

La Prueba del Mercado Hambriento para tus Códigos Postales

Pasa cada código postal por los tres criterios. Si uno sale que no, todavía no es tu mercado — anota qué lo cambiaría.

DOLOR — ¿Quién en estos códigos postales va atrasado con la casa, y qué evento lo puso ahí? Nombra tres hogares que conozcas.

PODER DE COMPRA — ¿Qué viste al manejar que prueba que estos hogares ya compran servicios recurrentes de casa?

ALCANCE — ¿Dónde se junta ya esta gente, en línea y fuera, y cómo llegarías a la misma persona dos veces?

EL VEREDICTO — ¿Qué código postal gana, y qué tendría que pasar para que lo sueltes y escojas otro?

Tu Cliente Ideal, la Dueña de Casa

Una persona real, no una categoría. Si no ves su martes, no puedes escribir una oferta que reconozca.

Su semana: ¿cómo es un martes en esa casa, quién más vive ahí y de dónde viene la presión?

A qué le tiene miedo — con sus palabras, no con las tuyas.

Qué ha intentado ya, y cómo terminó exactamente cada intento.

La frase que diría de ti a una amiga dentro de seis meses si le atinaste.

Hoja de Reserva Personal

Cada dólar que sale de tu cuenta personal en un mes. Saca los números de la app del banco, no de la memoria.

[illegible]

Demanda por Mes — Limpieza de Casas

El índice de demanda es dato real de búsquedas de este oficio, no un cálculo. Anota qué esperas agendar y qué harás en los meses flojos.

MES	ÍNDICE DE DEMANDA	TRABAJOS QUE ESPERAS	INGRESO QUE ESPERAS	QUÉ HARÁS EN LOS MESES FLOJOS
Ene	0.85			
Feb	0.87			
Mar	0.95			
Abr	1.02			
May	1.06			
Jun	1.15			
Jul	1.13			
Ago	1.09			
Sep	1.01			
Oct	0.99			
Nov	0.95			
Dic	0.92			
Año				

Índice de demanda: 1.00 = un mes promedio para este oficio a nivel nacional (fuente en Recursos). Tu código postal será distinto — anota a lápiz tu propio índice en los meses flojos y en los ocupados.

Armador del Resultado Soñado

Resultado concreto, plazo concreto, sentimiento concreto — escrito como lo diría ella, no como tú lo anunciarías.

El resultado, en sus palabras: ¿qué cambia en su casa y en su semana contigo adentro?

El plazo: ¿qué tan rápido de la primera llamada a la primera limpieza, y cómo es el primer mes?

El sentimiento que cambia — y la prueba que señala cuando una amiga pregunte por qué te paga.

Ahora escríbelo en una frase y corta cada palabra que te describe a ti, no a ella.

Mapa de Obstáculo → Solución

Quince renglones porque quince te saca de los tres obvios. Categoría: conocimiento, habilidad, entorno o psicología.

#	QUÉ FRENA AL DUEÑO	CATEGORÍA	CÓMO LO QUITA TU OFERTA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Tu Pila de Valor

Califica cada pieza: valor para ella, costo para ti. Alto valor y bajo costo se queda. Alto costo se cobra aparte. Bajo valor sale.

PIEZA	QUÉ RESUELVE	VALOR PARA ELLA	COSTO PARA TI	QUEDA/BONO/SALE

Garantía y Nombre de la Oferta

Ponle límites, imprime las exclusiones del mismo tamaño y dale un nombre que no se compare por precio.

La promesa: ¿qué haces si el trabajo falla, y qué tan rápido?

Las exclusiones, en voz alta: ¿qué no cubre, y por qué es justo?

Qué te cuesta cumplirla una vez — en horas, producto y manejo.

Tres nombres posibles para la oferta. Marca el que un vecino repetiría en una carne asada.

Zona de Servicio y Trabajos Que No Haces

El círculo, el mapa por día de la semana y la lista que escribes antes de que alguien llegue con efectivo.

