

# 6 pasos para ganar una licitación

## **Una plantilla o fórmula infalible para ganar cualquier licitación sería el sueño de todo contratista.**

Por desgracia, no hay un único método que funcione en todos los casos.

Cada propietario valora diferentes características de una oferta. Algunos se centran casi exclusivamente en el precio (algo bastante común), mientras que otros dan más importancia al plazo de ejecución del proyecto. Algunos valoran la apariencia y la presentación, mientras que otros seleccionan la oferta ganadora en función de tus conexiones con subcontratistas.

Aunque no hay una fórmula que garantice el éxito, a continuación hay algunos lineamientos que pueden aumentar tus probabilidades de ganar una licitación.







## Índice

01	Conoce qué es lo que necesitas antes de preguntar qué es lo que ellos quieren	04 →
02	Conoce a tu audiencia	05 →
03	Haz los deberes	06 →
04	Sigue las indicaciones	07 →
05	Distínguese del resto	08 →
06	Vende una relación, no una oferta	09 →

01

## Conoce qué es lo que necesitas antes de preguntar qué es lo que ellos quieren

No es sensato apresurarse a enviar ofertas para cualquier licitación. Identifica qué tipo de licitaciones realmente te interesa ganar antes de evaluar enviar ofertas para un proyecto en particular. Conoce cuáles son las licitaciones ideales, cuáles no son ideales pero valen la pena y cuáles debes evitar por completo. Esto hace que sea mucho más fácil identificar las buenas oportunidades.

A menudo, los contratistas envían ofertas para proyectos para los que no están preparados. Una analogía común es pensar en las licitaciones como guerras. Del mismo modo que no sería sensato atacar a un ejército más numeroso, no es sensato enviar ofertas para proyectos que estén fuera de tu alcance. Es aconsejable sólo enviar ofertas para proyectos cuyas expectativas tu empresa pueda alcanzar (si es posible, holgadamente).

Para evaluar si una licitación es adecuada para ti, puedes hacerte las siguientes preguntas:

- + ¿Cuánto dinero necesito ganar?
- + ¿Estoy en condiciones de conseguir la mano de obra, los materiales, los equipos, las licencias y el seguro necesarios para completar esta obra?
- + ¿Qué recursos —como materiales y mano de obra— necesitaré?
- + ¿Cuánto costarán estos recursos?
- + ¿Qué tan pronto puedo conseguirlos?
- + ¿Cuál es el plazo para ejecutar el proyecto?
- + ¿Qué tan flexible es mi programa de obra? ¿Podré adaptarme a eventuales demoras?
- + ¿Qué parte del trabajo realizará mi propia empresa?
- + ¿Qué parte se delegará a un subcontratista? ¿Cuánto costará subcontratar ese trabajo?

02  
—

## Conoce a tu audiencia

Como contratista, tus clientes pueden incluir propietarios de casas, propietarios de terrenos, otros contratistas que te subcontraten, u organismos públicos y gubernamentales. Sin importar con cuáles de estos tipos de clientes trates, debes realizar una investigación de mercado y desarrollar microestrategias para atraer a cada uno de ellos en función de sus intereses personales, sus debilidades y sus necesidades.

## Haz los deberes

Una vez que decidas enviar una oferta, debes ponerte a investigar. Busca información sobre tus clientes potenciales, particularmente qué buscan y cuánto están dispuestos a pagar por ello. Descubre exactamente qué quieren y alinea tu oferta con sus necesidades.



[George Hedley](#), autor del exitoso libro [Get Your Business to Work](#), explica este concepto con una analogía del mundo de la pesca. Hedley dice:

“Una licitación es como una tarde de pesca. Cuando vas a pescar y no tienes suerte, ¿qué haces? Pruebas diferentes técnicas, cambias la carnada o simplemente buscas otro lugar para pescar. Los contratistas generalmente no hacen lo mismo cuando no consiguen suficientes contratos de construcción. La mayoría de ellos siguen enviando ofertas a los mismos clientes una y otra vez con la misma carnada y las mismas estrategias de siempre. Muchas veces, los contratistas piensan que si envían ofertas para suficientes proyectos de las mismas empresas o entidades, eventualmente tendrán suerte. Sin embargo, esta mentalidad no suele conducir a resultados positivos. Al igual que en la pesca, hay que cambiar las estrategias de estimación y de presentación de ofertas para que los peces gordos muerdan el anzuelo. Hay que usar el anzuelo correcto, técnicas diferentes y carnada más tentadora para que el pez piense que tu carnada es mejor que la de la competencia, o simplemente buscar un mejor lugar para pescar”.

## Sigue las indicaciones

Haz lo que te piden. Sigue las instrucciones al pie de la letra. No omitas detalles, evites responder preguntas ni uses paráfrasis. Quizás pienses que no incluir algo significa que no serás responsable de ello más tarde. Sin embargo, no hacerlo podría parecer poco profesional o incluso engañoso. Si no puedes seguir las indicaciones de los documentos de licitación, el propietario pondrá en duda tu capacidad de ejecutar el proyecto.

**Responde las preguntas que realmente hacen, no las que tú tienes en mente. Si los planes no lo piden, no lo incluyas.**

Si enumeras todas tus calificaciones, no haces las cosas más fáciles sino más difíciles, lo que reduce tus probabilidades de ganar la licitación. Si el cliente requiere un esfuerzo adicional para descifrar tu propuesta, tendrá una mala impresión que perdurará en el tiempo.

Asegúrate de que tu oferta reúna los siguientes atributos para asegurarte de comunicarte tan franca y directamente como sea posible.

- + Completud
- + Claridad
- + Presentación clara y organizada
- + Facilidad de lectura
- + Exactitud





05

## Distínguese del resto

Busca formas de distinguirte de la competencia y mostrar el valor que puedes contribuir. Muestra al cliente beneficios que no encontrará en otra parte para darle motivos claros para escogerte. Si ofreces lo mismo que la competencia, solo puedes competir con el precio, y esa es una guerra difícil de ganar.

- + En primer lugar, ofrece al cliente lo que busca: no accesorios y complementos sino las cosas que solicitó expresamente.
- + Ofrece respuestas a sus problemas con soluciones integrales en lugar de parches parciales o temporales.
- + Reduce el riesgo.
- + Ofrece garantías.
- + Brinda atención al cliente superior con contacto personal cara a cara y respuestas oportunas a las inquietudes del cliente.



06

## Vende una relación, no una oferta

Ve más allá de los detalles y el papeleo: haz un esfuerzo por contactarte con el cliente potencial en persona. Procura vender una relación a largo plazo, no una oferta aislada. Establecer una relación personal con el cliente potencial es extremadamente importante. Intenta reunirte con él lo antes posible y tantas veces como sea posible. Si no puedes encontrarte en persona, intenta programar una reunión virtual. Solo deberías usar el correo electrónico como último recurso.

Así que recuerda...

1. Pregúntate si la licitación es realmente para ti
2. Conoce a tu audiencia
3. Haz los deberes
4. Sigue las indicaciones
5. Distínguese del resto
6. Vende una relación, no una oferta



**Creado por**  
**PROCORE TECHNOLOGIES, INC.**

Procore administra tus proyectos, recursos y finanzas desde la planificación hasta las etapas finales. Nuestra plataforma conecta a todos los involucrados en un proyecto —desde el propietario hasta el contratista general y los contratistas especialistas— con soluciones diseñadas específicamente para esta industria. Nuestro centro de aplicaciones App Marketplace reúne más de 150 soluciones de terceros que se integran a la perfección con la plataforma y te brindan la libertad de conectarte con la herramienta que mejor se ajuste a tus necesidades, incluso si no es nuestra. La capacidad de comunicar fácilmente los equipos más diversos rompe el aislamiento, permite que todos los involucrados hablen el mismo idioma y facilita la comunicación. De este modo, Procore brinda a tu equipo acceso a todo lo que necesita saber para hacer su trabajo.

---

Si tienes alguna pregunta,  
llámanos al +52 (55) 65991642

o escríbenos a:  
[ventas@procore.com](mailto:ventas@procore.com)

**HABLA CON UN EXPERTO**



**MIRA PROCORE TV >**

El canal oficial de  
YouTube de Procore



**MÁS RECURSOS >**

Libros electrónicos  
y descargas sin cargo