

GESTIÓN Y CONTROL ECONÓMICO

CONTENIDO

¿HASTA DÓNDE LLEGO?.....	5
Estimación.....	5
Crea tu calendario	7
VENTA CRUZADA.....	8
Ejercicio	8
INGRESOS PASIVOS.....	9
Ejercicio	9
CONTROL ECONÓMICO.....	10
Nociones básicas.....	10
Costes Directos.....	10
Costes Indirectos.....	10
Costes Estructurales.....	11
¿Para qué nos sirve esto?	11
¿Venderse por horas?	11
Diseña tu método y empaquéalo.....	12
CONSEGUIR FINANCIAMIENTO	14
Crowdfunding.....	14
Tipos	14
Algunas plataformas	15
Claves.....	15
Bancos.....	16
Banca ética.....	16
Microcréditos	16
Inversores externos	17
Subvenciones	17
Capitalizar el paro	17
Amigos y familia.....	17
PLANTILLA EXCEL	18
Cómo funciona la hoja de cálculo	18
Mi nómina	19
Cálculo económico de un taller	20
Coste / hora indirecto y estructural.....	23
Mi precio / hora.....	24

La visión general.....	25
Visión numérica.....	25
Pestañas vinculadas	27
Visión gráfica.....	27
GESTIONES VARIAS.....	31
Fundación tripartita.....	31
Para la formación subvencionada de las empresas.....	31
Oficina española de patentes y marcas.....	31
Para registrar productos o servicios, nombre comercial o método	31
Reglamento General de Protección de Datos – RGPD-LOPD.....	32
Información básica	32
Obligaciones.....	32
Obligación de informar	32
Obligación a ofrecerle sus derechos	33
Obligación de protegerlos.....	33
Obligación de recibirlos de forma explícita y no tácita.....	34
Sensibilidad de los datos	34
Certificado SSL en la web (web segura).....	35
Textos para la web	35
3 tipos de texto para la web.....	35
Casilla de verificación	36
Coletillas.....	36
Coletilla tipo.....	36
Finalidades.....	37
Coletilla Blog.....	37
Coletilla de la hoja de feedback en papel	39
Pie de los emails	39
Pie del newsletter.....	39
Faldón banda de cookies	40
Textos Legales	40
Nota Legal, Política de privacidad, Política de cookies.....	40
Cómo colocar las coletillas en NinjaForms.....	41
Software para la gestión de clientes que cumple la RGPD	42
FACTURACIÓN	43
Cooperativa de trabajo asociado.....	43
Autónomos.....	44

Empresa.....	44
COLABORACIÓN	45
¿Con quién puedes colaborar?.....	45
¿Qué puedes mejorar?.....	46
INGRESOS.....	46
Expansión.....	46

Estimación

Apunta todas las actividades que realizas tú directamente y que te dan ingresos. En el caso de estar arrancando una actividad nueva, lista las actividades profesionales que crees que deberías hacer. **Sólo las que son facturables.** Aquellas en las que cobras. Al lado desglosa lo que ganas por cada una de ellas por hora. Este es el estado Actual/deseado basado en las actividades.

Ahora haz lo mismo pero al revés con el estado deseado basado en ingresos. Fíjate que es la misma tabla que antes pero invertida.

			Total
Total (€)	Precio/hora	Horas/mes	Actividad

Ahora apunta las actividades que sean profesionales pero no facturables. Son actividades que son igualmente necesarias para el negocio, como la contabilidad, las horas de marketing, la preparación de documentación, hacer pedidos, etc...

Actividad	Horas/mes
<i>Por ejemplo: seguimiento de clientes</i>	<i>4h</i>
<i>Por ejemplo: preparar cursos</i>	<i>60h</i>
Total	

Y ahora apunta aquellas actividades que no son profesionales pero que también quieres o tienes que hacer en tu día a día:

Por ejemplo: *Estar con la familia, salir a dar una vuelta, ir a la montaña, leer, ir al cine, dormir 8h, comer, meditar, ...*

Actividad	Horas/mes
<i>Por ejemplo: ir al cine</i>	<i>4h</i>
<i>Por ejemplo: jugar con mi hijo</i>	<i>60h</i>
<i>Por ejemplo: dormir y comer ;-)</i>	<i>300h</i>
Total	

Crea tu calendario

Rellena el calendario mensual que te entrego en excel con el contenido siguiente:

1. Horas que dedicarás solo a ti,
2. Horas que dedicarás a los otros (pareja, hijos, amigos, ...)
3. Tiempo que dedicarás a nivel profesional pero NO facturable (preparar documentación, tiempo de marketing, ...) y
4. Tiempo que dedicarás a nivel profesional COBRANDO (sesiones, cursos, etc..)

Después de este ejercicio,
¿Qué ves? ¿Detectas algo?

Aquello que has detectado que no te gusta,
¿Cómo puedes mejorarlo o solucionarlo?

VENTA CRUZADA

Productos o servicios relacionados que puedes vender en paralelo a tu producto o servicio principal. Para que el cliente vaya a comprarlo a otro lado... ¿por qué no se lo vendes tú?



VENTA CRUZADA

p.ej. Formación de Yoga

- Productos complementarios
Venta de Ropa de yoga, inciensos, esterillas, libros, ...
- Servicios
 - Complementarios
Clases de refuerzo, sesiones individuales,...
 - Que mejoran lo aprendido (profundizan)
Curso de asanas, curso de meditación, ...
- Servicios a futuro una vez acabado el primer servicio
Nivel 2 del curso, retiro, ...

Ejercicio

¿Qué **productos nuevos anexos** a tu servicio o producto principal puedes crear?

¿Cómo puedes mejorar tu cartera de productos y servicios? ¿Qué productos tienes? Piensa en servicios relacionados.

¿Qué servicios ofreces? Piensa en productos relacionados.

Por ejemplo:

Si me dedico a dar clases de Yoga -> Vender esterillas, cojines, ropa, inciensos,... e incluso de mi marca.

Si me dedico a terapia de sueños -> Libretas, Apps, grabadoras, etc...

Producto o servicio	Relacionado

INGRESOS PASIVOS

Son aquellos ingresos que recibes sin trabajar. Son generados por productos o servicios que funcionan en piloto automático pero que siguen cumpliendo y ampliando tu propósito inicial



INGRESOS PASIVOS

p.ej. **Formación de Yoga**

- Aquello que genera dinero sin que trabajes y que sigue cumpliendo tu propósito

Un libro

Una APP de yoga, meditación, respiraciones, ...

Una tienda online de Yoga, ...

Ejercicio

Ingresar sin trabajar.

Empieza a pensar en ello. ¿De qué manera puedes hacer que tu aportación al mundo funcione sola? O prácticamente sola, es decir, que no dependa de ti.

Por ejemplo: *Escribiendo un libro. O montando una formación online (grabada). O creando una APP,...*

Aquello que aporte	Manera de aportarlo sin que dependa de mi

CONTROL ECONÓMICO

Primero de todo vamos a introducir algunos conceptos básicos sobre los costes y los ingresos.

Nociones básicas

Si miramos todos los gastos que puede haber en una empresa, podemos dividirlos (de forma muy básica) en 3 tipos.

Costes Directos



Son aquellos gastos que se pueden imputar directamente a un proyecto concreto, como una terapia, una charla, un taller, etc...

Por ejemplo:

Si estamos preparando un taller, las impresiones de los dosieres, el coste del alquiler de la sala para el curso, un viaje o hotel, serían costes directos para ese curso. Supón que tienes a alguien trabajando para ti haciendo las clases de Yoga. Esta persona sería un coste directo, imputable a las clases de Yoga. Tendrías “x” ingresos por las clases de Yoga, y varios gastos, entre ellos el gasto de la persona que imparte la clase.

Costes Indirectos



Son aquellos gastos que difícilmente pueden desglosarse y aplicarse a un proyecto directamente aunque forme parte de él. Es un gasto general de la empresa pero no divisible de forma clara por curso, terapia,... (que sí repercutible). Tiene la peculiaridad que aumentan cuando aumenta la actividad de la empresa.

Por ejemplo:

El papel y la tinta. A más talleres y cursos, más gasto en papel y tinta. Pero no podemos desglosarlo por cada uno de los proyectos.

En el caso de un terapeuta, aquí podríamos introducir nuestra nómina. Podemos estar trabajando en un curso, en las charlas, en sesiones, preparando documentación, haciendo gestiones, etc... por tanto si no nos queremos complicar, lo más fácil es ponerlo como coste indirecto. De esta manera repercutimos nuestro coste en todas las actividades de la empresa.

Costes Estructurales



Son aquellos que siempre están. Que “caen” a día 1 de mes por el simple hecho de “subir la persiana”.

Por ejemplo:

El alquiler, internet, un préstamo, los seguros, etc.

Un ejemplo que estaría entre los 2 tipos de gasto (indirecto y estructural) sería:

Si tenemos un local donde se realizan cursos y terapias, el agua o la luz serían un buen ejemplo. A más clientes y más trabajadores, más gasto de agua y luz pero hay un fijo que no podemos evitar que cae cada mes.

¿Para qué nos sirve esto?

- Para saber si un curso / taller / tipo de terapia nos sale a cuenta.
- Para saber si la empresa es rentable o no.
- Para saber cuánto margen tengo para invertir en otros proyectos.
- Para hacer una previsión de un futuro proyecto.
- Para calcular nuestro precio hora mínimo y poder calcular correctamente los talleres, cursos y terapias.
- Para poder ser competitivos.
- Para saber cuánto tengo que cobrar

¿Venderse por horas?

¿Por qué no podemos vendernos por horas?



CLIENTE NO COMPROMETIDO

Se descuelgan fácilmente. Buscan resultados rápido



ECONOMIA FLUCTUANTE

No puedes estabilizar tu economía. Nunca sabes lo que dura el proceso.



DIFICULTA LA VENTA

Al ser poco tangible es más difícil de vender. El cliente no sabe valorarlo.

¿Solución? Vender un paquete cerrado. ¿Qué obtengo?



AHORRAS TIEMPO

No tienes que estar investigando siempre. No tienes que personalizar. Optimizas y automatizas



ECONOMIA SANA

Puedes repartir ingresos. No se descuelgan a medio proceso.



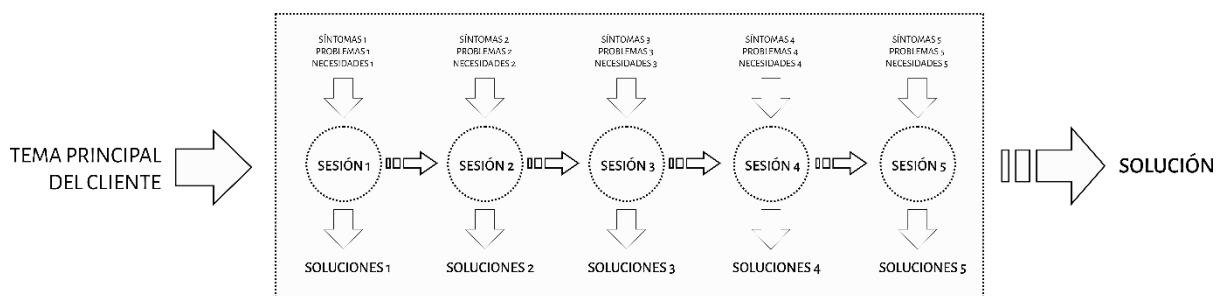
TANGIBILIZA EL SERVICIO

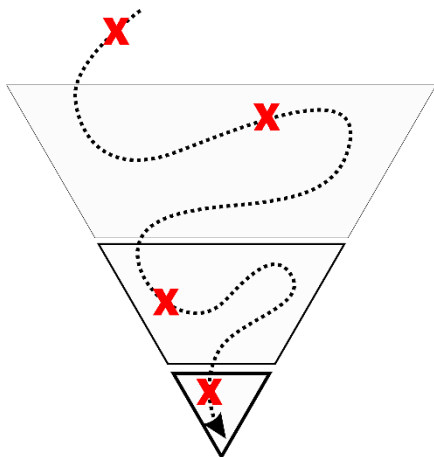
Esto no es como un queso.

