

MANUAL

Emprendedurismo para mujeres migrantes



Comisión Episcopal
de la Pastoral de
Migrantes e Itinerantes

FUNDACIÓN COMISIÓN
CÁTOLICA ARGENTINA
DE MIGRACIONES



Actividad realizada
con el apoyo del Fondo Canadiense
para Iniciativas Locales



Entre julio y diciembre de 2021, la Comisión Episcopal de Migrantes e Itinerantes implementó el proyecto “Empoderando a mujeres emprendedoras migrantes en Argentina: proyecto de acompañamiento, fortalecimiento y formación a mujeres migrantes en el desarrollo de medios de vida sustentables”.

El mismo contó con el apoyo del Fondo Canadá para Iniciativas Locales de la Embajada de Canadá en Argentina.

Este proyecto tuvo como objetivo “mejorar la calidad de vida y la sustentabilidad económica de grupos familiares migrantes por medio del fortalecimiento de habilidades, conocimientos y autoconfianza de mujeres migrantes que quieran comenzar o mejorar sus emprendimientos en toda Argentina”. El proyecto se configuró como una fase 2 de una primera propuesta desarrollada durante el 2020 también con la colaboración del Fondo Canadiense.

En este marco, se elaboró el presente manual para brindar orientación a las mujeres emprendedoras como fuente de ingresos para sus familias y para el desarrollo personal de cada una de ellas.

Comisión Episcopal de la Pastoral de Migrantes e Itinerantes
Diciembre 2021

Los contenidos de este manual fueron desarrollados en base a las capacitaciones brindadas por la Comisión Episcopal de Migrantes e Itinerantes durante 2020 y 2021.



Mujeres y Emprendedurismo

En nuestra sociedad, incluso hoy en día, existe una desigualdad política entre los géneros, siendo los varones los privilegiados. Crecimos en un contexto social y cultural en donde nos hicieron creer que no podíamos hacer lo que hacen los hombres.

Las mujeres ganan menos que los hombres, incluso por el mismo trabajo. Los datos demuestran la disparidad de las mujeres en el ámbito académico y laboral. Cuando estos indican que aún las mujeres dedican el doble de tiempo que los hombres a tareas domésticas y de cuidado.

Hay una diversidad de espacios para ganar lugar siendo mujer. Tenemos un montón de recursos para ser exitosas y poderosas en el emprendedurismo.

Hoy en día los roles de género se encuentran desafinados, pensar tu producto más allá de las limitaciones del género podría expandir tu rentabilidad y ayudar a combatir esta problemática.

HERRAMIENTAS

- **El Producto Pinocchio:** Herramienta para definir el emprendimiento/producto. Para colocarle personalidad.

- **Paso 1:** Dibujar una persona imaginaria que represente el producto característico del emprendimiento, teniendo en cuenta mi cliente/a “target”.

- **Paso 2:** Preguntarse cosas sobre esa persona. ¿Cuáles son sus valores?

- **Ocho Claves:** Claves que debes conocer de vos misma para poder emprender: **perseverancia** (Resiste y persiste), **intuición** (sigue a tu corazón), **método** (planificar y ser organizada), **inspiración** (observar a alguien con recorrido y ser creativa), **integración con quienes te rodean** (sacarles provecho y crítica constructiva), **fortaleza** (buscar inspiración y no caer), **equilibrio** (enfocarse en el emprendimiento y aprender a decir que no), **talento** (aplicar tus recursos disponibles de manera efectiva).

- **Pasión:** Utilizar el entusiasmo, los valores propios (que fundan la esencia del emprendimiento) y la insistencia para ser exitosas.

• **Excelencia:**

➤ **Tener un modelo de negocios.** Para saber tu valor en el mercado podés utilizar **Canvas**. Preguntas: ¿quiénes te ayudan? ¿qué haces? ¿cómo ayudas? ¿cómo interactúas? ¿a quiénes ayuda? ¿quién eres y qué tienes? ¿cómo te conocen y cómo haces llegar lo que te ofrecen?

➤ **Dominar el mercado:** Elaborar un plan de negocios, definir quién es tu cliente, escuchar a tu futuros compradores (¡hacer encuestas!), analizar tu competencia, trazar un plan de mercado ("las 4 P"), invertir en tecnología, buscar asesoría y capacitación, crear alianzas estratégicas (asociarse a personas/grupos con posibilidad de acción), formar equipos productivos.

➤ **Plasticidad:** Acomodarme a las crisis sin dejar de lado los valores propios.

➤ **Para dominar el mercado:** ¿Por qué me comprarían a mí? ¿Cuál es mi ventaja única dentro del mercado? Conformar una propuesta única.

➤ **Para el plan de negocios:** Establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo, estrategias, el presupuesto requerido, ima-

ginarse en diferentes escenarios (como puede ser el de una crisis), utilizar los esquemas mencionados en la formación, etc. Una vez bien establecido y puesto en marcha, se abre la posibilidad de pedir un **pres-tamo**. Actualizarlo dos veces al año.

➤ **Clientes:** Salir a buscar clientes más allá de mis conocidos/as, **hacer encuestas**. Definir quién es tu cliente, el segmento de mercado; y escuchar a tus futuros compradores.

➤ **Tecnología:** Invertir en ella y aplicarla. Expandirá tu mercado en grandes dimensiones. Utilizar la **escritura** en las redes para plasmar la historia de tu producto y servicio.

➤ **Crear alianzas estratégicas:** Realizar autoevaluaciones y prestar atención a mis alrededores para encontrar potenciales clientes, colegas o impulsores del emprendimiento. Estar abiertas a la posibilidad de accionar. Asistir a ferias, convenciones, cursos, o hasta redes de negocios con otras emprendedoras.

➤ **Formar equipos productivos:** Aporte comunitario y de los seres queridos, escucharlos, tomar sus ideas.

Esta capacitación fue brindada por la Lic. Patricia Funes. Asesora del Área Laboral de Cemi, Mentora para BAEmprende del GBA, consultora en coaching y cambio organizacional, profesora en USAL.

Correo electrónico: info@pfunes.com

Instagram: <https://www.instagram.com/patriciafunes.consultora/>

Facebook: <https://www.facebook.com/PatriciaFunesAsoc/>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/patricia-funes-&-asoc./>

Web: <http://www.pfunes.com/>



Marketing

PREGUNTAS PARA PENSAR SOBRE TU EMPRENDIMIENTO

¿Para qué existe la empresa? ¿Cuál es tu propósito? El objetivo de transformar al mundo en un lugar mejor nos debe guiar en todas las decisiones claves de nuestro emprendimiento.

¿Cómo identificar el propósito propio?

¿Qué amo hacer?
¿Qué puede necesitar el mundo de mí?
¿En qué me destaco?
¿Por qué me pagarían?

➡ Pensar mi emprendimiento como creación propia así se logra una proyección de que mi emprendimiento se transforme en una organización exponencial.

Preguntas necesarias y claves:

¿Por qué existe mi emprendimiento? Podés enfocarte en el problema y no en la solución.

¿Cómo lo resolvería mi emprendimiento? Hay que visualizar cómo transformarlo para que deje de ser un problema y logre brindar soluciones a los posibles clientes.

¿Cuál será el impacto global? Creer realmente que la masividad de tu emprendimiento puede llegar a ser posible.

¿En qué se quiere convertir mi emprendimiento? ¿Cuál es tu visión?
¿Cómo consigue el emprendimiento su visión o propósito? ¿Cuál es tu misión?

➡ Creer que con los pequeños pasos en los humildes lugares de una se puede generar un crecimiento exponencial.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

➤ **El marketing** es transversal a las distintas áreas (crear valor, gestión, atención al cliente, etc.)

➤ **La empatía** es muy importante para crear valor. Te permite ponerte en el lugar de la otra y así entender su problema y lograr brindar un mejor servicio. “**Los Dolores Del Cliente**” se lo llama hoy en día.

➤ Para las acciones de marketing es necesario saber de qué forma vender un servicio, cómo segmentarlo.

➤ **Para ser competitiva**, pensar en cómo lo logro, hay que establecer un plan, tomarnos el tiempo de hacer el proceso interno de creación.

➤ Conseguir colocar el producto adecuado, en el lugar correcto, en el momento oportuno y al precio justo.

➤ Lograr vínculos estrechos y **conexiones genuinas** para que los clientes decidan volver.

➤ Experiencia Del Cliente o “Customer Journey”: Lo que motiva a clientes para comprar, su experiencia a lo largo de todo el proceso, hay que “enamorarlo” hasta que diga que sí, luego evaluar pago y recompensa. Se puede realizar una encuesta para saber qué opinó de su experiencia de compra y así **visualizar el paso a paso que hay que hacer para lograr el objetivo de conquistar al cliente**.

¿Qué pasa si el cliente te dice que no? Buscar con oferta redoblada, u otro producto, y preguntar el por qué para enriquecerse con ello.

➡ “**Lo más importante es que los clientes vuelvan.**”

¿Cómo defino mi Marketing Mix? Establecer Target, me imagino mi comprador/a ideal para optimizar el servicio apuntado a tal arquetipo: ¿cuántos años tiene? ¿Qué le gusta hacer? ¿Dónde la puedo encontrar? ¿Quiénes son los consumidores directos? ¿Quiénes son los consumidores indirectos?

