



Gestión de mercados de productos turísticos

## Propuesta comercial

## Propuesta comercial

La propuesta comercial es el documento que entrega un vendedor a un cliente presentando su oferta comercial y a la empresa. En esta se referencia la información relevante de portafolio (para el caso del turismo, haciendo énfasis en el producto turístico) y se definen las características y condiciones (en caso de que aplique) que tiene la compañía para la venta de sus bienes/servicios. Es importante aclarar que las propuestas comerciales son muy utilizadas en ventas de servicios que requieren una toma de decisión larga, por ejemplo, los viajes, las vacaciones y los servicios empresariales, ya que en ventas al cliente final o al detal (por unidades) el proceso es un poco más informal dado que no suele mediar una propuesta, considerando que el vendedor presenta su portafolio esperando una aceptación rápida/inmediata por parte del cliente.

La propuesta comercial es fundamental por varias razones: **formaliza el proceso comercial**, es decir, muestra estructura por parte de la empresa y el vendedor; **sirve de soporte** para cada una de las partes (empresa - cliente) en el momento de tener inquietudes respecto a lo ofrecido/adquirido y permite ser una **herramienta de comparación** entre alternativas por parte del cliente.

Respecto a la propuesta comercial es importante referenciar que el rol (cargo) responsable de realizarla es el vendedor, no obstante, en algunas empresas muy organizadas cuentan con *templates* (plantillas) o proformas, que son creadas para estandarizar y facilitar la labor comercial.

### IV. Términos de la cuenta abierta (arriesgado)

- a. **Portada:** incluir la ciudad, fecha, nombre y cargo de la persona la cual va dirigida la propuesta comercial.
- b. **Presentación de la empresa:** es crucial mencionar la experiencia de la empresa, los casos exitosos, clientes actuales, etc.
- c. **Detalle:** este apartado se centrará en el análisis del cliente, por tanto, se deben referenciar las características del producto turístico, el precio (se sugiere incorporar una tabla de descuentos o lista de precios según la cantidad adquirida por el cliente), tiempos de entrega (si aplica) y forma de pago. En este punto, es importante tener en cuenta que cuando el producto tiene componentes técnicos altos, se debe detallar en este punto haciendo uso de planos, topologías, flujos, imágenes o aquello que permita un mejor entendimiento del bien.

Asimismo, es crucial, en caso de que sea viable, exponer varias alternativas con el fin de que el cliente pueda analizar varios escenarios para la adquisición del producto.

**d. Vigencia de la propuesta:** siempre se debe referenciar cuál es la vigencia por la cual se sostienen las condiciones indicadas, usualmente se especifican en días calendario. Ejemplo: propuesta válida por 60 días.

**e. Datos de contacto del vendedor:** especificar nombres y apellidos completos, cargo, número telefónico de contacto y e-mail corporativo (es decir, no el personal sino el de la empresa).

### Figura 1

*Esquema visual de una propuesta comercial*



Como consejos adicionales, se sugiere firmar la propuesta, enumerar las páginas de la propuesta, incorporar el logo de la empresa como encabezado (en caso de que la empresa no tenga papel membrete) y revisar muy bien la ortografía.

### Formalización de la venta

Es un proceso necesario cuando el cliente acepta la propuesta comercial para ventas masivas al cliente final; usualmente, es la factura la que cierra el proceso. Sin embargo, en ventas más técnicas, empresariales, con pagos recurrentes o de servicios, se suelen mencionar los contratos.

Los contratos son documentos de formalización que aplican cuando se adquiere un bien o servicio que tenga asociados pagos recurrentes, o cuando se van a generar relaciones comerciales entre dos agentes. Tienen como características que:

- Deben quedar por escrito (salvo que la venta se realice de forma telefónica y el cliente manifieste estar de acuerdo con las condiciones referenciadas por la empresa).
- Deben ser firmados y/o aceptados por cada una de las partes participantes en el mismo.
- Tienen validez jurídica.
- Se efectúan de forma consensuada, es decir, debe existir la voluntad de cada una de las partes.
- El objeto del contrato debe ser lícito (legal).
- Se debe especificar claramente el objeto del contrato, duración, obligaciones de las partes, tiempos de entrega y sanciones.