Tu círculo de veinte minutos: ¿qué pueblos, colonias y códigos postales entran?

Mapa por día: ¿qué zona lleva qué días, y qué dices cuando alguien quiere el día equivocado?

Trabajos que no vas a hacer — y la razón de licencia, seguro o tiempo.

Qué gana recargo por distancia, cuánto, y la frase exacta con que lo dices sin pedir perdón.

Escaneo de Diez Competidores

Busca la frase que buscaría tu cliente. Anota qué prometen, no cómo se llaman. La columna del hueco se llena al final.

EMPRESA	CALIFICACIÓN	RESEÑAS	SEÑAL DE PRECIO	QUÉ PROMETEN	HUECO A TOMAR

Tu Frase de Una Línea y tu Posicionamiento

Problema, plan, resultado — en una frase que puedas decir en un mostrador sin sonar a página web.

El problema, en el idioma de tu cliente: ¿qué está mal en esa casa ahorita?

El plan: los tres pasos que ella recorre contigo, con nombres fáciles de repetir.

El resultado: cómo se ve su jueves cuando esto ya funciona.

Todo en una frase — y luego revisa que siga siendo cierta el peor jueves del año.

Entidad, EIN y Banco

La semana de papeleo que separa un negocio de un trabajito. Ponle fecha a cada renglón.

☐ Elegí el tipo de entidad con mi contador y anoté la razón en una frase	FECHA
☐ Registré la entidad con el estado y guardé la confirmación donde la pueda encontrar	FECHA
☐ Registré el nombre comercial o DBA si opero con otro nombre	FECHA
☐ Pedí el EIN directo en el sitio federal (gratis, unos diez minutos)	FECHA
☐ Abrí cuenta de cheques de negocio con los papeles de la entidad y el EIN	FECHA
☐ Pedí una tarjeta que se usa solo para compras del negocio	FECHA
☐ Revisé si mi condado o ciudad exige licencia de negocio o certificado de impuesto ocupacional	FECHA
☐ Revisé si los servicios de limpieza gravan en mi estado y me registré para el permiso si aplica	FECHA
☐ Abrí una cuenta de ahorro aparte para los impuestos	FECHA
☐ Conecté la cuenta del negocio a mi software de contabilidad desde el día uno	FECHA
☐ Anoté la fecha fija de cada mes en que me pago un retiro de dueño	FECHA
☐ Le pedí a mi abogado que redactara el acuerdo de servicio para clientes	FECHA

Requisitos de Licencia por Estado — Limpieza de Casas

Qué exige cada estado a una empresa de limpieza de casas, con la fuente. Busca tu estado y luego tu condado — el requisito local casi siempre es el único.

ESTADO	¿REQUIERE LICENCIA?	LICENCIA	JUNTA	COSTO	EXAMEN
Kentucky	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Texas	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
California	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Florida	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
New York	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Pennsylvania	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Illinois	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Ohio	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Georgia	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
North Carolina	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No
Michigan	No estatal	—	Revisa ciudad / condado	—	No

Las reglas cambian — confirma con la junta antes de gastar un dólar.

Ramos de Seguro y Rangos de Costo Anual

Qué cubre cada ramo y cuánto le cuesta al año a una empresa de limpieza. El workers compensation es tarifa sobre nómina, no prima fija.

COBERTURA	COSTO ANUAL TÍPICO	QUÉ CUBRE	TU COTIZACIÓN
Responsabilidad civil general	\$580—\$1,200	Daños o lesiones que tú causes a otros	
Compensación al trabajador	4—6 por cada \$100 de nómina	Tu cuadrilla, lesionada en el trabajo	
Auto comercial	\$1,785—\$2,075	La camioneta y lo que golpee	
Fianza	\$126—\$126	No state mandates a surety bond for residential house-cleaning businesses in the 11 states reviewed here; bonding is a client/franchise expectation rather than a legal requirement, typically obtained as a small janitorial bond for theft/liability protection.	
Herramienta y equipo		Robo de la camioneta o de la obra	
Sombrilla (umbrella)		Por encima del límite de la responsabilidad civil	

Registro de Cotizaciones de Seguro

Tres cotizaciones, misma cobertura, mismo día. Anota los límites y el deducible para comparar cobertura y no precio.

