

## Gestión financiera de tu negocio

### Establecer tus honorarios

Independientemente de la etapa de desarrollo en la que se encuentres tu práctica de *coaching*, no debes establecer unas tarifas que estén fuera de mercado. Para alcanzar una experiencia en *coaching* que te haga adquirir mayor confianza y desarrollarte como *coach*, tienes que hacer más y más y más *coaching*.

Mientras estés en periodo de formación y para atraer a potenciales clientes, puedes empezar con una tarifa algo más baja, como por ejemplo 50 o 100 euros al mes por una sesión semanal de media hora. A medida que tengas más experiencia y conocimientos y que completes tu formación y certificación podrás ir aumentando tus honorarios.

Una buena orientación al principio es centrar tu atención en conseguir clientes más que en los ingresos. Hazte con una buena cartera de clientes, aun cuando no tengas la certeza de estar ingresando todo lo que podrías.

### Tu primer presupuesto

He aquí un secreto: ¡un presupuesto no tiene por qué ser una hoja de cálculo compleja que ocupe muchas páginas! Puedes hacer tu primer presupuesto sólo con lápiz y papel. Primero piensa cuántos clientes quieres tener al mes. ¿Cuándo quieres tener tu primer cliente? ¿Y el segundo? ¿Cuánto les vas a cobrar al mes? Has visto, ya puedes hacer tus primeras previsiones mensuales.

Ahora piensa en todos tus posibles gastos: en formación, viajes, teléfono y otros gastos iniciales. Si no sabes cuánto te puede costar alguna cosa, pon una cantidad aproximada. No dejes que el hecho de no saber te paralice. Trata simplemente de adivinarlo o haz una estimación y sigue adelante.

Pon a un lado tus ingresos y al otro tus gastos y ya tienes un primer presupuesto. ¿Has visto qué fácil es?

Recuerda que un presupuesto es una estimación previa, no tiene que estar ajustado al céntimo. A medida que pase el tiempo irás acumulando información que te hará este trabajo más sencillo ¡Es imposible que tu presupuesto sea exacto, así que ni lo intentes! Haz la mejor estimación que puedas y ve añadiendo información a medida que vayas aprendiendo.

### El tamaño de tu negocio

El tamaño de tu negocio dependerá de tu horario, tus necesidades y tus deseos personales, así como de tu estilo de *coaching*. Algunos *coaches* trabajan con 60 clientes, otros con cinco. Para ambos es un trabajo a tiempo completo: depende de cada *coach*.

En términos muy generales, calcula que debes reservarte una hora de trabajo a la semana por cliente en tu práctica de *coaching*. Así que si tienes 20 horas semanales para dedicarte al *coaching*, el número máximo de clientes que puedes tener es de 20. Sin embargo, cuando empiezas y todavía estás en periodo de formación y forjándote una cartera de clientes, este número es menor, puesto que casi todas tus energías estarán centradas en tu formación. Cuando concluyas la formación, en general dedicarás la mitad de tu tiempo a hacer *coaching* y la otra mitad a tareas administrativas, de marketing, de formación, de planificación y a otras actividades por el estilo.

Por término medio se requieren unos 15 meses de trabajo y esfuerzo continuos para poder dedicarse al *coaching* a tiempo completo. Bien mirado, no es tanto tiempo para conseguir que un negocio funcione.

A muchas personas les resulta más fácil empezar por trabajar como *coach* a tiempo parcial, realizando mientras tanto otro trabajo. Éstas se dedican *coaching* por las tardes, por las mañanas temprano o los fines de semana, hasta que consiguen tener clientes suficientes como para reducir las horas del otro trabajo, que acaban abandonando para dedicarse al *coaching* a tiempo completo.

## **Facturación**

Hay muchos tipos de facturas. Una factura es cualquier documento que le informa a tu cliente de que tus servicios de *coaching* tienen una contraprestación económica. Es importante emitir y enviar las facturas (por e-mail, fax o correo), ya que es el único medio legal que prueba que el cliente te debe dinero. Si no haces factura, tu cliente no tiene obligación legal de pagarte.

