

L U M B R E



Ficha de cotización y propuesta

Grado: 12

Materia: Ventas · cotización

25/10/2026

Antes de empezar

Quinta ruta del curso «El proceso de venta, etapa por etapa». La lección ES la herramienta: los once campos de la ficha, la cuenta subtotal-descuento-total-IVA con un ejemplo ficticio resuelto, un laboratorio para mover piezas, precios y entregas, los límites del documento (no es contrato, no calcula el margen) y las cinco reglas para que el cliente pueda comparar y aceptar.

QUÉ APRENDERÁS

- Redactar una ficha de cotización con alcance, precio, plazo, condiciones y supuestos, lista para enviar al cliente.

Ficha de cotización y propuesta

Un prospecto pide precio por chat. Contestas con una cifra suelta y un «me avisas». Pasan los días, no hay respuesta, y la venta se quedó donde empieza a morirse la mayoría de las ventas de PyME: en un número que el cliente no puede comparar, no puede mostrarle a nadie y no sabe si incluye lo que él necesita.

Después te llega el pedido de otra empresa: el comité de compras pide «por escrito lo que van a cobrar». Ahí no alcanza con la cifra: se necesita un documento que se pueda leer, discutir y aceptar, y con eso decidir. Esa ficha es esta lección.

No es una plantilla bonita: es el esqueleto del documento. Once campos, en un orden que funciona. Cada campo existe porque a alguien le costó dinero omitirlo: el pago que se discutió tarde, el IVA que nadie declaró, el alcance que se recortó sin decirlo, el «avísame» que nadie marcó en el calendario.

Al terminar tendrás la versión usable de la ficha, un ejemplo ya resuelto con todos sus renglones llenos —cifras inventadas, para practicar— y los límites escritos: lo que la ficha resuelve y lo que deliberadamente no resuelve.

Al terminar esta lección serás capaz de

Llenar los once campos de una ficha de cotización y propuesta; escribir el alcance con cantidades y unidades, separándolo del presupuesto del cliente; hacer la cuenta del documento (subtotal, descuento, IVA, total a pagar) con la vigencia declarada; fijar el siguiente paso con fecha y responsable y la forma de aceptación; y decir qué límites tiene la ficha y por qué no sustituye a un contrato.

- Nembrar de memoria los once campos de la ficha y decir qué pregunta del cliente tapa cada uno.
- Escribir un alcance con cantidades y unidades, y decir qué incluye y qué no incluye.
- Separar alcance de presupuesto: qué se entrega es una hoja; cuánto alcanza es otra.
- Poner la cuenta del documento: cantidad por precio unitario da subtotal; menos descuento da total; el IVA se declara y queda el total a pagar.
- Fijar vigencia, siguiente paso con fecha y responsable, y la forma de aceptación.
- Reconocer los límites: la ficha no es contrato, no calcula tu costo ni tu margen y se cae si cambian los datos.

Primero las palabras, porque la ficha se arma con ellas

Cuatro palabras circulan sueltas cuando se habla de ventas, y en la ficha cada una tiene un lugar distinto.

Alcance es qué se entrega: cantidades, unidades, fechas y límites, dicho en concreto. Presupuesto es cuánto dinero tiene o quiere destinar el cliente a eso: es de él, no lo inventas tú, y no es el alcance. Cotización es el documento donde el alcance se traduce a pesos: precios unitarios, subtotal, impuestos y total. Propuesta es la cotización con contexto: la necesidad del cliente en sus palabras, por qué esta solución la atiende y cuál es el siguiente paso.

La regla de oro de la herramienta abre con la necesidad declarada por el cliente, con su frase textual si la tienes. Una propuesta que no cita lo que el cliente dijo se siente como formulario genérico, y el cliente la trata como formulario: la archiva. La frase de él también es tu defensa posterior: si alguien pregunta por qué se cotizó eso, la respuesta está escrita arriba, con sus palabras.

Los once campos de la ficha, qué se anota en cada uno y la discusión que evitan. Los nombres de los campos vienen de la herramienta tal cual: así se llenan, en este orden.

