UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica Económico Administrativo

Creación de arquetipo del consumidor mexicano contemporáneo

Consumidor híbrido

Mercadotecnia

Materia:

Comportamiento del consumidor

Grupo:

ESP2

Profesora:

Minerva Camacho Javier

Equipo 7

González Gil Ana Silvia

López de Jesús Ivon

Segovia Zapata María del Carmen

Varela Castillo Maximiliano

Vasconcelos León Nancy Guadalupe

11/ octubre /2025

Introducción

Los arquetipos de consumidores nos ayudan a identificar el tipo de consumidor al que se dirige, las características que este tiene y cuales son aquellas motivaciones e intereses que ellos buscan dentro de su cotidianidad y que los ayuda a identificarse de acuerdo a su método de compra y consumo.

En nuestro caso el consumidor híbrido es ese tipo que puede adoptar ambos métodos de compra, tanto tradicionales como digitales y que siempre están al tanto de las innovaciones y disfrutan del contacto y atención personalizada.

Al elaborar nuestro avatar nos centramos en ir evaluando esas especificaciones, que los identifica como híbridos, en nuestro caso fue por medio de su forma de pago, este usa ambas, por ello es que medio de ilustraciones lo especificamos en nuestra evidencia. De igual manera, le agregamos las aspiraciones que tiene, ellos suelen ser atentos a las experiencias que se les genera al comprar, y por ello están siempre en busca de nuevas que los hagan sentir satisfechos con lo que adquieren.

Nuestro arquetipo Melissa busca que cualquier persona que se identifique como consumidor híbrido pueda sentirse parecido a ella y que con este ejemplo se pueda entender esta persona de manera creativa al emplear imágenes, palabras claves y colores para ayudarnos a ilustrar de mejor manera este ejemplo.

Evidencia integradora

“Melissa: Arquetipo de consumidor híbrido”

Conclusión

Al ir elaborando esta actividad como equipo pudimos darnos cuenta más a profundidad lo que un consumidor híbrido necesita, siempre debe estar en constante comunicación sea se de manera digital o presencial este personaje busca que dentro su cotidianidad la atención a ellos sea personalizada, saber que cualquier duda que se tenga podrá ser resuelta por medio de un asistente digital o uno en carne y hueso.

Con esto en mente también asociamos a este consumidor como una persona joven-adulta que ha experimentado ambos métodos de compra dentro de su vida y que puede ejecutarlos de tal manera que desee y se sienta cómodo, es decir, si busca un contacto directo puede ir a una tienda física, si busca rapidez y comodidad optara por compras en internet, esto lo representa como una persona adaptable, que, de acuerdo a sus necesidades establece que conducto de compra accionara y esto lo convierte en un consumidor que conoce lo que quiere y la forma en la que desea adquirir un servicio y/o producto.

La ejemplificación de nuestro arquetipo Melissa representa lo que, por medio de nuestra investigación y percepción, creemos que el consumidor híbrido actúa y los interese que estos tienen, sabemos que buscan experiencias y que están en contacto con la tecnología, no les es indiferente el uso de medios tradicionales y ello utilizarán el método de acuerdo a sus deseos y necesidades.

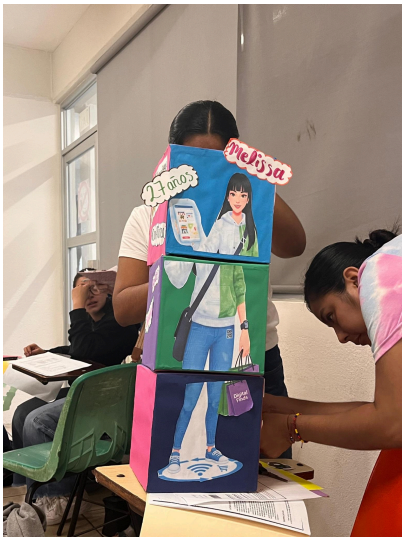
Con esta actividad aprendimos que cada consumidor es diferente, pero siempre habrá ciertas características con las que podemos identificarlos y agruparlos, en este caso fuese digitales, tradicionales y en nuestra ocasión híbridos, esto nos ayuda a poder establecer la forma en la que llegaremos a ellos y el armar un modelo manual de un tipo ellos, con colores e ilustraciones nos ayudó a representar de mejor manera y al igual poder asociarlo y que otras personas lo hagan también.

Anexos

(evidencias de elaboración en clase)

Martes 7 octubre 2025

Miércoles 8 octubre 2025



References

Consumidor - Qué es, tipos, características y comportamiento. (n.d.). Concepto. Retrieved October 11, 2025, from https://concepto.de/consumidor/

Cyberclick • Marketing Digital. (2023, Abril 25). *Las Estrategias de Segmentación de Mercado en Marketing[Video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=bPo13gAK-7M&t=4s

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.