



online shopping

El E-Commerce en Paraguay

Informe Anual 2022

Ficha Metodológica

Tipo de Investigación Cuantitativo/Descriptivo

Universo: Público potencial, usuarios o no de e-commerce, decisores de compra de productos de consumo masivo. Gen Z (18 A 26 años) , Gen Y (27 a 40 años) , Gen X (+40 años) , Mujeres (61%) y hombres (39%) entre 18 y 55 años (Promedio edad 37 años)

Muestra: 650 casos total: Residentes en Asunción-Gran Asunción e Interior.

Instrumento: Cuestionario estructurado de 15 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: Mayo 2022.



1

Performance de la
compra online

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

74%

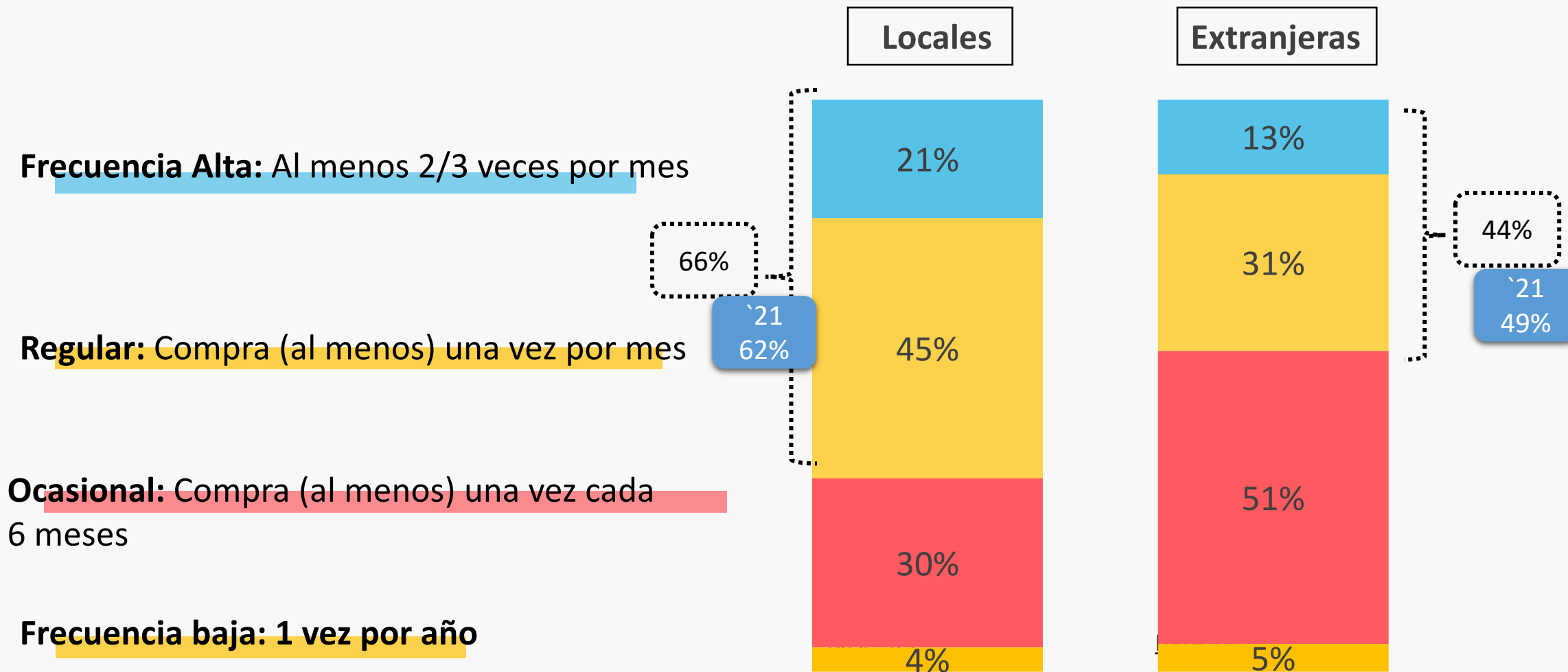
Ha realizado una
compra online en los
últimos 12 meses

AÑO '21
66%

La compra online se ha vuelto un habito frecuente

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

Ecommerce Paraguay Junio 2022



¿Por qué?

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

40%

Ahorro de tiempo

34%

Puedo comprar en cualquier momento

32%

Puedo comprar y enviar a mi domicilio

Practicidad y
Conveniencia

las ventajas
sobre el brick

47%

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

Encuentro productos más rápidamente que en tiendas físicas (31%)

Los descuentos son mejores que en la tienda física (25%)

6 de cada 10 personas consultan los sitios Paraguayos para comparar precios

¿Compara precios antes de comprar en internet?

Compara precios entre
sitios online y comercios
físicos, donde va y mira

23%

Compara precios entre
sitios online de Paraguay
y del exterior.

14%

No compara precios,
sabe donde comprar

13%

62%

Compara precios
entre distintos
sitios online
Paraguayos



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?