Campo	Qué se anota	La discusión que evita
Cliente, contacto y fecha	A quién va, con quién se valida y cuándo se emitió	Que nadie sepa si la hoja es vieja o vigente
Necesidad declarada (con su frase)	La necesidad en palabras del cliente, textual si puedes	Que se lea como formulario y nadie la compare
Qué incluye y qué no incluye	Entregables con cantidades y unidades; lo que queda fuera, escrito	El «yo creí que también entraba» a mitad del trabajo
Cantidades, unidades y precios unitarios	Cuánto se entrega, en qué unidad y a cuánto por unidad, en pesos	Que el total no se pueda revisar ni discutir

Campo	Qué se anota	La discusión que evita
Subtotal, descuento (si lo hay) y total	La cuenta renglón por renglón, en pesos	Que el descuento aparezca sólo en la conversación
IVA incluido o desglosado y total a pagar	Cómo trata el impuesto el precio y cuál es el total final	¿Entra o no entra? La pelea del IVA al pagar
Condiciones: entrega, plazo de pago y vigencia	Cuándo se entrega, cuándo se paga y hasta cuándo vale la cifra	Que el plazo de pago se discuta cuando ya se entregó
Supuestos y exclusiones	Qué se da por cierto y qué depende de información del cliente	Trabagar gratis cuando se rompe lo que dabas por hecho
Siguiente paso con fecha y responsable	Qué pasa después, cuándo y de quién depende	El limbo de «quedo al pendiente»
Cómo se acepta	A quién se le manda el sí y con qué se confirma	Que la propuesta se archive sin respuesta
Versión del documento y quién lo envía	Versión (por ejemplo, v1) y nombre de quien la manda	Que aparezca una versión paralela sin control

Las cinco reglas para llenarla

Primera: abre con la necesidad del cliente en sus palabras. Una propuesta que no hace referencia a lo que él dijo se siente como formulario, y lo que parece formulario no se compara: se archiva.

Segunda: detalla cantidades, unidades y precios unitarios. Una hoja con un solo total no se puede comparar con otra oferta ni discutir dentro de tu propia casa: si el cliente quiere menos piezas, quitas piezas y el documento se recalcula solo; si sólo dijiste el total, cada conversación es una pelea.

Tercera: declara el IVA, los supuestos y las exclusiones antes del total, no en una nota al pie. El impuesto se escribe en una de dos: incluido en el precio, o desglosado y sumado. Las dos son honestas si se dicen; la nota al pie no las dice, y lo que no se declara se discute después, siempre en el lado incómodo.

Cuarta: pon vigencia a la propuesta y un siguiente paso con fecha y responsable. Sin vigencia, tus precios envejecen ajenos a tus insumos. Sin siguiente paso, la venta entra en un limbo donde el único calendario es el del cliente.

Quinta: deja por escrito cómo se acepta: a quién se le manda la confirmación y qué se necesita para que sea válida. Sin esa línea, la propuesta no se cierra: se archiva, que es otra manera de perderla en silencio.

1. ¿Cuál es la primera fila que decide si el cliente leerá tu ficha hasta el final?

- ☐ El total en pesos, porque el cliente quiere ver rápido el número
- ☐ La necesidad declarada, escrita con las palabras del cliente
- ☐ La forma de pago, porque es la que más se discute después
- ☐ La lista de precios, para que compare todas tus opciones

Alcance y presupuesto no son la misma cosa

El alcance dice qué entregas: cantidades, unidades, fechas y exclusiones. El presupuesto dice cuánto dinero hay: una cifra que trae el cliente, no la inventas tú. Se confunden todo el tiempo, y la confusión se cobra: el cliente dice su presupuesto y alguien, para entrarle, empieza a recortar el alcance en silencio. Lo que se entrega ya no es lo que se prometió, pero el precio se quedó abajo sin explicación. La ficha corta el lío separando las dos hojas: qué incluye y qué no incluye se escribe con unidades, y el precio se deriva del alcance, no del techo de gasto. Si el presupuesto no alcanza, se dice con claridad y se elige entre menos alcance, otras condiciones de pago o no cotizar; lo que no se hace es recortar sin decirlo.

La ficha de cotización: once campos

Tres bloques: qué se promete, cuánto se cobra, cómo se cierra.

QUÉ SE PROMETE

1. Necesidad del cliente

2. Alcance: qué entregas

3. Qué queda fuera

4. Fechas de entrega

CUÁNTO SE COBRA

5. Precio unitario

6. Cantidad o piezas

7. Subtotal

8. IVA y total a pagar

CÓMO SE CIERRA

9. Condiciones de pago

10. Vigencia de la oferta

11. Siguiente paso con fecha

Once campos, tres bloques.

El primero describe la promesa, el segundo la traduce a pesos y el tercero le da salida.

