

Reporte de Lectura

Tema: Consumidores híbridos	Motivación
-----------------------------	------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Google académico</i>
Palabras claves.	
Referencia APA. 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	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto (literal con número de página)
<ol style="list-style-type: none">1. Un negocio híbrido aprovecha las ventajas del espacio físico (como la confianza directa, la exhibición de productos y la experiencia sensorial) mientras capta clientes a través de redes sociales, tiendas virtuales y marketplaces.2. Esto permite mantener ingresos constantes y ampliar la base de compradores sin depender exclusivamente de un local o del comercio electrónico.3. Combinar ambos canales también implica retos importantes: gestionar inventarios para responder tanto a la demanda presencial como digital, garantizar una logística eficiente de entregas y mantener la coherencia en precios y promociones. Además, exige invertir en tecnología para gestionar pagos, pedidos y estadísticas, así como capacitar al equipo en atención multicanal.

Reporte de Lectura

4. Estrategias

- Diseñar la experiencia del cliente pensando en cómo cada canal aporta valor: cercanía, rapidez o conveniencia.
- Apostar por soluciones digitales simples al inicio (como redes sociales o apps de mensajería) antes de pasar a un e-commerce completo.
- Usar promociones cruzadas: descuentos para compras en la web que se recogen en tienda, o códigos de descuento para la tienda física enviados por correo electrónico.
- Explorar alianzas con empresas de logística y pago para facilitar el crecimiento online.

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

1. Un consumidor híbrido es aquel que compra de manera física y digital, es decir, asiste al local e interactúa en las tiendas virtuales.
2. Mantiene ingresos relativos, aumenta el número de clientes.
3. Implica hacer inventarios, tener una logística eficiente, mantener los precios y promociones, invertir en tecnología y capacitar al equipo.
4. Estrategias
 - Experiencia del cliente.
 - Medios digitales.
 - Promociones cruzadas.
 - Analizar alianzas con empresas de logística.