



EMBAJADA  
DE ESPAÑA

OFICINA ECONÓMICA Y  
COMERCIAL DE ESPAÑA  
ASUNCIÓN

## INFORME SECTORIAL DE MERCADO

### EL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS



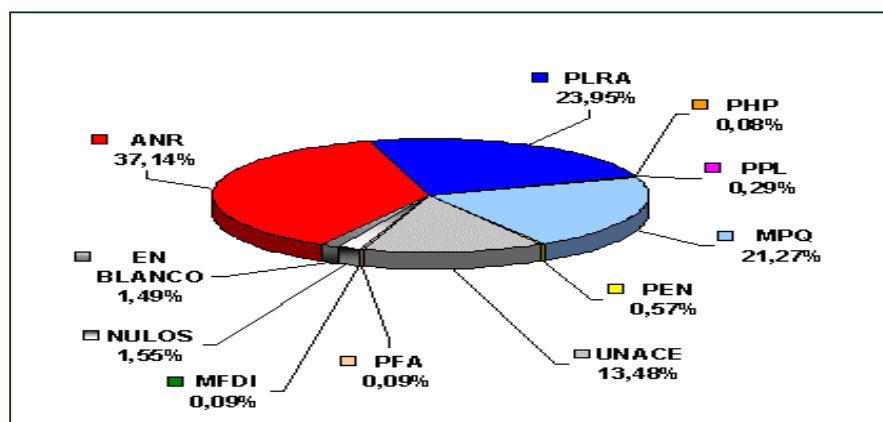
## 1. PARAGUAY: MARCO POLÍTICO Y ECONÓMICO (Abril 2005)

### 1.1. SITUACIÓN POLÍTICA.

La República del Paraguay, país que accedió a la independencia en 1811, se constituye como una República de tipo presidencialista, según el modelo común en Latinoamérica, caracterizado por la acumulación de poderes en la figura del Presidente de la República, que es la más alta magistratura del Estado, cabeza de gobierno y jefe de las fuerzas armadas.

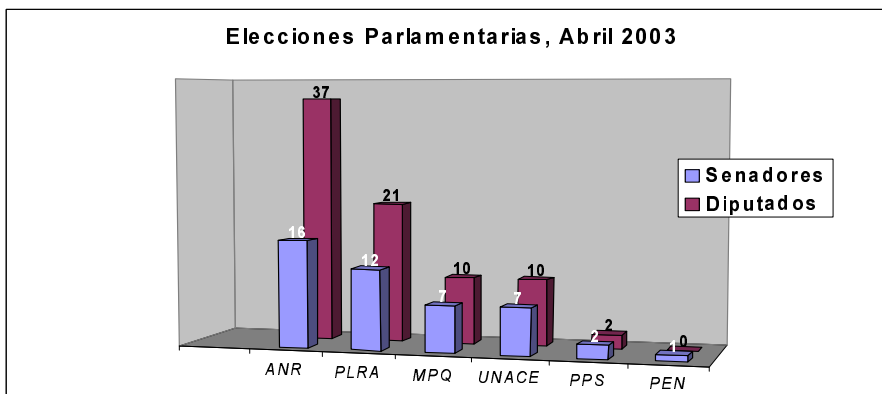
El legislativo se articula mediante un sistema bicameral, con sufragio universal directo para elegir a los diputados, miembros de la Cámara Baja. El espectro político paraguayo se caracteriza por el dominio que ejerce la Asociación Nacional Republicana o Partido Colorado, partido quasi-institucional similar al PRI mexicano, perpetuado en el poder durante el último medio siglo, incluso después del régimen de Stroessner, cuya dictadura sostuvo hasta 1989, situación que mantiene tras las últimas elecciones presidenciales, legislativas y a las gobernaciones departamentales, celebradas el 27 de abril de 2003.

En esas últimas elecciones el colorado Nicanor Duarte Frutos resultó vencedor, con el 37% de los votos, seguido de Julio Cesar Franco, del Partido Liberal Radical Auténtico, con el 24%, y de Pedro Fadul, del movimiento Patria Querida, con el 21%.



Resultados Elecciones Presidenciales Abril 2003

En las elecciones parlamentarias obtuvo también la victoria el Partido Colorado, con 16 senadores y 37 diputados, seguido del PLRA, con 12 senadores y 21 diputados, Patria Querida, con 7 senadores y 10 diputados, UNACE, con 7 senadores y 10 diputados, País Solidario, 2 senadores y 2 diputados, y el PEN, con 1 solo senador. Además, la ANR obtuvo la victoria en 11 gobernaciones departamentales, por 5 del PLRA.



Con este escenario político, la oposición al Partido Colorado la encabezan el Partido Liberal Radical Auténtico y el movimiento Patria Querida, como principales alternativas. Destacable, en este panorama, es la pérdida de peso político del ex General Lino Oviedo, quien, después de su exilio en Brasil tras el magnicidio del Vicepresidente Argaña y la represión policial que siguió, en marzo de 1999, y que se saldó con la renuncia del entonces Presidente Raúl Cubas, ha vuelto a Paraguay, donde está cumpliendo una condena de 10 años impuesta por un Tribunal militar.

Su alianza con los liberales en las elecciones vicepresidenciales de agosto de 2000 permitió a éstos últimos obtener la victoria, por lo que se esperaba algo similar en las del 27 de abril, que, finalmente, no sucedió. En las elecciones municipales del 18 de noviembre de 2001, el Partido Colorado ya había mostrado su capacidad de resistencia al desgaste, obteniendo la victoria global en el país, y recuperando la alcaldía de Asunción. Las elecciones presidenciales y parlamentarias de 2003 se saldaron de nuevo con la victoria del Partido Colorado, fuertemente arraigado en todo el interior del país.

Asociación Nacional Republicana; **PLRA**, Partido Liberal Radical Auténtico; **MPQ**, Movimiento Patria Querida; **UNACE**, Unión Nacional de Ciudadanos Éticos; **PEN**, Partido del Encuentro Nacional; **PPS**, Partido País Solidario

El 15 de agosto de 2003 asumió la Presidencia de la República el Dr. Nicanor Duarte Frutos.