Si le damos forma al servicio y un precio fijo el cliente tiene la sensación de comprar “algo” real y con valor: Harina, huevo, azúcar, etc = pastel

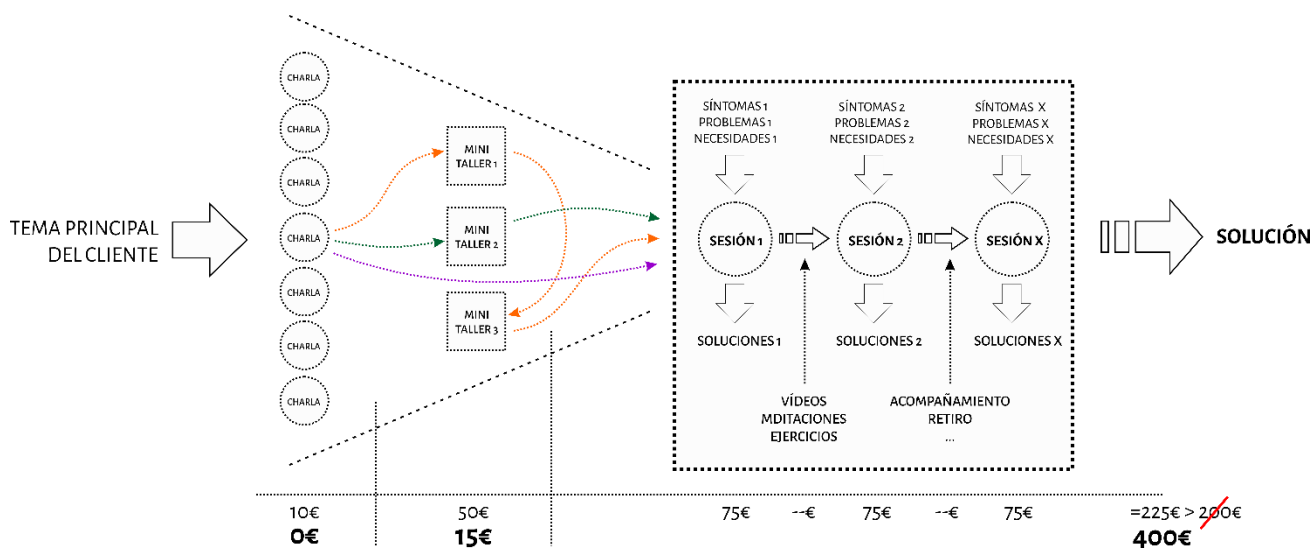
Diseña tu método y empaquéalo

Aquí tenemos el método que surgió de las necesidades del cliente. Ahora debemos empaquetarlo adaptado a nuestro embudo de ventas





La propuesta es no ganar dinero en las primeras etapas del embudo. El embudo nos sirve para captar la atención de posibles personas interesadas y que estos se vayan convirtiendo en clientes. A medida que avanzan en el embudo de ventas, éstos van pagando más por nuestros productos o servicios, y nosotros gastamos menos (dinero y tiempo) en la promoción.



SI SUBES PRECIOS:

Te obliga a mejorar tu producto o servicio.

Si no lo haces, es porque no crees que lo valga o que no puedes mejorar.

CONSEGUIR FINANCIAMIENTO

Una de las alergias más comunes es: “No tengo dinero”. No puedo llevar a cabo mi proyecto por falta de recursos económicos. Aquí nos pueden suceder varias cosas: Que realmente no nos haga falta esa inversión que nos creemos que nos hace falta (podemos asociarnos por ejemplo) o que si nos haga falta pero que nos resistamos a ir a por ella.

Hay varias maneras de conseguir dinero. Vamos a ver algunas de ellas para que os hagáis una idea

Crowdfunding



Como dice el nombre, financiar a través de la multitud.

Se trata de conseguir una pizca de dinero de muchas personas para así llegar al total necesario.

Hay varias maneras de hacer un crowdfunding, y hoy en día hay muchas plataformas online para hacerlo.

Estas plataformas te permiten abrir un proyecto y hacer una solicitud masiva de aportaciones durante un período determinado de tiempo. De 30 a 90 días por ejemplo. Una vez pasado ese tiempo, si no se ha conseguido la cantidad esperada se cancelan las donaciones y se devuelve el dinero a quienes lo han aportado. Si se llega a la cantidad, ésta le es transferida al fundador del proyecto. La plataforma se queda una parte de comisión. Si la cantidad ha sido superior a lo esperado, mejor! ;-) Todo se transfiere al creador del proyecto.

Lo primero a tener en cuenta es qué les daremos a cambio a todas estas personas que inviertan en nuestro proyecto. Esta es una de las variables que define el tipo de crowdfunding que se lleva a cabo. Hay varios tipos de recompensa para el que aporta:

Tipos

Recompensa: Es el más habitual. Casi la mitad de los crowdfunding que se hacen son de este tipo. A aquella persona que aporta dinero se le recompensa con algo relacionado con el proyecto. Por ejemplo, si el crowdfunding es para escribir un libro, puedo dar de recompensa para el que invierta 40€, una copia del libro, y para el que aporte 60€ una copia firmada. Si el crowdfunding es para un centro de terapias de reiki, puedo ofrecer para los que aportan 10€ un mineral, 40€ un libro, 70€ una sesión, 500€ un pack de sesiones, ... siempre el valor de la recompensa es menor al importe aportado.

Inversión: La persona que aporta en este proyecto está invirtiendo, por tanto recibe a cambio un porcentaje de las acciones de la empresa, un porcentaje de beneficios, ... Es el segundo tipo más usado.

Donación: La persona que aporta a este proyecto lo hace totalmente desinteresadamente. Simplemente dona esa cantidad sin esperar nada a cambio

Préstamo: La persona que aporta a este proyecto espera recibir de vuelta su inversión con un % de interés. Como si fuera un banco.

Tipo de proyecto: Otra variable a tener en cuenta es el tipo de proyecto. Hay plataformas especializadas según tipos de proyecto. Hay algunas sólo orientadas a proyectos tecnológicos, otras a proyectos humanitarios, otras a proyectos creativos, otras más genéricas, etc

Algunas plataformas

<http://www.lanzanos.com/> (recompensa y donación): Todo tipo de proyectos

<https://www.kickstarter.com/> (recompensa y donación): Para proyectos creativos. Una de las mayores del mundo

<http://www.verkami.com/> (recompensa): Española

<https://goteo.org/> (recompensa y donación): para la mejora de la sociedad.

<https://www.indiegogo.com/> (recompensa y donación): variada. De las primeras.

<http://es.ulule.com/> (recompensa y donación): Para proyectos innovadores y sociales

<http://micro-inversores.com/> (recompensa, donación e inversión)

<http://www.crowdcube.es/> (inversión)

Para una gran variedad de causas humanitarias:

<https://www.youcaring.com/> Internacional.

<http://www.migranodearena.org/> Para crear un reto solidario en base a donación

<http://microdonaciones.hazloposible.org/> microdonaciones a proyectos

<https://www.teaming.net/> Donaciones a base de 1€ /mes

<https://www.goteo.org/> Publica tu proyecto. Funciona en base a recompensa.

<https://www.razoo.com>

Lista completa de plataformas españolas: <http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/>

Claves

Para que un proyecto de crowdfunding tenga éxito es de vital importancia cómo mandas el mensaje.

1. Debe estar muy bien enfocado para que la gente detecte los beneficios que aporta y para tener una buena planificación durante el proceso.
2. El mensaje debe el para qué. ¿Para qué lo haces? ¿Qué te motiva? La gente no invierte en el proyecto en sí, la gente invierte en ti y en tu motivación. ¡Que quede clara!
3. Calidad del material promocional. Es vital **invertir** en un material promocional de calidad. Un buen video, donde te vean explicando tu proyecto y transmitiendo tus valores.
4. Una buena promoción online. Durante el proceso de promoción debe sostenerse el foco y no dejar de recordar constantemente que ese proyecto está en marcha pendiente de inversión. Intenta hacer un seguimiento individualizado de aquellas personas que conoces, por ejemplo vía mail o whatsapp.
5. Unas buenas recompensas. Aunque no sea una de las claves principales, todo suma.

Bancos



Es otra opción que tenemos a nuestro alcance.

Aunque también hay muchas alergias en este tipo de financiamiento, al final nos proporcionan un dinero para llevar a cabo nuestro proyecto.

Este dinero bien invertido puede hacerlo posible.

Si voy al banco y pido 5.000€ para unas vacaciones, no estoy haciendo una buena inversión. Me estoy cargando con una deuda que no se va a devolver mediante el propósito de la inversión. Si en cambio invierto esos 5.000€ en mi proyecto, la idea es que él devuelva el dinero. Eso es una deuda óptima. Una deuda que trabaja por si misma en autodevolverse. La clave está en invertir bien el dinero. Tanto en el tipo de proyecto como en los elementos que lo conforman.

En el caso de los terapeutas, existe una rama que puede ser de nuestro interés:

Banca ética

Disponemos de entidades que financian proyectos éticos y solidarios con un beneficio social.

Coop57: Entidad que se dedica a financiar proyectos éticos

Fiare y Triodos Bank: Formato de banco “estándar” con la peculiaridad de que es ético

Microcréditos

Un microcrédito es un préstamo de pequeña cuantía (entre 10.000 y 40.000€ destinado a personas sin recursos (demostrable) y que por tanto no tienen acceso al sistema financiero tradicional. Los principales destinatarios de este tipo de créditos son inmigrantes, mujeres y jóvenes.

Ventajas:

1. Pueden no tener comisiones o son bajas
2. El interés es menor que el de un préstamo normal
3. Sin avales ni garantías
4. Posibilidad de solicitar carencia

Requiere de un plan de negocio viable para recibir el préstamo

¿Quién los ofrece?

Microbank - La Caixa (dispone de varios productos en esta línea, para emprendedores, para temas sociales, para temas ecológicos, etc.)

Cajamar / BBK / Liberbank / Caja Segovia / CajaSol...

Inversores externos



Pueden ser a través de plataformas de capital riesgo o a través de inversores particulares.

En ambos casos hacemos partícipes de la empresa a un “externo” que invierte normalmente capital y conocimiento empresarial. Le ve viabilidad al proyecto, invierte, y en muchos casos con la idea de venderlo en un futuro y recuperar la inversión con un beneficio.

Subvenciones



Para según qué tipo de proyectos. Existen algunas entidades que subvencionan proyectos o que dan préstamos sin garantías o avales. Es el caso de CDTI para proyectos tecnológicos o ENISA para emprendedores.

Ejemplos

CDTI

ENISA: Ofrece una primera ronda de 75.000€ de financiamiento a proyectos de emprendeduría.

Capitalizar el paro

Existe la posibilidad de pedirle al INEM el adelanto de lo que se le debe como prestación por desempleo, pero únicamente si se va a usar para financiar un nuevo negocio, ya sea como autónomo o como S.L. El dinero recibido requiere de justificación en los pagos y plan de negocio previo.

Amigos y familia

Otra opción muy eficaz y rápida es nuestro círculo cercano. Es como hacer un crowdfunding pero que puedes ir personalizando. Es decir. Puedes pactar con cada uno unas opciones. Habrá amigos que querrán una recompensa a cambio, otros simplemente creerán en ti, otros querrán invertir en tu proyecto, otros te harán un préstamo, etc... Pero todo esto a veces está a nuestro alcance, pero como sucede muchas veces, las alergias nos impiden hacer el paso.

