



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: Nayeli Rodríguez García

Agosto 2025 – Febrero 2026

Consumidores digitales VS tradicionales identificando diferencias en hábitos, expectativas y canales de compra

En la actualidad, comprender los distintos tipos de consumidores es esencial ya que cada uno son muy diferente en el primer lugar el consumidor digital ha cambiando la forma de consumo, pues utiliza la tecnología para informarse, comparar y adquirir productos en línea mientras el consumidor tradicional se distingue por preferir la compra física, puesto que busca la interacción directa con el producto y con el vendedor. Mientras el primero valora la rapidez, la accesibilidad y la personalización y el segundo se apoya en la confianza generada de manera presencial y esto es adaptarse a ambos perfiles.

| Criterio | Digitales | Tradicionales |
|-------------|--|---|
| Objetivo | Entender el comportamiento de compra online. Analizar hábitos y preferencias digitales. Mejorar la experiencia de compra en plataformas digitales. | Entender el comportamiento o en tiendas física. Analizar hábitos y preferencia en canales tradicionales. Mejora la experiencia en puntos de ventas físicos. |
| Metodología | Análisis de datos digitales (cookies redes sociales, historial de navegación. Encuesta y estudios online. Seguimiento de interacciones en plataformas digitales. | Observación directa en tienda. Encuestas presenciales o telefónicas. Estudios de mercado tradicionales. |
| Resultado | Compran principalmente a través de dispositivos electrónicos. Prefieren rapidez, comodidad y variedad. Buscan opiniones reseñas y promociones online. | Prefieren experiencia táctil y personal. Valoran la atención directa y la confianza en vendedores y compran por impulso o necesidad inmediata. |
| Aplicación | Marketing digital personalizado. Aplicación al cliente vía en redes sociales. | Promociones en punto de venta. Atención personalizada y asesoría directa. |
| Ventajas | Acceso 24/7 a productos y servicios. Mayor variedad y comparación de precios y facilidad para compartir. | Atención personalizada y confianza en la compra inmediata y en la calidad percibida. |
| Desventajas | Dependencia de la tecnología. Riesgos de | Limitación de horarios y ubicación y menor |

| | | |
|--|---|--|
| | seguridad y privacidad y posible saturación de información. | variedad inmediata y posible falta de información comparativa. |
|--|---|--|

Para finalizar los consumidores digitales y tradicionales muestran diferencias claras, pues buscan atención personal y directa y el otros prefieren la rapidez y tecnología, ambos representan necesidades distintas.

TC Group Solutions. (s. f.). Entendiendo al consumidor digital. Recuperado de

<https://www.tcgroupsolutions.com/blog/entendiendo-al-consumidor-digital/>

da Silva, D. (s. f.). Siete tipos de consumidores: cómo identificarles y atraerles. Zendesk. Recuperado de

<https://www.zendesk.es/blog/tipos-consumidores/>