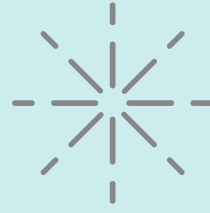
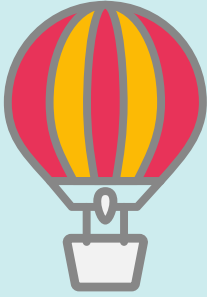


Guia Emprendedora



LIC. VIRGINIA YODICE

www.emprend-ac.com

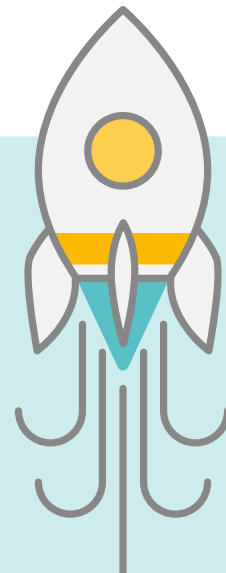
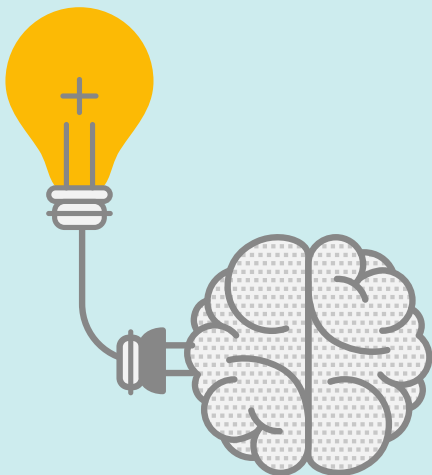


Mini intro antes de comenzar

Hacía tiempo que desde **Emprend** tenía ganas de hacer esta guía. Y es que compartimos espacios con muchos profesionales íntegros, apasionados, pero que en varias ocasiones, nos manifiestan encontrarse algo desmotivados de lo que terminó siendo su vida laboral.

Aquí encontrarás un pequeño recorrido por mitos y errores frecuentes, propios y ajenos. Un poco de lectura, mucho de experiencias.

Lo armé de la forma más sintética posible pero un punto de partida fundamental y que pocas veces nos preguntamos: ***a dónde queremos llegar y cómo vamos a lograrlo.***





Se aprende a hacer, haciendo

Emprender es un ejercicio y por ende, se entrena. Lo que hoy te cuesta luego será automático, y verás oportunidades en todos lados.

Sin embargo, para tener una idea, primero debes ser experto y para ser experto necesitas muchas, muchas horas de estudio y fundamentalmente, de experiencias. Esto puede ser muy valioso para resignificar lo que fracasó en nuestros recorridos, porque nadie tiene éxito sin haber cometido errores antes.

Así que si estás un poco bajón tras un par de años difíciles, lo mejor que puedes hacer con eso es darle una utilidad acerca de qué funcionó, qué no y qué puedes hacer con eso. Pero como dijo Einstein, no esperes resultados diferentes haciendo siempre lo mismo.

Empecemos la danza de emprender



Todos soñamos con ese Santo Grial. Esa super idea que "nos salve".

Después de todo: ¿quién no desea cierta tranquilidad económica mientras disfrutamos de trabajar en algo que nos guste?

Sin embargo, las ideas más útiles son las que resuelven problemas y eso no es fácil de alcanzar... porque debes conocer los contextos para poder detectar necesidades no resueltas y porque aún alcanzando buenas ideas en general, requieren cierto esfuerzo y recorrido previo (porque si fuera tan fácil y simple, lo haría todo el mundo)

Vamos con un ejemplo. En varias ocasiones me encontré con colegas que deseaban emprender en algo que les generara algún ingreso extra.

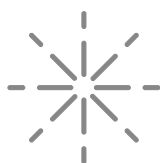
Congreso mediante, café en mano, escuché varias veces:

Quiero armar descargables para vender

¿Qué problema resuelve?

Será un libro de recetas, ayudará a la gente a tener ideas

Pero libro de recetas y recetarios hay muchos, ¿por qué el tuyo se vendería?





Porque tendrá fotos e ingredientes locales

Excelente, ¿cómo lo vas a vender?

Por Instagram, tengo unos 2000 seguidores

Seguidores, no son ventas. Deberás implementar un sistema para promocionar ese recetario, sea generando crecimiento orgánico de tu cuenta, pagando publicidad, articulando con otros profesionales y debo decirte, que un recetario tenga fotos e ingredientes locales tampoco es garantía puesto que tu competencia será alta, ¿tenés presente que deberás implementar alguna estrategia?

Si... pero yo no quiero tanto lío. Voy a hacer el recetario y lo voy a subir y veré cómo me va

Este caso es súper común. La generación de descargables. Y si bien este diálogo está un poco ficcionado, no dista en contenido de lo que sucedía en esas conversaciones.

Una vez le pregunté a una colega: ¿cuántas horas tardaste en producirlo? ¿Cuánto pagaste de diseño y edición? ¿Cuánto te salió el fotógrafo? ¿Cuántas consultas dejaste de atender por dedicar esas horas al descargable? (lucro cesante). Es decir, si le dedicaste 5 tardes de 4hs, le dedicaste 20 horas que de otro modo, podrías haber estado atendiendo consultas, por dar un ejemplo.

Y descubrió que el descargable le había generado más pérdidas que ganancias. Y en un par de páginas, verás que es mucho dinero.

Este caso aplica a todo, si sabes leer entre líneas: a tu consultorio, a tu cafetería, etc.

Una idea incluso siendo buena, necesita dedicación. Esa dedicación a veces puede resolverse con dinero. Muchas otras veces con tiempo e ingenio.

Sucede lo mismo con cuentos o juegos para niños. Hay una meta (por ejemplo, volverse una escritora infantil referente en alimentación), hay un objetivo (venderlos) pero no hay un plan para hacerlo.

