



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

Derechos Humanos Sociedad y Medio ambiente

Docente: Minerva Camacho Javier

Alumno: Isaac Uriel Cruz López

febrero – agosto 2025

CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES

| | HABITOS | EXPECTATIVAS | CANALES DE COMPRAS | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|------------------------|---|--|--|---|---|
| CONSUMIDOR DIGITAL | Investiga en línea (reviews, redes, comparadores), compra desde móviles/desktop, uso frecuente de marketplaces y apps; compra impulsiva vía recomendaciones o anuncios. | Experiencias, procesos de pago rápidos, seguimiento en tiempo real, entregas flexibles, atención 24/7 y personalización. | Marketplaces (Amazon, Mercado Libre), e-commerce propios, apps móviles, redes sociales (social commerce), búsquedas pagadas/orgánicas. | Gran conveniencia, acceso a más opciones y precios competitivos, comparabilidad, reviews y personalización. | Riesgo percibido en calidad/seguridad, tiempos de espera/entrega, posibles costos de devolución, sobrecarga de información. |
| CONSUMIDOR TRADICIONAL | Investiga en tienda física, compra planificada o por comodidad local; mayor uso de visitas a tiendas, ferias o atención telefónica. | Atención personalizada cara a cara, asesoría experta, facilitar devoluciones in situ, confianza en marca y garantía visible. | Tiendas físicas, distribuidores locales, ventas puerta a puerta, centros comerciales, catálogos impresos/televenta. | Experiencia sensorial (ver/tocar), asesoría humana, menor incertidumbre al momento de pago/entrega, servicio postventa inmediato. | Riesgo percibido en calidad/seguridad, tiempos de espera/entrega, posibles costos de devolución, sobrecarga de información. |

REFERENCIAS

McKinsey & Company. (2024, 10 de junio). *Nine key consumer trends in 2024*. Recuperado de McKinsey & Company.

Forrester Research. (2024, 17 de junio). *2024 US Customer Experience Index*. Forrester. Recuperado de Forrester

PwC. (2023, 16 de febrero). *Global Consumer Insights Survey 2023*. PwC. Recuperado de PwC.