



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**



ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

Asignatura: Comportamiento del consumidor

PROF. Minerva Camacho Javier

Alumna: Ivon López de Jesús

Propósito

Analizar y comparar las características, hábitos, expectativas y canales de compra de los consumidores digitales frente a los tradicionales en México, para apoyar la toma de decisiones de marketing y diseño de estrategias comerciales adaptadas al contexto nacional.

| Criterio | Consumidor digital (Méjico) | Consumidor tradicional (Méjico) |
|---------------------------|---|--|
| Hábitos de compra | Planea y compara precios online (más del 80 %). Busca promociones (78 %). Uso intensivo de móviles. Caza ofertas en marketplaces. | Compra presencial; inspección directa del producto. Impulsividad en tienda. Menor comparación digital. |
| Expectativas | Rapidez en entrega, opciones seguras de pago, devoluciones fáciles. Transparencia y sostenibilidad. Omnipresencia como estándar. | Atención presencial personalizada. Confianza en tienda local. Experiencia directa al probar/ver productos. |
| Canales preferidos | Marketplaces, apps, redes sociales, ecommerce. Uso prioritario de smartphones. Omnipresencia (mezcla online y offline). | Tiendas físicas, mercados locales, supermercados, ferias. Confianza en lo físico y cercano. |
| Factores decisores | Precio + envío bajo, reseñas y calificaciones online, promociones digitales, seguridad en pagos, valor percibido. | Precio y promociones en tienda, disponibilidad inmediata, recomendación de vendedor, confianza en marca y ubicación. |
| Ventajas | Acceso 24/7, variedad, comparación fácil, conveniencia, escalabilidad empresarial. | Experiencia sensorial, servicio inmediato, confianza personal, entrega al momento. |
| Desventajas | Problemas logísticos, riesgo de fraude, falta de experiencia física, dependencia tecnológica. | Horarios limitados, menos variedad, desplazamiento necesario, costos fijos altos. |
| Segmentación y demografía | Predomina en millennials y generación Z, urbanos, clases medias-altas, con acceso a Internet y wallets | Adultos mayores, zonas rurales o con baja conectividad, personas que valoran tradición y trato |

| | digitales. | personal. |
|------------------------------|---|---|
| Experiencia post-compra | Reseñas online, servicio digital, devoluciones vía logística, programas de fidelidad en apps. | Atención cara a cara, cambios inmediatos, confianza directa en tienda, reputación local. |
| Implicaciones para marketing | Invertir en ecommerce, UX móvil, logística, campañas digitales, sostenibilidad, influencers, omnicanalidad. | Invertir en experiencia física, atención de vendedores, visual merchandising, promociones locales, reputación en comunidad. |

Análisis y conclusiones

Patrones emergentes en México:

- El consumidor digital está en expansión, con fuerte uso de móviles y marketplaces.
- La inflación y el precio influyen en la búsqueda de promociones y marcas propias.
- Lo físico sigue siendo relevante en productos de experiencia sensorial (ropa, calzado, alimentos).
- La sostenibilidad y la responsabilidad social ganan peso.
- La omnicanalidad es el camino más efectivo: combinar lo digital y lo físico.

En conclusión, el consumidor digital es más adecuado en contextos urbanos, conectados y de escala; el tradicional, en zonas rurales o categorías que requieren experiencia física. La recomendación es fortalecer estrategias híbridas.

Referencias

EY México. (2025). Consumo en México: una nueva era de hábitos y prioridades. EY.
https://www.ey.com/es_mx/insights/retail/consumo-mexico-nueva-era-habitos-prioridades

NielsenIQ. (2025, marzo). Los hábitos de compra en México siguen evolucionando a un ritmo acelerado. Noticias Visión Social Empresarial y Política.
<https://noti.mx/2025/03/27/los-habitos-de-compra-en-mexico-siguen-evolucionando-a-un-ritmo-acelerado-un-estudio-reciente-de-nielseniq-empresa-global-lider-en-inteligencia-de-consumidores-revela-datos-clave-sobre-como-los-esh/>

Kueski. (2025, julio). Evolucionan hábitos del consumidor digital en México. Bien Informado. <https://bieninformado.mx/evolucionan-habitos-del-consumidor-digital-en-mexico/>

Kantar. (2025). Perfil del consumidor mexicano: inflación y hábitos de compra. FashionNetwork México. <https://mx.fashionnetwork.com/news/Los-consumidores-mexicanos-buscan-esquivar-la-inflacion-con-cambios-en-sus-habitos-de-compra%2C1520779.html>

Retailers.mx / GS1 México. (2024). Estudio sobre conciencia de compra en piso de venta 2023. GS1 México. <https://retailers.mx/el-86-de-los-consumidores-en-mexico-buscan-calidad-del-producto/>

Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI) & Kantar. (2025). Compras locales y experiencias personalizadas: tendencias del consumidor mexicano para 2025. El Economista. <https://www.economista.com.mx/el-empresario/compras-locales-y-experiencias-personalizadas-tendencias-consumidor-mexicano-20241203-736665.html>