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

2,2 sitios
de compra
online promedio

Sitios Web

100%

Redes
Sociales

66%

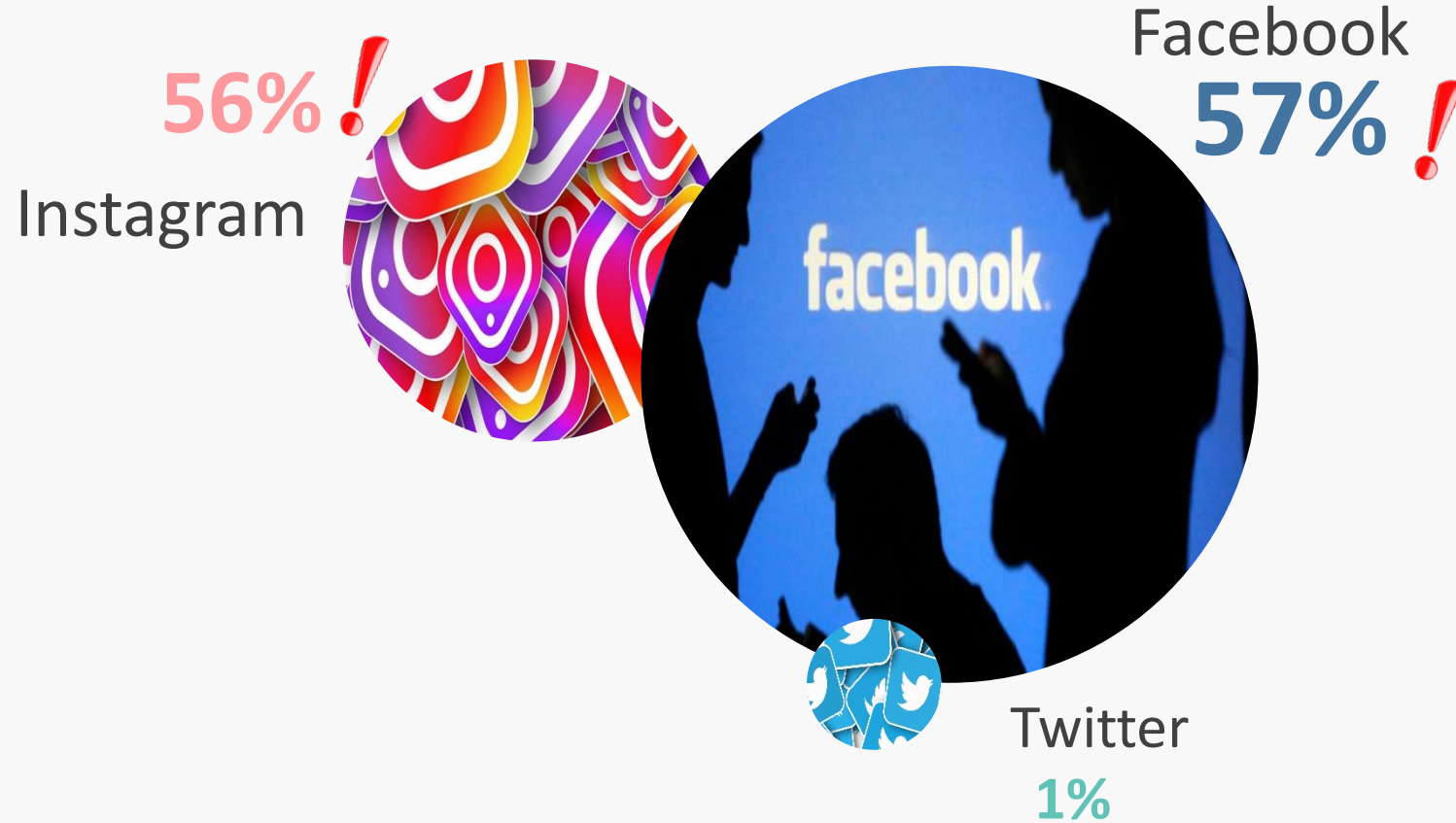
AÑO'21
58%

WhatsApp

46%

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

¿En qué redes sociales compra habitualmente?

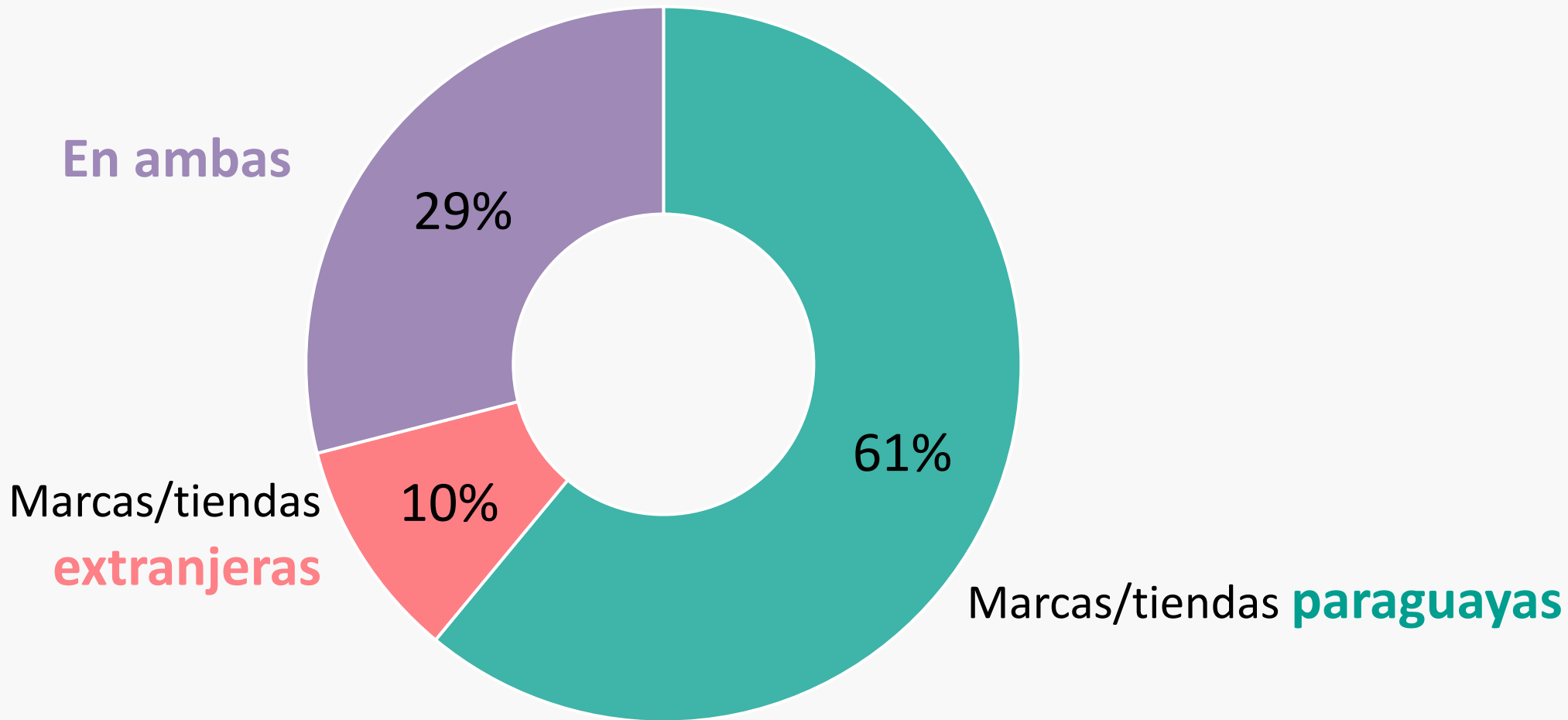


Facebook e Instagram son las plataformas más **fuertes** para compras online.

