

# CARTA 13 - COMPRADOR VS. USUARIO

Founders Circle — CleantechHUB

Uno de los errores más comunes en cleantech es asumir que quien usa el producto es quien lo compra. Entender esta distinción es clave para diseñar el go-to-market correcto.

## ¿Cuál es la diferencia?

COMPRADOR	USUARIO
Decide la compra	Usa el producto/servicio
Evalúa el ROI y los costos	Evalúa facilidad de uso y beneficio directo
Puede ser CFO, gerente, dueño	Puede ser operario, técnico, ciudadano
Motivated by savings, risk reduction	Motivado por conveniencia, eficiencia personal
Necesita datos duros y casos de éxito	Necesita UX simple y soporte rápido

## Ejemplo Cleantech

**Sistema solar para PYME:** El comprador es el dueño o CFO (decide por ahorro en factura). El usuario es el responsable de mantenimiento (opera el sistema día a día). Si tu pitch habla solo de ROI, pierdes al usuario. Si hablas solo de facilidad, no convences al comprador.

## ¿Quién es tu comprador y quién es tu usuario?

MI COMPRADOR	MI USUARIO
Cargo/Perfil:	Cargo/Perfil:
Su principal motivación:	Su principal motivación:
Qué necesita ver/escuchar:	Qué necesita ver/escuchar:
Objeción más común:	Fricción más común:

## Implicaciones para tu Estrategia

- El pitch de ventas debe resonar con el **comprador**.
- El onboarding y soporte debe resonar con el **usuario**.
- Si comprador y usuario son la misma persona, simplifica tu mensaje.
- Si son personas distintas, necesitas materiales diferenciados.
- Involucra a ambos en el proceso de venta cuando sea posible.

## Reflexión del Founder

¿Estás hablando con el comprador, el usuario, o ambos? ¿Tu mensaje actual está optimizado para quién toma la decisión real?