Vigencia y control de versión: para no reutilizar por error una oferta antigua.

Once campos, tres bloques. El primero describe la promesa, el segundo la traduce a pesos y el tercero le da salida: vigencia, cierre y control de versiones. Un campo vacío es una puerta abierta por donde la cotización se pierde.

Alcance vs presupuesto

Dos columnas que no son la misma cosa.

ALCANCE: QUÉ ENTREGAS

Cantidad de piezas o servicios

Cuántas unidades entregas

Fechas de entrega

Cuándo se entrega cada cosa

Qué queda fuera

Los límites explícitos del trabajo

Especificaciones técnicas

Qué incluye cada pieza o servicio

PRESUPUESTO: CUÁNTO HAY

Dinero disponible

Cuánto puede pagar el cliente

Plazo de pago

Cuándo paga el cliente

Condiciones

Forma de pago, anticipo, garantías

Descuentos o bonificaciones

Qué se ajusta del precio de lista

Alcance y presupuesto no son la misma cosa.

La izquierda se escribe primero y se deriva de lo que el trabajo necesita.

La derecha llega del cliente y se contesta con condiciones.

La columna izquierda se escribe primero y se deriva de lo que el trabajo necesita. La derecha llega del cliente y se contesta con condiciones: forma de pago, plazos, fases. El error es dejar que la derecha recorte a la izquierda en silencio.

El ejemplo resuelto: la ficha llena, renglón por renglón

Todo el ejemplo que sigue es ficticio: «Restaurante Tres Olivos» es un nombre inventado, como el proveedor y las cifras, y se usa solo para practicar. Es un caso de venta chica y bien recortable: una panadería que cotiza entregas semanales a un restaurante.

La ficha queda así: cliente Restaurante Tres Olivos (nombre ficticio), contacto el chef de cocina, fecha 12/10/2026. Necesidad declarada, con las palabras del cliente: «que el pan de apertura no se eche a perder antes del servicio». Incluye: doce piezas de pan grande por entrega, los jueves a las 7:00. No incluye: reparto a domicilio ni cortes a medida. Para practicar con datos ficticios: el precio unitario es 120 pesos por pieza, así que la cuenta da un subtotal de 1,440 pesos por entrega, sin descuento y con el total en 1,440 pesos; el IVA va incluido y declarado antes del cierre. Condiciones: entrega los jueves; pago a 15 días contra entrega; propuesta vigente 15 días desde el 12/10/2026. Supuesto: el volumen se mantiene en 12 piezas por semana. Siguiendo paso: entrega de prueba el 16/10 con 6 piezas; responsable: Ana. Aceptación: el cliente responde ese correo confirmando el día de entrega. Versión: v1, enviada por quien firma la hoja.

Fíjate en lo que no está: no hay un párrafo de «somos líderes en pan», no hay un descuento que apareció en la llamada, no hay un «quedo al pendiente» en lugar de fecha. Y hay un 16/10 en el calendario de alguien.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

2. Ejemplo resuelto (caso ficticio inventado para el ejercicio): la ficha llena, campo por campo



La cuenta del total

El caso ficticio: doce piezas a 120 pesos, con IVA incluido.

CÁLCULO

Precio unitario 120 pesos

Piezas por entrega 12 piezas

Subtotal 1,440 pesos

Descuento ninguno

Total (IVA incluido) 1,440 pesos

CONDICIONES

Forma de pago
Pago a 15 días contra entrega

Vigencia de la oferta
15 días a partir de hoy

Versión de la ficha
1.0 · 2026-10-25

La cuenta completa, con los números inventados del caso ficticio.

Doce piezas a 120 pesos, subtotal 1,440 y total a pagar 1,440 con IVA incluido.

La cuenta completa, con los números inventados del caso ficticio: doce piezas a 120 pesos, subtotal 1,440 y total a pagar 1,440 con IVA incluido. A la derecha, las condiciones y la vigencia: la cifra vale hasta una fecha.

3. Caso ficticio para practicar: el pan grande sale a 120 pesos por pieza y son 12 piezas por entrega, sin descuento. ¿Cuál es el subtotal por entrega, en pesos?

Respuesta: (pesos)

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE
EN LUMBRE

4. Laboratorio de la ficha: piezas, precio unitario, entregas y descuento

Mueve las cuatro barras: piezas por entrega, precio unitario, número de entregas del periodo y descuento, si lo hay. La tabla te devuelve la cuenta de la ficha en cuatro renglones: subtotal por entrega, descuento en pesos, total por entrega y total del periodo. Todo son cifras simuladas de un caso ficticio: sirve para entrenar la fórmula.



