

GA - Manual 2

SETTINGS, ÍNDICES Y RUMBO

Versión revisada con más explicación práctica y capturas compactas

Este manual no va de tocar botones porque sí. Va de entender qué activar, qué mirar y cómo usar la capa inteligente de GA para tomar mejores decisiones con menos intuición ciega.

Piensa en este manual como el paso siguiente al Manual 1: primero registras bien; después interpretas bien. Si el Manual 1 es la operativa diaria, el Manual 2 es el panel de mando para afinar el negocio.

Consejo práctico: no intentes activarlo todo el primer día. Ajusta solo lo que realmente vas a usar y vuelve luego a completar el resto. La app ayuda mucho, pero tampoco hace milagros si se le meten datos a medias.

Qué te llevas en este manual

Cómo configurar los apartados clave de Settings, cuándo usar informes y resúmenes, cómo leer los índices sin liarte y cómo aprovechar Rumbo para priorizar clientes, revisar precios y detectar dependencia.

CONTENIDO.

0. Antes de tocar Settings: la lógica buena
1. Settings: activar solo lo que te aporta
2. Informes y resúmenes: pasar de datos a lectura rápida
3. Índices: señales para no decidir a ciegas
4. Rumbo: la capa estratégica
5. Errores típicos que deforman el análisis
6. Glosario rápido de métricas

0. ANTES DE TOCAR SETTINGS: LA LÓGICA BUENA

Settings no está para decorar. Está para activar funciones, fijar reglas y evitar que la app trabaje cada día de una manera distinta. Cuanto mejor dejes esta parte, menos fricción tendrás después al generar informes, usar IA o sacar conclusiones.

- Configura solo lo que entiendas y vayas a usar.
- Si una opción afecta a informes o análisis, intenta mantener criterio estable durante una temporada.
- No cambies parámetros estratégicos cada dos días o las comparaciones perderán sentido.
- Manual 2 vale oro solo si Manual 1 se ha usado con cierta disciplina.

Regla corta

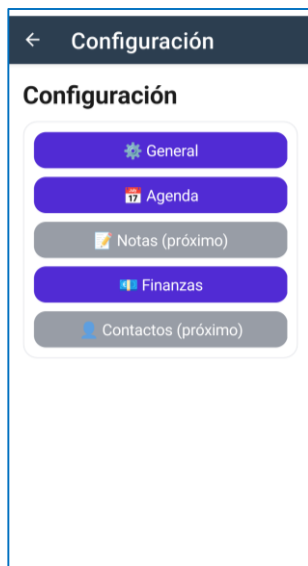
Datos flojos = conclusiones flojas. La IA puede redactarlo bonito, pero no te va a inventar una realidad correcta si horas, ingresos o clientes están mal registrados.

1. SETTINGS: ACTIVAR SOLO LO QUE TE APORTA

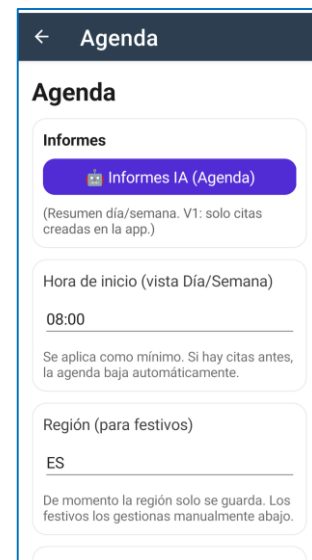
Aquí no se trata de recorrer menús por turismo. Se trata de dejar preparadas las piezas que luego hacen cómoda la operativa: agenda, facturación, lectura, resúmenes e informes.

1.1 Pantalla principal de configuración

La pantalla principal de Configuración es el distribuidor. Desde aquí entras al submódulo que toque sin dar rodeos. General sirve para ajustes base; Agenda para comportamiento temporal; Finanzas para informes y facturación; y Lectura/IA para capas más avanzadas.



Configuración principal

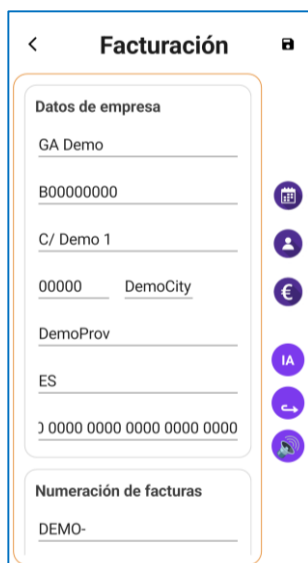


Ajustes de Agenda

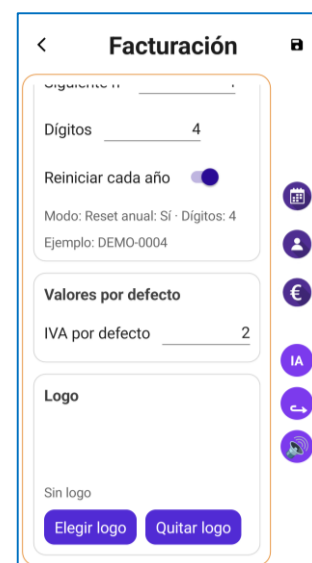
En Agenda conviene revisar horario mínimo, región de festivos y cualquier parámetro que afecte a cómo se registran o interpretan las citas. Si mides tiempo, esta parte importa más de lo que parece.

1.2 Facturación: dejar la base seria desde el principio

Facturación es de esos apartados que merece hacer bien una vez y luego tocar poco. Aquí defines datos de empresa, numeración, IVA por defecto, resets y logo. Parece burocracia, pero es lo que evita que una factura salga casi bien en lugar de bien.



Datos base y numeración



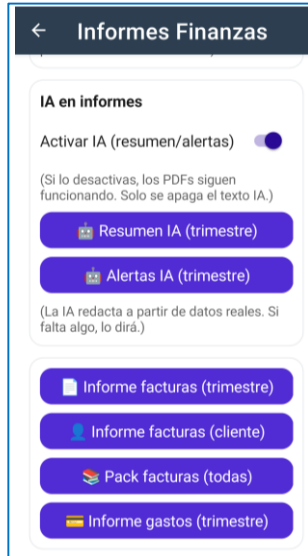
Reseteo anual, IVA y logo

- Revisa nombre fiscal, NIF y dirección antes de empezar a emitir.
- Decide un prefijo y un sistema de numeración que no te obligue a improvisar después.
- Si vas a usar logo, mejor dejarlo puesto desde el principio y olvidarte.

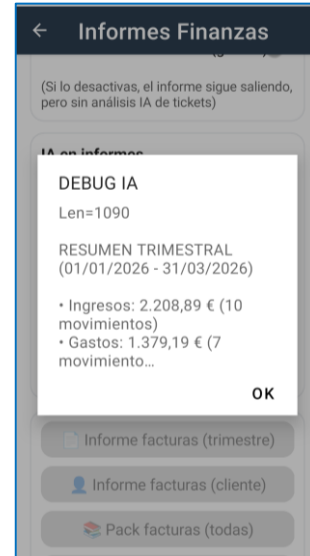
Configurar bien, leer mejor y decidir con más criterio.

1.3 Informes de Finanzas e IA

Aquí activas la parte más potente para revisión periódica. Los informes sirven para compartir o guardar una lectura del periodo; la IA les da una capa más digerible. No sustituye tu criterio, pero te ahorra tiempo para localizar el tiro.



Informes y acciones disponibles



Resumen IA del trimestre

La lectura útil aquí no es qué bonito redacta, sino si el texto te ayuda a detectar rápido tres cosas: qué va bien, qué va mal y qué tocar primero.

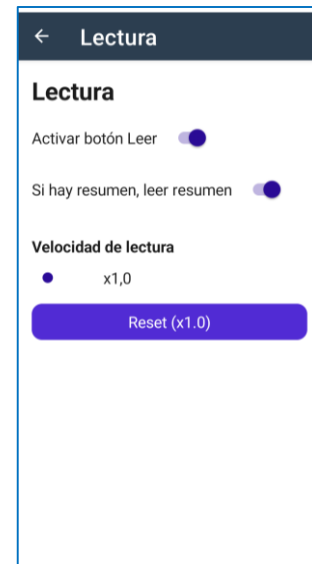
1.4 Resumen IA y lectura en voz

El resumen IA convierte números o notas en texto legible. La función de lectura, en cambio, está pensada para escuchar resúmenes o contenido sin quedarte pegado a la pantalla. Puede parecer detalle menor, pero para revisar en movimiento es bastante práctica.



Configurar bien, leer mejor y decidir con más criterio.

Resumen IA



Lectura en voz

Mi consejo es que lo uses para revisar, no para delegar el pensamiento. El resumen ayuda; la decisión sigue siendo tuya.

2. INFORMES Y RESÚMENES: PASAR DE DATOS A LECTURA RÁPIDA.

Cuando ya has registrado actividad, el siguiente paso no es mirar mil pantallas. El siguiente paso es generar una lectura rápida del periodo. Ahí entran los informes y resúmenes: te devuelven una foto resumida que puedes guardar, compartir o usar como punto de partida.

- Cierre de trimestre o mes.
- Revisión de clientes que te ocupan mucho tiempo.
- Preparación de una decisión de precio o de cambio de enfoque.
- Necesidad de compartir una visión clara con otra persona o contigo mismo dentro de unos meses.

Lo bueno de esta capa

Te obliga a salir del creó que y acercarte al según estos datos, está pasando esto. Aunque luego matices, ya no partes de humo.

3. ÍNDICES: SEÑALES PARA NO DECIDIR A CIEGAS.

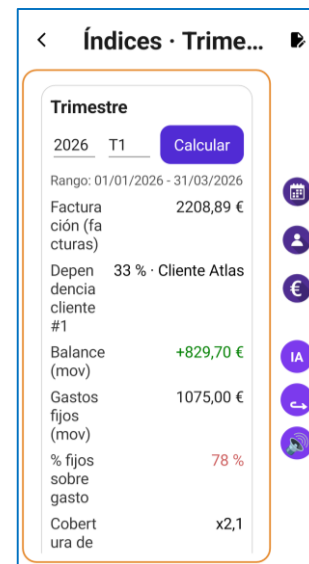
Los índices no son una sentencia, son un radar. No te dicen qué hacer con precisión matemática, pero sí dónde conviene mirar con más atención. Si un indicador pita, interprétalo en contexto.

3.1 Dashboard: lectura de 10 segundos

El dashboard es para entrar y orientarte rápido. Mira primero el total, el tiempo acumulado y la relación entre facturación y horas. Si a simple vista ya notas desajuste, luego bajas al detalle.



Dashboard general

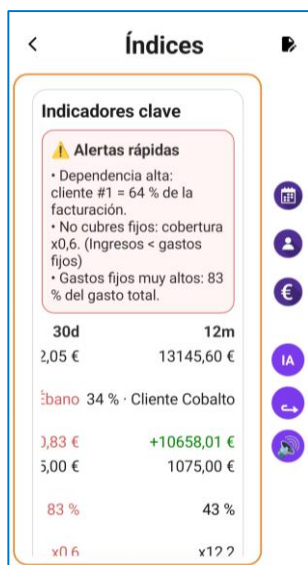


Vista por trimestre

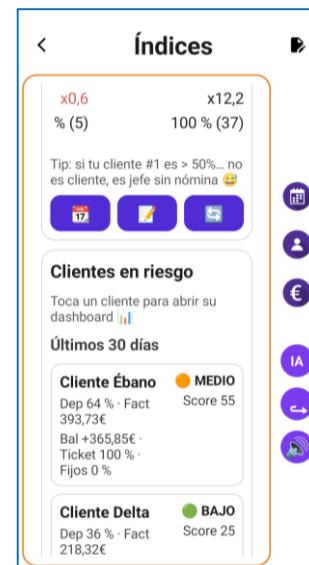
La vista trimestral es ideal para comparar sin caer en el drama de un día malo o una semana rara. Lo que interesa aquí es la tendencia, no la anécdota.