Armar un perfil de consumidor/a online: investiga, busca, compara y analiza antes de definir y realizar la compra. ¿En qué dispositivo? ¿con cuánta frecuencia? ¿Difunden mi emprendimiento?

Costo: no es solo un precio a la venta, sino toda la experiencia que toma lugar a la hora de evaluar esa decisión de compra. El tiempo y esfuerzo utilizados por la clientela.

Conveniencia: la posibilidad de facilitarle la compra al cliente según sus necesidades.

Comunicación: ya no es la publicidad tradicional, hay que adaptarse al cambio constante y mantener una comunicación real y fluida con la clientela.

NO únicamente informar sobre el producto, sino incluir varios aspectos que abarquen la utilización del producto y lo conecten con la vida del cliente.

- **Poder medir cada paso que hagamos.**

Además hay que mantener registradas las evaluaciones y feedbacks para poder saber si mis acciones de marketing están siendo efectivas, y qué debo cambiar en caso contrario.

- **Necesidad de INVERSIÓN en publicidad** ya que las inversiones tienen retornos concretos acordes a su magnitud.

¿CÓMO ME ORGANIZO? ESQUEMAS.

➤ Esquema “**Antes y Despúes**” para volver a los orígenes del negocio, actualizarse, reformular hipótesis, etc. De esta forma se mantiene registro frente al CAMBIO.

➤ Esquema **FODA**: establecer, suele hacerse en formato de cuadro, las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**. Es recomendable renovarlo cada cierto tiempo/ciclos.

➤ Modelo **Canvas**: Es una herramienta para analizar y crear modelos de negocio organizadamente según los aspectos dominantes del negocio. Siempre hay que tener en cuenta nuestra propuesta de valor. Pasar de la idea al proceso.

➤ Segmento de mercado: Aquí toman lugar las clientas: el target.

➤ Tácticas con las clientas: Relación que tengo con ellas, cómo las trato. Tener en cuenta la experiencia del usuario.

➤ Canales: Punto de venta. ¿Cómo llega mi producto al cliente?

➤ Propuesta de valor: Establecer el problema o la necesidad que el servicio resuelve.

- Actividades clave: Lo que no se puede dejar pasar para que el producto/servicio se logre adecuadamente.
- Recursos clave: Los objetos o elementos que no pueden faltar para la producción del servicio/producto.
- Socios Claves: La selección de proveedores adecuada y la construcción de una dinámica amistosa y productiva con ellos. ¿Qué necesito de ellos?
- Estructura de costos: El hueso del negocio. Los costos fijos, las variables, impuestos, la escala.
- Fuente de ingresos: La monetización, los precios competitivos, las formas de pago.
- “4P de Porter”: **Producto** (la representación actual del valor para el cliente), **Precio** (el costo para el cliente), **Plaza/Punto de Venta** (la conveniencia o comodidad para el cliente), **Promoción** (la comunicación con las clientas para mejorar nuestro servicio).
- “Las C de Kotler”: **Crear, Comunicar, y Compartir** valor. Para convertir las necesidades de los clientes en deseos.
- Stickers “post it” (los que se pueden pegar y sacar) llaman la atención y ofrecen flexibilidad al cambio.
- Metodología “**Lean Startup**”: Tiene el objetivo de validar los productos o servicios mediante experimentos varios que permitan probar una hipótesis, obtener el feedback de clientes y así saber si estamos direccionaladas o necesitamos modificar. Construir una **Hipótesis**, me imagino el **Producto Mínimo Viable**, lo llevo a **Prueba con Usuarios** (con seres queridos, personas de confianza), eso permite la **Recopilación de Datos** sinceros y honestos. Finalmente así se lleva a cabo el **Análisis de Resultados** que expone si hay que reformular hipótesis o no.
- Errores y fracasos forman parte del proceso de aprendizaje.
- Obtener métricas claras y una comunicación constante con clientes.
- Proceso continuo y reiterativo a lo largo del tiempo.

➤ **Agilismo:** Metodología que establece un conjunto de valores, principios y modelos mentales que ofrece una manera más eficiente de resolución de problemas. Hay que **Inspeccionarse**, luego a partir de los resultados **Adaptarse**, y finalmente **Tomar Decisiones**. Mayor motivación, autonomía y compromiso de los equipos que conforman una empresa.
El “Corazón de la agilidad” es la **Colaboración**: el equipo, quienes te rodean y conforman tu red de ayuda para seguir adelante. **Entrega**: Poner lo mejor de una para aprender. **Reflexión**: la introspección para mejorar. **Mejora**: Experimentar y revisar para disparar el potencial de tu empresa. Estar siempre dispuesta al cambio.

➡ **¡Contá tu historia, sumate a redes, y seguí expandiéndote!**
¡Animarse a más así impulsás tu emprendimiento!

Esta capacitación fue brindada por Milu Williams.
Correo electrónico: weaveargentina@gmail.com
Instagram: [@weaveargentina](https://www.instagram.com/weaveargentina)
Facebook: [WeaveArgentina](https://www.facebook.com/WeaveArgentina)





Redes Sociales

LA IMPORTANCIA DEL STORYTELLING

Las redes sociales están formadas para generar interacción entre personas. Esas personas quieren conocerte, es muy importante que podamos contarles nuestra historia: hablar de la historia del producto y todo lo que hay detrás del emprendimiento. Contar cómo surgen tus ideas, como está confeccionado el producto, con quienes trabajamos, a quién queremos ayudar, etc.

Se suma el **storydoing**: llevar adelante lo que hacemos con coherencia entre esa narrativa y lo que hago es influir positivamente en los demás sin perder la seriedad. También es involucrar emocionalmente a la audiencia mostrando el lado más humano. Si nos ponemos en los zapatos del otro vamos a poder entender mejor qué esperan de nuestro servicio. **Hay que humanizar la marca y mostrar las cosas tal cual pasan**, luego adaptar ese mensaje según el medio usado. Esa es la mejor estrategia.

Elevator pitch: La capacidad de armar nuestro discurso de venta en la durabilidad de un viaje en ascensor (aprox. 1 minuto y medio). Hay que tener en cuenta cuál es mi **propuesta de valor**, es decir, qué problema viene a solucionar mi producto o servicio, cómo me define. Hay que ponerle emocionalidad a la historia para interpelar a las posibles clientas. Cuando la propuesta esté establecida, armar un video contándola y subirla a las redes.

➡️ **La gente está en redes para: compartir contenido interesante, para informarse, divertirse, aprender, consumir. Participan de sorteos y estímulos, buscan referencias sobre productos, interactuar con marcas y comunidades.**

ARMADO DEL PERFIL

¿EN QUÉ REDES SOCIALES TENEMOS QUE ESTAR?



FACEBOOK:

Target de 30 años en adelante. Buscan informarse. Consumen productos. Marketplace, herramienta de Facebook, nos da una mano para vender.



INSTAGRAM:

Adolescentes y adultos hasta 45. Buscan interactuar con la comunidad. Consumen productos físicos. Podemos crear reel, videos cortos que ayudan a llegar a más.



LINKEDIN:

Perfiles profesionales. Búsqueda de empleo. Más que nada consume servicios. Puedo armar un perfil profesional de mi negocio.



YOUTUBE:

Todas las edades. Buscan información o aprender. Nos permite mostrar visualmente nuestro trabajo y generar videos de interés, y así darnos a conocer y darnos difusión. Dejar en la biografía de tu video tus datos de contacto.



TIK TOK:

Adolescentes. Buscan diversión.



TWITTER Y PINTEREST:

Se usa para incrementar el tráfico en la web, y promocionar productos y servicios.

Para que nuestro emprendimiento pueda captar interés, la **disponibilidad de información** debe ser accesible y a simple vista. Es recomendable incluir los datos básicos en la "biografía" de nuestro perfil.

Las **historias destacadas**, constituidas con imágenes o videos del día a día de la produc-

ción y el emprendimiento, constituyen una buena herramienta para conseguir nuestro objetivo. Diseñar unas portadas para ellas estéticas y representativas.

Es importante adjuntar un **acceso a las diferentes redes** y plataformas, ya que los posibles clientes desearán buscar información en múltiples lugares. Incluir así siempre un **contacto**, tu número de teléfono por ejemplo. Está la opción de agregar botones con opciones como “Llamar” o “Enviar correo electrónico” que constituyen una manera rápida y eficiente para que el comprador concrete su compra.

Anatomía de una biografía de Instagram perfecta:

- **Foto de perfil:** Foto personal de calidad, o el logo.
- **Nombres:** El tuyo o el de tu marca. También incluir una palabra clave que represente el emprendimiento, o el producto mismo.
- **Biografía:** Cuéntale al mundo quién eres y qué valor aportas.
- **Enlace:** Adjuntar el ya mencionado enlace que dirija a la página web u otro sitio que logre mostrar todas las aristas del emprendimiento.
- **Utilizar Emojis y Hashtags** para impulsar tu aparición en los motores de búsqueda y brindarle carisma al perfil.
- **Localización:** Agregar la ubicación de tu emprendimiento para llegar al público local.