PLANTILLA EXCEL

Cómo funciona la hoja de cálculo

Al abrir la hoja de cálculo os vais a encontrar con una página tipo esta:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
	ANT	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC		
INGRESOS															
Talleres		2.125,00 €	9.720,00 €	820,00 €	2.250,00 €	2.960,00 €	5.080,00 €	3.150,00 €	1.500,00 €	2.870,00 €	920,00 €	3.890,00 €	0,00 €	35.285,00 €	
Taller tipo 1		575,00 €	650,00 €	820,00 €		640,00 €	520,00 €	950,00 €		550,00 €	920,00 €	1.250,00 €		6.875,00 €	
Taller tipo 2		3.500,00 €												3.500,00 €	
Taller tipo 3		1.550,00 €	2.320,00 €		2.250,00 €	2.320,00 €	4.560,00 €	2.200,00 €	1.500,00 €	2.320,00 €		2.640,00 €		21.660,00 €	
Taller tipo 4			3.250,00 €											3.250,00 €	
Previsión														0,00 €	
Sesiones individuales		500,00 €	600,00 €	1.150,00 €	1.400,00 €	800,00 €	500,00 €	400,00 €	300,00 €	150,00 €	550,00 €	600,00 €	350,00 €	7.200,00 €	
Charlas		30,00 €	85,00 €	320,00 €	200,00 €	180,00 €	50,00 €	310,00 €	85,00 €	140,00 €	30,00 €	210,00 €	300,00 €	1.940,00 €	
Previsión														0,00 €	
Venta de productos		269,00 €	1.471,00 €	510,00 €	42,00 €	115,00 €	856,00 €	25,00 €	65,00 €	73,00 €	320,00 €	210,00 €	15,00 €	3.971,00 €	
Previsión				324,00 €	936,00 €									1.260,00 €	
Otros		70,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	70,00 €	
Ingreso 1		70,00 €													
Previsión														0,00 €	
TOTAL		2.994,00 €	11.876,00 €	2.800,00 €	3.892,00 €	4.055,00 €	6.486,00 €	3.885,00 €	1.990,00 €	3.233,00 €	1.820,00 €	4.810,00 €	665,00 €	48.468,00 €	
GASTOS															
Gasto directo talleres/sesiones		330,00 €	598,00 €	645,00 €	325,00 €	515,00 €	585,00 €	325,00 €	520,00 €	325,00 €	325,00 €	635,00 €	325,00 €	5.453,00 €	
Alquiler sala		190,00 €	190,00 €	510,00 €	190,00 €	380,00 €	190,00 €	190,00 €	420,00 €	190,00 €	190,00 €	510,00 €	190,00 €		
Impresión dossieres		80,00 €	98,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	150,00 €	75,00 €	40,00 €	75,00 €	75,00 €	65,00 €	75,00 €		
Dietas y desplazamientos															
Marketing online		60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €		
Marketing offline			250,00 €				185,00 €								

Antes de entrar a explicar el contenido de cada pestaña, vamos a ver la estructura del Excel:

Lo primero de todo es observar que hay varias pestañas en la parte de abajo.

En azul tenemos la pestaña que lo agrupa todo

En naranja las pestañas correspondientes a gráficas de información

En rojo las pestañas correspondientes al detalle de un tipo de gasto en concreto

En verde las pestañas correspondientes al cálculo de rendimiento de nuestros cursos o terapias

¿Qué hay en cada pestaña?

General: Detalle de ingresos y gastos por meses y por tipos con un resultado final del rendimiento del negocio

Ind precio/hora: Indicadores para calcular cual es nuestro precio hora. El precio hora de venta y el de coste. Recibe la información de la pestaña **General**

Ind rendimiento: Gráficas de rendimiento general. Su información proviene de la pestaña **General**.

Trabajadores: pestaña con los gastos de nuestros trabajadores (si es que los hay) y con el nuestro. Aquí se incluye lo que vamos a cobrar de la empresa. Esta pestaña alimenta la pestaña **General**

Ind Redes: Gráficas de rendimiento con la información de qué vías de captación de clientes son las más buenas para nosotros en función del tipo de taller o terapia.

Sesiones: Excel de seguimiento de los ingresos que tenemos a través de las sesiones individuales. De la misma manera que veremos en los talleres, se pueden hacer varias pestañas de sesiones con cada tipo de sesión que impartimos.

Taller tipo "x": Varias pestañas que nos sirven para el control del rendimiento económico de distintas actividades tipo taller o charlas que podamos dar.

Todas las pestañas azules, verdes y rojas funcionan de una manera similar. La barra negra indica el contenido de los campos que se encuentran debajo. Por ejemplo, nombre, total, mes, ...

La barra verde indica ingresos, la roja gastos y la azul resultados.

Todos los campos **resaltados en color amarillo** indican que son editables. En realidad todos lo son, pero en ciertas pestañas hay algunos campos que se autocalculan o reciben información de otras pestañas y es mejor no tocar.

Antes de empezar a trabajar, accedemos a Google Drive y seleccionamos el documento “control económico”. Le damos con el botón derecho y hacemos una copia de seguridad.

Mi nómina

Esto es algo que habitualmente nadie tiene en cuenta. Normalmente en los negocios pequeños, la tendencia es la siguiente: ingreso dinero, pago proveedores y si queda algo, para mí. Esa es una mala filosofía ;-)

Dentro de lo que son los costes del negocio, debe de estar incluida mi nómina.

¿Y qué nómina me pongo?

La finalidad de esta página es **extraer un valor de nómina mensual** basado en mis gastos reales mensuales y anuales, y en aquellas actividades que me gustaría hacer (y que aún no hago) para que el valor final obtenido de la nómina, incluya lo que hay ahora y lo que quiero que haya.

Lo primero que haremos es abrir el Excel y acceder a la pestaña “Mi nómina” (1)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Gastos mensuales	2.145,00 €							
2									
3	Desplazamiento								
4	Gasolina	20,00 €							
5	Metro	30,00 €							
6	Tren								
7									
8	Casa								
9	Alquiler / hipoteca	950,00 €							
10	Luz	45,00 €							
11	Agua	25,00 €							
12									
13	Gastos anuales	9.300,00 €							
14									
15	Formación en Diseño Humano	700,00 €							
16	Viaje a Perú	5.000,00 €							
17	Formación en Gestión y Marketing	500,00 €							
18	Retiro de Semana Santa	600,00 €							
19	Vacaciones Julio con los niños	3.000,00 €							
20									
21									
22	TOTAL MENSUAL	2.961,67 €							

Una vez aquí nos vamos a encontrar 2 bloques principales en color negro (2)

- Gastos mensuales: En este bloque vamos a ir desmenuzando todos aquellos gastos que tenemos actualmente mes a mes.
También vamos a incorporar todo aquello que no nos permitimos o no nos podemos permitir pero que queremos poder hacer. Lo podemos ir ordenando por sub-bloques (los que están en gris (3)). A medida que vayamos incorporando gastos el Excel nos irá calculando el total mensual en (4).
El Excel incluye algunas sugerencias de tipos de gasto. Se pueden modificar, borrar y añadir al gusto.

- Gastos anuales: aquí detallaremos aquellos gastos puntuales que podemos tener anualmente, como por ejemplo, viajes, formaciones, etc...
Este importe total anual (5) se va a dividir entre 12 y se va a sumar a la nómina mensual.
- De esta manera tendremos un total mensual (6) que incluye los gastos fijos mensuales y los anuales (tanto actuales como deseados)

Cálculo económico de un taller

Partiremos del cálculo del rendimiento de un taller para ir explicando algunos conceptos sobre la marcha.

Abrimos el documento “control económico”.

Hacemos click sobre la pestaña de “Taller tipo 1” tal como muestra la imagen y accedemos a un apartado tipo este:

Control económico											
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Última modificación hace 5 minutos											
Comentarios Compartir											
1	TALLER TIPO 1		Fecha	Total	Pagado	Pendiente	Comentarios	Nombre	Pendiente	Comentarios	
2	INGRESOS			905,00 €	220,00 €	685,00 €					
3	MTP	Nombre 1		115,00 €	35,00 €	80,00 €		Nombre 1	80,00 €		
4	CON	Nombre 2		115,00 €	115,00 €	0,00 €		Nombre 2	0,00 €		
5	FB	Nombre 3		100,00 €	0,00 €	100,00 €		Nombre 3	100,00 €		
6	FB	Nombre 4		115,00 €	0,00 €	115,00 €		Nombre 4	115,00 €		
7	FB	Nombre 5		115,00 €	0,00 €	115,00 €		Nombre 5	115,00 €		
8	FB	Nombre 6		115,00 €	35,00 €	80,00 €		Nombre 6	80,00 €		
9	CON	Nombre 7		115,00 €	0,00 €	115,00 €		Nombre 7	115,00 €		
10	FB	Nombre 8		115,00 €	35,00 €	80,00 €		Nombre 8	80,00 €		
11											
12	Recuperación de sesiones			0,00 €				Recuperación de			
13											
14	GASTOS			550,00 €							
15	Indirectos / estructurales		25,00 €	300,00 €							
16	Directos										
17	Dossieres			40,00 €							
18	Alquiler sala			190,00 €							
19	Transporte			10,00 €							
20	Dietas			10,00 €							
21											
22	TOTAL			355,00 €							
23	precio / hora		12 horas	29,58 €							
24											
25	TALLER TIPO 1		Fecha	Total	Pagado	Pendiente	Comentarios	Nombre	Pendiente	Comentarios	
26	INGRESOS			0,00 €	0,00 €	0,00 €					
27	Nombre 1			0,00 €	0,00 €	0,00 €		Nombre 1	0,00 €		
28	Nombre 2			0,00 €	0,00 €	0,00 €		Nombre 2	0,00 €		
29	Nombre 3			0,00 €	0,00 €	0,00 €		Nombre 3	0,00 €		
30	Nombre 4			0,00 €	0,00 €	0,00 €		Nombre 4	0,00 €		
31											
32	Recuperación de sesiones			0,00 €				Recuperación de			

En esta imagen se muestran una ficha para el control económico de 1 taller. El bloque con el título verde son los ingresos, el de color rojo los gastos y el de color azul el resultado. Debajo hay una copia de esta estructura a modo de plantilla para otro taller del mismo tipo.

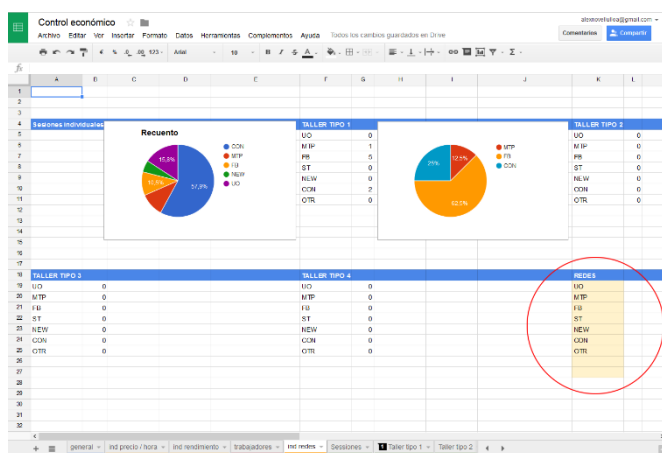
Si por ejemplo impartís talleres de coaching y de reiki, cada uno de ellos debería estar en una pestaña distinta. En la pestaña de Reiki iréis dando de alta todos los talleres de reiki del año, y en la de coaching, los de coaching. Lo mismo sucederá con las sesiones. Si dais distintos tipos de terapias, será necesario abrir otra pestaña de sesiones (copiando la existente) con las nuevas terapias. En este caso tendréis que vincular la nueva pestaña con la pestaña general para que los resultados de los ingresos de estas nuevas terapias se muestren en la tabla global.

¿Qué vemos en esta página?