ASEGURADORA	RAMO	LÍMITES	PRIMA ANUAL	DEDUCIBLE	DECISIÓN

Preguntas para tu Abogado y tu Contador

Entra con esta lista. Compras respuestas, no una hora de que alguien adivine qué quisiste decir.

☐ ¿Qué tipo de entidad me conviene, y qué cambia en cómo me cobran impuestos?	FECHA
☐ ¿Qué tiene que cumplirse para que mi protección aguante, y qué la rompería?	FECHA
☐ ¿Un ayudante en mi caso es empleado o contratista, y qué lo decide?	FECHA
☐ ¿Desde cuándo debo cargar workers compensation en este estado?	FECHA
☐ ¿Los servicios de limpieza gravan aquí, cuánto cobro y cuándo declaro?	FECHA
☐ ¿Qué debe cubrir mi acuerdo de servicio, y qué nunca debería prometer?	FECHA
☐ ¿Qué necesito por escrito antes de guardar una llave o un código?	FECHA
☐ ¿Cómo documento el daño existente para que un reclamo no se vuelva pleito?	FECHA
☐ ¿Qué registros debo guardar, en qué forma y por cuánto tiempo?	FECHA
☐ ¿Cuánto debo apartar de cada depósito para impuestos, y dónde lo guardo?	FECHA
☐ ¿Qué necesita mi contador cada mes para mantener los libros limpios?	FECHA
☐ ¿Qué querría ver arreglado antes de mi primer empleado?	FECHA

Presupuesto de Equipo — Limpieza de Casas

Qué cuesta el kit, pieza por pieza, con la fuente. Marca primero lo que ya tienes — el número que debes juntar es menor que el total.

ARTÍCULO	BAJO	ALTO	¿DÍA UNO?	TU PRECIO	COMPRADO
Microfiber cleaning cloths (multi-pack)	\$6	\$22	Sí		
Cleaning supply caddy/tote	\$16	\$50	Sí		
Mop and bucket set	\$15	\$75	Sí		
Vacuum cleaner	\$40	\$220	Sí		
Extendable high-reach/ceiling duster	\$12	\$56	Sí		
Reusable rubber cleaning gloves	\$11	\$26	Sí		
All-purpose cleaner spray	\$4	\$20	Sí		
Glass/window cleaner spray	\$3	\$20	Sí		
2-step folding step stool	\$15	\$50	Sí		
Magic eraser scrubbers	\$6	\$15	Sí		
Garbage bags (assorted sizes)	\$7	\$17	Sí		
Commercial window squeegees	\$232	\$449	Después		
Equipo esencial	\$135	\$571			

Los rangos son precios de venta al público al momento de la investigación (fuentes en Recursos). Lo usado y la renta son los atajos del día uno.

Presupuesto Total de Arranque

Kit, vehículo, primer año de responsabilidad civil general y marketing de lanzamiento. El renglón del vehículo es opcional y domina el total impreso — si el carro de tu entrada camina, escríbele cero y suma hacia abajo la columna Tu número. Ese subtotal, no el total, es lo que te cuesta abrir.

CONCEPTO	BAJO	ALTO	TU NÚMERO
Equipo esencial (página anterior)	\$135	\$571	
Responsabilidad civil general, año uno	\$580	\$1,200	
Marketing de lanzamiento	\$250	\$1,000	
Subtotal antes del vehículo	\$965	\$2,771	
Used compact hatchback/sedan (e.g. 2018 Honda Civic, ~7 years old) for supply transport	\$14,850	\$18,150	
Licencias y permisos			
Software y teléfono, 3 meses			
Colchón personal (capítulo 1)			
Reserva (10% del total)			
Inversión inicial total	\$15,815	\$20,921	

Fuentes de Dinero

Cada fuente que de verdad alcanzas, costeadada con honestidad. El costo no es solo la tasa — un favor cuesta, y esperar un mes también.