Decide junto con tus clientes qué día les mandarás las facturas. El formato de éste puede ser tan sencillo como un e-mail, un documento de Word o de Excel, o un documento creado por alguno de los programas de software específicos para la facturación.

Puedes crear una lista o registro en los que figuren datos tales como: nombre de los clientes, fecha de emisión/envío de factura y fecha de cobro. Eso te facilitará mucho el seguimiento.

## **Cobro de facturas**

Si haces coaching presencial, puedes cobrar tus honorarios en el momento de la cita (al principio de la sesión). Si trabajas por teléfono, pide a tus clientes que te paguen el mes por adelantado. De esta manera evitarás que tus clientes expresen su opinión acerca del coaching a través del pago. Habrán pagado ya y estarán comprometidos para que el coaching funcione para ellos.

Factura bastante antes de principios de mes y aclara bien la fecha de vencimiento de los pagos. Si un cliente no te ha pagado en el momento de tener vuestra siguiente sesión de coaching, asegúrate de comentárselo. Si al iniciar la segunda sesión todavía no te ha llegado el pago, aplaza la cita hasta que hayas cobrado. Recuerda que estás gestionando un negocio. Si tus clientes están comprometidos con el proceso de coaching, también estarán comprometidos con el pago de las sesiones.

No se trata de que te centres enteramente en el cobro de tus servicios, pero sí es preciso que muestres claridad y profesionalidad ante tus clientes en el tema económico. Éstos necesitan saber que tú esperas de ellos que te paguen una cantidad antes de una determinada fecha. Si tuvieran problemas para pagarte, debido por ejemplo a un gasto inesperado o a una falta de fondos repentina, es preciso que hablen contigo al respecto para que podáis acordar una nueva fecha de pago.

Para que las cuentas con tus clientes no interfieran en el coaching, es preciso que estén claras,. Si planteas claramente tus expectativas desde el principio (durante la sesión de descubrimiento o incluso antes), te evitarás a ti (y le evitarás a tu cliente) malos tragos y malentendidos.

## **Cuentas bancarias**

Si el negocio es tuyo puedes utilizar tu propia cuenta bancaria personal para manejar el dinero del mismo. Sin embargo, tal vez a largo plazo te resulte más fácil tener una cuenta corriente y una tarjeta de crédito aparte, que utilices solamente para la actividad. Es una forma fácil de mantener separados el dinero del negocio y el tuyo personal, y ello te ayudará mucho tanto a la hora de valorar la rentabilidad de tu actividad como a la de presentar la declaración de la renta u otros impuestos.

No utilices tu cuenta corriente o tu tarjeta profesionales para asuntos personales, hazlo solamente para aquellos gastos que estén relacionados con tu actividad. Si tu negocio es pequeño, podrás hacer el seguimiento de tus ingresos y gastos con lápiz y papel; cuando haya crecido probablemente te resulte útil recurrir a programas de contabilidad (p. ej. Quicken o Quickbooks).

## **Impuestos**

Habrás de pagar impuestos sobre tu beneficio neto, es decir tus ingresos menos tus gastos deducibles. El año que no generas beneficios no pagas impuestos.

Todos los ingresos profesionales están sujetos a impuestos, independientemente de que realices el cobro en efectivo, a través de cheque bancario o de tarjeta de crédito, e incluso cuando se trate de un intercambio de servicios o trueque. Los gastos profesionales sólo son deducibles si están directamente relacionados con la actividad, e incluyen aquellos derivados de las líneas de teléfono, el alquiler de una oficina, los libros sobre *coaching* o gestión, el material de papelería, etc.

El tema fiscal es complejo. Te recomendamos que te informes de lo que corresponde a tu propia situación financiera y a tu lugar de residencia. También existen aplicaciones informáticas que facilitan el proceso de presentación de impuestos.

## **Otros recursos**

- En España, [www.agenciatributaria.es](http://www.agenciatributaria.es)