Vamos a la primer parte de la hoja. Esto son los ingresos:

	A	B	C	D	E	F	G	H
1		TALLER TIPO 1	Fecha		Total	Pagado	Pendiente	Comentarios
2	1	INGRESOS	2	3	4	5	6	7
3	MTP	Nombre 1			905,00 €	220,00 €	685,00 €	
4	CON	Nombre 2			115,00 €	115,00 €	0,00 €	
5	FB	Nombre 3			100,00 €	0,00 €	100,00 €	
6	FB	Nombre 4			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
7	FB	Nombre 5			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
8	FB	Nombre 6			115,00 €	35,00 €	80,00 €	
9	CON	Nombre 7			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
10	FB	Nombre 8			115,00 €	35,00 €	80,00 €	
11								
12		Recuperación de sesiones			0,00 €			
13								
14		GASTOS			550,00 €			
15		Indirectos / estructurales		25,00 €	300,00 €			
16		Directos						
17		Dossieres			40,00 €			
18		Alquiler sala			190,00 €			
19		Transporte			10,00 €			
20		Dietas			10,00 €			
21								
22		TOTAL			355,00 €			

1. Red social de la que viene el cliente. Esto es una lista desplegable que podemos editar en la pestaña **ind. Redes**. Podéis cambiar el nombre y añadir/borrar elementos.



2. Nombre
3. Email
4. Teléfono.
5. Precio del taller. Es editable. Es posible que alguien por alguna razón se le haga un descuento. Aquí ponéis el precio que le cuesta a cada uno el taller
6. Lo que han pagado hasta la fecha. Paga y señal, pagos trimestrales, etc... A medida que les vayáis sumando a esta casilla, el bloque 7 os irá indicando lo que queda pendiente.
7. Al lado del bloque 7 disponéis de un campo para comentarios.

Vamos a la segunda parte de la hoja. Esto son los gastos y los resultados.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1		▼ TALLER TIPO 1	Fecha		Total	Pagado	Pendiente	Comentarios
2		▼ INGRESOS	email	telefono	905,00 €	220,00 €	685,00 €	
3	MTP	Nombre 1			115,00 €	35,00 €	80,00 €	
4	CON	Nombre 2			115,00 €	115,00 €	0,00 €	
5	FB	Nombre 3			100,00 €	0,00 €	100,00 €	
6	FB	Nombre 4			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
7	FB	Nombre 5			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
8	FB	Nombre 6			115,00 €	35,00 €	80,00 €	
9	CON	Nombre 7			115,00 €	0,00 €	115,00 €	
10	FB	Nombre 8			115,00 €	35,00 €	80,00 €	
11								
12		Recuperación de sesiones			0,00 €			
13								
14		GASTOS		horas	coste / hora	550,00 €		
15		Indirectos / estructurales		12	25,00 €	300,00 €		
16		Directos						
17		Dossieres			40,00 €			
18		Alquiler sala			190,00 €			
19		Transporte			10,00 €			
20		Dietas			10,00 €			
21								
22		TOTAL			355,00 €			
23		Beneficio			39,23 €			

Como comentábamos al principio del capítulo, tenemos varios tipos de gasto. En este caso, el más evidente es el gasto directo del taller. Por ejemplo, si lo doy en una sala externa, el coste del alquiler será un coste directo (3). Si tengo que coger un tren para impartir este taller o quedarme a comer donde sea, también será un coste directo del taller (3). Pero qué pasa con todos aquellos gastos que tiene que cubrir nuestra actividad pero que no podemos repercutir directamente aquí? Por ejemplo algún préstamo que tengamos fruto del inicio de la actividad, o el alquiler de un local, o el material de oficina que usamos, o la línea móvil e internet, etc... Cada uno de los talleres que realizamos debería cubrir parte de estos costes, y entre todos ellos, el total.

¿Cómo lo hacemos?

Introduciendo el coste indirecto y estructural de nuestro negocio repartido en los distintos talleres que se imparten en la casilla 4 y 2.

Vamos a explicar el concepto un poco más a fondo:

Coste / hora indirecto y estructural

Vamos a la pestaña **ind precio / hora** y nos encontramos con esta página:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	Precio / hora	% ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total	
3															
4	gasto / mes (de otra pestaña)	12.862,87 €	10.206,25 €	9.360,07 €	9.676,07 €	9.461,30 €	9.680,07 €	9.128,97 €	9.246,30 €	9.245,07 €	9.600,07 €	8.851,30 €	8.790,87 €	116.109,21 €	
5	horas trabajadas facturables	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440	
6	gasto / hora / mes	107,19 €	85,05 €	78,00 €	80,63 €	78,84 €	80,67 €	76,07 €	77,05 €	77,04 €	80,00 €	73,76 €	73,26 €	80,63 €	
7															
8	beneficio	30													
9															
10	Precio hora final	139,35 €	110,57 €	101,40 €	104,82 €	102,50 €	104,87 €	98,90 €	100,17 €	100,15 €	104,00 €	95,89 €	95,23 €	104,82 €	
11															
12															
13	campos editables														
14															
15															
16	Precio / hora / Indirecto + estructural	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total	
17															
18	gasto / mes (de otra pestaña)	9.532,87 €	8.558,25 €	8.465,07 €	8.951,07 €	8.246,30 €	8.695,07 €	8.803,97 €	8.326,30 €	8.520,07 €	9.275,07 €	8.216,30 €	8.465,87 €	104.056,21 €	
19	horas trabajadas facturables	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440	
20	gasto I+E / hora / mes	79,44 €	71,32 €	70,54 €	74,59 €	68,72 €	72,46 €	73,37 €	69,39 €	71,00 €	77,29 €	68,47 €	70,55 €	72,26 €	
21															
22	Ojo! Este total incluye actualmente la nómina del personal teniendo en cuenta que no es posible repetirla directamente por proyecto. En el caso que uno de los trabajadores solo se dedicara por ejemplo a hacer s														
23															

Para esto, vamos a fijarnos en el bloque de abajo

El campo 1 es un total que proviene de la pestaña general y que incluye todos aquellos gastos que son indirectos y estructurales, pero no los directos.

Incluye marketing, desplazamientos, formación, dietas, colaboradores externos que no sean directos de proyecto, mi nómina, gastos variados como luz, agua, gas, internet, seguros, prestamos, impuestos, alquiler de mi local si lo tengo, ...

No incluye, gastos que se puedan imputar directamente a un taller o terapia, nóminas de trabajadores o colaboradores que trabajen solo en proyectos específicos, marketing aplicable a 1 taller en concreto, ...

El campo 2 incluye el total de horas que trabajo en ese mes. ¿Por qué? Porque con esas horas debo de ser capaz de cubrir todos esos gastos (entre otras cosas que veremos más adelante). Aquí ponemos una estimación lo más real posible de las horas que dedicamos a producir dinero directamente. Son horas facturables. Estas horas deben coincidir con la suma de horas de todas mis sesiones (terapias) y talleres del mes.

El campo 3 nos dice el coste indirecto y estructural que carga cada hora nuestra de trabajo. Este es el que tenemos que aplicar a nuestro taller en función de las horas realizadas en el taller.

Volvamos a la pestaña **"Taller tipo 1"**

En el campo 4 pondremos pues las horas impartidas en el taller.

En el campo 2 pondremos el coste indirecto y estructural que hemos visto en la pestaña **ind precio / hora**.

En los campos por debajo de 3 iremos añadiendo los conceptos con los costes que se pueden aplicar directamente a este proyecto. Como una promoción de marketing, el alquiler de una sala, etc.

Una vez introducidos los ingresos y los gastos, el campo 5 nos da el resultado final en € y el campo 6 el % de beneficio de este taller.

Este importe es el que deberemos añadir a la pestaña [general](#) en el apartado ingresos / talleres:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1		ANT	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
2															
3															
4	INGRESOS														
5	Talleres		2.125,00 €	9.720,00 €	820,00 €	2.250,00 €	2.960,00 €	5.080,00 €	3.150,00 €	1.500,00 €	2.870,00 €	920,00 €	3.890,00 €	0,00 €	35.285,00 €
6	Taller tipo 1		575,00 €	650,00 €	820,00 €		640,00 €	520,00 €	950,00 €		550,00 €	920,00 €	1.250,00 €		6.875,00 €
7	Taller tipo 2		1.560,00 €	3.500,00 €											3.500,00 €
8	Taller tipo 3					2.250,00 €	2.320,00 €	4.560,00 €	2.200,00 €	1.500,00 €	2.320,00 €		2.640,00 €		21.660,00 €
9	Taller tipo 4			3.250,00 €											3.250,00 €
10	Previsión														0,00 €
11	Sesiones individuales		500,00 €	600,00 €	1.150,00 €	1.400,00 €	800,00 €	500,00 €	400,00 €	300,00 €	150,00 €	550,00 €	500,00 €	350,00 €	7.200,00 €
12															
13	Charlas		30,00 €	85,00 €	320,00 €	200,00 €	180,00 €	50,00 €	310,00 €	85,00 €	140,00 €	30,00 €	210,00 €	300,00 €	1.940,00 €
14															
15	Previsión														0,00 €
16	Venta de productos		269,00 €	1.471,00 €	510,00 €	42,00 €	115,00 €	856,00 €	25,00 €	65,00 €	73,00 €	320,00 €	210,00 €	15,00 €	3.971,00 €
17															

Si para un mes hay más de un ingreso para un mismo tipo de taller debemos añadir por ejemplo:

$$= 2546 + 968$$

Donde cada uno de los importes es el ingreso de cada taller. La hoja de Excel realiza el cálculo automáticamente.

Mi precio / hora

Mi precio hora depende de 2 cosas:

1. Los costes que tenga
2. El valor que le de a lo que hago y a mi mismo ;-)

El **punto 1** es fácil de calcular. Es un tema de matemáticas. Vamos a por ello.

Vamos a la pestaña [ind precio / hora](#)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	Precio / hora	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
3															
4	gasto / mes (de otra pestaña)		12.862,87 €	10.206,25 €	9.360,07 €	9.676,07 €	9.461,30 €	9.680,07 €	9.128,97 €	9.246,30 €	9.245,07 €	9.600,07 €	8.851,30 €	8.790,87 €	116.109,21 €
5	horas trabajadas facturables		120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
6	gasto / hora / mes		107,19 €	85,05 €	78,00 €	80,63 €	78,84 €	80,67 €	76,07 €	77,05 €	77,04 €	80,00 €	73,76 €	73,26 €	80,63 €
7															
8	beneficio		30												
9															
10	Precio hora final		139,35 €	110,57 €	101,40 €	104,82 €	102,50 €	104,87 €	98,90 €	100,17 €	100,15 €	104,00 €	95,89 €	95,23 €	104,82 €
11															
12															
13	campos editables														
14															
15															
16	Precio / hora / Indirecto + estructural		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
17															
18	gasto / mes (de otra pestaña)		9.532,87 €	8.558,25 €	8.465,07 €	8.951,07 €	8.246,30 €	8.695,07 €	8.803,97 €	8.326,30 €	8.520,07 €	9.275,07 €	8.216,30 €	8.465,87 €	104.056,21 €
19	horas trabajadas facturables		120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
20	gasto I+E / hora / mes		79,44 €	71,32 €	70,54 €	74,59 €	68,72 €	72,46 €	73,37 €	69,39 €	71,00 €	77,29 €	68,47 €	70,55 €	72,26 €
21															
22	Ojo! Este total incluye actualmente la nómina del personal teniendo en cuenta que no es posible repercutirla directamente por proyecto. En el caso que uno de los trabajadores solo se dedicara por ejemplo a hacer s														
23															

En este caso, el campo 1 incluye absolutamente todos los costes que tenemos. La información proviene de la pestaña [general](#).

El campo 2 incluye el total de horas que trabajo en ese mes. ¿Por qué? Porque con esas horas debo de ser capaz de cubrir todos esos gastos (entre otras cosas que veremos más adelante). Aquí ponemos una estimación lo más real posible de las horas que dedicamos a producir dinero directamente. Son horas facturables. Estas horas deben coincidir con la suma de horas de todas mis sesiones (terapias) y talleres del mes.

El campo 3 nos dice el total de costes que carga cada hora nuestra de trabajo.

El campo 4 nos permite indicar el % de beneficio que queremos ganar por cada hora trabajada

El campo 5 nos da el resultado de nuestro precio / hora que debemos facturar para cubrir todos estos costes y tener un 30% de beneficio.

