

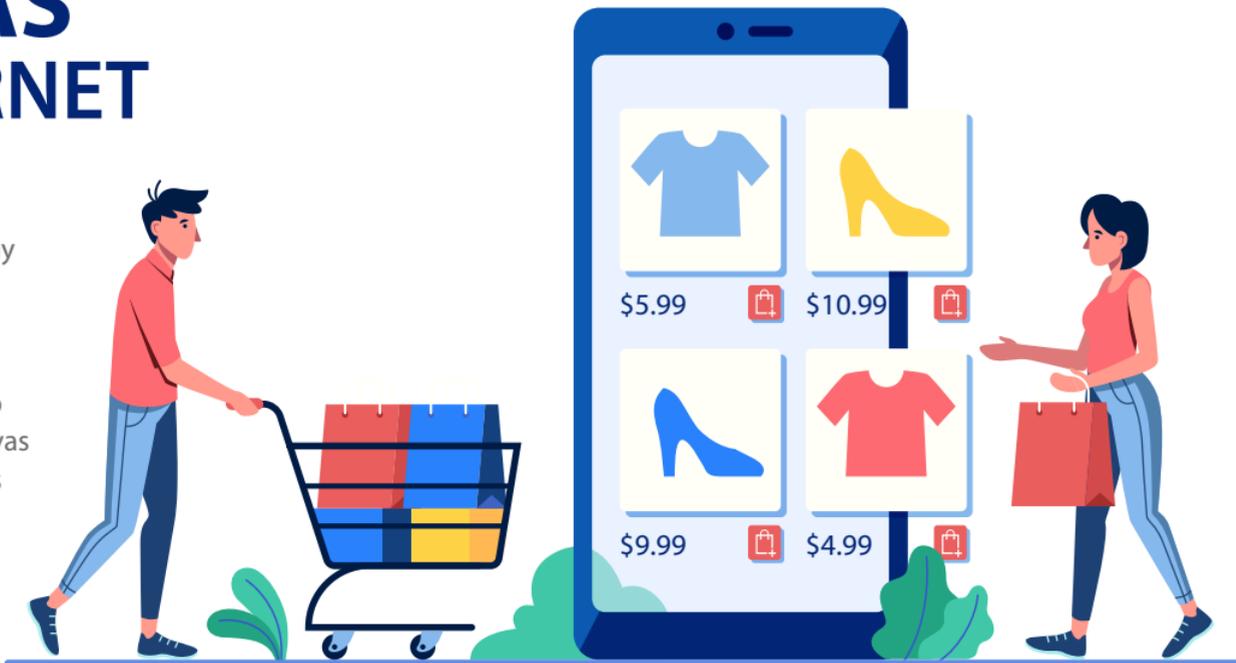
ASÍ SOMOS

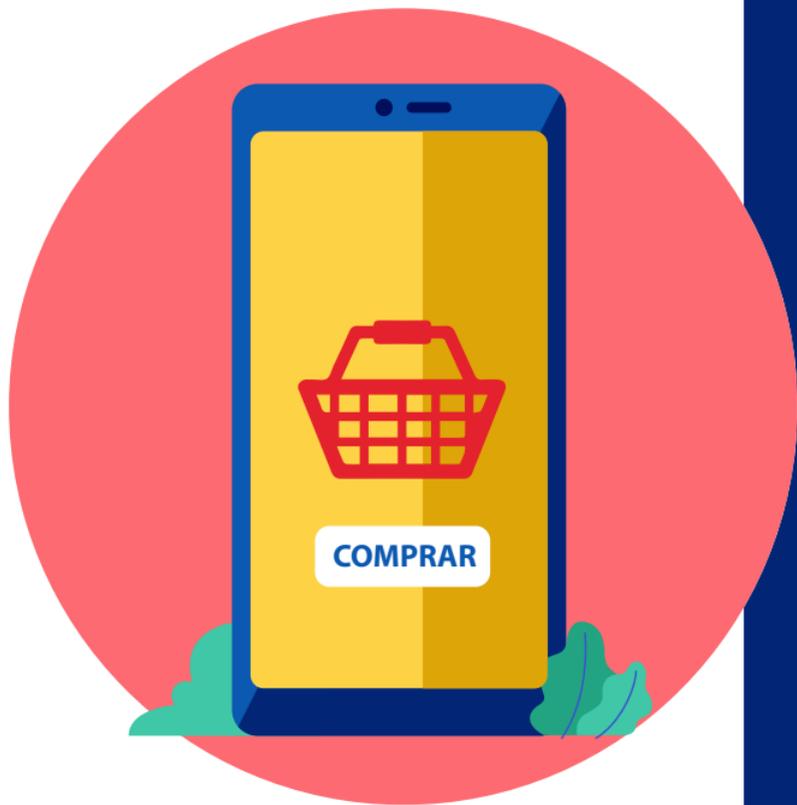
LOS PARAGUAYOS digitales

COMPRAS POR INTERNET

Aumentan año a año y Paraguay no está exento a este comportamiento, nuevas aplicaciones y propuestas van apareciendo cotidianamente lo cual hacen que aparezcan nuevas generaciones de consumidores que buscan comprar...

de una manera distinta.





La comodidad de adquirir algo

desde un celular, valorar opciones sin salir de su hogar

son tendencias que plantean retos a las empresas,
generando así oportunidades significativas en el
mercado.

Hoy la competencia en nuestro país ya solo no se mide por la distancia física entre tiendas que ofrecen propuestas similares. Hoy los pedidos ya no solo se realizan levantando el teléfono y solicitando un delivery.

**Los consumidores
paraguayos
cambiaron**



Cuando las empresas conozcan

**sus metas,
a sus clientes
y sus necesidades actuales**

podrán diseñar estrategias apropiadas
para estos nuevos consumidores.



BÚSQUEDA



CÓMO VIVE
TODO EL PROCESO



LA ENTREGA



Radiografía integral del **SHOPPER ONLINE PARAGUAYO**



DATOS DEL ESTUDIO



UNIVERSO

Hombres y mujeres mayores de edad y residentes en las principales ciudades del país



TAMAÑO DE LA MUESTRA

800 encuestas, 20 entrevistas en profundidad



MIX DE TIPO DE INVESTIGACIÓN

primaria + exploratoria + concluyente, con enfoque descriptivo . explicativo.



MARGEN DE ERROR

El diseño y tamaño muestral permiten realizar estimaciones para los resultados generales, con un margen de error aproximado de + 1,9 %, considerando un nivel de confianza de 95%, la máxima dispersión en los resultados ($p/q = 1$)



