

# ESTABLECE TU TARIFA COMO FREELANCE

Aprende a establecer tu tarifa perfecta usando estos 4 métodos

[Cosasdefreelance.com](https://Cosasdefreelance.com)

Por Jorge Bosch Alés



<b>INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS DE TARIFAS PARA FREELANCE</b>	<b>3</b>
<b>METODO 1: POR EL MERCADO / COMPETIDORES</b>	<b>4</b>
<b>METODO 2: POR EL TIEMPO QUE TE LLEVA</b>	<b>8</b>
<b>MÉTODO 3: POR TUS GASTOS Y ESTILO DE VIDA</b>	<b>13</b>
<b>MÉTODO 4: POR EL VALOR QUE APORTAS</b>	<b>20</b>

# INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS DE TARIFAS PARA FREELANCE

Este tema es uno de los que más dudas suscita en el mundo freelance.

Me preguntan constantemente cosas cómo:

- ¿Y cómo pongo precio a mis servicios?
- ¿Se puede ganar mucho dinero en el mundo freelance?
- ¿Si cobro 50€/h soy caro o barato?

## LA RESPUESTA ES DEPENDE

Y es que no es lo mismo:

- Un freelance junior, que un senior.
- Un freelance desarrollador, que uno que se dedica al marketing u otro que se dedica a gestión de proyectos.
- Un freelance con clientes en España, que otro con clientes en Alemania o EEUU.
- Un freelance que colabora con Pymes que otro que lo hace para empresas del IBEX 35.
- Un freelance con marca personal que otro que ni siquiera tiene una web.
- Un freelance que sabe vender y ponerse en valor que otro que en una entrevista con un cliente se muestra con falta de seguridad.
- Un freelance que sigue los **consejos para hacer propuestas ganadoras** 😊, que uno que entrega un presupuesto hecho en 20 minutos sin apenas explicación.
- ....

Pero venga, como responder “depende” no gusta a nadie, y yo he venido aquí a mojarme, sigue leyendo que te cuento 🙌

## 👤👤 MÉTODO1 - POR EL MERCADO / COMPETIDORES

Antes de nada, te presento **la pirámide de los 4 métodos** para establecer tu tarifa como freelance.

Guárdala bien que la vas a necesitar:



Nivel 1 de la pirámide de los 4 métodos: Por el mercado / competidores

Empecemos este método con algunas referencias y datos sacados del estudio ***“Freelancing en Europa de 2022 elaborado por Malt y BCG”*** (todos los datos son datos en bruto, a los que luego habría que restar impuestos y sumar el IVA):

- En **España la tarifa media de un freelance es de 297€ la jornada** (lo cual dividiéndolo entre 8 horas al día son alrededor de 37€/h).
- **Esta tarifa depende del sector y la especialidad**, siendo sectores como la consultoría empresarial (446€/jornada) y la gestión de proyectos

(415€/jornada) los que más cobran. Mientras que los que se dedican a funciones de apoyo (ej: finanzas, RRHH, compras...) (190€/jornada) y de Marketing y comunicación 200€/jornada) los que menos.

- Hemos hablado de España, pero **en países vecinos como Francia o Alemania la tarifa es mucho mayor** siendo de casi del doble en Francia (554€/jornada) y bastante más del doble en Alemania (806€/jornada). Así que ya sabes donde tiene que ir a buscar clientes si quieres ganar 💰💰.



*Extracto de informa de Malt y BCG con tarifas diarias medias por especialización y país*

Más allá de estos datos (que me cuadran bastante bien con mi experiencia), te puedo contar que durante los 4 años que me pasé viendo todo tipo de freelancers cuando trabajaba en Connecting Visions, podría decir que, en cuanto a tarifas, he visto de todo.