- Todas las redes tienen un lapso de tiempo en donde arrancan con un perfil muy definido. La gente que usa una red social lo hace si se siente identificada con la dinámica.
- No hay un tiempo definido para dedicarle a las redes, pero definitivamente hay que participar y utilizarla para que tu perfil tome circulación.
- Crear un **perfil comercial o empresarial** ya que habilita a opciones distintas que los del perfil personal. Brindará estadísticas que permitan comprender mejor al público y evaluar el alcance de las publicaciones.
- Cuanto más **medios de pago** dispongamos vamos a abarcar y satisfacer más clientes. Mercado Pago es muy recomendado y usado hoy en día.

¿CÓMO AGRANDAR MI NEGOCIO?

- ✓ **El algoritmo** es una herramienta de las redes sociales que se basa en un patrón obtenido a partir de un juego estímulo-respuesta con el usuario. Este determinará las posibilidades de contenido que aparecerá en los diferentes perfiles de cada usuario. En base a esto se deben plantear los objetivos. ¿Qué debo hacer para que una red me difunda más?
- ✓ Los perfiles profesionales tienen menos alcance que los normales. Entonces, nuestros contenidos deben tener más alcance orgánico. Para esto hay que **tener bien definido un plan de contenidos y hacer que la gente interactúe con nosotras: engagement**. Que la gente comente, etiquetar, usar hashtag, hacer que compartan nuestra historia, etc.

DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

- **Ventas directas:** Publicaciones muy concretas sobre un producto. Se muestra el precio y cómo comprarlo, no mucho más.
- **Productos:** Publicaciones donde mostramos las ventajas del producto, sus cualidades y las soluciones que brinda.
- **Storytelling:** Publicaciones orientadas a humanizar los productos. Muestra cómo se trabaja, quiénes están detrás, cómo surgió la idea del producto, etc.
- **Mini tutoriales:** Imágenes que explican cómo hacer algo. Genera interacción e interés, nos posiciona como expertos.
- **Reflexiones:** Publicaciones con cortas frases motivacionales. Nos muestra como humanas y como sujetas con valores, así nos hace conectar con clientes.
- **Pensar** qué le podemos ofrecer a nuestra comunidad en construcción. Pensar en promociones de tiempo limitado, bonificaciones. Pero siempre hay que ponerle valor a lo que ofrezco e intentar que los clientes se queden retomando el precio original.
- **Copy:** Son los textos que se utilizan en las publicaciones. Es importante que sigan una línea comunicacional, definir si es más cercana o lejana por ejemplo. Dejar una pregunta, pedir opinión, pedir que se mencione a alguien en los comentarios, u otras opciones de interacción. Siempre responder a los comentarios. Es importante que

hablen de algo concreto o del producto de manera directa; que no generen nada técnico que no pueda ser explicado con otras palabras. Debe “salir naturalmente” para apelar a los sentimientos propios y de los usuarios.

➤ **Hashtag:** Son una etiqueta que categoriza una publicación. Así se llega al público interesado en ese hashtag. Funcionan como una de las mejores formas de segmentar el público. Tres grupos: los populares, los medianamente populares, y los menos usados.

➤ La gente busca cosas en base a sus intereses. Sigue un hashtag que representen su interés. Al usar un hashtag, identificar en la imagen esos temas de interés. Intentar no caer en los más usados, pues la foto se perderá en el montón. Es importante renovarlos o rotarlos, no utilizar siempre los mismos.

➤ Como equipo, se puede seleccionar un hashtag en común para impulsar los emprendimientos.

➤ Páginas web que otorgan ideas de hashtag: www.all-hashtag.com/hash-tag-generator.php

➤ app.sistrix.com/es/instagram-hashtags

➤ postcron.com/es/blog/landings/buscador-de-hashtags/

➤ La mejor manera de utilizar las redes sociales es **planificar** nuestro contenido. Una vez armado el contenido, hay que colocarlos en una lista y ponerles un día y horario de publicación. Es decir, hacer **hoja de ruta**. El diseño y el copy se piensan después, a la hora de publicar. De

esta manera se simplifica la realización de las demás tareas, y nos permite armar esa imagen donde nuestro empeño y comunicación se ve reflejado. SABER para qué voy a utilizar mis redes sociales para luego elegir su direccionamiento y poder planificar exitosamente. Se puede tanto vender un producto, como simplemente vender tu imagen o la de tu emprendimiento. Es recomendable separar tu perfil personal del utilizado para el emprendimiento para preservar tu vida privada y ser concisa con tu contenido.

➤ **Engagement: es el objetivo de nuestras publicaciones.** A veces tenemos la idea de que para vender en redes sociales hay que ser muy recurrida y exitosa. Pero teniendo una interacción con la comunidad es posible vender con pocos seguidores. Generar esta interacción es importante, genera alcance. Medir el engagement para evaluar tu rendimiento. El contenido pensado debe estar pensado de manera que SIRVA para el usuario.

➤ **Los Mensajes Internos** de las redes sociales, de forma personalizada, conforman otra instancia de interacción posible, hoy en día convertida también en un espacio publicitario. Un recurso visual adjunto puede contribuir al llamado de atención en el mensaje. Sin embargo, al utilizar este recurso en forma de “cadena”, o reiteradas veces, el mensaje probablemente será considerado molesto e ignorado.

➤ **Herramientas autogestionables para el diseño:** CANVA, lumen5, InShot, moviesend, creator studio, Quick, photoshop. Para definir tu diseño es cuestión de

explorar en las apps; practicando irás mejorando y afinando el diseño para que cada vez mejore en relación con tus gustos.

➤ Encontrar a una emprendedora que te **complemente** y no sea competencia para poder hacer una colaboración, y así difundir el emprendimiento y generar engagement.

➤ Es importante también cuidar los horarios de las publicaciones, y encontrar el momento del día en donde más respuesta haya. A partir de las **18 hs** hay más personas conectadas. El horario de los jóvenes se extiende más y es medianamente estable durante el día, mientras los adultos prefieren la mañana.

➤ **Tampoco abusar de la actividad** ya que un comportamiento hiperactivo en redes puede generar el efecto contrario, de molestia, en los usuarios.

➡ **El 65% de las personas en Argentina que se conectan en las redes buscan información sobre marcas y emprendimientos.**

ENGAGEMENT & PLANIFICACIÓN

3 Preguntas fundamentales:

✓ ¿Cuál es mi audiencia? ✓ ¿Cómo la alcanzo? ✓ ¿Cuáles son mis objetivos?

- Siempre crear un avatar que represente el “cliente tipo” de tu emprendimiento para llevar a cabo el plan de ventas.
- Todos los objetivos que generemos tienen que ir de la mano.
- Tenemos que saber en qué redes sociales está mi cliente ideal.

Es importante mostrar que “**hay equipo**” para generar ese rasgo humanitario en los usuarios, sirven las selfies en grupo con quienes participan del emprendimiento por ejemplo.

Al hacer un contenido, sobre todo un video, tiene que **ser bueno tanto en el inicio como en el final**, para atrapar al usuario pero interesarlo y retenerlo también.

Es importante saber que lo que estamos haciendo nos gusta, y no generar contenido que no nos gusta. En ese caso se notará y saldrá mal.

La planificación del contenido es clave para armar un calendario de Redes sociales.

⦿ **Establecer:** horario, fechas importantes, el copy y los hashtag, el tipo de contenido, el formato, los objetivos, la audiencia y el público objetivo. También hacer una autoevaluación a partir de estos datos.

⦿ **Preguntas:** ¿Cuál es la mejor hora para publicar? ¿Cuáles han sido nuestras publicaciones hasta ahora? ¿Qué ha publicado la competencia? ¿Qué funciona mejor y peor? ¿Cuáles son las fechas anuales más importantes? ¿A qué persona tenemos que dirigirnos? ¿Qué es lo que queremos conseguir? ¿Qué tipo de contenido vamos a publicar? ¿Qué texto y hashtags vamos a utilizar? ¿En formato de imágenes, videos, live, infografías, GIF...?

Grupos de Engagement

Es novedoso. Son grupos de redes sociales o de WhatsApp en donde distintos emprendedores se ponen de acuerdo para subir una publicación al mismo tiempo y, entre ellos, comentarse e interactuar con las publicaciones del resto. En los primeros momentos el algoritmo va a mostrar más la publicación, pero con el paso de las horas irá perdiendo alcance; estos grupos al llevar a cabo esta dinámica aprovecharán esa primera instancia. Recordar que los comentarios tengan que ver con la publicación, no generar una interacción automática que denote falsedad.

Recordar para todo la supremacía de lo ORGÁNICO en oposición a lo FORZADO: Todo el contenido debe salir de la autenticidad propia, lo contrario genera rechazo en las personas.

Chequear la opción de “Estadísticas” presentes en Instagram y Facebook que presenta una herramienta para generar una evaluación, tanto como para revisar las condiciones más óptimas de la actividad y el funcionamiento de la red para poder crecer.

