



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL

Paraguay

2019



## I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo .....	3
II. Información General .....	3
III. Situación Económica y de Coyuntura .....	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos .....	5
3.3 Nivel de Competitividad .....	5
IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios .....	6
4.1 Intercambio Comercial de bienes Países Bajos – Mundo .....	6
4.2 Intercambio Comercial Perú – Países Bajos .....	7
V. Acceso al Mercado .....	9
5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias .....	9
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio .....	11
VI. Oportunidades Comerciales .....	11
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	11
6.2. Productos con Potencial Exportador .....	11
VII. Tendencias del Consumidor .....	14
VIII. Cultura de Negocios .....	15
IX. Links de interés .....	16
X. Eventos Comerciales .....	16
XI. Bibliografía .....	16

## I. Resumen Ejecutivo

Paraguay es el quinto productor mundial de soya. En términos per cápita, el ingreso real ha crecido de manera constante en los últimos cinco años, ya que la fuerte demanda mundial de productos básicos, combinada con los altos precios y el clima favorable, respaldó la expansión de las exportaciones de Paraguay basadas en productos básicos.

Paraguay tiene una economía de mercado con un gran sector informal, con reexportación de bienes de consumo importados a países vecinos, así como las actividades de miles de microempresas.

El gobierno paraguayo reconoce la necesidad de diversificar su economía y en los últimos años ha tomado medidas para hacerlo. Los funcionarios paraguayos han promovido los bajos costos laborales del país, la energía barata de su masiva represa hidroeléctrica de Itaipú y la tasa impositiva de un solo dígito para las empresas extranjeras. Como resultado, el número de fábricas que operan en el país, en su mayoría trasplantes de Brasil, se ha triplicado desde 2014.

Paraguay desempeña un papel activo como miembro del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y con los países asociados como Perú.

## II. Información General



La República de Paraguay es un país de América del Sur con una superficie de 406.752 km<sup>2</sup> (densidad de 14,2 hab./km<sup>2</sup>).

La población del Paraguay bordea los 7 millones de habitantes. La ciudad de Asunción es su capital y cuenta con 523 mil habitantes aprox.

Dentro de los municipios más poblados se encuentran adicionalmente Ciudad del Este con 299 mil habitantes aprox., Luque con 272 mil habitantes aprox., Encarnación con 131 mil habitantes aprox., Caaguazú con 123 mil habitantes aprox., entre otros.

### III. Situación Económica y de Coyuntura

#### 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1: Principales Variables Económicas

Indicadores Económicos	2014	2015	2016	2017	2018*	2019*	2020*	2021*
Crecimiento del PBI (%)	4.9	3.1	4.3	4.8	4.4	3.6	3.8	3.6
PBI per cápita ( miles US\$ )	5.12	5.43	5.34	5.58	5.92	6.14	6.62	6.62
Tasa de inflación (%)	5	3.1	4.1	3.6	4.2	3.7	3.8	3.8
Tasa de Desempleo (%)	6	5.3	5.9	5.2	5.5	5.7	5.7	5.7

Fuente: FMI, EMIS / (\* Estimado) Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

El guaraní es la moneda de curso legal actual del Paraguay vigente desde 1943. Ostenta el récord de ser una de las monedas más antiguas y estables de la región.

#### a. Producto Bruto Interno total

Paraguay ha sido una de las economías de rápido crecimiento en América del Sur durante la década pasada. El PIB real creció por encima de 4.5 por ciento anual, muy por encima del 1.75 promedio para América Latina. Esto condujo a un aumento del PIB real per cápita (aunque el nivel se mantiene relativamente bajo) y una gran caída de la pobreza.

El PIB creció alrededor del 4 por ciento en 2018, a pesar de los efectos secundarios de la crisis argentina, que dio lugar a una fuerte apreciación del guaraní en relación con el peso y el real. PIB se proyecta que el crecimiento en 2019 será de alrededor del 3.6 por ciento, una sequía al principio de la temporada de siembra está afectando la cosecha de soya.

