



INFORMACIÓN DE CANALES DE COMPRA.

Enero 2023

Banco de Datos de la Universidad Católica Campus Itapúa

Antequera y Tomás R. Pereira

<https://www.uci.edu.py/banco>

Encarnación – Paraguay



Equipo Directivo

Mgter. Rosa Esther Encina Fretes

Mgter. Esmilce Celeste González Vigo

Ing. Luis Alberto Derico

Equipo Técnico

Virgilio Noel Benítez Britez (Analista Senior)

Miguel Angel Nuñez Rios (Analista Trainee)

Richard Tadeo Zarza Melgarejo (Analista Trainee)

Ana Paula Encina Ariste (Analista Trainee)

Presentación

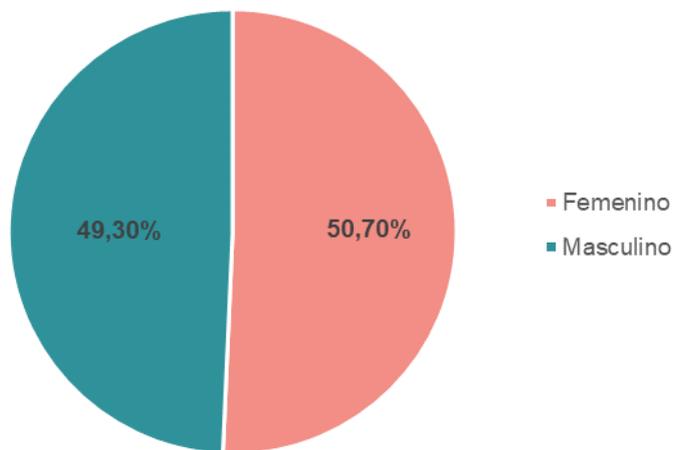
El Banco de Datos de la Universidad Católica presenta el estudio sobre Información de Canales de Compra en Itapúa durante el mes de enero del año 2023. La metodología para la elaboración del presente documento consistió en la aplicación de una encuesta a un grupo poblacional del Departamento de Itapúa mediante un muestreo no probabilístico y aleatorio.

Las encuestas aplicadas son de carácter anónimo y de uso exclusivo para este informe.

Género.

Conforme se observa en el Gráfico N°. 1 de la muestra de 150 personas encuestadas, se puede apreciar que el 50,7% corresponde al género femenino y 49,3% al género masculino.

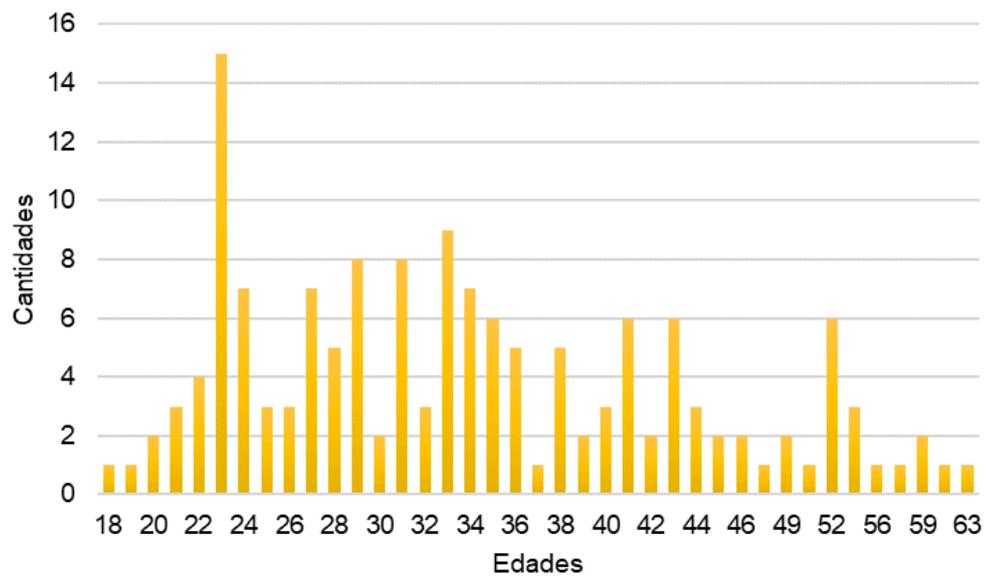
Gráfico N° 1 - Sexo:



Edad.