FUENTE	MONTO DISPONIBLE	COSTO (TASA / PARTE / FAVOR)	RAPIDEZ	¿LA USAS?

Plan de Adquisición Financiada por el Cliente

El ciclo que financia crecer sin banco: entra el depósito, haces el trabajo, sale una parte fija a buscar al que sigue.

¿Qué depósito cobras antes de una primera limpieza o una deep clean, y cómo lo dices para que suene normal?

¿Qué parte fija de cada trabajo se va directo a la cuenta de marketing, y qué día se mueve?

¿Qué compra esa parte primero — cuál sola fuente de prospectos, y cómo sabrás en un mes si sirvió?

¿Cuál es la oferta recurrente que haces al final de cada trabajo suelto, en una frase?

¿Cuál es la regla que te impide gastar la cuenta de marketing en otra cosa una semana floja?

Trabajos Típicos y Rangos de Precio — Limpieza de Casas

Qué cobra de verdad cada tipo de trabajo en el país, con la fuente. Marca dónde cae tu mercado en cada banda, y por qué.

TRABAJO TÍPICO	BAJO	ALTO	HORAS	POR HORA (ALTO ÷ HORAS)	TU PRECIO
Standard/weekly recurring house cleaning (per visit)	\$75	\$250	2.5	\$100	
Deep cleaning (one-time or seasonal)	\$200	\$400	4	\$100	
Move-in/move-out cleaning	\$175	\$500	5	\$100	
Whole-home ceiling-to-floor deep clean	\$350	\$700	7	\$100	
Interior/exterior window cleaning add-on	\$150	\$300	2	\$150	
Carpet cleaning add-on	\$120	\$230	2	\$115	

Las cuadrillas de este oficio cobran \$25–\$90 por hora (precio flat). Los técnicos ganan \$15–\$19 por hora.

Armador de Bueno / Mejorado / Máximo

Tres niveles que cambian en alcance, nunca en esfuerzo. Llena primero la columna derecha — el nivel alto se enseña primero.

	BUENO	MEJORADO	MÁXIMO
Nombre			
Qué incluye			
Qué queda fuera			
Precio			
Garantía			
Quién compra			
¿Ancla primero?			

Tarifa por Hora de Punto de Equilibrio

Todo lo que el negocio debe al mes, entre las horas que honestamente puedes vender. Debajo de esta línea pagas por trabajar.

REGLÓN	MONTO MENSUAL	NOTAS
Tu pago		
Seguros		
Vehículo + gasolina		
Software + teléfono		
Productos + reposición de equipo		
Marketing		
Otros fijos		
TOTAL fijo mensual		
Horas facturables al mes		
Equilibrio por hora = fijo ÷ horas		
Margen meta %		
Tu tarifa = equilibrio ÷ (1 – margen)		

Tabla de Markup contra Margen

Pasa diez trabajos por las dos columnas hasta que la brecha deje de sorprenderte. El margen sale del precio; el markup se suma al costo.

COSTO	MARKUP %	PRECIO	MARGEN %

Tu Oferta de Atracción

El primer paso gratis que deja algo atrás. Escríbelo para que un desconocido diga que sí sin sentir venta.

¿Qué deja el recorrido en su barra, y qué trae esa hoja que la cotización de un competidor no va a traer?

¿Qué dices por teléfono para agendarlo, en dos frases, sin usar la palabra gratis más de una vez?

¿Cuál es la cosa que siempre vas a notar y anotarle que no tiene nada que ver con contratarte?

¿Cuál es el primer trabajo pagado que ofreces al final del recorrido, y qué depósito pides?

¿Cuántos de estos puedes hacer honestamente en una semana además de la limpieza ya agendada?

Plan de Subida y Bajada

La subida pasa en la cocina ya terminada. La bajada cambia alcance o frecuencia, nunca el precio del mismo trabajo.