Y es una picardía, porque el recetario está ahí, hecho. Lo mismo que el libro de cuentos.. y te llevó horas de tu vida. ¿Por qué ahora no alimentar ese proyecto? No es producir, es antes, durante y después, implementar la estrategia de venta para hacerlo funcionar.

No importa si tu proyecto es ambicioso. Las más grandes empresas comenzaron en un garaje.

Sin embargo, es ingenuo pensar que tu proyecto se materializará por generación espontánea. La pregunta es: ¿estás haciendo hoy lo que necesitas para llegar mañana?

Necesitas un plan

A lo largo de estas líneas les contaré muchas historias de profesionales con los que me he cruzado en las asesorías y eventos y en general hay un denominador común: no hay un plan.

No hay un plan porque no está muchas veces claro el objetivo. Y el objetivo resulta difícil porque en ocasiones cuesta salir de nuestra estructura y empezar a detectar qué busca tu comunidad en lugar de dedicarse a citar textos científicos en un Instagram o especializarse en áreas cuya demanda no se está dispuesto a afrontar.

Quizás lo que acabo de mencionar te resulta una obviedad o ahora mismo estás teniendo una revelación:

Vos, ¿tenés un plan? ¿Tenés un objetivo? ¿Te estás preparando bien?

Y lo más duro de todo: ¿estás ofreciendo algo que a la gente le interese? Y si tiene potencial, pero no creces, ¿lo estás divulgando bien?

Si no tenés plan, difícilmente haya crecimiento. Pero para diagramar tu plan, primero debes tener en claro a donde querés llegar y qué estás dispuesto a ceder.

Vamos con otro ejemplo (y spoiler: voy a usar muchos)

Es muy frecuente en los talleres que doy, que un par de voces se alcen cuando pregunto qué desean profesionalmente y respondan:

Quiero ser una referente en las redes sociales

Creo que es inversamente proporcional a la edad (es decir, lo veo más en las chicas recién graduadas).

Pero se sorprenderían cuántas, en un encuentro, mencionan ese objetivo.

Ahora bien, yo hago este ejercicio: Primero les pregunto qué quieren decir con eso (sólo para no hacer juicios prematuros) e inequívocamente siempre la respuesta es la misma: una persona publica, con muchísimos seguidores, que tenga impacto en una comunidad de personas, con o sin venta de productos/servicios. En algunas ocasiones, la idea de canjes las tienta.

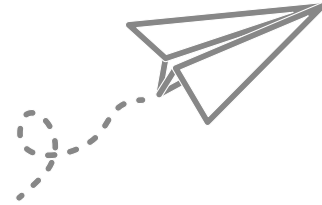
Luego continúo con alguna de ellas:

Bien. Querés ser una referente en las redes sociales...hagamos un ping pong, ¿estás de acuerdo? ¿Te gusta salir en cámara?



No, tengo una diseñadora que me hace placas con efemérides

¿Tenés un contenido dirigido a una comunidad específica?



No... comparto un poco de todo pero nada puntual para ningún grupo

¿Hiciste algún curso de marketing para redes?

No, ninguno. Porque soy profesional de la salud y eso ya me hace una persona idónea

¿Tomaste algún curso de fotografía con celular o tenés un buen equipo de esos que hacen magia con la edición?



No, no le doy bola todo eso y como te dije no me gusta salir mucho.

Quienes se posicionan como influencers tienen en general, una marcada conexión con su público (comunidad), generan contenidos de valor, muestran su cara y no “fotocopian” posteos con efemérides o funciones de la vitamina C mientras que son muy atractivos visualmente, por su forma de comunicar y su histrionismo.

Pero la cuestión es que de forma consciente o planificada, esa influencer de salud hizo un recorrido. Fue alcanzando distintas postas, que llevaron a que hoy sea una referencia.

Es muy frecuente cierto enojo cuando se habla de los influencers “hay que demandarlos, es ejercicio ilegal...” lo cual quizás es cierto.. pero la pregunta sería **qué tienen ellos que no tengo yo** (y ya al final llegaremos al valor diferencial).

Un influencer muchas veces sabiendo menos (a veces más..) que un profesional de la salud tiene más llegada porque comunica mejor. Punto. Lo hace mejor que uno. El problema no es el otro, soy yo.

Retomando, la idea es que vos puedas reconocer entonces dos cosas: primero a donde querés llegar y luego, los pasos que coherentemente darás para alcanzar ese objetivo.

Este ejemplo de volverse influencer puede trasladarse a decenas de otros.

“Quiero tener mi empresa de viandas...pero no sé cocinar”.

Bien, primero, para poder valorar sabores, combinaciones, dar instrucciones, calcular costos, deberás hacer un curso de cocina, luego conseguir dinero para iniciar (propio o de un préstamo), generar un colchón que te permita vivir 3 meses sin ingresos, buscar proveedores y tener costos competitivos, contratar empleados y tenerlos en regla con aportes y ART, realizar publicidad en el barrio, generar una comunidad de whatsapp y redes para divulgar el menú de la semana y allí, tenés tus chances de que la casa de vianda funcione.

La mayoría de las cosas que fracasan en algún punto, no hicieron bien su planificación. Por ende si ya tuviste un emprendimiento, seguramente aprendiste de tus errores como yo y si estás por iniciarlo, es importante que tengas todo esto en cuenta.

Todo castillo comenzó con un ladrillo pero no pretendas tener un imperio si no tenés un plan de acción.



Estoy más perdida que Nemo

Ojalá estas líneas te vengam sirviendo y logres identificar que tu trabajo debe darte placer y sustento, pero no ser un loop donde día tras día repitas lo mismo sin avanzar.

¿Ya pensaste a donde querés llegar? ¿Y cómo vas a lograrlo? Ya volveremos allí.

Muchos de nosotros estuvimos perdidos, cual nemo.