El Gráfico N° 2, muestra las edades de los encuestados, resaltando un mayor porcentaje de personas de 23 años y 33 años de edad. El promedio de edad de los encuestados es de 34 años.

Gráfico N° 2 - Edad:

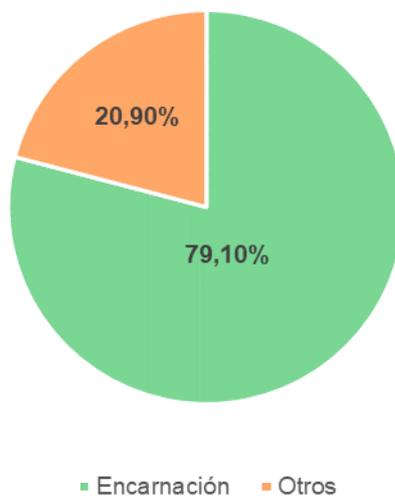


Distrito de Itapúa al cual pertenece.

El mayor porcentaje de respuestas provienen del distrito de Encarnación con un 79,1%.

El 20,9% restante provienen de otros distritos como Cambyreta, Coronel Bogado, Carmen del Paraná, entre otros.

Gráfico N° 3 - Distrito:

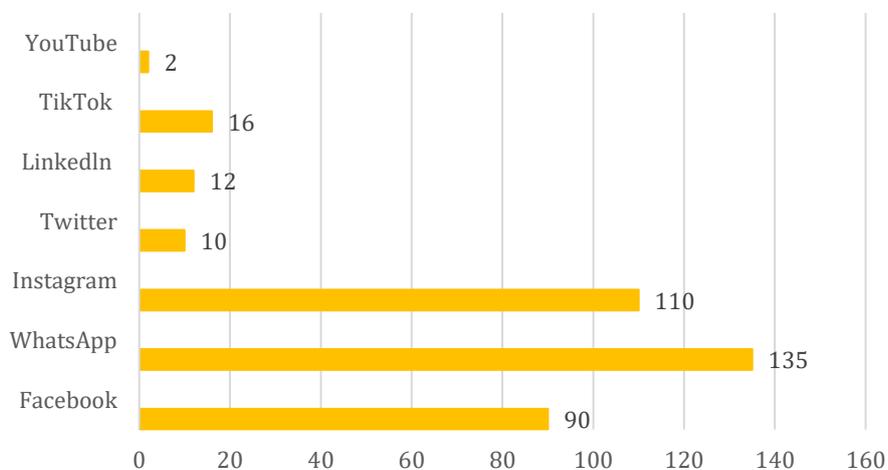


Plataforma de redes sociales más utilizada.

En el Gráfico N° 4 se observan las plataformas de redes sociales más utilizadas. De las 150 personas encuestadas, 135 utilizan WhatsApp lo que corresponde al 90% de los encuestados. En segundo lugar, se ubica Instagram con 110 consumidores equivalente al 73,3% de la muestra.

Las demás plataformas utilizadas son Facebook con un 60%, Twitter con el 32,7%, TikTok con 10,7% y LinkedIn con 8,1%.

Gráfico N° 4 - Plataforma de redes sociales más utilizada:

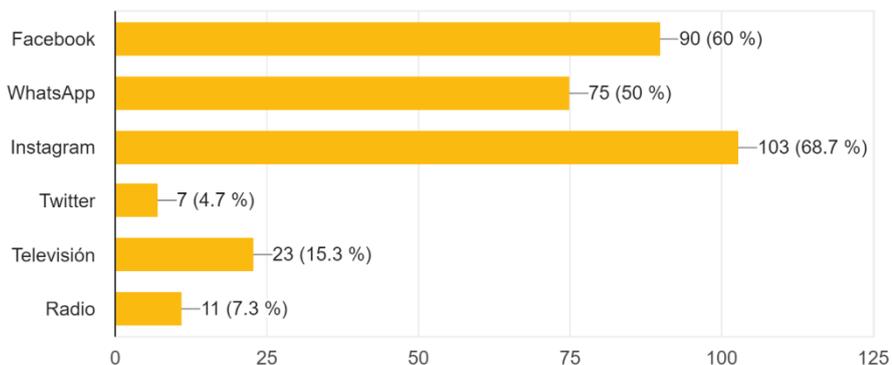


Obtención de información acerca de los productos y servicios que se desean consumir.