#### b. Nivel de empleo

Esta estadística muestra la evolución del porcentaje de la población activa que se encontraba en situación de desempleo en Paraguay desde el año 2014 hasta el año 2018 con proyección al 2021. En el año 2018, un 5.5% de la población activa de este país se encontraba desempleada.

#### c. Inflación

Según el índice de precios al consumidor, en Paraguay la inflación al cierre del 2018 se habría situado en 4.2% y el proyectado para el cierre del 2019 es de 3.7%.

**d. Tipo de cambio**

La divisa oficial de Paraguay es el Guaraní. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1,00 USD = 6,256.63 PYG	
Dólar Estadounidense	Guaraní Paraguayo
	1 PYG = 0.000159831 USD
1 USD = 6,256.63 PYG ↔	USD
1,00 PEN = 1,888.77 PYG	
Sol Peruano	Guaraní Paraguayo
	1 PYG = 0.000529378 PEN
1 PEN = 1,888.77 PYG ↔	PEN

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

**3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos**

El sector industrial paraguayo se encuentra medianamente desarrollado, y se basa principalmente en el procesamiento de materias primas agrícolas y ganaderas. Es uno de los más grandes en exportar 1º azúcar, 8º carne vacuna, 4º soja, 10º trigo.

De acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) revisado con el año base de 2014, el PIB aumentó 4.8% en 2017, medio punto porcentual por encima de la estimación anterior. La tendencia continuó a principios de 2018: en el primer trimestre del año, la economía se expandió 4.1 por ciento, impulsada por el consumo privado y público. La fuerte demanda interna provocó un aumento de las importaciones (+5.8 por ciento) que superaron a las exportaciones (+3.9 por ciento). Por el lado de la oferta, la generación de energía (+7.7 por ciento), la manufactura (+5.4 por ciento) y los servicios (+5.8 por ciento) fueron los sectores de más rápido crecimiento. El índice mensual de actividad económica indica que el crecimiento económico probablemente se mantuvo firme en el segundo trimestre, a pesar de la crisis en Argentina.

**3.3 Nivel de Competitividad**

A continuación se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Paraguay y para otros países similares.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2019

Criterios	Paraguay	Perú	Brasil	Chile	Uruguay	Argentina	Bolivia
Facilidad de hacer negocios	113	68	109	56	95	119	156
Apertura de un negocio	151	125	140	72	65	128	178
Manejo permiso de construcción	79	54	175	33	155	174	160
Obtención de electricidad	101	67	40	36	55	103	111
Registro de propiedades	74	45	137	61	115	119	148
Obtención de crédito	124	32	99	85	73	85	134
Protección de los inversionistas minoritarios	140	51	48	64	132	57	149
Pago de impuestos	127	120	184	76	101	169	186
Comercio transfronterizo	127	110	106	71	152	125	96
Cumplimiento de contratos	91	70	48	49	100	107	113
Resolución de la insolvencia	103	88	77	51	70	104	102

Fuente: Doing Business 2019

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 68<sup>o</sup> en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Paraguay se ubica en la posición 113<sup>o</sup>. Cabe recalcar que Perú cayó cuatro posiciones con respecto al ranking DB2017.

Los indicadores en los que Paraguay obtiene una mejor calificación de los 10 indicadores que considera el análisis de la facilidad de hacer negocios son: el registro de propiedades y el manejo de permisos de construcción.

#### IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

##### 4.1 Intercambio Comercial de bienes Paraguay – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Paraguay – Mundo  
Millones de US\$

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var % Prom. 2018/2014	Var% 18/17
Exportaciones	9,636	8,328	8,502	8,680	9,045	-1.6%	4.2%
Importaciones	12,169	10,291	9,753	11,873	13,334	2.3%	12.3%
Balanza comercial	-2,533	-1,964	-1,251	-3,194	-4,289	14%	34.3%
Intercambio comercial	21,804	18,619	18,254	20,553	22,379	0.7%	8.9%

Fuente: TradeMap Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones de las manufacturas paraguayas de origen agropecuario se destacaron el 2018 con los envíos de harina y aceite de soja, bebidas alcohólicas, afrecho, entre otros;

sólo la semilla de soja ingresó producto de las exportaciones US\$ 2 250 millones.