## **1.2.SITUACIÓN ECONÓMICA**

La economía paraguaya está aquejada por las principales debilidades estructurales de las economías en desarrollo; elevado peso del sector primario y de la economía sumergida, un sector exportador sustentado en la exportación de productos agrarios no elaborados, un sector financiero sin desarrollar, una mala distribución de la riqueza, así como una tradicional insuficiencia financiera que obliga a apelar al ahorro externo, derivando en una Balanza por Cuenta Corriente a menudo deficitaria (no así en los últimos 3 años) y en un elevado peso del endeudamiento público externo dentro del total la deuda pública viva.

No obstante, Paraguay ha sido tradicionalmente una de las economías latinoamericanas con un menor desequilibrio en sus agregados macroeconómicos. Favorecido por la escasa población y numerosos recursos naturales, sus cifras de endeudamiento son contenidas. A ello hay que añadir una inflación moderada.

La coyuntura económica paraguaya se caracteriza, tras el estancamiento económico vivido en los últimos años, por una cierta recuperación en 2003 y 2004, con un buen desempeño de sus indicadores macroeconómicos. El ejercicio 2004 cerró con un crecimiento del PIB del 2,9%, una tasa de inflación del 2,8%, una de las menores de los últimos 30 años, y la consolidación de la estabilidad cambiaria y de la recuperación del equilibrio en las cuentas públicas.



VARIABLE	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<i>PIB (millones USD corrientes)</i>	7.741	7.727	6.850	5.595	6.030	6.204 (esti)
<i>Crecimiento real PIB</i>	0,5	-0,4	2,7	-2,3	2,6	2,9
<i>PIB per cápita (USD corrientes)</i>	1.445	1.406	1.216	969	1.019	
<i>Inflación interanual</i>	5,4	8,6	8,4	14,6	9,3	2,8
<i>Cotización del dólar (promedio anual)</i>	3.155	3.507	4.175	5.772	6.413	5.976
<i>Variación</i>		11,2	19,0	38,3	11,1	-6,8
<i>Déficit comercial (millones USD)</i>	984,3	1.181	998,6	559,6	623,8	1.026
<i>Déficit / superávit fiscal (millones USD)</i>	-277,39	-340,2	-77,5	-76,2	-33,1	201,9
<i>Porcentaje sobre PIB</i>	3,58	4,40	1,13	3,3	0,6	1,7
<i>Deuda externa (millones USD)</i>	2.108	2.234	2.162,4	2285,9	2.431,7	2.357,7
<i>Porcentaje sobre PIB</i>	27,21	28,91	31,6	42,3	43,7	38(est)
<i>Desempleo</i>	15,3	17,7	17,7	17,7	16,4	16,4

La llegada de un nuevo equipo económico tras las últimas elecciones presidenciales celebradas en abril de 2003 ha permitido la introducción paulatina de reformas estructurales como la del sistema tributario o la de la caja fiscal, exigidas, además, por el FMI, en el acuerdo Stand By suscrito con el país en diciembre de 2003.



Balanza Comercial Registrada (En Millones de USD)				
Año	Importaciones	Exportaciones	Def.Com.	Var. %
1990	1.193,4	958,7	-234,7	
1991	1.275,4	737,1	-538,3	129,4
1992	1.237,1	656,5	-580,6	7,9
1993	1.477,5	725,2	-752,3	29,6
1994	2.140,4	816,8	-1.323,6	75,9
1995	2.782,2	919,3	-1.862,9	40,7
1996	2.850,5	1.043,4	-1.807,1	-3,0
1997	3.099,2	1.142,8	-1.956,4	8,3
1998	2.470,8	1.014,1	-1.456,7	-25,5
1999	1.725,1	740,8	-984,3	-32,4
2000	2.050,4	869,4	-1.181,0	20,0
2001	1.988,8	990,2	-998,6	-15,4
2002	1.510,2	950,6	-559,6	-44,0
2003	1.865,3	1.241,5	-623,8	11,5
2004	2.651,7	1.625,7	-1.026	64,5

\*fuente: Banco Central del Paraguay

### 1.3. EL MERCADO PARAGUAYO

El mercado paraguayo es relativamente pequeño, con una población de apenas 5,2 millones de habitantes. Más del 56% de la población es urbana, siendo los principales núcleos urbanos Asunción, con cerca de 1,2 millones de habitantes si se incluyen las poblaciones periféricas (San Lorenzo, Luque, Fernando de la Mora, Lambaré), seguida de Ciudad del Este, Encarnación y Pedro Juan Caballero. Su capacidad adquisitiva es además baja, con una renta per cápita media estimada en el año 2004 de unos 1.200 USD. Sufre además un alto nivel de pobreza, que, según los datos del último censo, de 2002, afectaría a casi la mitad de la población.



Especialmente preocupante es el deterioro progresivo de esta situación. Si en 2001 se calculaba que un 33,9 de la población se encontraba por debajo de la línea de pobreza, en sólo un año la cifra aumentó al 48,8.

Precisamente la desigual distribución de la riqueza es la que justifica la existencia de una demanda dual, así como la existencia de centros comerciales eventualmente atractivos para el exportador español, donde se comercializan productos eminentemente importados, a precios relativamente elevados, destinados a una minoría de la población, residente en Asunción, con una alta capacidad adquisitiva. Prueba de las excelentes posibilidades que ofrece este nicho de mercado es la próxima apertura, durante 2005, de otros dos centros comerciales, o shoppings, destinados a este sector de la población (ya existen varios en la actualidad).

La estructura de la distribución comercial se caracteriza por no haber alcanzado un nivel muy desarrollado o complejo. Más bien existe una concentración de las funciones en unos pocos intermediarios, con capacidad de controlar toda la red. Frecuentemente un mismo intermediario ejerce de importador, mayorista, representante y distribuidor. Esta situación merma la capacidad de especialización de los operadores que, frecuentemente, distribuyen o representan productos y marcas de muchos y variados sectores.