Tiendas locales ya representan un 61% de la compra habitual

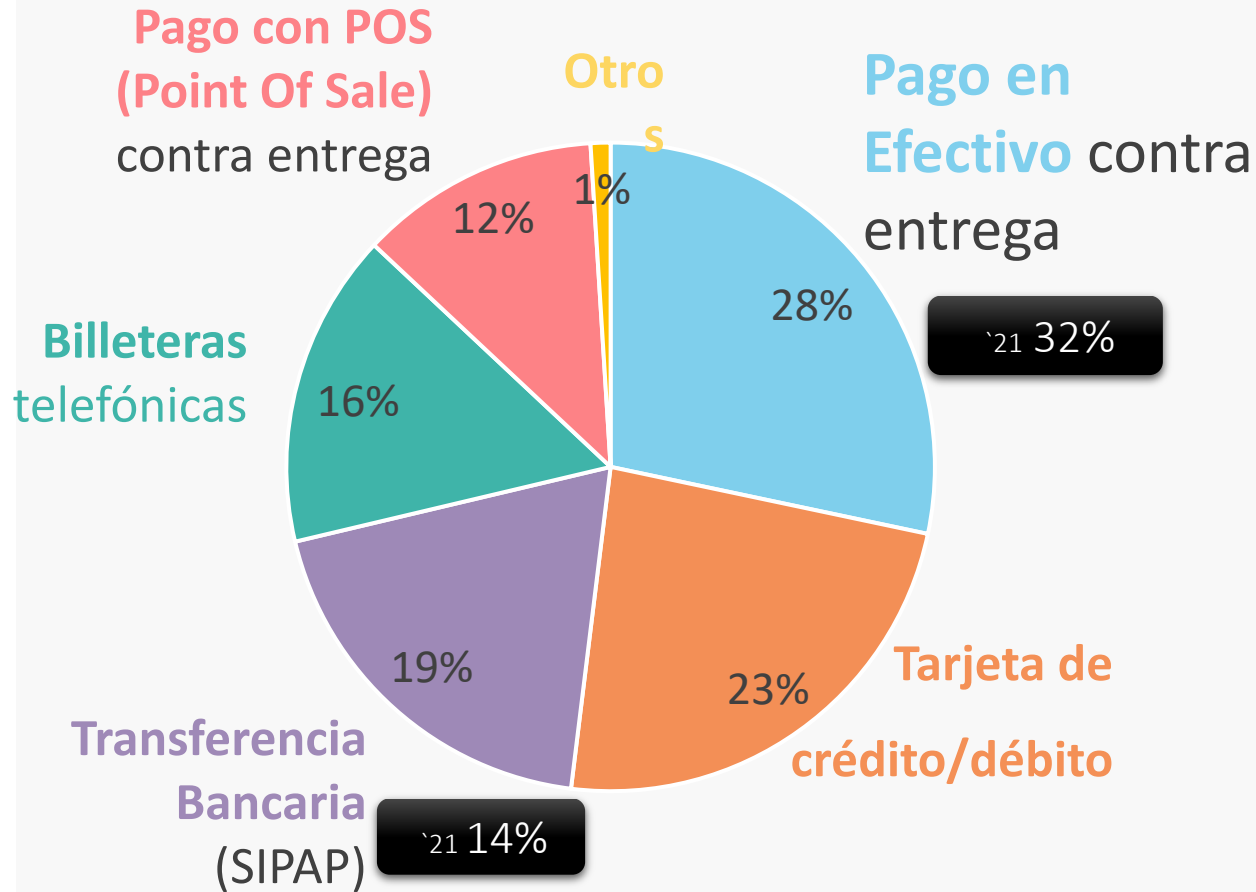
Habitualmente ¿compra online en páginas de internet (o apps) locales de Paraguay o en páginas extranjeras (de marcas o de tiendas)?

Ecommerce Paraguay Junio 2022



Medio de Pago: Tiendas/Apps

EN SITIOS Y APPS LOCALES



Ecommerce Paraguay Junio 2022

EN SITIOS Y APPS EXTRANJEROS

Pago con **tarjeta de crédito**

15%
Tarjeta de Débito

14%
 PayPal

10%
Transferencia Bancaria

13% Otras

AyGas

66%

44%

Interior

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

Categorías compradas en los últimos 6 meses tiendas locales/ extranjeras + de 3 categorías promedio

¿Cuáles de las siguientes categorías **compraste online** en los últimos 6 meses EN MARCAS/TIENDAS PARAGUAYAS?

Locales

40%

Alimentos y Bebidas

32%

Electrodomésticos y aires acondicionados

32%

Suscripciones: Netflix, YouTube, Spotify, etc.

31%

Cosméticos Perfumeria, Peluqueria

27%

Indumentaria no deportiva

23%

Electrónica Audio Video y TV

23%

Celulares

19%

Indumentaria deportiva

14%

Indumentaria infantil

Extranjeras

7%

5%

38%

23%

33%

32%

12%

26%

16%

Oportunidades de mejora en la compra online.

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

Extranjeras

Locales



Ecommerce Paraguay Junio 2022



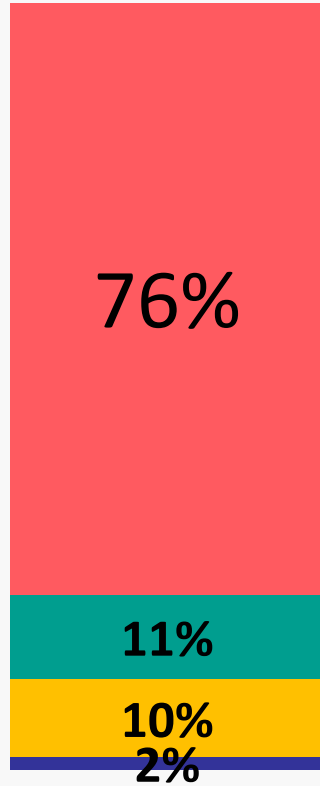


3

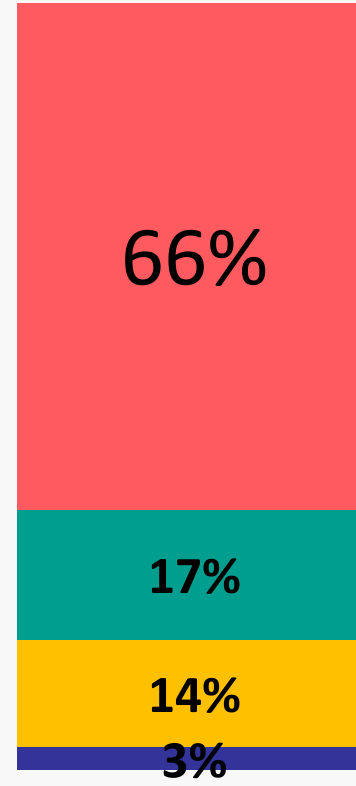
El research previo a la compra online

Dispositivos utilizados

Búsqueda



Compra



- Smartphone / teléfono celular
- Pc de escritorio
- Laptop / Notebook
- Tablet / Tableta