Dando vueltas. Haciendo lo que venga. El problema de eso es que en un plano ideal, tu trabajo debería apasionarte, no ser una palanca para conseguir una obra social y un ingreso estable.

Y Ojo, eso no es malo.

Pero, si murieras hoy, pensarías “la verdad que en general, siempre trabajé en algo que me gustó” o ¿destinaste un tercio de tu vida a una actividad que no te llenaba el espíritu solo por la certeza de ver un número en un recibo de sueldo?

He entrevistado a decenas de personas que sostienen un trabajo que no les gusta simplemente por la certeza del ingreso fijo, aunque ir a una jornada laboral fuera detestable, con un jefe maltratador y una compañera super tóxica.

Entiendo que no estamos en una época para patear el tablero. Pero hay terrenos que puedes ir preparando. He acompañado personas que se han estado separando, o tenido una madre enferma, o una casa que arreglar y no han podido soltar en ese momento la estabilidad. Pero que eso no te detenga. Quizás no es este año, pero será el próximo.

No te quedes donde estás si no estás bien. Planeá tu escape si no te gusta tu trabajo. Y mientras tenés un ingreso fijo, puedes ir haciendo crecer tu emprendimiento hasta que sea lo suficientemente grande para soltar lo que no te gusta.

Lo que nos lleva de nuevo a la primer pregunta: ¿a dónde querés llegar?

Ser realista

Cuando me recibí hice cursos largos de todo tipo, un par anuales. Y estuvo bueno, me permitió tener un panorama para ver qué me gustaba, qué podía representar potenciales trabajos, luego si esos trabajos me gustaban.

Pero llega un punto donde tenes que identificar el qué para volverte ese referente que todos quieren. No podés dedicarte a todo (y por eso la importancia de hacer red) pero si resolver en qué área/s te vas a volver “especialista” o desarrollar tu expertise. Y acá viene lo bueno, si seguís perdido, al menos comenzá por lo que sabes que NO querés hacer.

Así como no volveré a los pantalones elastizados con borcegos, al menos de momento, no me interesan los servicios de alimentación. Tampoco quiero hacer nutrición para deporte de elite, ni me interesa lo vinculado a alimentación suplementaria.

Por ende, no tiene sentido que me anote a un posgrado de dos años. Sí, realizo propuestas cortas en **Emprend** para estar al día con lo general. Pero no hago una especialidad de 4 semestres.

Algo que noté en varias ocasiones es cierta disociación entre el proyecto, lo posible y lo que la persona está dispuesta a hacer.

Es como que en el apuro de conseguir trabajo, hay personas que se embarcan en posgrados de los cuales no saben si podrán obtener algún rédito laboral o incluso iniciaron sabiendo que no usarían en su ejercicio, al menos en su proximidad.

Vamos con otro ejemplo:

Mariam vive en un pueblo de 3200 habitantes, se graduó hace poco y es una estudiosa de las patologías renales, las conoció en la Universidad y desde entonces es un tema que le fascina. Está considerando hacer un posgrado de 2 años en patologías renales. Sin embargo, cuando converso con ella, no quiere irse del pueblo porque su novio de toda la vida reside ahí ni tiene vehículo para viajar a alguna ciudad más grande.

No sabe de pacientes renales en su localidad ni hay centros de diálisis allí, pero sabe por el médico del pueblo y la propia formación, que hay varios hipertensos y personas con diabetes, que pueden tener potencialmente alguna afectación renal.

*La pregunta es: ¿tiene sentido formarse en renal?
La respuesta sólo la tiene ella, pero claramente, esas variables deben tenerse en cuenta.*

Todo es una apuesta, no se puede controlar todo y quizás con esa formación, comienza a detectar en el centro de salud pacientes no diagnosticados, puede hacer grupos de apoyo, dar talleres de cocina y generar un microemprendimiento de viandas.

O colgar un título en la pared y no darle uso.

Son dos dimensiones alternativas en el multiverso. No hay respuesta correcta. **Simplemente pregúntate cuando tomas un posgrado, el para qué. Si lo podrás capitalizar y no solamente cuánto cuesta, cuánto dura, qué universidad emite el título y cuánto trabajo demandará la tesis.**

No te digo que abandones un proyecto, sino que seas realista.

Yo vivo en un pueblo de 1200 habitantes. Y tengo 3 marcas comerciales, con equipos trabajando en ellas, más el consultorio virtual.

Sin embargo, nada planeo si no es posible. Y eso representa que hay proyectos a los que debí renunciar antes de empezar.

¡Listo! Tenés la idea, ¿cómo impulso mi crecimiento?

Perfecto. Renunciaste a tu trabajo, te empoderaste y vas a comerte sin sellos todo lo que el mundo te ponga por delante. Bien, tercera (o cuarta?) Lección aprendida.

El dinero atrae el dinero. Invertí en tu proyecto.

Y eso me trae a la mente otra cosa que debes saber y yo aprendí a fuerza de golpes: necesitas aprender de finanzas y marketing. Tema para otra guía. Pero daremos una vuelta.

Lo que respecta a publicidad, es fabulosa porque realmente multiplica tus ingresos. Lo que pasa es que no nos enseñaron eso y yo hasta hace poco, lo entendía como un gasto.

La publicidad no es sólo dinero, también puedes invertir brindando tu tiempo. Así que ni siquiera es excusa el no tener para invertir. Durante años llamé a las radios para ver si el feriado les venía bien alguna nota de color sobre nutrición que era cuando tenían menos noticias. A ellos les generaba contenidos y a mí me servía para darme a conocer. Con el tiempo, fui constituyéndome en columnista de algunos, y de hablar los feriados pasé a los programas semanales (aunque nunca rechazo salir un feriado, aunque esté de vacaciones, porque cuando lo necesité, allí estuvieron los productores dándome espacio)



Más de una vez me han dicho "vos porque tenés suerte, salís en todos lados".