Qué hace la ficha y qué no: alcances y límites

Cuándo se usa: cuando mandas precio a un prospecto o a un cliente nuevo en ventas de ticket medio o alto, y cuando el comité de compra te pide por escrito lo que vas a cobrar. Ahí la ficha hace todo el trabajo que un mensaje de chat no puede hacer: se puede comparar con otra oferta, mostrar a un tercero y responder con un sí.

Y ahora los límites, dichos sin rodeos, porque una herramienta que no sabe dónde termina es la que mete en problemas. Primera: la ficha es una propuesta, no un contrato firmado. Ordena la venta y deja constancia, pero no sustituye la revisión de un contrato ni las condiciones formales que tu cliente o tu operación exijan según el monto o el plazo: si el acuerdo empieza a pesar, la vía correcta es revisarlo con un profesional, y esto que lees aquí no sustituye la asesoría legal de un profesional. Segunda: no calcula tu costo ni tu margen; eso es tarea de la calculadora, y la ficha parte del precio que tú ya decidiste. Tercera: no incluye el crédito que te otorgan ni sus condiciones. Cuarta: supone que los datos del cliente son correctos —el volumen, la frecuencia, la dirección— y si esos cambian, el precio unitario acordado puede dejar de servir: por eso se escribe el supuesto, y por eso existe la versión dos.

Si el negocio vende barato y en mostrador, con una fila de precio a ojo, la ficha puede ser un gasto de tiempo; su casa está donde hay algo que comparar y algo que decidir.

5. La ficha bien llenada no sustituye la revisión legal de un contrato ni las condiciones que el cliente o la operación exijan. ¿Verdadero o falso?

☐ Verdadero

☐ Falso

6. El cliente contesta que ahora necesitará 30 piezas por semana, no 12. Según el límite declarado de la herramienta, ¿qué procede?

☐ Confirmar el mismo precio porque el acuerdo ya está hecho

☐ Aplicar un descuento automático del treinta por ciento para compensar

☐ Ajustar el supuesto, recalcular y emitir una nueva versión de la ficha con fecha

☐ Ignorar el cambio y cobrar más adelante con una factura aparte

Vocabulario que se confunde: repásalo antes de enviar

7. Une cada término de la ficha con la frase que le corresponde.

7.	Alcance	-----
7.	Presupuesto	-----
7.	IVA desglosado	-----
7.	Supuesto	-----
7.	Vigencia	-----
7.	Exclusión	-----

Opciones: Qué se entrega, con cantidades, unidades y fechas · El dinero que el cliente tiene o quiere destinar · El impuesto se muestra aparte y se suma al total · Lo que se da por cierto y se recalcula si cambia · Hasta cuándo valen el precio y el alcance escritos · Lo que queda fuera del alcance y del precio

8. Clasifica estas siete filas de la ficha en su bloque: qué se promete, cuánto se cobra, cómo se cierra.

Elementos:

- Necesidad del cliente, con su frase
- Qué incluye y qué no incluye
- Cantidades, unidades y precios unitarios
- Subtotal, descuento (si lo hay) y total
- IVA incluido o desglosado y total a pagar
- Siguiendo paso con fecha y responsable
- Cómo se acepta: a quién se le manda y qué se necesita

Qué se promete	. . .
Cuánto se cobra	. . .
Cómo se cierra	. . .

9. El _____ dice qué se entrega; el _____ es el dinero que el cliente tiene: no son la misma cosa. La ficha declara el _____ y las exclusiones antes del total, fija una _____ y termina con un siguiente paso con _____ y responsable.

El cierre: vigencia, siguiente paso y aceptación

Hay dos frases que suenan a venta y son archivo: «te lo envío por la tarde» y «quedo al pendiente». Las dos se sienten como movimiento y son ausencia de fecha, ausencia de responsable, ausencia de condición. La ficha existe para que ninguna de esas dos frases aparezca en tu proceso.

La vigencia es la línea que evita la propuesta zombi, esa que reaparece en marzo con los insumos de diciembre. Un plazo razonable y dicho en la hoja —por ejemplo, quince días desde la fecha de emisión, como en el caso ficticio— obliga al cliente a decidir con tus números presentes y te obliga a ti a cuidar que tus números estén presentes cuando él pregunte.