Desde una perspectiva demográfica, el consumo en el país está muy concentrado en las grandes ciudades, donde reside la mayor parte de la población, especialmente en el Gran Asunción. Los más importantes importadores y distribuidores tienen su base de operaciones en la capital.

Una buena parte de los productos importados tienen como destino un reducido grupo de consumidores de poder adquisitivo medio-alto, alto y muy alto, muy bien localizados en determinados barrios de la capital paraguaya. Así, la distribución tiene como objetivo prioritario un número reducido de cadenas de supermercados, con implantación en esas zonas. La lucha por la presencia en estos centros comerciales es posiblemente el mayor esfuerzo que debe asumir un exportador en términos de comercialización del producto.

Aunque Paraguay cuenta con 5,2 millones de habitantes, lo cierto es que de ellos una mínima parte (posiblemente menos de 200.000) son potenciales consumidores de productos importados. Y de ese pastel, la mayor parte se ubica en Asunción.

Con estos parámetros, la comercialización de un producto importado debe tener presente que se trata de un mercado reducido, que sólo cuenta con una reducida población con alto poder adquisitivo, urbana, y concentrada en la capital paraguaya. Que la población potencialmente consumidora está radicada en ciertas áreas de la capital, y que sus centros de consumo son unos muy determinados. El desafío reside en conseguir convencer a los responsables de compras de esos centros (en muchos casos ejercen también de importadores) de la conveniencia de introducir ese producto en su almacén.



Por otra parte, a la hora de pensar en seleccionar un posible representante, deben tomarse muchas precauciones. La ley 194 de 6 de julio de 1993, regula, en Paraguay, el régimen legal de las relaciones contractuales entre fabricantes y firmas del exterior y personas físicas o jurídicas domiciliadas en el Paraguay. Se trata de un cuerpo legal que reglamenta especialmente las situaciones de interrupción de la relación comercial entre las dos partes implicadas, estableciendo criterios para determinar el monto de las indemnizaciones, cuando no existe una justa causa para interrumpir tal relación por parte de la empresa extranjera. Se trata de una reglamentación sobreprotectora para el operador local y penalizadora para la empresa extranjera, que ha sido utilizada por los representantes locales para negociar jugosas indemnizaciones para evitar una tortuosa e incierta vía judicial.





## 2 SECTOR: CONSERVAS VEGETALES Y DE FRUTAS (Enero 2004)

### 2.1: RÉGIMEN DE COMERCIO

Este estudio incluye el grupo arancelario 20 "preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas" y todas sus partidas: 20.01, 20.02, 20.03, 20.04, 20.05, 20.06, 20.07, 20.08, 20.09.

El **Arancel Externo Común (AEC)** aplicable a los 4 países del MERCOSUR para los productos en conserva provenientes de la Unión Europea es del 14%, salvo para la partida 2005.20.00, tal y como se muestra en el cuadro siguiente:

<u>PARTIDA</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>AEC</u>	<u>IVA</u>
2005.20.00	PAPAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ACÉTICO), SIN CONGELAR. (NO LA PARTIDA 20.06)	13% <sup>1</sup>	1.5%

Salvo en el caso de la partida indicada en el cuadro anterior, el tipo general del IVA es del 10%.

<sup>1</sup> Por tratarse de una de las partidas incluidas en el Listado de Excepciones de Mercaderías (LEM) se aplicará un incremento anual y escalonado hasta 2006, con el objetivo de alcanzar la convergencia de niveles arancelarios dentro del contexto MERCOSUR, según lo establecido por el Decreto 18260/02. La partida 2005.20.00 estará gravada con un tipo del 13% en los años 2004 y 2005 y convergerá en un tipo del 14% en 2006.



## 2.2 SITUACIÓN Y ACCESO AL MERCADO

### SITUACIÓN

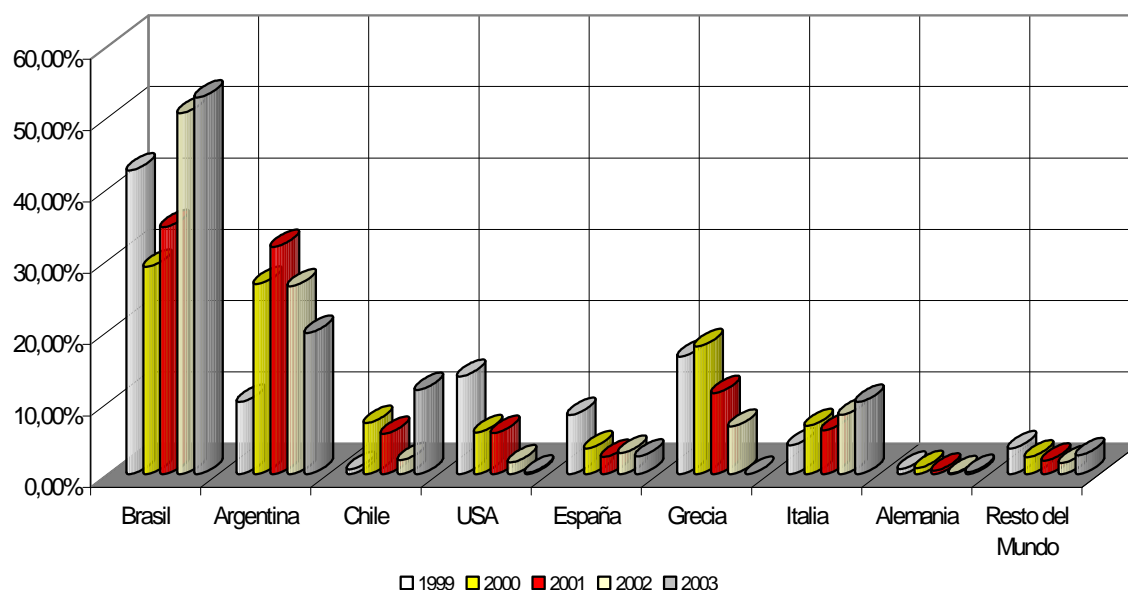
El sector de las conservas vegetales en Paraguay se caracteriza por la existencia de una gran variedad de productos extranjeros ofertados en los supermercados y distribuidores minoristas.