En lo que respecta a las exportaciones de manufacturas de origen industrial, estas alcanzaron un valor de US\$ 1 007 millones, el 54% de las exportaciones de este rubro corresponde al régimen de maquila, entre los que se destacan hilos y cables (autopartes), insecticidas, fungicidas y herbicidas, entre otros.

Las importaciones totales del año 2018 ascendieron a US\$ 13 334 millones, lo que representó un incremento del 12,3% respecto al mismo periodo del año anterior, con niveles históricos de registro. En cuanto a las importaciones por tipos de bienes se registraron aumentos en todos los casos, como en bienes intermedios (23,8%), bienes de capital y de consumo, aumentaron 9,1% y 6,9% respectivamente.

#### 4.2 Intercambio Comercial Perú – Países Bajos

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – Paraguay  
Millones de US\$

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var % Prom. 2018/2014	Var% 18/17
Exportaciones	14.2	10.6	11	12.5	14.7	0.9%	17.5%
Importaciones	128	187.7	110.8	131.9	143	2.8%	8.4%
Balanza Comercial	-113.8	-177	-99.6	-119.3	-128.2	3%	7.5%
Intercambio Comercial	142.2	198.3	121.9	144.4	157.7	2.6%	9.2%

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

El comercio entre Perú y Paraguay se concentra en la comercialización de soya y derivados (80% del comercio total). Paraguay es uno de los principales exportadores mundiales de estos bienes.

En el año 2018, el intercambio comercial Perú-Paraguay creció por 2º año consecutivo (18,5% en 2017, 9% en 2018) por la mayor exportación (+17,5%) e importación (+8,4%) de bienes. La exportación de productos peruanos subió a US\$ 14,7 millones por la mayor demanda de combustible para avión (+63%), mientras que la importación de bienes paraguayos aumentó a US\$ 143 millones por la mayor compra de torta de soya (+60%).

Paraguay ha sido uno de los mercados que ha adquirido gran dinamismo para las exportaciones peruanas en los últimos 3 años.

Se cumplieron 13 años de vigencia del ACE 58º Perú – MERCOSUR en febrero de 2019, acuerdo que ha contribuido al intercambio comercial entre ambos países.

Cuadro N°5

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Miles)			
SECTOR	2017	2018	Var.% 18/17
<b>TRADICIONAL</b>	<b>2,703</b>	<b>4,248</b>	<b>57</b>
<i>Petróleo Y Gas Natural</i>	<b>2,703</b>	<b>4,248</b>	<b>57</b>
Petróleo, Derivados	2,703	4,248	57
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>9,841</b>	<b>10,489</b>	<b>7</b>
Químico	3,576	4,346	22
Agropecuario	1,131	966	15
Metal - Mecánico	934	489	-48%
Minería No Metálica	392	371	-5%
Textil	1,964	2,205	12
Maderas Y Papeles	277	560	102
Sidero - Metalúrgico	208	31	-85
Varios (Inc. Joyería)	1,358	1,520	12
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>12,544</b>	<b>14,737</b>	<b>17</b>

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Las exportaciones peruanas a Paraguay son principalmente no tradicionales. El 2018 las exportaciones no tradicionales a Paraguay bordearon los US\$ 10,5 millones de US\$, superando los US\$10,3 millones del 2014.

Dentro de los principales productos no tradicionales exportados tenemos: rotuladores con punta de fieltro (US\$ 919 Mil), abonos (US\$ 404 Mil), neumáticos de caucho (US\$ 372 Mil), bebidas no alcohólicas (US\$ 353 Mil), vajillas (US\$ 347 Mil), fosfatos de calcio (US\$ 330 Mil), asimismo, destacan los envíos de vidrios contrachapados (US\$ 288 Mil), entre otros.