La frase exacta que dices en la casa terminada para ofrecer la visita recurrente:

Tu menú de extras: cuáles, en qué orden, y cuál mencionas sin que te pregunten.

Bajada uno — cambia la frecuencia. ¿Cómo se ve el calendario más chico y cuánto cuesta?

Bajada dos — cambia el alcance. ¿Qué cuartos salen, y cómo escribes la exclusión?

Bajada tres — cambia cómo paga. ¿Cuál es la opción, y qué no cambia?

Plan de Continuidad o Referidos

Este oficio tiene continuidad real — la visita recurrente es el producto. Diseña las jugadas y ponle tasa honesta a cada una.

JUGADA	QUÉ RECIBEN	PRECIO / PREMIO	CUÁNDO LA OFRECES	TASA META

Menú de Extras y Tasa de Enganche

Cada extra que vas a vender, con precio antes de que pregunten. Anota qué tan seguido pega cada uno para saber cuáles dos imprimir.

EXTRA	QUÉ INCLUYE	PRECIO	TIEMPO EXTRA EN SITIO	VECES OFRECIDO	VENDIDO

Lista de Inicio de Trabajo

Dos minutos al llegar que vuelven un pleito futuro una nota en un archivo. Mismo orden, cada casa, siempre.

☐ Estacioné donde pidió el cliente, no donde era cómodo	FECHA
☐ Mandé mensaje o toqué al llegar para que nadie se asuste con el movimiento	FECHA
☐ Fotografié daño, mancha o cosa rota que ya estaba antes de tocar nada	FECHA
☐ Recorrí el checklist cuarto por cuarto contra la casa real	FECHA
☐ Confirmé qué se salta hoy y cualquier extra pedido desde la reserva	FECHA
☐ Ubiqué las mascotas y cerré donde no deben entrar	FECHA
☐ Revisé que los productos para las superficies de esta casa estén en el caddy	FECHA
☐ Anoté en la bitácora la alarma y de dónde salió la llave	FECHA

Lista de Cierre de Trabajo

Una casa bien limpiada se ve como si nadie entrara. Esta lista hace que alguien lo note igual.

☐ Recorrido final de cada cuarto contra el mismo checklist del inicio	FECHA _____
☐ Fotografié un antes y después que muestre el trabajo	FECHA _____
☐ Tarjeta en la barra con lo que se hizo y una cosa que noté para ella	FECHA _____
☐ Todos los productos, cables y trapos contados y fuera de la casa	FECHA _____
☐ Llaves cerradas, luces como estaban, todo cerrado, alarma puesta	FECHA _____
☐ Llave de vuelta en su etiqueta y anotada	FECHA _____
☐ Siguierte visita confirmada en el calendario antes de arrancar	FECHA _____
☐ Mensaje de salida enviado, y reseña pedida si la visita salió bien	FECHA _____
☐ Tarjeta cobrada o factura enviada esa noche	FECHA _____
☐ Lo que salió mal, escrito en el expediente mientras lo recuerdo	FECHA _____

Hoja de la Familia del Oficio

Químicos, llaves y densidad de ruta — los tres sistemas que separan una empresa de limpieza de alguien con cubeta.

Tu lista estándar de productos, y en qué nunca se usa cada uno en casa de un cliente:

Tu regla de dilución — quién mide, en qué y cómo se etiqueta:

Tu custodia de llaves y códigos: etiquetas, bitácora, dónde duermen, quién responde:

Tu procedimiento de llave perdida — a quién llamas, en qué orden y quién paga:

Tu mapa de ruta: qué zona lleva qué día, y qué dices cuando llama la zona equivocada:

Bitácora de Equipo

Filtros, bandas, rodillos y juegos de trapos, cambiados en una fecha y no tras una falla un martes en la mañana.

Tus Cien Conocidos — 1 de 2

Cien nombres de tu propio teléfono. Primero llena la lista y luego manda mensajes — la lista es lo difícil y se hace de una sentada.