MÉTODO DE MUESTREO

Probabilístico, por estratos aleatorios para asegurar la representatividad de la muestra



Aliada estratégica que mejora el desempeño de los equipos, procesos, mercados y resultados. Con más de 11 años de experiencia logra que sus clientes aprovechen oportunidades que les permiten crecer, optimizar, acelerar y potenciar sus negocios.



Empresa que rompe las teorías de investigación tradicional, enfocada en entender el comportamiento de ser detrás del consumidor, a las personas que toman las decisiones. Cuenta con 16 años de experiencia realizando en este tiempo más de 1.500 estudios de mercado.



HÁBITOS

- » Servicios mensuales contratados de manera online
- » Medios utilizados para buscar productos online
- » Preferencia de compra física u online



CONDUCTA

- » Tiendas virtuales extranjeras utilizadas con mayor frecuencia
- » Tiendas virtuales nacionales utilizadas con mayor frecuencia
- » Aspectos considerados para para elegir un producto

3



COMPORTAMIENTO

- » Dónde compran o hacen pedidos online: sitios, apps
- » Frecuencia de compras online
- » Qué productos compran online

4



LA PRÁCTICA

- » Dispositivos por donde se realizan las compras
- » Cómo realizan los pagos online nacionales
- » Cómo obtienen los pedidos



CAMINO RECORRIDO

- » Hace cuánto compran online
- » Composición de compra online entre nacional y extranjero
- » Confianza entre tiendas virtuales nacionales y extranjeras

PRE-VENTA

HASTA EL 29 DE FEBRERO



1.200 USD

VENTA



1.500 USD

PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTAR CON



+595 021 214 140 - next@next.com.py