



GUÍA DE APRENDIZAJE

“CONSUMIDOR, CLIENTE, COMPRADOR Y USUARIO”

1. DIFERENCIAS Y CARACTERÍSTICAS

CONSUMIDOR	CLIENTE	COMPRADOR	USUARIO
<p>Persona que se beneficia o que consume los servicios prestados por una empresa o adquiere los productos de esta a través de los distintos mecanismos de intercambio de pago para satisfacer sus necesidades.</p>	<p>Aquella persona que a cambio de un pago recibe en forma regular un servicio o producto manteniéndose la relación comercial con el tiempo</p>	<p>Es quien realiza el acto físico de la compra, pero no necesariamente hace uso del producto. Es quien realiza la actividad comercial dirigiéndose hasta donde sea necesario para comprar el producto</p>	<p>Es para quién se crea el producto o servicio, para ello deben considerar sus características como son: factores personales (edad -sexo - ocupación - etapa de la vida) factores sociológicos (Clase social, nivel de ingreso - nivel estudios) factores psicológicas (estilo de vida- actitudes - motivaciones), entre otras</p>
CARACTERÍSTICAS			
<p>A. No elige una marca, se identifica con ella.</p> <p>B. Sabe más del producto que cualquier vendedor.</p> <p>C. Las redes sociales influyen cada vez más a los consumidores en la decisión de compra. d. No compra un producto sino compra una experiencia</p>	<p>A. No es fiel y se dirige siempre al mejor postor.</p> <p>B. No siempre sabe lo que quiere, pero tiene una gran capacidad de adquirir lo que le gusta.</p> <p>C. Se considera único y quiere ser tratado de modo diferente a los demás.</p> <p>D. Es la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa.</p>	<p>A. Son súper conectados.</p> <p>B. Con tiempos limitados.</p> <p>C. Con presupuesto restringido.</p> <p>D. Existen compradores económicos, personalizados, éticos, apáticos.</p>	<p>A. Es de suma importancia para él la primera interacción que tiene con el producto o servicio, dependerá de ello si cautiva su interés por adquirirlo.</p> <p>B. La empresa debe tomarse el tiempo de conocer sus necesidades e intereses para que el producto o servicio cubra una real necesidad. c. Al ser muy emocional, la empresa debe tratar de que exista afinidad entre usuario y producto, así opte por adquirirlo.</p> <p>C. No le interesa quien es el primero sino quién le soluciona su problema.</p>



2. SITUACIÓN DE EJEMPLO

1° Parte: Luis decide regalar a sus padres por su aniversario de matrimonio un viaje al Rio de Janeiro (Brasil); para ello, el averigua por internet paquetes turísticos y compara ofertas de agencias de viajes, decidiéndose en realizar la compra en “despegar.com”

2° Parte: Sus padres regresan satisfechos de la experiencia y de la atención brindada por los servicios de la agencia de viaje, por lo que después de un mes, Luis decide irse de viaje con su novia a Búzios (Brasil), comprando siempre el paquete turístico en la misma agencia de viajes.

ANALISIS:

1°Parte: Luis en la primera parte sería **consumidor** (es quien toma la decisión de compra) y también es **comprador** (el paga el paquete turístico). Sus padres serían los **usuarios** (son las personas que van a usar el servicio porque estaba diseñado para ellos).

2°Parte: En la segunda parte, Luis sería **comprador, consumidor, usuario** (junto a su novia) y ya se convertiría también en **cliente** (a raíz de una experiencia agradable anterior por sus padres).

