

Ante un mercado saturado, Camila Allan también renunció a ser dentista y hoy produce eventos

Mito González cambió la odontología por las redes sociales: "Lo único que echo de menos es tener un sueldo fijo"

Experto en marketing digital advierte que para dedicarse a crear contenido hay que ordenarse muy bien con los ingresos.

WILHEM KRAUSE

Jaime "Mito" González -uno de los influencers de comida más populares de Chile- estudió Odontología, carrera que ya no quiere ejercer. Pero antes de profundizar en ello, tiene un consejo: "Si quieren hacer algo, que lo hagan, que se atrevan. Porque al final hay mucha gente que trabaja en lo que estudió, pero no todos lo pasan bien".

Mito vivió seis años en Puerto Cisnes, en Aysén, trabajando como dentista en el sistema público. Luego volvió a Santiago para cursar una especialidad. Fue durante ese período, para las elecciones de 2021, cuando su vida cambió: le tocó ser vocal de mesa y ahí conoció a un influencer. "Había gente que se sacaba fotos con él. Yo no sabía mucho de TikTok, tenía mi Instagram privado, no más", recuerda. Fue él quien le dio los primeros tips para empezar a crear contenido.

Y entonces se lanzó. Durante un año compatibilizó sus estudios con las redes sociales, cuenta: "Pero me faltaba tiempo. No podía ir a eventos o grabar tranquilo, porque tenía que estudiar o ir a clases". En abril del año pasado terminó la especialidad y tomó una decisión radical: se dedicaría tiempo completo a las redes. Desde entonces, ha construido una comunidad fiel y una carrera que no para de crecer. "Me organicé para tener un sueldo parecido al que tenía como dentista, haciendo campañas y videos de restaurantes".

El experimento inicial duraría un año. Ese plazo ya se cumplió y no hay vuelta atrás. "Encuentro que estoy súper bien con lo que estoy haciendo. Así que ya es a largo plazo". ¿Extraña la odontología? "No. Quizás lo único que echo de menos es tener un sueldo fijo, porque aquí no todos los meses son iguales. Pero no extraño ver pacientes. Es un trabajo sacrificado. Igual me gusta la salud pública y la gestión, pero ahora estoy haciendo lo que me gusta. Estoy tranquilo, duermo bien, tengo menos estrés".



RUBÉN GARCÍA

"Me organicé para tener un sueldo parecido al que tenía como dentista", cuenta Mito González, influencer de comidas.

encanta".

¿Está muy colapsado el mercado de los dentistas?

"Sí, hay muchos dentistas y muy pocos pacientes, y más encima como a la gente no le gusta ir, al final como que pagan para sufrir y no invierten en su salud bucal. Siguen saliendo profesionales, pero el mercado está saturado".



RUBÉN GARCÍA

Camila Allan renunció a ser dentista, dice, para priorizar su bienestar.

A su familia le costó entenderlo al principio. "Mi papá me hacía algunos comentarios, pero ahora me apoya. Mi mamá incluso me ayuda a grabar en Viña. Cuando fui a cubrir Eurovisión estaban orgullosos. Saben que estoy feliz. Igual creo que les gustaría que volviera a trabajar como dentista, pero yo soy independiente, me pago todo, así que no escucho tanto los comentarios de los demás", dice.

Hoy su contenido gira en torno a viajes y panoramas, lo que lo obliga a salir del estudio y grabar en la calle, en Santiago y regiones. "A veces grabo un día completo para un contenido de 30 segundos. Todo implica salir, planificar, grabar, editar, subir. Y trabajo solo. Por eso me saco el sombrero por los creadores que hacen todo ellos mismos".

Competencia feroz

Camila Allan estudió Odontología y se tituló en 2023, pero al salir al mercado laboral se dio cuenta de que la competencia era feroz. Ahora trabaja en el Cajón del Maipo, en una empresa familiar, además de ejercer como modelo e influencer. "Quería hacer algo con mi carrera porque había estudiado seis años para sacarla, pero después me di cuenta de que al final tenía que priorizar mi bienestar y explorar otros caminos. Así que estoy como directora en Ko Eventos, vendiendo matrimonios, produciendo, y es algo que me

mercado está saturado".

Ordenando ingresos

Carlos Arratia, asesor de marketing digital, explica que "Mito" González no es el primer caso que ha conocido de alguien que deja su profesión para dedicarse a la creación de contenido. Lo esencial para dar el salto, opina, es ordenarse con los ingresos: "Básicamente se transforman en trabajadores freelance. Deben tener un orden dentro de su economía un poco más estricto que una persona que trabaja con un contrato: a un creador le pueden pagar a 30 días o a 60, es un poco desordenado el tema y se generan lagunas". Enfatiza en que el creador debe saber que habrá períodos muy buenos y otros no. "A mí muchos influencers hasta me han dicho que les pague a 60 o 90 días, porque saben que son períodos en los que les va a faltar".

¿Y el tema de los canjes?

"La regla es que tengas un tarifario establecido. Si alguien te quiere dar un canje, por ejemplo, para decorar tu casa y quiere como contraprestación un reel, tú le dices que cuesta \$600.000 y que lo que te den debe costar esa tarifa. Pero a veces es fatal caer sólo en eso: después las marcas no te quieren pagar porque han visto que solamente haces canje. ¿Para qué le voy a pagar a una persona que recibe productos gratis?".