



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia , GRUPO CLM

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

M.A. MINERVA CAMACHO JAVIER

Alumno: JUAN ENRIQUE MALAGA ISIDORO

Agosto 2025 – Febrero 2026

Introducción

El entorno de consumo actual combina prácticas tradicionales con un creciente uso de herramientas digitales, lo que genera dos perfiles de compradores claramente diferenciados: el consumidor digital y el consumidor tradicional. Analizar sus hábitos, expectativas y canales de compra permite comprender cómo las marcas deben adaptar sus estrategias de venta y comunicación. Este cuadro comparativo presenta de manera clara y ordenada las principales diferencias entre ambos tipos de consumidores, facilitando la identificación de tendencias y oportunidades para optimizar la experiencia de compra.

Cuadro comparativo: consumidores digitales vs tradicionales

Este cuadro comparativo muestra las diferencias clave entre consumidores digitales y tradicionales, en cuanto a hábitos, expectativas y canales de compra, con el fin de orientar estrategias de marketing.

| Criterio | Consumidor Digital | Consumidor Tradicional |
|-------------------|---|--|
| Hábitos de compra | Compra en línea 24/7, compara precios y reseñas, usa apps y marketplaces. | Compra en horario de tiendas físicas, prefiere ver y tocar el producto. |
| Expectativas | Rapidez, personalización, información inmediata, envíos eficientes. | Buen trato personal, calidad tangible, asesoría directa. |
| Canales | E-commerce, redes sociales, apps, live shopping. | Tiendas físicas, mercados locales, catálogos impresos. |
| Forma de pago | Tarjetas, billeteras digitales, transferencias, BNPL (compra ahora paga después). | Efectivo, tarjeta en terminal física. |
| Influencia | Reseñas en línea, influencers, publicidad digital segmentada. | Recomendación boca a boca, anuncios en TV/radio, exhibiciones en tienda. |
| Experiencia | Navegación sencilla, rapidez de entrega, notificaciones en tiempo real. | Trato personalizado, posibilidad de probar o degustar el producto. |

Análisis y Conclusión

El consumidor digital valora la inmediatez y conveniencia, mientras que el tradicional prioriza la experiencia sensorial y el contacto humano. Si se busca alcance global y rapidez, el enfoque digital es más adecuado; para productos que requieren prueba o confianza personal, el tradicional sigue siendo efectivo.

Referencias

Statista. (2023). Online shopping behavior worldwide.

<https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>