**Freelancers que cobraban 20€/h hasta algunos que rondaban los 100€/h o incluso más.**

Por mojarme (que a eso hemos venido aquí), y para que tengas más referencias los precios medios en España que suelo ver (*\*cógelo con pinzas que es más mi percepción, y no está basado en un estudio exhaustivo*):

- **Freelancers juniors** (menos de 2 años de experiencia): alrededor de 25€/h - 30€/h.
- **Freelancer intermediate** (entre 2 y 10 años de experiencia): alrededor de 35€/h - 40€/h
- **Freelancers seniors** (+10 años de experiencia): alrededor de 60€/h - 70€/h
- **Freelancers muy seniors y con marca personal potente**: 100€/h - 400€/h
- **Empresas de servicios pequeña** (ej: menos de 20 empleados): alrededor de 50€/h
- **Empresas de servicios grandes** (ej: las Big four como Deloitte, EY...): alrededor de 90€/h

Lo que te he contado hasta ahora (tarifas medias por hora, por día, por especialidad, por país...) tienes que conocerlo, pero poco más.

Porque no, no deberías poner los precios según tu mercado y competencia.

Repito, por si no lo has leído bien.

**NO DEBERÍAS PONER TU PRECIO SEGÚN TU MERCADO Y COMPETENCIA**

A la competencia hay que conocerla, hay que tener claro donde se mueve la mayoría, pero más allá de eso la competencia debe importarte una 🐞, nada de nada.

Porque si pones precios según tu competencia caerás en “*el efecto rebaño*”.

Pero si estás leyendo esto, es porque eres una persona curiosa, un freelance que no quieres ser del montón y que quiere diferenciarse de los demás y poder cobrar más por tus servicios.

Así que vamos a por el siguiente método. El método 2.

---

## Si quieres profundizas más sobre este tema:

-  Aquí te dejo el **link para poder descargarte** el estudio de Malt y BCG que hemos hablado.
-  En este **link podrás encontrar otro estudio de 2023** **Freelancermap** interesante donde las tarifas son bastantes más altas (en Europa se basa en Alemania, Austria y Suiza). Podrás ver "Tarifas hora" por edad, por rol, por nivel de educación, por sector, por área de especialización, por continente, por sexo... No te tomes muy en serio las tarifas que vienen aquí, que ya te digo que no son muy reales con la realidad de España.
-  También te dejo **esta calculadora** para que puedas ver precios medios según especialidad y nivel de experiencia. La verdad es que es TOP esta herramienta. Úsala y tenla de referencia, pero recuerda que los mejores freelancers nunca ponen precio según la competencia.

## 👤👤 #MÉTODO 2- POR EL TIEMPO DE DEDICACIÓN

Te presento el método 2



*Nivel 2 de la pirámide de los 4 métodos: por el tiempo que te lleva*

Desde mi experiencia puedo afirmar que no se trata de elegir uno de los 4 métodos, sino que **lo más habitual es ir transitando de una etapa a otra** empezando, normalmente, por el primer método (el más básico que puedes usar) para, posteriormente, ir acercándote al nivel 4, aquel al que solo llegan los freelancers más avanzados y de mayor valor.

**NO TE RECOMIENDO PASAR DE UNA ETAPA A OTRA MIENTRAS NO CONOZCAS Y TENGAS CONTROLADA LA ANTERIOR**

Es el nivel 2 es aquel donde está la mayoría. De hecho, te diría que un alto % de freelancers nunca pasa de este nivel.

Básicamente, **calculan el tiempo que le lleva hacer un proyecto y lo multiplican por una tarifa / hora con la que se sienten cómodos** (normalmente decidida en base al nivel 1 de tarifas de mercado / competencia)

Yo mismo uso este método para cotizar algunos proyectos (al menos para tener una base de lo mínimo que voy a cobrar).

Eso sí siempre que lo uso, **tengo definido hasta 4 “potenciadores”** para mejorar el método original.

Te cuento en detalle cómo lo hago por si te ayuda. Al final, encontrarás una imagen con todos los pasos para guiarte en ellos.

---

## Los 5 pasos de este método

### ✅ PASO 1 - HOJA DE CÁLCULO Y TARIFA POR HORA

Antes de nada coge una hoja de cálculo (ya sea excel o google sheets) e indica en ella una tarifa hora con la que te encuentres cómodo.

### ✅ PASO 2 - ACTIVIDADES DE PROYECTO

Enumera todas las actividades de tu proyecto y lístalas una a una, por fila, en tu hoja de cálculo.

### ✅ PASO 3 - TIEMPO ESTIMADO DE CADA ACTIVIDAD DE PROYECTO

Indica al lado cada una de las actividades el tiempo que te lleva hacer cada una de ellas.

Fácil hasta aquí, ¿no?

