

Reporte de Lectura

Tema:	CUADRO COMPARATIVO CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	Google
Palabras claves.	
Referencia APA. 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.	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Prontuario
1. Marketplaces: Como lo son Amazon, Mercado Libre o incluso Temu, AliExpress. 2. Sitios web de tiendas departamentales o de la propia tienda.

Tema:	CUADRO COMPARATIVO CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 2	Google
Palabras claves.	
Referencia APA. Figueroa, V. (2025, 22 de julio). Tipología de clientes: tradicionales vs digitales [Presentación]. Prezi. https://prezi.com/p/leqlpdzrgm32/tipologia-de-clientes-tradicionales-vs-digitales/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto literal
1. “Experiencia sensorial: Su decisión de compra se puede basar en su experiencia sensorial,

Reporte de Lectura

como tocar, probar o ver los productos antes de adquirirlos.”

Prontuario
<ol style="list-style-type: none">2. Rapidez: Los consumidores digitales prefieren interfaces intuitivas y métodos de pago ágil para minimizar el tiempo de espera.3. 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.

Tema:	CUADRO COMPARATIVO CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 3	Google
Palabras claves.	
Referencia APA. Maceira, J., & Maceira, J. (2025, 12 septiembre). Tendencias del consumidor digital en 2025. Orienteed. https://orienteed.com/es/el-consumidor-digital-de-2025/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Prontuario
<ol style="list-style-type: none">1. 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.2. 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.

Reporte de Lectura

Tema:	CUADRO COMPARATIVO CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 4	Google
Palabras claves.	
Referencia APA. 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/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto literal
1. “Algunos clientes tradicionales más formales pueden preferir incluso el contacto <i>uno a uno</i> con un representante de ventas o ejecutivo.”

Tema:	CUADRO COMPARATIVO CONSUMIDORES DIGITALES VS TRADICIONALES
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 5	Google
Palabras claves.	
Referencia APA. 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	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto literal
1. “Comunicación en tiempo real: Valoran la capacidad de comunicarse en tiempo real con las

Reporte de Lectura

empresas a través de chats en vivo.”

2. “Experiencia del cliente: Los consumidores digitales esperan atención al cliente eficiente y con canales de comunicación rápidos y accesibles.”
3. “Personalización: Los consumidores digitales valoran las experiencias personalizadas.”
4. “Opiniones y recomendaciones: Los consumidores digitales confían en las opiniones y recomendaciones de otros consumidores.”
5. “Multicanalidad: Los consumidores digitales utilizan una amplia variedad de canales para buscar información y realizar compras.”