



El mercado turístico

## Clientes, consumidores y usuarios

## Clientes, consumidores y usuarios

- **Cliente:**

Con tan solo una compra es considerado cliente ocasional, aunque en el mundo comercial hay muchas estrategias para identificar los clientes que compran de manera habitual, con el registro de sus datos quedando incorporados en los listados de clientes, sea por que visita el establecimiento con frecuencia o porque cuenta con una suscripción o servicio contratado por períodos consecutivos.

Estas estrategias, buscan varios objetivos entre los que se encuentran conocer los hábitos de consumo de sus clientes actuales a través del registro de sus compras, peticiones especiales y datos personales que dejan ver datos de contacto, fecha de cumpleaños, lugar de residencia e integrantes de su núcleo familiar. De esta manera se clasifican internamente según sea más conveniente para la gestión

administrativa y comercial de la empresa. Algunas los clasifican según el tipo de producto que consumen, otras según el volumen de sus ventas. Lo importante es tener la información para realizar una adecuada gestión comercial.



**Ejemplos de clientes como persona natural:** Padre de familia que compra su mercado semanal o quincenal en el supermercado del barrio, Joven que trabaja en el área comercial de una empresa que almuerza en un restaurante de almuerzo ejecutivo todos los días, Madre cabeza de hogar que tiene un plan de telefonía móvil con una empresa X, Señora de 70 años que pide a domicilio los medicamentos que requiere a la misma farmacia cada mes.

**Ejemplos de clientes como persona jurídica:** Hostal que compra los elementos de aseo para sus habitaciones y áreas comunes a una empresa de distribución de productos químicos, Oficina de abogados que compra insumos de papelería en una empresa distribuidora, Restaurante que compra la carne en un almacén de gran superficie.

- **Consumidor:**

A continuación, se relaciona uno de los métodos para realizar el proceso de segmentación del mercado, dividido en cinco (5) etapas:

El concepto del consumidor es más amplio que el del cliente en cuanto a su relación con los establecimientos o empresas, pues se hace referencia a personas que compran o consumen ciertos bienes o servicios de cualquier empresa de un sector determinado, por ejemplo, consumidores de productos de alimentación o de servicios de telefonía (López Salas, 2020).

**Ejemplo de consumidor:** Consumidores de insumos agrícolas, consumidores de productos orgánicos para la preparación de alimentos, consumidores de bebidas gaseosas.

- **Usuario:**

El usuario puede o no realizar una transacción monetaria en el proceso de intercambio, toda vez que es posible que sea un servicio gratuito o que haya sido adquirido por alguien más para que esta persona lo tuviera a su disposición.

**Ejemplos de usuarios en servicios gratuitos:** Usuarios de una aplicación móvil de descarga libre, usuarios del parque infantil, usuarios de la versión gratis de Skype, usuarios del ciclovía.

**Ejemplos de usuarios en productos o servicios adquiridos por alguien diferente:** Estudiantes de universidades en donde quien paga la matrícula y el semestre son sus padres, Niños en parques de diversiones en donde quienes pagan la tarifa de ingreso o uso de las máquinas son sus padres, empleados como huéspedes en hoteles en viajes de trabajo en donde quienes pagan la tarifa de alojamiento son las empresas para las cuales trabajan.