Paraguay dispone de una producción agrícola y hortofrutícola suficientemente amplia, que le permite cubrir en gran parte sus necesidades alimenticias básicas. Existe una gran variedad de frutas y verduras nacionales, que se pueden adquirir a un precio medio-bajo, aunque destaca una fuerte presencia de productos importados de Argentina y Brasil, de mejor calidad y presentación, que cubren una parte considerable de la demanda local.

La producción local de alimentos envasados es prácticamente inexistente, limitándose ésta a unas pocas empresas envasadoras de palmito, pepino y jugos naturales. Esto supone una gran dependencia exterior de cierto tipo de variedades gastronómicas transformadas y en conserva, que aparecen al alcance del público a un nivel de precios medio – alto, en relación con el poder de compra de la mayoría de la población paraguaya.

Los hábitos alimenticios paraguayos son distintos según el poder adquisitivo de la población. La gran mayoría se encuadra en un nivel de renta bajo y medio-bajo, y tiene unas costumbres alimenticias muy elementales y limitadas, basada en alimentos naturales no elaborados (carne, mandioca, panificados locales, la extensa variedad de frutas tropicales y subtropicales locales, etc.). En las capas sociales más favorecidas, que representan una porción del total de la población muy reducida, se aprecia un acercamiento a hábitos e influencias más internacionales, siendo modelos de referencia Argentina y Brasil. Esto se traduce en una dieta más variada y en una mayor preocupación por el ahorro de tiempo, lo que supone el consumo de multitud de productos elaborados y envasados de origen extranjero.

### EVOLUCIÓN Y ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DEL GRUPO 20. PERIODO 1999- 2000.





Fuente: Banco Central del Paraguay<sup>2</sup>

Como se observa, los principales países exportadores son los socios comerciales del MERCOSUR, Argentina y Brasil, representando ambos el 72% de la cifra total de importación de 2003. Sin embargo, estas importaciones se centraron en pocas partidas. Así, en el caso brasileño, el 61% de sus exportaciones corresponden a la partida arancelaria 2002 (tomates), y desde Argentina, más de la mitad de la importación se concentra en las partidas 2004 y 2008 (patatas congeladas y duraznos, con porcentajes del 25% y del 38% respectivamente). Lo mismo ocurre con el porcentaje que representa al "Resto del Mundo", ya que éste se compone principalmente (67%) de las importaciones de la partida 2005 (patatas conservadas) procedentes de Malasia.

En el siguiente cuadro resumen de las cifras de importación del grupo 20 durante los últimos cinco años, se observa que las importaciones de conservas vegetales y de frutas en el año 2003 ascendieron al monto de 6.096.237 FOB US\$, lo que ha supuesto un aumento del 13% respecto al año anterior y de más de un 27% respecto al año 99.

	FOB US\$	Incremento anual
1999	4.783.656	
2000	7.663.468	60,20%
2001	6.027.780	-21,34%
2002	5.459.658	-9,43%
2003	6.096.237	13,31%
Crecimiento Periodo 1999-2003		27,44%

Fuente: Banco Central del Paraguay<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Ver tablas de anexos al final de este informe

<sup>3</sup> Ver tablas de anexos al final de este informe



## PRECIOS

El margen comercial aplicado por los importadores y supermercados depende de varios factores, tales como el precio del producto, la rotación del mismo, la cantidad importada, etc. Tanto los importadores como las grandes superficies trabajan con un rango de márgenes entre el 10% y el 25%, aplicando eventualmente márgenes inferiores o superiores. Estos márgenes, unidos a los gastos aduaneros (arancel del 15,5% y gastos de despacho del 5% aprox.) producen un incremento en el precio del producto español cercano al 60%.

Tradicionalmente, algunos de los productos importados desde España (aceitunas, judías verdes) se han posicionado muy competitivamente en precios con respecto a los productos provenientes del MERCOSUR. Actualmente la débil demanda nacional y la caída del consumo han dado lugar a un retroceso de las importaciones de origen europeo, circunstancia que, sumada al alto precio de la moneda europea para las economías dolarizadas, ha causado cierta pérdida de interés por el producto español. Importantes importadoras y distribuidoras han desaparecido o reducido sus negocios al ámbito nacional o intraregional.

A continuación se indican precios de referencia, para cada categoría de productos, en moneda local. Durante todo el año 2003 el Guaraní ha venido registrando una moderada pero continua apreciación respecto al dólar, que contrasta con la fuerte pérdida de valor de la moneda registrada los dos pasados ejercicios económicos. 1 US\$ = 6.200 Gs/ \$ (enero de 2004).

En una visita a los principales supermercados de Asunción<sup>4</sup> se ha obtenido la siguiente información:

**Aceitunas:** No existe una gran variedad de oferta. Las marcas comercializadas son principalmente de origen argentino y español, y en menor medida de origen brasileño. Se pueden encontrar en diversos tipos de envases (vidrio, plástico y metal) y en diversos tamaños (hasta latas de 3Kg) y modalidades (enteras, en rodajas, rellenas de pimienta o anchoa) con un precio que varía dependiendo del tamaño y la calidad. El rango de precios en el que se mueve el producto procedente de Brasil oscila entre los 5.000 Gs y los 9.000 Gs, para un tamaño de 200g de peso escurrido, mientras que los precios del producto original de España son ligeramente superiores.

