

online shopping



El E-Commerce en Paraguay

Informe Anual 2021

Ficha Metodológica

Tipo de Investigación: Cuantitativa. Encuestas online captadas vía RRSS y bola de nieve.

Universo: Público potencial, usuarios o no de e-commerce, decisores de compra de productos de consumo masivo. Mujeres y hombres entre 18 y 55 años, NSE ABC1, C2 y C3, GenZ (18/26 años) 32% , GenY (27/39 años) 39% , GenX 29% (+40 años)

Muestra: 650 casos (400 AyGas + 250 Interior) que compran online

Instrumento: Cuestionario semi-estructurado con preguntas abiertas y cerradas, de 10 minutos de duración.

Geografías: Asunción y Gran Asunción (Luque, San Lorenzo, Lambaré, Fernando de la Mora, Mariano Roque Alonso, Limpio). Interior (Encarnación/Ciudad del Este/Concepción/Cnel Oviedo/Villarrica)

Fecha de campo: Abril 2021



Performance de la compra online

Más de la mitad de la población paraguaya apuesta por las **compras online**

66%

Ha realizado una compra online en los últimos 12 meses

Desde la Pandemia, la compra online se **afianza como canal** de compra

75%*
Realizó al menos
una compra **online**
en el último mes

AyGas

80%

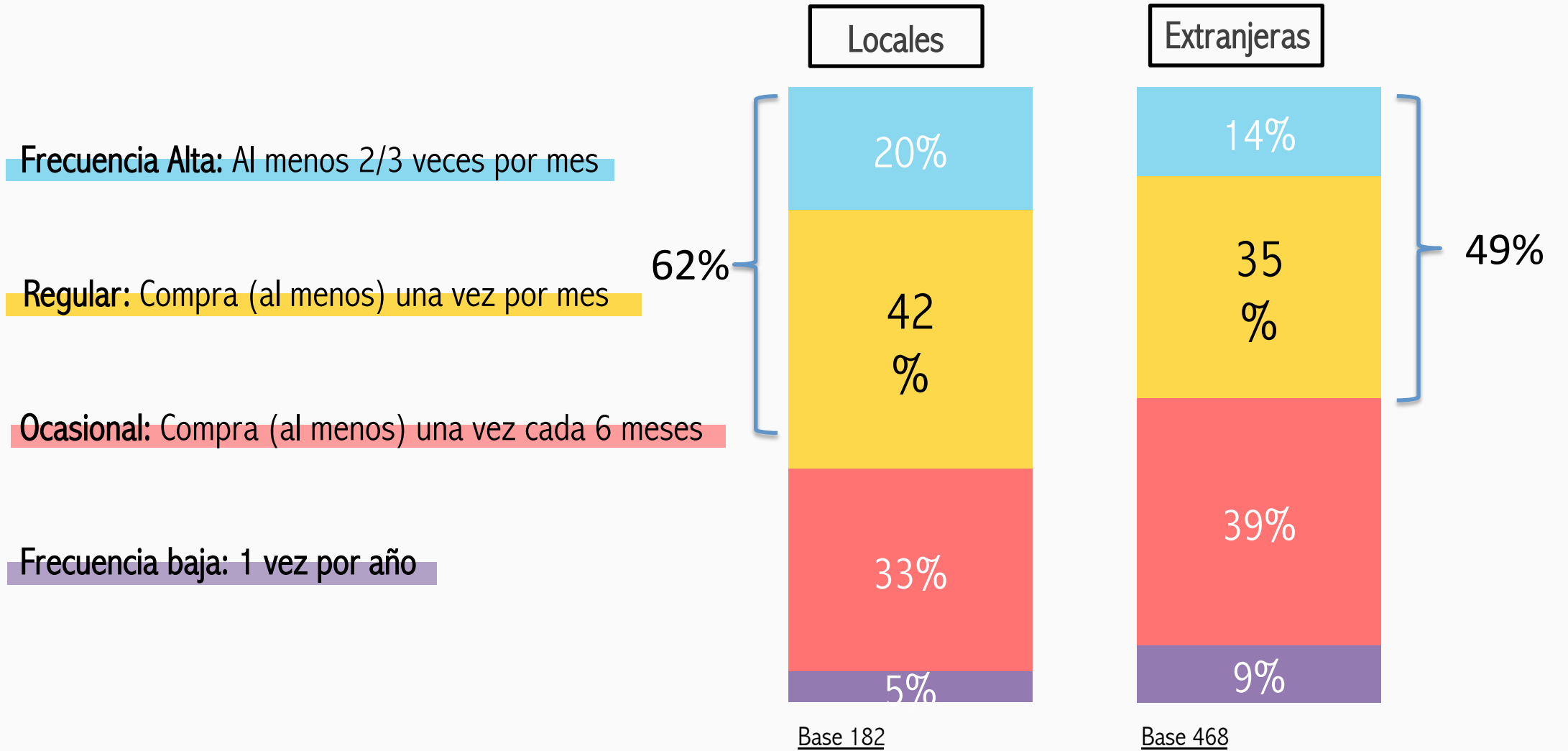
67%

Interior

La compra online se ha vuelto un habito frecuente

En general, ¿con qué frecuencia suele comprar productos o contratar servicios de marcas o tiendas de manera online?

Ecommerce Paraguay Mayo 2021



¿Por qué?

¿Cuál es el principal motivo por el cual compra de manera online?

Selección Múltiple

25%

Puede **recibir** sus compras en el domicilio

24%

Encuentra **rápidamente** lo que busca

Ahorra tiempo (13%); Compra en cualquier momento (11%); Mejores descuentos (9%)

Practicidad y
Conveniencia
las ventajas
sobre el brick

39%

Le resulta **FÁCIL** y **SENCILLO** de realizar

Experiencia en Compra Online – Likes/Dislikes

28%

No puede **ver** el producto
antes de comprar

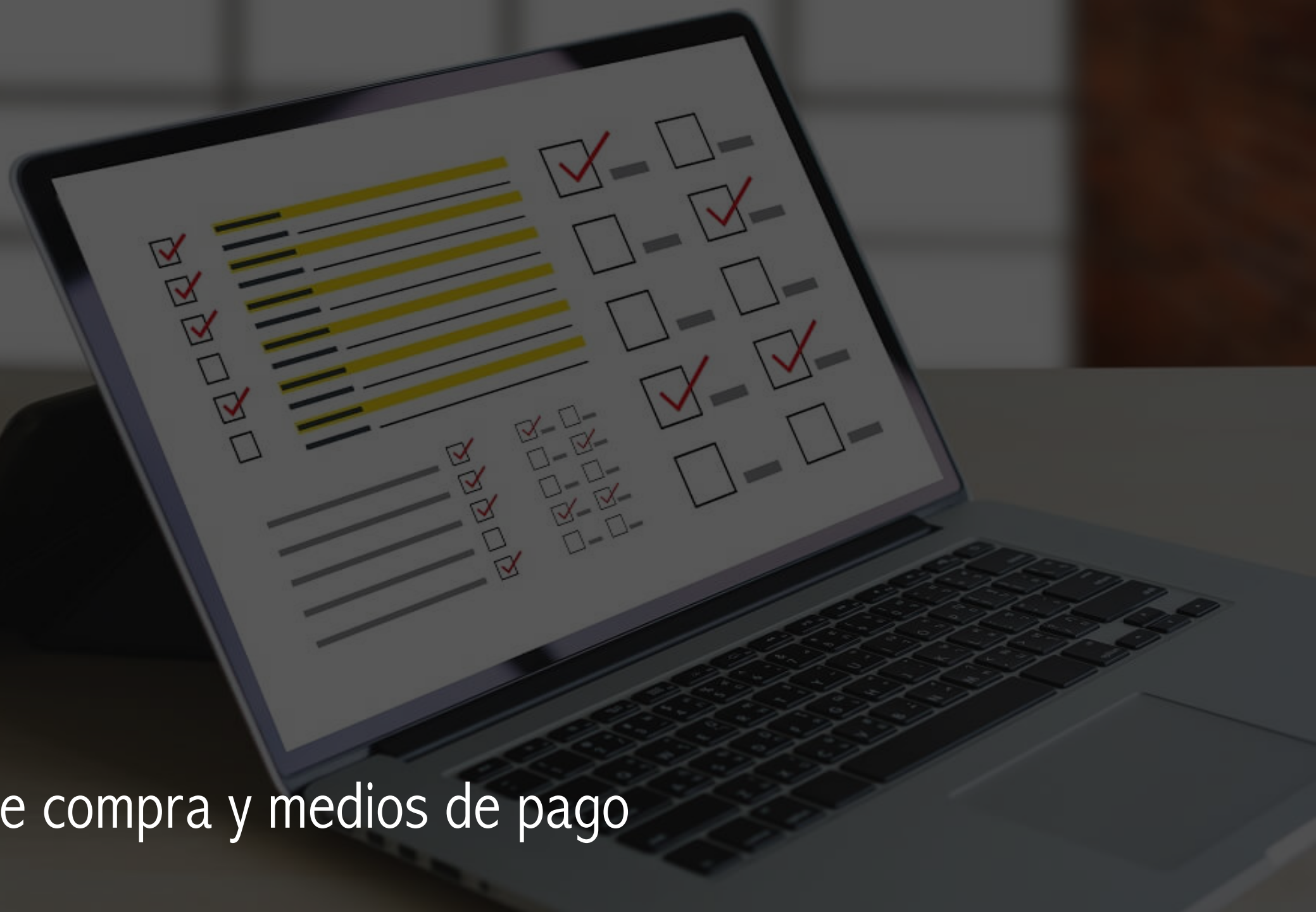


**REALIDAD
AUMENTADA**

El reto para el
e-commerce:
TANGIBILIZAR
el producto

72%

Tiene **confianza** en el
sitio del vendedor y
seguridad en métodos
de pago



Canales de compra y medios de pago

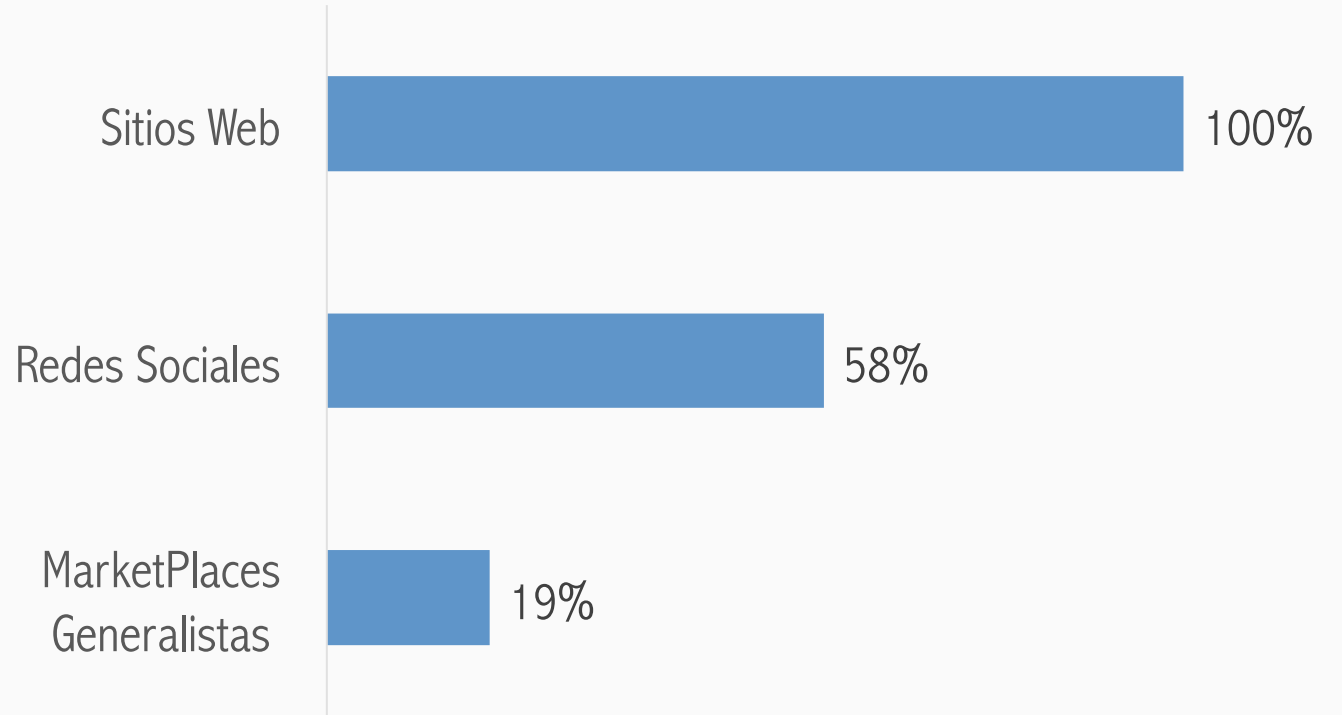
Canales online mas utilizados

¿En qué tipos de sitios web compra habitualmente o realizó compras en el último año?

Selección Múltiple

6 de 10
 personas compran
 via **Redes Sociales**,
 además de usar otras
 plataformas

2,5 sitios
 de compra
 online promedio



Base 650

Un espacio de interacción: Las Redes Sociales como canal de compra online

¿En qué redes sociales compra habitualmente?

Selección Múltiple

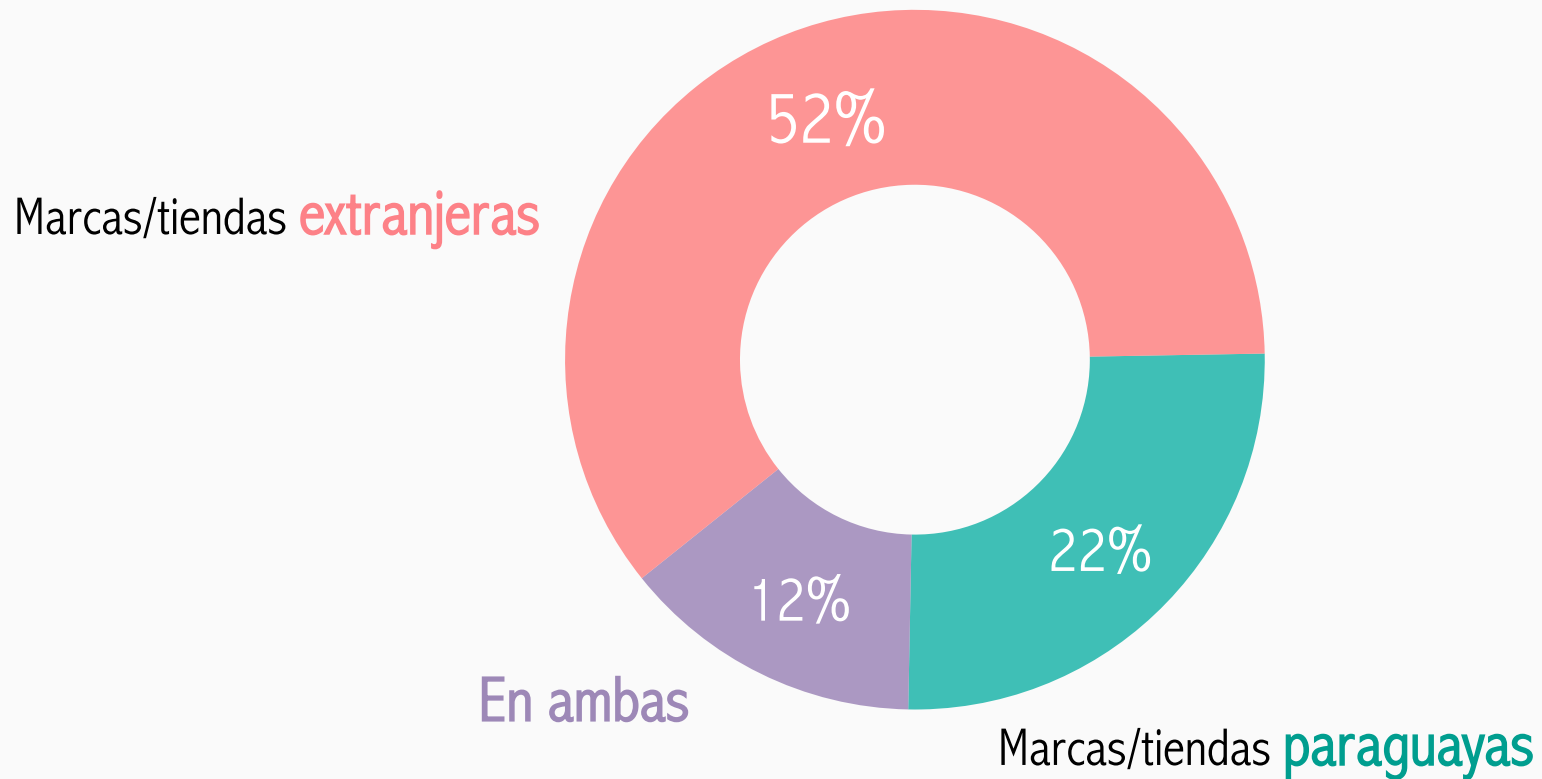


Facebook
es la
plataforma
más fuerte
para compras
online.

Tiendas locales ya representan un 22% de la compra habitual

Habitualmente ¿compra online en páginas de internet (o apps) locales de Paraguay o en páginas extranjeras (de marcas o de tiendas)?

Ecommerce Paraguay Mayo 2021

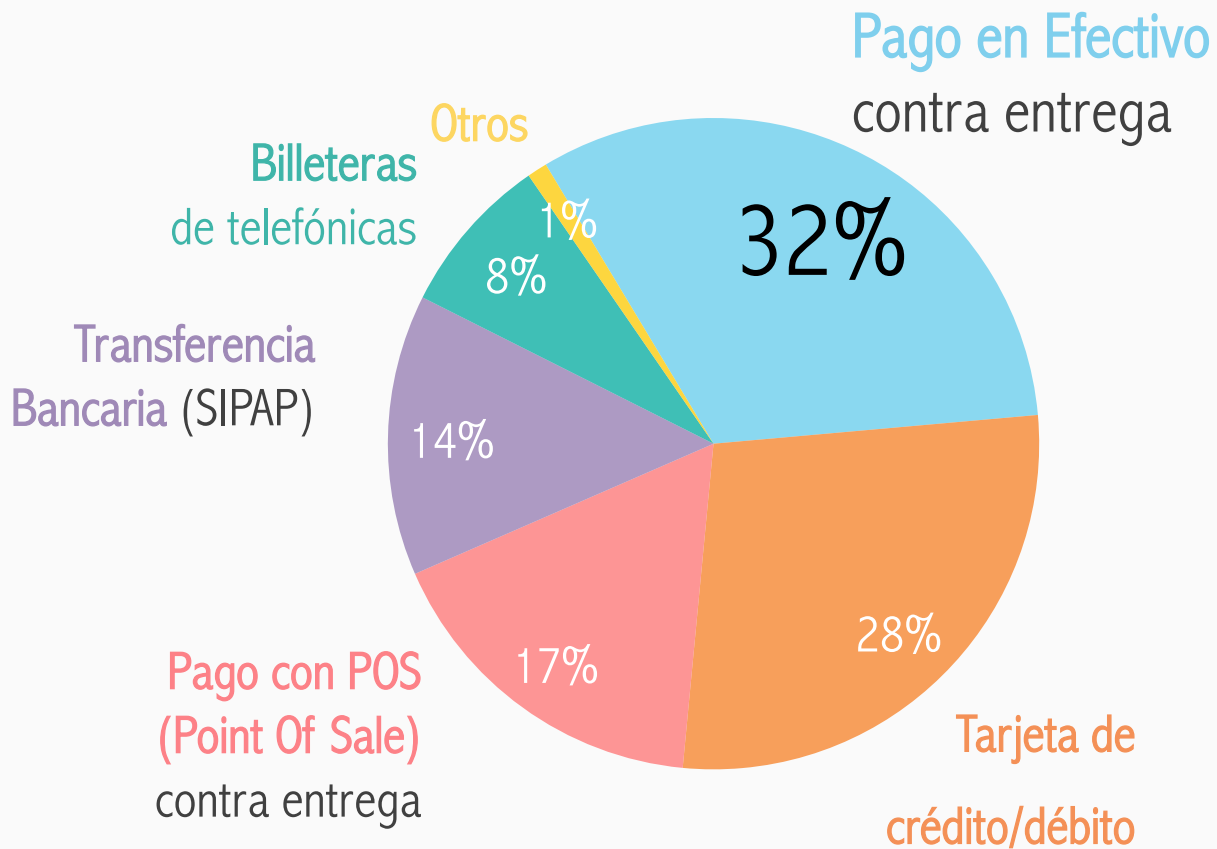


Base 650

Medio de Pago. Tiendas/Apps

¿Cuál es el medio de pago que más utiliza para sus compras online?

EN SITIOS Y APPS LOCALES



Base 182

EN SITIOS Y APPS EXTRANJEROS

58%

Pago con **tarjeta de crédito**

AyGas

68%

41%

Interior

15%
Tarjeta de Débito

14%
 PayPal
13% Otras

Base 468

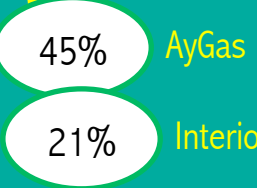
Categorías compradas online en los últimos 6 meses

+ de 3 categorías promedio

Ecommerce Paraguay Mayo 2021

36%

Alimentos y Bebidas



29%

Indumentaria no deportiva

26%

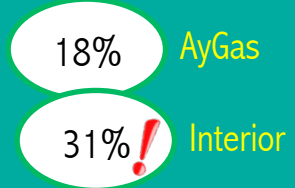
Cosméticos Perfumeria, Peluqueria

25%

Electrónica Audio Video y TV

23%

Celulares



21%

Electrodomésticos y aires acondicionados

19%

Capacitación y cursos

16%

Indumentaria deportiva

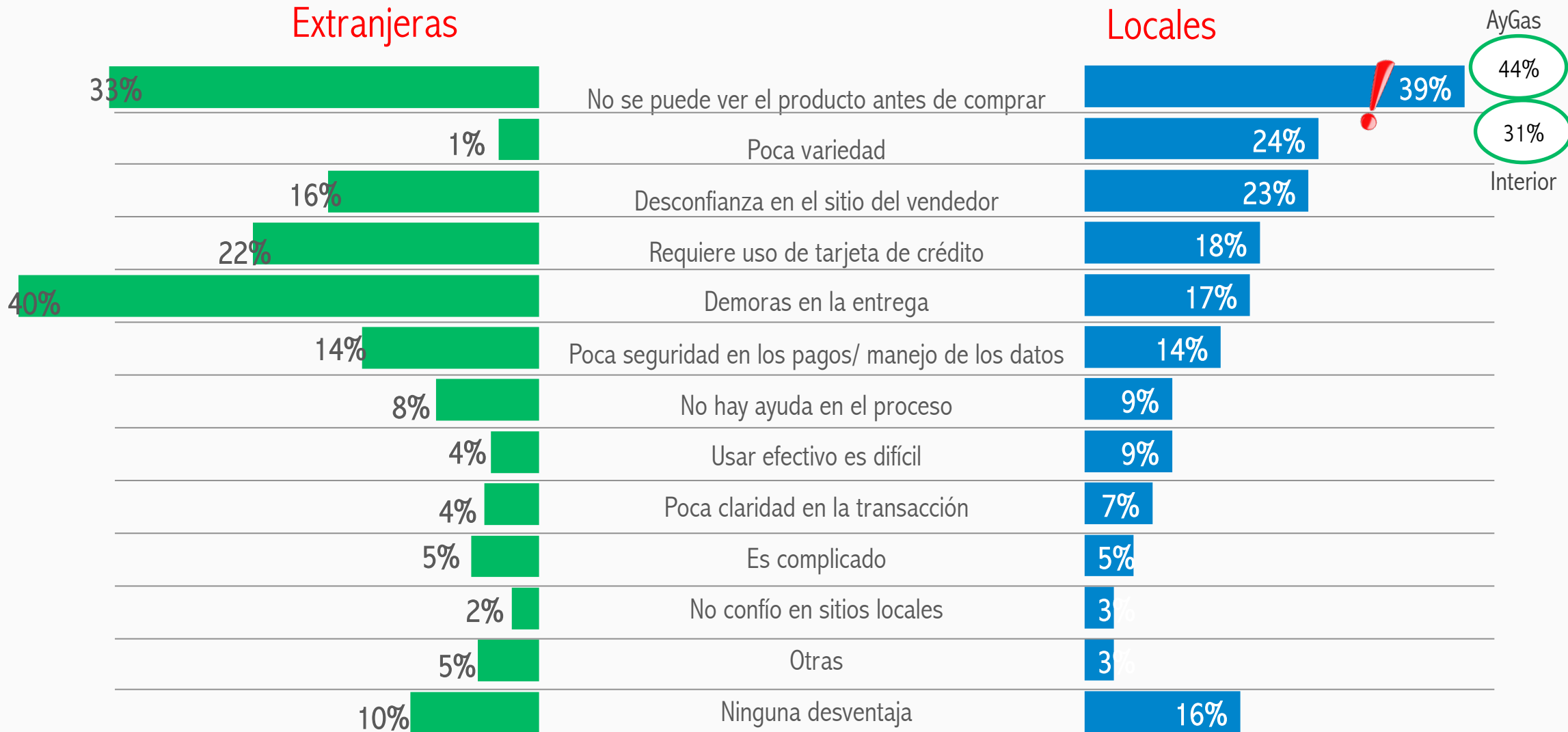
12%

Hogar y muebles de jardín

Oportunidades de mejora en la compra online.

¿Cuáles son las principales desventajas, si es que las hay, de comprar online en páginas de internet?

Ecommerce Paraguay Mayo 2021



AyGas 44%
Interior 31%



El research previo a la compra online

Comprador online **informado**

79%*

AyGas

75%

86%

Interior

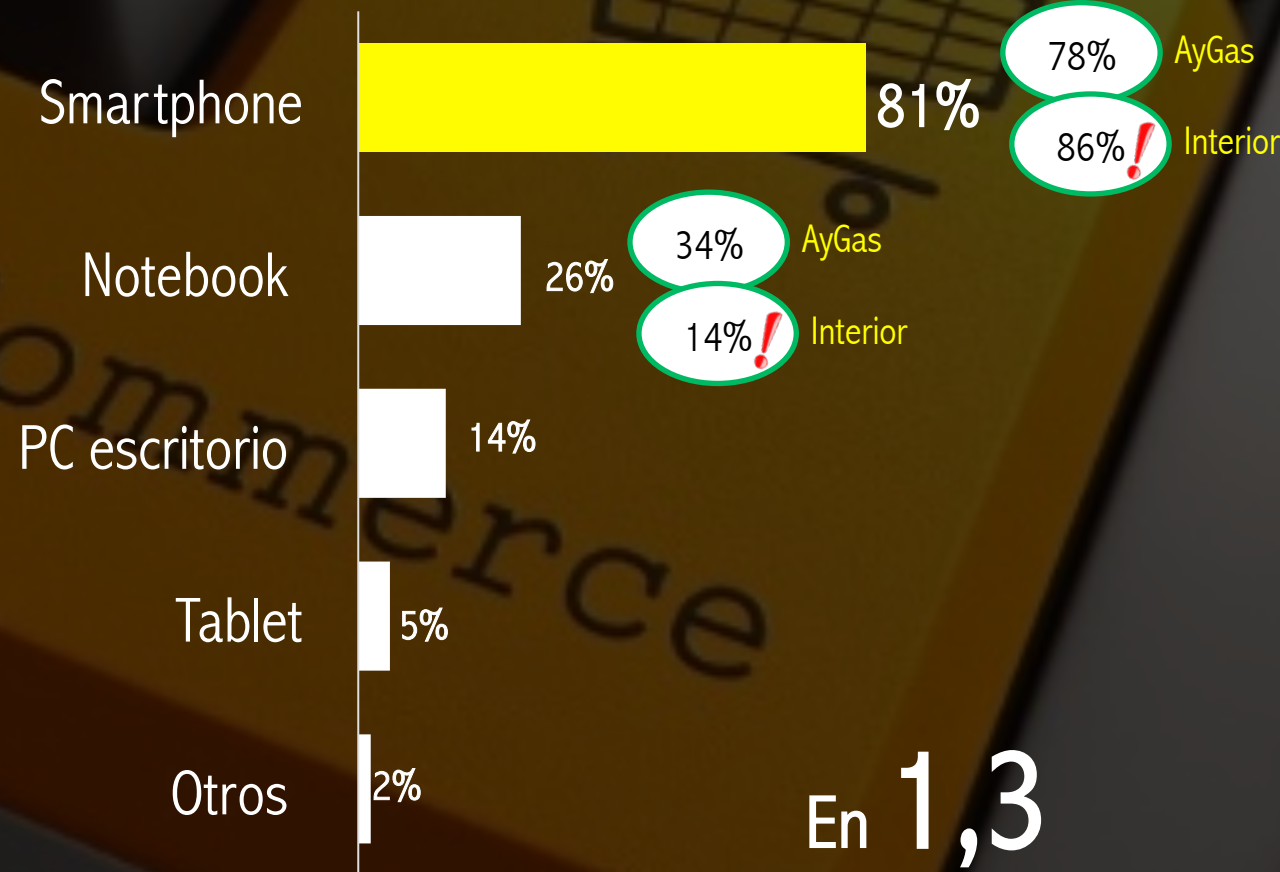
Realizó una investigación **previa** antes de **realizar** la compra **online**

¿Realizaste alguna **investigación previa** sobre el producto que querías comprar?

Ecommerce Paraguay Mayo 2021

Se instala el smartphone como medio fundamental para el comercio online

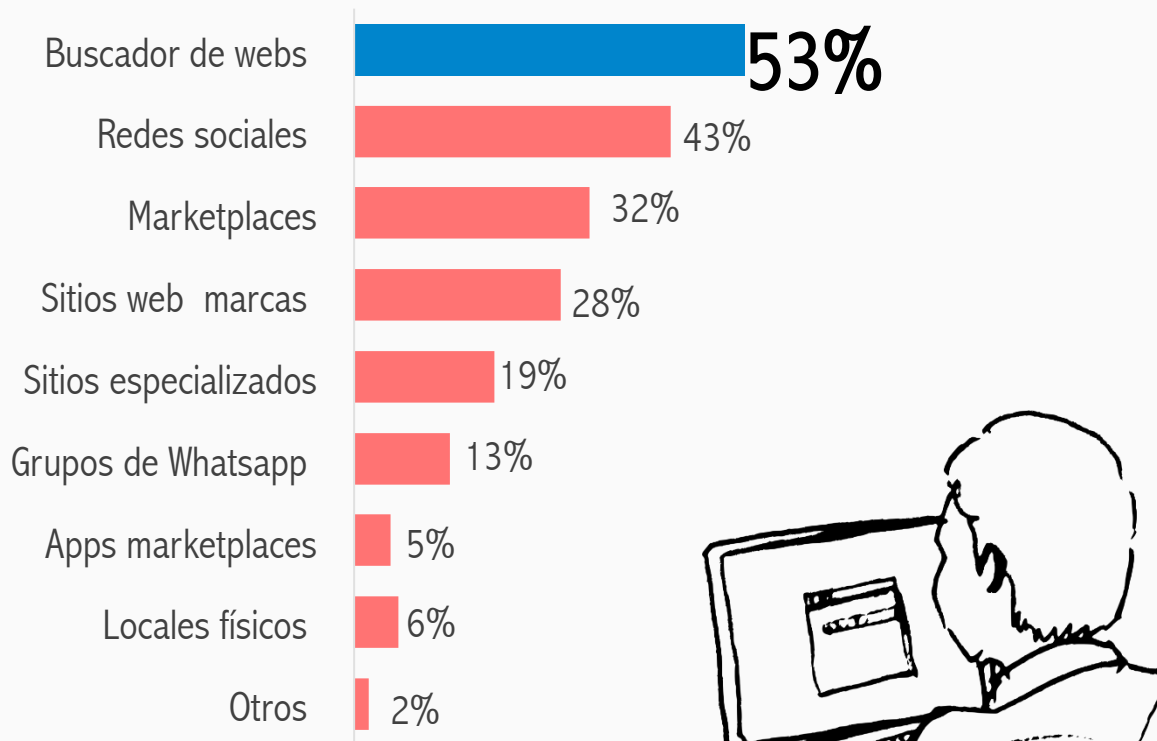
Selección Múltiple



En **1,3** dispositivos prom

Buscadores, Redes Sociales y Marketplaces los preferidos para buscar información

Selección Múltiple



¿A que fuentes recurriste para buscar información la última vez que compraste?

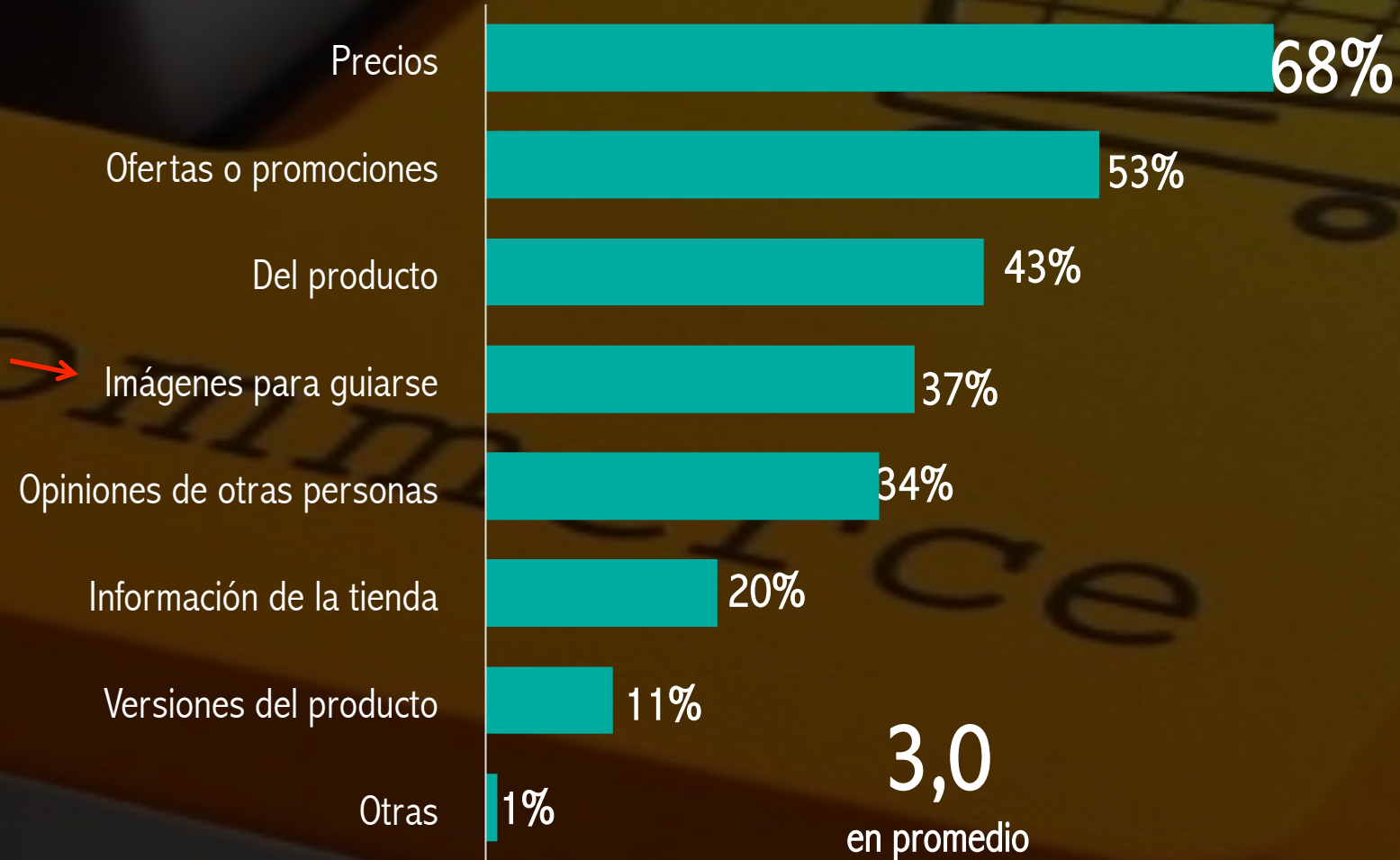
Ecommerce Paraguay Mayo 2021

Búsqueda de Información Apertura por Origen de Plataforma

	Locales	Extranjeras
Buscador de Páginas Web	44%	57%
Redes Sociales	37%	46%
Sitios de Marketplace	47%	27%
Sitios Web de Fabricantes/Marcas	19%	34%
Sitios Especializados/Foros	11%	21%
Grupos de WhatsApp	18%	12%
Locales Físicos	5%	6%
Otros	2%	2%

La fórmula del éxito: Visibilidad del Precio, Ofertas y el Producto

Selección Múltiple



Base 513

¿Qué tipo de información buscaste?

Comodidad como driver del delivery

59%

Más de la **mitad**
recibió el producto
en su domicilio



28%

Pick-Up

13% Otros

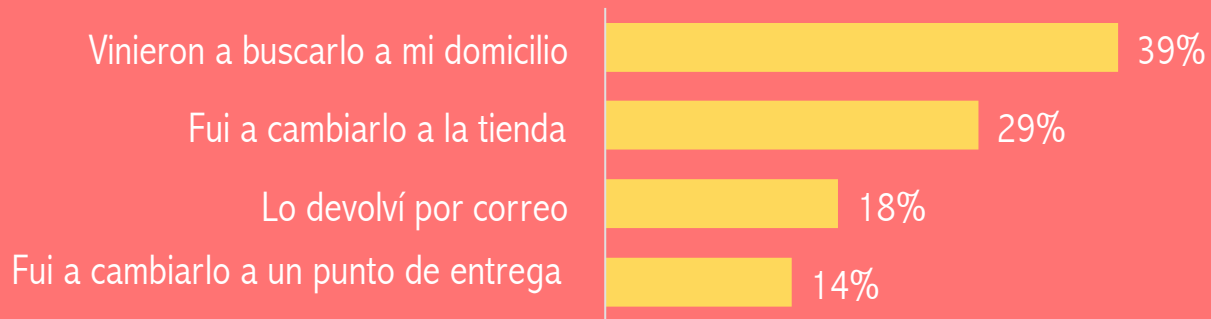
De acuerdo a las siguientes opciones, ¿cómo fue el delivery del producto que compraste?

Base 650

¿En el caso que hayas que tenido que hacer una devolución o cambio del producto, cómo lo realizo?

29% 26% AyGas
33% Interior

Tuvo que hacer cambios o devoluciones



71% 74% AyGas
67% Interior

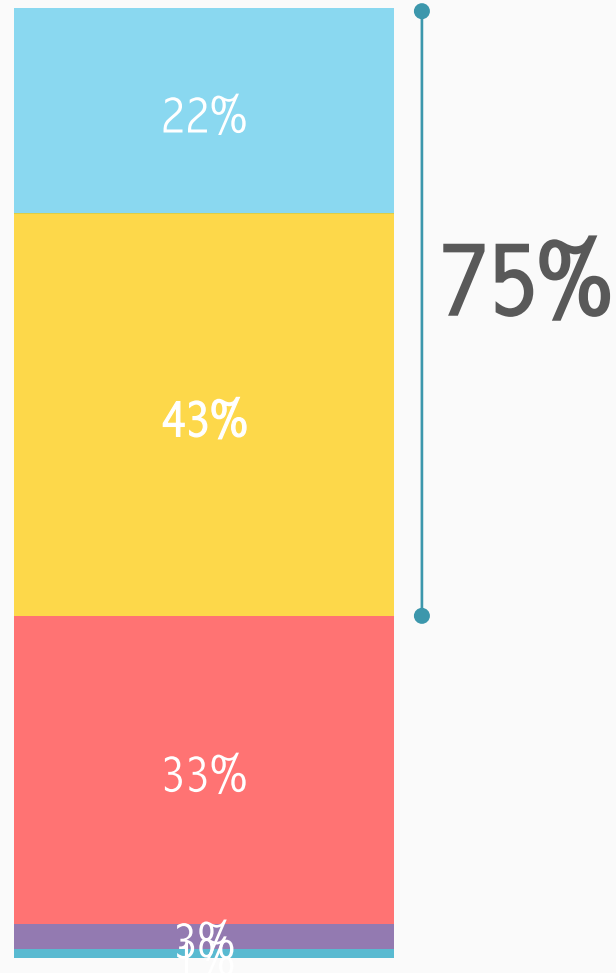
No realizó ningún tipo de devolución del producto

La Experiencia de compra

¿Qué tan satisfecho quedó con todo el proceso de su última compra online?

Ecommerce Paraguay Mayo 2021

- Extremadamente satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- No tan satisfecho
- Para nada satisfecho



Base 650



Conclusiones



Casi 7 de 10 personas realiza compras online.

Fuerte crecimiento en el último mes de **75%** en compras en paginas locales y extranjeras.

Las **razones de compra** online son: Proceso es **Sencillo/Agil** 39%,
Delivery 25%.

La **experiencia** de compra es **satisfactoria** gracias a la **confianza/seguridad** que se percibe al comprar 72%, pero el **desafío** es lograr que se puedan ver los **productos** (28% cito no poder hacerlo)

6 de 10 personas compran online a través de Redes Sociales, donde **Facebook** ocupa el primer lugar , seguido por WhatsApp y luego Websites ; el consumidor utiliza 2,5 para realizar compras.

Tiendas locales ya representan el **22%** de la compra habitual

La forma de pago locales se realizan principalmente en efectivo y contra entrega y en tiendas extranjeras con tarjeta de crédito.

8 de cada 10 personas realiza una investigación online previa a la compra. El dispositivo preferido para ello es el Smartphone.

La búsqueda de información se hace a través de **Buscadores web** 53%

Redes sociales 43%, **Marketplaces** 32%.

La información que se busca es: **Precios** 68%, **Ofertas** 53%,

Información del producto 43%, **imágenes** de los productos 37%.

OPORTUNIDADES PARA LAS TIENDAS LOCALES

IMAGEN

El producto bien visible en la página y quizá utilizando realidad aumentada. Recordemos 4 de 10 personas reclama que NO ver el producto retrasa la compra

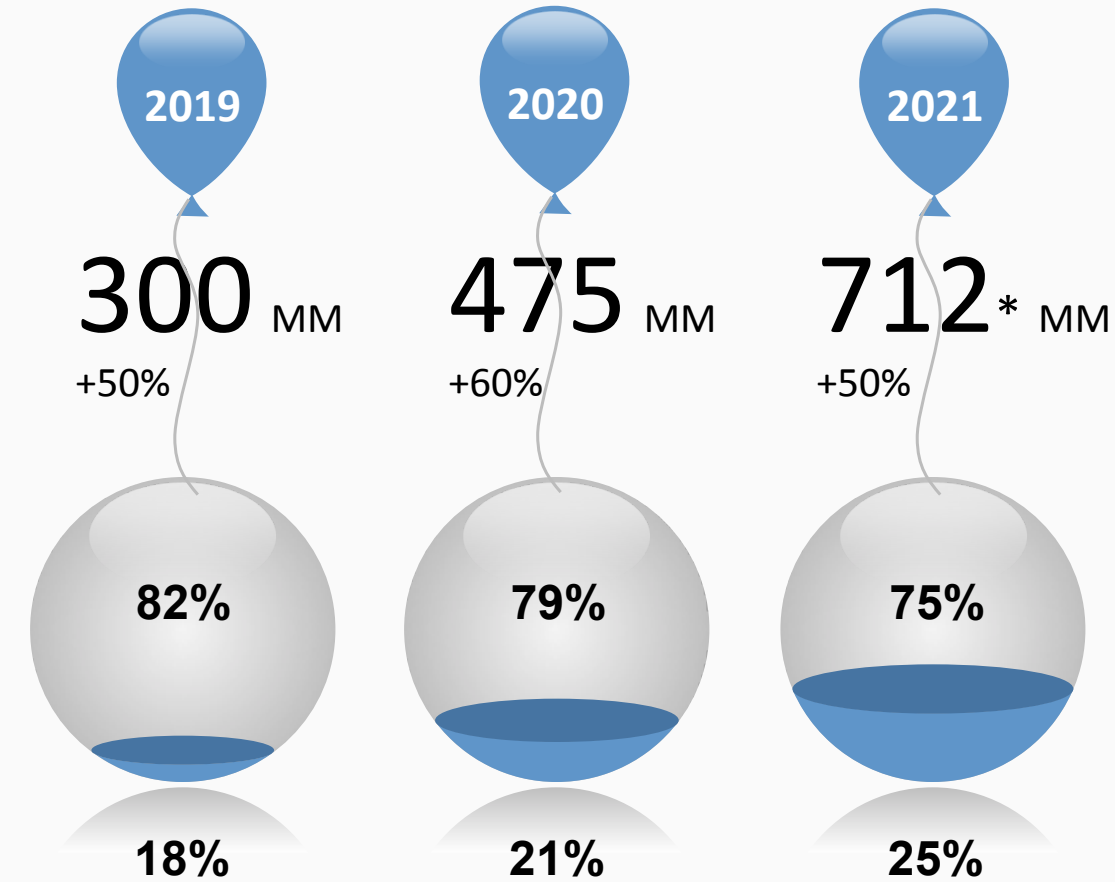
VARIEDAD

Colocar en los sitios web la mayor cantidad posible de productos, para mostrar disponibilidad y surtido, ya que 24% de los consumidores reclaman la poca variedad.

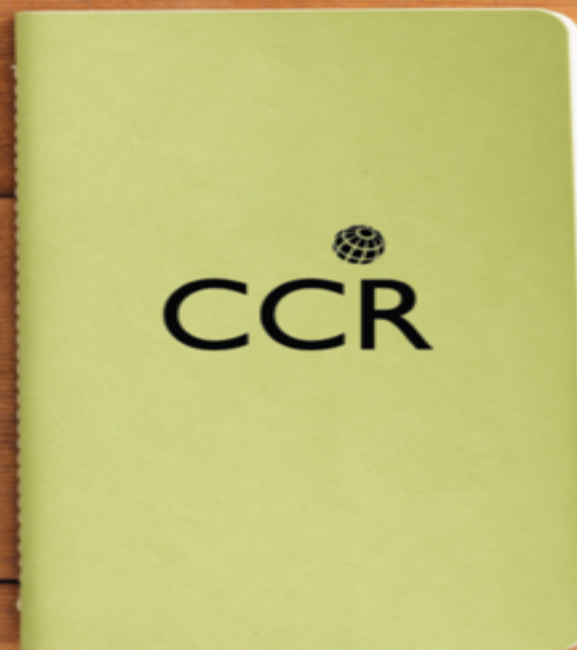
Performance del E-COMMERCE en PARAGUAY

Nivel de evolucion de compras locales y extranjeras

Ecommerce Paraguay Mayo 2021



Crecimiento de compras **Locales versus Extranjeras**



Para mayor información acerca de nuestros productos:

Mauricio Larrosa
mlarrosa@grupoccr.com.py

CCR PARAGUAY
Dr Hassler 5168 ,
Asunción – Paraguay
Tel. (595-21) 611 234 , 603 080