

Descargable para carpinterías artesanales

El cliente dice que es caro. El problema no es el precio.

Por qué pierdes presupuestos aunque tu trabajo sea mejor — y qué puedes cambiar esta semana.

Carmen Conecta · Descargable gratuito · 2026

El cliente dice que es caro. El problema no es el precio.

Esta escena la conoces bien. Presentas el presupuesto, el cliente lo mira, hace una pausa y dice: "Es que en IKEA lo tengo por la mitad." Y tú sabes perfectamente que no es comparable. Que la madera que usas dura veinte años. Que el mueble está pensado exactamente para ese espacio. Que detrás hay un oficio que no se improvisa. Pero en ese momento, nada de eso importa. Porque el cliente no lo ha visto todavía.

El precio no es el problema. La percepción sí.

Cuando un cliente compara tu presupuesto con el de una gran superficie, está comparando números sin contexto. No ha visto tu proceso, no conoce los materiales, no sabe que tu mueble seguirá en pie cuando el otro ya haya pasado por el contenedor.

Y eso no es culpa suya. Nadie le ha explicado la diferencia antes de ver la cifra. El valor se construye antes de presentar el precio, no después de que el cliente lo haya rechazado.

El cliente que elige IKEA no es tu cliente. Tu cliente es el que busca algo diferente pero aún no sabe que existes — o no ha entendido todavía por qué merece la pena pagarte a ti.

3 razones por las que pierdes presupuestos (y no es el precio)

1. El cliente llega sin haber visto tu proceso

Si el primer momento en que un cliente potencial sabe lo que cuesta tu trabajo es cuando le mandas el presupuesto, ya llegas tarde. Para entonces, no ha visto cómo trabajas, con qué materiales, cuánto tiempo y criterio hay detrás de cada pieza.

La solución: muestra el proceso antes de que llegue el presupuesto. Una foto del taller, un vídeo de 30 segundos de la madera siendo trabajada, un antes y un después con dos líneas explicando la decisión técnica que tomaste. Eso construye valor antes de que aparezca la cifra.

2. Tu presupuesto no explica qué incluye ni por qué

Un presupuesto que dice "armario a medida: 2.400 €" no le dice nada al cliente sobre por qué vale eso. Uno que dice "armario diseñado para aprovechar los 47 cm de espacio irregular de tu entrada, en madera de roble macizo con acabado en aceite natural, con una vida útil estimada de 25 años" ya está hablando de valor, no de precio.

No hace falta un presupuesto de diez páginas. Hace falta un presupuesto que justifique cada línea con el beneficio concreto que aporta al cliente.

3. No tienes testimonios visibles de clientes satisfechos

Un cliente que no te conoce necesita prueba social antes de arriesgarse a pagarte más que en una tienda. Las reseñas en Google, las fotos de proyectos con el cliente hablando de su experiencia, los mensajes de agradecimiento publicados con permiso — todo eso reduce el riesgo percibido y justifica el precio antes de que el cliente lo vea.

"Tu trabajo tiene un valor que IKEA nunca podrá ofrecer. El reto es comunicarlo antes de que llegue el presupuesto."

3 acciones que puedes hacer esta semana

- **Documenta tu próximo proyecto desde el principio.** Foto de la madera en bruto, del proceso de montaje, del resultado final. Dos líneas explicando qué problema resolviste para ese cliente específico.
- **Revisa tu presupuesto tipo.** Añade una línea de descripción a cada partida que explique el beneficio, no solo el material o la medida.
- **Pide una reseña a tu último cliente satisfecho.** Mándale un mensaje directo: "Me alegraría mucho si pudieras dejar unas líneas en Google sobre cómo fue trabajar conmigo." Un testimonio real vale diez fotos de producto.

Una pregunta para reflexionar: ¿cuándo fue la última vez que un cliente potencial llegó a tu taller habiendo visto ya cómo trabajas? Si la respuesta es "nunca" o "raramente", ahí está la primera cosa que necesita cambiar.

Si este contenido te ha resultado útil, te leemos en:

estudio@carmenconecta.es · 634 365 471
carmenconecta.es

Síguenos en Instagram: @carmenconecta

Publicamos cada semana contenido como este para que tu negocio crezca.

© Carmen Conecta · Todos los derechos reservados