**Pepinos en Vinagre:** Existe una firma local que envasa pepinos en vinagre, que se ofertan a un precio ligeramente inferior a los importados, sin embargo se trata de un pepino distinto al cultivado en Europa. Se pueden encontrar pepinos de origen alemán, con un coste de entre 9.000 Gs y 30.000 Gs según la marca y variedad (agridulces, picantes, en trozos, en rodajas, enteros). Anteriormente se importaban pepinos de origen español, que se comercializaban a un precio competitivo con respecto a los alemanes, pero actualmente no existe oferta española para esta categoría.

**Tomates:** Es de destacar la amplia variedad de productos existentes en el mercado, pudiendo encontrarse tomates como extracto, pulpa, puré y salsas. También son comunes las variedades condimentadas con orégano, cebolla, ajo, alcachofas, etc. Su presentación también es muy variada, tanto en tamaño como en tipo de envase, siendo el más común el tetra brick, seguido de las latas y el cristal. Los principales países de origen son Brasil y Argentina, aunque también pueden encontrarse algunas marcas de origen Italiano como Campi d'Italia y Tomatino. El precio medio para una presentación en brick de 500g es de 3.000 Gs.

**Champiñones:** Proceden principalmente de Brasil. Marcas españolas comercializan su producto a precios muy competitivos, incluso inferiores a los brasileños. También existen productos de procedencia alemana y francesa a un mayor precio. Los de origen brasileño se presentan en frascos de cristal y su precio medio ronda los 8.000 G para los frascos de 200g de peso escurrido.

**Guisantes o Arvejas (denominación local):** De procedencia principalmente brasileña, argentina e italiana. El precio medio de la lata de 200g de peso escurrido es de 2000 Gs. También se presenta en latas de tamaño grande, hasta 1600 g de peso escurrido.

<sup>4</sup> Para elaborar este estudio, se han visitado los supermercados mejor surtidos de Asunción (Hiperséis e Ycuá Bolaños), así como el supermercado más selecto en términos de calidad y origen de los productos (Casa Rica).



**Maíz dulce o Choclo (denominación local):** El maíz constituye un alimento básico en la dieta paraguaya. Las conservas de maíz provienen principalmente de Brasil y Argentina, oscilando su precio entre los 2.400 Gs y 3.000 Gs para latas con un peso drenado de 200g.

**Judía Verde o Chaucha (denominación local):** Difícil de encontrar en los supermercados, sólo pueden encontrarse judías envasadas en cristal de origen español a un precio de 9.000 Gs para el bote de 480g de peso escurrido. En supermercados selectos también pueden encontrarse judías en conserva de origen alemán, a un precio más alto.

**Espárragos:** Debido a que no se cultivan en Paraguay, es muy difícil encontrarlos frescos en los mercados. Sólo dos marcas españolas comercializan espárragos en conserva en sus dos variedades (blancos y verdes) a un precio medio de 15.000 Gs y 16.500 Gs respectivamente para cada variedad, para el bote de 200g de peso escurrido. También se importan espárragos de EE.UU y Chile, y se comercializan congelados en bolsas de plástico.

**Pimientos :** Como en el caso de los espárragos, sólo se comercializan pimientos en conserva de origen español y en menor medida argentino, siendo los primeros más competitivos en precios (11.000Gs para la lata de 250 g de peso escurrido).

**Mermeladas:** En los últimos años se han consolidado algunas marcas nacionales como la Caacupeña y Watt's. También existe producto importado de Argentina un precio ligeramente superior. El precio también varía en función del sabor, siendo la de fresa (denominada localmente frutilla) junto con la de mora las más caras: Su P.V.P. para tarros de 400g oscila entre los 4.800 Gs y los 14.000 Gs. También se comercializan versiones dietéticas a un precio superior.

**Melocotón en Almíbar:** A finales de la década de los 90, Grecia era el principal exportador de durazno en almíbar en Paraguay, a un precio muy competitivo, seguido de Chile y España. No obstante, en la actualidad sólo pueden encontrarse en el mercado productos originarios del MERCOSUR a un precio que ronda los 7.000 Gs para la lata de 820 g de peso drenado. También pueden encontrarse latas de tamaño grande, de hasta 1.830 g de peso drenado.

**Jugos de Frutas:** Existe una gran tendencia a consumir los jugos recién exprimidos, ya que su precio es muy accesible y su oferta muy generalizada. Se encuentran en los supermercados jugos envasados de origen nacional (Watt's, Frutika), brasileño, chileno y argentino con precios cercanos a los 4.000 Gs el litro. Como producto sustitutivo del zumo se comercializa una amplísima variedad de bebida de soja con frutas, de origen argentino.

**Otras variedades de conservas:** Además de todo lo reseñado anteriormente, pueden encontrarse en el mercado algunas variedades menos comunes de conservas. Los garbanzos, setas de cardo y macedonia de verduras (menestra) se pueden encontrar en botes de cristal de una marca española. También se comercializan algunas preparaciones mixtas (zanahoria, judía verde, etc) y el tomate seco en conserva, provenientes de Brasil y Alemania. Por último, existe una reducida oferta de legumbres en conserva (garbanzo, judía blanca o poroto, lentejas) de origen argentino y español. El bote español de poroto blanco (judía blanca), con un precio en torno a los 5.000Gs, es más barato que el argentino.

Por último vale la pena mencionar la existencia una amplia oferta de conservas de palmito en variadas presentaciones (entero, troceado, en rodajas). No obstante, la mayoría de las marcas son de origen nacional o en todo caso argentino.

## **FABRICACIÓN LOCAL**

La industria conservera o envasadora es prácticamente inexistente. Sin embargo, Paraguay cuenta con algunas ventajas susceptibles de ser explotadas en beneficio del surgimiento de dicha industria. Entre otros, los recursos naturales disponibles y la facilidad de cultivo, el bajo coste de la mano de obra, los bajos costes energéticos, los beneficios fiscales, las excepciones arancelarias en el régimen MERCOSUR y una situación geográfica estratégica en el centro del cono sur.



También es de destacar la existencia de incentivos para la inversión extranjera, tales como la Ley de la Maquila o la Ley 60/90, fortalezas todas ellas que, junto a las anteriormente mencionadas, y al bajo coste de los insumos (frutas y hortalizas), hacen de Paraguay un marco muy atractivo para la inversión.

