

Tipos de trabajo

Editorial.

Categorías (Revista, Cuéngento, Libros.)

Lo ideal sería cobrar por página. Teniendo en cuenta la corrección de imagen (Iluminación, Saturación, Color.)

Se cobraría \$250 por página dependiendo el grado de dificultad del diseño.

Marca.

Categoría (Slogan, Logotipo., etc.)

Dependiendo de las tintas que desee el cliente y el diseño (Si es un diseño básico o muy elaborado).

Tiempo invertido en el diseño.

Sería un aprox de \$350 por

hora. Una imagen corporativa tendría

el costo aprox. de

\$9,000.

Cómo

Directorio

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras
RECTOR

Dra. María Rita Plancarte Martínez
VICERRECTORA DE LA UNIDAD REGIONAL CENTRO

Dra. Arminda Guadalupe García de León Peñúñuri
SECRETARIA GENERAL ACADÉMICA

Dra. Rosa María Montesinos Cisneros
SECRETARIA GENERAL ADMINISTRATIVA

Dra. María Guadalupe Alpuche Cruz
DIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y BELAS ARTES

Dra. Glenda Bethina Yanes Ordiales
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

Responsable:

M.E. Andrés Abraham Elizalde García
COORDINADOR DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

ASPECTOS A EVALUAR

⌚ ¿Cuánto tardas en hacerlo?

De esa forma es más sencillo calcular prácticamente todo: desde diseños web, impresos, señalizaciones, identidades, videos, campañas, tipografías, publicidad, apps, etc. El secreto está en conocer tu cifra, en cuánto sale la hora de diseño. Existen distintas tablas de calculo en internet y así aplicar diferentes parametros para conocer el valor de tus horas.

💰 ¿En qué momento es indicado cobrar?

Desde que se realiza la cotización es importante contemplar el tiempo que te tomará diseñar y ejecutarlo, en caso de ser impreso u otro derivado. Ya existiendo el acuerdo entre cliente/ diseñador es hora de pedir un adelanto, el cual usualmente es un 50% o 40% del total. No olvides añadirlo al contrato para evitar problemas en el futuro.

📅 Tiempo de proyectos

Hay que contemplar que cada quién trabaja a un ritmo diferente: que te tome más tiempo en trabajar un proyecto a comparación de un compañero, no significa que debas cobrar menos. Lo importante es saber organizar tus tiempos con el cliente y contigo mismo para evitar trabajos acumulados y/o malas ejecuciones en el proyecto.

🤝 Pedir consejos a otros diseñadores

Es importante el buscar opiniones o formas de cobrar de diseñadores con mayor experiencia, no te quedes solo con lo que sabes, busca más allá sin limitarte; cada uno ha tenido experiencias diferentes a la hora de trabajar y cobrar a los clientes, siempre habrá algo distinto y algo en común que te harán saber.

👉 Seguridad en ti

Practica con confianza en trabajos pequeños, trabajos que piden familiares, amigos, personas, etc. No rechaces ningún proyecto por más pequeño que sea, una vez teniendo experiencia, cobrar será más fácil y lo dominarás.

❤️ Valora tus trabajos/calidad/esfuerzo

Toma en cuenta el esfuerzo que te toma hacerlo, sin ignorar la calidad. Hacer trabajos de calidad es importante porque ahí se refleja el esfuerzo que implementaste y no hacerlo ver como si estuviera hecho en unos cinco minutos o con flojera, solo porque es un folleto para un lugar pequeño. El proyecto siempre debe ajustarse a las necesidades del cliente sin olvidar tu trabajo como diseñador, el cual es guiar al cliente. Nunca odies lo que haces: cada uno de tus proyectos te hacen crecer como diseñador, siempre será permitido equivocarse, los diseñadores no somos robots; en cada proyecto aprendes algo nuevo.

Guía básica de precios

Dándote a conocer



Facebook e Instagram son las redes sociales más populares, por lo que es obligatorio darte a conocer por estos medios. Es importante también tener un sitio web y una tarjeta de presentación.

Colaboradores

Danya Carolina Araujo Valenzuela
Lendy Cirenía Castro Hernandez
Garden Alicia Cordova Casas
Fernanda Franco Martínez
Misael Franco Valencia
Ana Laura Garcia Vazquez
Diana Fernanda Lazcano Durazo
Nancy Guadalupe Manríquez Lopez
Tabare Monzalvo Rivera
Daniel Alhondra Munguia Escobosa
Yuliana Casandra Ramirez Pineda
Martha Alejandra Rodriguez Ocaña
Lydia Celeste Rojas Leon
Andrea Guadalupe Rosales Diaz
Daniela Ruiz Vazquez
Ivan Alfonso Santacruz Galvez
Samuel Enrique Tapia Lopez
Ilse Graciela Valenzuela Mendez
Rachel Aylin Villegas Hernandez

Cobrar adostintas

Año4Número16 Octubre-Diciembre2019

Ilustración.

Se recomendaría cobrar por hora.

dependiendo también el tamaño del diseño.

Incluyendo el costo del equipo con el que se

trabajaría. Se puede cobrar x m2 y se cobra por

tiempo de preferencia que sea por minuto con

un costo de \$20 (Variaría si el cliente tiene listo

el diseño o si tu lo elaborarías.

Diseño digital.

Creación de página web o aplicación

Podrías cobrar por el número de

pantallas que te pidan, aprox. 5

pantallas tendría un costo de

\$7000 incluyendo barra de

contacto con la información establecida

por el cliente.

Métodos de pago

Efectivo:

El método más tradicional de todos se trata de la entrega casi inmediata y en físico del dinero. Pero es recomendable hacer uso de este método con proyectos pequeños como lo es la creación de un logo.

Facturación: es utilizado por proveedores de servicio para tener un comprobante legal de nuestro consumo y evitar problemas fiscales. El trabajo de diseñador gráfico es considerado un servicio por lo que debemos crear registro del dinero que obtenemos y el trabajo que hicimos.



Por banco:

Depositos: Se trata de una operación bancaria en la cual el cliente entrega una suma de dinero a alguna entidad para ser resguardada de forma segura en un banco para después ser entregada al proveedor del servicio y se cobra una pequeña comisión.

Transferencia: Es parecida al depósito con la diferencia de que se maneja de forma electrónica hace uso de los fondos del cliente y no cobra comisión si forman parte de la misma entidad bancaria. La única desventaja es que puede tardar un poco en transferir el dinero.



Cheque: Un método poco utilizado pero conveniente para proyectos muy costeados. Se trata de que el cliente entregue un permiso en forma de talón al banco de que retire dinero acordado de su cuenta y debes asegurarte de que el talón esté firmado por el cliente.

Recuerda que si haces uso de cualquiera de estos métodos debes tener a la mano tu información bancaria



Internacional:

Banco: si quieres mantener el dinero seguro en tu cuenta puedes preguntar en tu banco si manejan el servicio de transferencia Internacional. Pero una desventaja que tiene es que algunos bancos requieren de varios trámites y puedes tardar un tiempo en recibir el dinero.

Plataformas digitales: se trata de sistemas y aplicaciones que afilias a alguna cuenta para transferir sin tanto movimiento tu dinero. Ten en cuenta que cada plataforma tiene su propia política y estándares para la transferencia además de que cobra una comisión por su función.

Tipos de clientes

Una pequeña guía de qué tipo de clientela te espera al momento de cobrar, habiendo muchas personalidades entre la clientela a la cual prestamos algún servicio, a veces es necesario saber con qué personas nos podemos enfrentar en nuestra carrera profesional, y que esperar de ellos.

Incluso puedes ir formando tu propia experiencia, y maneras de lidiar con diversas situaciones o escenarios que tengas que interactuar con tus clientes.

El siguiente material puede herir los sentimientos o sensibilidad dependiendo de si eres cliente o diseñador; se recomienda discreción.

El Regateador: Este tipo de cliente siempre intentará pagar menos dinero del que se acordó inicialmente, o tratar de persuadir a que el diseñador baje el precio.

Siempre se debe asumir una postura fuerte ante el regateador, y estar seguro que tu trabajo realmente vale lo invertido.



El mala paga: Su nombre lo dice, no quiere pagar el dinero acordado, o no paga en el tiempo establecido.

Con este tipo de cliente se ocupa tener mucha paciencia,

pero si se persevera terminará pagando lo que debe.



El que si paga: Un tipo de cliente muy raro de encontrarse, ya que este si paga a tiempo la cantidad establecida, y a veces muy agradecido por el servicio.

Hay que tener mucho en cuenta a estos clientes, ya que se debe asegurar su preferencia por tus servicios.



El exigente: Este tipo de cliente a veces tiende a mal juzgar un servicio, lo cual lo orilla a negarse a pagar algo que se acordó, casi convirtiéndose en su primo cercano el mala paga. Este espécimen es el más común de encontrarse, pero hay de diferentes niveles, ninguno es igual a otro.

De igual manera se ocupa lidiar con ellos profesionalmente, a veces uno debe ceder antes sus reclamos y tener mucha paciencia, para así recibir la paga y evitar que el cliente haga alguna locura.

Saber hablar con el cliente

Exposición de precio al cliente:

Temores:

1. Que el precio sea muy alto y no quieran o no puedan pagar por el.

2. Dar el trabajo más barato de lo que pudiera ser.

Pasos para presentar el precio:

1. Exponer los beneficios del trabajo a corto, mediano y largo plazo.

2. Hacer parecer realmente una necesidad exigente para el cliente.

3. Proponer un precio justo sin titubeos y de manera segura.

Si el precio no es aceptado pueden existir dos razones:

1. Hay una competencia de diseño más barata y para ello tendremos que negociar porque nuestro trabajo es mejor.

2. La otra opción es que realmente no posee con los recursos y en esta ocasión la mejor opción es financiar para que pueda acceder.

Tips:

• Presenta tu trabajo con el valor correspondiente en cuanto a los resultados que brindará.

• Si el precio le parece muy alto pregunta las razones y trata de justificar el precio desglosado.

Algunas cosas que puedes hacer para una buena comunicación escrita son:

• Cuida la ortografía y la gramática, ya que ésta darán una imagen más profesional a tu mensaje.

• Dirígete a las personas por su nombre.

• Prefiere los mensajes personalizados, o los correos generalizados.

• Los mensajes deben de estar organizados, además de ser claros y concisos.

• Evitar el uso de palabras técnicas o poco comunes.

¿Cómo escuchar correctamente?

Son cuatro los pasos a seguir para poder lograrlo:

Paso 1: Captar el mensaje.

Para lo que requerirás de concentración y de una actitud receptiva y positiva.

Paso 2: Aclarar el significado. Es importante aclarar cualquier duda que surja, haciendo preguntas que te ayuden a comprender mejor el mensaje que el cliente está transmitiendo.

Paso 3: Observar el lenguaje no verbal.

El cuerpo también habla, los gestos, las posturas, los movimientos tienen un significado que complementa lo que la persona dice, aunque ésta no se dé cuenta de esto.

Paso 4: Resumen del mensaje.

Al terminar de hablar, hacer un resumen de lo que tú entendiste. Además de hacer que el cliente se sienta escuchado, también puede servir para aclarar cualquier malentendido que haya surgido.