Cuadro N° 6

Paraguay: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % Prom. 18/14	Var.% 18/17	% Part. 2018
9608200000	Rotuladores y marcadores	678	540	713	837	919	8%	10	9%
3105100000	Abonos minerales o Químicos	754	140	238	202	404	-14%	100	4%
4011101000	Neumáticos Radiales	181	48	42	579	372	20%	-36	4%
2202990000	Bebidas no alcohólicas, excepto jugos	0	0	0	411	353	-	-14	3%
3924109000	Vajilla y demás	273	233	339	291	347	6%	19	3%
2835260000	Los demás fosfatos de calcio	0	0	0	0	330		-	3%
4901999000	Los demás libros folletos e impresos	159	283	268	81	290	16%	258	3%
7007210000	Vidrios de seguridad contrachapado	234	201	244	178	288	5%	62	3%
1806900000	Demás chocolate y preparaciones alimenticias	0	66	0	0	285	-	-	3%
3101009000	Los demás abonos de origen animal o vegetal	0	0	0	22	270	-	1151	3%
-	Resto	8,098	5,860	6,115	7,241	6,631	-5%	-8	63%
	<b>TOTAL</b>	<b>10,377</b>	<b>7,372</b>	<b>7,959</b>	<b>9,841</b>	<b>10,489</b>	<b>0.3%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT / Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Como podemos observar en el cuadro, la mayoría de productos son pertenecientes a los sectores agros y manufacturas. Cabe destacar los crecimientos exponenciales de las exportaciones durante el 2018 de los abonos de origen animal o vegetal, así como de los libros y folletos impresos +258% al cierre del 2018 en comparación con lo exportado el año 2017.

## V. Acceso al Mercado

### 5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

#### Medidas Arancelarias<sup>1</sup>

Los productos originarios del Perú con destino a Paraguay que hagan uso de las preferencias arancelarias del Acuerdo de Complementación Económica - ACE 58 gozan de arancel cero desde el 1 de enero de 2017.

Como país miembro del Mercosur, Paraguay aplica las reglas y medidas arancelarias que este bloque establece para sus socios comerciales.

El ACE 58 establece el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física cuyo objetivo es la creación de un espacio económico ampliado, con el fin de facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre Perú y los estados parte del MERCOSUR. Debe señalarse que el 88% de las exportaciones peruanas son destinadas a Brasil, seguidas del mercado argentino con un 9%, y el 3% restante se dirigen a Paraguay y Uruguay.

Cuadro N° 7

Paraguay: Aranceles a los principales productos no tradicionales exportados por el Perú						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	960820	Rotuladores y marcadores	1°	China Alemania Brasil	6%	0%
2	310510	Abonos minerales o Químicos	3°	Brasil España Suiza	6%	0%
3	401110	Neumáticos Radiales	11°	China Brasil Corea del Sur	5%	0%

<sup>1</sup>

[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123)

4	220299	Bebidas no alcohólicas, excepto jugos	5°	Argentina Austria Uruguay	20%	0%
5	392410	Vajilla y demás	4°	Brasil China Argentina	8%	0%
6	283526	Los demás fosfatos de calcio	3°	Suecia Túnez China	8%	0%
7	490199	Los demás libros folletos e impresos	11°	España Argentina Estados Unidos	0%	0%
8	700721	Vidrios de seguridad contrachapado	3°	China Brasil Alemania	10%	0%
9	180690	Demás chocolate y preparaciones alimenticias	5°	Brasil Argentina Chile	6%	0%
10	310100	Los demás abonos de origen animal o vegetal	3°	Brasil Canadá Alemania	0%	0%

Fuente: SUNAT / Trademap/ [Market Access Map](#)  
Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

### Medidas No Arancelarias<sup>2</sup>

Además de los aranceles propiamente dichos, Paraguay aplica, exclusivamente a las importaciones, los siguientes derechos y cargas:

Las importaciones, incluyendo aquellas provenientes del Mercosur, están sujetas a una tasa de valoración consistente en el pago del 0,5% sobre el valor en aduana de las mercaderías. Dicha tasa se establece en el artículo 263 del Código Aduanero (Ley N° 2422/2004) y los ingresos obtenidos gracias a ella se utilizan para sufragar los gastos de la Dirección General de Aduanas.

