

Informe Complementario: Hábitos de Consumo Digital y Reputación Online en Paraguay (Actualización 2026)

Autor: [PureteGO.Online](https://puretego.online)

Fecha: 12 de junio de 2026

Introducción

Este informe complementa el análisis sobre el uso de internet en Paraguay, enfocándose en el comportamiento del consumidor frente a los sitios web corporativos, el uso estratégico de herramientas de Google (Buscador y Maps), y la importancia crítica de las reseñas y el historial de las empresas, con datos actualizados a mediados de 2026.

El Nuevo Consumidor Paraguayo (2026)

El consumidor paraguayo ha experimentado una transformación profunda, pasando de decisiones emocionales o basadas únicamente en el precio a un enfoque altamente racional y estratégico.

Compras Racionales vs. Fidelidad a la Marca

Según un informe de CCR Paraguay publicado en mayo de 2026, el **62%** de las decisiones de compra en el país responden a criterios racionales, donde se busca un equilibrio entre calidad, precio y conveniencia [1].

- El segmento de consumidores "marquistas" (aquellos que compran por fidelidad a una marca) ha caído drásticamente del 31% antes de la pandemia a apenas un **5%** en 2026 [1].
- El 33% opta directamente por el producto más económico [1].
- El consumidor paraguayo actual analiza, compara y toma decisiones calculadas, lo que obliga a las empresas a ser más transparentes y competitivas en sus ofertas [1].

Hábitos de Compra en Sitios Web Corporativos

- **Diversificación de Canales:** El paraguayo compra en promedio en 4.35 canales distintos [1]. Aunque las compras online alcanzan el 14% de penetración general, muestran un crecimiento sostenido [1].
- **Preferencia por lo Local:** Más del **50%** de los paraguayos prefiere marcas locales al realizar compras en línea, y 9 de cada 10 eligen tiendas nacionales cuando deciden comprar online [2] [3].
- **Información Crítica:** Ante un consumidor racional, la información sobre precios, promociones, historial de la empresa y credibilidad es fundamental en los sitios web corporativos.

El Ecosistema de Google en Paraguay

Google sigue siendo la herramienta principal para la validación y descubrimiento de empresas, especialmente con la consolidación de Street View.

Google Maps y Street View

- **Impacto de Street View:** Desde su lanzamiento oficial en noviembre de 2025, Google Street View ha transformado la forma en que los consumidores interactúan con los negocios locales [4]. Permite a los usuarios explorar virtualmente las fachadas y entornos de las empresas antes de visitarlas o comprar, reduciendo la incertidumbre.
- **Validación Visual:** Para el consumidor racional de 2026, ver la ubicación física de una empresa a través de Street View aporta una capa adicional de seguridad y legitimidad, crucial para mitigar el riesgo de estafas online.

Google como Buscador de Validación

Con el 62% de los consumidores realizando compras racionales, el buscador de Google es esencial para comparar opciones, investigar el historial de las empresas y buscar opiniones de terceros antes de tomar una decisión [1].

La Importancia de las Reseñas y Evaluaciones

En un entorno de consumo racional y cauteloso, las reseñas online son un factor decisivo.

Comportamiento frente a las Reseñas

- **Lectura Previa:** La gran mayoría de los consumidores lee reseñas online antes de realizar una compra. Las opiniones de otros clientes sirven como validación social de la calidad y el servicio de una empresa.
- **Confianza en Google:** Google Maps es la plataforma preferida para consultar reseñas de negocios locales.
- **Factores de Decisión:**
 - **Frescura:** Las reseñas recientes son más valoradas que las antiguas.
 - **Respuesta de la Empresa:** La gestión activa de las reseñas por parte de la empresa demuestra compromiso con el cliente y mejora la reputación online.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC) 2026

El comportamiento de compra también está influenciado por el contexto económico general. Según el Banco Central del Paraguay (BCP), el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) en abril de 2026 se situó en **40.17 puntos**, ubicándose en la zona de pesimismo [5].

Este retroceso, influenciado por incertidumbres económicas internas y externas, refuerza la tendencia hacia un consumo más racional y cauteloso. Los consumidores muestran una menor predisposición para adquirir bienes durables, a pesar de factores favorables como la baja del dólar [5].

Conclusión y Recomendaciones Estratégicas

El consumidor paraguayo de 2026 es analítico, racional y menos leal a las marcas tradicionales. Para tener éxito, las empresas deben:

- 1 **Optimizar su Presencia en Google:** Mantener perfiles actualizados en Google Maps, aprovechando la visibilidad que ofrece Street View y gestionando activamente las reseñas.
- 2 **Transparencia y Propuesta de Valor:** Los sitios web deben comunicar claramente la relación calidad-precio, el historial de la empresa y ofrecer garantías de seguridad.
- 3 **Adaptarse a la Cautela:** En un contexto de menor confianza del consumidor, las estrategias de marketing deben enfocarse en demostrar el valor real y la conveniencia de los productos o servicios.

Referencias

[1] Forbes Paraguay. (2026, 21 de mayo). *El nuevo consumidor: el 62% de los paraguayos ya compra de manera racional*. Disponible en: <https://www.forbes.com.py/negocios/el-nuevo-consumidor-62-paraguayos-ya-compra-manera-racional-n91187>

[2] Instagram / Negocios. (2025). *Oportunidad para marcas locales en Paraguay*. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DSANySajGIP/>

[3] Capace (vía Facebook). (2026). *9 de cada 10 paraguayos eligen tiendas nacionales*. Disponible en: <https://www.facebook.com/capace/posts/1329946862501693/>

[4] Google Blog. (2025, 25 de noviembre). *Google Street View llega a Paraguay*. Disponible en: <https://blog.google/intl/es-419/actualizaciones-de-producto/informacion/google-street-view-llega-a-paraguay-y-se-expande-en-costa-rica/>

[5] ABC Color. (2026, 18 de mayo). *Fuerte retroceso en índice de confianza del consumidor en abril*. Disponible en: <https://www.abc.com.py/negocios/2026/05/18/fuerte-retroceso-en-indice-de-confianza-del-consumidor-en-abril/>