

ACADEMIA HIGHTECK · GUÍA GRATUITA · MARKETING INDUSTRIAL B2B

Quién decide de verdad en una compra industrial: los 6 roles del comité

En una compra técnica no decide una persona: deciden seis, cada una con una motivación, un miedo y una métrica distinta. Quién es cada una y qué necesita de usted.



Highteck® · formación en operación y marketing industrial para fábricas y pymes de Latinoamérica · academia.highteck.com.co

El error más caro del comercial industrial es dirigir toda su comunicación al comprador. Tiene lógica —es quien firma, quien contesta el correo y quien pide la cotización—, pero el comprador rara vez decide: administra un proceso cuya decisión se toma en otra parte.

ACADEMIA HIGHTECK · CURSO 1 · MÓDULO 2

Los 6 roles del comité de compra industrial

Cada uno decide con una motivación distinta, un miedo distinto y una métrica distinta

1 · INICIADOR

Vive con el problema

Jefe de planta, mantenimiento, jefe de turno. Quiere menos paradas y menos llamadas a las 11 p. m. Teme que el cambio sea peor que el problema. Lo activa: casos de plantas parecidas a la suya.

2 · INFLUENCIADOR TÉCNICO

Valida que sirva

Ingeniería, calidad, I+D. Quiere especificación cumplida y certificaciones. Teme recomendar algo que falle y perder credibilidad. Lo activa: ficha técnica completa y datos de laboratorio.

3 · DECISOR ECONÓMICO

Aprueba la plata

Gerencia, dirección de planta, dueño. Quiere entender retorno, recuperación y riesgo de no hacer nada. Teme aprobar algo que no rinda. Lo activa: el caso de negocio con números, no la lista de funciones.

4 · COMPRADOR FORMAL

Cumple el proceso

Jefe de compras. Quiere sus tres cotizaciones, su evaluación y su negociación. Teme que lo cuestionen por no comparar. Lo activa: cotización limpia, documentos en orden y respuesta rápida.

5 · AUDITOR

Puede vetar

Calidad, seguridad y salud, auditoría de proveedores. En sectores regulados tiene poder de veto. Teme un evento que llegue a la auditoría externa. Lo activa: certificaciones vigentes y dossier completo.

6 · PATROCINADOR INTERNO

Empuja por dentro

Alguien del cliente que cree en la propuesta y la defiende en su comité. No se consigue: se construye. Lo activa: munición para defenderte cuando tú no estás en la sala.

Academia Highteck
Una compra industrial es una conversación interna, no una votación

Los seis roles del comité de compra, con lo que quiere y lo que teme cada uno.

Los seis roles

El iniciador: vive con el problema

Jefe de planta, supervisor de mantenimiento, jefe de turno. Es quien sufre la parada y quien arrancó la búsqueda. Quiere dormir tranquilo; teme que el cambio sea peor que el problema actual. Lo convence un caso de una planta parecida a la suya, no un catálogo.

El influenciador técnico: valida que sirva

Ingeniería, calidad, investigación y desarrollo. Su credibilidad interna está en juego cuando recomienda un proveedor. Quiere ficha técnica completa, certificaciones y datos verificables; le molesta que lo atienda un comercial que no entiende el proceso.

El decisor económico: aprueba la inversión

Gerencia general, dirección de planta o el dueño. No compara funciones: compara retorno, tiempo de recuperación y riesgo de no hacer nada. Necesita un caso de negocio con cifras que pueda defender ante su junta o su socio.

El comprador formal: cumple el proceso

Necesita sus tres cotizaciones, su evaluación y su negociación. Teme que lo cuestionen por no haber comparado. Se le gana con documentos en orden, respuesta rápida y condiciones claras —no bajando el precio antes de que lo pida.

El auditor: puede vetar

Calidad, seguridad y salud, auditoría de proveedores. En sectores regulados —alimentos, farmacéutico, automotriz— tiene poder de veto y lo usa. No aporta al «sí», pero puede imponer el «no» a última hora si falta un certificado.

El patrocinador interno: empuja cuando usted no está

Alguien del cliente que cree en la propuesta y la defiende adentro. No se consigue: se construye. Se identifica temprano al candidato más probable, se le da más tiempo, más información y más acceso al equipo técnico, y se le entrega munición —un resumen de una página, el cálculo con sus datos— para que la presente él.

La idea de fondo: una compra industrial es una conversación interna, no una votación. Su material no tiene que convencer a seis personas en una reunión: tiene que sobrevivir a seis conversaciones distintas en las que usted no está presente.

Qué hacer con esto el lunes

1. Tome sus tres oportunidades más grandes y escriba, para cada una, el nombre de las seis personas. Los huecos son su tarea de la semana.
2. Revise su material comercial y pregúntese a cuál de los seis le habla. Si todo le habla al comprador, le falta la mitad del trabajo.
3. Prepare una pieza corta para el patrocinador: una página con el problema, la cifra y el resultado esperado, con los datos del cliente, no con los suyos.

Quién decide de verdad en una compra industrial

En una compra técnica no decide una persona: deciden seis, cada una con una motivación...

1

Tome sus tres oportunidades más grandes y escriba, para cada una, el nombre de las seis personas

Los huecos son su tarea de la semana

2

Revise su material comercial y pregúntese a cuál de los seis le habla

Si todo le habla al comprador, le falta la mitad del trabajo

3

Prepare una pieza corta para el patrocinador

una página con el problema, la cifra y el resultado esperado, con los datos del cliente, no con los suyos

Lo esencial de esta guía en una imagen

Preguntas frecuentes

¿Y si es una empresa pequeña donde el dueño decide todo?

Los seis papeles siguen existiendo, solo que repartidos entre menos personas: el dueño suele ser decisor económico y comprador a la vez, y el jefe de planta es iniciador e influenciador técnico. Lo que no cambia es que cada papel tiene su propia pregunta, y hay que responderlas todas.

¿Cuánto dura una compra industrial?

Entre 6 y 18 meses es lo habitual para una inversión relevante, contando desde el primer síntoma hasta la planta operando. Ese plazo es la razón por la que el material de educación temprana rinde: cuando el cliente pide cotización, ya eligió a quién le compra.

El curso completo: fundamentos del B2B industrial

Comportamiento de compra industrial, comité de decisión, cliente ideal, buyer persona y el modelo de madurez para ubicar su fábrica. 6 horas con plantillas.

[Ver el curso →](#)

¿Lo quiere para varias personas de su empresa? Pedimos una cotización con precio por participante y factura en academia.highteck.com.co/contacto.php, o escríbanos por WhatsApp al +57 312 517 5367 · comercial@highteck.com.co