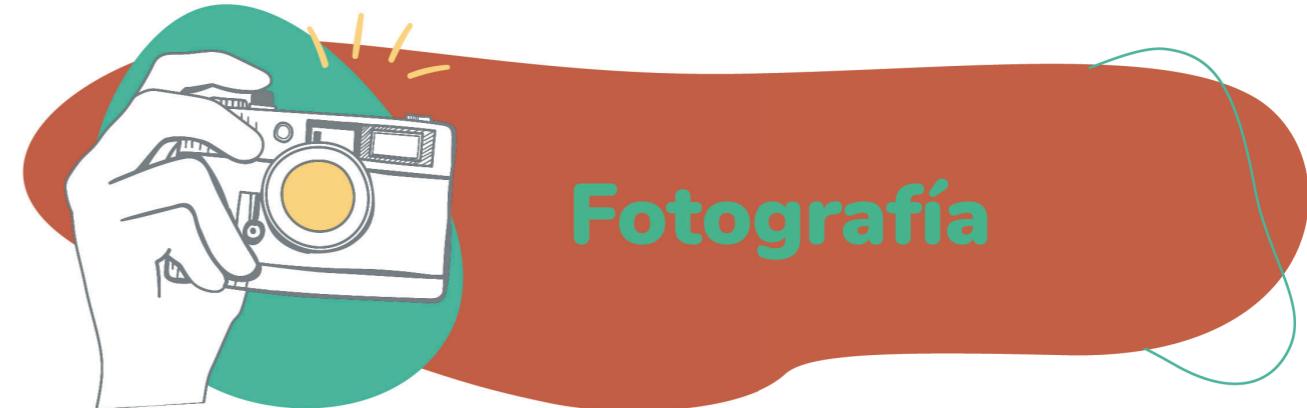
Esta capacitación fue brindada por Nicolás Archie

Esta capacitación fue brindada por Nicolás Archie

Emprendedor Digital y Diseñador Web en Wordpress

Página Web: nicoarche.com.ar / boomdigital.xyz

Instagram: <https://www.instagram.com/nicoarche/>



Fotografía

HAY DOS FACETAS DE LA FOTOGRAFÍA:

Técnica: manejar la cámara, iluminar, dirección de modelos o producto, composición, dirección.

Creativa: ¿para qué fotografías?, ¿qué deseas transmitir?, ¿cómo mostrar tu mundo interior?, ¿cómo diferenciarse de los demás? ¿Qué es lo que proponemos?

EL CELULAR INDICADO

⦿ Un celular con **12 megapíxeles** en cámara es suficiente.

luz entra a mi celular, y mejor saldrán las fotos.

⦿ El tamaño del **sensor** es importante. Cuanto más pequeño sea su número, más

⦿ El **estabilizador** de imágenes sirve para que las fotos no salgan movidas. Si puede contenerlo, mejor.

TIPS TÉCNICOS

⦿ Mantener el **brillo al máximo** para poder tener una buena visión de lo que voy a fotografiar.

⦿ **Limpiar** con algo seco y suave la lente del celular antes de tomar la foto.

⦿ Mantener la **resolución también al máximo**. Para encontrarlo, ir a configuración o ajustes, y luego donde dice “cámara”, y ahí aparecerá la calidad de la imagen posible. Elegir la más alta posible.

⦿ **Activar la cuadrícula del celular**, también presente en la configuración en la sección cámara. En otros celulares aparecerá en la cámara directamente.

PARA ORGANIZARSE

- Comenzaremos preguntando **qué se desea transmitir** con la imagen.
- Buscar **inspiración** y seguridad en otras ideas o imágenes.
- Elegir el **fondo** que se utilizará. Es recomendable uno de color neutro y sin brillo que no opague el producto, o un color aso-
- ciado con tu marca. Puede ser natural o una cartulina, incluso una foto impresa.
- Seleccionar el **lugar**. Para esto tener en cuenta el horario y la luz disponible y necesaria para hacer las fotos.
- Decidir el **día y horario** para tomar las fotos.

MANOS A LA OBRA

Utilizar accesorios relacionados con el producto o con lo que quiere transmitirse.

➤ Iluminación

- **Siempre que se pueda, elegir la luz natural.** No utilizar flash. Encontrar el horario para hacerlo, la luz cambia todo el día.
- Aprender a distinguir y sacar provecho de los momentos de buena luz a tu alrededor.
- Evitar la luz del mediodía, salvo que se quieran más sombras. Es recomendable la del amanecer o atardecer pues es más cálida.

➤ Distintos tipos:

• **Luz directa:**

Contraluz: viene de atrás. Evitarla.

Luz frontal: de frente al sujeto.

Luces laterales: a los costados.

• **Luz reflejada:**

Para crearlo, comprar un cuadrado de Telgopor blanco y colocarlo en función de una luz frontal, con el objeto de por medio. La luz rebotará.

• **Luz difusa:**

Utilizar un papel vegetal o seda para suavizar la luz. Debe usar la contraluz, situándose entre esta y el objeto.

Si no se encuentra la luz, crear una **caja de luz**. Para ello se necesita una caja de cartón, cortar un cuadrado en las laterales y el techo colocando en esas aberturas papel vegetal o seda. Y luego usar una cartulina que abarque el piso y fondo dentro de la caja. Usar dos focos de luz blanca de un velador a los laterales. Colocar el producto dentro de la caja.

- No utilizar zoom. Acercarnos.
- El **modo HDR** debe estar siempre apagado, salvo si hay un contraste muy duro, es decir con mucha sombra y luz.

➤ Para la composición de la foto:

- **Utilizar la cuadrícula.** El producto principal de la foto debe centrarse en el cuadrado del medio, o cercano a las intersecciones de las líneas.

- Si es posible, agrupar un número **ímpar** de tu catálogo en la foto.
- **El flujo** consiste en abarcar con el lente el espacio hacia donde él o la modelo esté mirando. En este caso dejar al modelo a un costado para que el resto del espacio de la imagen lo ocupe aquella dirección.

• **Los ángulos:**

Normal: Poner la cámara a la misma altura del objeto.

Cenital: Sacar la foto desde arriba.

Contrapicado: Apenas inclinado, desde abajo o arriba.

- Sacar muchas fotos para luego seleccionar la mejor.
- El **foco** debe estar bien nítido sobre lo que queremos mostrar. Para hacerlo simplemente tocar la pantalla donde queramos enfocar.

- Sacar **distintos planos**, es decir, distintos fragmentos de la persona u objeto (ej. la cara, luego el cuerpo entero, etc.)

- Seguir a distintos fotógrafos y fotógrafas para inspirarse.
- Al fotografiar a una persona, nunca recortar sus articulaciones.

- La **edición** ayuda mucho en el mejoramiento de la foto. Apps de edición gratis y recomendadas: Snapseed, Picsart, Vsco.

- En el momento de la edición, no hay una regla sobre cómo hacerlo. Hay que probar las opciones, seguir la intuición y guiarte por tus gustos. (Brillo, saturación, sombras, etc.).

Algunos ejemplos:

- Utilizar el “efecto de enfoque” y ajustarlo a nuestro producto, el fondo se difuminará.
- Herramienta “corrector” para eliminar elementos de una foto (como cables que estorban, granos, ramas, etc.)
- El “balance de blancos” determinará la calidez de una foto.
- La “perspectiva” ofrece la posibilidad de corregir de manera vertical u horizontal, girar la imagen e incluso escalar.
- Efecto “Cabeza” para cambiar la cara de modelos.
- ISO: Determina la cantidad de luz que entrará en tu celular. Si se posee poca luz, habrá que aumentar el ISO. Es recomendable hasta 400.
- Respetar un diseño en el feed de las redes sociales, la misma tipografía o tonalidad en las fotos por ejemplo.
- No escribir SOBRE tu producto en la foto. Pequeño, y a un costado.
- No es recomendable utilizar marcas de agua porque le resta visibilidad a tu producto. De todas maneras, las políticas de las redes sociales deben proteger tu producto.

➤ Más consejos

Para reajustar las dimensiones de la foto, cuanto más calidad tenga la fotografía original mejor se verá. Es recomendable utilizar apps para el recorte de la foto ya que de otra manera la calidad de la foto podría verse afectada.

Dimensiones de recorte de foto para las redes en pixeles:

- **Facebook:** Portada (851 x 1300 px), Imagen horizontal (1200 x 630 px), Imagen vertical (720 x 1280 px), imagen cuadrada (1200 x 1200 px)

- **Tik Tok:** Video vertical (1920 x 1080 px), Video horizontal (1200 x 680 px), Video cuadrado (1080 x 1080 px)

- **Instagram:** Imagen horizontal (1080 x 556 px), Imagen vertical (1080 x 1350 px), Imagen cuadrada (1080 x 1080 px).

- **Twitter:** Perfil (500x500), Portada (1500x500), En tweet (1024 x 512), Cards (800 x 418).

- **LinkedIn:** Perfil (400 x 400), Portada (2000 x 600), Enlace (520 x 272), Post (520 x 320).

- **YouTube:** Perfil (250 x 250), Portada TV (2560 x 1440), Portada estándar (800 x 200), Miniatura (1280 x 720).

- **Edición:** Para fotos, Photoshop. Para video, Premier. Ambos de Adobe.

- **Color:** es importante mantener un mismo color o tonalidad a lo largo del emprendimiento. Seleccionar tonos cálidos o fríos según nuestro producto (los cálidos son más recomendables). Es importante que el filtro tenga coherencia con lo que queremos transmitir. Tampoco abusar de los filtros, que puede desajustar los colores, ir por lo simple.

TIPS

➤ Es recomendable utilizar la cámara del dispositivo y no la cámara de la plataforma, ya que la primera resuelve de manera automática aspectos en donde habría que intervenir desde la plataforma.

