

EL PRECIO ES EL REFLEJO DEL VALOR

Poner un precio a lo que uno hace es en parte ponerle valor al trabajo propio. Esto refleja cómo nos vemos y nos valoramos.



| Por la **Comisión de Honorarios**

Precio y valor

Según el *Diccionario de la lengua española*, el vocablo *precio* se define como el 'valor pecuniario en que se estima algo' o como una 'contraprestación dineraria', mientras que el *valor* se destaca como el 'grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar y deleite'.

Generalmente, un cliente considera que los servicios tienen un precio justo cuando el valor adquirido supera el honorario y que un precio es caro cuando el honorario supera el valor potencial. ¿Cómo podemos buscar un equilibrio entre precio y valor?

«Tus honorarios son muy altos»

A la hora de tratar con clientes directos, frecuentemente nos enfrentamos a la objeción «Tus honorarios son muy altos». Nuestra primera reacción es quejarnos y ofendernos, sin pensar en que, muchas veces, el cliente no entiende de qué se tratan nuestros servicios.

Hay quienes al oír este comentario cometen el grave error de rebajar automáticamente los honorarios con el fin de asegurarse el trabajo. Decimos que es un error grave porque el cliente rápidamente se dará cuenta de que puede negociar con nosotros de la manera que a él le conviene y obtener un precio aún más barato.

Por el contrario, ante una afirmación semejante, debemos dedicar el tiempo necesario a explicar por qué el precio que ofrecemos lleva incluido un valor agregado.

Educar al cliente

Para el consumidor en general, el valor es el precio que este está dispuesto a pagar a partir de los atributos que ve en el producto o servicio.

Cuando nos cuestionan nuestros honorarios por considerarlos caros, la primera respuesta debería ser «Caro en comparación con qué otra cosa». Seguro escucharemos que otros les ofrecen el mismo servicio por un precio más económico, algo que simplemente no podemos evitar. Lo que sí podemos hacer es explicar por qué nuestros honorarios son más elevados.

Empecemos por marcar la diferencia entre un traductor profesional y una persona que cree que es traductor por conocer el idioma. Luego, podemos resaltar la importancia de la especialidad sin dejar de destacar los beneficios que se ofrecen con nuestros servicios.

Además, debemos demostrarles que una traducción bien hecha de sus documentos puede significar más ganancias para su negocio, por lo que se debe considerar como una inversión a futuro. Y, por el contrario, cómo una traducción realizada por quien no es profesional puede ocasionar graves perjuicios a su empresa.

Una buena manera de hacerlo es contarles casos de éxito de otros clientes que usaron nuestros servicios, por ejemplo, o de clientes que tuvieron que recurrir a nosotros tras darse cuenta de que por pagar un precio más bajo en las traducciones de sus sitios web o documentación estaban perdiendo clientes o daban una mala imagen.

Seguramente, un cliente que se preocupa por el perfil de su negocio sabrá entender lo que le estamos queriendo decir y entenderá el valor agregado incluido en el precio.

Sin embargo, hay clientes que no comprenden el valor que aportamos a su trabajo al realizar una traducción profesional y de calidad, porque simplemente no se preocupan por su negocio.

Si ellos no lo hacen, ¿por qué nos vamos a preocupar nosotros!

Como dice Chris Durban en su libro *The Prosperous Translator*, «rebajar los honorarios para satisfacer a los *bottom-feeders* (aprovechador, según el diccionario Collins) no es una buena estrategia de negocios. Es una propuesta horrenda con consecuencias terribles, no solo para el traductor, sino para toda la industria». Por lo tanto, no debemos perder el tiempo tratando de justificar los honorarios a los *bottom feeders*, ya que siempre buscarán el precio más bajo sin importar la calidad o las consecuencias.

Saber reconocer a los clientes y poder explicar por qué nuestros honorarios implican un valor agregado más allá del precio es un paso fundamental para lograr negociaciones exitosas. Si podemos aplicar estos conceptos, nos garantizamos no perder el tiempo en quien no lo vale y poder concentrarnos en los clientes potenciales que están interesados en nuestros servicios.

La Comisión de Honorarios evalúa todos los comentarios y casos concretos recibidos en nuestra dirección de correo electrónico honorarios@traductores.org.ar y sobre la base de estos planifica el año de trabajo. Si te interesan estos temas y querés aportar tu grano de arena a la Comisión, nuestras reuniones durante 2017 serán los siguientes miércoles de cada mes: 15 de marzo, 12 de abril, 14 de junio, 12 de julio, 9 de agosto, 13 de septiembre, 11 de octubre, 8 de noviembre y 13 de diciembre, siempre a las 18.30. La excepción será el jueves 4 de mayo, cuando tendremos una reunión abierta y especial dedicada exclusivamente a la Comisión de Traductores Noveles. Te esperamos. ■