



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Cuadro comparativo entre "consumidores digitales vs
tradicionales identificando diferencias en hábitos,
expectativas y canales de compra".

Presenta:

Haydé Paulina Aguirre Ascencio

Asignatura Impartida por la:

Prof. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02/25

Introducción

Dentro del campo del marketing, el estudio del comportamiento del consumidor es fundamental para entender cómo diferentes tipos de compradores se adaptan y responden a los constantes cambios del entorno económico y tecnológico. A lo largo del tiempo, los tipos de consumidores han ido evolucionado, especialmente con la creciente integración de las tecnologías digitales. Ahora podemos distinguir principalmente al consumidor tradicional, quien mantiene un proceso de compra basado en métodos tradicionales, como la interacción en tiendas físicas y el contacto directo con los vendedores. Por otro lado, el consumidor digital representa una nueva forma de compra, caracterizada por el uso del internet y plataformas electrónicas para buscar, comparar y adquirir productos o servicios.

A continuación se presenta un cuadro comparativo detallado en el que se analizan tres aspectos clave: los hábitos de consumo, las expectativas que cada tipo de consumidor tiene respecto a sus compras, y los canales que emplean para llevar a cabo sus transacciones. Al exponer estas características de manera explícita, se profundiza en las diferencias y similitudes entre el consumidor tradicional y el digital, dando así una base sólida para la comprensión de las dinámicas actuales del mercado.

Aspecto a comparar	Consumidores digitales	Consumidores tradicionales
Hábitos de consumo	<p>“Multicanalidad: Los consumidores digitales utilizan una amplia variedad de canales para buscar información y realizar compras.” (Redacción, 2023)</p> <p>“Opiniones y recomendaciones: Los consumidores digitales confían en las opiniones y recomendaciones de otros consumidores.” (Redacción, 2023)</p>	<p>“Experiencia sensorial: Su decisión de compra se puede basar en su experiencia sensorial, como tocar, probar o ver los productos antes de adquirirlos.” (Figuerola, 2025)</p> <p>Lealtad a la marca: Regresa regularmente a comprar los productos o servicios cuando lo necesita de nuevo.(Figuerola, 2025)</p> <p>Confianza a la marca: Tienen confianza en la marca, cree en la calidad que ofrece por lo que no duda en volver a comprar sin comparar con otras. (Figuerola, 2025)</p>
Expectativas	<p>“Personalización: Los consumidores digitales valoran las experiencias personalizadas.” (Redacción, 2023)</p> <p>“Experiencia del cliente: Los consumidores digitales esperan atención al cliente eficiente y con canales de comunicación rápidos y accesibles.” (Redacción, 2023)</p> <p>Rapidez: Los consumidores digitales prefieren interfaces intuitivas y métodos de pago ágiles para minimizar el tiempo de espera. (Figuerola, 2025)</p> <p>“Comunicación en tiempo real: Valoran la capacidad de comunicarse en tiempo real con las empresas a través de chats en vivo.” (Redacción,</p>	<p>Personalización: Valoran el servicio personalizado que pueden recibir en una tienda física.</p> <p>Cálidad: Los clientes esperan encontrar calidad en el producto.</p> <p>Tienen una expectativa de servicio más lenta, en comparación con los consumidores digitales.</p>

	2023)	
Canales de compra	<p>Marketplaces: Como lo son Amazon, Mercado Libre o incluso Temu, AliExpress. (Antevenio, 2025)</p> <p>Sitios web de tiendas departamentales o de la propia tienda. (Antevenio, 2025)</p> <p>Plataformas de redes sociales: El motor central de este modelo es el contenido generado por el usuario (UGC) y el marketing de influencers, con el que conecta el consumidor y lo encuentra fácilmente. (Maceira, 2025)</p> <p>Live shopping: Una opción por la que se han inclinado los consumidores digitales es el live shooping que consiste en ventas a traés de transmisiones en vivo, el live shopping crea una sensación de urgencia, emoción y comunidad que recuerda a un evento en tienda. (Maceira, 2025)</p>	<p>El canal de compra que utilizan este tipo de clientes son las tiendas físicas.</p> <p>“Algunos clientes tradicionales más formales pueden preferir incluso el contacto <i>uno a uno</i> con un representante de ventas o ejecutivo.” (Morandi, 2025)</p>

Conclusión

El análisis comparativo entre consumidores digitales y tradicionales revela diferencias significativas en sus hábitos de consumo, expectativas y canales de compra. Los consumidores digitales destacan por su multicanalidad, buscando información y comprando a través de diversos medios electrónicos, confiando en opiniones y recomendaciones de otros usuarios. Valorán experiencias personalizadas, canales de comunicación rápidos y la facilidad en los pagos, además de preferir métodos innovadores como el live shopping que integran emoción y comunidad. En contraste, los consumidores tradicionales priorizan la experiencia sensorial y la lealtad hacia marcas conocidas, confiando en la calidad percibida y en la atención personalizada que reciben en tiendas físicas. Sus expectativas suelen ser de un servicio más pausado pero enfocado en la calidad del producto, además de preferir contacto directo con representantes de ventas.

Esta comparación resulta de suma importancia para comprender las dinámicas cambiantes del mercado actual y anticipar las necesidades y preferencias de los distintos tipos de consumidores. Esta comparación permite a las empresas diseñar estrategias de marketing más efectivas y segmentadas, optimizando recursos y maximizando el impacto en sus audiencias. Además, facilita la innovación en los canales de venta y la personalización de la experiencia del cliente, elementos clave para mantener la competitividad en un entorno cada vez más digitalizado sin perder la atención al mercado tradicional que sigue valorando el contacto directo y la experiencia sensorial.

Referencias

Antevenio, & Antevenio. (2025, 26 marzo). Importancia y funciones de los canales de distribución en Marketing Digital.

Antevenio. <https://www.antevenio.com/blog/importancia-funciones-canales-de-distribucion-en-marketing-digital/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20canales%20de,alcance%20hacia%20audiencias%20m%C3%A1s%20amplias.>

Figuerola, V. (2025, 22 de julio). Tipología de clientes: tradicionales vs digitales [Presentación]. Prezi.

<https://prezi.com/p/leqlpdzrgm32/tipologia-de-clientes-tradicionales-vs-digitales/>

Maceira, J., & Maceira, J. (2025, 12 septiembre). Tendencias del consumidor digital en 2025. Orienteed.

<https://orienteed.com/es/el-consumidor-digital-de-2025/>

Morandi, C. (2025, 8 abril). Clientes digitales vs. tradicionales: ¿en qué se diferencian y cómo adaptarse? - Jalapeños.

Jalapeños. <https://jalapenos.cl/marketing-digital/clientes-digitales-vs-tradicionales-en-que-se-diferencian-y-como-adaptarse/>

Redacción. (2023, 19 de junio). Analizando al consumidor digital: evolución y hábitos en una nueva era. Puro marketing:

<https://www.puromarketing.com/102/212189/analizando-consumidor-digital-evolucion-habitos-nueva>