➤ Es recomendable tomar la fotografía horizontalmente ya que es el más extendido, mientras que en video de manera vertical ya que es más versátil para el armado de historias y ocupa más espacio en las publicaciones lo que las hará más llamativas.

➤ Para que la plataforma no te recorte la foto automáticamente, utilizar las medidas previas para hacerlo a gusto propio.

➤ Para los FONDOS, intentar que sean lo más naturales y neutros posibles, que no contrasten con el producto. Una pa-

red o cartulina blanca es ideal. Quizás si el producto tiene un color cálido, un fondo frío combine bien (o viceversa).

- Para evitar las sombras, utilizar la luz del mediodía y desde un ángulo normal, es decir, a la altura del objeto o persona.
- Definir los factores visuales como el escenario o los colores a partir del público al cual le estamos vendiendo. Por ejemplo, colores pastel para infancias. Para un público sofisticado se recomienda el blanco y negro, planos cercanos y tipografía clásica. Los colores se asocian más bien a la vida urbana.
- Hay aplicaciones que permiten agregar texto a las fotografías (como CANVA, que te permite armar PLANTILLAS, diseños predeterminados para el armado de imágenes que sirven para mantener un estilo unificado). Al guardarlo se puede conservar la original, y la editada (ambas).
- ¡Una utilización creativa y no convencional de las imágenes en los feeds de las redes componen un buen recurso, por ejemplo realizando un conjunto de publicaciones que constituyan una sola imagen al ser visualizado desde el perfil. Quizás no favorezca la interacción, pero puede resultar clave para generar interés en la propuesta!.

Esta capacitación fue brindada por Karina Arten instagram @fresedoarten, Violeta Carvel @violeta.spk y Pedro Funes @pit.spk

En este instagram colocan los eventos @_konvex



Costos

Los costos son los ítems que representan un esfuerzo para producir determinado bien o servicio.

Es importante saber separar los recursos que utilizo en el emprendimiento de los que uso en mi vida personal. Diferenciar los costos de gastos domésticos, y siempre intentar no mezclarlos.

Los costos se presentarán en las distintas etapas del emprendimiento: la fabricación, la venta, la planificación y la evaluación del trabajo.

Punto de equilibrio:

Cuando la totalidad de los ingresos es igual a la totalidad de los costos. En este caso, no hay ganancias. Es importante saberlo para no especular y llegar lo más rápido posible a él para no tener pérdidas.

EL COSTO PUEDE SER CALCULADO

➤ **Por montos:** (ingresos totales = costos totales).

MONTO QUE DEBO VENDER	=	Costos fijos + (costos variables)
PARA LLEGAR		precio de ventas

➤ **Por unidades:** ¿Cuántas unidades tengo que vender para poder cubrir mis costos y gastos totales?

UNIDADES QUE DEBO VENDER PARA LLEGAR	=	Costos fijos totales / Precio de venta unitario - Costo variable unitario
--------------------------------------	---	---

Los costos pueden ser:

➤ **Costos variables:** de mes a mes varían y dependen de la producción, varía con el nivel de actividad. Son los que se necesitan para realizar la actividad a la que me dedico.

➤ **Costos fijos:** Costos que no varían. Y en caso de hacerlo, hay que pagarlos sí o sí, independientemente del nivel de producción que tengan. Relacionados con periodicidad. (Renta, internet, luz, sueldos de empleadas, etc.)

➡ **La sumatoria de los Costos Variables y fijos son los Costos Totales.**

➤ **Costo unitario:** Son los de cada unidad que yo produzco, tomando en consideración el costo total. Se incluyen las horas de trabajo. PARA SACARLO: costo total / unidades producidas.

➤ **Ganancias:** le da base a nuestro emprendimiento. Para calcularlas se debe realizar una lista de los materiales y servicios que van a conformar mi producto.

➡ **Siempre me conviene producir la mayor cantidad de unidades para que el costo fijo se divida entre la mayor cantidad de bienes o servicios.**

PRECIOS

➤ Primero, debo elegir mi porcentaje de ganancias deseado. (Si es de 40, en la ecuación será 0,40. Si es de 60, será de 0,60.)

➤ Para fijar un **precio máximo**, luego de calcular mis números (mi **precio actual**), hay que analizar lo **externo**, tomar en cuenta los imponderables de los **clientes**: si es rentable, los impuestos, los gustos, etc.

➤ No olvidar fijar un **precio mínimo** teniendo en cuenta tus costos para no caer en la zona de pérdidas.

➤ **Observar a la competencia sin tratar de imitarlas**, es necesario regirte bajo las reglas de tu propio negocio que es único y funcionará de manera diferente al resto.

TIPS

➤ Discriminar las materias primas nacionales e importadas, consultar con los proveedores los precios mensualmente. Mis costos los debo tener **actualizados**. Así mantengo mi precio actualizado también.

➤ **Analizar los datos** macroeconómicos y microeconómicos, como la inflación o el tipo de cambio.

➤ Leer y buscar **información** sobre todo lo que esté relacionado con nuestro emprendimiento, en blogs, diarios, redes, etc.

➤ No sumar costos forzadamente, como puede ser un envío gratis, hacerlo únicamente si es posible y conveniente siguiendo tus esquemas.

FONDO DE EMERGENCIA

➤ En la vida siempre suceden imprevistos que pueden requerir una suma de dinero, por eso es importante tener un **fondo de emergencia**.

➤ Consiste en juntar cierta cantidad de dinero para que cuando se presenten urgencias **no pedir préstamos**. Es un ahorro que apartamos para cubrir las necesidades de dinero frente a un imprevisto.

➤ Puede ser un **ahorro formal** (cuenta bancaria, plazos fijos), o un **ahorro informal** (guardarlo en tu casa).

➤ Te permite acceder a otras metas financieras frente a la seguridad que otorga.

➤ Tiene liquidez inmediata. Es importante **planificar cómo volver a armarlo**, es indispensable que esté.

➤ Su dimensión aproximadamente consiste en **3 gastos fijos y variables**. Si tengo un emprendimiento, este número tiene que subir a **1 año**.

➤ Recordar incorporarlo al punto de equilibrio y los costos.

➤ Una vez realizado el fondo de emergencia, buscar **otros instrumentos que nos den una sistematización de nuestro ahorro** (fondo de retiro, capitalización) que hace que nuestro fondo crezca mientras dormimos. Tiene interés.

➡ **¡Siempre mantener actualizado mi punto de equilibrio, que es esencial, para luego fijar un precio más alto y adentrarte en la zona de ganancias!**

Te contamos más sobre costos

• **Tus costos responden a tu plan de negocios** que a su vez está formado por una idea: ¿qué sé hacer, qué me gusta hacer, qué puedo hacer? ¿dónde? ¿cómo? ¿a quién? ¿con qué recursos cuento?

• **¿Por qué necesito sacar los costos?** Para detallar toda la información del producto y darnos cuenta de su valor monetario real. A su vez, se potencia el emprendimiento.

• **¿Qué errores cometemos al fijar los precios?** Al establecer un precio podemos sobrevalorar o infravalorar un producto y así alejar clientes o perder ganancias. Otro error es mirar a la competencia que tienen otras realidades diferentes a las tuyas por lo tanto su modelo funcionará diferente para una. Aunque venda lo mismo a otro precio, confiar en los cálculos propios y no imitarla.

PASOS PARA CALCULAR LOS COSTOS

➊ 1º paso (MATERIALES)

• **Aplicar regla de tres simples.** Ej.: 1000 gramos de harina cuestan 100 pesos, si yo utilizo solo 500 gramos me saldrá 50 pesos. El cálculo es la multiplicación de lo que utilizo (500) por el precio ya establecido (100), y eso dividirlo por la cantidad preestablecida (1000). Utilizar esta operación para todos los materiales a utilizar que constituyen nuestro producto.

• Acto seguido sumar el monto del costo descubierto por cada material. Este total conforma el costo final de los materiales.

➋ 2º paso (MANO DE OBRA)

• **Establecer cuántas horas y días al mes voy a trabajar.** Dividir el salario propio mensual entre la cantidad de días trabajados, eso te dará las ganancias por DÍA.

• Luego, tomaré ese número de ganancia diaria y lo dividiré por las HORAS trabajadas.

• Ese resultado será el salario de producción por mano de obra. Es lo que al final pagará nuestro emprendimiento a nosotras mismas. Sumarlo al costo de materiales.

➌ 3º paso (GASTOS FIJOS)

• Tomar el monto de tres facturas mensuales de un servicio a elección (agua, gas, etc.), sumarlos, y dividirlos entre tres (3). **Promedio de gastos de servicio.**

• Luego, utilizar el resultado de la operación anterior de tres servicios diferentes a elección, sumarlos, y dividir ese resultado por treinta (30). A continuación dividiré ese resultado entre mis horas de trabajo. **Ese monto será lo que paga el emprendimiento en el momento de la producción.**

• Aclaración: incluir únicamente servicios que utilizo en el armado del producto.

• Repetir este proceso cada tres meses.

➍ 4º paso (GANANCIAS)

• Establecer cuánto porcentaje de ganancias deseo obtener de mi producto. Recomendación de 30%. Colocar el margen de ganancia según la proporción de los costos de producción antes mencionados.

• **Producto estrella:** el que habilita un porcentaje de ganancia del 50% al 100%. El que brindará la base y la potencia de tu emprendimiento.