#	NOMBRE	CÓMO LO CONOCES	CONTACTADO	RESPUESTA	¿REFERIDO?
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					

Tus Cien Conocidos — 2 de 2

#	NOMBRE	CÓMO LO CONOCES	CONTACTADO	RESPUESTA	¿REFERIDO?
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					
41					
42					
43					
44					
45					
46					
47					
48					
49					
50					

Plan del Imán de Prospectos

Una cosa chica y completa que resuelve un problema angosto y revela el grande por el que te pagan.

ELEMENTO	TU RESPUESTA
Problema que resuelve	
Tipo (revela / muestra / un paso)	
Formato de entrega	
Nombre (prueba tres)	
Tiempo de lectura	
El problema que revela	
La oferta que lo resuelve	

Hoja de LTGP : CAC

Lo que vale una clienta antes de irse contra lo que costó conseguirla. El margen sale de tus primeros diez trabajos, no de una guía.

REGLÓN	MONTO	DE DÓNDE SALIÓ
Gasto recurrente mensual promedio		
Margen bruto % (de tus trabajos)		
Ganancia bruta por mes		
Meses que dura un cliente		
LTGP		
Gasto de marketing en 30 días		
Cientes ganados en 30 días		
CAC		
LTGP : CAC		

Regla del 100 — Marcador Diario

Un carril, diario, hasta llenar el calendario. Anota el día que lo hiciste, no el día que paga.

MEDIDA	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Contactos tibios												
Seguimientos												
Contactos fríos (gerentes, agentes)												
Contenido publicado												
Dólares de anuncios												
Recorridos agendados												
Planes recurrentes												

NOTAS DE LA SEMANA

Lista de la Visita de Estimado

Veinte minutos que lo deciden. Mismo orden en cada casa, y nunca te vas sin pedir una decisión.

☐ Llegué temprano, esperé en el carro, toqué al minuto	FECHA
☐ Recorrí la casa con ella, no delante	FECHA
☐ Pregunté cuánto hace que se hizo bien y qué cuarto le molesta más	FECHA
☐ Pregunté qué hizo mal la empresa anterior — y anoté la respuesta	FECHA
☐ Conté: baños, pisos, mascotas, gente, desorden, escaleras	FECHA
☐ Contesté quién entra a la casa antes de que preguntara	FECHA
☐ Nombré el seguro y la fianza, y ofrecí mandar la prueba	FECHA
☐ Expliqué la foto del daño existente y por qué también la protege a ella	FECHA
☐ Dejé la hoja de alcance en la barra	FECHA
☐ Coticé en papel, en la casa, tres niveles con el alto primero	FECHA
☐ Dije el precio y luego me callé	FECHA
☐ Pregunté cuál sería la primera duda del que no estaba, y la contesté	FECHA
☐ Pedí la decisión y ofrecí dos fechas de arranque	FECHA
☐ Registré el resultado esa noche, ganado o perdido, con la razón	FECHA

Objeciones y Respuestas — Limpieza de Casas

Las que de verdad vas a oír, qué significa cada una, y tu respuesta con tus palabras. Una línea memorizada suena memorizada.

QUÉ DICEN	QUÉ SIGNIFICA	TU RESPUESTA
Es más de lo que esperaba.	Trae un ancla en la cabeza de una limpiadora de efectivo o de una cotización de app, y no tiene forma de comparar qué trae adentro cada precio.	
Mi prima tiene una muchacha que lo hace por la mitad.	Está pesando un favor contra una empresa, y no ha calculado qué pasa cuando el favor se acaba.	
Déjame hablarlo con mi esposo.	O no es la única que decide, o algo de la cotización quedó sin resolver y prefiere no discutirlo delante de ti.	
¿Puedes hacerla una sola vez y vemos cómo va?	Te está probando y todavía no quiere entregarle su casa y su llave a un desconocido.	
¿Tengo que estar en casa?	Esta es una pregunta de llaves y de confianza disfrazada de pregunta de horario.	
¿También hacen ventanas y ropa?	Está tanteando los bordes de la oferta para descubrir dónde la vas a decepcionar más adelante.	
La empresa anterior era buenísima y luego se echó a perder.	Ya la quemó una vez el deterioro lento y viene preparada para que le pase igual contigo.	
¿Pueden venir la semana que entra? Tenemos visitas el sábado.	Esto es urgencia, y es una deep clean disfrazada de pedido de cotización.	

Guion para Pedir Reseñas

Pedida en la casa, en voz alta, mientras ella ve el resultado — nunca un enlace el martes.

Tu petición, palabra por palabra, parado en la casa terminada:

Lo específico que le pides mencionar, para que la reseña suene a casa real:

Cómo y cuándo se manda el enlace, y quién es responsable de mandarlo:

Tu respuesta estándar a una buena reseña, en una frase adaptable:

Tu respuesta estándar a una reseña injusta — calmada, corta, nunca un pleito:

Marcador de Primera Contratación

Siete señales. Si no puedes probar al menos cinco, tienes un problema de precio o de ruta, no de personal.

SEÑAL	SÍ / NO	EVIDENCIA
Rechazas trabajo cada semana		
La ruta es tan densa que llena el día de otra persona		
Tu tarifa deja una brecha real sobre el sueldo		
El efectivo cubre 8 semanas de sueldo		
Existe una descripción de puesto escrita		
Tu contador ya contestó la pregunta de clasificación		
El workers compensation está listo antes del día uno		
La rampa de capacitación está escrita con fechas		

Plan de Rampa 30 / 60 / 90

Qué puede hacer sola y para cuándo. Revísalo en las fechas reales — una rampa mental es esperanza, no plan.

HITO	DÍA 30	DÍA 60	DÍA 90

Organigrama en \$250k, \$500k y \$1M

Dibuja los tres y escribe tu nombre en cada casilla que ocupas hoy. Esos son los trabajos que tienes que entregar.

Las casillas del primer nivel, y cuáles llevan tu nombre hoy:

Las casillas del segundo nivel — qué cambia, y qué puesto se contrata primero:

Las casillas del tercer nivel, y en qué se convirtió tu propio trabajo:

La primera tarea que vas a entregar, la fecha y a quién se la entregas:

Pronóstico de Doce Meses

Sembrado con la forma de demanda de este oficio. Llena tus cálculos con lápiz y luego escribe al lado lo que sí pasó.

MES	ÍNDICE	TRABAJOS	TICKET PROM.	INGRESO	COSTOS	GANANCIA
Ene	0.85					
Feb	0.87					
Mar	0.95					
Abr	1.02					
May	1.06					
Jun	1.15					
Jul	1.13					
Ago	1.09					
Sep	1.01					
Oct	0.99					
Nov	0.95					
Dic	0.92					
Año						

Índice de demanda: 1.00 = un mes promedio para este oficio a nivel nacional (fuente en Recursos). Tu código postal será distinto — anota a lápiz tu propio índice en los meses flojos y en los ocupados.

Registro de Flujo de Caja

Semana por semana, qué entró y qué salió. Los depósitos retenidos son dinero ajeno hasta hacer el trabajo.

Reparto de Ganancia Primero

Reparte el dinero el día que cae, no a fin de mes. Fija las partes con tu contador y revísalas cada trimestre.

CUENTA	META %	ESTE MES \$	REAL %
Ingreso (100%)			
Ganancia			
Pago al dueño			
Impuestos			
Gastos de operación			
Productos pasados			

Tablero de Indicadores — Limpieza de Casas

Los puntos de referencia de este oficio, con la fuente. Lee con cuidado los renglones de margen — esa cifra es la utilidad del dueño que recomienda un proveedor, no un margen bruto medido: sácalo de tus trabajos.

MEDIDA	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Target gross profit margin (job pricing) (meta 27.5%)												
Net/EBITDA profit margin (established company) (meta 10%)												
Labor cost share of revenue (meta 50%)												
Annual residential client retention rate (meta 70%)												
Recurring revenue share of total revenue (meta 75%)												
Monthly client attrition/churn rate (meta 2.5%)												
Target billable rate per cleaner (meta 52.5 USD/hr)												

NOTAS DE LA SEMANA

Estado de Resultados Mensual

Un renglón por mes por poco más de un año. Este es el reporte que lees cada mes, con el anterior al lado.

MES	INGRESO	PRODUCTOS	MANO DE OBRA	GASTOS FIJOS	GANANCIA NETA

Días 1–30: Consigue Dinero

Una sola medida este mes: dinero de alguien que no está obligado a quererte. Ponle fecha a cada renglón.

☐ Entidad formada, EIN sacado, cuenta abierta	FECHA
☐ Licencia de negocio del condado o ciudad pedida	FECHA
☐ Seguro general y janitorial bond contratados	FECHA
☐ Pregunta de auto comercial hecha a tu agente, y la respuesta anotada	FECHA
☐ Una hoja de oferta escrita: tres niveles, el alto primero	FECHA
☐ Hoja de alcance impresa y en el carro	FECHA
☐ Los cien nombres escritos de una sentada	FECHA
☐ Los cien contactados en persona, con el seguimiento agendado	FECHA
☐ Perfil de negocio terminado con fotos reales de tu propio trabajo	FECHA
☐ Primer recorrido agendado, hecho y cotizado en papel en la casa	FECHA
☐ Primer depósito cobrado antes de apartar el día	FECHA
☐ Primer trabajo hecho, cobrado el mismo día, y una reseña pedida en voz alta	FECHA

Días 31–60: Consigue Más Dinero

Deja de perseguir volumen. Sube el valor de lo que ya entra, y vuelve reales los sistemas mientras eres chico.

☐ Oferta recurrente dicha en voz alta en la cocina terminada en cada trabajo	FECHA
☐ Menú de extras impreso, en el caddy, y entregado una vez por visita	FECHA
☐ Los siguientes cinco estimados un escalón arriba, y contadas las respuestas	FECHA
☐ Otro escalón si los cinco dijeron que sí	FECHA
☐ Clientes actuales avisados por escrito del mes de ajuste anual	FECHA
☐ Llaves etiquetadas y bitácora abierta	FECHA
☐ Carpeta de SDS armada y cada botella etiquetada con su dilución	FECHA
☐ Listas de inicio y de cierre de verdad palomeadas en cada casa	FECHA
☐ Zona de servicio dibujada en un mapa con un día por zona	FECHA
☐ Hora de oficina cuatro viernes seguidos	FECHA
☐ Apartado de impuestos movido en cada depósito, sin excepción	FECHA
☐ Pronóstico revisado contra lo que sí pasó en el mes uno	FECHA

Días 61–90: Consigue el Máximo

Haz que se repita sin venta nueva, y decide contratar con honestidad — incluido decidir que no.

☐ Parte recurrente del ingreso medida y escrita	FECHA
☐ Cada cliente suelto del mes uno invitado al plan recurrente	FECHA
☐ Un referido pedido, en voz alta, a cada cliente contento	FECHA
☐ Tarjetas dejadas en las puertas vecinas de cada calle terminada	FECHA
☐ Ventana de cancelación y tarjeta guardada en cada cliente residencial	FECHA
☐ LTGP contra CAC calculado por primera vez	FECHA
☐ Marcador de contratación lleno, con evidencia	FECHA
☐ Pregunta de clasificación contestada por tu contador antes de anunciar	FECHA
☐ Workers compensation cotizado y listo si vas a contratar	FECHA
☐ Decisión de contratar tomada y escrita en la bitácora	FECHA
☐ Los siguientes noventa días ya planeados	FECHA
☐ Una cosa del mes uno que nunca vas a repetir, escrita	FECHA

Metas y Alarmas

Un número y una fecha en cada hito, más lo que te avisa temprano que va mal — decidido hoy, mientras estás en calma.

[illegible]

Bitácora de Decisiones

Qué decidiste, por qué lo decidiste, y cuándo lo vas a volver a ver. La memoria reescribe razones; esto no.