



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

***Comportamiento del consumidor***

**Creación de arquetipos del consumidor mexicano  
contemporáneo**

Elaborado por:

Joel De Jesús Santos Cabello

Mariangel Paez Aguilar

Nayeli Rodriguez Garcia

Iana Ely Juarez Almeida

***Docente: Minerva Camacho Javier***

Ciclo 02/ Agosto 2025 – Febrero 2026

## Consumidores (Avatares)

### Avatar: “Adriana Lopez” – Consumidora digital:

**Edad:** 32 años

**Género:** Femenino

**Nivel socioeconómico:** Clase media

**Ubicación:** Lima

**Formación:** Licenciada en Administración

**Ocupación:** Empleada del sector privado en una empresa tecnológica

---

### Estilo de vida y comportamiento digital:

#### **Pertenece al grupo con cierto interés a la tecnología**

Considera las compras en línea como un hábito y las percibe como seguras.

Se conecta diariamente para revisar redes sociales, investigar productos y aprovechar ofertas.

Valora la comodidad, el ahorro de tiempo y la rapidez en las entregas.

---

### Canales y hábitos de compra:

**Canales principales:** Tiendas online (Shein, Temu, Amazon), apps móviles y marketplaces locales.

**Frecuencia:** Realiza compras online al menos 2 veces al mes.

**Medios de pago:** Prefiere pagar con tarjeta de crédito o débito, pero también utiliza billeteras móviles por seguridad.

**Factores decisivos:** Seguridad en el pago, rapidez en la entrega y atención postventa confiable.

---

## Motivaciones de compra:

Busca **eficiencia y conveniencia**: ahorrar tiempo, encontrar variedad y evitar desplazamientos.

Se guía por **promociones y descuentos reales**, pero desconfía de las ofertas exageradas.

Se motiva por la **innovación tecnológica** y los productos que le facilitan la vida.

Le atraen las **marcas con propósito**, que promueven sostenibilidad o causas sociales.

## Avatar: “Carlos Méndez” – El Comprador Híbrido Estratega:

**Edad:** 38 años

**Género:** Masculino

**Nivel socioeconómico:** B (medio–alto)

**Ubicación:** Monterrey, Nuevo leon

**Formación:** Ingeniero industrial

**Ocupación:** Supervisor en una empresa de logística

---

## Perfil y estilo de vida:

Representa al **consumidor híbrido**, identificado como aquel que investiga y compara en línea, pero concreta parte de sus compras en tiendas físicas.

Combina lo mejor de ambos mundos: la confianza del contacto directo con los productos y la conveniencia digital para informarse, comparar y planificar.

Es organizado, racional y exigente, busca seguridad y respaldo postventa.

---

## Canales y hábitos de compra:

**Canales preferidos:** Webs y apps de tiendas por departamento (Pull & Bear, H&M) y visitas físicas a locales.

**Estrategia de compra:**

- Investiga precios y opiniones en Internet.
- Visita la tienda para evaluar el producto.
- Decide dónde comprar según precio, disponibilidad y beneficios.

**Métodos de pago:** Tarjeta de crédito y programas de puntos o cashback.

**Frecuencia:** 1 compra importante al mes (ropa, tecnología, hogar).

---

**Motivaciones principales:**

**Seguridad y confianza** en la transacción (prefiere empresas con respaldo físico).

**Experiencia integral:** quiere atención personalizada, tanto online como en tienda.

**Optimización del gasto:** busca el mejor precio y promociones exclusivas.

**Control y planificación:** siente satisfacción al tomar decisiones informadas.

Matute, G., Cuervo, S., Salazar, S., & Santos, B. (2012). *Del consumidor convencional al consumidor digital: El caso de las tiendas por departamento* (Serie Gerencia Global, 22). Universidad ESAN.  
<https://repositorio.esan.edu.pe/bitstreams/ac7a737f-b62c-4b1d-a0e0-5ed1694f200a/download>

Ehrnrooth, H., & Grönroos, C. (2013). *The hybrid consumer: Exploring hybrid consumption behaviour*. *Management Decision*, 51(9), 1793-1820.  
[https://www.researchgate.net/publication/263558240\\_The\\_hybrid\\_consumer\\_Exploring\\_hybrid\\_consumption\\_behaviour](https://www.researchgate.net/publication/263558240_The_hybrid_consumer_Exploring_hybrid_consumption_behaviour)