No es suerte: fue estrategia.

Voy con otro ejemplo.

Hace un par de años hicimos un ciclo de entrevistas en un canal local, donde distintas nutricionistas íbamos a hacer consejería. Invitamos a varias profesionales más jóvenes, pero siempre éramos las mismas.

La realidad es que casi todas nos respondían “¿Pero pagan algo?” Sin entender que la ganancia estaba en nosotras no tener que pagar. Sí, así como leen. Teníamos aire gratuito, como devolución a ceder nuestros saberes en esos 15 minutos semanales.

Claro. Había una “pérdida”: ceder nuestro tiempo era un lucro cesante: tiempo que no estábamos atendiendo nuestra consulta o en nuestro servicio o emprendimiento.

Pero ganábamos en visibilidad: con un poco de suerte, nos veían bastantes personas, sacábamos algunas fotos para hacer historias y muchas veces obteníamos videos para subir a nuestras redes sociales. Conocíamos gente, lo más valioso de todo el proceso y tendíamos conexiones con personas que de otro modo no podríamos conocer.

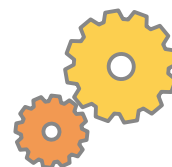
¿Se acuerdan lo primero? El “¿a dónde querés llegar?”

Bueno. También además de ser influencer de las redes está el sueño de varios profesionales de estar en el canal líder haciendo consejería. Y esto es porque te catapulta de otro modo: ser la cara de salud de un noticiero nacional representa más valor a tu marca, por ende tus barritas/batidos/etc se venderán más, o podrías escribir un libro o pedir mejores honorarios en una gira de charlas por el país. La pantalla de TV, sigue siendo, aunque en menor medida post streaming, pero sigue siendo una gran vidriera.

Sin embargo, en ocasiones esos que quieren ser la cara de América, o Telefé o la Nación, menosprecian al canal local, que te dará la visibilidad más cercana, en un contexto amable, familiar y te enfrentará con las camaras generando contactos que seguramente te llevarán al prime time nacional que tanto querés.

Lo que quiero decir es que no importa cual sea tu objetivo... no es que estornudás y estás ahí: **es fruto de un montón de pequeñas acciones, trabajo con otros, articulación con colegas, publicidad, trapiés, cosas que salen mal, cosas que salen bien. Y siempre: tratar de ser buena persona.**

Publicitarte puede multiplicar por diez (o más) tus ingresos



Cuando se trata de publicidad lo que sí hay que tener en claro es el medio. Pero no tengas dudas: no falla. Lo que hacemos en ocasiones es seleccionar mal la publicidad (lo hice muchas veces). Pero si está bien orientada, es fabulosa.

Por ejemplo: si quieres publicitar tu casa de viandas, tal vez lo que te convenga es la revista de la vecinal o incluso el diario o canal local. Si estás haciendo un taller en el centro de salud para la tercera edad, probablemente folletear en los comercios de la zona o algún afiche es lo ideal y si buscas vender ambos (chaquetas, etc), hacer unas buenas fotos (invertí en eso) con contenidos de utilidad son buen material para publicitar en Instagram o Facebook.



Recuerda: tener un profesional en diseño gráfico que acompañe tu proyecto es una inversión también.

Retomando.. (ya me conocen y soy dispersa) **La clave es que publiques donde sirve.**

No uses tik tok para divulgar el taller de alimentación en la tercera edad, ni uses una revista de sala de espera para promocionar tus servicios para alimentación en adolescencia.

La publicidad es una herramienta. Úsala sabiamente. Escoge qué medio es el ideal para lo que querés vender. Y siempre hay retorno.

Pensá: si las grandes marcas aún con su podería invierten fortunas, ¿por algo es, no?

Anécdota de color: una vez le escribí por privado a una colega puesto que aunque ella residía en Salta y yo en Santa Fe, había aparecido en mi Instagram una publicidad de su emprendimiento pastelero. Me tomé el atrevimiento de mandarle un mensaje por privado y con respeto aportarle que la segmentación estaba mal hecha en la configuración de su publicidad. No hay chance que una cheese cake sin tacc sea una opción teniendo mitad de la Argentina que nos separaba.

Algo que tiene la publicidad en Meta (Facebook, Instagram) es que te permite segmentar a quienes les llegarán tus anuncios: zona, intereses, sexo, edad. De cuán bien sepas dirigir la campaña, más resultados tendrás. Sí, debes tener en cuenta que los costos (al menos hoy, a enero 2024) que te muestra la plataforma no son los finales y responden a la cotización del dolar vigente más varios impuestos, por lo que consideralo para que el resumen de la tarjeta no te sorprenda.

¡Empecemos con la organización financiera!

Perfecto. Ya decidiste a donde querés llegar.

Vas a vender recetarios por Instagram.

Tenés 1000 seguidores, tenés que subir al menos a 20.000, subir contenido de calidad, generar interacción, confianza y cuando finalmente seas creíble a tu comunidad, seas constante en tus publicaciones, hayas metido unos pesitos en meta, podemos decir que cada 1000 seguidores 7 personas comprarán tu producto (un ejemplo, hay distintas variables que influyen en la conversión de seguidores a ventas, pero para que comprendas el caminito)

Ahora viene lo bueno: tenés que tener que empezar a pensar en cuestiones más económico-financieras.

Calcular costos, obtener ganancias, inscribirte en la actividad si está por fuera de los alcances de tu título (ej. Una cafetería).

Pero sigamos con el ejemplo del recetario y voy a dividir esta sección de dos dimensiones: por un lado, la importancia de tener separadas cuentas laborales y personales como primer paso para ahorrar, invertir, y generar ganancias y por otro, calcular bien tus costos.

Lo primero ya lo ensayamos hace un rato.

