

Reporte de Lectura

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

Ficha de la fuente de información.	
No.1	Fuente original. Google
Palabras claves. Consumidor híbrido, comercio híbrido, experiencia omnicanal, marketing digital.	
Referencia APA. Zendesk México. (2023, marzo 12). Qué es un comercio minorista híbrido: Características clave. https://www.zendesk.com.mx/blog/minorista-hibrido-que-es-y-como-impulsar-a-tope-las-ventas-de-este-negocio/	

Texto
“El consumidor híbrido se caracteriza por tener la flexibilidad para comprar en una tienda de manera online y retirar el producto de forma presencial o viceversa. Además, aprovechan y utilizan la variedad de canales digitales para comunicarse con las empresas” (Zendesk México, 2023).
Prontuario
El consumidor híbrido combina experiencias de compra físicas y digitales, utilizando de forma flexible ambos canales para satisfacer sus necesidades. Este perfil utiliza internet no sólo para investigar, sino también para comprar con opciones de entrega o retiro en tienda, demostrando una integración real entre comercio presencial y digital. Esta tendencia es una evolución del comportamiento del consumidor actual que demanda soluciones omnicanal y personalizadas (Zendesk México, 2023).

Reporte de Lectura

Tema:	Bizzmkt, “Customer journey: cómo cambia con el consumidor híbrido”
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original. Google</i>
Palabras claves. Consumidor híbrido, experiencia integrada, omnicanalidad, comportamiento del consumidor, digital y físico.	
Referencia APA. Bizzmkt. (2025). Customer journey: cómo cambia con el consumidor híbrido. https://bizzmkt.com/customer-journey-como-cambia-con-el-consumidor-hibrido/	
El consumidor híbrido navega indistintamente entre experiencia física y digital para comprar y consumir. Valora una experiencia fluida y consistente donde lo digital y físico se complementan. La personalización, facilidad tecnológica e integración son esenciales para satisfacer sus requerimientos. Este comportamiento rompe con el customer journey tradicional, mezclando etapas online y offline de forma simultánea o alternada.	

Texto
“El consumidor híbrido espera una experiencia consistente entre lo físico y digital, utilizando múltiples dispositivos y canales para informarse y comprar” (p. 3).
Prontuario
El consumidor híbrido demanda una experiencia omnicanal integrada que combine naturalmente las opciones digitales y físicas para informarse, comparar y adquirir productos o servicios. Este comportamiento obliga a las marcas a ofrecer soluciones tecnológicas integradas y personalizadas que mejoren la experiencia del cliente (Bizzmkt, 2025).