Si desglosamos una hora nuestra queda así:

Precio / hora = Coste directo + Coste indirecto + Coste estructural + Beneficio

Ya hemos calculado lo que debemos ganar para cubrir costes y sacar un beneficio. Punto 1 solucionado.

El **punto 2** es más difícil de calcular. Más que difícil, podríamos decir que es difuso :-D.

Depende de lo que nos valorem a nosotros mismos y a lo que hacemos. De hecho, el % de beneficio que apliquemos dependerá de ello.

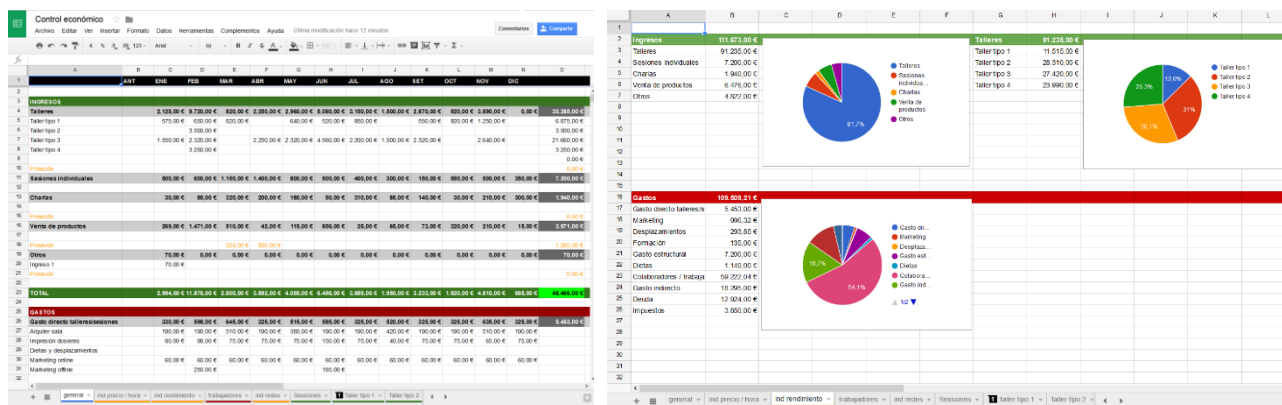
Aquí es donde entran todas nuestras creencias sobre el dinero, la espiritualidad, el abuso, el poder, la avaricia, el altruismo, ...

Este bloque nos invita a trabajar esas alergias y creencias que trabajamos durante el curso.

La visión general

Podemos tener una visión general de nuestra empresa de 2 maneras distintas: numéricamente y gráficamente.

La versión numérica es la pestaña **general** y la versión gráfica es la pestaña **ind rendimiento**.



La pestaña de **ind rendimiento** está directamente vinculada con los números que se introducen en la pestaña **general**.

Visión numérica

Se encuentra en la pestaña **general**. Esta pestaña se organiza en 2 grandes bloques: **ingresos** y **gastos**

Cada uno de estos 2 grandes bloques está a su vez subdividido en grupos que corresponden a los distintos tipos de ingresos o gastos. Por ejemplo, en el caso de los ingresos tenemos el bloque Talleres y dentro los ingresos desglosados por cada tipo de taller. Lo mismo sucede con los gastos. Tenemos por ejemplo el bloque de Colaboradores y dentro los gastos de cada uno de los colaboradores.

Fijaros que las filas que están color rojo, verde, gris, negro o azul no son editables. Son el resultado de cálculos automáticos de otras celdas. Un ejemplo los las celdas con el circulo 2 de la imagen que viene a continuación.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	ANT	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC		
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															
17															
18															
19															
20															
21															
22															
23															
24															
25															
26															
27															

Podríamos decir que todas las casillas blancas en esta hoja del Excel son editables. Corresponden al 2.

Este Excel se puede usar a modo de previsión para poder saber cada mes los gastos e ingresos que recibiremos. Si disponemos de unos gastos o ingresos fijos anualmente es importante dejarlos ya reflejados en el Excel (aunque sea de forma aproximada). Podemos cambiar el color de la celda en la que hayamos puesto un valor aproximado, por ejemplo el naranja, que es el color que se usa para las previsiones, y así recordaremos que nos toca actualizarlo. Un ejemplo es el valor que esté en naranja en una fila donde todos son negros (3).

Este Excel dispone de una fila en naranja para aquellas previsiones que no queramos que se sumen al total y por tanto que no queramos que afecten a los resultados, pero que en cambio queramos recordar y tener en cuenta. (3)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	ANT	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC		
89															
90															
91															
92															
93															
94															
95															
96															
97															
98															
99															
100															
101															
102															
103															
104															
105															
106															
107															
108															
109															
110															
111															
112															
113															
114															

Al final del Excel disponemos de una fila en negro con los resultados. En rojo se nos muestran pérdidas (1) y en verde beneficios (2).

La fila en azul (3) es un bloque independiente para poder llevar un seguimiento aproximado de la inversión que hacemos en horas de nuestros proyectos que están arrancando o que aún no están dando rendimiento.

Podemos listar los proyectos y para cada uno de ellos les ponemos el número de horas que vamos invirtiendo cada día y lo multiplicamos por el precio hora.

¿Y esto por qué?

1. En primera instancia para tomar consciencia del valor económico que tiene nuestro tiempo.
2. Para aprender a priorizar nuestro tiempo e invertirlo en temas que realmente aporten (fuera y dentro)
3. Para ser conscientes del valor económico que tiene aquello que creamos.

Pestañas vinculadas

Es posible hacer que los números que se muestran en estas tablas provengan de otras tablas con más detalle. Es el caso de la fila Trabajadores que se encuentra dentro del bloque Colaboradores / trabajadores.

Como podéis comprobar en este caso los datos no se introducen directamente. Éstos provienen de otra pestaña donde podemos detallar más a fondo ese concepto en cuestión: **Trabajadores**.

Lo mismo sucede con los ingresos de sesiones individuales. Los datos de las terapias tipo 1 provienen de la pestaña **Sesiones**.

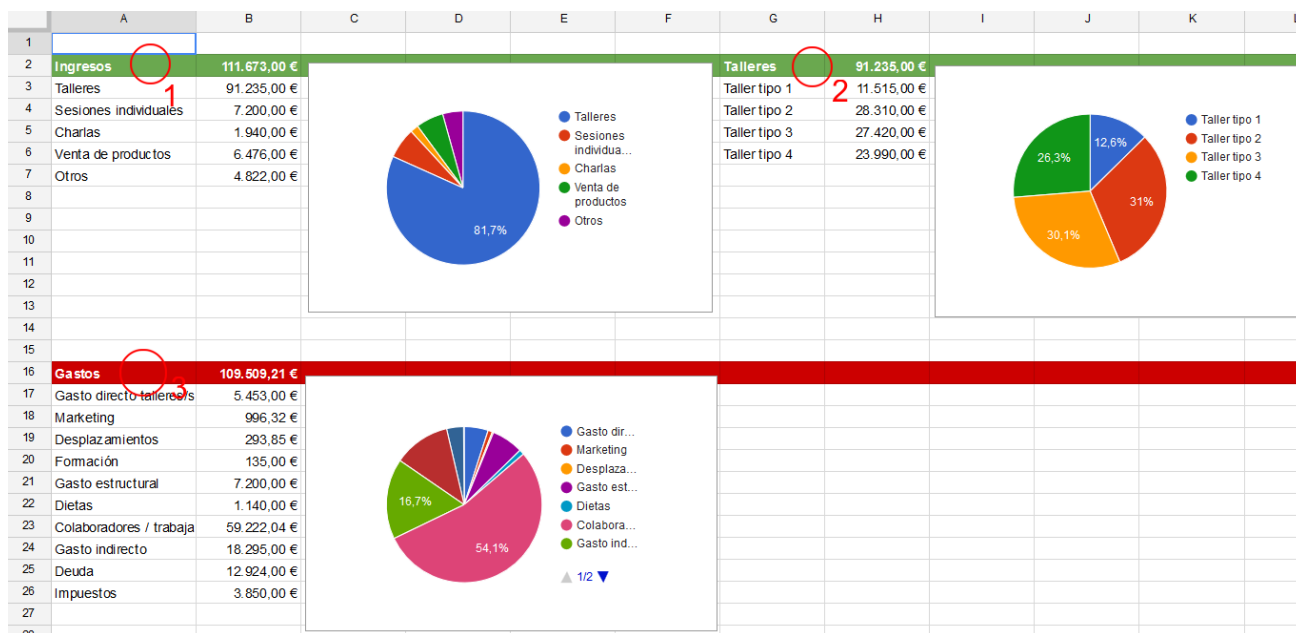
Estas dos filas tienen un color de fondo gris muy clarito para poder diferenciarlas de las otras y recordarnos que los datos vienen de afuera.

Esto podemos hacerlo siempre que queramos. Podemos crear una nueva pestaña donde detallar a fondo un tema y en la pestaña general tan solo mostrar los resultados.

Visión gráfica

Se encuentra en la pestaña **rendimiento**. Esta pestaña se organiza en 2 grandes bloques: **ingresos** y **gastos**.

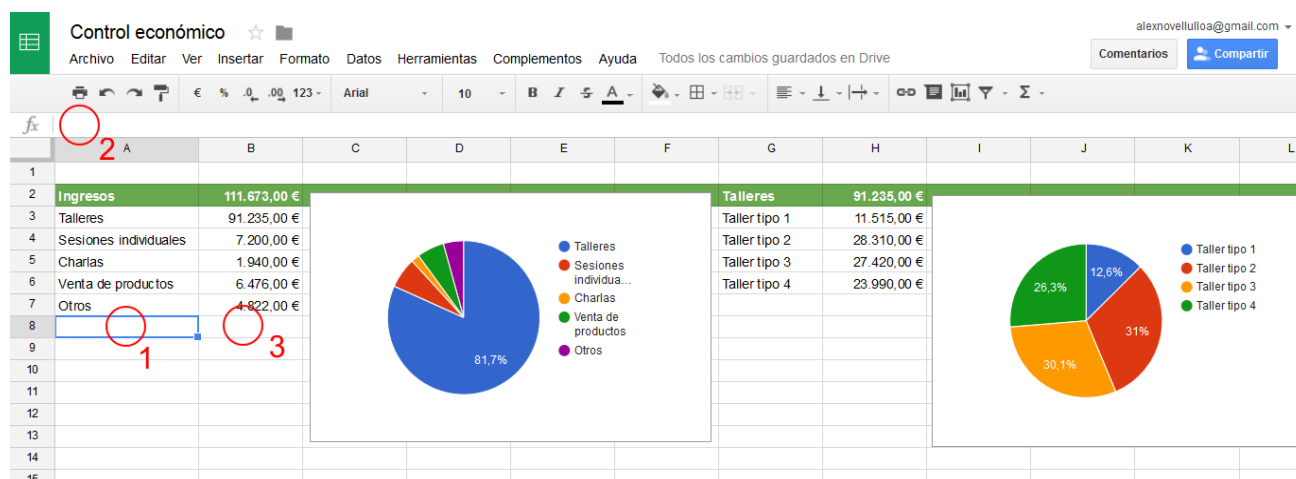
Los datos de esta página provienen directamente de la pestaña **general**.



El bloque 1 y el bloque 3 nos muestran datos que provienen directamente de los totales de la pestaña general. Corresponden a las filas de color gris.

Si añadimos alguna fila más al Excel general debemos añadirla aquí y crear de nuevo el gráfico. ¿Cómo se hace?