- > ¿Cuánto costó en dinero y tiempo invertido generar el recetario?
- > ¿Cuántos debo vender para llegar a mi punto de equilibrio y a partir de cuántos tengo ganancia?
- > ¿Según como cobro, cuánto es bruto y cuánto es neto?

Vamos con lo primero.

Ya repasé lo básico: diseño, foto, tiempo, publicidad que vas a tener que sumar para visibilizar tu perfil o tiempo de tu vida que dedicarás a hacer videos para sumar seguidores de forma orgánica. En cualquier caso, invertís.

Pero, ¿cuánto te ingresa?

Este es un ejemplo real de un taller virtual de asesoría nutricional. De los \$5000 de venta de un taller, mercado pago al 3 de enero, retuvo \$423 más \$75 más por ingresos brutos (esto varía según de qué provincia te hagan la compra). y en este caso por la categoría fiscal, debe descontarse el IVA que cada mes se retorna al estado.

Valor publicado (bruto)	5.000
Comisión Mercado pago	423
Ingresos brutos	75
IVA	1.050
Total Neto	3452

Es interesante por tanto, que verifiques los medios de pago de tus servicios y cuánto finalmente te queda. Porque también forman parte de tus costos.

Hagamos el imaginario del costo de tu recetario, ese que te comenté dedicarías 5 tardes de consultorio que te reservarías para armarlo:

Diseñadora recetario	50.000
20 horas de trabajo <i>(supongamos que tu hora es 15.000, dos turnos de 7,500)</i>	300.000
Publicidad <i>(10.000 en publicidad en Meta, que tiene 75% de impuestos país, etc)</i>	17.500
Costo de recetario	367.500

Cuántos necesito vender para llegar a punto de equilibrio?

Imaginemos que no pagas IVA y promediamos 10% lo que retiene la billetera virtual con cada venta.

Te queda un valor imaginario de \$4500 . Sí? Imaginemos que limpio, después de descontar lo que te retienen, **te queda \$4500**

$$367.500 / 4500 = 81,6666667$$

Necesitas vender **82** recetarios para cubrir los gastos.

Vendiste 10 el primer mes. Si sostenes ese nivel de venta en 8 meses empezará a generarte ganancias.

Por ende volvemos al plan: no es solo armar el recetario, es luego (o antes) ir pensando como venderlo. Porque esos 10.000 de publicidad (que se transforman en 17,500 cuando le sumas impuestos) tiene un período de vida útil. Por ende hacer un recetario es fabuloso si vos podes alimentar la demanda de forma sostenida. Sea con publicidad, sea ofreciendo a pacientes, sea generando videos.

Esta guía no puede abarcar todo, pero existe algo llamado los objetivos SMART, que tienen que ver justamente con todo esto: planear, colocarse plazos, establecer objetivos medibles y evaluar resultados (buscalo, te servirá mucho)



Organizá tus billeteras

Otro aspecto importante es la división del dinero. Lo laboral debe diferenciarse de lo personal.

El objetivo final es que vos cada mes, te "separen" dinero como si fuera un sueldo.

Cuando recién empezás es muy difícil y vas a semana a semana separar algo para vos y algo dejarás en la cuenta empresa. Pero inicialo. Hasta que vayas acumulando de modo tal de una vez por mes asignarte tu "sueldo".

Guau! Un reel se hizo viral y vendiste 35 recetarios en una semana!

No lo lloves a tu cuenta personal. No te los gastes. Invertí esa suma en publicidad en Meta. Eso hará crecer tu alcance y venderás 35 más. Y ganarás seguidores. No te engolosines con gastar la plata que te entra de forma extraordinaria (obviamente si no tenés, se usa) pero si tenés

margen, reinvertirla. En Google, en Meta, en fotos, en diseño, en pintar el consultorio... y cuando tengas más margen, en comprar unos dolars MEP o unos CEDEAR

Dividir dinero, es fundamental para crecer.

Nota útil: Hay bancos digitales que te mandan una tarjeta a tu casa y tienen cero gastos de mantenimiento. Es decir, no hay excusa por la cual no tengas cuentas separadas. En mi caso, tengo brubank como cuenta personal en donde cada mes, me asigno "un sueldo". La plata en movimiento de mis emprendimientos no la toco para mi uso personal diario.

"Atiendo en un barrio del otro lado de la ciudad, no tengo mucha gente, pero ya lo haré crecer"

El paso que sigue a las cuentas separadas, es de tu cuenta laboral, saber de donde es el aporte proporcional.

Un caso clásico es quien hace consultorio a 10km de su casa. Le queda lejos, debe alquilar, pagar combustible y garaje. Atiende por obra social y a veces los turnos fallan sin aviso. Me pasó. A varios de uds probablemente también.

Si no se tiene cuentas separadas por actividad, y todo el dinero va a una misma cuenta, es probable que haya una actividad más rentable que otra. Esto es natural. El tema es que no te des cuenta que algo te lleva más tiempo, dinero y energía de lo que te brinda.

Por ejemplo, yo sostuve meses atender un consultorio que no funcionaba, pudiendo vivir bien por mes, porque en esa época tenía 25 años, trabaja en la cocina de un hospital y me era más que suficiente. **Pero un trabajo me alimentaba el otro.**

¿Esto es malo? ¡No! El tema es que no te des cuenta y de pronto ese otro trabajo que te genera pérdidas tampoco te da de satisfacción o bien, no tenga posibilidades de crecimiento.

De nuevo, lo importante es saberlo y luego tomar decisiones.



O mi consulta es muy barata o la ropa interior está muy cara

Sé que el título suena muy fuerte pero recuerdo que llegué y se lo dije así, tal cual, a mi mamá.

Creo que los primeros diez años post graduada no viví de mi profesión. Siempre tuve una actividad paralela que me "permitió" trabajar de nutricionista mientras me iba formando en educación, programación, clínica, gestión educativa y marketing. Hoy vivo exclusivamente de mi profesión y sus expansiones y mis emprendimientos a su vez generan trabajo a otros profesionales.