➎ 5º paso (PRECIO FINAL)

Sumar: el costo de los materiales, más el costo de mano de obra por hora, más los gastos fijos. A este resultado se le suman las ganancias. Así obtenemos el precio final.

• **Reiterar** esta fórmula con cada uno de los productos que tenemos.

➡ **Estos pasos ayudarán a determinar bien el grupo determinado que comprará y el segmento de clientes.**

OTROS TIPS

➊ **Siempre cobrar envío.** Fijar tasa fija o hacer regla de tres con los materiales del auto utilizados, como la gasolina.

➋ **Separar las finanzas del emprendimiento de las finanzas personales.** También separar materiales propios de los materiales del emprendimiento.

➌ **Pagar gastos extraordinarios con las ganancias.**

- Es recomendable utilizar el dinero para **reponer** los materiales y **ahorrar** para crecer.
- Un buen servicio es esencial, ser amigable, cómplice y cercana a nuestras clientas. Vender no solo el producto en sí, sino su contexto e historia.
- Intentar seleccionar un producto que pueda ser **conseguido siempre**, y que la variedad de precios para obtenerlo no sea tan abismal.
- Primero atraer a clientes para poder aplicar promociones.
- Tener en cuenta el **valor emocional y humano puesto**, en la determinación del precio.
- Una vez que el cliente es atraído y consciente de que no puede conseguir tu producto en ningún otro lugar, colocar el margen de ganancias que deseas.
- Encontrar un producto rentable y convencional que asiente las bases para luego poder vender una idea más creativa o un potencial producto estrella.



Finanzas

COSAS A CONSIDERAR

Tenemos que **ocuparnos de los números** para no preocuparnos. Desde que tenemos una idea hasta poder concretarla, para que el proyecto sea sustentable. No podemos evitarlos.

Antes de salir a vender hay que **saber los costos** y el tema del dinero en general. Para ello hay que sacar los números y considerarlos. **Tomar conciencia** de qué cosas tengo que tener en cuenta para realizar mi emprendimiento: tanto para **producirlo**, como para todas las instancias y agentes de **comercialización**.

Asesorarse con personas que están en los mismos rubros. La persona debe estar capacitada en la duda específica.

Tener en cuenta los **impuestos**. Tanto nacionales, como municipales. Facturación, cuentas bancarias (es importante tenerla).

Las personas que van a hacer un emprendimiento individual, pueden considerar el Monotributo:

Hay escalas en función del nivel de facturación que tenga una persona. A partir de eso el monotributo establece una cuota mensual fija. Estoy pagando el impuesto de valor agregado, la jubilación y la obra social. Establece al menos dos recategorizaciones anuales, es decir, todos los meses hay que fijarse en qué categorización estoy y controlar si estoy en el lugar correcto. También hay más variables que definirán tu categoría, está el precio de venta unitario, el consumo de energía eléctrica, etc.

Al comienzo hay una brecha de pérdidas, al invertir para poder producir. Lo importante es tener en claro **a dónde quiero llegar** desde la planificación.

➡ **Cuando tenga ganancias y sobrantes, a partir de esa estructura se puede empezar a pensar qué decisiones se pueden tomar.**

Esta capacitación fue brindada por Verónica Pulis, Karina Riesgo y Bahilde Farías.

Verónica Pulis
veronicapk1973@gmail.com
Instagram: @veropolis
Facebook: vero.pulis
Linkedin: Veronica Pulis

Karina A. Riesgo
kriesgo@admincreativa.com.ar
www.admincreativa.com.ar
Instagram: @admincreativa
Linkedin: karinariesgoadministracion

COMPORTAMIENTO FINANCIERO

➤ **Si no controlas las finanzas personales**, las finanzas se apoderan de nosotras, o alguien más las controla por nosotras. Es importante saber y accionar con lo que nosotras generamos. Podemos ser generadoras o no serlo, pero hay que tener la posibilidad de tomar las decisiones en conjunto. De esto depende la libertad personal.

➤ **Bienestar financiero:** consiste en controlar las finanzas diarias y mensuales, la capacidad de absorber crisis, la libertad que nos da tener dinero guardado para hacer actividades que nos dan disfrute, y el poder alcanzar tus metas o proyectos.

➤ **Visualizar** el lugar a donde quiero llegar, las ganancias.

➤ **El dinero tiene que ver con las emociones, genera emociones viscerales.** Son las que nos llevan a tomar las decisiones que tomamos hoy para estar donde estamos económicamente.

➤ **Todo lo que sentimos está anclado a las creencias.** Estas marcan la experiencia con el dinero en la historia de una, que quedan en el inconsciente e influyen en la manera que tenemos de percibirlo hoy en día. Las creencias forman **patrones**, comportamientos que adquirimos sobre el dinero, como puede ser evitarlo porque lo creemos "malo", ser excesivamente cuidadosa del dinero, o endeudarse para querer pertenecer a un estrato social.

ORGANIZACIÓN

➤ **Separar** finanzas personales de las del emprendimiento.

➤ **Calcular** el precio de las cosas en términos de tiempo de trabajo

➤ **Llevar un diario de gastos** para identificar y eliminar los gastos innecesarios. Te ayuda a encontrar patrones de hábitos de consumo, e identificar los dañinos. Si no tenemos control de nuestras finanzas personales, el dinero se fuga y no sabemos cómo.

➤ **Fijar un presupuesto** ¿cuánto nos ingresa? ¿Es de nuestro trabajo fijo o de nuestro emprendimiento? ¿cuánto tenemos que gastar en gastos fijos? Anotar todos los gastos e ingresos.

➤ **Poder hacer algo que nos haga felices.** Si no consigo generar el dinero para hacer eso no estoy pudiendo llegar al bienestar financiero.

➤ **Asegurarnos de que nunca** nos quedemos sin dinero para pagar las facturas.

CONSEJOS

➤ **Crear el hábito de ahorrar entre un 10 o 20% de lo que generemos** es muy importante. Aunque los ingresos sean bajos, podemos ir haciéndolo de a poco en pequeñas partes. **Guardar en las finanzas personales de 3 a 6 meses** por si surge alguna emergencia. Y entre 6 y 12 meses de ganancias guardadas si tenes un emprendimiento.

➤ **Pensar en el mediano plazo:** hay instrumentos que hacen que el dinero trabaje para una y haga crecer la plata.

➤ **Separar de las ganancias del emprendimiento:** una parte para volver a invertirla en el emprendimiento, otra para ahorrar a mediano o largo plazo, y sacar un sueldo finalmente.

➤ **Leer para continuar instruyéndose.** Ej: Padre rico, padre pobre; El cuadrante del flujo del dinero.

➤ **Considerar la posibilidad de no vivir de un solo ingreso.** La diversificación es importante y útil, nos ayuda a bajar la posibilidad de peligro.

Esta capacitación fue brindada por Verónica Pulis

Verónica Pulis

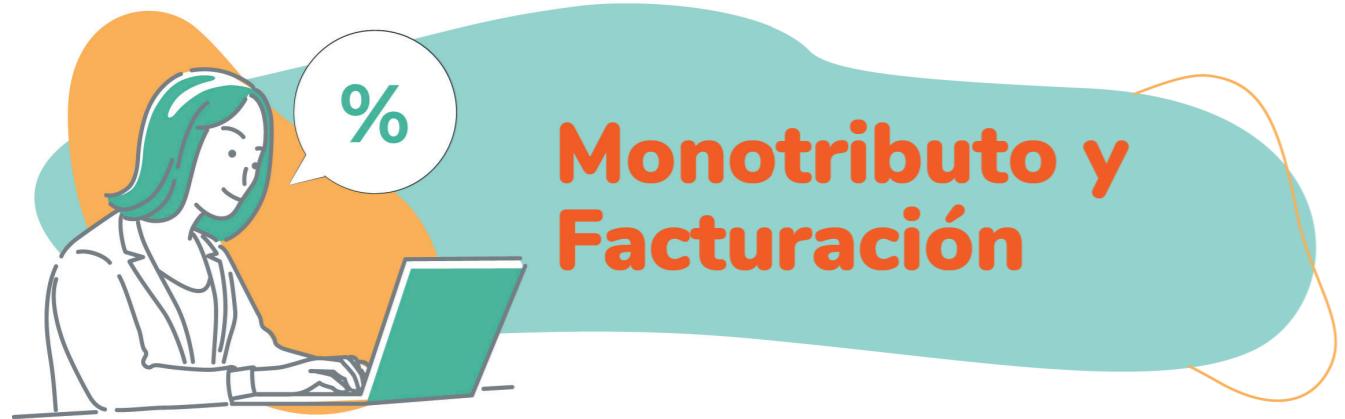
veronicakp1973@gmail.com

Instagram: @veropolis

Facebook: vero.pulis

Linkedin: Veronica Pulis





Monotributo y Facturación

En Argentina cuando se empieza una actividad comercial, comenzamos a tener contacto con la **AFIP** (institución estatal de recaudo de impuestos). Esto aparece cuando vamos a sacar un número de **CUIT** (Clave Única de Identificación Tributaria) que informa sobre el comienzo de la actividad. Luego hay que inscribirse y aclarar cuáles son aquellas actividades.