Vamos a poner 1 ejemplo:



Seleccionamos la fila donde queremos añadir un nuevo valor (1) y en la misma casilla o en (2) podemos elegir, ponemos un =

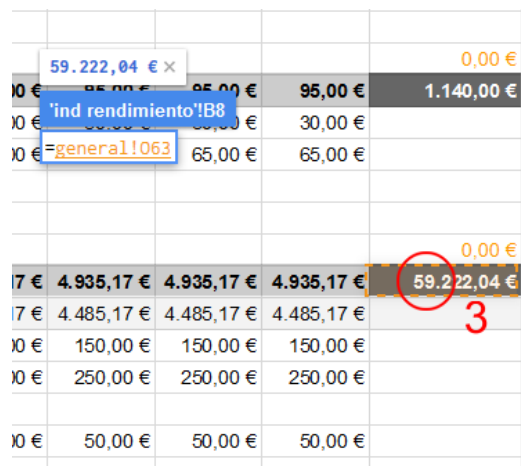
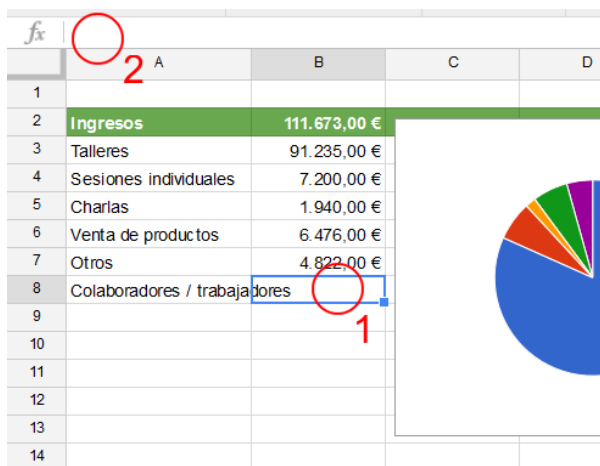
A continuación pinchamos en la pestaña general y seleccionamos la fila que queremos añadir. Nos aparecerá algo como esto:

En este ejemplo he seleccionado la fila colaboradores / trabajadores y se ha quedado en naranja (1). Encima me muestra la casilla de la pestaña anterior donde he puesto el = pero ya con el contenido adecuado (2)

Una vez seleccionada la casilla, le damos al enter y nos lleva de nuevo a la pestaña ind rendimiento con la casilla rellanada.

56	Colaboradores / trabajadores		
57	Ind rendimiento!A8	95,00 €	95,00 €
58		30,00 €	30,00 €
59	=general!A63	65,00 €	65,00 €
60	Cenas		
61			
62	Previsión		
63	Colaboradores / trabajadores	4.935,17 €	4.935,17 €
64	Trabajadores (de otra hoja)	4.485,17 €	4.485,17 €
65	Gestoría	150,00 €	150,00 €
66	Community Manager	250,00 €	250,00 €
67	Colaborador "x"		
68	Limpieza	50,00 €	50,00 €
69			

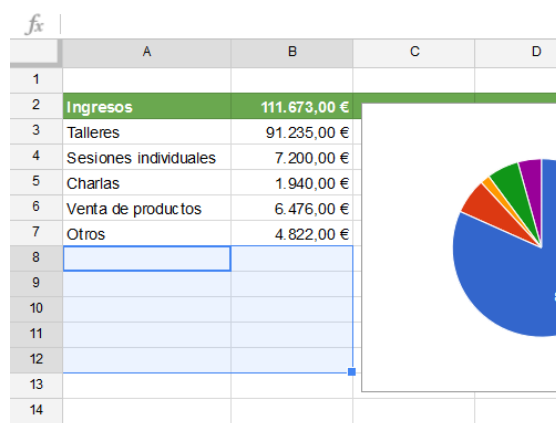
A continuación debemos hacer lo mismo en la pestaña ind rendimiento, pero con la casilla de totales (1). Justo al lado de la casilla que acabamos de rellenar.



Y nos vamos de nuevo a la pestaña **general** y clicamos sobre la casilla de los totales correspondiente al grupo que hemos seleccionado anteriormente (en este caso colaboradores / trabajadores) y le damos al enter.

Es posible que al crear la gráfica la primera vez, seleccionáramos las casillas vacías que hay debajo de la lista:

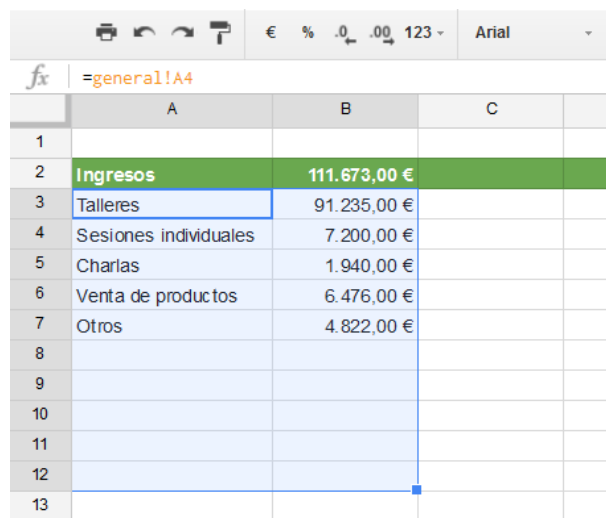
Si este fuera el caso, la gráfica se modificaría automáticamente. Si veis que la gráfica no se actualiza con la nueva fila añadida a la lista, debéis crearla de nuevo. Son las casillas resaltadas en azul.



Si no es el caso y la gráfica no se actualiza debemos hacer la gráfica nueva. Debemos borrar la actual y creamos una nueva. Para eso, seleccionamos la gráfica y le damos al botón de SUPR

A continuación seleccionamos todos los elementos de la lista (nombres y resultados), y si queremos unas cuantas filas vacías por debajo en previsión de futuros registros.

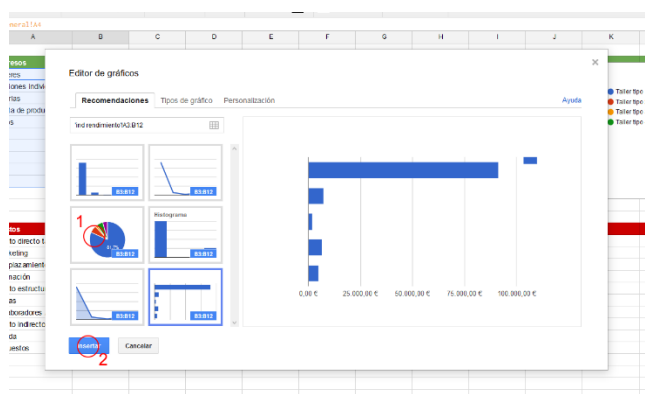
Una vez seleccionado clicamos en el botón



Y se nos abre la ventana para crear la gráfica

En esta ventana seleccionamos el tipo de gráfico que más se adapte a nuestras necesidades y le damos al botón Insertar.

Una vez insertado lo movemos donde nos interesa y lo escalamos a la medida deseada.



GESTIONES VARIAS

Fundación tripartita

Para la formación subvencionada de las empresas



Si nos dedicamos a la formación, un buen canal de entrada en empresas es la fundación tripartita que subvenciona la formación en empresa.

¿Cómo funciona?

Cada empresa por el simple hecho de contratar a trabajadores dispone de un presupuesto subvencionado por el estado de “x” euros. Estos “x” euros dependen de la cantidad de trabajadores que haya en plantilla. A más trabajadores y más pago de seguridad social, más posible inversión en formación.

El formador presenta un curso a la empresa y a la fundación tripartita que debe cumplir unos requisitos y debe estar muy bien definido en horas, horario y contenido.

Una vez aprobado la empresa abona el curso al formador y ésta reclama a la seguridad social el importe del curso correspondiente a esta formación. El estado devuelve este importe restando el mes siguiente o siguientes ese mismo importe de la carga de seguridad social que debe abonar la empresa.

Oficina española de patentes y marcas

Para registrar productos o servicios, nombre comercial o método



En la oficina de patentes y marcas podemos registrar lo siguiente:

1. Nuestras marcas: Estas son los nombres que reciben nuestros productos o servicios, para poder diferenciarlos de los de la competencia dándoles un nombre concreto. Por ejemplo, Actimel.
2. Nuestro nombre comercial: Es el nombre que define la empresa. Por ejemplo: Danone.
3. Nuestro método terapéutico es propiedad nuestra y puede ser registrado.

Todo esto puede hacerse a través de la página web de la OEPM : www.oepm.es o a través de un agente externo.

Reglamento General de Protección de Datos – RGPD-LOPD



Agencia española de protección de datos. Desde el 25 de Mayo de 2018 es de obligatorio cumplimiento la RGPD, un reglamento Europeo para la protección de los datos de los usuarios.

Información básica

La RGPD es una nueva ley a nivel europeo cuya finalidad es:

1. **Proteger los datos personales de los usuarios.** Tu, como persona que recoges datos de tus clientes o futuros clientes tienes la obligación de informar que los recoges, qué haces con ellos, cómo los proteges, etc. y todo eso a través de todas las vías, es decir, la online (web, webinars, etc.) como la offline (en consulta, en charlas y talleres, etc.)
2. **Ser transparente en el tratamiento de estos datos**

Obligaciones

Por el hecho de estar almacenando datos de carácter personal, debemos cumplir una serie de obligaciones a nivel legal.

Obligación de informar

Debemos informar a la persona de la que recogemos los datos de varios temas que veremos a continuación. Esta información debe estar reflejada en cualquier medio de recogida de datos como:

1. Documento en papel donde recojamos datos
2. En todos los formularios de la web, comentarios del blog, newsletter, ...
3. Vía telefónica si recogemos datos
4. En Apps móviles con datos personales

En esta nueva ley es obligatorio **informar por capas**. ¿Qué significa esto? Que no podemos tener toda la información en 1 documento infumable. El cliente, **antes de inscribirse en cualquier lado debe tener un “resumen”**, lo que se llama primera capa o coetilla, para que reciba la información básica sin tener que ir a la nota legal o la política de privacidad.

¿Qué información debe tener esta primera capa?

1. Quien es el **responsable del tratamiento** de los datos
2. **La finalidad.** Para qué vas a usar estos datos. Fíjate que para cada formulario de la web será distinto. En el caso del newsletter, la finalidad será mandarle el newsletter, en el caso de un formulario de contacto será para poder responderle a su pregunta, y en el caso por ejemplo de un documento en papel que firman en consulta, será para recoger datos personales de la terapia y poder hacer un seguimiento del cliente.
3. **Legitimación.** Este punto es muy importante. Es el punto en el que queda claro que es legítimo recoger estos datos para poder ejecutar la finalidad. Esta legitimación puede ser simplemente el consentimiento

del cliente de forma tácita y explícita marcando la casilla. Hay otros tipos de legitimación en función de la finalidad del tratamiento.

4. **Destinatarios.** Estos datos se van a almacenar en algún lado. En OVH servidor de la web, por ejemplo, si usas Ninja Forms y estos datos se almacenan. Otro destinatario podría ser un programa de Newsletter como Mailchimp, etc... En el caso de no ir a ninguna otra plataforma externa de un tercero, la coetilla debe indicar que no se cederán los datos a terceros. EN caso de que los “terceros” no estén sujetos a la RGPD, por ejemplo, empresa de EEUU que no se hayan acogido, esto debe informarse. En mi ejemplo lo podéis ver.
5. **Derechos.** Indicarle al cliente los derechos que tiene sobre estos datos y como puede ejercerlos.

Mínimo debe haber estos 5 puntos en todas las coetillas ya sean en la web como en papel. Fíjate que en los ejemplos que te proporciono están estos puntos descritos.

Ejemplo resumido:

Responsable: Alejandro Novell Ulloa

Finalidad: Mandarte información de tu interés como vídeos, artículos y próximas actividades gratuitas, así como información sobre nuestros cursos

Legitimación: Tu consentimiento explícito de que quieres recibir esta información

Destinatarios: Los datos que me facilitas están en mi servidor de web y email OVH, en Active Campaign y en los servidores de Google Drive, todos ellos que cumplen la RGPD o se acogen a la Privacy Shield. Al cumplimentar este formulario consientes que dichos proveedores manejen estos datos.

