



UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL

LICENCIATURA EN MARKETING

**IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: RETOS Y
OPORTUNIDADES EN LA ERA DIGITAL EN EL PARAGUAY EN AÑO**

2024

VICTOR DANIEL URBIETA ACOSTA

Asunción, Paraguay

2025



RESUMEN

La presente investigación se centra en el análisis de las estrategias de marketing utilizadas por las plataformas de comercio electrónico para competir con el comercio tradicional, así como en el impacto de dichas plataformas en el comportamiento del consumidor en la era digital. El estudio tuvo como objetivo identificar los desafíos y oportunidades que enfrentaron las empresas en este entorno dinámico.

Mediante una metodología cualitativa, se exploró cómo el comercio electrónico transformó los hábitos de compra de los consumidores, las interacciones con las marcas y la percepción del valor. Se investigó el papel del marketing digital en la influencia sobre las decisiones de compra y se examinaron las diferencias entre los comportamientos de consumo en línea y tradicionales.

Asimismo, se demostró el impacto de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, destacando su potencial para optimizar la eficiencia operativa, personalizar recomendaciones de productos y anticipar el comportamiento del consumidor. Esta investigación buscó proporcionar a las empresas herramientas y conocimientos esenciales para adaptarse a los cambios del entorno digital, responder a las expectativas de los consumidores y sostener una ventaja competitiva.

Palabras clave: comercio electrónico, estrategias de marketing, comportamiento del consumidor, transformación digital, venta minorista.