Seguimos,

## ✓ PASO 4 - COSTE DE CADA ACTIVIDAD DE PROYECTO

Multiplica el dato de horas estimadas (calculado en el paso 3) por el precio/hora (indicado en el paso 1).

## ✓ PASO 5 - TOTAL ACTIVIDADES DE PROYECTO:

Suma el coste de todas las actividades y tendrás lo que yo llamo el **“Total actividades de proyecto”**

Hasta aquí no te he contado ningún secreto ¿verdad?.

Como te decía, este método, de sobra conocido, es el que suelen utilizar un alto porcentaje de freelancers.

No obstante, si utilizas este método tal cual te lo he contado, es probable que pierdas dinero (o al menos ganes menos de lo esperado) ya que habrás pasado por alto algunas cosas.

Así que comparto contigo los 4 “potenciadores” o mejoras que aplico cuando utilizo este método (y que te recomiendo aplicar a ti).

---

## Los 4 potenciadores que complementan el método anterior

### ✓ PASO 6- POTENCIADOR 1 POR GESTIÓN DE CLIENTE Y PROYECTO:

Mete un % adicional al precio que te salga en el paso 5, asociado a actividades de gestión tanto de cliente como de proyecto.

En mi caso sigo la siguiente regla: *“Si es una empresa pequeña /mediana donde hay un solo interlocutor cotizo un 10% adicional, si es una empresa grande y/o hay varios interlocutores y áreas cotizo un 20% adicional”*.

### ✓ PASO 7 - POTENCIADOR 2 POR SESGO DE OPTIMISMO:

Mete un % adicional al precio que te salga en el paso 5, por el sesgo de optimismo que todos tenemos a la hora de calcular. Este sesgo no lo digo yo, **lo dice la ciencia.**

En mi caso sigo la siguiente regla *“Si es un proyecto que conozco bien y tengo muy claro lo que hay que hacer, cotizo un 10% adicional. Si, por el contrario, es un proyecto menos definido o acotado cotizo un 20% adicional”.*

### ✓ PASO 8 - POTENCIADOR 3 POR CARGA DE TRABAJO:

Mete un % adicional al precio que te salga en el paso 5, si tienes una alta carga de trabajo.

En mi caso sigo la siguiente regla: *“Si estoy en una época con una carga alta de trabajo cotizo un 10% adicional para compensar mi propio esfuerzo. Si no tengo una carga tan alta, lo dejo en 0%”.*

### ✓ PASO 9 - POTENCIADOR 4 POR JUSTIFICACIÓN DEL VALOR APORTADO:

Mete un % adicional si eres capaz de justificar el ROI (retorno de la inversión) de forma clara y con números reales

En mi caso sigo la siguiente regla: *“Si soy capaz de justificar el ROI proporcionando un alto valor al cliente cotizo un 20% adicional. Si no puedo un 0%”*

### ✓ PASO 10 - SÚMALO TODO 📌

***Presupuesto mínimo del proyecto = Resultado PASO 5 +  
Resultado PASO 6 + Resultado PASO 7 + Resultado PASO 8 +  
Resultado PASO 9***

Y como gráficamente todo se ve mucho mejor, te muestro una plantilla, ejemplo que puedes seguir paso a paso.

**NOTA 1:** *Está inspirado en un caso real de un presupuesto para ayudar a una gran empresa a seleccionar un fabricante e implementador de CRM adecuado a sus necesidades.*

**NOTA 2:** No olvides sumar al precio final (actividades + potenciadores) los gastos de proyecto (desplazamientos, viajes, material gráfico a imprimir...)