Paralelamente existen una serie de debilidades relacionadas con el subdesarrollo del país, que retrasan e impiden el crecimiento industrial, como son la deficiente infraestructura de transportes, la inseguridad jurídica, la inexistencia de organismos de control sanitario adecuados, etc.

Una de las empresas pioneras en la producción de jugos y concentrados de frutas, es Kimex/ Frutika, que abastece al mercado local y exporta parte de su producción a Brasil, Argentina y Bolivia, una vez que ha conseguido la homologación de la calidad de sus procesados. Recientemente también está enviando partidas de concentrados de frutas en tambores de acero a España.

Watt's, el segundo competidor del mercado de jugos, no tiene plantaciones propias, de modo que se provee de concentrados cuyo origen no es necesariamente local (importan incluso de China o India en función de la cotización de la materia prima). Eventualmente, utiliza a su competidor Frutika como proveedor de concentrados. Su matriz está en Chile, de donde importan parte de sus insumos. Exportan parte de su producción a este país, y en épocas con una posición cambiaria favorable también a Brasil y Argentina.

Junto a los jugos, el palmito y el pepino, son los únicos vegetales que se procesan y envasan en Paraguay.

#### PRESENCIA DE LA OFERTA ESPAÑOLA

En lo referente a la presencia de productos españoles, el volumen de importaciones de conservas vegetales y de frutas de España, ocupó el quinto lugar en el 2003, representando casi el 3% del total de la cifra de importaciones, con un valor de 149.382 \$USA, de los cuales, el 99% correspondieron a las partidas 2003 y 2005<sup>5</sup>.

RANKING 2003

País	2003 FOB US\$	% sobre total
BRASIL	3.217.691	52,78%
ARGENTINA	1.205.562	19,78%
CHILE	718.272	11,78%
ITALIA	616.573	10,11%
ESPAÑA	149.382	2,45%
ALEMANIA	16.392	0,27%
ESTADOS UNIDOS	11.647	0,19%
GRECIA	-	0,00%
RESTO DEL MUNDO	160.718	2,64%
<b>Total</b>	<b>6.096.237</b>	

Fuente: Banco Central del Paraguay

<sup>5</sup> Ver Anexo II al final de este informe



En términos generales, las importaciones procedentes de España han seguido una tendencia decreciente desde 1999<sup>6</sup>. Esto es debido principalmente a una fuerte contracción de la demanda interna, que a su vez, es consecuencia de la crisis económica que ha venido atravesando el país. Desde la entrada del euro y más concretamente debido a la reciente tendencia a la baja de la cotización dólar- euro, se ha producido además un efecto encarecimiento de las importaciones de origen europeo para los países del MERCOSUR. Muchos de los importadores con los que ha contactado esta oficina han manifestado su interés por el producto español y han señalado como principal inconveniente a la hora de establecer relaciones comerciales con España, el precio de la moneda europea.

El consumidor paraguayo es consciente de los mayores requerimientos sanitarios exigidos en Europa, y por ello asocia al producto español con un producto de alta calidad. A esto tenemos que añadir la competitividad en precios de nuestros productos y la gran variedad existente. Todo ello, hace que el producto español goce de muy buena imagen en Paraguay, circunstancia que, unida a la ventaja del idioma, sitúa a España en una posición privilegiada a la hora de establecer relaciones comerciales.

Empresas como Carbonell, La Española, Borges, La Molinera, Hermanos Cuevas (Picuezo), Helios, etc. han importado durante años a Paraguay, con una experiencia muy positiva en la mayoría de los casos, siendo sus productos bien aceptados por su calidad y precio. Otras como Cidacos han corrido peor suerte, y tras un intento de comercializar sus productos, abandonaron el mercado. A pesar de todo, actualmente sólo pueden encontrarse con continuidad en el mercado de Paraguay productos de las marcas españolas Picuezo y Taboada.

#### **Canales de distribución**

A pesar de ser un país netamente importador de productos en conserva, las dimensiones del mercado del Paraguay permiten la existencia de un número reducido de importadores, que apenas supera la veintena. Los principales distribuidores/ importadores con los que establecer contacto se listan a continuación:

<b>EMPRESA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TEL./FAX (00/595...)</b>	<b>E-MAIL / PÁGINA WEB</b>
<b>APOLO IMPORT SRL</b>	Av. Boggiani 6786 c/ José de Aranda. . – Asunción.	TeleFax (21) 514864	<a href="mailto:apoliimp@conexion.com.py">apoliimp@conexion.com.py</a>
<b>ARCORPAR S.A.</b>	Ruta Mariscal Estigarribia Km 10.- San Lorenzo	TeleFax (21) 509943	<a href="mailto:arcorpar@arcor.com.py">arcorpar@arcor.com.py</a>
<b>CASA MODIGA S.A.</b>	Av. Boggiani c/ Eusebio Ayala. . – Asunción.	TeleFax (21) 505 472	<a href="http://www.modiga.com.py">www.modiga.com.py</a>
<b>LONDON IMPORT S.A</b>	Teodoro S. Mongelós Nº 3373. . – Asunción.	Tele (21) 222 222 Fax: (21) 213 268	<a href="mailto:Londonimport@quanta.com.py">Londonimport@quanta.com.py</a>
<b>TELE TECNICA S.A.</b>	Hernandarias 721 – Asunción.	TeleFax: (21) 490 788	<a href="mailto:dturini@uca.com.py">dturini@uca.com.py</a>