Pero retomando la cuestión, un día caminando por la peatonal, decidí que debía actualizar mi

ropa interior. Para el caso, descubrí que cualquier prenda básica, salía mínimo, el doble de lo que cobraba mi consulta.

Ahí realmente tuve una revelación. ¿La vetetina era muy cara o yo cobraba muy poco?

¿Sería que necesitaba dar más turnos? (en esa época no sabía esto de los cálculos que les contaré ahora, tenía el dinero mezclado y otras debilidades).

Podemos pensar que el costo de una consulta es al azar pero no: debes considerar varias cuestiones a la hora de estimarlo. Y de hecho hoy hablé con una amiga de eso, y le mencionaba esto mismo:

Honorarios mínimos éticos: son una referencia, no una imposición. Y tiene mucho que ver con la zona en la que te muevas. De cualquier manera, sirven aunque más útil es cotejar con colegas de la zona o la temática qué valores manejan ellos.

Calcular los "costos" de tu servicio: ya lo hicimos para el recetario, vayamos a calcular el de tu consulta:

¿Cuánto te sale el alquiler? ¿Qué equipos vas a comprar? ¿Tenés secretaria? ¿Qué cuota mensual tenés en tu colegio/asociación? ¿Cuánto tenés de aportes previsionales, obra social, CPN, diseñadora, publicidad, inversión en cursos?

Bien. A eso dividilo por tus consultas potenciales, digamos, un promedio, pretendes 30 por semana, es decir, 120 mensuales. Y a esos gastos, dividilo por tus consultas. Vamos con un ejemplo:

Imaginemos que tenes (usemos costos imaginarios)

Consultorio	50.000
Proporcional secretaria	40.000
CPN	14000
Aportes y obra social	72.500
Colegio profesional	3.500
Total	180.000
Costo por 120 pacientes	1.500

1500 pesos de tu consulta, entonces, ya son gastos de la profesión. Por ende no podes cobrar 1500.

A eso sumale a cada consulta, un extra que dejarás en tu cuenta profesional, por ejemplo 500 pesos por paciente, para ir reservando para gastos extraordinarios (un congreso, un service a la balanza, etc). \$2000 pesos de tu consulta, son gastos.

Si vos no haces este cálculo, es probable que coloques al azar un valor y no llegues a fin de mes.

Volvamos entonces. Recordemos que estos valores son simbólicos y solo a fines didácticos

¿El gasto del súper y niñera debes descontarlo de allí? Es decir, ¿agregarlos como gastos profesionales? **No. Son gastos propios.**

Sólo colocá los ítems concernientes a la profesión pura, al ejercicio laboral.

Es importante que también tengas presente que según tu categoría fiscal estos “gastos” cambian. Por ejemplo, y al menos en este momento en Argentina, hacer las cosas bien tiene un gasto enorme. Y tampoco nos enseñaron esto. Pero si por ejemplo, estás con ganas de instalar un cafecito saludable, con algunas opciones de pastelería y limonadas copadas, tomar un par de empleados, y te va bien, tu facturación va a aumentar y cuando te des cuenta serás responsable inscripto y todo lo que vendas, llevará un 21% de IVA.

Vivimos en un sistema con reglas y estas incluyen las fiscales, que nos dan un marco obligatorio. Quizás es una obviedad pero por favor, antes de encarar cualquier actividad, consulta con tu profesional de confianza. En especial si es un emprendimiento físico, y ni que hablar si es gastronómico deberás también tener la autorización de entidad sanitaria pertinente.

Retomando.

Tenías los \$2000 de gasto por cada consulta. ¿Cuánto debes cobrar? Aquí debes decidir cuánto quieres “ganar” de cada sesión. Y aquí entran en juego otros actores: oferta, demanda, marca personal, estatus. Y algo muy importante: ¿cuál es tu valor diferencial?

A igual servicio, si alguien cobra 5000 y vos 10000, debe existir algo que justifique tu costo adicional:



- > ¿Qué tenés para ofrecer?
- > ¿Tu consultorio es más lindo?
- > ¿Tenés más cursos hechos?
- > ¿Tenés una marca construida?
- > ¿Tenés más seguidores?



Hoy una colega un poco indignada me contaba al teléfono que un par de profesionales influencer cobran fortunas. Más allá de cuántos turnos tengan, esa diferencia en la pretención es por la vidriera que les permite su visibilidad en redes.

¿Y tendrá gente cobrando 100.000 una consulta? Quizás 1 al día, mientras otra atiende 20 a 5000. Aquí es una simple cuestión: pones un precio a tu servicio. Oferta -demanda.

Si tu servicio es bueno, y el contexto ayuda (pues lamentablemente la salud en épocas de crisis a veces se posterga) en un escenario ideal, si hiciste todo el caminito previo de prepararte, publicitarte, deberías tener una demanda que te sirva.

Por supuesto que puede crecer (ahí verás si mejorar tu publicidad, cambiar de espacio, verás en tu caso, qué sirve) pero si tu consulta no crece, ver que falla.

Si tu precio es demasiado bajo, puede generar desconfianza en tus capacidades.

Si es demasiado alto, quizás pierdas demanda.

Es una danza que debes darte. Más económico, más pacientes. **Más caro, menos pacientes, pero quizás trabajas menos y a fin de mes ganas lo mismo.**

Hay algo llamado high ticket, que hasta la fecha no he realizado, porque bueno, soy un poco romántica y creo que la salud debe ser medianamente accesible para todos. Pero básicamente se trata de eso: tener una consulta costosa de modo que sea exclusiva para cierto sector. Tu consulta da "status"

Como sea, es una decisión personal. Pero nunca la tomes sin haber antes, considerado los costos de tu ejercicio profesional y los pro y los contra de la opción que escojas.

