

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PARAGUAY: AVANCES, PROYECCIONES Y DESAFÍOS

En los últimos tres años, y con la pandemia del COVID-19 como impulsor, el comercio electrónico ha tenido un crecimiento significativo globalmente.



A nivel mundial: la pandemia empujó a las empresas a sumarse a *Marketplaces* para poder comerciar e instó a que ingresaran nuevos consumidores que nunca habían realizado transacciones electrónicas.



En América Latina y el Caribe: la tasa de penetración entre los latinoamericanos pasó del 45% al 83% tras la pandemia.

EN PARAGUAY

- El 74% de los paraguayos realizó en 2022 una compra en línea en los últimos doce meses, 8 puntos porcentuales más que en 2021.
- El número de comercios que participaron en las transacciones electrónicas mostró tasas de crecimiento de tres dígitos el año pasado.
- En 2022, las transacciones locales se triplicaron y seguirían creciendo.
- El comercio electrónico transfronterizo se proyecta con menor dinamismo que el local, sin embargo, el valor de las transacciones electrónicas transnacionales ha sido siempre superior al de las registradas por el comercio electrónico local.

DESAFÍOS

- Percepción de riesgo
- Inversiones de capital
- Baja formalización de comercios

RECOMENDACIONES



Invertir en conectividad e infraestructura, dado que en el área rural del país los usuarios de Internet representan un 61,8%.



Garantizar el acceso al Internet y realizar capacitaciones en tecnología de la información.



Fomentar la educación financiera a modo de fortalecer la inclusión financiera.



Formalizar las empresas; apoyar a Mipymes para desarrollar sus empresas digitales; favorecer la interoperatividad de pagos; e impulsar el financiamiento.



Proteger al consumidor y cooperar en materia de ciberseguridad.



ASOCIACIÓN
LATINOAMERICANA
DE INTERNET

CDSF
COMERCIO DIGITAL
SIN FRONTERAS

INTAL