El **Smartphone** se instala como el dispositivo preferido

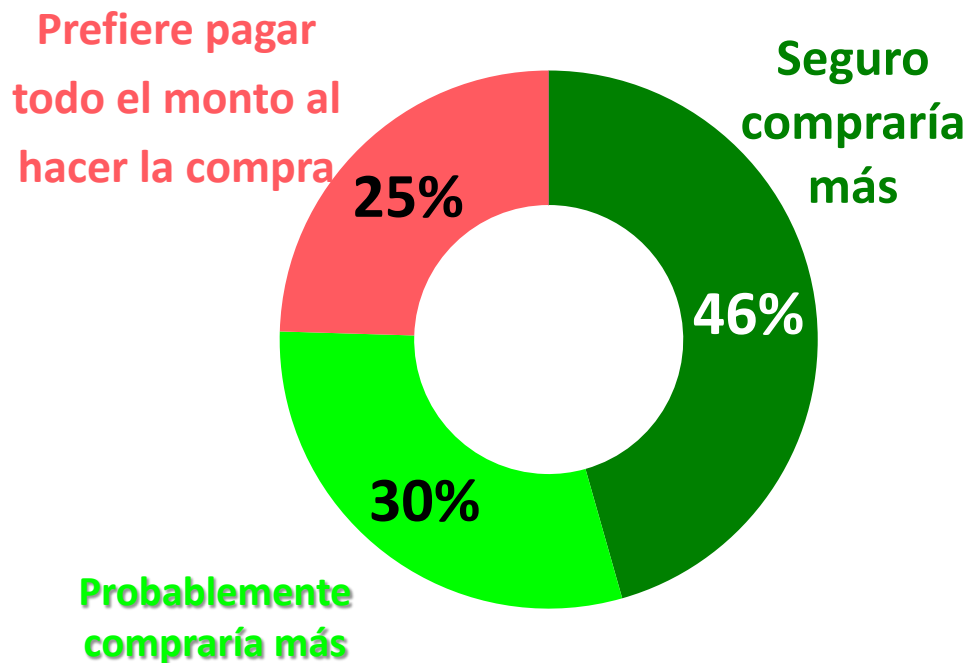
Dispositivo desde donde realizó la la búsqueda...

Dispositivo desde donde realizó la última compra online...

Intención de compra según la forma de pago

¿Le parece que compraría más productos/servicios en internet si fuera más fácil pagarlos en cuotas?

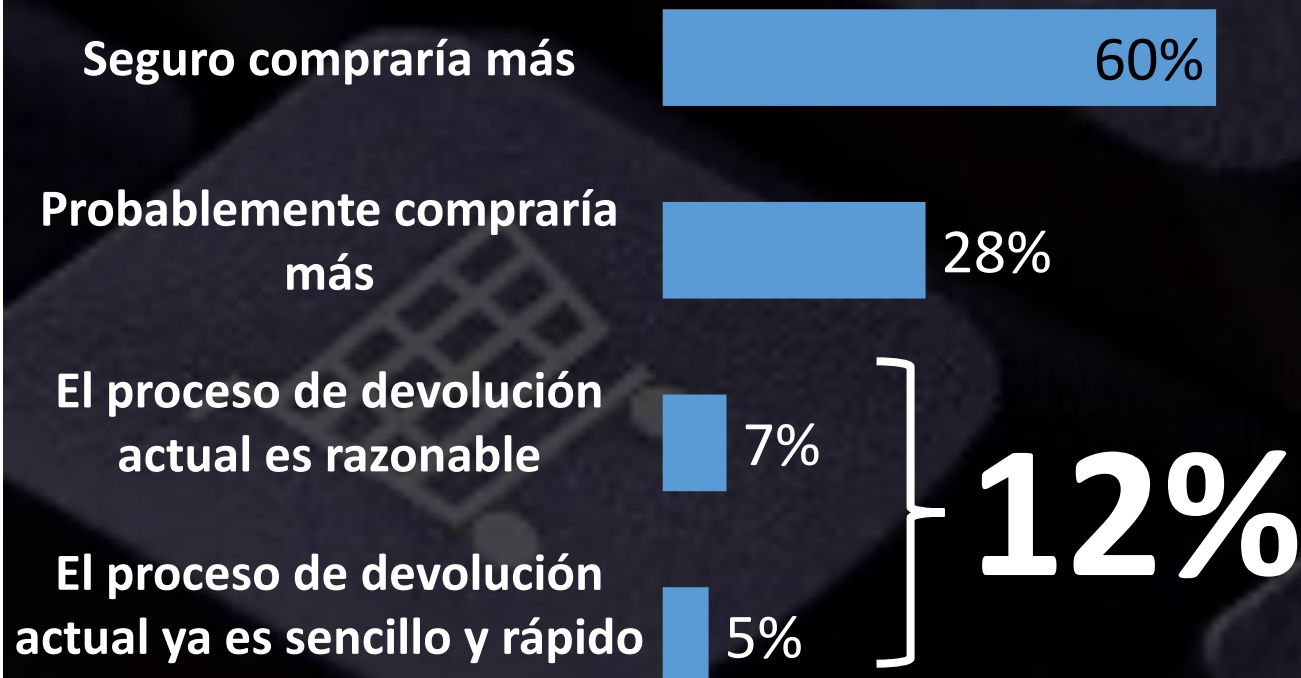
Ecommerce Paraguay Junio 2022



El 76 % coincide en mayor compra con facilidad en cuotas

Opinión de las devoluciones

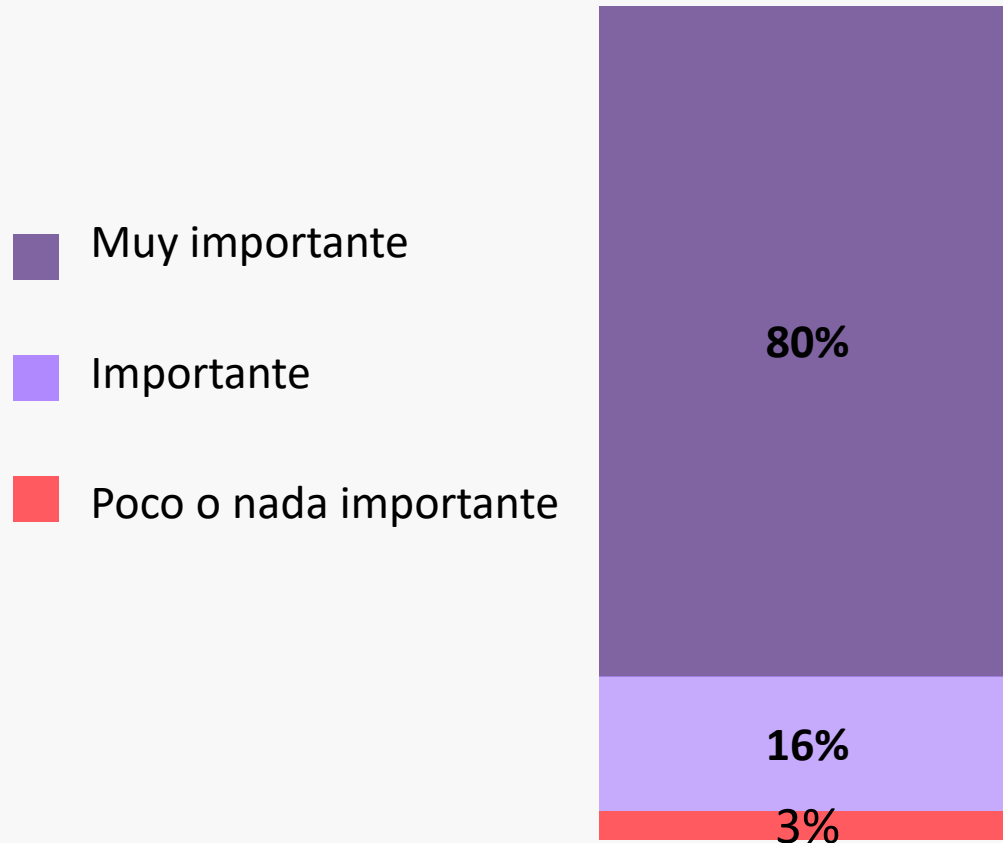
¿Le parece que compraría más productos en internet si fuera sencillo y rápido devolverlos si no lo satisfacen?



Están conformes con la actual forma de canalizar las devoluciones

Información sobre el despacho de la compra

Ecommerce Paraguay Junio 2022



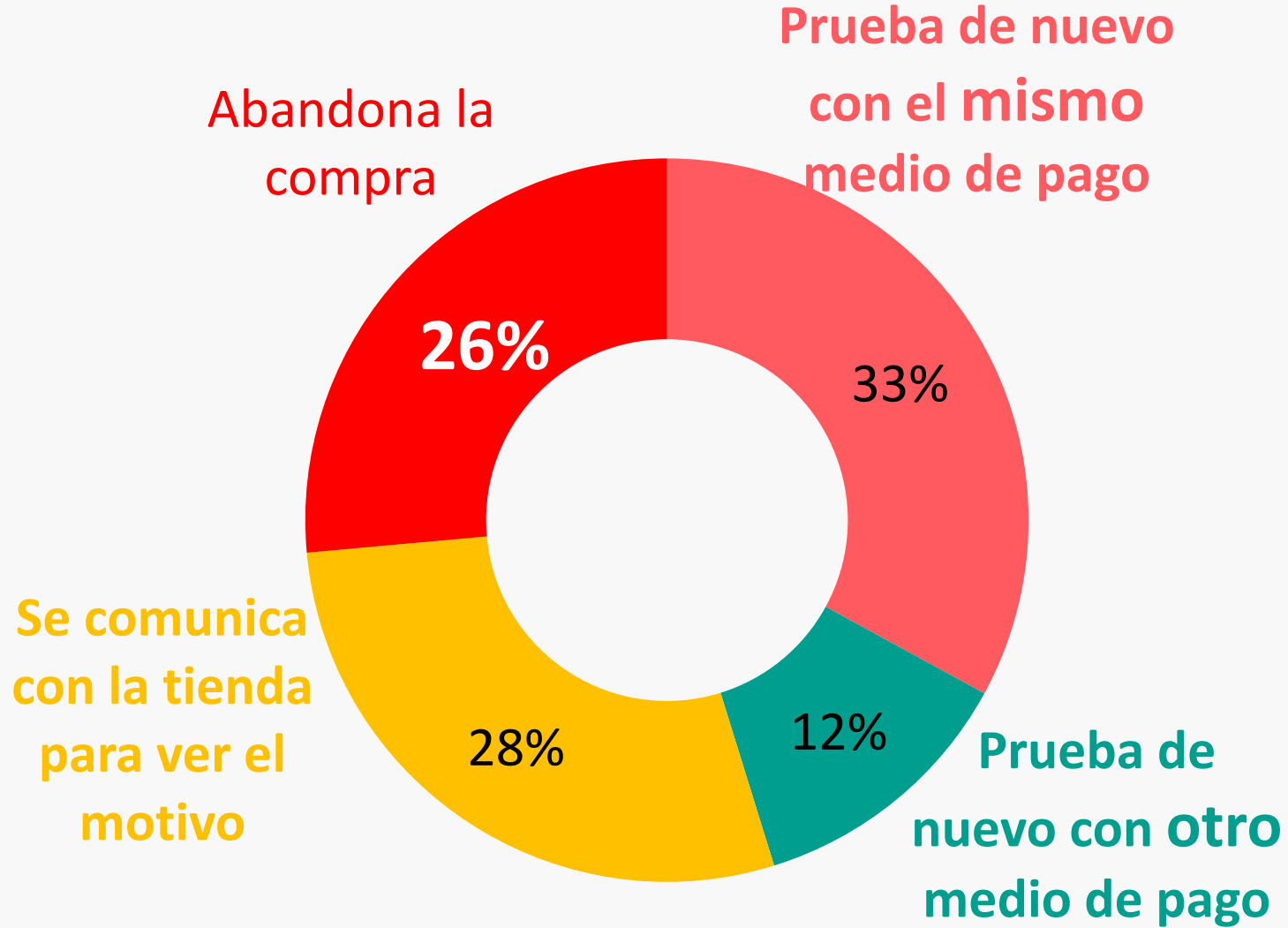
80%
 Le parece **Muy Importante** recibir información actualizada sobre el **despacho** de su compra

¿Le resulta importante recibir actualizaciones de cuándo se lo envían, en qué parte del traslado está, y actualizaciones de cuándo llegará a destino?

Fallas en la transacción

33%

Prueba de nuevo Con el mismo medio de pago



Ecommerce Paraguay Junio 2022

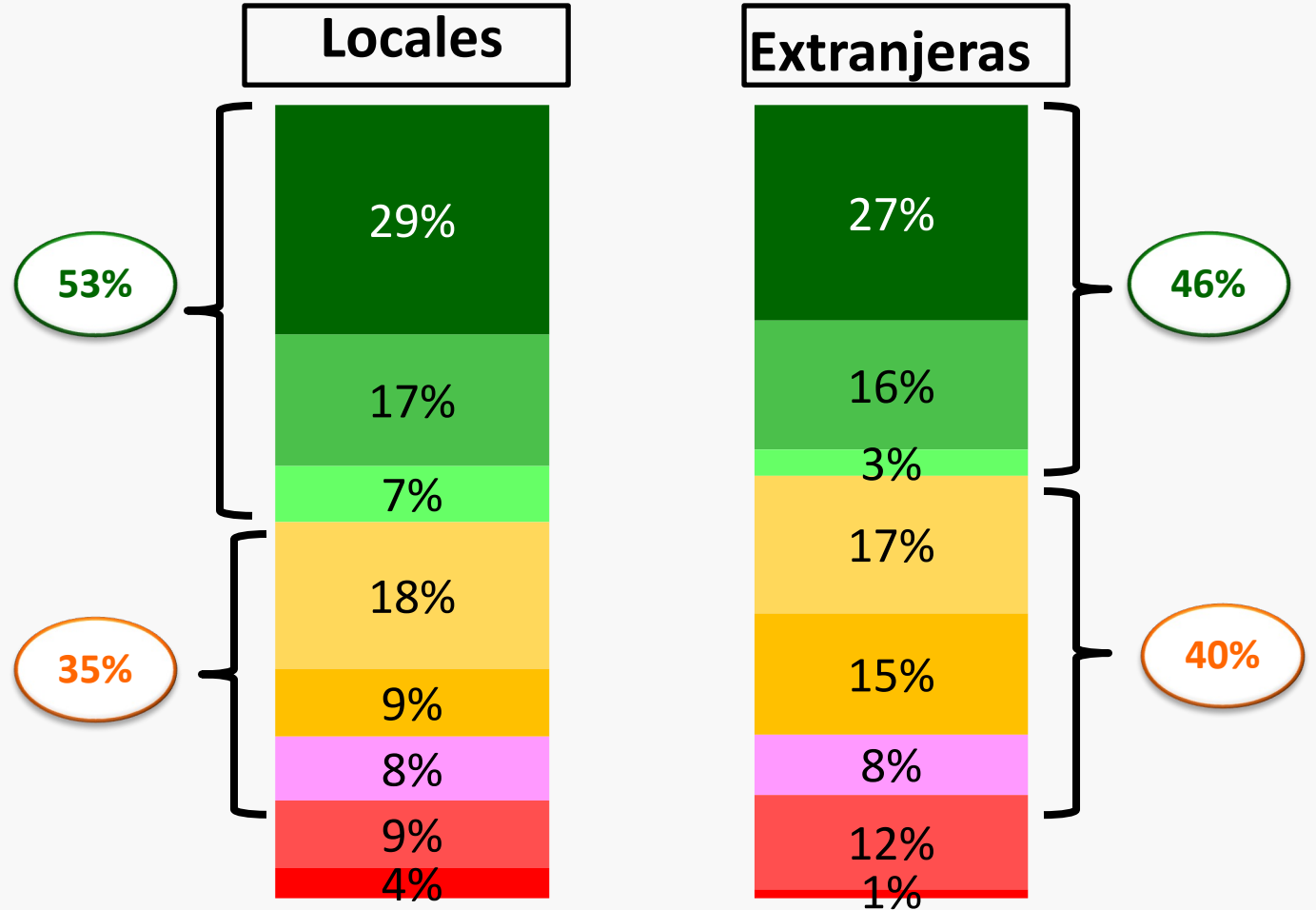
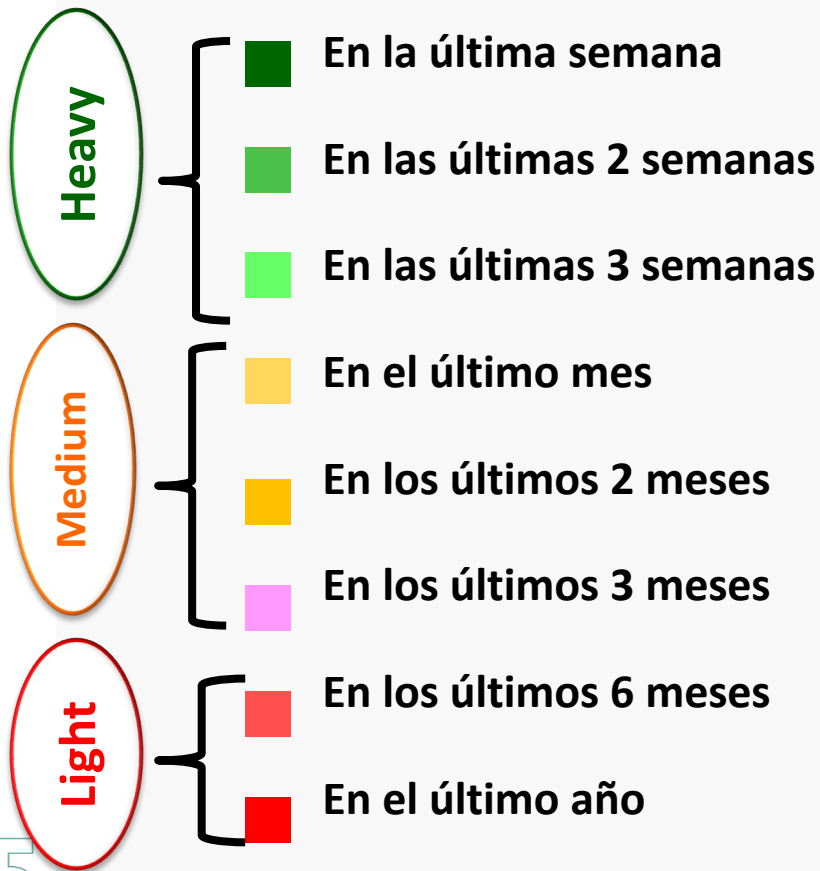
¿Ud. suele abandonar la compra, prueba de nuevo con el mismo medio de pago a ver si funciona la segunda vez, o prueba con otro medio de pago?

ÚLTIMA COMPRA

4

Alrededor de la **mitad** de las personas compraron al menos en las últimas **tres semanas**

Ecommerce Paraguay Junio 2022



¿Cuándo fue la última vez que compro de manera online?

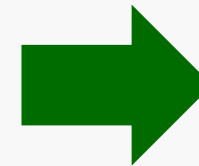
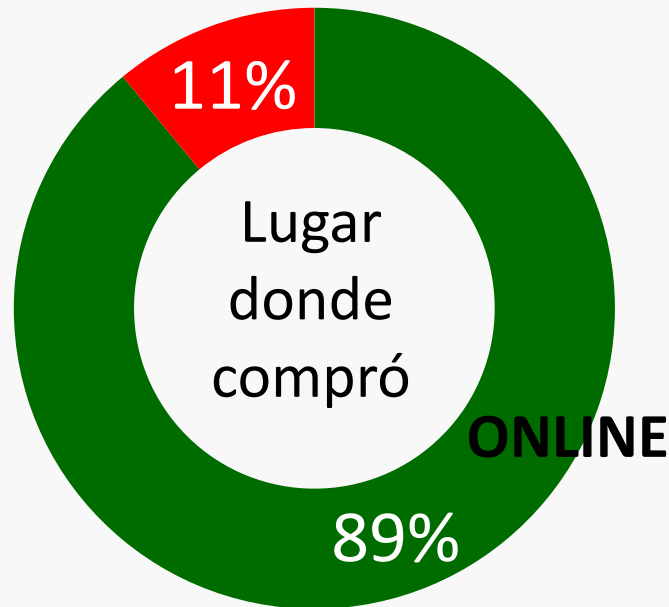
84%