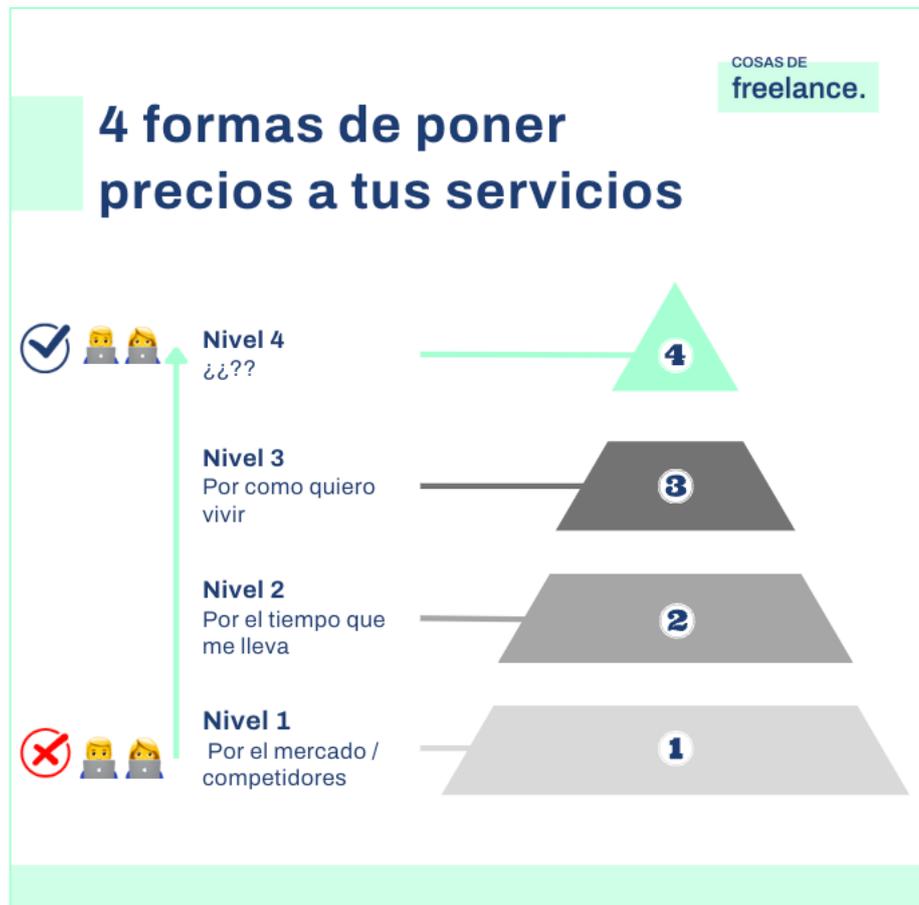
## 10 pasos para calcular el precio de tu proyecto según el tipo dedicacado (+4 potenciadores de tu presupuesto)

COSAS DE  
freelance.

Tarifa €/h		60		
Actividades	Unidades	Horas por tareas	Horas estimadas	Coste
Kick off interno - Preparación y realización	1	4	4	€ 240
Organización de reuniones one to one	14	0,4	5,6	€ 336
Creación de guión para las sesiones y plantilla de recogida de datos	14	0,4	5,6	€ 336
Realización de entrevistas	14	1,5	21	€ 1.280
Documentación de entrevistas con actas	14	0,75	10,5	€ 630
Documento de requerimientos detallado	1	16	16	€ 960
Búsqueda de 4 proveedores cualificados	1	4	4	€ 240
Sistema de selección del proveedor	1	4	4	€ 240
Envío de requerimientos	4	1	4	€ 240
Resolución de dudas	4	2	8	€ 480
Recepción de oferta y comparativa	4	6	24	€ 1.440
Organización de demos de proveedores (si fuera necesario) y presentación de sus ofertas	4	3	12	€ 720
Negociación con proveedores tanto para la implementación como para las licencias	4	2	8	€ 480
Selección del mejor	1	8	8	€ 480
<b>(I) Total actividades de proyecto</b>			<b>134,7</b>	<b>€ 8.082</b>
Potenciador 1 - Gestión de cliente y de proyecto	10% - Es una empresa pequeña /mediana donde hay un solo interlocutor	10%	13,47	€ 808
Potenciador 2 - Sesgo de optimismo	20% - Es un proyecto con mayor indefinición	20%	26,94	€ 1.616
Potenciador 3 - Carga de trabajo	10% - Estoy en un época con carga de trabajo alta	10%		€ 808
Potenciador 4 - Justificación del valor aportado	0% - No soy capaz de justificar el ROI proporcionando un alto valor al cliente	0%		€ -
<b>(II) Total Potenciadores</b>				<b>€ 3.233</b>
Gastos de proyecto (I)				€ -
Gastos de proyecto (II)				€ -
.....				€ -
<b>(III) Total Gastos de proyecto (desplazamientos, impresiones...)</b>				<b>€ -</b>
<b>(VI) TOTAL</b>			<b>175,11</b>	<b>€ 11.315</b>

Ejemplo de plantilla con 10 pasos para calcular el precio de tu proyecto

## 👤👤 #MÉTODO 3- POR TUS GASTOS Y ESTILO DE VIDA



*Nivel 3 de la pirámide de los 4 métodos: por como quiero vivir*

Las 4 formas de poner precios a tus servicios

La utilidad real de este método es que te da una referencia interesante de cuál es tu tarifa mínima objetivo.