Un Arancel consular, por efecto del visado obligatorio de documentos requeridos para la importación como la factura comercial, el certificado de origen o los conocimientos correspondientes a embarques marítimos, fluviales, terrestres, aéreos o ferroviarios. Dicho arancel, recaudado por los consulados paraguayos en el extranjero, se establece en la Ley

<sup>2</sup> <http://www.barrerascomerciales.es/gl-es/BuscadorBarreras/Paginas/tasasimportacion.aspx>

4033/10, del Arancel Consular y su cuantía oscila entre 2 y 30 dólares de Estados Unidos, dependiendo del documento. Son ingresos significativos para los Consulados de Paraguay.

Se cobra un derecho adicional del 7% sobre la tasa consular para financiar el Instituto Indígena Nacional (INDI) de acuerdo con el artículo 57 del Estatuto de las Comunidades Indígenas (Ley N° 904/81).

El pago de estos derechos y cargas tiene impacto sobre el exportador, tanto en coste, como en tiempo requerido para la obtención del arancel consular.

## 5.2. Otros impuestos aplicados al comercio

Se aplica un Impuesto sobre el Valor Añadido sobre entregas de bienes, prestación de servicios e importación de bienes realizados por las personas consideradas sujetos pasivos.

Existe un tipo de gravamen general del 10% y un tipo reducido del 5% para determinados productos básicos de consumo, bienes farmacéuticos, productos agrícolas y alquiler de inmuebles.

Solamente existen dos tipos de exenciones: la exención sin derecho a deducir el IVA previamente soportado, aplicable a las importaciones, y la exención con derecho a deducir el IVA soportado, aplicable a las exportaciones.

## VI. Oportunidades Comerciales

### 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Como miembro de Mercosur, Paraguay otorga preferencias arancelarias, a través de la participación en la ALADI, bien mediante sistema de Preferencias Arancelarias Regional (PAR), como mediante Acuerdos de Complementación Económica (ACE).

Paraguay tiene ACE con Chile, Bolivia, Perú, Cuba, Colombia, Ecuador y Venezuela. Además, se otorgan preferencias a México, en virtud del Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación del Patrimonio Histórico; Israel, en el marco del Acuerdo de Libre Comercio refrendado por el Mercosur; y a los países de la Unión Aduanera de África del Sur (SACU), en virtud del Acuerdo de Preferencia Comercial entre países SACU y Mercosur.

Paraguay concede arancel 0% a casi todas las líneas arancelarias para las importaciones provenientes de Chile y de Bolivia.

### 6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos con potencial exportable por sector. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Paraguay (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la

participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'180632	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras	Estrella	8,000	0%	Brasil - 55% Suiza - 16% Argentina - 15%
'080711	Sandías frescas	Prometedor	799	0%	Brasil - 92% Argentina - 7%
'080610	Uvas frescas	Prometedor	504	0%	Brasil - 64% Argentina - 35%
'080550	Limonos "Citrus limón, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos	Prometedor	474	0%	Brasil - 99%
'070999	Hortalizas frescas o refrigeradas	Prometedor	363	0%	Brasil - 99%
'080930	Melocotones "duraznos", incl. los griñones y las nectarinas, frescos	Prometedor	314	0%	Argentina - 68% Brasil - 27%
071420	Batatas "boniatos, camotes", frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incl. Troceadas.	Prometedor	276	0%	Brasil - 99%

Fuente: Trademap / [Market Access Map](#) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

La importación frutícola de Paraguay es reducida (US\$ 17 millones en 2018), siendo las principales frutas importadas las manzanas (31%), peras (16%) y naranjas (12%). Los principales proveedores de la fruta que Paraguay importa son: Argentina (59%), Brasil (25,5%) y Chile (8,9%).

Cuadro N° 9

Sector Pesca & Acuicultura					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'030617	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones ...	Prometedor	641	0%	Ecuador - 80% España - 10% Argentina - 6%
'030439	Los demás filetes frescos o refrigerados de carne de pescado	Prometedor	333	0%	Chile - 97% Bélgica - 2%

Fuente: Trademap / [Market Access Map](#) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Los principales proveedores de productos del sector pesca provienen de Brasil, Ecuador, Tailandia. Siendo los principales productos importados las preparaciones de pescado o crustáceos en conservas; pescados, moluscos y filetes frescos o refrigerados.

