



DEFIENDE TU PRECIO

La Guía Anti-Descuento

Yo no dirijo mi negocio por intuición. Lo dirijo con sistemas.

Si para cerrar una venta tienes que dar un descuento, no estás vendiendo: estás pagando para que te compren. Y ese descuento no sale de tus costos — sale directo de tu sueldo.

1. La matemática del descuento *10% menos precio = 50% menos ganancia*

Un descuento pequeño en el precio es un descuento GRANDE en tu ganancia. Compruébalo:

VENTA NORMAL		CON 10% DE DESCUENTO	
Precio	\$100	Precio (-10%)	\$90
Costo	\$80	Costo (igual)	\$80
Ganancia	\$20	Ganancia	\$10

-50%

Bajaste el precio 10% y perdiste la MITAD de tu ganancia.

A fin de año, un 10% sobre la mitad de \$500,000 en ventas con margen del 20% son \$25,000 que desaparecen de tu bolsillo — por sonar "flexible".

2. Tu piso no negociable *el número por debajo del cual la respuesta es NO*

PISO = Costo real + Tu tiempo + Gastos fijos por unidad

Muchos venden "con ganancia" y pierden porque nunca metieron su propio tiempo en la cuenta. Cuando conoces tu piso, el descuento deja de ser emoción y se vuelve matemática:

- Arriba del piso → negocias.
- En el piso → ese es el precio.
- Abajo del piso → no es cliente.

Mi piso por unidad / servicio es:

\$ _____ *Escríbelo — y no lo vuelvas a cruzar.*



¿Quieres ver los ejemplos con números? Mira el video:

"El Descuento Sale de Tu Sueldo: 3 Reglas para Defender el Precio"

youtu.be/____ · youtube.com/@PedroNunezBautista



DEFIENDE EL PRECIO SIN PELEAR

Los 3 movimientos + la objeción

Yo no dirijo mi negocio por intuición. Lo dirijo con sistemas.

Defender tu precio no es pelear. Es cambiar la conversación: del precio al resultado, y del descuento a los términos. Estos son los 3 movimientos.

Los 3 movimientos *en vez de bajar el precio*

1

VENDE EL RESULTADO

No vendas el precio; vende lo que el cliente gana. Un plan de \$2,000 y uno de \$8,000 se comparan distinto cuando el segundo le devuelve \$50,000.

2

DESAGRUPA, NO DESCUENTES

Si quiere pagar menos, que reciba menos. Quita alcance, no precio. Así el precio sigue siendo tu precio y el cliente elige qué compra.

3

CEDE EN TÉRMINOS, NO EN PRECIO

Plazo, entrega o forma de pago: sí. Precio: no. Única excepción: bajas algo a cambio de algo (volumen, pago adelantado, un caso de estudio) — nunca gratis.

El guión: "tu competencia me cobra menos" *palabra por palabra*

"Entiendo, y tiene sentido comparar. Si mi único trabajo fuera ser el más barato, tendría razón. Pero usted no me contrata por el precio — me contrata por el resultado. Le puedo dar el precio de ellos... con el alcance de ellos. O hablamos de lo que de verdad necesita y lo hacemos bien a la primera. ¿Cuál prefiere?"

Recap: las 4 reglas para defender el precio *pégalo cerca del teléfono*

- 1 Un descuento pequeño te cuesta la MITAD de tu ganancia.
- 2 Conoce tu piso: por debajo de ese número, la respuesta es NO.
- 3 Vende el resultado y desagrupa — no descuentos.
- 4 Cede en términos (plazo, entrega, pago), nunca en precio.

Tu margen no es codicia — es lo que te deja contratar, mejorar y seguir existiendo el año que viene. El que solo compra por precio, por precio te deja.

¿No sabes cuál es tu piso ni tu margen real?

Vemos tus números juntos en tu llamada de diagnóstico gratis — 30 minutos.

calendly.com/pedronunez-theclarityadvisorygroup/llamada-descubrimiento-30-min