiales...

**Otros gastos:** formaciones, protección de datos, seguros, hosting (en el caso de tener Web), impuestos trimestrales.

## 6. ¿Cuánto tengo que facturar al mes?

# INFORME DE INGRESOS GLOBALES BENEFICIOS Y PÉRDIDAS

- Ingresos: clases + talleres
- Gastos: transporte, alquiler, publicidad...
- Beneficios: Ingresos – Gastos = Beneficios



INFORME DEL MES \_\_\_\_\_

## CLASES Y TALLERES

DESCRIPCIÓN	TOTAL ALUMNOS	INGRESOS	GASTOS	GANANCIAS
Grupo 1				
Grupo 2				
Formación				
Taller				
Tienda				
Otros				
Total				



# DESARROLLO MI PLAN COMUNICACIÓN



## Desarrollo

Defina una estrategia para crear, fortalecer y conservar las relaciones a corto, medio y a largo plazo. Utilice tácticas como la interactividad, personalización y fidelización de los clientes/alumn@s.

Defina los medios virtuales dónde vas a comunicar con tu comunidad, o sea, blog, redes sociales, newsletters, correo electrónico, vídeo conferencia o chats. Trabaja la estrategia de comunicación, o sea, QUÉ, CÓMO, DÓNDE y CUÁNDO publicar.

## Piensa en 5 ideas de contenidos para desarrollarlas

### Algunos tips para que lo tengas en cuenta:

- Observa tu entorno e identifica dificultades que puedas dar soluciones.
- Busca tus **territorios de marca**, o sea, todo lo que te representa y que estén relacionados con tu marca. Ejemplo: naturaleza, comida sana, hobbies, vida saludable...
- Haz un BrainStorming y selecciona las 5 mejores ideas para desarrollarlas.
- Utiliza tu diferenciación e/o especialización para buscar resultados.
- El Storytelling es una forma muy cercana de hablar con tu audiencia.
- Echa mano de ideas creativa para comunicar.



# Manos a la obra

EJERCICIO PRÁCTICO



## Estrategias de comunicación

**Corto plazo**

**Medio plazo**

**Largo plazo**

## Medios de comunicación habitual

## 5 ideas de contenidos para desarrollarlas

Objetivos de la semana

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



# PLANIFICADOR SEMANAL DE TAREAS

*¡No te pierdas!  
Mantén tu foco.*



Semana del \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
<i>Gestión diaria de e-mails</i>					
<i>* Gestión diaria de redes sociales</i>					
<i>Generar contenidos de redes sociales</i>					
<i>Planificación de clases</i>					
<i>Planificación de talleres</i>					
<i>Planificar contenidos del blog</i>					
<i>Preparar Newsletters</i>					
<i>Ordenar y clasificar – ideas y materiales</i>					
<i>Desarrollo de nuevas ideas</i>					
<i>Labor comercial</i>					

*\*Chequear, participar y contestar*

# REDES SOCIALES

## CÓMO PLANIFICAR



**¡La organización y planificación nos da libertad!**

¡Así que, a por ello!!!!

Recuerda que trabajas para satisfacer las necesidades de tu comunidad.

Crea contenido de calidad e interactúa con tu público. Genere visibilidad.

El **calendario de contenidos** te sirve para seleccionar los titulares de las temáticas que vas a tratar, así como los días de publicar.

Los contenidos pueden variar de la siguiente manera:

- **Tutorial** – Usa tu ingenio y cuenta como lo haces.
- **Personal** – cuenta algo interesante de cómo has llegado hasta aquí y lo que te impulsa a seguir adelante.
- **Servicios** – aquí puedes divulgar tus servicios como talleres y clases.
- **Productos** – si dispones de productos o herramientas, también puedes divulgarlas aquí. Lo mejor sería a través de tutoriales de cómo se emplea.
- **Feedbacks** – conteste públicamente las preguntas e inquietudes de tus seguidores. Dale paso.

El **calendario editorial** se compone de texto, imagen e/o vídeos y hastags, y lo plasmarás según la temática de los contenidos y la disposición de las fechas de publicación dispuestas en el documento anterior.

Esto ayudará tu relación con las redes sociales y te aportará más libertad una vez tengas todo el contenido mensual de texto e imágenes preparado por adelantado.

**¡No desistas!**



# PLANIFICADOR MENSUAL

## CONTENIDOS

Mes: \_\_\_\_\_

Instagram

Facebook

	Día 1	Día 2	Día 3
Semana 1			
Semana 2			
Semana 3			
Semana 4			

PLANIFICADOR MENSUAL

# EDITORIAL



TEXTO:

Empty box for text input.

HASTAGS:

IMAGEN:

Empty box for image input.

COMO SACAR PARTIDO DEL

# Elevator pitch

Te ayudará a ser valiente y osada, contándolo bonito de forma breve, concisa y con impacto desde la sinceridad, datos con emoción y creando sensaciones.

Se trata de impresionar y no presionar.

## Se divide en tres procesos:

**1. Entrada** Describa tu trabajo (qué es) de forma rompedora e impactante para captar la atención. Habla de una ventaja, beneficio u oportunidad que ofrece tu negocio.

**2. Convencer:** transmita la esencia, describiendo tu propósito; **cómo lo haces** y el porque. Resuma el impacto y los resultados. Describa que es lo que te diferencia y las cualidades que te hace única.

*Recuerda* que tu proyecto cómo marca creíble está ligado a tu propósito de vida. Cuenta tu transformación hasta llegar aquí.

**3. Despedida** reforzando todo lo anterior y enganchando al cliente con una llamada a la acción.

# Elevator Pitch

UN EJERCICIO  
PRÁCTICO



Utiliza esta herramienta de comunicación para transmitir con impacto lo que quieres comunicar con tu proyecto.



# ESQUEMA PARA DESARROLLAR PROYECTO FINAL



## 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

- Presenta tu idea (¿qué te ha impulsado?)
- Cuál es el nombre de tu marca.
- Cuál es la misión, la visión y los valores de tu marca.
- Describe la actividad que desarrollarás.
- Define tus objetivos a corto, medio y largo plazo.
- Localización.
- Quién emprende.

## 2. PLAN ECONÓMICO

- **Productos y servicios**
  - Cuál es tu producto o servicio.
  - Política de precios (precios fijos y variables).
  - Proveedores y colaboradores.
- **Mercado**
  - Cuál es tu mercado potencial.
  - Estacionalidad.
  - Quién es tu clientela.
  - Quién es tu competencia.
- **Ventas y compras**
  - Previsión de ventas de tus productos/servicios.
  - Previsión de compras (para iniciar la actividad y luego para desarrollarla mensualmente).

## 3. PLAN DE MARKETING

- **Plan de comunicación**
  - Desarrolla una estrategia para crear, fortalecer y conservar las relaciones a corto, medio y a largo plazo. Utilice tácticas como la interactividad, personalización y fidelización de los clientes/alumn@s.
  - Define los medios virtuales dónde vas a comunicar con tu comunidad, o sea, blog, redes sociales, newsletters, correo electrónico, vídeo

VIVE DE TU PASIÓN

# CUADERNO DE TRABAJO

EMPREDEDORA YOGUI



Desarrollate cómo profe de yoga para niñ@s  
¡Te sorprenderás de lo que eres capaz!