<sup>6</sup> Ver anexo III al final de este informe



<b>OSMAN TRADING SRL</b>	Mercado de Abasto, bloque c, local 53–Asunción.	Telefax: (21) 940036	<a href="mailto:osman@telemail.com.py">osman@telemail.com.py</a>
<b>YCU A BOL AÑO S SRL</b>	San Martín esq. Roque Centurión Miranda –Asunción.	Tel. (21) 613 681 Fax: (21) 613662	<a href="mailto:ycuab@rieder.net.py">ycuab@rieder.net.py</a>
<b>E.D.E.S.A</b>	Prof. Conradi 1690 y Eusebio Ayala.–Asunción.	Tel. (21) 501 652 Fax: (21) 508 549	<a href="mailto:edesas@pla.net.py">edesas@pla.net.py</a>
<b>RAMIREZ DÍAZ DE ESPADA RADESA</b>	Raúl Díaz de Espada y Curupayty; - Fdo de la Mora.	Tel: (21) 518 1000 Fax:(21) 518 1209	<a href="mailto:rdesagg@conexion.com">rdesagg@conexion.com</a>
<b>EL IMPERIO SRL</b>	Dominicana 437.- Asunción.	Tel: (21) 222 066 Fax (21) 213 262	<a href="mailto:aperoni@conexion.com.py">aperoni@conexion.com.py</a>
<b>IMTOL S.A</b>	Sacramento 1025. – Asunción.	TeleFax: (21) 614 824	<a href="mailto:imtol@mail.superseis.com.py">imtol@mail.superseis.com.py</a>
<b>A.J. VIerci Y CIA SA</b>	Oliva, 845. – Asunción.	Tel: (21) 440412 Fax: (21) 446952	<a href="http://www.ajvierci.com.py">www.ajvierci.com.py</a>
<b>UNILEVER CAPSA DEL PARAGUAY S.A.</b>	Rio Salado 316 y Rio Montelindo. – Villa Elisa.	Tel: (21) 9597800 Fax: (21) 959789	<a href="mailto:unilever@unilever.com.py">unilever@unilever.com.py</a>
<b>FAST FOOD SUDAMERICANA S.A.</b>	Juez Enrique Pino 2519	Telefax: (21) 672994	<a href="http://www.burguerking.com.py">www.burguerking.com.py</a>
<b>INDEGA</b>	Ruta Mariscal Estigarribia 1539.- Fernando de la Mora	Telefax: (21) 501011	<a href="mailto:indega@indega.com.py">indega@indega.com.py</a>
<b>KIMEX SRL/ FRUTIKA</b>	Carlos Antonio López - Itapúa	Tel: (672) 20015 Fax: (672) 200019	<a href="http://www.frutika.com.py">www.frutika.com.py</a>
<b>WATT'S ALIMENTOS SA</b>	República Argentina 1877 c/ Eusebio Ayala.- Asunción	TeleFax: (21) 660 364	<a href="mailto:angelo@quanta.com.py">angelo@quanta.com.py</a>

\* Fuente: Base de Datos de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Asunción<sup>7</sup>.

## ACCESO

La Dirección General de Aduanas no tramitará despachos de importación de productos alimenticios envasados sin que tengan el registro sanitario expedido por el Ministerio Paraguayo de Salud Pública y Bienestar Social, y otorgado por el Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición, INAN, con una validez de 5 años.

<sup>7</sup> La oficina puede facilitar información más detallada acerca de los importadores.





El fabricante español podrá registrar su producto, bien a través de un importador, quien con autorización del fabricante inscribirá el producto a su propio nombre, (el fabricante puede designar varios importadores) o bien a través de un representante o apoderado legal, que inscribirá el producto a nombre del fabricante.

Para una mayor simplicidad, y a pesar de existir una fuerte protección legal sobre la figura del representante, se suele usar la figura del representante-importador, que importa y distribuye los productos extranjeros con exclusividad. Por esta razón se recomienda máxima cautela a la hora de elegir al representante.

Desde Enero de 2000 no se exige un análisis físico-químico del producto a importar, sólo se precisa rellenar un formulario emitido por el INAN, que sería remitido al fabricante por el representante o importador.

Respecto a la etiqueta de los alimentos envasados, ésta deberá contener la siguiente información:

- Denominación de venta del alimento.
- Lista de ingredientes.
- Contenidos netos.
- Identificación del origen.
- Identificación del lote.
- Fecha de duración mínima.
- Preparación e Instrucciones de uso del alimento, cuando corresponda.
- Nombre o razón social y dirección del importador.
- Número de Registro sanitario del producto

El coste de registro es de 110.000 Gs por cada producto.

El Visado Consular es otra de las exigencias que se requieren para la importación de cualquier tipo de mercancía en Paraguay; se exige que la factura comercial, el conocimiento de embarque, el certificado de origen y el manifiesto de carga (relación de contenidos), estén visados por la Oficina Consular en el país de origen.

## **2.3 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN**

### **Ferias del sector**

Existen varias ferias en el sector agropecuario, no obstante, todas ellas carecen de relevancia para las firmas extranjeras.

Con carácter multisectorial y relativa importancia económica, se celebra anualmente la Expoferia de Asunción, en el mes de Julio. Se trata de una feria muy popular con un promedio de visitantes que ha oscilado entre 1.5 millones y los 800.000 visitantes en las últimas ediciones.



#### **2.4 PERSPECTIVAS DEL SECTOR**

La inexistencia de industria local convierte a Paraguay en un país netamente importador de productos en conserva. Por esta razón, el Arancel Externo Común más que proteger los intereses de la industria nacional, favorece los de sus socios comerciales en el MERCOSUR. A pesar de ello, los productos españoles ocupan una posición muy competitiva en cuanto al precio, y gozan de muy buena imagen ya no sólo para el consumidor final, sino también para negocios hosteleros como restaurantes y hoteles, que empiezan a mostrar un interés creciente por nuestros productos.

