



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 (México)	Consumidor tradicional (México)
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. Omnicanalidad 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. Omnicanalidad (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.eleconomista.com.mx/el-empresario/compras-locales-y-experiencias-personalizadas-tendencias-consumidor-mexicano-20241203-736665.html>