Vamos a ver cómo se hace esto de “*en base a tus gastos y estilo de vida*”

Es fácil.

Solo tienes que (I) seguir 2 pasos y (II) no olvidarte de 2 cosas.

### Los 2 pasos

💰 **Paso 1: decide cuánto quieres ganar**

Tan simple como coger todos los gastos que conlleva tu estilo de vida para, así, poder ver cuál es la cantidad que necesitas ingresar para cubrir tu día a día.

A estos añádele una cantidad de ingresos adicionales que quieras, por ejemplo, para ahorrar (porque sabes que debes ahorrar ¿verdad?).

También añádele los gastos que tengas como empresa / autónomo.

## Paso 2: decide cuánto quieres trabajar

¿Cuántas horas vas a trabajar? ¿40 a la semana? ¿Menos? ¿Más?

¿Y cuántos días vas a descansar? ¿20? ¿30? ¿40?

Recuerda: ahora eres “free” así que puedes decidir.

## Las 2 cosas que no puedes olvidar.

Venga, toma nota, que aunque diría que son obvias, a más de uno se le olvidan:

### Recordatorio 1: No todas las horas son facturables

### No te recomiendo que uses 8h al día en el paso 2.

¿Por qué Jorge?

Pues simplemente porque el 100% de tus horas no son facturables.

En tu día a día vas a tener que dedicar tiempo a:

- Vender y, si quieres mejorar tu tarifa, trabajar en tu marca personal.
- Hacer cierto trabajo administrativo (facturación, gastos, impuestos...). Una gran parte se puede delegar, como hago yo con **Leire**, pero no puedes delegar el 100%. Es tu negocio, así que más te vale tener cierto control.
- Formarte y estar al día. Si no te gusta, ya te puedes olvidar de ser freelance.
- Y lo más importante, dedicar tiempo a pensar cómo hacer crecer tu negocio (documentar casos de éxito, mejorar tu web (o crearla si

no tienes), pensar en nuevos servicios que ofrecer, pensar cómo paquetizarlos...).

Entre 5 - 6 horas facturables diarias creo que es un buen rango para el cálculo.



## Un año tiene aproximadamente 225 jornadas laborables

Aunque tú eres “free” te viene bien saber que el común de los mortales suele trabajar unas 225 jornadas : “365 días - 104 sábados y domingos que tiene un año - 14 festivos - 22 días de vacaciones”.



## Recordatorio 2: No te olvides de que tienes que pagar a tu socio

Ese “socio” que siempre está ahí.

Ese “socio” que siempre te acompaña.

Ese “socio” que te ayuda pone la mano siempre que puede.

Ese “socio” que te cobra una cuota aunque factures 0€.

Seguro que ya lo has adivinado. Nuestra querida Hacienda (Seguridad Social + IRPF)

Una fórmula que puedes recordar (aunque bastante inexacta, ya que lo que cobra el “socio” depende en gran parte de cómo de bien - o mal - te vaya tu negocio) es que ellos se van a llevar el 40% de lo que ganes (sin hablar de IVA para simplificar porque si no es bastante más).

---

Veamos todo esto con un ejemplo:

- Si tienes un estilo de vida que te lleva a gastar de 24.000€/año (2.000€/mes).
- Quieres ahorrar 6.000€/año (500€/mes).
- Has decidido que vas a trabajar 40h a la semana, de las cuales el 30% no son facturables.

- Has decidido que vas a trabajar 225 días (aunque estimas que 5 estarás enfermo) por tanto, se quedan en 220.
- Supongamos que tu socio se lleva un 40% entre cuota de autónomos e IRPF (IVA lo dejamos por fuera por simplificar).
- Tienes unos gastos como empresa de 4.800€/año (400€/mes) (ej: pago de licencias informáticas, hosting de tu web, coworking, asesor fiscal...).

