

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES · 1.º · PV · UNIDAD 1

Comprender cómo compra el cliente

Consumidor final y organización, quién decide, usa y paga, fases de la compra y factores

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- 👫 Distinguir al consumidor final del comprador organizacional y a las personas que intervienen en una compra.
- 👂 Separar lo que el cliente dice, lo que necesita y lo que tú interpretas.
- 🛒 Clasificar una compra como planificada, de rutina o impulsiva según indicios observables.
- 🔢 Ordenar las fases del proceso de decisión de compra y ver dónde cambian en una organización.
- 🧭 Clasificar los factores internos y externos de una compra y formular preguntas para comprobarlos.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Lunes 11/01/2027, primera semana de Marina en Linde Equipamiento (empresa ficticia de mobiliario para estudio y aulas). Por la mañana entra en la tienda Camilo, un estudiante de 19 años que busca una silla para estudiar en casa (cuenta CU-001, oportunidad OP-101). Por la tarde, Alfredo le pasa un aviso: Academia Cumbre pide doce sillas para sus aulas (CU-002, OP-102).

Marina había preparado una sola ficha de producto, la de la silla L1, y se da cuenta de que no sirve para las dos conversaciones:

❓ ¿Qué crees que quiere saber Camilo antes de comprar una silla? ¿Y una academia que compra doce?

❓ Si compras unas zapatillas, ¿quién decide, quién las usa y quién las paga? ¿Y si las compra un club para todo su equipo?

❓ ¿Has comprado alguna vez algo sin planearlo? ¿Qué pasó después?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **1.1** Consumidor final y comprador organizacional
- **1.2** Necesidades y motivaciones
- **1.3** Compra planificada e impulsiva
- **1.4** Proceso de decisión de compra
- **1.5** Factores internos y externos

Dos compradores, un mismo producto

Consumidor final

- Compra para uso privado
- Camilo, estudiante (CU-001)
- Decide, usa y paga él

VS

Comprador organizacional

- Compra para que la organización funcione
- Academia Cumbre (CU-002)
- Deciden, usan y pagan personas distintas

CLAVE

Lo decide el destino de la compra, no el importe.

Quién interviene en una compra

PAPEL	QUÉ HACE	EN ACADEMIA CUMBRE
Usuario	Utiliza el producto	Constanza
Decisor	Decide qué y a quién	Marcela
Pagador	Paga la factura	Federico
Prescriptor	Recomienda o condiciona	Constanza (respaldo regulable)

CLAVE

Habla con quien decide, con quien usa y con quien paga.

Planificada, de rutina o impulsiva



Planificada

Busca, compara y decide: Camilo y las sillas



De rutina

Repite una decisión: los folios de cada mes



Impulsiva

Decide en el momento por un estímulo

CLAVE

Un indicio no es una prueba: se contrasta con preguntas.

Las cinco fases de la compra

1. **Necesidad**
   Se detecta el problema.
2. **Búsqueda**
   Opiniones, tiendas y precios.
3. **Comparación**
   Precio, comodidad, plazo y garantía.
4. **Compra**
   Producto, lugar y forma de pago.
5. **Valoración**
   Comprueba si cumple; repite o reclama.

CLAVE
En una organización es colectiva, con autorización y documentos.

Factores internos y externos

FACTOR	TIPO	PREGUNTA DE COMPROBACIÓN
Presupuesto de Camilo	Interno	¿Es un máximo o un objetivo?
Amigo con la misma silla	Externo	¿Qué le gusta de ella?
Calendario de aulas	Externo	¿Qué pasa si llegan tarde?

CLAVE

Cada factor se escribe con su indicio y su pregunta, nunca como etiqueta.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · Dos fichas y un recorrido



Marina

¿La misma ficha sirve para Camilo y para la academia?

1. **Camilo** Uso, espacio y presupuesto.
2. **Academia** Quién autoriza, cuántas aulas y cuándo.
3. **Papeles** Marcela decide, Constanza usa, Federico paga.
4. **Recorrido** Cinco fases con autorización y documentos.
5. **Clave** Nada se decide por la edad ni la apariencia.

✔ **Primero pregunto, después recomiendo.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

¿Quién es el pagador en la compra de Academia Cumbre?

A Marcela, la directora

B Federico, el administrador

C Constanza, la profesora

✔️ Federico paga la factura; Marcela decide y Constanza usa las sillas.

REPASO

Ideas clave

- **Consumidor final y comprador organizacional.** Una persona, tres papeles. Antes de recomendar nada, averigua quién usa, quién decide y quién paga. Si hablas solo con el usuario, puede que el decisor no oiga nunca tu propuesta.
- **Compra planificada e impulsiva.** Compra planificada, de rutina e impulsiva. En una compra planificada (o reflexiva), el cliente sabe que necesita el producto, busca información, compara y decide.
- **Factores internos y externos.** Factores internos. Pertenecen a la persona y a su momento: la motivación (por qué quiere comprar), la percepción (cómo interpreta lo que ve: una silla barata puede parecer «de poca calidad»), el aprendizaje y la experiencia (compras anteriores), las actitudes (opiniones previas sobre una tienda o un producto), la personalidad (más prudente o más arriesgada) y las circunstancias personales (edad, etapa de la vida, situación económica).
- **Necesidades y motivaciones.** Modelo, no etiqueta. La jerarquía de necesidades te ayuda a hacer preguntas, no a poner etiquetas a las personas. Nunca escribas «este cliente solo piensa en el precio»: escribe lo que ha dicho y pregunta.
- **Proceso de decisión de compra.** Dónde está el cliente. Pregúntale en qué fase está: «¿ya habéis comparado?», «¿ya tenéis presupuesto?». Si está en la fase 2, le ayudas con información; si está en la 4, con plazos, condiciones y trámite.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. En tu última compra importante, ¿quién decidió, quién usó y quién pagó?
2. ¿Qué frase tuya sobre un cliente era un hecho y cuál una interpretación?
3. ¿En qué fase de la compra estás ahora mismo con algo que quieres comprar?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**