

Presupuestos

EL VALOR DE NUESTRO TRABAJO

Julieta García Da Rosa

Contenidos

Factores internos.....	2
Factores Externos	4
Nuestra primer entrevista	7
Datos a tener en cuenta para no trabajar demás	9
Si se trata de un sitio web	9
Links de referencia de ejemplos de contrato:.....	10
Planilla de Tiempos.....	11

Para poder determinar el valor de nuestro trabajo debemos tener en cuenta varios factores

Factores internos

Seniority

- Hace cuanto estoy en este trabajo, es decir, hace cuánto me desempeño.

Gastos fijos

- Alquiler
- Luz, gas, agua
- Expensas
- Municipalidad e impuestos generales

Monotributo

- En que categoría me encuentro, cuanto debo pagar mensualmente

SENIORITY

No vamos a trabajar de manera menos responsable por ser más o menos experimentados, pero no es lo mismo quien lleva años realizando la misma tarea a quien recién empieza.



Supongamos un escenario:

Supongamos que el piso para hacer modificaciones a un sitio web ya existente fuese de 3000 pesos promedio (actualización básica de datos, textos y fotos. No incluye cambios de diseño o agregar secciones), quizás un Jr. (junior que recién empieza) se quedaría en ese piso e incluso bajaría un poco sus pretensiones pues el fin es también ganar experiencia y armar una cartera de clientes, pero un sr (senior) seguramente eleve esa base ya que posee la experiencia y la cartera de clientes asegurada por el tránsito en la industria.

Ahora bien, ¿cómo se calcula o se evalúa el Seniority con la cantidad de años en cierta área?

- Trainer/practicante. Antigüedad de 0 a 1 año.
- Junior/novato. Antigüedad de 1 a 2 años.
- Semisenior/profesional. Antigüedad de más de 2 años hasta 6 años.
- Senior/experto. Más de 6 años de experiencia.

Si bien puede variar en uno o dos años, la cantidad indicada en los ítems anteriores es la que se suele considerar.

Gastos fijos

Tenemos que preguntarnos cosas como, por ejemplo:

- ¿Pago alquiler, es decir, una oficina para desarrollar mi trabajo?
- ¿Tengo gastos fijos?

Si la respuesta es sí a todo debemos considerar este factor vital al momento de hacer un presupuesto, ya que siempre las ganancias deberán ser mayores a los gastos sino estamos perdiendo y de nada nos serviría el trabajo.

Tenemos una alternativa que es alquilar espacios de co working, esto disminuye el costo fijo y lo puedo usar según las necesidades de mi negocio sin tener el gasto fijo de alquilar una oficina permanente.

[Working](#)

[Belephant](#)

Monotributo

Antes que nada, debemos saber en qué categoría estamos. Dichas categorías han cambiado, y se abona mensualmente.

¿Cómo puedo verificar las categorías? En la página web de AFIP.

[AFIP](#)

[Monotributo](#)

[Pago electrónico](#)

Factores Externos

- Inflación
- Sueldo base de un desarrollador o diseñador por 9 horas en relación de dependencia.
- Impuestos.
- Gastos fijos.
- Publicidad para trabajo remoto.
- Competencia



Esto significa que debemos valor nuestro trabajo, y la pregunta es, ¿cómo puedo hacerlo correctamente?

El trabajo independiente siempre ha generado sus propias bases, límites y tarifas.

Es por esto que vamos a ofrecer algo para que al menos tengamos un límite o piso sobre el cual apoyarnos y no perder en esta puja que se genera al poner precio a algo.

$$\frac{\text{costos fijos (dependiendo de factores internos y externos)}}{22 \text{ (días hábiles de lunes a viernes en un mes de 30 días)}} = \text{valor jornada laboral}$$

Luego en base al valor de la jornada laboral se debe considerar un promedio de 8 horas de trabajo diario en los días hábiles anteriores (varía entre 20 y 22), por lo tanto, se realiza la siguiente formula:

$$\frac{\text{Valor Jornada Laboral}}{8\text{hs (jornada diaria)}} = \text{valor hora de trabajo}$$

Sin embargo, mas allá de que los diseñadores y desarrolladores no nos encontramos dentro de ninguna paritaria ni piso existen asociaciones que fijan bases. Hoy en día algunos tarifarios fijan ese piso en 400 pesos por hora, y por supuesto esto tiene factores que pueden bajar o subir dicho piso.