Ahora tan solo te basta seguir la fórmula de la imagen y despejar la "X":

COSAS DE  
freelance.

## Decide tu tarifa horas según tus gastos y estilo de vida

Usa esta fórmula y despeja la X 🙌

**Cuánto quieres ganar = cuánto quieres trabajar \* X €/h**

Siendo,

- **Cuánto quieres ganar** = (gastos personales + ahorro) / (1- %impuestos) + gastos de empresa
- **Cuánto quieres trabajar** = días que trabajas \* horas que trabajas \* % de estas que son facturables

### Fórmula para calcular tu tarifa según tu estilo de vida

Si ponemos los datos del ejemplo en la fórmula de la imagen:

$(24.000€ \text{ de estilo de vida} + 6.000 \text{ de ahorro}) / (1 - 0,4 \text{ (el 40\% que se lleva tu socio)}) + 4.800€ \text{ de gasto de empresa}$

=

$$220 \text{ días de trabajo} + 8h/d * 0,70\% \text{ facturable} * x€/h$$

Despejando la x de la ecuación (sí sí cómo cuando estabas en el cole)...Tendrás que cobrar:



**44,48€/h**

Pues ahí lo tienes.

Ahora ya sabes la tarifa por debajo de la cual no deberías aceptar ningún cliente.

Y como hacer todos estos cálculos igual es algo lioso, te doy dos truquitos que te ayudarán:

**(I) Pregúntale a tu socio de verdad (que ya sabes que Hacienda no es). Me refería a aquel que te apoya y vela por tu bien, ChatGPT.**

Copia y pega este “prompt” tal cual en ChatGPT sustituyendo los datos del ejemplo por tus datos y ✨ **tachán** ✨.

ChatGPT te devolverá la tarifa exacta.

Pruébalo ya verás:

*“Actúa como experto en tarifas.*

*Dadas las siguientes variables que te voy a proporcionar, quiero que me digas a qué precio debería cobrar mi hora de trabajo facturable:*

- *Voy a trabajar 8 horas al día, pero solo el 70% de éstas las puedo cobrar a clientes.*
- *Voy a trabajar 225 días al año de los cuales 5 voy a estar enfermo, por lo que solo podré trabajar 220.*
- *Hacienda se lleva el 40% de lo que gano.*

- *Mi empresa tiene unos gastos de 4.800€/año que no pagan impuestos pero habría que sumar a los ingresos necesarios anuales*

*¿Cuál debería ser mi precio hora de trabajo facturable para cobrar 24.000€/año teniendo en cuenta que además quiero ahorrar 6.000€ adicionales?"*

**Nota:** *generalmente funciona pero repasa el resultado por si acaso, que a veces ChatGPT se lía y devuelve algún que otro resultado diferente*

## **(II) Usa esta calculadora freelance hecha por Laura López y mete tus propios datos**

De nada por estos dos regalitos 😊

---

### **Como has visto, es un método:**

- ✅ Muy útil para tener una referencia de una tarifa objetivo (o al menos una tarifa mínima para cubrir tu estilo de vida).
- ✅ Que sirve para saber si descartar o no algo cuando el precio está definido. A veces los precios vienen definidos así que, de esta forma, podrás saber si te interesa o no.

### **Pero tiene varias limitaciones:**

- ❌ No tiene mucho sentido que alguien cobre más porque tiene más gastos que otro. ¿No crees?
  - ❌ Es un método que no tiene en cuenta todas las variables que veíamos en el nivel II como el sesgo de optimismo, la dedicación a la gestión del cliente y del proyecto....
- 

Hasta aquí el nivel III de tarifas.

*Cosasdefreelance.com*

Con la información que llevas hasta ahora creo que ya eres todo un experto en tarifas freelance.

De hecho, ya casi estás en la cúspide de la pirámide.

Estás rozando la perfección.

Solo nos queda ver el nivel IV. Vamos a ello.

## 👤👤 #MÉTODO 4- POR EL VALOR QUE APORTAS

Te presento el método 4

### 4 formas de poner precios a tus servicios



*Nivel 4 de la pirámide de los 4 métodos: por el valor que apporto*

A ver, a ver Jorge.

