



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica De Ciencias

Económico-Administrativas



DACEA

División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

Asignatura:

Comportamiento del consumidor

“Mapa conceptual- consumidores híbridos”

Presenta:

María del Carmen Segovia Zapata

Docente:

Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Octubre, 2025

Introducción

Una empresa debería saber que tipos de clientes frecuentan su tienda, si su público objetivo prefiere la venta física o se va por la comodidad de su entorno, la empresa debe determinar si su demanda son consumidores tradicionales o digitales, pero un vendedor inteligente optaría por la venta híbrida, una estrategia que engloba las dos formas de vender así tendrá mayor accesibilidad.

Para elaborar el mapa conceptual se recurrió a información confiable en páginas web de Google, además de la información previa que ya conocía.

En este documento se pretende aportar información precisa, clasificando y resumiendo los conceptos claves (consumidor digital y tradicional), sobre las características, factores y ventajas.

¿Tu como consumidor, te denominas consumidor digital o tradicional?, ¿o prefieres aplicar el método híbrido?

CONSUMIDORES HIBRIDOS

CONSUMIDOR TRADICIONAL

Es el que adquiere productos mediante contacto físico y detallado.

CARACTERISTICAS

- Mantiene ingresos relativos
- Aumenta el número de clientes.

CONCEPTO

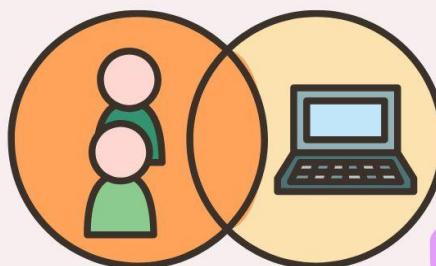
Un consumidor híbrido es aquel que compra de manera física y digital, es decir, asiste al local e interactúa en las tiendas virtuales

FACTORES

- Comodidad.
- Experiencia y sociabilidad.
- Precio y ofertas.
- Seguridad.
- Confianza.

VENTAJAS

El consumidor puede ver, probar y tocar los productos, además de un asesoramiento directo.



CONSUMIDOR DIGITAL

Es el que prefiere adquirir productos desde la comodidad de su entorno.

CARACTERISTICAS

- Implica hacer inventarios
- Tener una logística eficiente
- Mantener los precios y promociones
- Invertir en tecnología
- Capacitar al equipo.

FACTORES

- Experiencia del cliente.
- Medios digitales.
- Promociones cruzadas.
- Analizar alianzas con empresas de logística.

VENTAJAS

El consumidor puede comparar precios, tener más variedad de tiendas y dejar reseñas.



Conclusión

En conclusión, los consumidores híbridos son los que enlazan las dos formas de compra, es decir; utilizan tanto el medio digital como la asistencia física a la tienda, esto como una mejor forma de comprar, pues estos pueden investigar previamente en los medios digitales sobre un producto y posteriormente asistir al local para confirmar las posibles expectativas que tiene sobre dicho producto.

Me parece interesante como cada termino que conozco por inercia, tiene un concepto formal y una clasificación, no todo existe por que sí, sino que cada fundamento tiene un propósito, las empresas deberían saberlo mas que nadie, pues de ello depende que tenga éxito a largo plazo.

Referencias

- Openpay. (2023). Compras físicas, en línea o híbridas: ¿Qué prefieren los consumidores? Ambo. <https://blog.amvo.org.mx/blog/compras-fisicas-en-linea-o-hibridas-que-prefieren-los-consumidores>
- Urbano, D. (2025). Emprendimiento híbrido: combina ventas digitales y físicas con éxito. Blog Coomeva.
<https://www.coomeva.com.co/blog/post/emprendimientos-hibridos-negocios-que-combinan-lo-digital-y-lo-fisico/4406>