Cuadro N° 10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	8	25%	Brasil - 31% China - 25% Perú - 7%
'620462	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón para mujeres	Estrella	4	25%	Brasil - 39% China - 33% Bangladesh - 6%
'620640	Camisas, blusas y blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas	Estrella	3	25%	China - 44% Brasil - 25% India - 6%
'611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras artificiales	Estrella	3	0%	China - 64% Panamá - 12% Bangladesh - 6%
'610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas	Estrella	2	20%	Brasil - 51% China - 25% Panamá - 9%
'610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres	Prometedor	1	20%	Brasil - 58% China - 20% Pakistán - 3%
'610342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto	Prometedor	1	20%	Brasil - 36% China - 29% Pakistán - 5%
'620193	Anoraks, cazadoras y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, para hombres	Prometedor	1	20%	China - 58% Panamá - 6% Vietnam - 6%
'610520	Camisas de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. Camisones)	Prometedor	1	25%	China - 57% Brasil - 13% Panamá - 8%

Fuente: Trademap / [Market Access Map](#) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Paraguay importa gran cantidad de productos textiles principalmente de procedencia China, de Brasil, India, Panamá, entre otros.

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
'851762	Máquinas para la recepción, conversación y transmisión o regeneradores de voz, imágenes	Prometedor	222	0%	China - 90% EEUU - 3% Hong Kong - 1%
'847330	Partes y accesorios para PC's	Prometedor	193	0%	China - 94% EEUU - 4%
'380892	Fungicidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50)	Prometedor	137	0%	Argentina - 31% Brasil - 22% China - 18%
'401120	Neumáticos "llantas neumáticas" nuevos de caucho, de los tipos utilizados en autobuses o camiones	Prometedor	122	0%	China - 87% Brasil - 7% Japón - 1%
'300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos	Prometedor	114	0%	Argentina - 22% Chile - 12% Brasil - 9%
'310540	Fosfato mono amónico, incl. mezclado con el hidrogenoortofosfato	Prometedor	93	0%	Rusia - 28% México - 27% EEUU - 25%
'310420	Cloruro de potasio, para su utilización como abono (exc. en tabletas o formas simil. o en envases)	Prometedor	91	0%	Canadá - 44% Rusia - 33% Bielorrusia - 18%
'854449	Conductores eléctricos, para una tensión <= 80 V, sin piezas de conexión.	Prometedor	68	0%	Brasil - 54% Corea del Sur - 9% México - 8%
'844399	Partes y accesorios de impresoras, fotocopiadoras y máquinas facsimiles.	Prometedor	54	0%	China - 75% EEUU - 14% Japón - 4%

Fuente: Trademap / [Market Access Map](#) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

## VII. Tendencias del Consumidor<sup>3</sup>

El Banco Central del Paraguay (BCP) destaca lo atractivo que resultan los precios y la oferta para los clientes nacionales e internacionales. En el caso de la industria publicitaria, a pesar de que se encuentra en crecimiento, no solo a nivel de facturación sino también en mejora de procesos y adquisición de calidad, uno de los grandes retos es que aún hay un 80% de ilegalidad en la publicidad en vía pública, que satura y genera un exceso de ruido visual.

Se destacan dos tendencias importantes de consumo para el 2018; la primera es que las estrategias de marketing se centrarán al cliente B-C por la gama de ofertas; y la segunda es que se divisa una fuerte tendencia por el consumo saludable, bienestar personal, imagen y comodidad que genera \$ 69.900 millones en la región, según el estudio realizado por la organización global de investigación de mercado Euromonitor International.

<sup>3</sup> <http://economivirtual.com.py/web/pagina-general.php?codigo=17324>

Según el estudio realizado por la Secretaría Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación, al 2017, el 90% de paraguayos (13 – 65 años), ya está conectado a internet y lo considera una herramienta importante para las decisiones de compra, adicionalmente Paraguay, es uno de los países de la región que genera mayor inversión en compras vía internet, pero no dejan de considerar la televisión y los spots publicitarios como información creíble y valiosa a la hora de decidir.

