

MANUAL PARA TU PRIMER NEGOCIO CON ESTRUCTURA

ARRANCÁ.

De la idea a un negocio que sea tuyo.

haceteCARGO

Sistemas sí, motivación no.

Este manual es para vos si...

- Hace tiempo que pensás en vivir de lo tuyo pero todavía no diste el primer paso.
- Tenés una idea, un servicio o una habilidad pero no sabés cómo convertirlo en un negocio.
- Arrancaste algo pero sentís que improvisás cada día.
- Cada vez que pensás en emprender, te frena el miedo, la falta de estructura o el "todavía no estoy listo".

No es un libro de motivación. No te voy a decir que "todo es posible si creés en vos". Te voy a dar una **estructura. Un orden. Un primer paso concreto. Nada más místico que eso.**

Lo que vas a encontrar

- 8 capítulos cortos y directos que se leen en 15 minutos.
- Plantillas para completar y pasar de la idea a la acción.
- Un plan de 30 días para dar tu primer paso real.
- Cero teoría. Cero motivación vacía. Solo estructura.

Este manual nació de una serie de historias que publiqué en Instagram: la fecha que falta, el miedo que no se va, el arrepentimiento futuro, la estructura que nunca llegó. La respuesta fue tan fuerte que las convertí en algo que pudieras guardar, completar y usar como punto de partida. No es teoría. Es lo que yo necesitaba leer cuando estaba donde vos estás ahora.

1

Por qué no arrancaste todavía.

Todos conocemos a alguien que hace cinco años dice que va a emprender. Ojo, que a veces ese alguien somos nosotros. Y no es por falta de ganas. Es por falta de fecha.

Una idea sin fecha no es un proyecto. Es un **deseo.**

Hay tres cosas que te frenan y que necesitás ver con claridad:

- 1 El miedo disfrazado de prudencia.** "Todavía no es el momento", "me falta prepararme más", "cuando tenga ahorros". No estás esperando estar listo. Estás esperando que se te vaya el miedo. Y eso no pasa nunca. El miedo se va caminando, no pensando.
- 2 La ilusión de la preparación infinita.** Otro curso, otro libro, otra herramienta. Prepararte se siente productivo, pero si nunca das el paso, es solo otra forma de postergar. Conozco gente con tres certificaciones y cero clientes. El problema no era el conocimiento.
- 3 La falta de estructura.** No sabés por dónde empezar y eso paraliza. No es que no tengas las ganas. Es que no tenés el orden. Y sin orden, la energía se gasta en círculos.

Te voy a ser directo: el momento perfecto no existe. Si esperás a tener todo resuelto para arrancar, no vas a arrancar nunca. Siempre hay algo más que preparar, algo más que leer, algo más que pensar. Si dentro de tres años seguís igual, ¿qué te vas a decir a vos mismo? Esa respuesta duele más que cualquier intento fallido. Este manual existe para que no tengas que contestar esa pregunta.

2

Tu idea no alcanza. Validala antes de invertir.

Tener una buena idea es el punto de partida, no el destino. Antes de invertir tiempo, plata o energía, necesitás saber si hay negocio detrás. La mayoría de los emprendimientos que fracasan no fracasan por falta de pasión. Fracasan porque nadie validó si alguien quería pagar por eso. No repitas ese error.

No hace falta un estudio de mercado de 50 páginas. Hacete estas tres preguntas:

- 1 ¿Alguien ya paga por algo parecido?** Si es sí, perfecto: hay demanda. Tu trabajo es hacerlo mejor, diferente o más accesible. Si nadie paga por algo así: o estás inventando un mercado (riesgoso) o no hay problema real que resolver.
- 2 ¿Podés encontrar 3 personas con este problema?** No en teoría. En la vida real. Hablá con ellas. Preguntales qué hacen hoy para resolverlo, cuánto les cuesta, qué les frustra. Si no podés encontrar 3, probablemente el problema no es tan urgente como creés.
- 3 ¿Podés resolverlo con lo que ya sabés?** No necesitás ser el mejor del mundo. Necesitás saber lo suficiente para entregar un resultado real a tu primer cliente. Si tenés 5 años de experiencia en algo, sabés más que el 90% de las personas que nunca lo hicieron.

