

**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**

**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO  
ADMINISTRATIVAS**

**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA**

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**GRUPO: CLM**

**ALUMNA:**

**FATIMA AMAYRANY CORNELIO VICTORIANO**

**DOCT. MINERVA CAMACHO JAVIER**

**CODIGO: C0102108**

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, la forma en que los consumidores interactúan con las marcas y realizan compras ha cambiado drásticamente.

La revolución digital ha dado lugar a dos tipos de consumidores con necesidades y comportamientos distintos: los consumidores digitales y los consumidores tradicionales.

Aunque los consumidores digitales y tradicionales tienen necesidades y comportamientos diferentes, ambos coexisten en el mercado actual. Las empresas deben adaptarse a estos cambios y ofrecer experiencias de compra que se ajusten a las necesidades de ambos tipos de consumidores.

En este sentido, la omnicanalidad y la integración de canales digitales y físicos se vuelven fundamentales para brindar una experiencia de compra coherente y satisfactoria.

## Cuadro Comparativo

	Consumidores digitales	Consumidores tradicionales
<b>Objetivo</b>	Buscar información y comprar productos o servicios en línea de manera rápida y eficiente	Preferir la interacción humana y la experiencia en tienda física para tomar decisiones de compra.
<b>Metodología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación en línea</li> <li>- Comparación de precios y productos</li> <li>- Lectura de reseñas y comentarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita a tiendas físicas</li> <li>- Interacción con vendedores</li> <li>- Evaluación de productos en persona</li> </ul>
<b>Resultados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener mayor acceso a información y opciones</li> <li>- Compras más rápidas y eficientes</li> <li>- Mayor control sobre la experiencia de compra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia más personalizada y humana</li> <li>- Mayor confianza en la marca y el producto</li> <li>- Oportunidad de probar productos antes de comprar</li> </ul>
<b>Implicaciones éticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Privacidad y seguridad de datos</li> <li>- Posibilidad de fraude y engaño en línea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitaciones en la accesibilidad para personas con discapacidad</li> <li>- Posibilidad de discriminación en la atención al cliente.</li> </ul>
<b>Canales de compra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitios web de comercio electrónico</li> <li>- Redes sociales</li> <li>- Aplicaciones móviles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiendas físicas</li> <li>- Sucursales</li> <li>- Vendedores</li> </ul>
<b>Expectativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inmediatez y disponibilidad 24/7</li> <li>- Respuestas rápidas a preguntas y consultas</li> <li>- Experiencia de compra personalizada y relevante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada y humana</li> <li>- Oportunidad de probar productos antes de comprar</li> <li>- Servicio al cliente eficiente y resolutivo.</li> </ul>

## **CONCLUSIÓN**

Entender las diferencias entre consumidores digitales y tradicionales es crucial para que las empresas puedan desarrollar estrategias efectivas y satisfacer las necesidades de sus clientes.

La distinción entre consumidores digitales y consumidores tradicionales refleja la complejidad y diversidad del mercado actual. Mientras que los consumidores digitales buscan experiencias de compra rápidas, eficientes y personalizadas en línea, los consumidores tradicionales valoran la interacción humana y la experiencia en tienda física.

En conclusión, la comprensión de los consumidores digitales y tradicionales es fundamental para las empresas que buscan mantenerse competitivas en un mercado en constante evolución. Al adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor y ofrecer experiencias de compra personalizadas y satisfactorias, las empresas pueden mantener su relevancia y lealtad en el mercado.

## **REFERENCIAS**

<https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-diferencia-existen-entre-el-marketing-digital-y-el-tradicional/>

<https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-un-consumidor-digital-y-que-tipos-existen-c>