En estos tiempos, donde la revolución digital, con sus infinitas posibilidades de destrucción y creación, continúa poniendo al marketing de cabeza, no debemos olvidar el poder de los insights como generadores de salud marcaría y resultados de negocio.

Ante este panorama, finalmente, el marketing hoy en día tiene como gran reto: ser el protagonista tangible del crecimiento de las empresas.

#### VIII. Cultura de Negocios<sup>4</sup>

En un contexto globalizado, tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

El trato es muy amable y cordial. Las negociaciones son distendidas excepto en el momento de hablar de aspectos económicos (precios, condiciones de pago); entonces adoptan una actitud seria. Las citas de negocios pueden concertarse tanto en horarios de la mañana o de la tarde.

En la mayoría de las empresas el descanso para el almuerzo se limita a una hora. La jornada de los ejecutivos se suele prolongar hasta tarde. Cuando se llega a un acuerdo es aconsejable realizar un contrato en el cual se establezcan con absoluta claridad los compromisos y obligaciones de las partes.

La forma de saludo es el apretón de manos. Entre hombres y mujeres que ya se conocen se suelen dar un beso. En las presentaciones se utiliza el apellido precedido del tratamiento de Sr. o Sra. La conversación de negocios viene precedida de una charla informal sobre diversos temas. El paraguayo es muy hospitalario. Es muy corriente que invite a comer a los visitantes extranjeros. Durante la comida será una buena ocasión para hablar de negocios. También es habitual invitar a comer o cenar a las casas particulares. No hay que preocuparse si la invitación se hace sobre la marcha. Es sincera y puede aceptarse sin más compromiso. Cuando ya existe una relación personal se es invitado a los asados en los que se degustan todo tipo de carnes.

<sup>4</sup> [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/06/Paraguay\\_Como\\_Hacer\\_Negocios\\_2016.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/06/Paraguay_Como_Hacer_Negocios_2016.pdf)

## IX. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Banco Central del Paraguay	<a href="https://www.bcp.gov.py/">https://www.bcp.gov.py/</a>
Ministerio de Hacienda	<a href="http://www.hacienda.gov.py">http://www.hacienda.gov.py</a>
Bolsa de Valores & Productos de Asunción S.A.	<a href="http://www.bvpasa.com.py/">http://www.bvpasa.com.py/</a>
Comisión Nacional de Valores	<a href="http://www.cnv.gov.py">http://www.cnv.gov.py</a>
Ministerio de Industria y Comercio	<a href="http://www.mic.gov.py">http://www.mic.gov.py</a>
Cámara Nacional de Comercio y Servicios de Paraguay	<a href="https://www.ccp Paraguay.com.py/">https://www.ccp Paraguay.com.py/</a>
Ministerio de Relaciones Exteriores	<a href="http://www2.mre.gov.py">http://www2.mre.gov.py</a>

## X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria Internacional de Franquicias del Paraguay	Franquicias	Asunción	03– 04 Abril 2019	<a href="http://www.fifpy.com">www.fifpy.com</a>
Constructecnia	Construcción	Luque	22 – 26 mayo 2019	<a href="http://www.constructecnia.com.py/">http://www.constructecnia.com.py/</a>
Expo Logistica Asunción Paraguay 2019	Transporte, Logística y Servicios	Asunción	05 – 06 junio 2019	<a href="https://marketcomunicaciones.com/">https://marketcomunicaciones.com/</a>
Convenfarma Expo Farmacéutica Asunción Paraguay 2019	Farmacia	Asunción	04 – 05 septiembre 2019	<a href="https://marketcomunicaciones.com/">https://marketcomunicaciones.com/</a>

Fuente: NFerías.com / Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

## XI. Bibliografía

- **Doing Business**  
[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- **Trademap**  
[www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- **Euromonitor International**  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- **CIA, The World Factbook**  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)
- **Market Access Map**  
[www.macmap.org](http://www.macmap.org)
- **Acuerdos Comerciales del Perú**  
[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)
- **NFerías**  
<http://www.nferias.com>