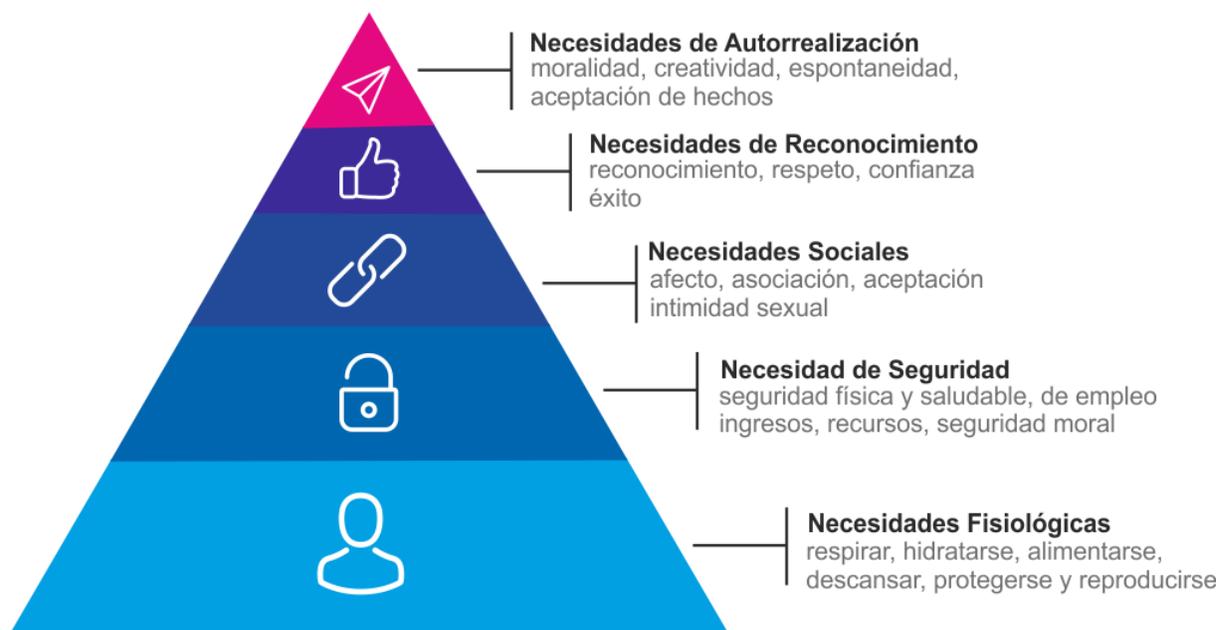
Cualquier entidad que quiera prosperar debe adaptar sus productos o servicios a las necesidades y demandas de sus clientes reales o potenciales.

Individuo → Necesidad → Producto o servicio → Satisfacción

3. LAS NECESIDADES

Definición: Se define necesidad como la sensación de estado de carencia física o psíquica.

Diferentes autores estudian las necesidades del ser humano y sus prioridades para satisfacerlas. Abraham H. Maslow es uno de los más conocidos y, su pirámide de necesidades una de las herramientas más empleadas para establecer el orden de satisfacción de dichas necesidades. Maslow ordena las necesidades del individuo de forma escalonada. Las necesidades se reflejan, en dicha pirámide, de mayor prioridad de satisfacción (base de la pirámide) a menor prioridad (vértice de la pirámide). Las necesidades cubiertas pueden volver a surgir en cualquier momento, y por lo tanto, será necesario bajar de nuevo a la base de la pirámide.





ACTIVIDAD

(COMPRADOR – CONSUMIDOR – USUARIO – CLIENTE)

- 1) Indique en cada caso, si la persona que interviene en cada acción es un comprador, un consumidor, un usuario o un cliente o varios de ellos.

SITUACIÓN A ANALIZAR	COMPRADOR	CONSUMIDOR	USUARIO	CLIENTE
a. Alex adquiere por internet un par de zapatillas deportivas en la tienda virtual de Falabella que visita habitualmente.				
b. Las zapatillas que Alex adquirió son para regalárselas a Bárbara .				
c. El departamento de Compras de la empresa Eagon adquiere de su proveedor materias primas para su transformación en productos terminados.				
d. Francisca compra en Temuco un pasaje de bus en el terminal cruz del sur porque necesita desplazarse a la ciudad de Puerto Montt.				
e. Francisca durante el viaje en Bus desde Temuco a Puerto Montt, se baja en el terminal de buses de Osorno a compra un alfajor.				
f. María José invita a cenar a Josefa al restaurante El Llaima.				
g. Josefa cena en EL Llaima invitada por María José				
h. Ana está ahorrando para comprar un computador en PC Factory, local comercial que acude regularmente.				
i. Geraldine compra pan integral por hoy en el supermercado el trébol para la hora de su cena.				
j. Maite adquiere en ABC DIN una nueva tablet y un seguro por pérdida o robo, este es un comercio habitual para ella.				

Dudas y trabajos al correo: ricardo.ojeda.reinhardt@gmail.com

(En el correo se debe especificar nombre completo y curso correspondiente)