Si las tres respuestas son sí, tenés negocio. Si alguna es no, no significa que no sirve: significa que necesitás **ajustar antes de avanzar.**

Ejercicio rápido: abrí Google y buscá lo que querés ofrecer. Si aparecen competidores, bien: hay mercado. Si aparecen muchos, mejor: hay demanda probada. Tu trabajo no es ser único. Es ser claro, confiable y accesible para un grupo específico de personas.

3

Ponele fecha.

La idea no es lo que te falta. Te falta la fecha.

Un proyecto sin fecha es un deseo. Y los deseos no pagan el alquiler. Ponerle fecha no significa tenerlo todo resuelto. Significa elegir un día concreto para hacer algo concreto: tu primera oferta, tu primera publicación, tu primera conversación con un potencial cliente. No tiene que ser perfecto. Tiene que ser real.

Cómo elegir tu fecha

- Elegila entre 2 y 4 semanas desde hoy. Más corto te apura mal, más largo te da excusas.
- Definí qué significa "arrancar" para vos. No es tener todo listo: es dar el primer paso visible.
- Contáselo a alguien. Una fecha que solo vos conocés es fácil de mover. Una que le dijiste a alguien, ya tiene peso.

MI FECHA DE ARRANQUE

Fecha concreta:

Qué voy a hacer ese día:

A quién se lo conté:

No estoy pidiendo que renuncies a tu trabajo mañana. Estoy pidiendo que elijas un día para dejar de pensar y empezar a hacer. Aunque sea pequeño. Aunque sea imperfecto.

**No estás esperando estar listo.
Estás esperando que se te vaya
el miedo.**

**Y eso no pasa nunca. El miedo
se va caminando, no pensando.**



La estructura mínima.

No necesitás un plan de negocios de 30 páginas. Necesitás claridad sobre 6 cosas. Si las tenés definidas, tenés estructura. Si no, estás improvisando. Y la improvisación cansa: te hace sentir que trabajás mucho pero avanzás poco, porque cada día empieza de cero.

- 1 Qué vendés.** Tu servicio concreto. No "ayudo a la gente" sino "armo sistemas de ventas para negocios locales". Cuanto más específico, más fácil es que alguien diga "eso es justo lo que necesito".
- 2 A quién.** Tu cliente ideal específico. "Emprendedores" es demasiado amplio. "Dueños de negocios de servicio que facturan entre 3.000 y 10.000 al mes y no tienen sistema de captación" es un cliente.
- 3 A cuánto.** Tu precio. No el que "te parece bien". El que cubre tus costos, tu tiempo y te deja margen. Si no sabés cuánto cobrar, empezá por lo que necesitás para vivir y dividí por la cantidad de clientes que podés atender.
- 4 Cómo lo conseguís.** Tu forma de llegar a clientes: contenido, contacto directo, alianzas, ads. Al menos un canal claro. No necesitás estar en todos lados: necesitás estar bien en uno.
- 5 Cómo lo entregás.** Tu proceso, desde que alguien te dice "sí" hasta que terminás de entregar. Si no lo tenés escrito, cada cliente es una improvisación nueva.
- 6 Cuánto te queda.** Ingreso menos costo. Si no sabés esto, no tenés negocio: tenés un hobby caro.

Lo que separa al que vive de lo suyo del que sigue soñando no es talento. Es **estructura**.

5

Tu oferta.

La oferta no es tu producto. Es la promesa de transformación que le hacés a tu cliente. No vendés "horas de consultoría". Vendés "dejar de improvisar y tener un sistema que funcione". La diferencia entre una oferta que vende y una que no, no está en el producto: está en cómo la presentás. Tu cliente no compra características. Compra el resultado que va a obtener.

Una oferta clara responde 4 preguntas:

- 1 ¿Qué problema resuelvo?** Específico y concreto. "No consigo clientes de forma predecible" es un problema. "Quiero crecer" es un deseo vago.
- 2 ¿Para quién?** No "para todos". Para alguien con nombre, situación y dolor real. Si le hablás a todos, no le hablás a nadie.
- 3 ¿Qué resultado entrego?** Medible si es posible. "Vas a tener tu sistema armado en 90 días" es mejor que "vas a mejorar tu negocio".
- 4 ¿Por qué conmigo?** Tu experiencia, tu método, tu enfoque. Lo que te hace diferente no tiene que ser un título: puede ser tu historia.