Impuestos:

- Monotributo
 - Impuesto a las ganancias (IVA)
 - Impuestos provinciales: Según la región en donde vivamos, y qué actividad hagamos, hay que pagarle al gobierno local ingresos brutos.
- Convenio Multilateral: Si vendo en más de una provincia, hay que pagarles a todas ellas.

➡ En un principio se puede elegir entre ser monotributista o responsable inscripto.

RÉGIMEN SIMPLIFICADO DEL MONOTRIBUTO

- Con una sola cuota mensual, pagamos muchos impuestos. Por mes, voy a estar pagando el componente impositivo -IVA y Ganancias, más los aportes jubilatorios y obra social.
- Cuando me inscribo, seleccionar a qué obra social van a ir dirigidos esos aportes.
- No todas las situaciones me habilitan para estar en el monotributo, hay que cumplir con ciertos parámetros: como la facturación anual, el alquiler, el precio mínimo unitario de mis productos, el uso de energía que utilizo.

- Hay que controlarlo constantemente, no dejarlo al azar.
- El monotributo se maneja mediante categorías: desde la "A" hasta la "K" en función de los parámetros ya mencionados se te ubicará en una de esas categorías.
- Si prestó servicios, solo puedo estar en el monotributo si cumple con los parámetros de la "A" hasta la "H". Si vendo un producto, me permite estar hasta la "K".

RESTRICCIONES. NO SE PUEDE SER MONOTRIBUTISTA SI:

- ✓ Has importado cosas muebles y/o servicios para su comercialización posterior, durante los últimos 12 meses.
- ✓ Si realizo más de tres actividades de forma simultánea, o tenés más de tres locales.
- ✓ Tampoco si el precio máximo unitario de venta de tus productos supera los \$39.
- ✓ Si vendes productos tus ingresos brutos anuales no deben superar los \$3.700.00 y el precio máximo por unidad no puede superar los \$39.401, 62.
- ✓ Si prestás servicios tus ingresos brutos anuales no pueden superar los \$2. 600.000

➡ Si no se cumple con estas exigencias corresponde ir al Régimen General.

- Los comprobantes a emitir serán los del tipo "C" (salvo de que se trate de una operación de exportación, en cuyo caso corresponderá emitir comprobantes del tipo "E").
- Para utilizar los servicios de facturación, necesitas clave fiscal con nivel de seguridad 3 o superior. Al inscribirse sacar directamente el de nivel 3 para hacer 1 solo trámite.
- La factura se emite electrónicamente.

Datos:

➤ **AFIP**
www.afip.gob.ar

➤ **AGIP** Rentas ciudad para quienes desarrollan su actividad en CABA, donde hay que inscribirse para el pago de ingresos brutos
www.agip.gob.ar

➤ **ANSES** organismo previsional
www.anses.gob.ar

➤ **ARBA** rentas Provincia de Buenos Aires para quienes desarrollan su actividad en PBA, donde hay que inscribirse para el pago de ingresos brutos
www.arba.gov.ar

➤ **Monotributo social:** Está relacionado con el ANSES, no con la AFIP. Si bien permite registrar el emprendimiento, tener una obra social y emitir facturas. Está destinado a actividades pequeñas relacionadas más que nada al asistencialismo. Se lleva a cabo según las particularidades de cada persona; no se suele llevar a cabo en el emprendedurismo. En caso de tener una cooperativa de trabajo es posible con un mínimo de seis asociados. Te permite una sola actividad económica, y contar con un ingreso bruto anual inferior a \$282.444.

➤ **CUIL** (clave única de identificación laboral) relacionados con trabajo de relación de dependencia. Para realizar la unificación con el CUIT hay que ir primero al ANSES, luego a la AFIP.

➤ La **AFIP** obliga a hacer una **recategorización dos veces al año:** con la facturación de junio y la de diciembre.

➤ Cada jurisdicción tiene su propio código fiscal para ingresos brutos va a **variar según jurisdicción.** Las tasas que se pagan de ingresos brutos (según la jurisdicción) van entre un 3% a 5% dependiendo de donde se esté.

➡ **¡Es muy recomendable NO inscribirse sola, es mejor pedir ayuda de un/a profesional, y chequearlo de vez en cuando, porque es un trámite que puede ser complejo llevarlo a cabo!**

➡ **Para darse de baja del monotributo también es importante que lo haga un profesional ya que dependiendo del modo que lo hagas te permitirá volver o no por los próximos tres años!**



Gestión emocional con foco en tu emprendimiento

Te brindamos herramientas para comprender tus emociones al momento de emprender:

➤ **Mundo Vuca:**

- Volatilidad: Velocidad con que cambia el entorno, lo inestable, lo inesperado.
- Incertidumbre: Dificultad para anticiparse a nuevos acontecimientos, incertidumbre ante una causa desconocida.
- Complejidad: Caos y locura cuando hay muchas partes interconectadas, factores críticos que afectan a la toma de decisiones.
- Ambigüedad: Falta de información entre conexiones y causas, dificultad para interpretar los acontecimientos y su impacto sobre nuestra actividad.

➤ **Emprender nos muestra a diario que no tenemos el control de las cosas.**

Lo importante es fortalecerse en lo emocional y la autoestima, sentir que vamos a resolver los obstáculos que se presenten. Esa certeza: "Voy a poder aprender y pedir ayuda".

➤ Una emoción es una respuesta biológica ante estímulos externos o internos. Y el **Ciclo Emocional** son los pensamientos que nos hacen sentir algo que nos llevan a actuar. No enviciarse en círculo de pensamientos negativos. Me predispongo de buena manera. La mentalidad es un factor importante, poner buena actitud.

➤ **Revisar la perspectiva desde dónde veo la situación.** Es importante enfocarse en lo que está a tu alcance y actuar. Vivir en el hoy.

➤ **Emociones:** Darme permiso para equivocarme, conocer mis límites. Autocomprensión. Aceptación, esto es lo mejor que pude hacer. Acompañarnos en el proceso, ser comprensivas de nosotras mismas. Auto rescatarnos: soy YO la que tengo que resolver y salir adelante.

⦿ **Actuar/Voluntad:** Mantenerse en movimiento. Conectar con lo que nos gusta. Canalizar la energía en algo copado, volcar energía con el cuerpo. Mantener rutina y disciplina.

⦿ **Patrones de Renovación de Energía:** Movernos - comer bien - dormir y descansar - relajarnos - conectarnos con seres queridos.

¿CUÁLES PUEDEN SER NUESTROS PRINCIPALES DESAFÍOS EMOCIONALES A LA HORA DE EMPRENDER?

El miedo se da cuando algo valioso está en riesgo y tengo un desafío mayor a mis recursos.

Cuatro Formas de gestionar el miedo:

1. Promover la expresión de lo temido.
2. Poner el foco en la prevención y en la preparación.
3. Las tres A: ¡Admítelo, Atiéndelo, Atrévete!
4. Reinterpretar los fracasos.

El pesimismo es enfocarse en lo negativo en lugar del panorama completo.

Formas de gestionarlo

- Poner en uso una mirada apreciativa. Mirar el vaso medio lleno, lo que sí hay.
- Generar espacios emocionales positivos. Hacer lo que te gusta, lo que te genera entusiasmo. Espacios que te ayudan a estar bien. Autorescate.
- Brindar y pedir FEEDBACK. ¿Qué tengo que mejorar? ¿Qué estoy haciendo bien?
- Valorar el camino recorrido. Valorarme a mí misma. Mirate al espejo y pensá todo lo que anduviste hasta llegar hasta acá.

La desmotivación o frustración se da cuando no encuentro nada valioso en la actividad y he perdido la conexión con mi propósito.

Formas de gestionarlo

- Recordar: le haces un bien a otro (cliente, flia).
- Analizar la posibilidad de un cambio, renovación.
- Capacitarte y compartir sobre temas de interés.
- Asumir nuevos proyectos, nuevos desafíos.

La exigencia parece útil, pero en exceso es peligrosa. Descuido de necesidades.

Formas de gestionarlo

- Empatía y autoconsciencia. ¿Qué necesita el otro, o qué necesito yo?
- Buscar la excelencia, no exigencia. Mejorar teniendo en cuenta los límites propios.
- Buscar lecciones aprendidas sin reproche, sino buscando reconocimiento.
- Resiliencia. Resurgir de un problema, levantarme cuando me caigo. Buscar fortaleza, practicarla, hacerla capacidad. Capitalizar lo que te ocurre.

➡ Espíritu emprendedor.

“Uno puede elegir entre refugiarse en lo seguro o avanzar y crecer. El crecer debe ser elegido una y otra vez. El miedo debe ser superado una y otra vez.”

El miedo no se saca, se gestiona, se sale adelante actuando en pos de lo que queremos.

Esta capacitación fue brindada por la Lic. Valeria Schiavo.

Correo electrónico: info@valeriaschiavo.com.ar

Instagram: [@vpschiavo](https://www.instagram.com/vpschiavo)

Facebook: [Valeria Schiavo](https://www.facebook.com/Valeria.Schiavo)

Linkedin: [Valeria Schiavo](https://www.linkedin.com/in/valeriaschiavo/)

Web: www.valeriaschiavo.com.ar





Gestión del tiempo y productividad

✓ **Vinculado con lo emocional:**
el desorden o mala administración afecta el desarrollo del emprendimiento.