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

AÑO '21
79%

Ecommerce Paraguay Junio 2022

↓
TIENDA
FÍSICA



42%

Sitios **Web** y
WhatsApp

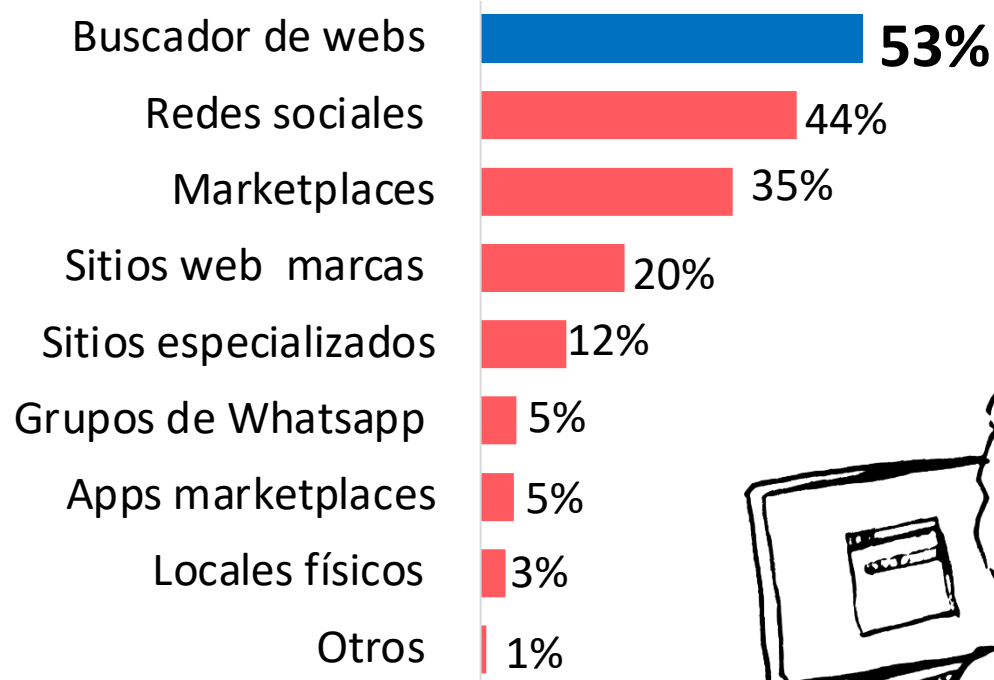
15% App

¿Donde realizaste la compra?

¿A través de qué medio compraste?

Buscadores, Redes Sociales y Marketplaces los preferidos para buscar información

Ecommerce Paraguay Junio 2022



Búsqueda de Información Apertura por Origen de Plataforma

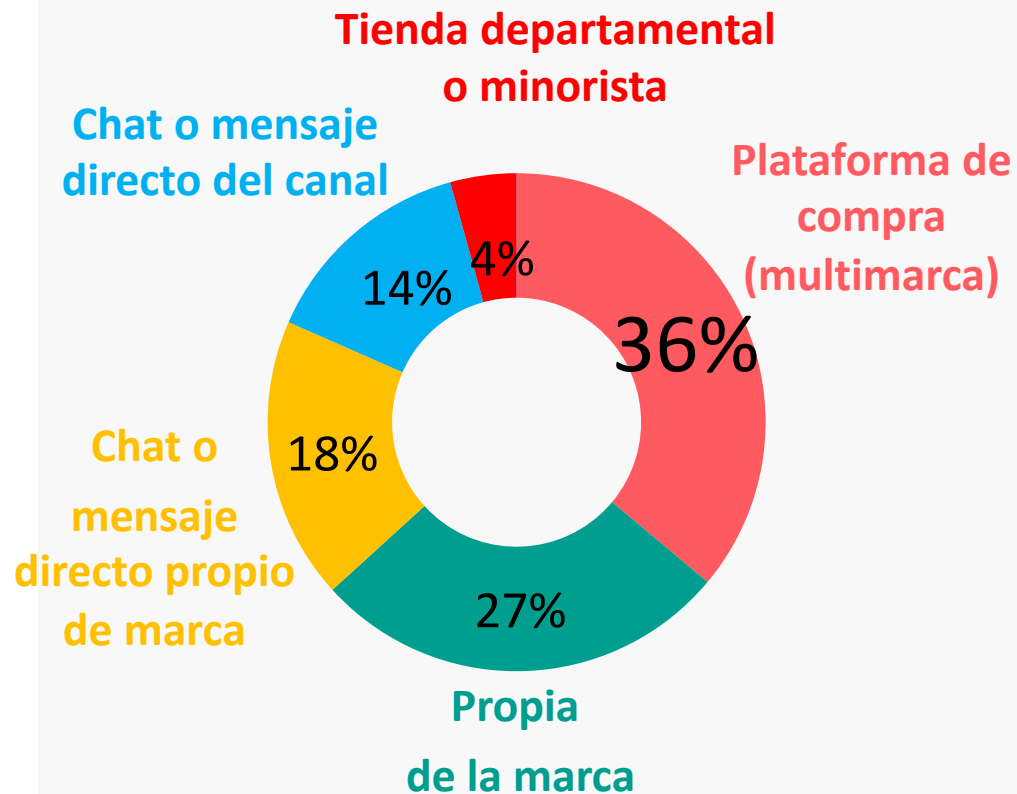
	Locales	Extranjeras
Buscador de Páginas Web	55%	58%
Redes Sociales	48%	40%
Sitios de Marketplace	37%	29%
Sitios Web de Fabricantes/Marcas	19%	23%
Sitios Especializados/Foros	12%	18%
Grupos de WhatsApp	6%	8%
Locales Físicos	5%	3%
Otros	2%	3%

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



Canal y motivos de elección utilizado en la última compra

¿Qué tipo de sitio/app utilizaste para comprar?



El precio es el principal atractivo para los **sitios** elegidos

¿Cuál fue el motivo principal por el cual decidiste comprar en ese sitio/app?