#### **2.5 OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y DIRECCIONES DE INTERÉS**

Portal del Gobierno Paraguay	<a href="http://www.paraguaygobierno.gov.py">www.paraguaygobierno.gov.py</a>
Banco Central del Paraguay	<a href="http://www.bcp.gov.py">www.bcp.gov.py</a>
Ficha país ICEX de Paraguay	<a href="http://www.icex.es">www.icex.es</a>
Cámara de Comercio de España en Paraguay	<a href="mailto:comespa@telesurf.com.py">comespa@telesurf.com.py</a>
Centro de Importadores de Paraguay	<a href="mailto:cenimpor@telesurf.com.py">cenimpor@telesurf.com.py</a>
Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición	<a href="mailto:inanpy@hotmail.com">inanpy@hotmail.com</a>
Oficina Comercial de España en Paraguay	<a href="mailto:asuncion@mcx.es">asuncion@mcx.es</a>



ANEXOS

I. APORTACIÓN POR PAÍSES AL LA CIFRA TOTAL ANUAL DE IMPORTACIÓN. GRUPO 20.

Año 1999

País	FOB US\$	Aportación
ALEMANIA	33.545	0,70%
ARGENTINA	483.485	10,11%
BRASIL	2.035.605	42,55%
CHILE	31.725	0,66%
ESPAÑA	395.600	8,27%
ESTADOS UNIDOS	652.409	13,64%
GRECIA	787.478	16,46%
ITALIA	192.502	4,02%
RESTO DEL MUNDO	171.307	3,58%
<b>TOTAL CIFRA IMPORTACIÓN 1999</b>	<b>4.783.656</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay

Año 2000

País	FOB US\$	Aportación
ALEMANIA	63.444	0,83%
ARGENTINA	2.040.948	26,63%
BRASIL	2.226.517	29,05%
CHILE	547.772	7,15%
ESPAÑA	273.987	3,58%
ESTADOS UNIDOS	445.472	5,81%
GRECIA	1.371.749	17,90%
ITALIA	515.024	6,72%
RESTO DEL MUNDO	178.555	2,33%
<b>TOTAL CIFRA IMPORTACIÓN 2000</b>	<b>7.663.468</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay



Año 2001

<b>País</b>	<b>FOB US\$</b>	<b>Aportación</b>
ALEMANIA	27.566	0,46%
ARGENTINA	1.918.143	31,82%
BRASIL	2.084.514	34,58%
CHILE	339.301	5,63%
ESPAÑA	143.625	2,38%
ESTADOS UNIDOS	347.216	5,76%
GRECIA	683.919	11,35%
ITALIA	371.024	6,16%
RESTO DEL MUNDO	112.472	1,87%
<b>TOTAL CIFRA IMPORTACIÓN 2001</b>	<b>6.027.780</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay

Año 2002

<b>País</b>	<b>FOB US\$</b>	<b>Aportación</b>
ALEMANIA	5.775	0,11%
ARGENTINA	1.436.176	26,31%
BRASIL	2.760.843	50,57%
CHILE	107.071	1,96%
ESPAÑA	160.860	2,95%
ESTADOS UNIDOS	88.247	1,62%
GRECIA	362.597	6,64%
ITALIA	452.832	8,29%
RESTO DEL MUNDO	85.257	1,56%
<b>TOTAL CIFRA IMPORTACIÓN 2002</b>	<b>5.459.658</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay



Año 2003

<b>País</b>	<b>FOB US\$</b>	<b>Aportación</b>
ALEMANIA	16.392	0,99%
ARGENTINA	1.205.562	0,27%
BRASIL	3.217.691	19,78%
CHILE	718.272	52,78%
ESPAÑA	149.382	11,78%
ESTADOS UNIDOS	11.647	2,45%
GRECIA	-	0,19%
ITALIA	616.573	10,11%
RESTO DEL MUNDO	160.718	2,64%
<b>TOTAL CIFRA IMPORTACIÓN 2003</b>	<b>6.096.237</b>	<b>101%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay



II. IMPORTACIONES CON ORIGEN EN ESPAÑA. EJERCICIO 2003. DESGLOSE POR PARTIDAS.

Partida	2003 FOB US\$	% sobre total
20.01.90.00-000	1.487	1,00%
20.03.10.00-000	9.018	6,04%
20.03.90.00-000	28.902	19,35%
20.05.20.00-000	48.054	32,17%
20.05.40.00-000	513	0,34%
20.05.51.00-000	550	0,37%
20.05.59.00-000	990	0,66%
20.05.60.00-000	30.639	20,51%
20.05.70.00-000	19.210	12,86%
20.05.90.00-000	10.019	6,71%
<b>Total Cifra Importaciones</b>	<b>149.382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Banco Central del Paraguay



III. COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES POR PAÍSES. PERIODO 1999- 2003

País	1999 FOB US\$	2000 FOB US\$	Incremento	2001 FOB US\$	Incremento	2002 FOB US\$	Incremento	2003 FOB US\$	Incremento
ALEMANIA	33.545	63.444	89,13%	27.566	-56,55%	5.775	-79,05%	16.392	183,84%
ARGENTINA	483.485	2.040.948	322,13%	1.918.143	-6,02%	1.436.176	-25,13%	1.205.562	-16,06%
BRASIL	2.035.605	2.226.517	9,38%	2.084.514	-6,38%	2.760.843	32,45%	3.217.691	16,55%
CHILE	31.725	547.772	1626,63%	339.301	-38,06%	107.071	-68,44%	718.272	570,84%
ESPAÑA	395.600	273.987	-30,74%	143.625	-47,58%	160.860	12,00%	149.382	-7,14%
ESTADOS UNIDOS	652.409	445.472	-31,72%	347.216	-22,06%	88.247	-74,58%	11.647	-86,80%
GRECIA	787.478	1.371.749	74,20%	683.919	-50,14%	362.597	-46,98%	-	-100,00%
ITALIA	192.502	515.024	167,54%	371.024	-27,96%	452.832	22,05%	616.573	36,16%
RESTO DEL MUNDO	171.307	178.555	4,23%	112.472	-37,01%	85.257	-24,20%	160.718	88,51%
<b>Total</b>	<b>4.783.656</b>	<b>7.663.468</b>		<b>6.027.780</b>		<b>5.459.658</b>		<b>6.096.237</b>	

Fuente: Banco Central del Paraguay

