



**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
<b>Hábitos de compra</b>	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.
<b>Expectativas</b>	Rapidez, personalización, información inmediata, envíos eficientes.	Buen trato personal, calidad tangible, asesoría directa.
<b>Canales</b>	E-commerce, redes sociales, apps, live shopping.	Tiendas físicas, mercados locales, catálogos impresos.
<b>Forma de pago</b>	Tarjetas, billeteras digitales, transferencias, BNPL (compra ahora paga después).	Efectivo, tarjeta en terminal física.
<b>Influencia</b>	Reseñas en línea, influencers, publicidad digital segmentada.	Recomendación boca a boca, anuncios en TV/radio, exhibiciones en tienda.
<b>Experiencia</b>	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/>