



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

**COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR**

Minerva Camacho Javier

CUADRO COMPARATIVO: CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES

Introducción

En la era contemporánea, el comportamiento del consumidor ha experimentado transformaciones significativas como resultado de la digitalización y el auge del comercio electrónico. Mientras los consumidores tradicionales basan sus decisiones en canales físicos, boca a boca y experiencias presenciales, los consumidores digitales aprovechan el acceso inmediato a información, plataformas online y múltiples herramientas tecnológicas. Comparar ambos perfiles resulta esencial para comprender cómo han cambiado los hábitos de compra, sus expectativas y los canales que utilizan, así como para que empresas y negocios diseñen estrategias más eficaces adaptadas al tipo de consumidor.

Cuadro comparativo: Consumidores digitales vs Tradicionales		
Aspecto / Variable	Consumidores tradicionales	Consumidores digitales
Hábitos de búsqueda de información	Confían en recomendaciones personales, vendedores, publicidad presencial	Investigan en línea, leen reseñas, comparan precios y características en sitios web (Rodríguez, 2019)
Proceso de decisión de compra	Más lento, basado en confianza, visita física, prueba directa	Decisión más rápida, basada en datos en línea, reviews, reputación digital
Expectativas de servicio / atención	Atención en tienda, trato personal, garantía visible	Respuestas rápidas por chat, soporte 24/7, facilidad de devolución, transparencia
Canales de compra	Tiendas físicas, mercados locales, intermediarios	E-commerce, apps móviles, marketplaces, redes sociales
Recepción / entrega del producto	Llevar en el momento o recoger en tienda	Envío a domicilio, recogida en puntos,

		métodos híbridos (omnicanal)
Preferencia por marca vs precio	Alta sensibilidad al precio, valoran trato humano	Equilibran precio con reputación digital, sustentabilidad, valor agregado
Interacción con la marca	Interacción presencial, promociones físicas	Contacto digital, contenido en redes sociales, engagement online
Desconfianza / barreras	Miedo a fraudes físicos, productos defectuosos	Preocupación por seguridad digital, privacidad de datos
Adaptabilidad al cambio	Más reacios a adoptar nuevas tecnologías	Más receptivos a innovación, cambian rápidamente de método si hay mejoras

Conclusión

Aunque los consumidores tradicionales y digitales comparten el objetivo de satisfacer sus necesidades de compra, sus caminos son distintos. Mientras el tradicional confía en la experiencia física, el digital busca rapidez, comodidad y validación social. Las empresas que entiendan estas diferencias y adopten estrategias omnicanal combinando lo mejor del mundo físico y digital tendrán ventaja competitiva. En la práctica, ya no se trata de escoger uno u otro modelo, sino de integrarlos armoniosamente para que el cliente realice fácilmente el recorrido que mejor le convenga.

Referencias

Rodríguez, M. C. R. (2019). Consumidor digital: motivaciones y factores que influyen. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstreams/e8027029-5ebb-43ca-837d-f0b6eb034af6/download>

ICEMD. (s.f.). La evolución del cliente digital.

https://cdn5.icemd.com/app/uploads/2018/12/evolucion_cliente_digital.pdf

Orienteed. (2024). Comportamiento del consumidor digital 2024: tendencias clave. <https://orienteed.com/es/tendencias-clave-del-comportamiento-del-consumidor-digital-2024/>

The Logistics World. (2023). Hábitos de compra en retail vs. online: hallazgos de GS1. <https://thelogisticsworld.com/planeacion-estrategica/habitos-compra-retail-online-hallazgos-gs1/>

Primer Impacto. (2022). Consumo digital vs tradicional. <https://primer-impacto.com/consumo-digital-vs-tradicional/>