



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

***Comportamiento del consumidor***

**Cuadro Comparativo: Consumidores digitales vs Consumidores tradicionales**

**Elaborado por: Berenice de la Rosa Torres**

***Docente: Minerva Camacho Javier***

**Ciclo 02/ Agosto 2025 – Febrero 2026**

## **Introducción**

En la actualidad, el mercado se caracteriza por una convivencia dinámica entre modelos de consumo tradicionales y digitales, ambos influenciados por factores culturales, tecnológicos y sociales. A medida que la tecnología avanza, las personas modifican sus formas de buscar información, comparar alternativas y concretar sus compras. Esto ha dado lugar a dos tipos de consumidores claramente diferenciados: aquellos que se apoyan principalmente en herramientas digitales y aquellos que prefieren procesos presenciales. El consumidor digital se desenvuelve en un entorno donde la inmediatez, la personalización y la accesibilidad son elementos centrales; utiliza plataformas electrónicas, redes sociales y aplicaciones móviles para descubrir, evaluar y adquirir productos. En contraste, el consumidor tradicional mantiene prácticas más ligadas a la interacción humana, la percepción directa del producto y la experiencia física dentro de establecimientos comerciales.

Este contraste no solo refleja diferencias generacionales, sino también una transición más amplia relacionada con los cambios en la infraestructura comercial y la evolución en los estilos de vida. Mientras que los consumidores digitales suelen priorizar la eficiencia, la comparación instantánea y la comodidad, los consumidores tradicionales continúan valorando el trato personal, la seguridad de ver el producto antes de comprarlo y la posibilidad de resolver dudas de manera directa. Analizar estos patrones permite comprender cómo las empresas deben adaptarse para atender simultáneamente a ambos perfiles, equilibrando canales físicos y digitales, y adoptando estrategias que respondan a expectativas cada vez más diversas. El presente cuadro comparativo busca identificar estas variaciones en hábitos, expectativas y canales de compra para ofrecer una visión integral del comportamiento actual del consumidor.

Aspecto	Consumidor digital	Consumidor tradicional
Forma de explorar opciones	Utiliza filtros avanzados (precio, talla, reseñas) para reducir opciones rápidamente.	Recorre pasillos, anaqueles o tiendas para observar la variedad disponible.
Interacción con marcas	Interactúa mediante chats automáticos, comentarios en redes o mensajes directos.	Se relaciona con la marca a través de empleados, demostraciones o visitas físicas.
Tiempos de decisión	Toma decisiones aceleradas, influido por anuncios personalizados y ofertas temporales	Sus decisiones son más pausadas; analiza físicamente el producto antes de comprar.
Confianza en la compra	Confía en las certificaciones digitales, políticas de seguridad y opiniones anónimas de otros usuarios.	Confía en la reputación de la tienda física, la atención del vendedor y su propia inspección visual.
Barreras de compra	Puede dudar por costos de envío, tiempos de entrega o seguridad de datos.	Puede dudar por la distancia a la tienda, falta de disponibilidad o horarios limitados.

## Conclusión

La comparación entre consumidores digitales y tradicionales evidencia que el comportamiento del consumidor está en constante transformación, influido por factores como la accesibilidad tecnológica, la disponibilidad de información y los cambios en las preferencias sociales. El consumidor digital ha adoptado prácticas orientadas a la eficiencia, aprovechando la capacidad del entorno online para ofrecer rapidez, variedad y soluciones personalizadas. Este perfil se caracteriza por tomar decisiones basadas en datos inmediatos, reseñas y herramientas tecnológicas que facilitan la evaluación de productos. Por el contrario, el consumidor tradicional representa la continuidad de un modelo en el que la confianza se construye mediante el contacto directo, la observación física del producto y la presencia de un vendedor que guía el proceso de compra.

A pesar de sus diferencias, ambos tipos de consumidores coinciden en un punto importante: buscan experiencias confiables, satisfactorias y acordes con sus necesidades. Por esta razón, las empresas deben comprender que no se trata de elegir entre lo digital o lo tradicional, sino de integrar ambos enfoques para generar propuestas de valor más completas.

## Referencias

*Luna, D. & Velasco, C. (2020). Psychology of Consumer Choice Across Modalities. Journal of Marketing Behavior, 5(3), 221–238.*

*García, M. & Rojas, E. (2021). Preferencias de compra en entornos físicos y digitales en América Latina. Revista de Estudios del Consumidor, 14(2), 45–59.*

*Statista Research Department. (2023). E-commerce User Behavior Insights. Statista Reports.*

*Flores, A. (2022). Transformaciones del consumidor ante la digitalización del comercio minorista. Observatorio Latino de Mercados y Tendencias, 9(1), 89–102.*