De todas formas, la formula anterior posibilita el no tener pérdidas, se entenderá mejor siguiendo una formula tan simple como si los gastos son mayores que los ingresos es claro que tenemos perdidas:

$$\text{Costos Fijos} - (\text{tiempo de trabajo} * \text{costo hora}) = \text{pérdida o ganancia?}$$

También es cierto que muchas veces, en especial diseñadores, cobran por pieza grafica o diseño, por esta razón, también en base a la formula anterior se puede hacer la siguiente evaluación:

$$\text{cantidad de días dados} * \text{valor de la jornada laboral} = \frac{\text{tarifa total}}{\text{cantidad de piezas}}$$

Si nos mantenemos en el costo de jornada laboral original, la verdad es que estaríamos en un punto medio donde no habría ganancias, y tampoco perdidas, por lo tanto, no importa que evaluación hagamos si queremos ganancias debemos elevar un poco el costo de jornada laboral, por ejemplo:

$$\text{cantidad de días dados} * ++ \text{valor de la jornada} = \frac{\text{tarifa total}}{\text{cantidad de piezas}}$$

Si el valor de la jornada laboral era equivalente a 1500 pesos debemos elevarlo para poder obtener ganancias, por supuesto cuanto lo vamos a elevar dependerá del presupuesto del cliente, así como también de nuestra necesidad, Seniority y otras cuestiones evaluadas.



Reunión con el cliente

Recomendamos que sea a través de un medio eficiente y formal como Skype, hangout o WhatsApp bussiness, con cámara y micrófono constantemente encendidos.

Esto es importante porque ahorra confusiones y malos entendidos que suele darse en medio informales.

Es importante establecer con el cliente el modo de comunicación desde la primera reunión y en adelante, no es obligatorio cobrar la primera entrevista, pero si a partir de que se acuerda el comienzo del trabajo las próximas reuniones serán consideradas como horas de trabajo, es decir:

$$\begin{array}{l} \text{costo por pieza (resultado de lo visto anteriormente)} \\ + \\ \text{horas extras (reuniones, imprevistos, etc)} \end{array} = \text{total}$$

Nuestra primer entrevista

Pasos a seguir

- Se debe evaluar cognitivamente la situación
- Redactar junto con el cliente los pasos a seguir para el desarrollo, diseño o lo que esté buscando
- Cuanto y como se va a abonar
- Verificar que tipo de cliente es
- Cuanto tiempo tenemos para realizar el proyecto

Evaluación cognitiva de la situación

- ¿Qué necesita?
- ¿A qué publico apunta?
- Desarrollo tecnológico necesario
- Materiales y recursos

Redactar con el cliente pasos a seguir

- Se puede tomar una planilla de cálculo y mostrar lo que se necesita y que hay que hacer, así como también plasmar tecnologías, es importante hacer esto junto al cliente para evitar confusiones y pérdidas de tiempo

Tipo de cliente

No es lo mismo un cliente pequeño, por ejemplo, un comercio barrial, que un cliente grande. No es diferente la responsabilidad, porque cada proyecto se enfrenta de la misma manera, sino que la proyección, así como ciertos conceptos incrementaran el costo del trabajo (manual de marcas, reglas de negocio, rigurosidad y disciplina laboral), la siguiente tabla les muestra una referencia que, según las circunstancias externas, puede cambiar:

CATEGORÍAS DE CLIENTES	
Cliente A:	Estado / Empresas o instituciones con 70 empleados o más.
Cliente B:	PyMEs / Instituciones con menos de 70 empleados.
Cliente C:	Instituciones sin fines de lucro / Particulares / Profesionales independientes.

