

Para la venta de un servicio el proceso de negociación debe desarrollarse en varias reuniones con el usuario, a fin de brindar suficiente información acerca del producto o servicio que estamos en capacidad de ofrecer y las referencias de trabajos ya realizados con éxito. Estas reuniones son igualmente la oportunidad para conocer a profundidad las necesidades y expectativas del usuario.

En este sentido es importante cotizar nuestros servicios una vez se conozcan los requerimientos del usuario, con el fin de evitar malos entendidos y propiciar una relación de confianza con el mismo.

Para la entrega de la propuesta técnica y económica definitiva se debe tener en cuenta:

1. Esta debe ser agradable de leer, concisa y directa, de manera que genere un buen recuerdo en el lector. Sea creativo, incluya imágenes, gráficos, estadísticas, entre otros; en la medida justa para reforzar la propuesta técnica.
2. El contenido debe coincidir con lo requerido y acordado con el Usuario en las reuniones previas (características del servicio, metodologías, herramientas, plazos, entre otros).
3. Defina el objeto, metas y resultados que el Usuario recibirá si elige contratarlo, estos no deben ser genéricos, se requiere particularizar y contextualizar los beneficios. Recuerde: no deben generarse falsas expectativas, hay que cumplir siempre las promesas de venta.
4. Realice una breve descripción de la metodología a utilizar o fundamento técnico (debe ser comprensible, no es necesario enfatizar demasiado en ellas).
5. Incluya el calendario o cronograma con la duración de todo el proceso de prestación del servicio, es importante considerar los tiempos para cada trámite tanto los que deben surtirse en la Universidad como los que requiera realizar el Usuario.
6. Establezca las condiciones económicas. En este punto se deben seguir las siguientes recomendaciones:
 - ✚ Determine los costos de operación del proyecto, éste ejercicio permite que el valor fijado en la propuesta económica cubra los gastos en los que se incurrirá al prestar el servicio y las utilidades a obtener. Para ello puede apoyarse en el formato de presupuesto de la Universidad el cual le ayudará a identificar y cuantificar los gastos directos.

No olvide que este formato no constituye ni hace parte de la propuesta económica, por tanto no debe presentarse al Usuario ya que este solo contempla los costos directos y en la propuesta deben incluirse costos indirectos como depreciación por uso de equipos, mantenimiento,

costos administrativos entre otros, pero es un elemento de consulta importante para quien hace la oferta.

- ✚ A la hora de valorar el trabajo “hay que huir de hacerlo pensando en precios por hora, sin tener en cuenta todo el **Know How** * acumulado”¹. (Valore su trabajo)
- ✚ Compare el valor de la propuesta con los precios del mercado - Benchmarking. Esto aportará competitividad a la propuesta
- ✚ Deje siempre un margen prudente entre el valor de la propuesta y el precio final, a fin de no convenir un precio que inviabilice el proyecto si se presenta algún imprevisto o el usuario necesita negociar el mismo. Este margen no debe ser muy alto, si finalmente se pacta un precio muy inferior al referido inicialmente en la negociación la propuesta pierde credibilidad.
- ✚ Incluya las formas de pago y plazos, se recomienda negociar un pago inicial a la firma del contrato o convenio que apalanque los gastos iniciales.
- ✚ Una vez se tenga la propuesta técnica y financiera, hágala revisar por otra persona, a fin de verificar si esta es clara y comprensible para el lector, también puede apoyarse en la Secretaría General y la División Financiera.
- ✚ Presente la propuesta incluyendo los servicios y/o productos que se prestarán y/o entregarán, y el valor de los mismos para el usuario, es decir cuanto queremos recibir por ellos y no cuanto nos cuesta realizarlo. En este sentido describa los servicios y un valor global de los mismos, que en total cubran los gastos, utilidades e imprevistos internos del proyecto y que solo son competencia de quien hace la oferta.

Recuerde que la propuesta económica es de carácter estratégico y por tanto es diferente del presupuesto elaborado en los formatos establecidos por la Administración de la Universidad.

EQUIPO ASESOR VICERRECTORIA ADMINISTRATIVA

¹ Marcos Urarte: Director General de la Consultora Pharos.

* Know How : Consiste en el Saber hacer , en el conocimiento acerca de cómo actuar o cómo hacer las cosas, el concepto es amplio e incluye los saberes e ideas desarrollados por una organización o persona como consecuencia del aprendizaje y de la experiencia que son claves del éxito en el desarrollo de determinada actividad o labor.