



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: Iana Ely Juárez Almeida

Ciclo 02-2025

Consumidores digitales VS Consumidores tradicionales

Criterio	Consumidor digital	Consumidor tradicional.
Objetivo	Rapidez, comodidad, acceso 24/7.	Seguridad, confianza interpersonal y experiencia directa.
Metodología	Compra online, reseñas, apps y redes sociales.	Visita tienda física, recomendaciones boca a boca, atención personal.
Aplicación	Ideal para productos estandarizados, servicios con alta tecnología.	Mercados locales, bienes de lujo donde importa la experiencia física.
Ventajas	• Mayor cobertura geográfica • Reducción de costos operativos, • Recopilación de datos en tiempo real	• Relación directa y emocional • Experiencia sensorial del producto (tacto, prueba) • Confianza reforzada por cercanía humana.
Desventaja	• Falta de contacto humano • Problemas de logística y entrega • Desconfianza en pagos o privacidad de datos	• Alcance limitado • Costos fijos elevados (locales, personal) • Menor eficiencia en escala y recopilación de datos.
Habito y expectativa	Investigan en línea (reseña, comprador).	Confían en el vendedor o recomendación personal.
	Esperan rapidez Proceso simplificado	Asesoría personalizada Trato humano