El siguiente paso se escribe con fecha, responsable y un hecho concreto: «entrega de prueba el 16/10 con 6 piezas; responsable: Ana». No es un deseo: es un renglón que alguien puede fallar, y por eso funciona. Y la aceptación tiene un camino de una línea: a quién se le manda el sí, y con qué se confirma. Sin esa línea, la propuesta no se cierra: se archiva en silencio.



La ficha vive en un ciclo con reloj: se envía, se compara, se acepta por escrito y desemboca en un paso con fecha. Si la vigencia vence, la hoja vuelve a la v1: se recalcula y se reemite, no se deja vagando.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

10. Segundo ejemplo resuelto (caso ficticio inventado para el ejercicio): la cotización que volvió sola



11. Estás llenando la ficha antes de enviarla. Ordena los seis movimientos.

Dejar por escrito cómo se acepta: a quién se le manda y qué se necesita

Escribir la necesidad del cliente con su frase _____

Poner vigencia y siguiente paso con fecha y responsable _____

Redactar qué incluye y qué no incluye, con cantidades y unidades

Anotar versión del documento y quién lo envía, y enviar _____

Hacer la cuenta: subtotal, descuento si lo hay, IVA declarado y total

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

12. Caso ficticio de práctica: estas son seis líneas de una cotización rápida. Marca las que rompen las reglas de la ficha.



13. Toma un servicio o producto que vendas y llena mentalmente la ficha con el caso ficticio de esta lección: la necesidad en palabras del cliente, tres filas de «incluye» con cantidades y unidades, dos de «no incluye», la cuenta completa con IVA declarado, vigencia, siguiente paso con fecha y responsable, y el camino de aceptación. ¿Cuál campo te fue más difícil de escribir: el que revela lo que no entregas, o el que pone fecha al siguiente paso?

El campo difícil te está diciendo dónde se te caen las ventas. Si no puedes escribir el «no incluye», probablemente alguien lo está imaginando por ti. Si no puedes poner fecha al siguiente paso, tu cierre depende del calendario del cliente.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

**14. Memoria:
campo de la ficha
y para qué sirve**

Empareja cada campo con su función. Conviene tenerlos dominados antes de enviar un precio.



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN
LUMBRE

15. Tarjetas de repaso rápido



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN
LUMBRE

16. Chequeo de la lección



Para dominar este tema

1. Enumbras los once campos de la ficha sin ver la hoja y dices qué pregunta del cliente tapa cada uno.
2. Abres la propuesta con la necesidad en palabras del cliente y la mantienes separada del precio y del presupuesto.
3. Haces la cuenta sin calculadora: cantidad por precio unitario da subtotal; menos descuento da total; el IVA se declara y queda el total a pagar.
4. Declaras supuestos y exclusiones antes del total, y sabes que si cambia un supuesto se recalcula la hoja.
5. Fijas vigencia y siguiente paso con fecha y responsable; y dejas escrito cómo se acepta: a quién, con qué.
6. Dices qué límites tiene la ficha —no es contrato, no calcula costo ni margen, no incluye crédito— y cuándo la llevas a un profesional.

Fuentes, vigencia y revisión

Qué afirma esta lección y dónde se verifica. Ámbito: Estados Unidos Mexicanos, PyME. Vigencia editorial revisada 2026-10. Ninguna cifra de la lección es un dato real: los nombres, fechas y importes pertenecen al caso ficticio de práctica.

Lo que la lección afirma	Dónde verificarlo	Alcance y vigencia
La cuenta de la ficha: subtotal menos descuento, IVA declarado y total a pagar	Los renglones de precios y totales de la herramienta; el ejemplo ficticio lo resuelve	Método propio de la ficha; las cifras del ejemplo son ficticias; vigencia revisada 2026-10
El IVA se declara incluido o desglosado antes del total	El SAT, donde se consulta el tratamiento del impuesto que aplica a tu operación	La lección no fija tasas ni reglas fiscales: enseña a declararlo y a verificarlo; revisada 2026-10

Lo que la lección afirma	Dónde verificarlo	Alcance y vigencia
La ficha no sustituye un contrato	El límite declarado de la herramienta y, en su caso, la revisión de un profesional	La lección no da asesoría legal; enseña la vía correcta; revisada 2026-10
El presupuesto base cero parte de cero, como la columna de alcance	La conexión con la literatura de presupuesto citada abajo	Analogía formativa, no método contable; revisada 2026-10
«Restaurante Tres Olivos», Muebles Delta, Ana, precios, días y fechas	No existen: son datos inventados del ejercicio	Ficticios, sin valor de referencia

El SAT: donde consultar el tratamiento del IVA que aplica a tu operación <https://www.gob.mx/sat> Antes de escribir «IVA incluido» o de desglosarlo, verifica el tratamiento del impuesto en la fuente oficial con tu tipo de operación y su versión vigente. Esta lección enseña a declararlo, no a calcular obligaciones fiscales.