Derechos: Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en info@alexnovell.com así como el derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control.

Obligación a ofrecerle sus derechos

Por el hecho de recoger estos datos, el cliente tiene derechos sobre ellos:

1. Solicitar acceso a ellos
2. Solicitar rectificarlos o suprimirlos
3. Solicitar que se limite su uso a ciertas finalidades
4. Oponerse a su uso
5. Solicitar la portabilidad

Obligación de protegerlos

Esto ya sucedía con la LOPD. Por el hecho de tener datos de carácter personal estamos obligados a:

1. Proteger estos datos. Si son **datos básicos** como teléfono, nombre, email, ... deben protegerse con un sistema de seguridad básico. De todos modos es importantes que estén bajo contraseña, no accesibles por terceras personas que no han firmado documentos de confidencialidad, etc. Si estos **datos son sensibles o muy sensibles**, como por ejemplo datos médicos, solvencia, de raza, de orientación sexual, etc. Deben protegerse con sistemas de seguridad mucho más seguros. Bajo llave si son en papel o encriptados si es online. Existen plataformas online que permiten guardar fichas de clientes con datos sensibles y que cumplen la RGPD
2. Guardar su aceptación de uso de datos. Cuando un cliente acepta, ya sea a través de un formulario o a través de un documento en papel, que dispongas de sus datos para ciertas finalidades, esa aprobación debes guardarla. Si en algún futuro recibieras una reclamación, debes poder demostrar que el cliente ha legitimado el uso de esos datos de forma explícita.

Obligación de recibirlos de forma explícita y no tácita

1. Para la captación de **nuevos contactos** es necesario que notifiques de cualquier recogida de datos antes de hacerlo e informes de lo mencionado anteriormente (derechos, etc.) y nunca des por sentado que lo aceptan sin su consentimiento directo
2. Si **ya dispones de una base de datos** debes asegurarte de que el cliente te dio los datos sabiendo claramente para qué ibas a usarlos y sus derechos. Si los captaste a través de unos webinars o a través de formularios poco claros, es obligatorio que notifiques de nuevo a toda tu base de datos que dispones de sus datos, qué datos tienes, quien es el responsable, para que vas a usarlos, etc. es decir, deben aceptar de forma clara y explícita los puntos de las coletillas.

Sensibilidad de los datos

Si estás tratando datos sensibles debes:

- 1- Pedir el consentimiento explícito del cliente para su tratamiento e informar de la finalidad del tratamiento de este tipo de datos:
 - Opiniones políticas
 - Afiliación sindical
 - Convicciones religiosas
 - Convicciones filosóficas
 - Origen racial o étnico
 - Datos relativos a la salud
 - Vida sexual
 - Dato genético
 - Dato biométrico
 - Orientación sexual
- 2- Realizar una Evaluación de Impacto en la Protección de Datos. Es un ejercicio de análisis de riesgos para detectar allí donde la aplicación del servicio pueda suponer un riesgo en la protección de sus datos y así poder un plan y unas medidas de protección adecuadas. Esta evaluación es necesaria cuando hay un alto riesgo en la protección de los datos
- 3- Llevar un registro del tratamiento de los datos. Quien accede, cuando, qué modifica, elimina, añade, etc... No es obligatorio en empresas de menos de 250 empleados siempre y cuando no se traten datos muy sensibles, como es el caso de datos relativos a la salud.
- 4- Cumplir con las medidas de seguridad necesarias para proteger estos datos.
 - a. Datos encriptados o cifrados
 - b. Sistema de gestión de registro de acceso a los datos
 - c. Elaboración de una lista de personas autorizadas
 - d. Definir un procedimiento seguro para su tratamiento

Te recomiendo encarecidamente que contrates un servicio profesional en el caso que recojas datos sensibles.

Certificado SSL en la web (web segura)

Otro tema importante es que tu web disponga que certificado SSL y esté activado el protocolo seguro. ¿Cómo se eso? Si ya tienes web, mira tu web y verifica que tengas el candado en verde:



Si no lo tienes, o certificado a web, no te preocupes, no es muy complicado y lo haremos en el curso en la sesión de web..

Textos para la web

Cómo os comentaba es imprescindible que en la web se notifique sobre la RGPD en todos aquellos formularios de contacto que recogen datos de vuestros clientes. Os pongo a continuación la plantilla tipo de las coletillas para cada tipo de formulario y las posibles variaciones que podéis necesitar.

Veréis que algunas de las coletillas que os paso llevan código incorporado. Esto es para que las podáis copiar y pegar directamente en Ninja Forms (un plugin que se usa en la web para los formularios de contacto) y ya salgan los enlaces.

3 tipos de texto para la web

1. Las **casillas de verificación** de Nota Legal y Política de Privacidad

☐ He leído y acepto la **Nota Legal** y la **Política de Privacidad** *

Responsable: Alejandro Novell Ulloa

2. Las coletillas que van al pie de cada formulario

☐ He leído y acepto la **Nota Legal** y la **Política de Privacidad** *

Responsable: Alejandro Novell Ulloa

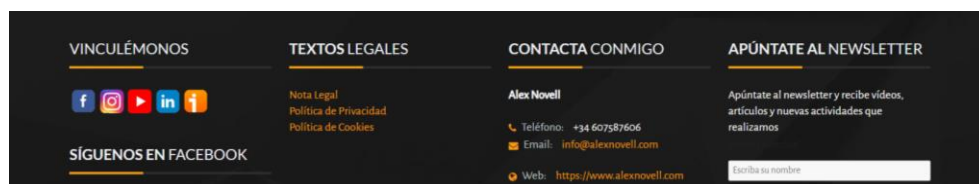
Finalidad: La finalidad de la recogida y tratamiento de los datos personales que te solicito es para gestionar la solicitud que realizas en este formulario de contacto.

Legitimación: Tu consentimiento explícito de que quieres recibir esta información

Destinatarios: Los datos que me facilitas están en mi servidor de web y email **OVH** que cumple la RGPD y en **Active Campaign**, mi programa de gestión de clientes y email marketing que también la cumple. Al cumplimentar este formulario consientes que ambos proveedores manejen estos datos.

Derechos: Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en info@alexnovell.com así como el derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control.

3. Los textos legales completos (Nota Legal, Política de Privacidad y Política de Cookies)



Casilla de verificación

Este es el código para la casilla de verificación del formulario de contacto. Para todos ellos

He leído y acepto la [Nota Legal](https://dominio.com/nota-legal/) y la [Política de Privacidad](https://dominio.com/politica-de-privacidad/)

Lo vamos a colocar en Ninja Forms creando un campo de casilla de verificación única y pegando este código, **adaptado por supuesto a vuestro dominio**, en el campo etiqueta.

Coletillas

Las coletillas siguen todas la misma estructura.

Lo único que cambia de una a la otra es la FINALIDAD, y para eso debemos tenerlas todas listas para cada tipo de coletilla. Ahora os pego lo que es la plantilla estándar de la coletilla, y después os pego ejemplos de distintas “finalidades”

Coletilla tipo

Este es el código de la coletilla. Recuerda! Que debe cambiarse la finalidad para cada tipo de formulario de contacto. Está en verde lo que es susceptible de cambiarse. Por ejemplo, si te fijas, el nombre del responsable seguro que debes cambiarlo, pero si por ejemplo usas OVH igual que yo como proveedor de servicios o usas Google Drive, pues no te hace falta cambiarlo.

Responsable: Alejandro Novell Ulloa

Finalidad: La finalidad de la recogida y tratamiento de los datos personales que te solicito es para gestionar la solicitud que realizas en este formulario de contacto.

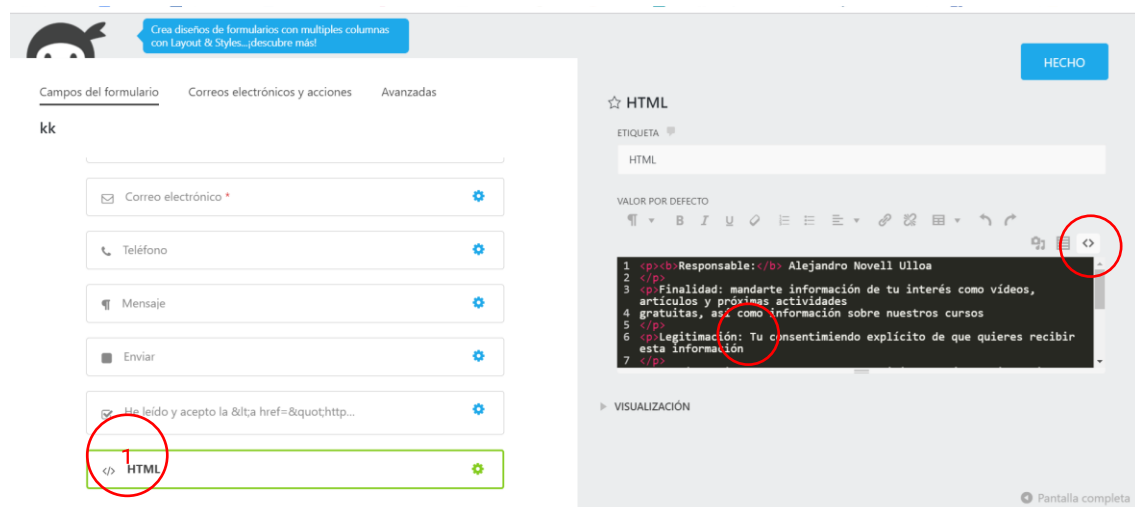
Legitimación: Tu consentimiento explícito de que quieres recibir esta información

Destinatarios: Los datos que me facilitas están en mi servidor de web y email [OVH](https://www.ovh.es/soporte/aviso-legal/#data-perso) y en los servidores de [Google Drive](https://policies.google.com/privacy?hl=es), todos ellos que cumplen con la RGPD

Derechos: Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en info@alexnovell.com así como el derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control.
</small>

¿dónde lo coloco?

Este código se coloca también en Ninja Forms, al editar el formulario en el campo HTML. Asegúrate de pegarlo en modo código fuente tal como muestro en la imagen



Finalidades

Veréis que cada formulario tiene una finalidad distinta. Es decir, tenemos un formulario de contacto básico, otro para que se inscriban a nuestras charlas, otro para que se inscriban al newsletter, etc.. Cada uno de estos formularios lleva la coletilla que hemos visto antes, con la variación tan solo del apartado **finalidad**. Estas son las distintas “finalidades” en función del tipo de formulario que acompañan.

Newsletter: **mandarte información de tu interés como vídeos, artículos y próximas actividades gratuitas, así como información sobre nuestros cursos**

Formulario de contacto básico: **La finalidad de la recogida y tratamiento de los datos personales que te solicito es para gestionar la solicitud que realizas en este formulario de contacto.**

Pedidos de compra online: **tramitar tu pedido y mandarte información de tu interés como vídeos, artículos y próximas actividades gratuitas, así como información sobre nuestros cursos**

Alta en una charla: **gestionar la inscripción y asistencia a la actividad (charla, webinar, taller, etc.) y el envío posterior de información sobre los productos y servicios que desarrollo.**

Comentarios del blog: **gestionar los comentarios que realizas en este blog.**

Coletilla Blog

Si tenéis blog, también es obligatorio poner la coletilla justo antes de que un usuario ponga sus datos para publicar un comentario. Para ello yo he usado el plugin “WP GDPR Compliance”

Este plugin sirve para muchas cosas, por ejemplo bloquear las cookies una a una en función del interés del usuario, adaptar WooCommerce si tenéis venta online y adaptar los comentarios del blog, entre otras cosas.

Ahora vamos a usarlo para el Blog:

Lo que genera este plugin es esto; dos casillas de verificación y el texto de la coletilla antes del botón “Publicar comentario”


```
/* Coletilla legal en los comentarios del blog al 100% de ancho y con letra pequeña */
.comment-form label {
  width: 100%;
  font-size: small;
}
```

Coletilla de la hoja de feedback en papel

Gestión y marketing para terapeutas te informa que los datos de carácter personal que nos proporciones rellenando el presente formulario serán tratados por **Alex Novell Ulloa, 38171767R** como responsable de este proyecto.