Presentación de la propuesta

- Debemos tener el presupuesto lo más rápido posible
- Si bien, en un primer momento, puede no ser muy específico, es importante mostrar lo más relevante, por ejemplo, no es lo mismo una maqueta que un diseño
- Si el cliente aporta o no material (redacciones, fotografías) debe ser incluido
- Tiempo (menos tiempo incrementa el costo del presupuesto)

Aclarar en la propuesta elemento como;

- **Mockups, sitemap, moodboard y wireframes** se deben cobrar por hora de trabajo
- Se debe contar cuantas alternativas se presentarán (esto será visto más adelante en las propuestas
ab o ABC , en decir no se presentan más de dos o 3 alternativas con mínimas diferencias)
- **Mantenimiento (cuántos están incluidos y cuantos se cobrarán extra por hora de trabajo)**
- **Las traducciones no están incluidas**

- Si debo buscar imágenes, cuánto cuestan las mismas
- No se entregan los originales, y hasta que el cliente no paga el 100% tampoco puede explotar lo ya realizado.
- Reuniones posteriores se cobran en base al costo hora
- Hosting (si debemos generar un código qr, también se deberá considerar)

Presentación de la propuesta (EXTRAS)

- Nuestra identidad debe estar plasmada en el presupuesto y en nuestro diseño
- Siempre debemos poner nuestro logo y link
- Cambios, nunca hacemos más de dos y siempre que no afecte al diseño o estructura original, por ejemplo, una imagen o un texto, pero nada mas
- Debemos separarlo en categorías (por ejemplo, Mockups inicial, diseño, desarrollo, Testing, usabilidad, posicionamiento, etc.)
- Se trabaja con el 50% por adelantado (en general)
- Se recomienda dividir el pago en partes para facilitar el proceso
- Se suelen dar dos o tres días para que el cliente nos dé un feedback sobre cada proceso para poder pasar al siguiente modulo

Datos a tener en cuenta para no trabajar demás

Si se trata de un sitio web

- Mapa del sitio
- Mockups o wireframes
- 2 o 3 alternativas (test ABC o ABC con el cliente) **Se debe ofrecer alternativas en base al sitemap, wireframe anteriores donde se muestran dos (ab) o tres (ABC) interfaces similares con pequeños cambios para que el cliente elija** (este test se utiliza luego también para usuarios en términos de UX)

Es importante considerar este proceso como parte del presupuesto, se debe cobrar ya que involucra, tiempo esfuerzo y trabajo. Más allá que el cliente acepte o no nuestra propuesta, es importante valorar nuestro esfuerzo. El cliente ya está consiente que este proceso tendrá costo pues ya lo hemos hablado en la reunión inicial.

Tarifarios

Existen diferentes tarifarios, aquí mostraremos aquellos más utilizados como referencia:

http://www.cdcv.org.ar/files/TarifarioCDCVv7.0_2017EneroMayo.pdf

<http://tarifario.org/>

<http://www.cdgm.org.ar/tarifario/>

<https://camaradediseñadoresrafaela.com.ar/tarifario-home-2021/>

Siempre se debe recordar de chequear esta información que se actualizará cada 6 meses en general.

Un detalle importante si bien lo hemos hablado antes es que no es lo mismo trabajar en Argentina que hacerlo de manera remota para otro País por ejemplo nótese los siguientes costos para el año 2015 en España:

- Diseño de una landing page responsive desde cero: **600 EUR + IVA**
- Adaptación plantilla landing page comprada sin modificaciones importantes: **250 EUR + IVA**
- Adaptación plantilla CMS tipo WordPress: **a partir de 750 EUR + IVA**
- Diseño web responsive desde cero web estática: **a partir de 1500 EUR + IVA**

Links de referencia de ejemplos de contrato:

<https://www.tractis.com/>

<https://stuffandnonsense.co.uk/projects/contract-killer/>

Para poder entender también este otro mercado donde podemos ofrecer nuestros servicios y presupuesto tenemos páginas como:

<https://www.freelancer.com>

<https://es.99designs.com/>

<https://www.freelancer.es/nubelo>

<https://www2.creativegroupinc.com/>

Planilla de Tiempos

ACTIVIDAD	MES 1				MES 2			
	SEMANAS				SEMANAS			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Guardar datos sobre las marcas, modelos y compañías telefónicas de los dispositivos.								
Permitir la edición de la información de los dispositivos.								
Cambiar el estado de los dispositivos a existentes o inexistentes en bodega.								
Almacenar la cantidad de dispositivos vendidos y la persona que los vendió.								
Generar reportes de ventas diarias, mensuales, trimestrales y anuales.								
Generar reportes comparativos anuales de ventas realizadas por marca de celulares.								
Permitir la impresión de los reportes desde el Software.								
Pruebas de Software								
Implementación								