MI OFERTA EN UNA ORACIÓN

Ayudo a (QUIÉN):

A (QUÉ RESULTADO):

Mediante (CÓMO LO HAGO):

Precio:

Ejemplo: "Ayudo a dueños de negocios de servicio a armar su sistema de captación de clientes en 90 días, para que dejen de depender del boca a boca y tengan un flujo predecible de consultas." Es claro. Es específico. El cliente se reconoce.

6

Tus primeros clientes.

El primer cliente no llega por magia, por suerte ni por "el algoritmo". Llega porque hiciste algo concreto para que llegue. Y no necesitas 10.000 seguidores ni una web perfecta. Necesitas hacer cosas que la mayoría no hace: hablar con personas reales, hacer propuestas claras y mostrar que sabés de lo que hablás.

- 1 Tu red cercana, pero con propuesta.** No "che, si conocés a alguien...". Sí: "Estoy arrancando esto, resuelvo tal problema, y busco 3 personas para trabajar a precio de lanzamiento. ¿Conocés a alguien a quien le pueda servir?". La gente quiere ayudarte, pero necesita saber cómo.
- 2 Contenido que muestra lo que sabés.** No necesitas 10.000 seguidores. Necesitas 5 publicaciones que demuestren que entendés el problema de tu cliente. Publicar no es marketing: es demostrar competencia en público.
- 3 Alianzas con quien ya tiene tu cliente.** Personas o negocios que atienden al mismo perfil con otro servicio. Una alianza estratégica vale más que mil seguidores.
- 4 Contacto directo.** No spam. Mensajes personalizados, cortos, sin vender en el primer mensaje. Cinco mensajes bien pensados por día generan más que 500 seguidores pasivos.

El primer cliente llega antes si dejás de improvisar y empezás a hacer cosas concretas. Todos los días.

Un error común: esperar a tener todo "perfecto" para empezar a buscar clientes. Tu primer cliente te va a enseñar más sobre tu negocio que seis meses de preparación. Empezá antes de estar listo.



Los números que no podés ignorar.

Si no sabés cuánto necesitás para vivir de esto, todo lo demás es una ilusión bonita. No hace falta ser contador. Hace falta una cuenta básica que te diga si lo que estás armando tiene sentido o no.

- 1 ¿Cuánto necesitás por mes?** Alquiler + comida + servicios + un margen para imprevistos. El número real, sin engañarte con uno bajo.
- 2 ¿Cuánto cobrás por cliente?** Tu precio por servicio o proyecto. Si no lo definiste, usá la plantilla del Capítulo 5.
- 3 ¿Cuántos clientes necesitás?** Dividí el primer número por el segundo. Si necesitás 2.000 € y cobrás 500, necesitás 4 clientes. ¿Es realista? Si no, ajustá el precio o el servicio.
- 4 ¿Cuánto te cuesta conseguir cada cliente?** Tu tiempo, tus ads, tu esfuerzo. Si conseguir un cliente cuesta más de lo que te paga, hay un problema que resolver antes de escalar.

MIS NÚMEROS BÁSICOS

Necesito por mes (€):

Precio por cliente/servicio:

Clientes necesarios por mes:

Costo de adquisición estimado:

Margen por cliente:

Los números no mienten. Y más te vale conocerlos antes de que ellos te conozcan a vos.

La regla del 3×

Si necesitás 2.000 € por mes para vivir, tu negocio tiene que facturar al menos 3.000. ¿Por qué? Porque hay gastos que no ves al principio: herramientas, impuestos, un mes flojo, algo que se rompe. Si armás tu plan para ganar justo lo que necesitás, cualquier imprevisto te pone en rojo. No es pesimismo: es realismo. Y el realismo te deja dormir tranquilo.

MI META DE FACTURACIÓN

Necesito para vivir (€):

Mi meta de facturación (×3):

Diferencia = mi colchón de seguridad:

Tres trampas financieras del que arranca

- 1 No separar lo personal de lo del negocio.** Desde el día uno, tené una cuenta aparte. Si mezclás todo, nunca vas a saber cuánto gana tu negocio de verdad.
- 2 No contar tu tiempo como costo.** Si le dedicás 8 horas a un cliente que te paga 200 €, ganás 25 la hora. ¿Es suficiente? Si no contás tu tiempo, no podés optimizarlo.
- 3 No revisar los números cada mes.** Una vez al mes, sentate 30 minutos a mirar qué entró, qué salió y qué margen quedó. Sin ese hábito, navegás sin mapa.

8

Tu primer paso concreto.

No necesitás un plan perfecto. Necesitás un plan de 30 días que te ponga en movimiento. El movimiento genera claridad. La espera solo genera más dudas. Acá va un plan semana por semana. No es el único camino, pero es uno que funciona:

Semana 1 — Claridad

- Definí tu oferta con la plantilla del Capítulo 5. Escribila en una oración.
- Hablá con 3 personas que podrían ser tu cliente. Escuchá, no vendas.
- Escribí tu precio. En voz alta, hasta que suene natural.

Semana 2 — Estructura

- Completá las 6 partes de la estructura mínima (Capítulo 4). Las 6, no 3.
- Creá tu primer contenido: un post que muestre que entendés el problema de tu cliente.
- Identificá 2 posibles alianzas.

Semana 3 — Acción

- Mandá 5 mensajes directos, personalizados, a posibles clientes.
- Publicá 3 veces resolviendo un problema real de tu cliente ideal.
- Tené al menos 1 conversación real con un potencial cliente.

Semana 4 — Resultado

- Hacé tu primera propuesta formal: con precio, alcance y fecha.
- Si te dice que sí, arrancás. Si te dice que no, aprendés qué ajustar.
- Revisá tus números del Capítulo 7.

El éxito no es vender en 30 días. Es haber dado los pasos que el 90% nunca da.

Si al final de estos 30 días hiciste todo esto, ya estás más adelante que la mayoría. No porque seas más talentoso. Porque actuaste.

MI PLAN DE 30 DÍAS — RESUMEN

Semana 1 — Mi acción de claridad:

Semana 2 — Mi acción de estructura:

Semana 3 — Mi acción de contacto:

Semana 4 — Mi primera propuesta a:

Meta de clientes este mes:

Este plan no es rígido. Es un mapa. Si un día sale diferente, ajustá y seguí. Lo importante no es la perfección: es que cada semana hagas algo que te acerque a vivir de lo tuyo. Imprimí esta página. Pegala donde la veas todos los días. Que tu plan no sea algo que leíste una vez y guardaste en una carpeta.

Checklist final.

Revisá que tengas esto resuelto. Si podés marcar 7 de 10, estás listo para arrancar:

- ☐ Sé que mi idea resuelve un problema real (la validé con personas reales).
- ☐ Tengo una fecha concreta para arrancar (y alguien más la conoce).
- ☐ Puedo describir mi oferta en una oración clara.
- ☐ Sé quién es mi cliente ideal (no "todo el mundo").
- ☐ Tengo un precio definido (y lo puedo decir en voz alta).
- ☐ Sé cómo voy a conseguir mis primeros clientes (al menos 1 canal).
- ☐ Conozco mis números básicos.
- ☐ Tengo un plan de 30 días con acciones concretas.
- ☐ Le conté a alguien lo que estoy haciendo.
- ☐ Dejé de esperar el momento perfecto.

¿No querés que esto quede en un sueño más? Empecemos por el primer paso.

Sobre Marcelo.

Soy Marcelo Braga. Argentino viviendo en España. Llevo más de 15 años armando negocios, desde una cervecería artesanal hasta una agencia de automatización con IA.

No soy coach. Soy alguien que hizo exactamente lo que vos querés hacer: dejar de depender de un sueldo y vivir de lo suyo. Y lo hice con errores, con miedos, con días en los que quise largar todo.

Lo que aprendí en el camino es que la diferencia entre el que arranca y el que se queda pensando no es talento ni suerte. Es estructura. Un sistema. Un primer paso concreto. Ese es el método que enseño: sistemas sí, motivación no.

Dónde encontrarme

- Instagram: @soymarcelobraga
- Escíbime ARRANCO por DM para empezar.

Si yo pude, vos podés. Pero no pensando. Haciendo.

NOS VEMOS PRONTO

Ya tenés tu lugar.

Sesión Estratégica en vivo

Viernes 14 de agosto · 18:00 España / 13:00 Argentina

En una hora te muestro cómo armar la estructura que tu negocio necesita para dejar de improvisar. Todo lo que leíste en este manual, aplicado en vivo y a tu caso.

Bloqueá esos 75 minutos. El link de acceso te llega por email y por WhatsApp el mismo día.

haceteCARGO

Sistemas sí, motivación no.