Muy guay esto del valor que aportas, pero:

- ¿Cómo sé el valor que apporto?
- ¿Cómo lo demuestro?
- Y lo más importante, ¿Cómo voy a vender por el valor que apporto si mi competencia lo vende dos o tres veces más barato?

Vayamos por partes 📌

## 1. ¿Por qué debes cobrar por el valor que aportas?

Pues simplemente porque al cliente le da igual el tiempo que le dediques, le importa el resultado que produzcas.

Repito, por si has leído rápido.

### **AL CLIENTE LE DA IGUAL EL TIEMPO QUE DEDIQUES.**

*Cuando vas cogiendo experiencia en esto de prestar servicios te das cuenta de que al final del día, de la semana, del mes o del proyecto a un cliente le da igual el tiempo que le hayas dedicado, lo que le importa es el valor que hayas aportado*

Y es que los humanos somos simples y no nos lo pensamos mucho cuando hay que comprar algo que entra dentro de las compras impulsivas (las compras de Zara o las de Amazon lo son, nuestros servicios normalmente no).

En cambio, en las no impulsivas, la persona hace un balance mental donde calcula si el valor que le aporta esa compra compensa el coste que le supone. Si:

(I) La respuesta es afirmativa y

(II) Se encuentra en un momento donde tiene un motivo para conseguir ese valor ahora y no posponer la compra.

Simplemente comprará.

### **EN RESUMEN, QUE SI QUIERES COBRAR MÁS, DEBES AUMENTAR EL VALOR DE LO QUE ENTREGAS.**

Si todavía no te he convencido, [mírate este vídeo de 30 segundos](#) que seguro que lo hace.

## 2. ¿Cómo maximizamos el valor?

Como ya me vas conociendo y te estás dando cuenta que soy un hombre fórmulas, vamos a tratar de desentrañar qué significa esto de valor.

Alex Hormozi explica muy bien la fórmula del valor en su libro [Ofertas de 100 M\\$: Cómo hacer ofertas tan buenas que la gente se sienta estúpida si las rechaza](#).

La fórmula tiene 4 puntos (dos que hay que intentar maximizar   y otros dos que debemos minimizar  ):

$$\frac{\text{Resultado Soñado} \times \text{Probabilidad Percibida de Éxito}}{\text{Demora} \times \text{Esfuerzos y Sacrificios}} = \text{Valor}$$

Es decir, si quieres incrementar el valor puedes hacer hasta 4 cosas:

#### Maximizar el resultado soñado

Ya hemos hablado de ello en [las propuestas ganadoras](#).

- Cuando hagas un presupuesto, insiste (aunque parezca obvio), en lo que el cliente va a conseguir.
- Píntale un escenario de cómo sería su futuro si te contratara.
- Demuestra el ROI (retorno de la inversión) que va a obtener.

#### Maximizar la probabilidad de consecución del resultado soñado o lo que es lo mismo, reducir el riesgo de no conseguirlo

Desde el primer momento en el que conozcas a tu potencial cliente, intenta disminuir el riesgo percibido de que el proyecto pueda salir mal. Estarás disminuyendo la percepción del riesgo cuando:

- Aportes testimonios y casos de éxito de cómo has solucionado situaciones similares.

- Introduzcas garantías dentro de tu servicio (ej: si no consigo esto, no te cobro).
- Muestres una imagen profesional, por ejemplo, usando una web o una plantilla de presupuesto muy cuidada visualmente.

Hay mil formas de reducir el riesgo, pero bueno, esto da para una edición aparte.

#### 📌 **Minimizar el tiempo de conseguir el resultado soñado**

Debes intentar reducir el tiempo que pasa para que el cliente perciba el beneficio.

Por ejemplo, si vas a hacer un proyecto cuya duración son 6 meses, no le digas al cliente que tiene que esperar 6 meses para ver el resultado. En la primera semana dile que le vas a entregar algo pequeñito que ya le va a aportar. Es lo que, tradicionalmente, se llama encontrar un *“quick win”*.

#### 📌 **Minimizar el esfuerzo de conseguir el resultado soñado**

¿Sabes cuál es la pregunta que más me hacen cuando presento una propuesta?