3.2 Pantallas de índices: qué mirar primero.

En las pantallas de detalle suele aparecer una mezcla de alertas rápidas, ratios y listados. No hace falta tragárselo todo a la vez. Empieza por alertas, luego revisa €/h, dependencia y balance, y solo después entra al desglose de clientes.



Alertas y ratios globales



Clientes en riesgo y bloques de apoyo

- Alertas rápidas: te señalan incoherencias o focos de riesgo.
- Cobertura: orienta sobre hasta qué punto ingresos cubren estructura o gastos fijos.
- Clientes en riesgo: útil para priorizar a quién revisar antes.

Configurar bien, leer mejor y decidir con más criterio.

3.3 Detalle por cliente.

Aquí se vuelve realmente útil la app. El detalle por cliente te permite dejar de pensar en bloque y empezar a ver quién sostiene, quién acompaña y quién consume demasiada energía para lo que devuelve.



KPIs y evolución de un cliente

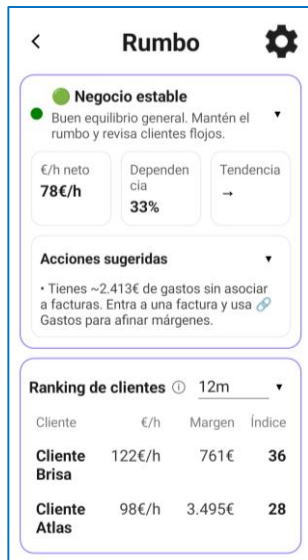
Si un cliente te da mucho volumen pero su €/h cae, no está yendo bien solo por facturar. Y si uno factura menos pero es estable, rápido y limpio, puede ser bastante más sano de lo que parece.

4. RUMBO: LA CAPA ESTRATÉGICA.

Rumbo ya no es solo mirar qué ha pasado. Es decidir qué hacer con eso. Sirve para priorizar clientes, ver rankings, detectar dependencia y convertir los indicadores en dirección práctica.

4.1 Pantalla principal de Rumbo.

La pantalla principal resume estado del negocio, acciones sugeridas y ranking. Es el sitio al que vas cuando quieres pasar de observación a decisión. Si el negocio aparece estable, bien; si no, toca revisar el porqué.



Rumbo principal

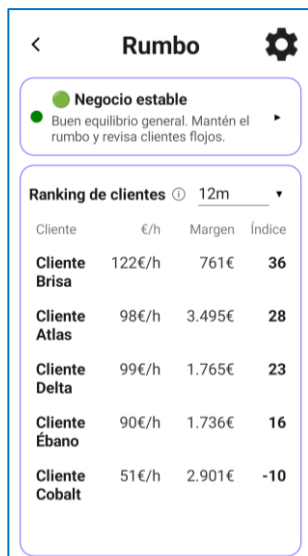


Bloques y acciones sugeridas

No leas esta pantalla como un examen final. Léela como una conversación: qué me está avisando la app y con qué datos.

4.2 Ranking de clientes.

El ranking te da una foto brutalmente útil: quién aporta más valor por hora, quién deja más margen y quién, pese a parecer importante, quizá está lastrando. Aquí conviene dejar de enamorarse de impresiones y mirar números.



Ranking de clientes



Detalle estratégico por cliente

- Un cliente arriba del ranking no siempre es el que más factura; a veces es el que mejor combina margen, estabilidad y tiempo.
- Un índice flojo con muchas horas suele pedir revisión de precio, alcance o forma de trabajar.

Configurar bien, leer mejor y decidir con más criterio.

- El detalle del cliente sirve para decidir con más precisión: mantener, optimizar, subir precio o vigilar.

4.3 Configuración de Rumbo.

Configurar Rumbo es decidir qué pesa más en tu negocio. No existe una combinación universal: depende de si ahora mismo te importa más rentabilidad, impacto, estabilidad o fidelidad. Lo importante es no mover los pesos como quien cambia de camiseta cada mañana.

Pesos del índice

Riesgo y sensibilidad

Si estás en fase de ordenar clientes, suele tener sentido dar bastante peso a rentabilidad e impacto. Si estás construyendo base estable, quizá te interese subir estabilidad o fidelidad. El truco no es encontrar la fórmula mágica; es mantener criterio suficiente para comparar.

4.4 Tres escenarios típicos.

Escenario A - Trabajo mucho pero gana poco

1. Mira €/h y compáralo con tu sensación general.
2. Detecta clientes con muchas horas y poco retorno.
3. Acción probable: revisar precio, paquetizar o recortar tareas que no aportan.

Escenario B - Dependencia de un cliente

1. Mira qué peso tiene el cliente principal.
2. Si te condiciona demasiado, el riesgo ya existe aunque el cliente sea bueno.
3. Acción probable: captar uno o dos clientes medios para bajar exposición.

Escenario C - Crecimiento desordenado

1. Compara subida de horas con subida real de ingresos o margen.
2. Si trabajas más pero mejoras poco, algo está mal repartido.
3. Acción probable: priorizar clientes más sanos y limpiar tareas repetitivas o mal cobradas.

5. ERRORES TÍPICOS QUE DEFORMAN EL ANÁLISIS.

Si una lectura sale rara, muchas veces el problema no está en el informe: está en el dato de origen. Antes de desconfiar del resultado, revisa si has alimentado bien el sistema.

- No hay horas en Agenda -> el €/h sale cojo o directamente engañoso.
- Movimientos sin contacto -> análisis por cliente incompleto.
- Gastos e ingresos cruzados -> índices locos, como era de esperar.
- Periodos a medias -> tendencias falsas por falta de base.
- Clientes duplicados -> ranking partido en trozos y decisiones peores.
- Cambiar pesos de Rumbo cada poco -> comparativas menos fiables.

Pista útil

Si algo te sorprende mucho, no empieces corrigiendo la conclusión. Empieza revisando horas, importes, vínculos a cliente y periodo analizado. El fallo suele vivir ahí.

6. GLOSARIO RÁPIDO DE MÉTRICAS.

Para rematar, aquí va una guía corta de lectura. Nada académico: lo justo para que cuando veas una métrica sepas qué te quiere contar y cómo reaccionar.

Métrica	Qué te está diciendo	Qué hacer si chirría
€/h	Cuánto dinero generas por hora real registrada.	Si está flojo, revisa precio, duración de citas o tareas que haces sin cobrar.
Dependencia	Qué peso tiene un cliente principal en tu facturación o margen.	Si se dispara, toca diversificar antes de que ese cliente mande demasiado.
Impacto	Aportación del cliente al margen o al resultado total.	Un impacto bajo con mucho tiempo invertido suele pedir revisión.
Estabilidad	Si ese cliente trabaja contigo de forma repartida y constante.	Baja estabilidad = ingresos más irregulares y menos previsibles.
Fidelidad	Actividad reciente del cliente en los últimos meses.	Si baja, quizá el cliente se enfría o solo era puntual.
Tendencia	Dirección general del cliente o del negocio: mejora, se mantiene o cae.	No la mires sola; crúzala con horas, margen y dependencia.

CIERRE.

Manual 2 no sustituye tu criterio; lo afina. Si Manual 1 es registrar bien el trabajo, Manual 2 es sacar ventaja de esos datos. El objetivo no es tener más pantallas bonitas. El objetivo es decidir mejor, antes y con menos ruido.

En resumen: configura con cabeza, revisa por periodos y usa Rumbo como una brújula, no como un oráculo. La app te da señales; tú decides el camino.