Propia de la marca	Motivo principal	Plataforma de compra
46%	Ofrece los precios más competitivos	47%
51%	Precio visible	45%
30%	Variedad de productos	38%
32%	Es un sitio/app que ya utilice	37%
26%	Productos con mayor detalle/descripción	29%
17%	Envíos gratuitos	17%

Ecommerce Paraguay Junio 2022

Comodidad como driver del **delivery**

64%

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

you
STAY
WE
deliver

20%

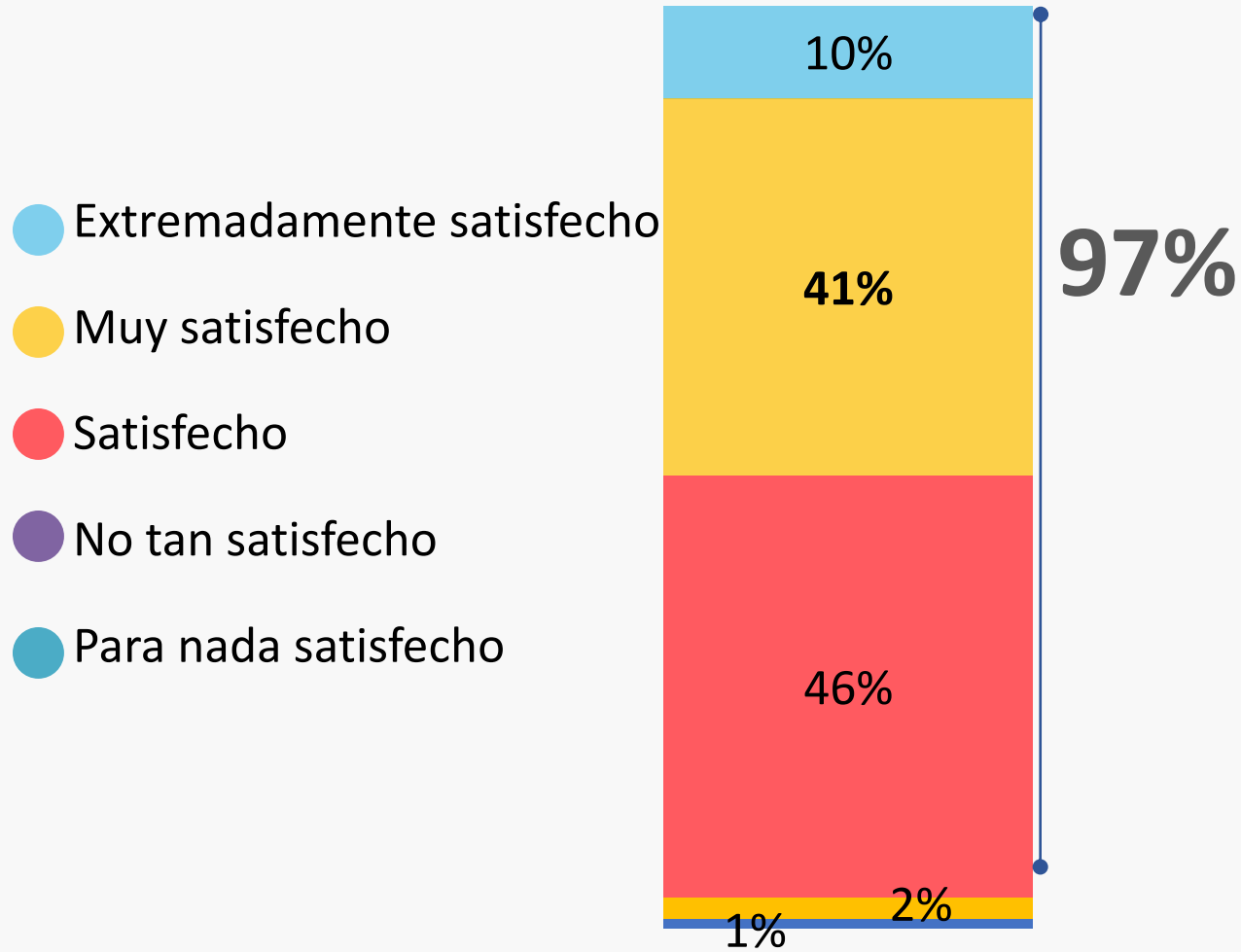
En la Tienda

16%

Pick-Up

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

Ecommerce Paraguay Junio 2022



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

CONCLUSIONES

5

Tres cuartos de las personas hacen compras online.

Además la **frecuencia de compra alta y regular** es de **66 %** en páginas **locales y 44%** en **extranjeras**.

Entre las **razones de compra online** se destaca la **facilidad y sencillez** mas la **practicidad y conveniencia sobre el brick**, sumado al ahorro de tiempo,la comprar en cualquier momento, entrega por delivery, entre otros.

Dos tercios de las personas compran online a través de redes sociales (donde **Facebook e Instagram** comparten el liderazgo con más de la mitad de las menciones), **5 de 10 lo hacen por WhatsApp y la totalidad por Websites**; *el consumidor utiliza más de un canal para comprar.*

Las ventas en tiendas locales (61%) **superan ampliamente a las extranjeras** (10%) y el (29%) compra en ambas

La forma de pago mas utilizada es el efectivo (28%) aunque **disminuye 4 %** versus año anterior en contra partida **aumentan los pagos con tarjeta de crédito o débito** (23%) y **transferencia bancaria** (19%)

62% compara precios entre distintos sitios online Paraguayos

Las **categorías más compradas** en las tiendas **locales** son:

- Alimentos y Bebidas (40%)
- Electrodomésticos y aires acondicionados (32%)
- Suscripciones (32%)
- Cosméticos (31%)

Para las **tiendas extranjeras** lideran :

- Suscripciones (38%)
- Indumentaria (33%)
- Electrónica, audio y TV (32%)

Al consultar sobre si las **cuotas** atraerían más las compras **76%** declaran que **SÍ**.

Cuando preguntamos que si ocurre una **falla en la transacción**, un **cuarto** manifiesta que **abandona** la compra.

Por último el **80%** le parece **muy importante** conocer **información** respecto del **despacho** de su compra.

OPORTUNIDADES PARA LAS TIENDAS

IMAGEN

El **producto bien visible** en la página y quizá **utilizando realidad aumentada**. Recordemos 36% de las personas en las tiendas paraguayas y 28% en las extranjeras **reclaman 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**, en especial en los sitios locales donde el 24% de **los consumidores reclaman la poca variedad**.

OPORTUNIDADES PARA LAS TIENDAS **OPERATORIA**

Las tiendas *paraguayas* (20%) le *sacan ventaja* a las internacionales en *demoras en la entrega* (50%) lo que termina siendo el *principal motivo de dislike* para la compra OnLine

| Para mayor información acerca de nuestros productos

**CONTACTO
MAURICIO
LARROSA**

- Tel. (595) 971 69 26 69, 021 603 080 , 611 234
- mlarrosa@grupoccr.com.py
- Hassler 5168 , Villa Morra , Asuncion - Paraguay