Estoy cansada de trabajar como un hámster en la ruedita



El problema de no tener un sueldo fijo es que no puedes parar. Siempre tienes que estar en ese estado de pseudo-tensión, sabiendo que hay siempre ideas nuevas que necesitarán aparecer para no extinguirte. Por eso también hay un momento de la vida para arriesgarse. No siempre se puede y hay que esperar.

Sin embargo, esa adrenalina forma parte de ser autónomo, y una de las contras de no depender de nadie. No reniego de los trabajos en relación de dependencia, simplemente sugiero no romantizarlos y principalmente, no terminar atrapados en ellos.

Siempre hago la misma comparación: ambos tienen pros y contras. Si no tenés jefes, no tenés techo, pero tampoco tenés certezas. Así que elige tu propia aventura.

Sin embargo, debo dar la razón en que es cansador trabajar continuamente con el fantasma de que si se para, no hay ingresos.

Y aquí incorporo un nuevo tip: el concepto de generar valor sin trabajo.

Si!!! Veamos un ejemplo!!

Si un programador genera una app, sí, dedicará mucho tiempo a ese proyecto, pero verá regalías en cada descarga a lo largo del mundo luego, multiplicando sus ingresos. Por supuesto y como para cualquier proyecto eso no se dará solo, pero si el producto es bueno, con un poco de publicidad, algún influencer, comenzará a girar la rueda.

Si el recetario que hiciste tuvo un buen plan, cada mañana verás que vendiste un par.

Pero eso no es suerte, es estrategia. Es tiempo.

Quizás lo escuchaste con otros eslogans, "generar dinero mientras duermo" es creo uno de los más populares. Pero nadie dice generar dinero de la nada.

No importa si el recetario te salió \$367.500. El problema es si no diagramaste una estrategia para recuperarlo, alcanzar el punto de equilibrio y generar ganancias

Retomando...

Lo importante es posicionarte desde el lugar en que hay ingresos que puedes generar de algún modo, pasivamente. Imaginemos que tenés un consultorio propio. Los días que no vas, podés alquilarlo. O si vendes ambos (chaquetas), una vez al mes programas todas las publicaciones en Facebook para que se vayan subiendo ideas, consejería y tus modelos, mientras atendés en el consultorio. No venderás quizás muchísimos, pero está ahí, alimentando tu negocio mientras haces otra cosa.

Otra alternativa es generar un nicho laboral y cuando tu capacidad de consulta se satura, derives y por eso, se te asigna un porcentaje. Allí hay un win win para ambas partes.

Tener un plan es también tener aceitado la multidimensionalidad. Yo subo un reel, que capta más seguidores, ofrece un servicio, vendo talleres que tienen una plataforma automática, genera demanda de consultas, derivo a colegas, esos colegas requieren actualizarse y toman nuestros cursos y escribo estas líneas que luego se multiplican y generalmente terminan resultando en el pedido de una asesoría. Todo casi, en el mismo tiempo, mientras salgo en la columna de la radio que genera más tracción a mis servicios. En el medio, más de 10 personas cada mes trabajan conmigo entre nutricionistas, administrativos, docentes, influencer, diseñadores, CPN, CM, entre otros.

Pensá en términos de proyectos.



Por qué te verían a vos en vez de buscar en Google?

Hicimos todo un recorrido de distintos pasos para emprender, desde calcular tus costos hasta fijar pequeñas metas. No te queden dudas que la publicidad es necesaria y hará crecer exponencialmente tu actividad si está bien direccionada. También rodearte de profesionales de otras áreas. Recordá lo que te mencioné de los objetivos SMART. Es algo muy interesante: es planear, pero también en términos de viabilidad, dentro de ciertos plazos y con variables que puedas medir y evaluar.

Sin embargo aquí llegamos al punto más importante para crecer y del cual te fui dejando pistas:

¿Qué te hace diferente? ¿Por qué alguien te elegiría por encima de otro profesional? ¿Por qué atenderme con vos sería superior a preguntarle a la inteligencia artificial?

Hay un concepto que me gusta mucho y es el de la **uberización** de la economía.

Básicamente, habla de la anulación de intermediarios: necesito un coche, lo pido por una app que me conecta al chofer. No hay empresas en el medio, no hay sistema de radiollamadas. Es un servicio y un usuario.

Cuando de alimentación se trata, una persona con diabetes puede buscar una dieta en Google. No necesita intermediarios: se uberizó la nutrición.

Por eso la pregunta con la que te sugiero te quedes es qué te hace diferente. Qué valor agregado tenés. Qué tenés por sobre Google para que alguien quiera una consulta con vos. La chica que cobra la consulta 100.000, lo hace porque su diferencial, es que tiene 200.000 seguidores en tik tok. Y lo aprovecha. Capaz ojo, tiene 1 paciente al día. Ese ya te dije, es otro debate interno que debes darte cuando encuentres tu valor diferencial.

Para ir cerrando..

A veces un proyecto nos encanta, pero no hay demanda. Las demandas pueden crearse (nadie necesitaba un celular, hasta que nos hicieron ver las ventajas de tener uno) pero eso es para la segunda guía.

Mientras tanto, que tu sueño personal no se cruce con lo que comercialmente te serviría. Yo he trabajado construyendo servicios a partir de identificar necesidades. Eso existe y se trabaja. Pero he visto colegas embarcarse en proyectos para los que no hay demandas.

Sea una línea de remeras estampadas con frutas pintadas que a ningún niño le gusta o juegos didácticos que no tenían llegada a las jugueterías pero tampoco una planificación de marketing para venderse como productos artesanales y de creador.

Es muy difícil resumir tantas ideas que me fueron útiles. Y no cuento los fracasos porque fueron más de uno. Por eso esto es simplemente una guía, que pretende ayudarte como punto de partida.

Creo que lo más importante es fijarse objetivos, y hacer acciones alineadas para alcanzarlos. A veces un proyecto se dá pero requirió preparar el terreno durante años.