Compras públicas: cuando el comité pide la cotización por escrito <https://www.gob.mx/mercados> Los procesos públicos exigen el documento técnico con todas las especificaciones: vale como espejo del comité privado que también te va a pedir lo que vas a cobrar.

Siguiente paso de la ruta «Cotización y propuesta»: «Secuencia de seguimiento», la ruta siguiente del curso «El proceso de venta, etapa por etapa». Lo que esta lección deja —una ficha que el cliente puede leer, comparar y aceptar— también decide la siguiente: sólo que ahí el problema cambia de forma, porque la ficha ya se fue y el cliente no responde, y entonces toca decidir momentos, canal, mensaje y el criterio para saber en qué paso se deja de insistir. Esta lección te dejó el criterio y el instrumento de medición de la propuesta; la siguiente los lleva al seguimiento de la propuesta.

Para mirarlo de otra manera

La cuenta de la ficha, explicada como una sola cadena

Tres operaciones y un solo camino. Primero: cantidad por precio unitario, en cada línea, da el subtotal por entrega. Segundo: subtotal menos descuento, si lo hay, da el total por entrega. Tercero: el total más el IVA se expresa de una de dos maneras, incluido dentro de la cifra o desglosado antes del total a pagar, y el documento dice cuál usó. Y luego, en el mismo documento: vigencia, condiciones y forma de pago.

Si el cliente quiere comparar dos hojas tuyas, que pueda: misma cadena, distintos renglones. Si tu competidor manda un solo número, tú mandas una hoja que él no pueda fingir que es lo mismo.

La prueba de la cadena

Antes de enviar, lee la hoja de arriba hacia abajo con los ojos del cliente: ¿puede él recalcular cada cifra con lo que está escrito? Si alguna no se puede recalcular, esa cifra no es un dato: es una promesa.

El menú del restaurante: la prueba de comparar sin vendedor enfrente

Un menú es una ficha de cotización madura: cada plato con su nombre, su precio y su descripción; las porciones y los ingredientes que a veces avisan de lo que llevan — picante, con lácteos, con marisco—; y una nota sobre la propina o el cargo por servicio. Tú puedes comparar dos menús sin que el mesero te explique nada. Prueba mental con el caso ficticio: el pan grande, doce piezas, los jueves, con el precio unitario escrito, hace lo mismo que el menú con el plato: deja que el cliente decida sin que tú estés en la mesa.

Ahora la comparación que se rompió. Un menú que dice «hoy: un plato fuerte, pago al salir» no es un menú: es lo que hace una cotización de una sola cifra. Nadie puede comparar lo que nadie escribió; y si el menú esconde el cargo por servicio, ese cargo no desaparece: aparece cuando la cuenta ya está pagada, enojado.

De una necesidad a una ficha enviada, en siete pasos

1. Anota lo que el cliente te dijo. Literal. Esa frase abre la ficha.
2. Escribe qué incluye, en cantidades y unidades, y qué no incluye.
3. Llena la cuenta del caso que estás practicando: cantidad por precio unitario da subtotal; menos descuento da total; IVA incluido o desglosado da total a pagar.
4. Deja los supuestos escritos: qué se da por cierto mientras el cliente no diga otra cosa.
5. Pon condiciones: entrega, forma de pago y vigencia con fecha.
6. Cierra con un siguiente paso con fecha y responsable.
7. Escribe cómo se acepta, marca la versión y manda la hoja con un correo que el cliente pueda reenviar.

Los pasos cuatro y cinco son los que casi nadie hace: el supuesto que nadie escribió y la vigencia que nadie puso. Los dos se cobran igual: al mes, el cliente recuerda otra cosa, y el precio ya no es tuyo.

Referencia curricular

Grado:	12
Materia:	Ventas · cotización
Dominio:	MKT

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://marketing.lumbre.lat/object/mkt-ven-r05-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat