

# Caso práctico de conducta y proceso de compra.

## 1. Proceso de compra.

Compra de muebles para un dormitorio.

## 2. Papeles de las personas que intervienen.

Un estudiante desea comprar una cama y un escritorio para amueblar la habitación del departamento que alquila en Capital. Es económicamente dependiente de sus padres que residen en el interior del país, por lo que aprovecha la visita de los mismos para realizar la compra. El papel que desempeña cada una de estas personas en el proceso de compra es el siguiente:

- Usuario: el estudiante que va utilizar la cama y el escritorio comprado.
- Decisor: la madre que elegirá dónde se compra, cuál se compra y cómo se compra.
- Comprador: el padre porque es el que aporta y administra el dinero de la familia.
- 

## 3. Tipo de compra.

Se puede calificar como compleja y de alta injerencia. La decisión de compra involucra un gasto de dinero considerable, además de atributos estéticos, de usabilidad, y de durabilidad que también deberán ser evaluados.

## 4. Etapas del proceso de decisión de compra.

- Primera etapa: Reconocimiento de la necesidad.

El estudiante convive con dos amigos en un departamento de tres ambientes y siente que no encuentra un lugar para sentarse a estudiar tranquilo. Normalmente desarrolla esta actividad en el living, pero allí no puede concentrarse porque el televisor está la mayor parte del tiempo encendido, y siempre llega algún amigo de sus compañeros a tomar mate. En su habitación, en la cual solo se encuentra la desvencijada cama y la mesa de luz que trajo de su pueblo natal, habría lugar para ubicar un escritorio debajo de la ventana, algo que lo ayudaría mucho a estudiar tranquilo. De paso también se podría cambiar la cama, ya que, su falta de concentración también tiene que ver con lo mal que duerme.

- Segunda etapa: búsqueda de información.

Tanto el estudiante, como sus padres, comienzan a recabar información sobre marcas, calidad, precio, costo de envío, financiación y garantía, recurriendo tanto a fuentes externas como internas. En relación a esta última el estudiante recuerda

que en Instagram, y en Gmail suele aparecer la publicidad de una mueblería que promociona su línea outlet, por lo que se dispone a buscarla. Por su parte, sus padres descartan como opción la marca de sommier que en la actualidad posee su hijo, y que ellos compraron muy convencidos en su momento, debido a la mala calidad del mismo. Un poco preocupada por la situación, la mamá llama a una amiga (fuente externa) que unos meses atrás había comprado un juego de living para preguntarle de que marca era y que resultado le estaba dando. Ante la respuesta positiva, decide luego llamar a la mueblería para averiguar precios, pero el costo de envío a la Capital está totalmente fuera del presupuesto familiar. Ya en la ciudad junto a su hijo no les quedará otra opción que comenzar a consultar fuertes externas tanto online como offline para bajar ese costo sí o sí. Luego de un par de horas logran reunir bastante información de las principales opciones de ambos mercados.

- Tercera etapa: evaluación de alternativas.

Habiendo decidido en una primera instancia que la compra se realizaría personalmente en el outlet que había descubierto su hijo, tenían que evaluar ahora cuál de las cuatro marcas, cuyo precio se ajustaba a su presupuesto, era la más conveniente. Luego de unas horas de deliberación, el conjunto de consideración queda integrado, en primer término, por las marcas Roble, Pino, Patagonia y Amazonas, para reducirse luego, al evaluar más en profundidad la relación costo-beneficio entre precio, diseño y calidad, al conjunto de elecciones integrado por las marcas Roble y Patagonia.

Ya en el local, guiados por un buen vendedor, el estudiante y sus padres pueden observar que los muebles de la línea Roble parecían ser más resistentes, el escritorio tenía más cantidad de cajones, y el sommier era bastante más liviano y fácil de trasladar. Si bien, los artículos de la marca Patagonia, poseían una diferencia de precio a favor, su materialidad no encaja tan bien con la habitación de un departamento cómodo pero pequeño.

Cuarta etapa: decisión de compra.

La excelente atención brindada por el vendedor; el hecho de que su hijo quedara encantado al poder acostarse un ratito en la cama de prueba del local; los seis meses de garantía que les ofrecieron por ser un producto outlet; y la rapidez del envío, fueron factores que contribuyeron para que la familia se decidiera por la marca Roble, a pesar de que su costo superaba en un 10% su presupuesto.

- Quinta etapa: evaluación post compra.

El estudiante, y sus padres, están muy satisfechos con su experiencia de compra. Los muebles llegaron en tiempo y forma; los cajones del escritorio no se deformaron a pesar de que su dueño los llenó de libros; la cama es increíblemente confortable; y por si todo esto fuera poco, la mueblería le ha mandado por mail un voucher de descuento para ser utilizado en su próxima compra. En su app móvil nuestro estudiante ya está buscando información sobre estanterías y mesas de luz.

Fuente: <https://www.gestiopolis.com/casos-practicos-de-conducta-de-compra>