De algún modo una conclusión es que no hay ideas malas, sino oportunidades, espontáneas o construídas, que hacen que un emprendimiento sea rentable o no. Y debemos ser estratégicos.

Yo no creo en el pensamiento mágico. **La suerte es eso que ocurre cuando se cruza la oportunidad con la preparación.**

Para terminar, repasa estas preguntas básicas:

- > A donde quiero llegar? Quién quiero ser como profesional?
- > Estoy haciendo el recorrido para eso?
- > En qué me puedo diferenciar del resto?
- > Cómo y por donde lo divulgo?
- > Cómo planifico los escalones para alcanzar mi objetivo?
- > Como manejo mis finanzas? Calculé mis costos? Separo el dinero? Invierto?



➤ **Cómo me articulo con los otros?**

➤ **Planificá tu tiempo: de trabajo, de dispersión, de capacitación, de ejercicio.**

Va a optimizar el proyecto personal en el que estás trabajando.

- Recordá que todo lo que planees debes ponerlo con plazos y con indicadores para poder valorar su alcance.

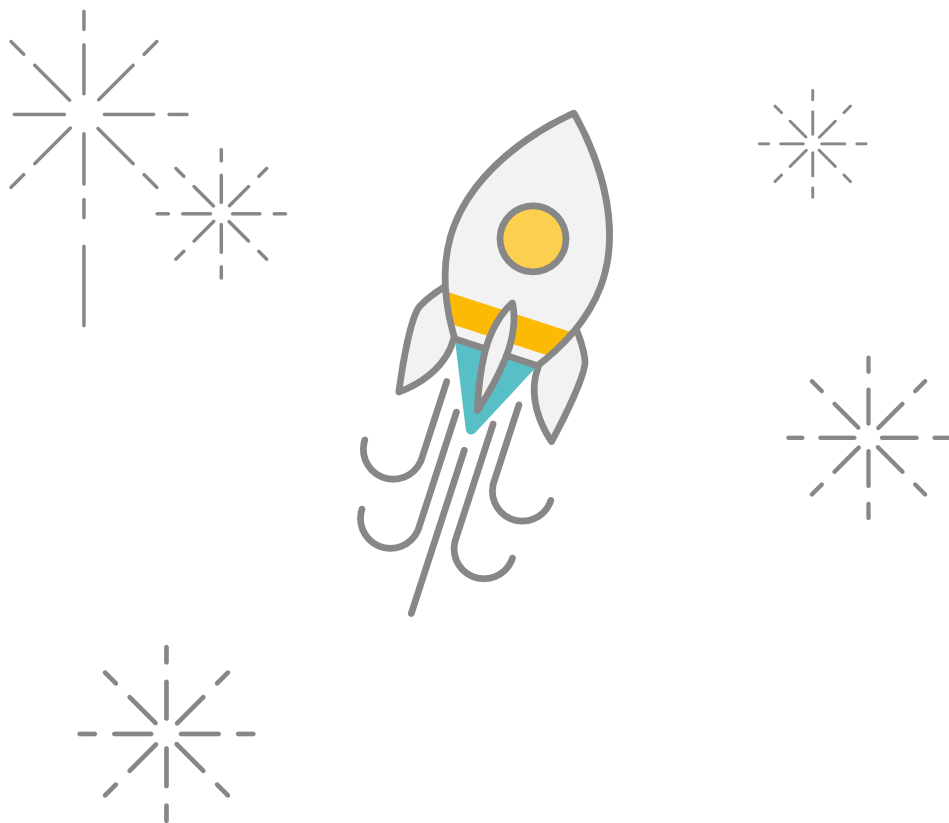
Y recordatorio:

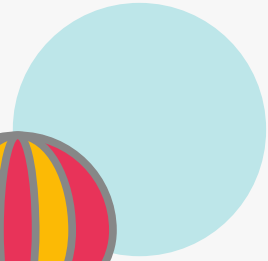
➤ **Por favor, no mezcles el dinero. Sino nunca sabes cuánto ganas, cuánto perdés, cuánto invertís, estás en un limbo financiero eterno.**

➤ **Si tenés un extra, invertilo: colocalo en una billetera financiera que te dé rendimientos diarios, comprate unas acciones con las decenas de app que hay, invertilo en publicidad o diseño de tu marca.**

➤ **Siempre que puedas, buscá ayuda/ asesoramiento u opinión crítica: siempre hay personas con alguna experiencia similar, profesionales que puedan “apuntalar” o asesorarte en las áreas que no sabés manejar: sea de Marketing, diseño, finanzas, etc.**

➤ **Conforme pase el tiempo, invertir en tu proyecto te dará más rindes y ahí comenzarás a asignarte un mayor sueldo. Pero no te compres la cartera antes de tiempo. Salvo que bueno, estés en crisis emocional o esté en una oferta imperdible...**





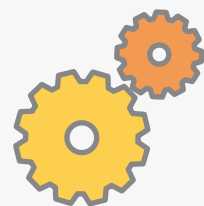
LIC. VIRGINIA YODICE

Lic. en Nutrición. Con formación en Educación, gestión de la educación superior, música, finanzas y marketing.

Además de su formación clínica y atención en consultorio con su equipo de colegas, cuenta con una trayectoria docente por más de 20 años en la Universidad Pública de grado y posgrado y speaker en diversos eventos.

Tiene tres marcas comerciales, **Emprend**, para formación profesional, www.cuantotengoquecomer.com, donde brinda con otros profesionales talleres a la comunidad y **Los Kilos que supimos Conseguir**, un micro de radio, talleres y videos en youtube para repensar nuestros hábitos.

Divulga ciencia y de todo un poco en [@virginiayodice_nutricionista](https://www.instagram.com/virginiayodice_nutricionista)



Guia
Emprendedora

www.emprend-ac.com