- No es *“¿Qué experiencia tienes en esto?”*
- Ni *“¿Y esto cómo lo vas a hacer?”*
- Ni siquiera *“¿Cuánto me va a costar?”*

La pregunta estrella es ***“¿Y yo a esto cuánto tiempo le tengo que dedicar?”*** Y es que ésta es la máxima preocupación del cliente que, seguramente, ni habías caído que tenías que resolver.

En el proceso de venta explícale bien el tiempo que va a tener que dedicar y cuéntale qué cosas vas a hacer tú para que él tenga que dedicar el menor tiempo posible.

### **3. ¿Cómo demostramos el valor?**

Y, como todo, con un ejemplo se entiende mejor. Vamos a ello:

Supongamos que eres especialista en hacer webs en el sector turístico y que te contacta una agencia especializada en viajes de luna de miel.

*Cosasdefreelance.com*

Contratar a alguien para que te haga una web no es algo especialmente caro. A poco que busques encontrarás presupuestos por unos 2.000€ o incluso menos (o también puedes beneficiarte del Kit Digital claro...).

Lo importante aquí es entender **por qué tu cliente potencial necesita una web.**

Hablando con el cliente puedes darte cuenta de que:

- Quizás una gran franquicia de viajes ha puesto su local cerca de la oficina de tu cliente y, por tanto, sus ventas han caído.
- O que, debido a la inflación, tanto lo vuelos como el alquiler del local han subido y, por tanto, sus márgenes han bajado
- ....

Una vez que entiendas el problema real del cliente (acuérdate de que esto se consigue escuchando y escuchando, no hablando de ti y de lo bueno que eres), es cuando tendrás que trabajar en **demostrar al cliente por qué una web es la solución a sus problemas actuales y es lo que hará crecer sus ingresos futuro**

Y ahora, sí que sí, saca tu propio “*Sherlock Holmes*” a pasear y empieza a preguntar y a conseguir datos.

Algo tal que así:

**Tú:** “*¿Cuál es el valor promedio de un viaje de los que vendes?*”

**Empresa Organizadora de viajes de luna de miel:** “*10.000€ el viaje*”

**Tú:** “*¿Con cuántas parejas necesitas hablar antes de conseguir que te compren un viaje?*”

**Empresa Organizadora de viajes de luna de miel:** “*De cada 4 parejas que vemos, una acaba contratando un viaje con nosotros*”

**Tú:** “*Cuando consigues un cliente, ¿qué probabilidad hay de que este te traiga un nuevo cliente?*”

**Empresa Organizadora de viajes de luna de miel:** “Con un 50% de probabilidad me traerá uno nuevo”

Es decir, ya sabes que cada nueva visita tiene un valor de 2.500€ (10.000€/viaje \* 25% de tasa de conversión) + 1.250€ (50% de probabilidad de que te genere otra visita).

Vaya que por cada potencial cliente que traigas, le estarás consiguiendo 3.750€ de facturación.

Si una vez que sabes esto le dices al cliente:

**Tú:** Voy a centrarme en construir un sitio web que consiga traerte al menos 1 potencial cliente nuevo a la semana. Eso significa que obtendrás 195.000€ ingresos adicionales al año gracias a este sitio web (3.750€ del valor del potencial lead\* 52 semanas).

**Empresa Organizadora de viajes de luna de miel:** WOW 🤑🤑🤑, eso suena bien. Contratado.

De esta forma si el cliente tiene sobre la mesa:

- Una oferta de 2.000€ para la creación de una web de las que veíamos al inicio.
- Una oferta de 20.000€ donde tú le muestras el valor que va a obtener al conseguir potenciales clientes: más dinero para la empresa (195.000€ adicionales al año).

¿A quién crees que cogerá?

¿La nuestra x10 veces más cara que refleja que hemos entendido las necesidades reales del cliente (más potenciales clientes, no una web) y le hemos planteado (con sus números) el futuro ideal?

¿O la de la competencia 10 veces más barata?

Te dejo que lo reflexiones.

# COSAS DE freelance.

**MUCHOS MÁS SOBRE EL MUNDO FREELANCE EN  COSASDEFREELANCE.COM**

Si eres o quieres iniciarte en el mundo freelance, que esta sea tu forma de vida, eligiendo los clientes y proyectos que realmente te gustan, **¡apúntate gratis a mi newsletter** y recibe cada semana consejos para conseguirlo!