✓ **Tiempos de cambio:**
emprender es cambiar, estar abiertas al cambio de manera permanente, cambiar rutinas, afrontar desafíos, combinar trabajo con vida personal.

✓ **Cada persona tiene su propia forma de organizarse,**
hay que encontrar la propia.

• **Urgente y no importante** (Interrupciones, reuniones innecesarias, temas menores de otros, correos y llamadas no importantes). **Atender en caso necesario pero aprender a delegar y poner límites.**

• **No urgente e importante** (Metas importantes, planificación, mejora continua, relaciones o vínculos, aprendizaje, alimentación, descanso productivo). **El área más productiva, mantenerla funcionando para la gestión del tiempo.**

• **No urgente y no importante** (Trabajo sin sentido, exceso de tv o internet, desperdiciadores de tiempo, chismes o quejas). **Eliminar este cuadrante de nuestra vida en la medida de lo posible.**

Cinco claves:

1. Agrupar tareas nuevas. En caso de posponer, planificar. Para planificar utilizar una agenda, cuadro, etc.
2. Procesarlas con rapidez.
3. Planificar las tareas más importantes.
4. Realizar una tarea a la vez.
5. Realizar otras tareas cuando las más importantes terminan. Las más importantes son las primeras a las que hay que dedicarnos.

• **Aceptar** nuevas ideas.

• **Aprender a decir que no.** ¿Cuáles son mis límites? ¿Cuál es el costo?

• **Renegociar**, dialogar, preguntar, no autoexigirse de más o ceder ante exigencias ajenas.

• **Planificación:** Establecer prioridades. Dos o tres tareas no por hacer, sino **terminar hoy**.

- › Planificar antes de que inicie la semana o el día.
- › Buscar un lugar tranquilo - no utilizar más de 15 min.
- › ¿Qué tengo que hacer HOY? A partir del cuadro de prioridades seleccionar lo conveniente para el día presente.
- › Programar primero las actividades más importantes.
- › Revisar la planificación constantemente, llevarla a cabo.

HERRAMIENTAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN DEL TIEMPO

➤ Para gestionar bien el tiempo, hay que aprender a tomar decisiones y a mantener la atención enfocada. Lo importante es cómo administramos el tiempo que tenemos. Saber que vamos a poder organizarnos mejor.

➤ Pedir consejo a una colega, ¿cómo se maneja?

Foco Atención:

• **Distinguir actividades importantes** (alta prioridad: Metas, planificación, vínculos, descanso, etc.) de actividades **urgentes** (atención inmediata: emergencias, imprevistos, vencimientos, etc.). No siempre soy **YO**, puedo delegar/pedir ayuda.

Realizar un cuadro para organizarse a partir de:

• **Urgente e importante** (crisis, emergencias, vencimientos, imprevistos, problemas urgentes). **Prioridad máxima, debe ser atendido ahora.**

- **Identificar** los “ladrones del tiempo”: comida, entretenimiento, grupos de WhatsApp, tecnología, etc.

- **Hacer lista de tareas pendientes:** escribir lo pendiente al finalizar el día, calificar la importancia de cada tarea, asignar estimaciones de tiempo, planificar horarios de ejecución, revisar la lista en varios momentos del día (para confirmar y mantener foco en prioridades).



Capacitación en resiliencia

Esta capacitación fue brindada por la Lic. Valeria Schiavo.

Correo electrónico: info@valeriaschiavo.com.ar

Instagram: [@vpschiavo](#)

Facebook: [Valeria Schiavo](#)

Linkedin: [Valeria Schiavo](#)

Web: www.valeriaschiavo.com.ar

✓ Definición técnica: “**habilidad de recuperarse de situaciones negativas y de adaptarse con flexibilidad a los cambios requeridos por episodios estresantes.**” Es la habilidad de crecer en los desafíos.

Factores que afectan en la resiliencia:

Hay gente que es más resiliente que otra por nacimiento pero hay muchas cosas que puede hacer todo el mundo para crecer en la resiliencia.

- Es crucial mantener la **conciencia plena, “Mindfulness”** el estar en el aquí y ahora, en el presente.
- Otro factor es la capacidad de **autoregulación** que tenemos, la capacidad de responder en lugar de reaccionar, es el poder crear un espacio entre mi respuesta y el mundo exterior para tener mejores resultados.
- La **agilidad mental**: cuanto más cómodas nos quedemos es peor, cuanto más curiosas y desafiadas seremos más resilientes.
- El **optimismo** constituye otro factor: va a influenciar muchísimo no solo en la resiliencia, sino en todos los aspectos claves de la vida como la salud.
- Las **conexiones**: cuanto más redes de contingencias haya, más sostén y apoyo habrá para salir adelante. Es importante la amabilidad no solo con seres queridos, sino con conocidos o hasta desconocidos que podrían formar parte de estas redes.
- Las **instituciones positivas** que nos rodean sobre todo en la infancia, que aquí se sembrará la resiliencia futura.
- El estilo explicativo que le damos a los sucesos de la vida suele polarizarse entre interno o externo, estable o inestable, y global o específico. Se nos invita a enfocar-

nos en explicaciones externas, inestables y específicas, para evitar la permanencia, el bajo autoestima, y así la negatividad. Si hago algo mal, evalúo qué salió mal hoy, pero qué puedo mejorar para mañana.

- Cuando no somos auténticas nos protegemos con escudos para que no nos vean tal cual somos gastamos mucha energía y las cosas no nos salen tan bien como podría salirnos auténticamente. Tenemos que querernos y ser leales con nosotras mismas para luego poder relacionarme y cuidar al otro o a la otra.

- **RAIN:** ejercicio de introspección y relajación para lidiar con las caídas:

R: RECONOCER cómo nos sentimos.

A: ACEPTAR eso que sentimos sin preocuparnos, sin juzgar.

I: INVESTIGAR desde el cuerpo. ¿Dónde siento lo que siento? Buscar los lugares de tensión o dolor.

N: NUTRIR y NO IDENTIFICARNOS. Todo lo que nos angustia queda fuera, quedamos con nosotras mismas y adquirimos la certeza de que todo pasará y está bien.

Usar el humor para sobrellevar las situaciones difíciles.

Esta capacitación fue brindada por Florencia Bravo.

Conocé los servicios de la Comisión Episcopal de Migrantes e Itinerantes



Comisión Episcopal
de la Pastoral de
Migrantes e Itinerantes

FUNDACIÓN COMISIÓN
CATÓLICA ARGENTINA
DE MIGRACIONES

Área social

- Orientación y asesoramiento con el fin de garantizar el acceso a los derechos a las personas migrantes y refugiadas
- Acompañamiento en los procesos de tramitación
- Articulación con organismos del Estado, organizaciones eclesiales y otras instituciones de la sociedad civil

Área laboral

- Asesoramiento para el armado de CV.
- Explicación sobre requisitos para trabajar en Argentina
- Información sobre capacitación laboral gratis o a bajo costo
- Realización de talleres de capacitación laboral
- Coaching sobre desarrollo profesional

Área legal

- Asesoramiento jurídico gratuito
- Patrocinio legal en el ámbito administrativo y judicial
- Acompañamiento ante dependencias públicas, administrativas y judiciales
- Consultas legales de Instituciones
- Sensibilización y difusión

Área idioma

La Comisión cuenta con un convenio con el Laboratorio de Idiomas de la Universidad de Buenos Aires, para el dictado de clases de los primeros 3 niveles de la lengua castellana para personas migrantes, refugiadas y solicitantes de asilo.

**COMISIÓN EPISCOPAL DE LA PASTORAL
DE MIGRANTES E ITINERANTES FUNDACIÓN
COMISIÓN CATÓLICA ARGENTINA DE
MIGRACIONES (FCCAM)**

Laprida 930 – C1187ABB Buenos Aires – Argentina

Tel. (+54 11) 4963-1520

mail@cemi.org.ar

www.cemi.org.ar

migranteaitinerantes migrantes_e_itinerantes

Área documentación

- Asesoramiento y orientación en la comunidad de acogida
- Facilitación en la obtención de la documentación requerida (país de origen) y su presentación ante el organismo competente
- Solicitud de turnos a las diferentes entes del Estado Nacional para ingreso de documentación o gratuidad de algún beneficio
- Acompañamiento (presencia) en el proceso de Radicación
- Trabajo y coordinación con las delegación de Pastoral a nivel nacional, los consulados, ministerios, casas de las provincias y Policía Federal Argentina

Área Trata de Personas

Desde el Área de Trata de Personas se busca:

1. Desarrollar campañas de sensibilización y concientización
2. Brindar asesoramiento
3. Realizar proyectos en diversas diócesis del país apoyando a los delegados
4. Participar en mesas de trabajo conjunto: Equipo No a la Trata de la Comisión Nacional de Justicia y Paz, entre otras.
5. Coordinar acciones en terreno con las delegaciones de Argentina

Pastoral de Turismo

- Programa de formación: encuentros nacionales y aula virtual
- Turismo Religioso
- Programa de Turismo Sustentable y Solidario
- Prevención de explotación de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo, y trata de personas en el turismo
- Incidencia en políticas públicas
- Participación en comisiones y mesas de trabajo: Gente de Turismo, Comisión Nacional de Turismo Religioso, entre otras

SE REQUIERE CITA PREVIA AL

(+54 11) 4963-6889

areasocial@cemi.org.ar