La finalidad de los datos personales que te solicitamos es para poder mandarte información de tu interés como vídeos, artículos y próximas actividades gratuitas, así como información sobre nuestros cursos.

Al rellenar el formulario, estás dando tu legítimo consentimiento para que tus datos sean tratados conforme a las finalidades descritas.

Los datos proporcionados se conservarán mientras se mantenga la relación comercial o durante los años necesarios para cumplir con las obligaciones legales. Los datos no se cederán a terceros salvo en los casos en que exista una obligación legal. Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en info@alexnovell.com, así como el derecho a presentar una reclamación.

Pie de los emails

De conformidad con el reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos o RGPD), le recordamos que sus datos son objeto de tratamiento por parte de **Alex Novell Ulloa**. Estos datos son gestionados con la finalidad de informar y comunicar todo aquello relativo a la prestación de mis servicios profesionales y actividades relacionadas con **Alex Novell Ulloa**. Recibes este correo porque me has facilitado y/o cedido voluntariamente tu dirección electrónica. No obstante, puedes ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación, supresión, portabilidad y oposición al tratamiento de sus datos enviando un email a info@alexnovell.com (poniendo en el asunto "Ejercicio de derechos" y adjuntando una copia de su DNI). Dispone también del derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control. Recuerda que todos tus datos serán tratados con la máxima confidencialidad según el RGPD, y la Ley 34/2002 de Servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI-CE)

Pie del newsletter

Recibes este boletín porque en su día, te has dado de alta en mi lista de suscripciones en el blog:

<https://gestionymarketingparaterapeutas.com/>

Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en info@alexnovell.com así como el derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control.

Si no deseas seguir recibiendo este boletín, puedes darte de baja de forma automática en este enlace. ([poner enlace baja](#))

Puedes consultar la información adicional y detallada sobre Protección de Datos en mi página web:

<https://gestionymarketingparaterapeutas.com/>, así como consultar mi Política de Privacidad

Faldón banda de cookies

Utilizamos cookies propias y de terceros para realizar el análisis de la navegación de los usuarios y mejorar nuestros servicios. Si continúa navegando, consideramos que acepta su uso. Puede cambiar la configuración u obtener más información en el enlace siguiente.

Textos Legales

Nota Legal, Política de privacidad, Política de cookies

Estos 3 documentos los podéis ver a modo de ejemplo en mi web. Os recomiendo que os informéis bien antes de hacer cambios ya que deben contemplar vuestro caso particular.

Yo personalmente he usado esta web, es muy buena y a nivel de precio mucho más barato que contratar a un abogado directamente. Al principio tienes que pegarte una currada guapa de rellenar datos, pero después te saca automáticamente toooooodos los textos legales y las coletillas listas para copy&paste

<https://www.lexblogger.com/venta/ref/189/>

Cómo colocar las coletillas en NinjaForms

Añadir un cuadro de verificación único, y en la Etiqueta poner lo siguiente (adaptado a vuestra web):

1. He leído y acepto la Nota Legal y la Política de Privacidad
2. Cambiad lo que está en rojo por la dirección de vuestras páginas de nota legal y política de privacidad
3. Seleccionadlo como campo obligatorio

The screenshot shows the NinjaForms editor. On the left, under 'Campos del formulario', the 'He leído y acepto la...' field is selected. On the right, the 'Cuadro de verificación único' configuration panel is open. The 'ETIQUETA' (Label) field contains the text: 'He leído y acepto la Nota Legal y la Política de Privacidad'. The 'CAMPO OBLIGATORIO' (Required field) toggle is turned on. The 'POSICIÓN DE LA ETIQUETA' (Label position) is set to 'A La Derecha Del Elemento'. The 'VALOR POR DEFECTO' (Default value) is set to 'Desmarcado'. The 'VALORES DE CASILLA DE VERIFICACIÓN' (Verification box values) section shows 'VALOR MARCADO' (Marked) as 'Marcado' and 'VALOR NO MARCADO' (Not marked) as 'Desmarcado'.

Añadir un campo HTML al final, seleccionais el icono de ver código y pegáis este texto (adaptado a lo vuestro claro). Si te fijas en el texto que hay a continuación, cuando habla de la finalidad, te está indicando que este es el texto para los formularios de contacto, pero esto tienes que cambiarlo si por ejemplo vas a poner la coletilla en un formulario que es para registrarse en una charla.

The screenshot shows the NinjaForms editor. On the left, under 'Campos del formulario', the 'HTML' field is selected. On the right, the 'HTML' configuration panel is open. The 'ETIQUETA' (Label) field contains the text 'HTML'. The 'VALOR POR DEFECTO' (Default value) field contains the following HTML code:

```
<div>
1 Gestión y Marketing para Terapeutas te informa que los datos de carácter personal
2 La finalidad de la recogida y tratamiento de los datos personales que te solicito es para
3 Al rellenar el formulario y aceptando las condiciones, estás dando tu legítimo consentimiento
4 Como usuario e interesado te informo que los datos que me facilitas estarán ubicados en lo
5
6 Como usuario e interesado te informo que los datos que me facilitas también estarán ubicados
7
8 El hecho de que no introduzcas los datos de carácter personal que aparecen en el formulario
</div>
```

Software para la gestión de clientes que cumple la RGPD

Existen varias opciones para la gestión de clientes en un entorno seguro donde puedas almacenar los datos de clientes.

1. **Google Drive.** <https://drive.google.com/>

Almacenar los datos de tus clientes en hojas de cálculo de Drive o en archivos Word es seguro. ¿Qué significa esto? Significa que la conexión entre tu ordenador y la nube es segura, y que la propia nube en sí lo es. Es decir, que no te van a poder interceptar los datos mientras los transmites de tu ordenador a Google Drive, ni van a poder hackear la cuenta de Google. Pero OJO! Si tu dejas tu ordenador abierto, o no tiene contraseña de acceso, ¡NO CUMPLES! Cualquier persona tiene acceso a esos datos. Por eso es importante que tengas doble contraseña, sobre todo si almacenas datos sensibles. ¿Doble contraseña? Sí, la del ordenador y la de la cuenta de Google. Pero de nuevo, OJO! Si tienes siempre abierta tu sesión de Google en tu ordenador, es como si no tuvieras contraseña. Si vas a usar Google Drive como opción para almacenar datos, te propongo que crees una nueva cuenta de Gmail, que abras al ponerte a trabajar y cierres al acabar. Una cuenta que sólo uses con ese fin, almacenar los datos de tus clientes. Así, si alguien entra en tu ordenador porque te los has dejado abierto, no podrá acceder a los datos de clientes.

2. **Doctoralia.** <https://www.doctoralia.es/>

Plataforma desde la que por un lado puedes almacenar y gestionar datos de clientes y por otro te puedes dar a conocer

3. **Clinic Cloud.** <https://clinic-cloud.com/>

Otra plataforma de gestión de clientes y expedientes.

FACTURACIÓN

Para poder cobrar de un cliente es necesario facturar y declarar los ingresos. Existen varias formas de poder facturar y cobrar de tus clientes:

Cooperativa de trabajo asociado



Si estás arrancando y tus ingresos son bajos, esta es una opción. Una Cooperativa de trabajo asociado es una empresa que factura por ti. Es decir, la factura que emites a tu cliente está a nombre de la cooperativa pero te evitas pagar los autónomos. A cambio pagas una cuota que cubre los gastos de gestión y tu seguridad social entre otros conceptos (dependiendo de la cooperativa).

¿Qué quiere decir esto? Pues que durante el tiempo que estás trabajando con tus clientes y que facturas a través de la cooperativa, tu eres supuestamente un trabajador de esa cooperativa y por tanto estás cotizando en la seguridad social, con todos los beneficios que eso comporta.

Pero ojo con las Cooperativas. Están en un espacio fronterizo, entre la legalidad y la ilegalidad. Debes elegir con cuidado, y a poder ser selecciona aquellas entidades que te contraten por obra y servicio pero de forma legal. Asesórate siempre con un abogado de confianza.

Algunas cooperativas:

- [Factoo.es](https://factoo.es)
- Conamad (de la asociación de Terapeutas Cofenat)
- [Cooperativaonline.com](https://cooperativaonline.com)
- Mutua Satma
- [Tefacturamos.com](https://tefacturamos.com)

Autónomos



A mí me gusta ver el concepto de autónomo como una microempresa. Eres una empresa en todo su funcionamiento pero a pequeña escala.

EL autónomo tiene la posibilidad de facturar a sus clientes. A cambio debe pagar una cuota mensual a la seguridad social de aproximadamente 270€-350€ (en 2017) en función del tipo de régimen.

Para los que empiezan por primera vez y cumplen ciertos requisitos, los autónomos disponen de una cuota reducida. El primer año 50€/mes, y sucesivamente va subiendo la cuota, de 133€/mes a su cuota final.

Los autónomos, al igual que las empresas, tienen que pagar trimestralmente el 21% de IVA y aproximadamente el 18% de retención en función del tipo de autónomo y de los ingresos.

A partir de ciertas cantidades ingresadas anualmente, sale más a cuenta ser una S.L. que un autónomo, ya que las empresas tienen un tope en cuanto al impuesto de sociedades. El autónomo paga más porcentaje de IRPF a más cobra.

Los autónomos, tienen una desventaja añadida, y es la responsabilidad ilimitada. Eso significa que un autónomo responder con sus bienes, si entra en quiebra.

Empresa



Una empresa es una entidad que permite funcionar como un autónomo. La primera gran diferencia es que en la empresa el socio tiene una responsabilidad limitada, no respondiendo con su patrimonio, mientras que un autónomo responde al 100% por las deudas respecto a terceros.

Una desventaja de la empresa son los costes de darla de alta y de gestión.

A nivel de impuestos, en según que tramos de facturación la empresa paga tan solo el 25% de impuesto de sociedades, mientras que un autónomo, con facturaciones altas parecidas a las de una empresa pagaría más de IRPF.

Otra ventaja de una empresa es que tiene más facilidad de acceso a financiación.

Por otro lado, la empresa responde en caso de catástrofe con sus bienes, y no el autónomo.

COLABORACIÓN

¿Con quién puedes colaborar?

Imagínate tu proyecto a lo grande.

¿Qué es aquello que **no podrás abarcar** por cantidad de trabajo? ¿Quién puede?

Por ejemplo: *Hago 100 facturas en vez de 10 -> Administrativo o Gestoría*

Hago 400 sesiones al mes en vez de 40 -> Colaboradores "x, y, z"

Seguimiento de 10 talleres online -> Colaborador "w"

Actividad	Colaborador

¿Qué es aquello que cuando crezcas requerirá de **más especialización** y tú no podrás hacer? (Zapatero a tus zapatos)

¿Quién puede?

Por ejemplo: *Marketing online (más redes, más seguimiento, etc..)-> Colaborador "z"*

Rentings, Lissings, Factoring Confirming, descuentos, pagarés, impuestos, nóminas, etc... gestión administrativa heavy -> Gestoría

Actividad	Colaborador

¿Qué puedes mejorar?

¿Qué es aquello que puedes **automatizar**? ¿Cómo?

Cuáles son aquellas funciones que se pueden automatizar y optimizar para liberarte de tiempo. Qué es aquello que siempre piensas... Debería tener a alguien para hacer este “trabajo de pala”. O... ¡Qué engorroso, pesado y repetitivo es esto!

Por ejemplo:

El cálculo del rendimiento económico de los talleres -> Un buen Excel o software de gestión

El envío de mis talleres y cursos a la comunidad -> Una buena organización y un software de boletín

Proceso a automatizar	¿Cómo?

INGRESOS

Expansión

¿Cómo puedes **llegar a más gente**? ¿Cómo puedes mandar tu “PARA QUE” a más personas? ¿Qué se te ocurre?