De acuerdo al estudio realizado, los productos y/o servicios que llaman la atención de los consumidores son visualizados a través de la plataforma Instagram (representa el 68,7% de los encuestados).

La segunda plataforma más utilizada para el fin mencionado es Facebook con un 60% y seguidamente se encuentra WhatsApp con un 50%. Las demás preferencias de acceso a información corresponden a la televisión con el 15,3%, radio con un 7,3% y la plataforma Twitter con un 4,7%.

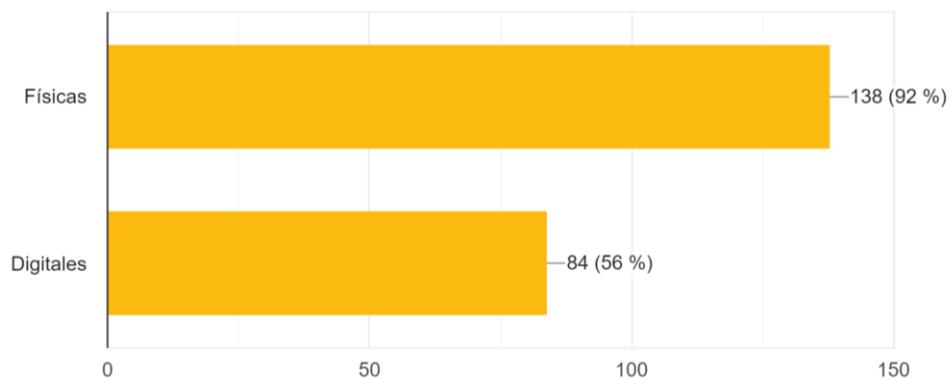
Gráfico N° 5 - Obtención de información acerca de los productos y servicios que se desean consumir:



Compra de tiendas físicas o digitales.

Los consumidores diversifican su compra entre las tiendas físicas y digitales. El 92% de las personas consultadas compran de tiendas físicas y el 56% opta por comprar de tiendas digitales.

Gráfico N° 6 - Compra de tiendas físicas o digitales:

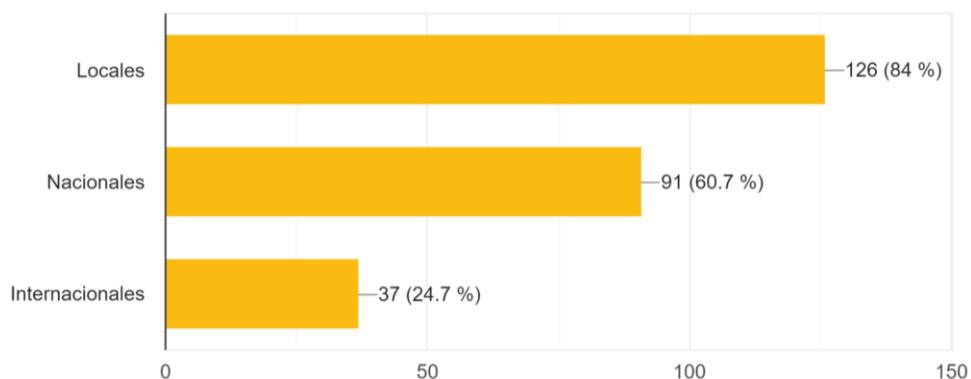


Compra de tiendas locales, nacionales o internacionales:

En el Gráfico N° 7 se observa que en un mayor porcentaje los consumidores prefieren comprar de tiendas locales (84%) comparadas con las tiendas nacionales (60,7%) y tiendas internacionales (24,7%).

A partir de los datos resultantes se puede mencionar que las tiendas locales "no solo compiten entre sí", sino también con tiendas nacionales e internacionales. Así como se logra apreciar en el Gráfico N° 6, existe una proporción importante de consumidores que optan por comprar en tiendas digitales.

Gráfico N° 7 - Compra de tiendas locales, nacionales o internacionales:



Forma de pago:

Como se observa en el Gráfico N° 8, el 74,7% de los encuestados pagan por sus productos y servicios en efectivo, el 62,7% con transferencias, el 62% abona con tarjeta (crédito y/o débito) y finalmente el 32% con QR.

Puede que el alto porcentaje de consumidores que realizan el pago en efectivo sea debido a que aún existen tiendas que no aceptan otros medios de pago o no están bancarizados.

Gráfico N° 8 - Forma de pago de productos y/o servicios:

