



MARTES
18 DE
MARZO
2025

PRECIO
G. 30.000

AÑO 13

N° 3.182



Masiva participación en la fiesta de las marcas

Más de mil empresarios y profesionales participaron en el primer día del Enterprise TOM 2025, el ciclo de conferencias con expertos en marketing que se desarrolla en el marco de la mayor celebración de las marcas: los premios

Top of Mind. Durante la jornada, los disertantes compartieron estrategias para potenciar el valor de una marca, optimizar las ventas de manera inteligente y aprovechar la tecnología como un aliado clave para llegar a más y mejores clientes.

Págs. 4 y 6



Desvíos irregulares profundizan crisis en el Río Paraguay

Desde la Administración Nacional de Navegación y Puertos (ANNP) se manejan datos de que varios propietarios de establecimientos de producción de arroz y ganado habrían realizado desvíos, presuntamente ilegales, del río Paraguay lo que agrava la situación de bajante del caudal. Las dificultades del paso en la confluencia con el Río Bermejo han ocasionado pérdidas por más de US\$ 200 millones con cientos de barcazas y remolcadores varados desde hace más de un mes.

Pág. 10

INFORME
MÁS DE 450.000
NUEVAS MIPYMES
SE REGISTRARON
EN 2024.

Pág. 16



#EDITORIAL

El potencial de crecimiento de la industria manufacturera paraguaya es inmenso. Con una proyección de crecimiento del 5% para 2025 según la Unión Industrial Paraguaya (UIP), el sector está posicionado para liderar la expansión económica del país. La creciente complejidad económica, evidenciada por el aumento en las exportaciones de productos de alta tecnología, que representaron el 11% de las exportaciones manufactureras en 2022, augura un futuro prometedor.

PAGOS
BCP DICE QUE
REDUCCIÓN DE TASAS
AUMENTARÁ USO DEL
DINERO ELECTRÓNICO.

Pág. 8

DÓLAR 7.840 7.900 | PESO 6 6,8 | REAL 1.340 1.390 | EURO 8.300 8.650 | DOWJONES 43.677 | BOVESPA 125.896

Audi inaugura una nueva forma electrificante de viajar.

¡Desde hoy! Acompaña a Anto Volpe en su viaje a Punta del Este a bordo del nuevo Audi Q6 e-tron, 100% eléctrico.

Seguí el viaje en:

Audi Paraguay

Con la participación especial de Taya Olmedo.



ESPAÑA

INFLACIÓN SE MANTIENE EN 2,9% EN FEBRERO

La tasa de inflación de España a 12 meses, armonizada con la Unión Europea, se mantuvo en febrero en 2,9% con respecto a enero, según los datos definitivos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).



PANAMÁ

APAGÓN GENERAL A CAUSA DE PLANTA TERMOELÉCTRICA

Afectación dentro de una planta termoeléctrica causó un apagón general en Panamá. El presidente aseguró que la falla no estuvo relacionada con la distribución del servicio eléctrico en el territorio.



MÉXICO

CARLOS SLIM PONE EN LA MIRA DOS CAMPOS DE PEMEX

La energética estatal mexicana Pemex está en conversaciones con Carlos Slim que podrían permitir ayudar a financiar dos de los campos de petróleo crudo y gas natural más prometedores del país.



CHILE

BETTERFLY INCLUYÓ DESPIDOS EN CINCO PAÍSES

La reestructuración de la chilena Betterfly incluyó 30 despidos y cierre en cinco países. En agosto de 2022 la startup despidió a 30 personas y en enero de 2023 echó a 30% del personal de ese entonces.



CHINA

PLAN DE ACCIÓN PARA ESTIMULAR EL CONSUMO

China divulgó un plan de acción que traza directrices para la estimulación del consumo, entre las que se destacan el aumento de los ingresos de la población y la reducción de la carga económica.



LABORAL

MEJORES PAÍSES PARA TRABAJAR Y VIVIR

Suiza, Singapur y EE.UU. entre los mejores países para trabajar y para vivir. El Índice de Oportunidades de Henley tiene en cuenta aspectos como el potencial de ganancias, la movilidad económica y el avance profesional.

La Frase

Tenemos que parar la producción porque no podemos soportar estas pérdidas, tendremos que reaccionar bajando la producción de coches de combustión en Martorell.

WAYNE GRIFFITHS
PRESIDENTE DE SEAT ESPAÑA



CIFRAS

Lo Positivo

4,07%

CRECIÓ

La economía interanual peruana en enero, por encima de las expectativas.

Lo Negativo

2,8%

CRECIÓ

La deuda pública española en enero, situándose en casi 1.6 billones de euros.

EL RANKING

RANKING BANCOS - CRÉDITOS SECTOR CONSUMO

Cifras expresadas en millones de dólares. Datos al cierre de Enero de 2025

	Banco Nacional de Fomento	915,35
	Banco Itaú	669,07
	Banco Familiar	398,17
	Ueno Bank	183

Así lo Twittearon

KATTYA GONZÁLEZ
@KattyGonzalez9

Justo se me ocurrió hacer el cálculo del robo del año. Precio real x unidad 25 pupitre Precio "justo" de la licitación amañada 97 pupitre Total pagado con dinero público: 35 millones de dólares Total de la coima: 26 millones de dólares y monedas.

EDUNAKAYAMA
@edu_nakayama

En mi carácter de presidente de la Comisión de Amistad, doy las gracias a la hermana República de Corea del Sur, en la persona de S.E. el Embajador @rainbowfor21, por la donación de equipos y móviles para diversos cuerpos de bomberos de nuestro país.

KIKE GAMARRA
@enriquegamarra

Se ha demostrado que KAMAMYA fabricó documentos para participar de la licitación. Al ser el único oferente y haber falseado las validaciones requeridas, LA LICITACIÓN PASA A SER NULA. Si se pagó algún anticipo, debe procederse a la recuperación.

Un café con...



DOMINICA ZAVALA

MIEMBRO DEL DIRECTORIO DE LA AFD

1. ¿Qué programa tiene el Banco de Desarrollo actualmente?

Actualmente, el Banco de Desarrollo cuenta con el programa Procampo Verde que atiende tanto al sector ganadero como al agrícola, que el año pasado tuvo un excelente desempeño, con colocaciones de alrededor de US\$47 millones, y donde las cooperativas de producción fueron las principales beneficiarias.

2. ¿Por qué la AFD considera importante incorporar inversiones sostenibles?

El rol de la AFD es justamente abordar esas fallas, y nos dimos cuenta que podíamos incorporar inversiones sostenibles con un producto orientado a mejorar el uso del agua, el mejoramiento de pasturas y la cosecha de energía mediante paneles solares, entre otras iniciativas

3. ¿Qué tipo de pasturas se buscan mejorar con el programa Procampo Verde?

Procampo Verde, tiene dos destinos financieros: el mejoramiento de pasturas degradadas y la cosecha de agua que incluye inversiones en sistemas de riego, paneles solares, pozos, y otros sistemas que favorezcan el aprovechamiento eficiente del agua.

LIBRO RECOMENDADO DEL DÍA



Categorizar: El arte de crear y expandir categorías. La estrategia de marketing clave para innovar y emprender.

AUTOR: Joan Mir Julia

SINOPSIS: La creación de nuevas categorías de productos y servicios es fundamental para tener una empresa sana: genera nuevos ingresos y permite crear nuevas líneas de negocios.

LA SEMANA DEL MARKETING Y LAS VENTAS TE TRAE DESCUENTOS EXCLUSIVOS EN EL PASEO LA GALERIA



Artículos seleccionados

Toda la tienda

70%

MANGO AMERICAN EAGLE

60%

MONALISA APHRODITE
PARACLAY 1972 BY MONALISA

50%

Champs Elysées HERING

30%

VANS "OFF THE WALL" Neusa | Wuarani crece en 2015 pulsâk

20%

PIERRE LANNIER OPTICA VISION Planet Toys | TOTO VERÓNICA WILLIGS marie marie
TL Sports & Outdoors motorola ODETTE BACON STEAKHOUSE

15%

EL MERCADILLO ALMACÉN DE BOTELLAS | NINE WEST TEKO GUANTE Desde 1928

10%

BIRKENSTOCK Oral-B | LUPO SCALA BRASEIRO GRILL

ESPECIALES

MAYBELLINE
NEW YORK

3x2 en artículos seleccionados

SAX
LEJOS DES DEBATES

Obsequio por compra de 100\$ o
mas una botella de Cipriani Bellini

Recibí estos beneficios presentando tu
credencial del TOM del 17 al 19 de Marzo

DIAS

Top of Mind
PARAGUAY 2025

TOM
INSIDE talks 2025

**ENTER
PRISE**
top of mind



EVENTO

Hoy continúan las jornadas de capacitación y premiaciones

Más de 1000 personas presentes en la primera jornada del TOM Inside Talks

prensa@5dias.com.py

Este lunes, el Centro de Eventos Paseo La Galería se convirtió en el epicentro del marketing y la innovación en Paraguay con el inicio oficial del TOM Inside Talks 2025, el evento organizado por 5Días y Revista PLUS que ya se ha consolidado como un referente ineludible en el calendario empresarial del país. Con más de 1000 asistentes en su primer día, el evento promete tres jornadas cargadas de insights, networking y aprendizaje de la mano de expertos nacionales e internacionales.

Desde su primera edición en 2012, el Top of Mind (TOM) ha evolucionado de ser un reconocimiento a las marcas más destacadas en la mente del consumidor paraguayo a convertirse en un espacio integral de formación y conexión. En los últimos años, el evento ha incorporado las TOM Inside Talks, jornadas de capacitación que ofrecen contenido de alto nivel para profesionales del marketing, emprendedores y líderes empresariales.

Este año, el evento no solo mantiene su esencia, sino que la potencia. Con un enfoque en la innovación, la transformación digital y las estrategias comerciales, el TOM Inside Talks 2025 se presenta como una plataforma única para

descubrir las últimas tendencias y herramientas que están revolucionando la industria.

DÍA 1

El primer día del evento arrancó con un programa repleto de charlas magistrales y paneles de discusión liderados por referentes de la industria. Los asistentes pudieron disfrutar de insights valiosos sobre cómo las marcas pueden adaptarse a un mercado en constante evolución, así como de casos de éxito que inspiran y marcan el camino a seguir.

DÍA 2 Y 3

El evento está lejos de terminar. Los próximos dos días prometen seguir sorprendiendo a los asistentes con contenido exclusivo y experiencias interactivas. Entre los temas que se abordarán destacan:

EXPO MARKETING

Desde su lanzamiento en 2022, la Expo Marketing se ha consolidado como un punto de referencia dentro del evento, ofreciendo un espacio clave para el intercambio de ideas y el desarrollo del sector. Este año, la exposición reúne a las marcas más influyentes del país, brindando a los asistentes la oportunidad de conocer de primera mano las estrategias y herramientas que están transformando el mundo del marketing.

La Expo Marketing no solo



es una vitrina para las marcas, sino también un espacio de networking donde emprendedores, profesionales y empresas podrán conectar, generar alianzas estratégicas y descubrir nuevas oportunidades de negocio. Con una propuesta centrada en la inspiración y el aprendizaje, este evento promete ser una experiencia imperdible para todos aquellos que buscan estar a la vanguardia en el dinámico mundo del marketing.

Durante esta primera jornada, reconocidos expertos compartieron sus conocimientos sobre estrategias de precios, liderazgo, comercio electrónico y el impacto de la inteligencia artificial en las marcas.

ESTRATEGIAS

El especialista Ariel Baños abrió la sesión con su charla "Estrategias para subir precios sin perder clientes", donde destacó la importancia de percibir el precio como una oportunidad en lugar de una barrera. Baños enfatizó que el precio es la variable más fácil de imitar en un negocio y que una estrategia de valor sólida puede marcar la diferencia en la rentabilidad. "Me duele ver cómo empresas con grandes propuestas terminan no cobrando lo que realmente vale su oferta", señaló.

Pablo Haro, Sales Leader de Fenicio Ecommerce, abordó las estrategias clave para potenciar las ventas online en su charla "Retailers ganadores: estrategias clave para vender online". Haro explicó que el e-commerce en Paraguay está en pleno crecimiento y desta-

có que una tienda en línea exitosa necesita mucho más que una página web: "Se requiere una plataforma adecuada, buenos facilitadores de pago, logística eficiente y estrategias de marketing digital bien definidas".

Verónica y Miguel Ortega, directores del Grupo MAO, presentaron las claves para la gestión y escalabilidad de un conglomerado empresarial. En su charla "Estrategias para gestionar y escalar un conglomerado de empresas con éxito", destacaron la importancia de definir una identidad clara y valores sólidos.

Además, subrayaron la relevancia de la escucha activa para adaptarse a un mercado en constante cambio. Un panel conformado por Camila Marsà, Carolina Silva y Leticia Yampey exploró el impacto del liderazgo femenino en la industria del marketing. Se resaltaron tres pilares fundamentales para el éxito de las estrategias de marca:

Maximiliano Bellasai, Chief Commercial Officer de T-Mobile Czech Repu-

blic, enfatizó la importancia de poner al cliente en el centro de la estrategia empresarial en su charla "Customer Centric: Más que una estrategia, una necesidad". Bellasai señaló que la clave no está solo en diseñar una estrategia centrada en el cliente, sino en ejecutarla de manera efectiva para transformar la experiencia de compra.

El cierre de la jornada estuvo marcado por temas de vanguardia como el auge del e-commerce B2B en Paraguay, analizado por Afara Salomon, Maonella Talavera y Pablo Díaz Guerrin. Asimismo, el evento incluyó un espacio dedicado al arte de construir una marca personal, con la participación de los artistas Camila Flecha y Roberto "Chirola" Ruiz Díaz.

El TOM Inside Talks 2025 sigue en marcha con dos días más de charlas y talleres donde se abordarán temas como innovación, transformación digital, inteligencia artificial y estrategias comerciales.

Si aún no has asegurado tu lugar, todavía estás a tiempo de ser parte de este evento imperdible. Las puertas del Centro de Eventos Paseo La Galería estarán abiertas desde las 09:00 hasta las 14:00 horas durante los días 2 y 3 del evento.

PREMIACIONES

Este martes 18 de marzo, además de la Expo Marketing, también se llevará a cabo Enterprise 2025, el reconocimiento corporativo más importante del país. En esta edición, el evento reunirá a las empresas más influyentes, innovadoras y destacadas, ofreciendo un espacio exclusivo para conectar con líderes de la industria y celebrar los logros que están marcando la diferencia en el sector empresarial. Finalmente, el miércoles 19, la gran premiación de Top of Mind reconocerá a las marcas más recordadas y preferidas por los consumidores, cerrando así tres días de celebración del liderazgo y la excelencia en el mundo corporativo.

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La Firma INMOBILIARIA LA ESPERANZA S.A. (INESA), y su representante legal el Señor/a JUAN HUBERUK DE VERA, PROPONENTE; comunica a quienes pudiera interesar, que ha presentado al Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), el Estudio de Impacto Ambiental Expediente con Mesa de Entrada SIAM N° 10996/2024 del proyecto "Loteamiento", a desarrollarse en la propiedad individualizada con Finca N° 626, Padrón N° 936, ubicada en el Distrito de San Juan Bautista, Departamento de Misiones; elaborado por el Consultor Ambiental ALBERTO VAZQUEZ BADO con Registro CTCA N° I-1664, conforme a la Ley N° 294/93 de Evaluación de Impacto Ambiental y su Decreto Reglamentario N° 453/13 y su ampliación y modificación 954/13.

El Relatorio de Impacto Ambiental (RIMA) correspondiente a dicho estudio, estará a disposición del público por el plazo de diez (10) días hábiles en el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, en general en su página web www.mades.gov.py y en las oficinas administrativas de la Dirección General de Control de la Calidad Ambiental y de los Recursos Naturales a los efectos de su revisión o consulta.

Las observaciones, comentarios y objeciones sobre el Relatorio de dicho estudio o sobre el proyecto, incluyendo los fundamentos técnicos, científicos y jurídicos que lo sustentan, deberán presentarse por escrito al Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, sito en la Avda. Madame Lynch N° 3.500, Asunción, en horario de oficina de 7:00 a 15:30 horas, de Lunes a Viernes, en el plazo de diez (10) días hábiles, a computarse a partir del día siguiente de la última publicación.

Asunción, 18 de marzo de 2025

Forbes
25
MEJORES
UNIVERSIDADES
2023

INITIATIVE
TE OFRECE
CUMPLIR TUS METAS

DE OBTENER UN
MÁSTER  
INTERNACIONAL
EN LA



UAX

Universidad
Alfonso X el Sabio



Initiative
ESCUELA DE NEGOCIOS

**FORMACIÓN EJECUTIVA
DE EXCELENCIA**

MARKETING

Maximiliano Bellassai explica su importancia dentro de las empresas

Customer Experience: Más que una estrategia una transformación

prensa@5dias.com.py

Maximiliano Bellassai, Chief Commercial Officer de T-Mobile en República Checa, compartió durante el TOM Inside Talks su visión sobre la importancia de la estrategia centrada en el cliente. "Es fundamental para toda empresa tener al cliente en el centro como columna vertebral de su estrategia a largo plazo", afirmó. No obstante, destacó que muchas empresas adoptan este concepto como una tendencia sin una ejecución efectiva. "La clave es cómo pasar del Power-Point a la realidad, de la estrategia a la ejecución", advirtió.

Según Bellassai, una estrategia de Customer Experience debe partir desde la alta dirección y definir claramente su alcance. "Debemos entender si esto se trata de la atención, la propuesta de valor, el precio o la manera en que resolvemos problemas", explicó. Para ello, recomendó establecer una visión ambiciosa y sesiones de planificación estratégica para definir objetivos claros.

Un aspecto clave es la diferenciación en el mercado. "La atención al cliente no solo permite diferenciarse de la competencia, sino que también genera preferencia del consumidor y mejores resultados financieros", indicó. Asimismo, resaltó que la planificación y ejecución



Bellassai considera que la estrategia de Customer Experience debe partir desde la alta dirección de la empresa.

deben ser constantes. "Podemos pasar días enteros definiendo estrategias, pero luego necesitamos meses de ejecución para hacerlas realidad", sostuvo.

Bellassai señaló que la implementación de Customer Experience puede realizarse mediante equipos dedicados o como un cambio cultural en toda la organización. "En T-Mobile tenemos un equipo específico que lidera la agenda de experiencia del cliente", comentó, destacando que

el tamaño del equipo no es lo relevante, sino la calidad del trabajo.

Otro elemento esencial es el análisis del Customer Journey. "Es clave describir cómo interactúa el cliente con nuestra empresa desde el primer contacto hasta la postventa", mencionó. Un análisis así permite identificar puntos de mejora y definir estrategias concretas para optimizar la experiencia del cliente.

Bellassai subrayó que Customer Experience no solo

consiste en resolver problemas, sino en superar expectativas. "La experiencia es la diferencia entre expectativa y realidad", afirmó, señalando que las pequeñas acciones, como una felicitación de cumpleaños, pueden marcar la diferencia.

Para asegurar mejoras constantes, recomendó el uso del Net Promoter Score (NPS) para medir la satisfacción del cliente. "Si entendemos por qué algunos clientes nos recomiendan y otros no, podemos solucio-


nar problemas y potenciar fortalezas", explicó.

Sobre el impacto financiero, Bellassai aclaró que se "requiere inversión en talento, tiempo y recursos, pero a largo plazo genera resultados positivos". Destacó que los efectos de una estrategia centrada en el cliente comienzan a verse entre los dos y tres años, y enfatizó la importancia de la consistencia en su aplicación.

En cuanto a la cultura organizacional, indicó que la

experiencia del cliente no es responsabilidad exclusiva de un equipo, sino de toda la empresa. "Cada interacción, desde marketing hasta facturación, es una oportunidad para deleitar o defraudar al cliente", afirmó.

Concluyó que el compromiso con la experiencia del cliente debe ser un esfuerzo continuo. "No es una acción puntual, sino una nueva forma de operar la empresa, con impacto en la percepción del cliente y en la rentabilidad", cerró.



BANCO GNB

PRESENTA

FESTIVAL ASUNCIÓN GUMBIA

05 DE ABRIL • JOCKEY CLUB

Tickets en **tuti**

DAMAS GRATIS **JEAN CARLOS CENTENO**

SONORA DINAMITA **NESTOR EN BLOQUE**

MAXIMOS GMBIERS **ANDY Y MARTIN**

SUGAR BABY DJ **DJ PIPO**

Con tarjetas de crédito

hasta 10 cuotas

sin intereses

Más info en www.beneficiosbancoGNB.com.py

prensa@5dias.com.py

MOPC

Prestarían servicio desde el segundo semestre del año

Llegaron 20 del total de 30 buses eléctricos donados por Taiwán

Los buses eléctricos, fabricados por la empresa taiwanesa Master Bus con el respaldo de la Embajada de Taiwán, arribaron a Puerto Seguro Fluvial S.A., en Villeta. En esta primera entrega, llegaron 20 unidades, mientras que las 10 restantes se esperan próximamente. Además, se recibieron 8 cargadores, lo que complementa este importante avance hacia una movilidad más sostenible, señalaron desde el Ministerio de Obras y Comunicaciones MOPC.

La implementación de estas innovadoras unidades estará a cargo del Viceministerio de Transporte, que coordinará los procesos para garantizar su integración eficiente al sistema de transporte público. Al respecto, el viceministro de Transporte, Emiliano R. Fernández, señaló que se están definiendo aspectos clave para el funcionamiento de los buses eléctricos.

"Estamos trabajando para la puesta en marcha comercial de estos buses, este proceso ya comenzó y tiene una fuerza que garantizará que los buses se muevan en Paraguay", sostuvo. Además, subrayó que los buses estarán operativos al servicio de los usuarios a partir del segundo semestre de este año.

MOVILIDAD ELÉCTRICA EN PARAGUAY

En este contexto, el embajador de Taiwán, José Chih-Cheng Han, destacó que "Paraguay es el mejor lugar para desarrollar la movilidad eléctrica y, gracias al presidente por confiar en esta alianza con Taiwán, estamos avanzando con la entrega de 30 buses para el plan piloto". Asimismo, resaltó que la empresa Masterbus establecerá una planta en Paraguay, con el objetivo de fabricar y ensamblar buses eléctricos no solo para el país, sino también para el Mercosur y Sudamérica.

Con la llegada de estos buses eléctricos, el país da un paso firme hacia un sistema de transporte más sostenible y vanguardista. Con una implementación gradual y bien planificada, se busca transformar la calidad de vida de los ciudadanos y asegurar un futuro más limpio y eficiente en el sistema del transporte público.

La titular del MOPC, Claudia Centurión, explicó que

los vehículos entrarán en una fase de puesta a punto y transferencia tecnológica; además, aseguró que el proceso avanza conforme a un cronograma definido para poner en funcionamiento estos buses lo antes posible, marcando un avance decisivo en la modernización del sistema de transporte. "Este hito de llegada a nuestro país ya no tiene retroceso", afirmó.

La secretaria de Estado agregó que el compromiso del Gobierno del Paraguay con un sistema de transporte eficiente y amigable con el medioambiente da un paso firme con la llegada de los primeros buses eléctricos al país. El presidente Santiago Peña y la ministra de Obras Públicas y Comunicaciones, Claudia Centurión, junto al viceministro Emiliano R. Fernández y el embajador de Taiwán, José Chih-Cheng Han, estuvieron presentes al momento del arribo de los buses.

"La construcción de talleres y las estaciones de carga está en marcha, se va a trabajar en el Puerto y en San Lorenzo. Eso ya está en proceso de ubicación y firma de contrato y a partir de ahí empieza la construcción de estos talleres y estaciones de carga", sostuvo el viceministro Fernández.



Momento de la llegada de los buses donados por Taiwán.

LICITACIÓN

Los buses serán entregados a las empresas que resulten ganadoras de la licitación a ser llamado por el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC). Se invita a los operadores a trabajar y eso también incorpora procesos de tarifas técnicas. Estas cuestiones están en proceso de culminación.

Fernández indicó que la licitación también es importante y más si los buses ya están en Paraguay. También se llamará a un concurso de operadores guiados y que, efectivamente, tienen que conocer también los buses,

por lo que recién en el segundo semestre estarían operando las unidades.

TRÁMITES

"Tiene su proceso de instalación, es como una nueva empresa operadora de transporte que tiene que instalarse, contratar choferes, conocer los buses y el propio fabricante los ajustes que se requieran en la estación de carga, en el rendimiento de los buses, en los kilómetros. Hay mucho proceso de instalación técnica y operativa que es previa a la operación comercial", añadió Fernández.

Tras su llegada al país, los 30 buses fabricados por la empresa taiwanesa Mas-

ter Bus con el respaldo de la República de China (Taiwán), cumplirán con los trámites aduaneros y administrativos correspondientes, mientras se avanza en la instalación de infraestructura clave, como estaciones de carga y talleres especializados, además de la planificación de la capacitación para choferes y técnicos, y el proceso de elección competitiva del operador privado.

PRUEBAS

Antes de su puesta en marcha, estos vehículos serán sometidos a pruebas operativas que evaluarán su rendimiento, autonomía, tiempos de carga y

estabilidad en condiciones reales de circulación. La operación comercial de los buses está prevista para el segundo semestre del año, marcando un hito en el camino hacia un transporte público más ecológico y eficiente.

La incorporación de estos buses eléctricos forma parte de los proyectos en marcha del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, a través del Viceministerio de Transporte, para modernizar el sistema de movilidad urbana. Con esta iniciativa, se busca fortalecer un modelo de transporte más eficiente, accesible y sostenible, al servicio de los ciudadanos.

OBJETIVO

El proyecto tiene como objetivo mejorar la calidad del transporte público y reducir la huella de carbono, sustituyendo los combustibles fósiles por energía eléctrica, lo que contribuirá a la reducción de emisiones y la mejora de la calidad del aire.

Estas unidades eléctricas para el transporte público operarán en diversas rutas urbanas en diferentes ciudades del país, promoviendo un transporte accesible, eficiente y ecológico para los ciudadanos.

BRISTOL

TU TV TE SALE GRATIS!!!

SI PARAGUAY GANA EL COMBO DE LOS PARTIDOS CONTRA CHILE Y COLOMBIA

¡TE DEVOLVEMOS EL IMPORTE ABONADO POR TU TV!

¡EN TODOS LOS TELEVISORES!

Primo válida para todas las compras en televisores desde el 17/03 al 25/03 hasta las 20:00 hs.
*Te devolvemos el importe abonado en vale de compra. Compra al Contado: 100% de lo abonado. Compra a Crédito: 100% de las cuotas abonadas.
Bases y Condiciones en: www.bristol.com.py

0991 670 000 021 579 4000 bristolsa [@bristolpy](https://www.instagram.com/bristolpy) bristol.com.py

BANCO CENTRAL DEL PARAGUAY

Disminuir el uso del efectivo y ofrecer más opciones de pago

Bajar topes de comisión de operadoras busca aumentar transacciones, afirman

prensa@5dias.com.py

Reducir los topes de comisión para las procesadoras de pago de tarjetas de crédito y débito busca generar mayor incentivo en los pequeños comercios, a fin de que puedan sumarse a realizar transacciones electrónicas, afirmaron desde el Banco Central del Paraguay (BCP). Esto posibilitará eliminar el uso de dinero en efectivo, manifestó el superintendente de Bancos, Holger Insfran. Afirmó que la medida, que entrará en vigor el próximo 1 de julio, traerá beneficios para usuarios, comerciantes y entidades financieras.

El funcionario del BCP afirmó que esperan que los pequeños comercios estén más predispuestos a solicitar "instrumentos adicionales de pago". Insfran refirió que, con las nuevas tasas, es muy probable que los pequeños negocios puedan adecuar fácilmente su infraestructura de costos y trabajar con las operadoras de tarjetas de crédito y débito.

"No es lo mismo la estructura de costo de una cadena de supermercados grande, que está en todo el país, que un comercio más básico como un almacén de barrio, una pequeña ferretería o una boutique, cuya estructura quizá no sea la más eficiente por el tamaño", destacó el superintendente. Expresó que muchas pequeñas empresas, por no tener una economía de escala, probablemente, seguirán prefiriendo el pago en efectivo debido a que no les justifica recurrir a cobros electrónicos.

"Entonces, la idea básicamente es incentivar la demanda de parte de los comercios para que estén mucho más predispuestos a demandar el servicio y capaz, inclusive, que en sectores como el

interior del país, o algún tipo de comercio donde la oferta no llega, capaz se pueda despertar el incentivo", reiteró Insfran.

El alto funcionario del BCP dijo que los esfuerzos de la banca matriz no solo se centran en disminuir el dinero en efectivo y ocuparse de aspectos legales, sino que apuntan a disponer de mayores instrumentos de pago, tal y como ocurre con el Sistema de Pagos del Paraguay (SIPAP), entre otros. "Entonces, no solamente es regulatorio sino también ofrece instrumentos adicionales para combatir el efectivo y dar mayores posibilidades de cobro a los comercios, así como opciones de pago a los compradores, a los consumidores", remarcó.

Según Insfran, la disminución del uso del efectivo puede traer consecuencias positivas para

el sector financiero y el usuario. En el caso del primero, explicó que le permitirá medir mejor los riesgos de un potencial cliente, atendiendo a sus ingresos y egresos, que serán determinados por sus operaciones electrónicas. En el caso del usuario, dijo que hay mayor incentivo y más posibilidad de que una persona se formalice haciendo pagos electrónicos que haciendo pagos en efectivo. "Todo eso va a beneficiar al usuario cuando pueda acceder al crédito y mejorar su condición médica", subrayó.

Consultado sobre la comunicación entre el BCP, las operadoras y los bancos, Insfran detalló que, en los últimos 10 años, uno de los temas principales de conversación con el sistema financiero fue el pago. "Te puedo asegurar que todos los años el tema principal

Rubro	Visa	
	Débito	Crédito
Restaurantes de Comida Rápida	2,10%	2,40%
Organizaciones Religiosas	2,10%	2,40%
Tiendas de Descuento	2,10%	2,40%
Tiendas de Productos Lácteos	2,10%	2,40%
Colegios, Universidades, Escuelas Profesionales	2,10%	2,40%
Tiendas de Materiales para la Construcción	2,10%	2,40%
Medicamentos, Propietarios de medicamentos patentados	2,10%	2,40%
Tiendas de Mercancías General, Misceláneas	1,40%	1,80%
Tiendas Misceláneas de Comestibles	1,40%	1,80%
Estaciones de Servicios	1,00%	1,15%
Suministros y Piezas Nuevas para Vehículo Motor	1,00%	1,15%
Dispensador Combustible, Automático	1,00%	1,15%
Supermercados	1,10%	1,25%
Otros	2,40%	2,70%

Fuente: información remitida por la entidad Bancard (14/03/2024)

que me ha tocado hablar con los bancos es el de pagos, en el sentido de

que no solamente SIPAP, sino en todas sus herramientas, en todos sus

instrumentos, y nosotros vimos un gran desarrollo", enfatizó.

TABLAS DE COMISIÓN DE INTERCAMBIO POR RUBRO COMERCIAL SEGÚN MARCA INTERNACIONAL - BANCARD

Rubro	Mastercard							
	Débito				Crédito			
	Standard	Gold	Platinum	Black & Com	Standard	Gold	Platinum	Black & Com
Estaciones de Servicio	1,08%	1,10%	1,13%	1,15%	1,12%	1,13%	1,14%	1,18%
Supermercados	1,15%	1,20%	1,23%	1,25%	1,32%	1,34%	1,35%	1,40%
Tiendas de Mercancías General, Misceláneas	1,10%	1,15%	1,18%	1,19%	1,76%	1,78%	1,80%	1,86%
Fast Food y Tiendas de Conveniencia	1,70%	1,75%	1,79%	1,82%	1,91%	1,93%	1,95%	2,02%
Pago de impuestos	1,90%	1,95%	2,00%	2,03%	2,20%	2,23%	2,25%	2,33%
Vida diaria (Organizaciones Religiosas, Tiendas de Descuento, Colegios y Universidades, Panaderías, Materiales de Construcción, Tiendas de Variedad, Tiendas de Bebidas Alcohólicas, Cerveza, Vino y Licores, Tiendas de Productos Lácteos)	2,05%	2,10%	2,16%	2,28%	2,47%	2,45%	2,48%	2,56%
Aerolíneas y Viajes	2,20%	2,25%	2,31%	2,34%	2,43%	2,46%	2,49%	2,58%
Verticales Emergentes (Veterinarias, Compañías de Transporte, Equipamientos, Médicos y Dentales, Ferreterías, Ventas de Vehículos y Repuestos, Tiendas de Ropas, Electrodomésticos para el Hogar, Bares y Discotecas, Clubes Servicios Recreativos, Hospitales y Laboratorios)	2,20%	2,25%	2,31%	2,34%	2,58%	2,61%	2,64%	2,73%
Distribuidores y Fabricantes de Medicamentos	2,10%	2,15%	2,22%	2,25%	2,64%	2,67%	2,70%	2,79%
Grandes Telefonías	2,05%	2,10%	2,16%	2,19%	2,61%	2,64%	2,67%	2,76%
Grandes cadenas de Supermercados	0,80%	0,83%	0,85%	0,87%	1,13%	1,14%	1,15%	1,18%
Otros	2,20%	2,25%	2,31%	2,34%	2,65%	2,68%	2,71%	2,80%

Fuente: información remitida por la entidad Bancard (14/03/2024)

RESPUESTA

Gremio prevé reunión para analizar situación

Preocupa a emisores que BCP regule las comisiones por pagos con tarjetas

prensa@5dias.com.py

Reducir las tasas máximas por las transacciones con tarjetas de crédito y débito no representa la mayor preocupación de las procesadoras y emisoras. Sin embargo, que el Banco Central del Paraguay (BCP) sea el que defina el valor de las comisiones no proporciona tranquilidad a las empresas que operan en el sistema, manifestaron. Desde la Cámara Paraguaya de Medios de Pago (CPMP) analizarán la situación con miras a definir una postura.

El 1 de julio los toques de las comisiones para transacciones con tarjetas de crédito y débito bajarán 4% y 3%, respectivamente. Posteriormente, al séptimo mes del 2026 volverán a reducirse un punto porcentual en cada una de ellas. Esto, tras confirmarse la Resolución N° 7 del BCP. Raúl Alvarenga, presidente de la CPMP, expresó que tienen agendada una reunión esta semana donde analizarán la medida. Aseveró que la normativa ni siquiera estaba "visualizada como posibilidad" porque el gremio no participó de ningún intercambio de parecer con la banca matriz. "Como primera medida, lo que haremos a nivel de junta directiva, es poner a consideración de las socias esta situación y, a partir de la opinión de cada una de ellas, ver qué camino vamos tomando", afirmó el profesional.

Alvarenga expresó días atrás que no tenía conocimiento, material o acceso

a elementos que permitan entender los elementos técnicos que llevaron a la reducción de tasas, pese a que el BCP alzó un documento técnico a su portal oficial. Recordó que, en lo relacionado al mundo de tarjetas, representa una de las líneas del negocio financiero que ha recibido regulaciones que limitan la posibilidad de generación de ingresos.

"En un primer momento, a través de la reducción de tasas de interés, se recortó la posibilidad de ingresos a los emisores; para luego aplicar la regulación en la comisión aplicada a los puntos de venta que se había realizado y que hoy es replicada con estas medidas", refirió el especialista. Reiteró que no contaba con elementos objetivos que le permitan medir cuáles son los elementos que llevan a tomar esta decisión.

INCERTIDUMBRE

Alvarenga reconoció la preocupación de sus colegas porque el BCP entra a regular precios en un ecosistema donde solo operan autores privados y el mercado se fue autorregulando. Expresó: "hay que entender que toda la inversión y todo el desarrollo del ecosistema de medios de pago en Paraguay tiene que ver con una inversión privada".

El presidente de la CPMP dijo que las operadoras se manejan en un medio altamente exigente y que la prestación de un servicio 24/7, los 365 días del año, exige altas inversiones. "No es sólo el servicio sino ir actualizándolo y entender que, en cuestiones tecnológicas, es más que necesario porque no sólo conlleva a la



60 caracteres Este es un epígrafe que describe el contenido de la fotografía.

operación sino también a generar confianza en el sistema", sostuvo. Otro punto tiene que ver con brindar medidas de seguridad adecuadas, por lo que bajar las tasas podrían repercutir en el destino de recursos para mantener eficiente el sistema.

Anibal Corina, gerente general del Bancard, reforzó que no participaron en el estudio técnico realizado para esta reglamentación. "Entendemos que es una decisión del BCP basada en un análisis realizado por ellos", añadió el directivo. Sobre el tope indicó que no ven una afectación debido a que desde el 2021 estaban por debajo de las tasas establecidas por Ley, que siguen siendo del 3% y 5% para las tarjetas de débito y crédito respectivamente. No obstante,

señaló: "es posible que esta medida tenga impacto positivo o negativo en otros jugadores de la industria, quienes deberán ajustar su estrategia y costos ante esta nueva reglamentación".

PAÍSES DE LA REGIÓN

Con relación a las tasas en los países de la región, Corina dijo que todos tienen condiciones diferentes. Sin embargo, la gran mayoría no cuenta con toques en la tasa de intermediación en pagos con tarjetas, como es el caso de Argentina, Brasil, Uruguay y México. "En otros casos, si existe un tope, como en Ecuador. Es importante mencionar que, dentro del ecosistema de pagos digitales, hay muchas características definidas de acuerdo con el contexto de cada país", explicó.

Reforzó que, en Paraguay, la disponibilidad de las ventas con POS es en tiempo real para tarjetas de débito y tarjetas de crédito es de 48 horas, mientras que en otros países los plazos pueden extenderse hasta 30 días. Un ejemplo cercano es Argentina, donde el plazo máximo es de 18 días.


Con relación al crecimiento de los comercios que aceptan medios de cobro electrónico, el gerente de Bancard expresó que no se ha detenido, ni siquiera en tiempos de pandemia, cuando los cobros online fueron clave para que el sector comercial siguiera funcionando.

CRECIMIENTO


Respecto a los pagos electrónicos, Corina afirmó que Paraguay es un referente

en varios aspectos, como la penetración de tarjetas contactless, la adopción de pagos con QR y los tiempos de acreditación a comercios por las ventas realizadas, las cuales se hacen en línea para tarjetas de débito.



"Estamos viendo un crecimiento acelerado de las transacciones. Desde el año 2020, cuando las compras con medios de pago electrónicos representaban el 16% del consumo privado, hasta el 2024, donde ese porcentaje ha llegado al 59%, proyectándose una penetración del 75% para finales de este 2025", expresó el profesional. Finalizó que, desde el punto de vista de la cantidad de comercios, también observan un crecimiento acelerado, pasando de alrededor de 30.000 comercios a más de 100.000.




Pagar en *Brasil* nunca fue tan fácil



Con el QR de Pix, desde tu App Atlas podés:

-  Comprar en comercios y pagar las expensas de tus inmuebles.
-  Abonar aranceles académicos y tratamientos médicos.

Hacete cliente desde la App y simplificará tus pagos.



IMPORTACIÓN

Falta de calado y acumulación de sedimentos

Los desvíos de arroceros y ganaderos profundizan la crisis en el Río Paraguay

prensa@5dias.com.py

El presidente de la Administración Nacional de Navegación y Puertos (ANNP), Julio César Cáceres, expresó su preocupación por las grandes obras de desvíos de los ríos Paraguay y Paraná en el norte del país. "Muchas obras de desvío para el riego de plantaciones de arroz, de proyectos agroganaderos... eso es preocupante porque son verdaderos desvíos", destacó.

Cáceres mencionó que estas obras están afectando el volumen de agua del río Paraguay. "Todo esto conspira contra el volumen de agua que tiene el río Paraguay", enfatizó.

El presidente de la ANNP también destacó la importancia de mantener expeditas las vías navegables. "El río Paraguay-Paraná es una hidrovía que es el pulmón de nuestro país... es de fundamental importancia mantener expeditas las vías en todo tiempo", subrayó.

En cuanto a las obras de desvíos clandestinos, Cáceres aseguró que "yo estoy casi seguro que existen obras de desvíos clandestinos que no tienen habilitación del MADES". Sin embargo, reconoció que no tiene información precisa sobre la cantidad de establecimientos que están realizando estos desvíos.

Para abordar este problema, Cáceres propuso realizar un relevamiento de todas las obras de ríos en la zona y verificar su habilitación con el MADES. También sugirió implementar un sistema de control de la prefectura para monitorear y tomar medidas contra aquellos que están desviando el canal del río de manera irregular.

La situación es grave, ya que el problema puede generar pérdidas multimillonarias para empresas y tener un impacto negativo en la economía a nivel general.

Cáceres, se refirió a la situa-

EL DATO

REALIZARÁN CONTROLES Y CRUZARÁN DATOS CON EL MADES ACERCA DE ESTOS DESVÍOS.

ción actual del río Paraguay, afectado por la crecida del río Bermejo. Cáceres destacó que este problema es recurrente y requiere soluciones integrales que involucren a diferentes actores y sectores.

La crecida del río Bermejo es un problema que se repite cada año en la misma época, lo que amerita un estudio más profundo para encontrar soluciones que minimicen o atenúen sus efectos. "El río Paraguay está muy bajo debido a la falta de lluvia en el Pantanal, lo que complica la situación", agregó Cáceres. Además, la falta de lluvia en la región del Pantanal es el principal factor que alimenta al río Paraguay, y su ausencia está afectando la navegación y la economía de la región.

El titular de Navegación y Puertos también se refirió a los desvíos irregulares que se están realizando en el río Paraguay, lo que está afectando la navegación y la economía de la región. "Estamos haciendo un relevamiento de todas las obras de ríos que están hacia el norte de Asunción, y una vez que tengamos el listado completo, vamos a tratar de chequear con el listado que tiene el MADES", explicó. El objetivo es identificar las obras de ríos que no tienen habilitación y tomar medidas para regularizar la situación.

La ANNP está trabajando en conjunto con la Prefectura General Naval y los administradores de las terminales portuarias ribereñas para encontrar soluciones a la situación actual. "Estamos analizando dentro de la ANNP, también conjuntamente con el Ministerio Público, tenemos un grupo de estudios para ver cuáles son las alternativas y soluciones para tratar de atenuar



Ya se habla de pérdidas multimillonarias para el sector importador, debido a la falta de calado del Río Paraguay.

las consecuencias de una crecida de esta naturaleza", agregó Cáceres.

En cuanto a las medidas para mitigar los efectos de la crecida del río Bermejo, Cáceres destacó que la ANNP está trabajando en la remoción de fondos duros en el río Paraguay. "Los trabajos de remoción de fondos duros que se están realizando, Merced de un convenio con una empresa brasileña, Ministerio de Industria y Comercio, que están ejecutando en absoluta normalidad, y se prevé su conclusión en el mes de mayo", explicó. Esto permitirá eliminar 13 puntos críticos con fondos duros en el río Paraguay.

Además, la ANNP está negociando un convenio de cooperación con la Prefectura General Naval y la Armada Nacional para contar con personal capacitado y recursos para tripular remolcadores y dragas. "Tenemos un convenio de cooperación con la prefectura general naval, y estamos en vías de firmar otro convenio de cooperación con la flota de guerra de la Armada Nacional", agregó Cáceres.

La llegada de una nueva draga es otra de las medidas que se están implementan-

do para abordar la situación actual del río Paraguay. La draga, donada por el gobierno de Japón, llegará al país en el mes de mayo. "La draga ya está navegando con un buque de ultramar, y se prevé su llegada al puerto de Montevideo en el mes de mayo", explicó Cáceres. La draga será propiedad de la ANNP y será utilizada para dragar el río Paraguay y mantener la navegación expedita.

Por su parte Juan Ramón Apodaca, de la Federación de Trabajadores Fluvio Marítimos, también se refirió a la situación actual y sus consecuencias.

La situación en el río Paraguay es crítica. La falta de calado y la acumulación de sedimentos están dificultando la navegación, lo que puede generar pérdidas multimillonarias para las empresas navieras y afectar el abastecimiento de productos en el país.

Apodaca explicó que la situación se ha ido agravando con el transcurso de los días. "Hay embarcaciones que ya están cuarenta, cuarenta y cinco días, debido al calado que no le da el paso al Bermejo, a la altura del kilómetro dos mil tres veintidós del río Paraguay", dijo.

También destacó que la priorización del paso de barcasas que llevan combustible por el tema del problema de desabastecimiento para el mercado ha generado una situación compleja. "Hay un orden preestablecido por la Autoridad Marítima que da un paso, por estándar le llaman de seis embarcaciones de subida y seis de bajada en turno que la Autoridad Marítima establece de acuerdo a la permanencia o la llegada a la zona que está dando", explicó.

La situación también puede generar problemas de abastecimiento en el país. "Si podría darse, porque hay embarcaciones que llevan 45 días, principalmente portacontenedores, que el flujo de mercadería de importación es muy importante, en contenedores", dijo Apodaca.

Además, destacó que la situación puede afectar la economía del país. "Hay penalizaciones, hablamos de cifras importantes, además está el lucro cesante ya que la embarcación está parada sin poder producir, eso representa mucho dinero en el sentido de que si tenía programado hacer el viaje en 20 días y lo hace en 40, estamos hablando de una

pérdida de 20 días de producción", explicó.

En cuanto a las medidas para solucionar la situación, Apodaca destacó que la incorporación de una draga desde el sector privado ha sido beneficiosa. "La draga Tarumá, la que mencionaste anteriormente, que es la que el Centro de Armadores está proveyendo, está haciendo un mejor trabajo", dijo.

Sin embargo, Apodaca también destacó que la situación puede requerir medidas más drásticas. "En caso de que esto siga y se tenga perspectivas más difíciles en los próximos días, deberíamos recurrir a asesorías del exterior, porque actualmente hay mucha tecnología en cuestión de dragados", dijo.

La situación en el río Paraguay es un tema que requiere atención inmediata. La navegación es fundamental para el comercio y el abastecimiento de productos en el país, y cualquier interrupción puede generar consecuencias graves. Esperamos que las medidas tomadas por las autoridades y los sectores involucrados puedan solucionar la situación lo antes posible.

¡Vuelve "tu TV te sale gratis" con Bristol!

En una movida impactante, Bristol, La Mejor Casa de Electrodomésticos del País, vuelve a lanzar una súper promoción que, como en ocasiones anteriores, ha paralizado a los amantes del fútbol y a todo Paraguay, y esta vez promete hacerlo de nuevo.

La Mejor Casa de Electrodomésticos del país ya ha realizado esta promoción en varias ocasiones. Cabe recordar que, en la edición lanzada para el Mundial 2022, ¡miles y miles de personas que participaron se beneficiaron y recibieron la devolución del 100% del importe abonado por los televisores que compraron!

Tras el éxito rotundo de la promoción, Bristol ahora presenta una propuesta mucho más sencilla que en 2022. En esta ocasión, para beneficiarse de la promoción, ya no es necesario que una selección gane un campeonato entero, sino solo que Paraguay triunfe en dos partidos. ¡Las posibilidades de ganar son exponencialmente mayores! Mecánica de la promoción:

Participarán de la promoción todos los clientes que compren cualquier televisor en Bristol, dentro del periodo del 17 al 25 de marzo hasta las 20:00 hs. Si Paraguay vence a Chile el 20 de marzo y a Colombia el 25 de marzo, estos clientes recibirán el 100% de lo abonado en la compra de sus televisores en vales de compra.

En caso de que la compra sea al contado, el cliente recibirá el 100% del importe abonado. Mientras que, si la compra fue a crédito, se reembolsará el total de las cuotas abonadas hasta la fecha.

¡No te pierdas de esta promoción!

La promoción está abierta para todo el público, sin restricciones de niveles de clientes ni topes de compra, y es válida con cualquier medio de pago.

Los interesados pueden comunicarse al (021) 519-4000, vía WhatsApp al (0991) 670-000 o visitar cualquiera de las más de 90 sucursales de Bristol en todo el territorio nacional.

Para más información, se recomienda consultar las bases y condiciones en www.bristol.com.py

Con esta increíble propuesta, Bristol reafirma su liderazgo en el mercado y fortalece su compromiso con la pasión del pueblo paraguayo por el fútbol.

¡Bristol, la mejor casa de electrodomésticos del país!



BRISTOL

TU TV TE SALE GRATIS!!!

SI PARAGUAY GANA EL COMBO DE LOS PARTIDOS CONTRA

CHILE Y COLOMBIA

¡TE DEVOLVEMOS EL IMPORTE ABONADO POR TU TV!*

EN TODOS LOS TELEVISORES!

Promo válida para todas las compras en televisores desde el 17/03 al 25/03 hasta las 20:00 hs.
*Te devolvemos el importe abonado en vale de compra.
Compras al Contado: 100% de lo abonado. Compras a Crédito: 100% de las cuotas abonadas.
Bases y Condiciones en: www.bristol.com.py



BRISTOL

TU TV TE SALE GRATIS!!!

SI PARAGUAY GANA EL COMBO DE LOS PARTIDOS CONTRA

CHILE Y COLOMBIA

¡TE DEVOLVEMOS EL IMPORTE ABONADO POR TU TV!*

EN TODOS LOS TELEVISORES!

Promo válida para todas las compras en televisores desde el 17/03 al 25/03 hasta las 20:00 hs.
*Te devolvemos el importe abonado en vale de compra.
Compras al Contado: 100% de lo abonado. Compras a Crédito: 100% de las cuotas abonadas.
Bases y Condiciones en: www.bristol.com.py

Business



ItaúInvest

La nueva plataforma de inversiones de Itaú

BRASIL

BOLSONARO NIEGA EL GOLPE DE ENERO DE 2023

Jair Bolsonaro volvió a negar que el asalto a Brasilia de enero de 2023 fuera un intento de golpe y defendió ante manifestantes una amnistía para los implicados en esos sucesos, que pudiera beneficiar a él mismo.



CHINA

GOBIERNO BUSCA AUMENTAR EL CONSUMO

China divulgó un plan de acción que traza directrices para la estimulación del consumo, entre las que se destacan el aumento de los ingresos de la población y la reducción de la carga económica.



PROBLEMÁTICA

CUBA SUSPENDE CLASES POR APAGÓN

El Gobierno cubano suspendió las clases en las provincias occidentales de Pinar del Río, Artemisa y Mayabeque como consecuencia de la lenta recuperación del Sistema Electroenergético Nacional (SEN).

ARGENTINA

El piso de 2% se rompería entre abril y mayo

Inflación sigue fluctuando por aumento de precios



Marzo es un mes con una marcada estacionalidad.

El Cronista, Argentina

La tendencia a la baja que mostró la inflación durante 2024 se consolidó en los primeros meses de 2025 como un serrucho. El recalentamiento de precios que se dio en febrero por impulso de los alimentos podría verse potenciado en marzo por factores estacionales.

La decisión del Gobierno de bajar el ritmo de devaluación de 2% a 1% para potenciar el proceso desinflacionario se vio truncada por la suba de la carne (8%) que empujó el aumento de los alimentos (3,2%) y, en consecuencia, de la inflación (2,4% en febrero, encima de la de enero).

El presidente Javier Milei destacó en sus redes sociales que, de despejarse el efecto que tuvo la carne, la inflación de febrero habría sido de 1,8%. Además, anticipó que el piso de 2%

se rompería entre abril y mayo. "A su vez, marzo también tiene temas de estacionalidad", agregó el mandatario.

La carne registró una suba de 8% en el mes. "Tuvo mucho impacto el aumento de la carne, y por ende alimentos", explicó Martín Kalos, director de Epyca Consultores. Agregó además que estamos ante una inflación que viene amesetada en los últimos meses en torno a 2%, por lo que es esperable que se mantenga en esos niveles.

En el mismo sentido, Aldo Abram, de Libertad y Progreso, explicó que el aumento de las carnes, que suele darse en marzo, se

adelantó por cuestiones climáticas, algo que también impactó en el aumento de los lácteos.

Otro elemento que marca Abram fue la suba de los huevos. Estos se vieron muy afectados por la suba del precio internacional que influyó en el mercado doméstico.

QUÉ ESPERAR PARA MARZO

Marzo es un mes con una marcada estacionalidad. El comienzo de las clases y el cambio de temporada suelen ejercer presión sobre los precios. Las primeras estimaciones lo ubican entre 2,5% y 3%. A los factores habituales del tercer mes del año, se suma que los

alimentos aún muestran volatilidad.

Equilibra relevó que en la segunda semana de marzo, las carnes extendieron la suba que venían mostrando y subieron 1,6%, pero en el segmento de alimentos se aceleró el aumento de las verduras (8%), mientras que los estacionales subieron 0,8% mientras que los estacionales lo hicieron un 2,3%.

Si bien la segunda semana tuvo la mitad de la suba de la primera del mes (1,2% vs. 0,6%), para marzo la proyección es de 2,5%.

El relevamiento de C&T Asesores en el Gran Buenos Aires muestra moderación en los precios en lo que va de marzo, en gran medida por los alimentos. En el sentido contrario, observaron que la educación gana protagonismo por el comienzo de clases, mientras que particularmente en la Ciudad de Buenos Aires el aumento del transporte público suma presión.

EE.UU.

AÑADIRÁN MÁS MURO FRONTERIZO CON MÉXICO

Estados Unidos añadirá más de 10 kilómetros en Arizona a su muro fronterizo con México para evitar la llegada de inmigrantes irregulares, según anunció la secretaria de Seguridad Nacional, Kristi Noem.



PERÚ

PIENSAN EN APLICAR LA PENNA DE MUERTE

La presidenta de Perú, Dina Boluarte, está pensando en plantear que se aplique la pena de muerte para los sicarios y extorsionadores, en medio de la ola de violencia que golpea al país.



RECORTES

OMS: MILLONES DE VIDAS ESTÁN EN PELIGRO

Millones de vidas están en peligro por los recortes de EE.UU. a sus programas de ayuda contra enfermedades como la malaria, el sida o la tuberculosis, advirtió el director general de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus.

EL DATO

DE DESPEJARSE EL EFECTO QUE TUVO LA CARNE, LA INFLACIÓN DE FEBRERO HABRÍA SIDO DE 1,8%.

LA CIFRA

8% REGISTRÓ LA INFLACIÓN DE LA CARNE EN LO QUE VA DEL MES.

MIRADA 360°

CANADÁ
PRIMER MINISTRO VIAJA A EUROPA PARA TRABAJAR CON "ALIADOS"

El primer ministro canadiense, Mark Carney, dijo que es importante para su país reforzar los lazos con "aliados fiables" en Europa, al reunirse con el presidente francés, Emmanuel Macron, en su primera visita al extranjero desde que asumió.

VENEZUELA
MADURO RECHAZA LA 'LEY DE ENEMIGO EXTRANJERO'

Venezuela rechaza 'Ley de Enemigo Extranjero' que puso el presidente de los Estados Unidos. El gobierno venezolano culpa a María Corina Machado, Julio Borges, Carlos Paparoni, Leopoldo López, y otros, de solicitar "medidas coercitivas unilaterales en contra de todo el pueblo".

ECUADOR
EMERGENCIA AMBIENTAL POR OTRO DERRAME DE PETRÓLEO

Louna invasión turca del territorio controlado por kurdos Asdactuus, quist? Raret deesina, octam ment. Vermanum re, quit, nons senia? Tu ia re, confex nondacteris; huiderei permaximis firioraci priorem perfect frtes ese arterte, tam ete fac inatimi

SIRIA
UNIÓN EUROPEA AUMENTA APORTE HUMANITARIO

La Comisión Europea (CE) anunció el aumento del compromiso de ayuda de la Unión Europea a ese país hasta los "cerca de 2.500 millones" de euros, dijo la presidenta del Ejecutivo comunitario, Ursula von der Leyen.

CHILE
PRESIDENTA DE DIPUTADOS RENUNCIA TRAS FILTRACIÓN

Investigada por irregularidades, Karol Cariola dimitió tras la filtración de chats privados donde criticaba duramente al presidente Gabriel Boric, y tras un allanamiento de su casa el día de su parto.

ISRAEL
NETANYAHU ANUNCIÓ EL DESPIDO DEL JEFE DE SEGURIDAD

Benjamin Netanyahu planea despedir a Ronen Bar, jefe del servicio de seguridad interna Shin Bet, con quien se ha peleado por la responsabilidad del ataque del 7 de octubre, las negociaciones de rehenes y vínculos con Qatar.

RUANDA
CONFLICTOS CON REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO

Ruanda rompió relaciones con Bélgica, tras acusarla de tomar partido en su contra en el conflicto en el este de la República del Congo, donde ha ocupado territorios el Movimiento 23 de Marzo (M23), apoyado por Kigali.

PERÚ
ESTADO DE EMERGENCIA EN LIMA POR VIOLENCIA

El gobierno de Perú anunció que en las próximas horas declarará el estado de emergencia en Lima Metropolitana y el Callao, con la autorización para el despliegue de las Fuerzas Armadas en apoyo de la Policía Nacional.

BRASIL

Actividad económica supera estimaciones antes de tasas

La actividad económica de Brasil creció más de lo esperado en enero, mostraron datos del banco central, antes de una reunión de política monetaria en la que se espera que la fortaleza de la actividad económica sea un factor clave para determinar los próximos pasos del banco.



El índice IBC-Br, un indicador adelantado del producto interior bruto (PIB), subió 0,9% en términos desestacionalizados respecto de diciembre, superando todas las previsiones de un sondeo de Reuters entre economistas. La mediana de las previsiones de la encuesta se situaba en un

alza de 0,22%, mientras que la estimación más alta apuntaba a un aumento de 0,60%. En términos desestacionalizados, el índice creció 3,6% a partir de enero de 2024.

El valor de las compras minoristas, sin ajustar por inflación, aumentó 0,2%, según datos del Departamento de Comercio. Los datos de enero se rebajaron a una

EE.UU.

Ventas minoristas aumentan menos de lo previsto en enero

Las ventas minoristas en Estados Unidos aumentaron menos de lo previsto en febrero y el mes anterior fue revisado a la baja, lo que aumentó las preocupaciones sobre una reducción del gasto del consumidor.



caída de 1,2%, la mayor desde julio de 2021. El informe sobre el comercio minorista abarca principalmente el gasto en bienes, lo cual cobra especial relevancia ahora

que el presidente Donald Trump impone aranceles a una serie de importaciones de importantes socios comerciales, lo que probablemente impulsará los precios al alza.



Liderazgo regional y alcance global

Ahora podés invertir de forma sencilla y rápida con opciones que se ajustan a tus objetivos o a los de tu empresa.

Conocé más en www.itauassetmanagement.com.py



Itaú Asset Management



EL FINANCIERO

BCP & TCs/TDs



STAN CANOVA
@STANCDV
ANALISTA FINANCIERO

Días atrás el BCP ordenó que las comisiones por pago vía tarjeta baje de 5% a 3% representando un decrecimiento del -40% de lo que las procesadoras de pago cobran a los comercios por usar su red para gestionar un pago de un producto/servicio cosa que lo absorbe un comercio no así el cliente. La medida entrará en vigor en forma gradual desde este 1 de Julio donde las comisiones por pago en Tarjeta de Credito TC bajara primero de 5% al 4% y para Julio 2026 ya bajará al 3%. Los pagos en Tarjeta de Debito recién se modificaran para Julio 2026 yendo del 3% al 2% representando una baja del -33%. Como funciona esto dentro del mercado?...por ejemplo, Ud compra un calzado por U\$S 70 en una tienda, realmente lo que la tienda recibe (sobre un 5%) son U\$S 66.50 porque U\$S 3.50 irá a la procesadora de pago. Con este nuevo techo que entra en vigor en dos estadios sobre una misma operación sería U\$S67.90 lo que el comercio recibirá por la transacción y la procesadora unos U\$S 2.10 (un -40% menos). Ahora, que tan grande es el mercado de medio de pagos? Al 2024, la CPMP Cámara Paraguaya de Medios de Pago publicó datos muy interesantes de como un mercado relativamente modesto mueve montos importantísimos dentro de nuestra economía. En el mercado tenemos 15 marcas procesadoras (las más conocidas, Visa, Mastercard, Diners Club, Bancard, Cabal, Dinaldo, Infonet, Diners Club, etc.); una población económicamente activa de 3,7M personas. El sistema macro/ecosistema de medios de pago lo componen: 4.8M TC Prepagos TD [1.4M TC Prepagos & 3.4 TD], 1.476 ATMs, 59.649 Comercios & 104.005 POS. El ecosistema movió en el 2024 [E] compras por Gs 17.4 Bn en TC & Gs 45.9Bn en TD. Hagamos un análisis del cuánto representa eso en términos de comisiones contrastando las comisiones actuales con las que entrarán en vigencia en Julio 2026 sobre los montos 2024. TC: Gs 17.400.000.000,000(3%) Gs 918.000.000.000 al 2%.

FORJANDO EL FUTURO DE LA INDUSTRIA COMO CATALIZADOR DEL PROGRESO NACIONAL

Recientemente, como país, estamos experimentando un renacimiento industrial que promete transformar su economía y posicionarlo como un actor clave en la región. La industria manufacturera, tradicionalmente eclipsada por el sector agrícola, está emergiendo como un motor de creyvcimiento y diversificación económica, ofreciendo nuevas oportunidades de empleo y desarrollo. Según las proyecciones más recientes del Banco Central del Paraguay (BCP), se espera que la economía paraguaya crezca un 3,8% en 2025 por lo bajo. Sin embargo, estimaciones más optimistas de consultoras como Mentu sugieren que este crecimiento podría alcanzar hasta un 4,5%. Este dinamismo económico está siendo impulsado en gran medida por el sector industrial, que se proyecta crecerá un 3,9% en 2025. La manufactura y la construcción representan actualmente el 27% del PIB paraguayo, una cifra que subraya la creciente importancia del sector industrial. Con una contribución de más de 8.400 millones de dólares anuales a la economía, la



El sector emplea a más de 650.000 personas, representando el 18% de la población ocupada.

industria manufacturera se ha convertido en un pilar fundamental del desarrollo económico del país. El impacto social de la industria es innegable. El sector emplea a más de 650.000 personas, representando el 18% de la población ocupada. Además, genera más de 2.820 millones de dólares en salarios anuales, contribuyendo significativamente al bienestar de las familias paraguayas. La industria paraguaya está evolucionando más allá de la producción primaria. El sector de alimentos procesados, por ejemplo, ha experimentado un crecimiento notable, ocupando ahora el 75% de las góndolas de supermercados. Además, sectores emergentes como el forestal, el metalúrgico y la carne porcina están ganando terreno, diversificando la base industrial del país. A pesar de estos avances, la industria paraguaya aún enfrenta desafíos. La necesidad de mejorar el acceso a financiamiento con tasas competitivas y plazos más largos es crucial para fomentar la inversión en modernización y expansión.

STAFF

DIRECTOR ASOCIADO: Benjamín Fernández Bogado **DIRECTOR:** Enrique Rodríguez
EDITOR GENERAL: Samuel Acosta **GERENTE COMERCIAL:** Luis Ayala
GERENTE DE MARKETING: Ana Garay **DIAGRAMACIÓN:** Juan Ramírez



SDÍAS



@SDÍASPY



SDÍASPY



CANAL 5 DÍAS

Sólas es una publicación de Editorial de Negocios S.A.

Avda. Santa Teresa y Aviadores del Chaco.

Complejo la Galería, Torre 1, piso 15. Mail: prensa@Sdias.com.py Teléfono: 0982 456 111

EN PRIMERA PERSONA

La fiesta de las marcas



SAMUEL ACOSTA
@acostasamu
PERIODISTA

El ciclo de charlas del Top of Mind ha comenzado, y en 5Días vivimos una emoción difícil de explicar. Este evento, que planificamos con un año de anticipación, cobra vida al ver a más de 1.000 personas acreditadas siguiendo con atención cada ponencia de expertos locales e internacionales. Es una satisfacción inmensa.

Nos emociona porque demuestra que existe una generación de profesionales convencidos de que los negocios se construyen con estrategia, creatividad y perseverancia. Personas que entienden la importancia del marketing, la innovación y la tecnología como herramientas fundamentales para crecer y alcanzar a sus clientes.

Ver a tantos asistentes dedicando horas de su jornada laboral a aprender, tomar notas y absorber la experiencia de otros es una señal clara de que en Paraguay hay un sector comprometido con el desarrollo. Un país que apuesta al trabajo como base del progreso y que busca generar valor a través del conocimiento y el esfuerzo.

Esto es especialmente significativo en un contexto donde pocas veces encontramos ejemplos de liderazgo inspirador en la gestión pública. Donde, lamentablemente, el modelo de crecimiento que impera en muchos espacios de poder no responde a estas cualidades positivas.

Por eso, iniciativas como el Top of Mind, que cada año organizamos con un enorme esfuerzo, son la prueba de que existe otro Paraguay. Un país compuesto por una fuerza laboral vibrante—jóvenes y profesionales con experiencia—que apuesta al crecimiento por el camino correcto: el que genera desarrollo y riqueza para todos.

EL SEMÁFORO



CAÍDA DE LA CONFIANZA DEL

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) de febrero de 2025 registró una importante caída, alcanzando los 50,51 puntos y acercándose a la zona pesimista.



AVANZA PROYECTO DE CAPACITACIÓN LABORAL

Avanza proyecto de intercambio de experiencias y capacitación laboral con España, mediante la 353ª reunión del Consejo de Administración de la OIT.



PARAGUAY REFUERZA SU IDENTIDAD

Paraguay renueva su "marca país" destacando la estabilidad macroeconómica, hub regional y población joven, con el fin de atraer inversiones extranjeras.

EL EXPERTO RESPONDE

Paraguay, como sede de eventos, ofrece costos aproximadamente un 30% más bajos en comparación con otras capitales de la región.

ANGIE DUARTE
TITULAR DE SENATUR



SANTIAGO PEÑA
Presidente
REPUBLICA DEL PARAGUAY

Sobre la industria nacional y la importación de pupitres; yo quiero decirle que acá la prioridad son los niños y en muy pocas semanas más los niños van a empezar a recibir los mejores, los mejores pupitres del Paraguay, lo que tienen, inclusive mejor que lo que tienen los colegios privados.

EVENTOS

Habría m as de 300 empresas y 700 marcas nacionales e internacionales

Hoy arranca Innovar: la mayor feria del agronegocio paraguayo en su edición 2025

prensa@5dias.com.py

Todo est a listo para el comienzo de la feria INNOVAR organizada por la Unión de Empresas Agropecuarias (UEA). Del 18 al 21 de marzo, m as de 300 empresas y 700 marcas nacionales e internacionales expondrían las últimas novedades en tecnología de insumos agropecuarios, servicios, implementos y maquinarias para el campo, con un enfoque en la agricultura digital. El acto de apertura sería el martes 18, a las 8:00, en Yguaz , Alto Paraná, en el km 282 de la ruta PY02.

La séptima edición de la feria INNOVAR llega este año con su ya tradicional lema "Movemos el campo" para ofrecer a lo largo de 14 cuerdas una vidriera de innovación y tecnología dirigida al sector agropecuario.

El martes 18 de marzo, a las 8:00, en el pórtico principal de acceso se realizará el acto de apertura con las palabras de Raimundo Llano, presidente de la Unión de Empresas Agropecuarias (UEA), y el intendente de Yguaz , Mauro Kawano. La inauguración oficial, que incluirá el corte de cinta por directivos de la UEA, tendrá lugar al día siguiente, a las 9:00 con la presencia de autoridades nacionales.

"Nuestro desafío, como UEA a través de INNOVAR, es poder llegar a todos los productores agropecuarios de Paraguay. Este es el espacio donde se muestran las tendencias, hacia dónde vamos, cuáles son los nuevos cultivos, los nuevos tratamientos y sistemas de producción. El campo está en constante evolución con avances en técnicas, variedades, producción y maquinaria, similares a la rápida actualización de los modelos de celulares", destacó Llano, invitando



La feria INNOVAR propone este año una experiencia inmersiva tanto en el sector agrícola como ganadero.

a productores y familias a participar en la feria.

INNOVAR propone este año una experiencia inmersiva en la agricultura moderna. Los ejes temáticos de esta edición, que incluyen cultivos demostrativos, dinámica de maquinarias, integración tecnológica, test drive de vehículos, y producción animal, permitirán explorar de primera mano las últimas innovaciones tecnológicas aplicadas al ciclo agrícola completo. Estaciones interactivas mostrarán cómo se implementan las tecnologías más avanzadas, desde la preparación del suelo hasta la cosecha.

TEST DRIVES, PRODUCCIÓN ANIMAL Y CONFERENCIAS

Durante toda la feria, de 8:00 a 17:00, la pista de test drive ofrecerá una muestra de la tecnología más avanzada para el sector agropecuario. Los productores tendrán la oportunidad de probar vehículos especialmente diseñados para el campo.

La Expo Ovina INNOVAR 2025 se presenta como la gran novedad en el sector de Producción Animal el miércoles 19 de marzo, de 8:00 a 17:00. Será ranqueable e incluirá la exhibición de 190 ejemplares de razas selectas como Dorper, Santa Inés, Hampshire Down y Texel. Además, se introduce por primera vez en esta exposición la raza Frisona Milchschaaf, una variedad lechera que busca consolidarse en la ovinocultura paraguaya.

La feria también ofrece, a lo largo de los cuatro días, más de 50 conferencias y espacios especializados donde expertos en cultivos, producción y comercialización de carne vacuna, sostenibilidad, desarrollo forestal y finanzas compartirán con los asistentes conocimientos y experiencias sobre las mejores prácticas y las últimas tecnologías aplicadas al campo.

INNOVAR MUJER

El viernes 21 de marzo, de 9:00 a 12:00, INNOVAR Mujer, un evento tradicio-

nal de la feria, dar  voz a destacadas mujeres del sector. "Herencia y progreso: mujeres que fortalecen el legado familiar" será el panel dedicado a la segunda generación de mujeres del agro, con Delia N n ez Perito y Micaela Bronstrup. En el panel sobre emprendedurismo, "Mujeres que emprenden y potencian el campo", participarán Sonia Petersen, Danieli Meurer y J queline Farias Sosa.

La edición de este año de INNOVAR Mujer trae como novedad la conferencia de Camila Telles, una de las más influyentes figuras del agronegocio brasileño. A las 11:00, presentará la conferencia "Emprendedurismo: la creatividad que necesita la agricultura", en la cual explorar  el papel de la creatividad en la construcción de negocios rurales sostenibles. También reflexionar  sobre cómo el entorno influye en nuestra capacidad de innovar y cómo los productores pueden desarrollar nuevas oportunidades dentro de sus propiedades.

INNOVAR SOCIAL

Cada año, la recaudación de la venta de entradas se destina a acciones de impacto. Este 2025, con el pago de G. 15 000 de entrada, los asistentes a la feria contribuirán con las escuelas agrícolas y agromec nicas de todo el país, en el marco del proyecto INNOVAR Social. Las entradas se pueden comprar de manera anticipada en www.innovar.com.py, en la app o durante el evento, en boletería.

SOBRE LA UEA Y SU FERIA

La UEA es responsable y organizadora de la feria agropecuaria INNOVAR, que se desarrolla cada año. El propósito de esta asociación civil sin fines de lucro es fortalecer el crecimiento del sector agropecuario mediante un espacio estratégico que promueva el uso de tecnología avanzada y fomenta el intercambio de conocimientos entre especialistas y productores.

INNOVAR es posible gracias al apoyo de empresas

que invierten en mejorar los servicios para el agro. Los sponsors de la edición 2025 son Banco Itaú, Ford (Tape Ruvicha) y Tigo Business. Entre los auspiciantes figuran Agrotec S.A., Bunge, Biotrop, Bayer, Dekalpar, Glymax, Lar Paraguay, Fuelpar, H. Petersen y Shell Lubricantes.

Los interesados en obtener más información sobre las conferencias pueden consultar la web y redes sociales de INNOVAR. La feria dispone, además, de la aplicación móvil INNOVAR Feria Agropecuaria, disponible en las plataformas iOS y Android.

La edición 2025 cuenta con un asistente virtual, mediante IA. Se trata de una metodología moderna y práctica para que los interesados y visitantes consulten en la app y web todo lo relacionado a la feria, como las ubicaciones en el predio, charlas, entradas, hoteles y aeropuertos cercanos, reglamento y otras informaciones del evento. Las consultas podrán realizarse en todos los idiomas.

prensa@5dias.com.py

ANÁLISIS

El sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Paraguay ha experimentado un crecimiento significativo en el último año. De acuerdo con la tercera edición del "Boletín sobre Formalización y Empleo de Mipymes", publicado por el Viceministerio de Mipymes (VMMIPYMES), el número de unidades económicas formalizadas alcanzó las 450.167 al cierre del ejercicio fiscal 2023, lo que representa un incremento del 23% respecto al 2022, cuando se contabilizaban 366.977 negocios formalizados.

El informe fue presentado en la localidad de Curuguaty, departamento de Canindeyú, por el viceministro Gustavo Giménez, quien destacó la relevancia de estos datos para la formulación de políticas públicas orientadas al fortalecimiento del sector. El boletín fue elaborado en colaboración con diversas entidades estatales, entre ellas el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS) y el Instituto de Previsión Social (IPS).

El boletín revela que el 88% de las mipymes registradas en 2023 corresponden a microempresas, con un total de 369.407 unidades. Las pequeñas empresas representan el 9,61%, sumando 43.249 negocios, mientras que las medianas constituyen el 2,33%, con 10.511 empresas.

En cuanto a su distribución geográfica, se evidencia una alta concentración en la capital y los departamentos con mayor dinamismo económico. El 32,93% de las mipymes se encuentran en el departamento Central, seguido por Asunción con el 19,63%. Alto Paraná alberga el 19,91%, mientras que Itapúa y Caaguazú cuentan con el 7,21% y 5,21%, respectivamente.

El informe destaca que el 87,22% de las microempresas se dedican al sector servicios, mientras que el sector primario representa solo el 4,83%. En contraste, las pequeñas y medianas empresas presentan una distri-

Más de 450.000 Mipymes fueron registradas en el 2023

LA CIFRA

23%

CRECIÓ LA FORMALIZACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL 2023.

EL DATO

EL PROMEDIO DE VIDA DE LAS MIPYMES EN PARAGUAY ES DE 10 AÑOS.

LA CIFRA

88%

DE LAS MIPYMES REGISTRADAS SIN MICROEMPRESAS.

EL DATO

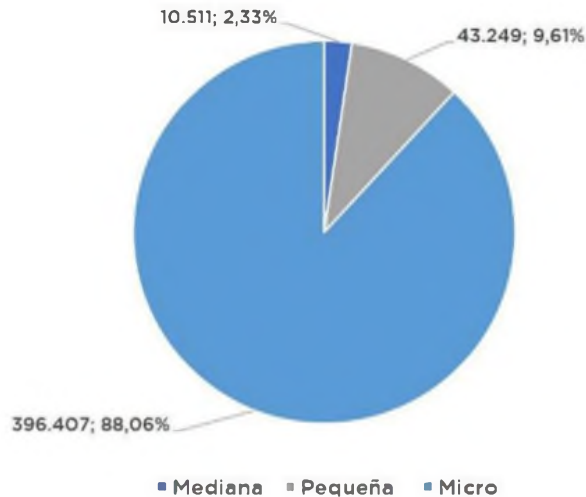
LAS PEQUEÑAS EMPRESAS REPRESENTAN EL 9,61%, SUMANDO 43.249 NEGOCIOS.

bución más equitativa, con una participación en el sector primario que varía entre el 21% y el 24%, y una presencia en el sector servicios entre el 63% y el 66%.

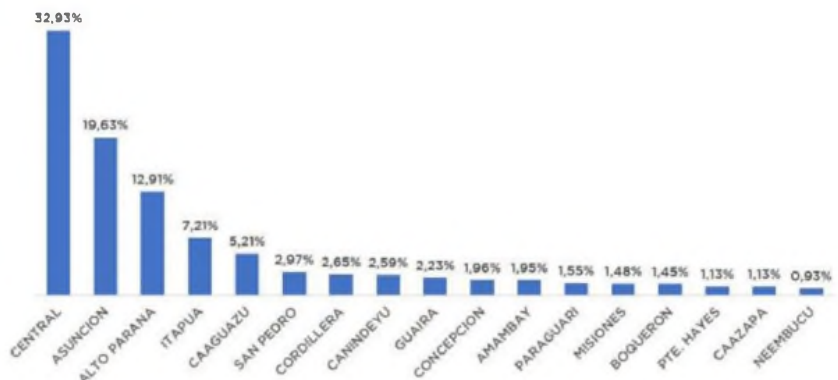
Por otro lado, la actividad comercial también presenta una concentración significativa en determinados departamentos, con Neembucú liderando con un 37,17%, seguido de San Pedro (34,92%), Paraguari (33,65%), Concepción (33,22%), Caazapa (32,88%) y Caaguazú (32,47%).

El promedio de vida de las mipymes en Paraguay es de 10 años, destacándose Asunción con una longevidad media de 12 años, seguido por Boquerón (11 años) y Alto Paraguay (10 años). No obstante, la formalización sigue siendo un reto. Para integrar el Registro Nacional de Mipymes (RENAMIPYMES), una empresa debe contar

DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA BDMIPYMES



DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS MIPYMES POR DEPARTAMENTOS. AÑO FISCAL 2023.



con RUC, inscripción en el Instituto de Previsión Social (IPS) y registro ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS). Actualmente, solo el 9,58% de las mipymes cumplen estos requisitos, generando empleo formal para 157.423 personas, con una participación femenina del 37%.

El crecimiento del 23% en la formalización de mipymes refleja un avance positivo en la economía paraguaya, promoviendo un marco más sólido para el desa-

rollo empresarial. Este proceso de formalización, liderado por el VM-MIPYMES y respaldado por instituciones clave, representa un paso fundamental para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector. Con una mayor inclusión de las mipymes en la economía formal, se fortalecen las bases para una mejor generación de empleo y crecimiento económico en Paraguay.

ESTABILIDAD Y MOVILIDAD EMPRESARIAL

El informe también

evidencia que las microempresas son las más estables dentro de su categoría, con una tasa de permanencia del 94,18%. En contraste, las pequeñas y medianas empresas presentan mayor volatilidad, con tasas de permanencia del 72,53% y 63,22% respectivamente. Este comportamiento reafirma la tendencia de que el ascenso en la categoría empresarial es más lento que el descenso, lo que subraya la necesidad de políticas públicas que impulsen el crecimiento y consolidación

de las mipymes.

El panorama de las mipymes en Paraguay refleja su rol central en la economía, pero también los desafíos que enfrenta el sector, especialmente en términos de formalización y estabilidad empresarial. La concentración territorial, la especialización sectorial y la dificultad para ascender en la escala empresarial son aspectos que requieren una estrategia integral para fortalecer este motor clave del desarrollo económico del país.

FORMACIÓN

Fundamental para el crecimiento económico y social

Presentan programa de educación financiera "GNB Educa"

prensa@5dias.com.py

Con el compromiso de promover la educación financiera, Banco GNB Paraguay presenta GNB Educa, un programa integral diseñado para brindar herramientas y conocimientos prácticos sobre finanzas personales a clientes y colaboradores.

Con esta propuesta el Banco GNB busca estar más cerca de sus clientes, incluyendo a personas físicas y empresas que cuentan con el servicio de Pago de Salarios, mediante formaciones dinámicas que les permitan tomar decisiones más informadas y alcanzar sus objetivos.

Banco GNB Paraguay cree firmemente que la educación financiera es un pilar fundamental para el crecimiento económico y social, por ello el programa tiene presencia en Asunción y otras ciudades del



El programa busca brindar herramientas y conocimientos sobre finanzas personales.

territorio nacional, con el objetivo de contribuir a una sociedad financieramente inclusiva.

Sobre Banco GNB Paraguay
Banco GNB Paraguay es una entidad financiera

que forma parte del Grupo Gilinski, un conglomerado financiero internacional con una fuerte pre-

sencia en América Latina. El banco se ha destacado por su compromiso con el crecimiento sostenible

y la evolución constante, ofreciendo soluciones financieras innovadoras a sus clientes.

prensa@5dias.com.py

INFORME

Inversiones bajo la Ley 60/90 superan los US\$90 millones en febrero

Según los datos oficiales del Viceministerio de Industria, en los dos primeros meses del 2025 unos 33 nuevos proyectos fueron aprobados, un 22% más que lo registrado en este mismo periodo del año, cuando fueron 27 proyectos.

Respecto a los sectores a los que pertenecen estos proyectos acumulados, el 86% se concentra en el sector secundario; mientras que un 12% se ubica en el sector terciario, y el restante 2% en el sector primario.

Con relación al origen de los capitales invertidos, el documento señala que las inversiones nacionales siguen liderando, llegando a un monto de USD 62 millones al cierre de febrero, lo cual representa un aumento del 91% respecto

al periodo anterior. En tanto que las inversiones extranjeras fueron por un total de US\$ 29 millones.

Por otra parte, el informe señala que, de las inversiones proyectadas tan solo en febrero, el 80% se concentra en los rubros de biocombustibles, servicios, y productos alimenticios. En menor medida le siguen los productos químicos-farmacéuticos y plásticos.

Respecto al mapeo de las inversiones, el 91% de las inversiones acumuladas al mes de febrero del 2025 se concentraron en los departamentos de Alto Paraná, Paraguari, Capital, Central, e Itapúa.

Empleos proyectados

Este buen dinamismo del incentivo también se ve reflejado en la cantidad de mano de obra generada, ya que la cantidad de empleos vinculados ascendieron a 1.149 puestos de trabajos, esto representa un incremento del 151% en comparación al primer bimestre del 2024, cuando fueron un total de 458 puestos.

Además, señala que el 89% de los empleos proyectados acumulados se concentra en los productos alimenticios, con un total de 648 puestos; seguido del sector de metales y sus manufacturas, con 372 mano de obra cada uno.

Igualmente, en una menor medida se encuentran también los sectores de

productos químicos-farmacéuticos, papel, cartón y sus manufacturas, producción

y almacenamiento de granos y semillas, y el rubro de confecciones y textiles.

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El señor **JOAO EUZEBIO PRIMMAZ**, proponente; comunica a quienes pudiera interesar, que ha presentado al Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), el Estudio de Impacto Ambiental Expediente con Mesa de Entrada SIAM N° 11423/2024 del proyecto "**PLAN DE USO DE LA TIERRA PARA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y PRODUCCIÓN DE CARBÓN VEGETAL**"; a desarrollarse en la propiedad individualizada con Finca N° 21546, Padrón N° 14325, ubicada en el **Distrito de General José María Brugué, Departamento de Presidente Hayes**; elaborado por el Consultor Ambiental **Ing. LUCIO RODRIGUEZ DUARTE** con Registro CTCA N° I-168, conforme a la Ley N° 294/93 de Evaluación de Impacto Ambiental y su Decreto Reglamentario N° 453/13 y su ampliación y modificación N° 954/13.

El Relatorio de Impacto Ambiental (RIMA) correspondiente a dicho estudio, estará a disposición del público por el plazo de diez (10) días hábiles en el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, en general en su página web www.mades.gov.py y en las oficinas administrativas de la Dirección General de Control de la Calidad Ambiental y de los Recursos Naturales a los efectos de su revisión o consulta.

Las observaciones, comentarios y objeciones sobre el Relatorio de dicho estudio o sobre el proyecto, incluyendo los fundamentos técnicos, científicos y jurídicos que lo sustenten, deberán presentarse por escrito al Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, sito en la Avda. Madame Lynch N° 3.500, Asunción, en horario de oficina de 7:00 a 15:30 horas, de Lunes a Viernes, en el plazo de diez (10) días hábiles, a computarse a partir del día siguiente de la última publicación.

Asunción, 14 de marzo de 2025.-

ANÁLISIS

El Acuerdo UE-Mercosur: ¿tenemos un trato? (Parte I)



YULIYA KASPIAROVICH.
Profesora de IE Law School.

En diciembre de 2024, la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, y sus homólogos de cuatro países del Mercosur (el presidente brasileño Lula, el presidente argentino Milei, el presidente paraguayo Peña y el presidente uruguayo Lacalle Pou) anunciaron el cierre de las negociaciones de un nuevo y amplio acuerdo de asociación entre la UE y Mercosur. No obstante, que esta alianza se haga realidad depende de un complejo entramado de mecanismos jurídicos e institucionales.

Desde hace casi veinte años, la UE negocia una nueva generación de acuerdos de libre comercio (ALC) con terceros países. Según la Comisión Europea, el principal negociador institucional de la UE, estos acuerdos son globales y van más allá de los recortes arancelarios y el comercio de mercancías, ya que abarcan los servicios, la contratación pública y la protección de las inversiones, además de vincular el comercio con el desarrollo sostenible, la salud, el medio ambiente, la cultura y los derechos sociales.

Al ser tan amplios, estos acuerdos reflejan la estrecha vinculación entre el comercio y otros ámbitos políticos. Y a diferencia de los ALC clásicos, deben sortear la estructura interna sui generis de la UE y sus compromisos externos. Cuando la UE negocia un acuerdo internacional, la cuestión fundamental es cómo se reparte el poder entre la UE y sus estados miembros. Además, el camino desde la negociación a la implementación real de los acuerdos es especialmente complejo cuando interviene la UE. Aunque esta puede celebrar acuerdos internacionales por sí sola, es también un conjunto de 27 estados soberanos, cada uno con sus propias competencias y prerrogativas. Esto plantea un reto único en el derecho de los tratados internacionales, un auténtico rompecabezas jurídico: cómo equilibrar la potestad de la UE para actuar como un órgano unificado con los derechos legales de sus Estados miembros.

LAS CUESTIONES JURÍDICAS NUNCA ESTÁN MUY ALEJADAS DE LOS INTERESES POLÍTICOS

Las negociaciones UE-Mercosur se remontan a 1999, cuando ambas partes intentaron estrechar lazos económicos y políticos mediante un acuerdo exhaustivo de asociación comercial. Las negociaciones se basaron en las directrices de negociación del Consejo, con vistas a concluir un acuerdo de asociación con Mercosur que modernizara el Acuerdo Marco Interregional de Cooperación (AMIC) entre bloques de 1995, en vigor desde 1999. Sin embargo, el camino no ha sido fácil. A lo largo de los años, los principales puntos de fricción han incluido la deforestación de la Amazonia, los desequilibrios del mercado agrícola y las diferentes normas regulatorias.

Hay mucho en juego para la UE. El acuerdo representa una oportunidad estratégica de reforzar su presencia en América Latina, contrarrestando así la creciente influencia de China, y asegurarse el acceso a materias

primas esenciales. La estructura del acuerdo se basa en tres pilares: comercio, diálogo político y cooperación. Aunque la Comisión publicó los capítulos de Comercio en 2019, el texto completo del acuerdo se ha dado a conocer hace poco. Ahora que el acuerdo está listo, surge la importante pregunta: ¿Y ahora qué?

¿QUÉ ES UN "ACUERDO MIXTO"?

Históricamente, la UE ha tenido competencias exclusivas en materia de comercio a través de su Política Comercial Común (PCC), que le permite suscribir acuerdos comerciales internacionales sin implicar a sus 27 Estados miembros. Sin embargo, los ALC vigentes abarcan numerosas áreas en las que la UE comparte competencias con sus Estados miembros o en las que estos mantienen su autonomía regulatoria.

Al negociar un acuerdo de libre comercio, la UE debe atenerse al fundamento jurídico de sus tratados constitutivos (en la actualidad, TUE y TFUE). Si un acuerdo trasciende la autoridad comercial exclusiva de la UE, como ocurre con muchos acuerdos comerciales modernos, los Estados miembros podrían verse obligados a adherirse a este acuerdo internacional junto con la UE. Se trata de un escenario muy complejo porque la UE y sus numerosos Estados miembros deben llegar a un acuerdo internacional juntos, para crear lo que se denomina un acuerdo mixto.

Aunque el término "acuerdos mixtos" no figura en los tratados TUE y TFUE, se ha convertido en una práctica muy extendida en las relaciones exteriores de la UE. Estos convenios requieren la firma de la UE y sus Estados miembros y de uno o varios países no pertenecientes a la UE. Esta doble participación genera una interrelación fascinante y compleja entre la UE y el derecho internacional.

El enfoque de la UE sobre los acuerdos comerciales evolucionó de modo considerable con el Tratado de Lisboa, que amplió la PCC y redefinió el equilibrio de competencias entre la UE y sus Estados miembros. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha desempeñado una función clave a la hora de aclarar el alcance de las competencias exclusivas de la UE en materia de comercio, en particular mediante el Dictamen 2/15 sobre el acuerdo UE-Singapur, que sentó un precedente para futuras negociaciones comerciales. El Tribunal estableció que, si bien la UE tiene competencia exclusiva sobre el comercio de mercancías, servicios e inversiones extranjeras directas, otras disposiciones, tales como la protección de las inversiones y las inversiones de cartera, requieren ratificaciones nacionales. Este dictamen tiene profundas implicaciones para la clasificación y posterior ratificación del acuerdo UE-Mercosur.

LA ASOCIACIÓN UE-MERCOSUR:

¿UN ACUERDO EXCLUSIVO O MIXTO?

El destino del acuerdo UE-Mercosur depende del alcance de las competencias implicadas. La Comisión Europea quiere estructurarlo como un acuerdo comercial exclusivo

de la UE, señalando que su principal objetivo es la reducción de aranceles y la facilitación del comercio. Sin embargo, los precedentes recientes complican este enfoque. El Dictamen 2/15 y los recursos contra el Acuerdo Económico y Comercial Global (AECG) entre la UE y Canadá sugieren que las disposiciones sobre protección de las inversiones, derechos laborales y normativa medioambiental podrían llevar el acuerdo al ámbito de las competencias compartidas, o incluso de las competencias exclusivas de los Estados miembros, lo cual implica una ratificación obligatoria por todos los Estados miembros. Tras el acuerdo político de diciembre de 2024, el texto se enfrenta a numerosos obstáculos. Ahora debe someterse a revisión jurídica y traducción a todas las lenguas oficiales de la UE. Más adelante, la Comisión presentará propuestas al Consejo para firmar y celebrar el acuerdo en su totalidad, con un plazo límite establecido para mediados de 2025. Estas propuestas determinarán si el acuerdo UE-Mercosur debe ratificarse con carácter mixto o exclusivo. Otra posibilidad es dividir el acuerdo en dos: uno exclusivo de la UE y otro mixto.

La aprobación de los acuerdos mixtos es más compleja que la de los acuerdos exclusivos de la UE: no solo requieren la ratificación del Consejo y el visto bueno del Parlamento Europeo, sino también la aprobación de cada Estado miembro con arreglo a sus propios requisitos constitucionales. Las decisiones del Consejo de firmar (en virtud del artículo 218(5) del TFUE) y celebrar el acuerdo, tras la aprobación del Parlamento Europeo (en virtud del artículo 218(6) del TFUE) requieren mayoría cualificada; además, el artículo 218(8) estipula una serie de excepciones para cuando se precisa unanimidad, incluidos los acuerdos de asociación.

¿Y SI UNO DE LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA UE SE OPONE AL ACUERDO?

El debate sobre la forma jurídica del acuerdo tiene profundas implicaciones políticas. Francia se ha erigido en el principal oponente, argumentando que el acuerdo debe considerarse como mixto debido a su impacto en la agricultura, la normativa medioambiental y la contratación pública. El presidente Emmanuel Macron ha insistido en que el acuerdo, en su forma actual, es "inaceptable" y ha declarado la intención de Francia de cuestionar el enfoque de la Comisión tanto jurídica como políticamente.

El camino hacia la ratificación diferirá mucho en función de cómo se clasifique el acuerdo. Un tratado exclusivo solo necesitaría una votación por mayoría cualificada en el Consejo de la UE y la aprobación del Parlamento Europeo, lo que agilizaría el proceso de manera notable. Sin embargo, un acuerdo mixto requeriría la aprobación unánime del Consejo y la ratificación de los 27 parlamentos nacionales, un proceso famoso por sus retrasos. Por ejemplo, el acuerdo comercial entre la UE y Canadá (AECG) se clasificó como acuerdo mixto y quedó bloqueado cuando Bélgica no pudo respaldarlo debido a la oposición de una de sus regiones, Valonia.

La Comisión Europea quiere estructurarlo como un acuerdo comercial exclusivo de la UE, señalando que su principal objetivo es la reducción de aranceles y la facilitación del comercio. Sin embargo, los precedentes recientes complican este enfoque.

INNOVACIÓN

Perspectiva de 2 músicos nacionales: “Chirola” Ruíz Díaz de Kchiporros y Cami Flecha

El arte de construir una marca personal: el camino de los artistas nacionales

prensa@5dias.com.py

En el mundo de la música, las barreras se desdibujan y los géneros encuentran nuevos caminos de fusión. Dos artistas paraguayos han transitado este proceso de transformación, rompiendo estereotipos y explorando su identidad en cada etapa de sus carreras.

Por un lado, Camila Flecha, DJ y productora, ha construido un personaje con el que su público se identifica, moviéndose entre la electrónica y el rock, desafiando lo convencional y dejando su huella en la industria. Con una década de trayectoria, su esencia sigue intacta, aunque su sonido ha evolucionado en busca de nuevas conexiones con el público.

Por otro, Roberto “Chirola” Ruíz Díaz, líder de Kchiporros, recuerda cómo la música en Paraguay, antes casi un acto de resistencia, se convirtió en un espacio de expresión y transformación. De tocar por diversión en el colegio a fundar una productora y un sello discográfico, su carrera ha sido un ejemplo de autogestión y evolución constante.

Camila, ¿cómo construis, rompiendo un montón de estereotipos, esa imagen de mujer, artista y otra vez dentro del rubro de la música electrónica, fusionando todo eso y crear una especie de personaje por el cual la gente se siente identificada?

Para mí es un constante cambio buscando esa identidad. Yo arranqué hace 10 años atrás y probablemente la Camila de 10 años atrás no es del todo la Camila de hoy en día. Me pasa mucho con este disco, el último disco. Flecha Guarani, cambió muchísimo también la manera en la que yo voy a comunicar las cosas. O sea, fue un toque que cambió y dio vuelta todo lo que es como veía el arte. Entonces, para mí, en estos 10 años, lo princi-



La innovación en la industria musical también es algo importante para mantenerse.

pal y lo que yo más siento que guardé fue la esencia. Si bien, así como dijiste, es un rubro un poco no convencional capaz, pero creo que lo que más yo guardo también era que yo quería hacer. Desde el día uno yo tenía súper marcado lo que quería hacer y bueno, tuve la suerte de que rodeé un equipo humano súper importante, desde managers hasta también un equipo de dirección artística, un equipo en el escenario y realmente creo que eso hizo también que yo vaya creciendo. Entonces, también generar esa conexión con el público hizo que durante todos estos años yo pueda entender cómo se siente una persona, un objeto que tienen ganas de escuchar, que quieren bailar.

Para Chirola, ¿cómo arrancó la historia de Kchiporros?

Empezamos tocando en el colegio, jugando a la música en un país donde estaba prohibido y vetado tener la posibilidad casi de tener un proyecto musical. Si bien existían muchos proyectos, la verdad que era muy muy difícil imaginarse una vida dentro de la industria de la música, del entretenimiento.

Lo nuestro fue un juego, fue accidental, pero muy rápido pasó algo, un click

ahí que nos dimos cuenta de que esto también era un llamado, era una misión, era una vocación. Viajando por Paraguay me di cuenta que la vocación siempre estuvo. Uno, el superpoder de llegar a la gente, de entretener a la gente y hacerle bailar, eso fue fantástico.

Unos años después, ese superpoder de hacerle bailar también se convirtió en una necesidad de transmitir también pensamientos, cultura, emociones y por ahí otro tipo de música también, como una transformación. Y fue una transformación progresiva pero muy intensa. Nosotros pudimos aprender a hacer todo en un país donde no había industria formalizada.

Hasta hoy en día, el famoso do it yourself fue global. Pudimos crecer nuestra propia productora, nuestro sello discográfico, nuestra editorial, nuestra oficina de marketing. Y desde ese momento no paramos.

Somos, como dijo bien Cami, también un equipo, porque no podría decir que estaría acá sentado si no hubiese sido también por el equipo que formamos en el tiempo. Y siento que lo más importante para llegar hasta acá fue la consistencia, la coherencia

y supongo que la postura firme de ser auténtico, de entender cada etapa o cada ciclo como una renovación.

Camila, ¿cómo hacen a la hora de trabajar con marcas o trabajar en una campaña?

Yo me siento bastante identificada porque, de repente, llegan muchas marcas con una campaña definida y un mensaje claro que quieren comunicar. Lo que hacemos con el equipo no es simplemente seguir sus indicaciones al pie de la letra, sino que buscamos aportar nuestra visión. No intento imponer mi criterio de manera unilateral, sino que siempre estoy abierta a escuchar los puntos de vista de mi equipo, que es profesional y talentoso.

Me sucede algo similar a lo que mencionaba Chirola: muchas veces se establecen ciertos parámetros semanales o mensuales que debemos seguir. Frente a esto, buscamos darle una vuelta creativa. Personalmente, prefiero trabajar con marcas que realmente acompañen y crean en lo que hago, que apoyen la música, a los artistas y que nos brinden libertad para experimentar.

Por ejemplo, si una marca quiere comunicar algo

específico, en lugar de hacerlo de manera tradicional, podemos plantearnos alternativas: ¿y si lo hacemos desde una consola?, ¿desde el estudio?, ¿en un show en vivo? La idea es que las marcas se integren a nuestro día a día. Los fines de semana —o incluso durante semanas enteras— estamos en el estudio, explorando nuevas músicas e innovando en el arte de ser DJ.

Ahora, con este nuevo camino como artista y con este disco, he tenido la oportunidad de trabajar con grandes referentes y bandas de renombre. Esto me abrió nuevas posibilidades, como la idea de vincular una marca a una canción o de incorporar sonidos específicos, como una batería o una guitarra, dentro del proceso creativo. Es un desafío interesante y enriquecedor.

Creo que es hermoso poder fusionar el arte con otras industrias, porque el arte es una de las pasiones más grandes que compartimos a nivel mundial. Justamente, el año pasado un amigo me decía que la música y el fútbol son dos pasiones universales que tienen el poder de unir a las personas. De la misma manera, buscamos que las marcas se sumen a esa conexión genuina, acompa-

EL DATO

LOS ARTISTAS ROMPEN ESTEREOTIPOS Y FUSIONAN SONIDOS CON LAS MARCAS

ñando nuestro propósito y las ganas de crear lazos a través de la música.

Chirola, ¿Alguna experiencia sobre las marcas en la música?

Ya fuera en el sector de la telefonía, bebidas u otros rubros, estas marcas nos ayudaron a dar un paso adelante y a construir algo sólido. Siempre fue un proceso muy orgánico, basado en relaciones de largo plazo.

En su momento, cuando en el país se implementó el formato de eventos que combinaban telefonía y música, nosotros fuimos los propios productores de esos encuentros. Siempre supimos trabajar en conjunto y aprovechar las oportunidades a nuestro favor.

Un recurso que se utiliza mucho es la sincronización de canciones. Por ejemplo, en el caso de una marca de yerba mate, en lugar de crear un jingle desde cero, lo que hicieron fue sincronizar la letra de nuestra canción Sabores de la Yerba con su campaña. Este tipo de estrategias permiten aprovechar canciones existentes dentro de un nuevo contexto publicitario.

También hemos compuesto jingles y trabajado en campañas. Sin embargo, preferimos establecer alianzas a mediano y largo plazo, en lugar de colaboraciones puntuales. A veces, una marca nos pide:

“Necesito que compongas un hit para mañana”, sin entender que este proceso lleva tiempo y creatividad. Aun así, seguimos explorando diferentes formas de integrar la música con las marcas, siempre buscando que la colaboración sea auténtica y beneficiosa para ambas partes.

UIP

Proyección de crecimiento en la hidrovía Paraguay-Paraná

Inversión en barcazas podría generar impacto económico de US\$ 1.000 millones

prensa@5dias.com.py

La industria naval nacional tiene como reto constante el crecimiento y para eso se enfrenta a varios desafíos. Según un informe del Centro de Estudios Económicos (CEE) de la Unión Industrial Paraguaya, elaborado en conjunto con la Cámara Paraguaya de Industria Naval (CINAVAL), la construcción de nuevas barcazas representa una oportunidad clave para el desarrollo económico del país.

El informe destaca que, para cubrir la demanda proyectada y sustituir embarcaciones obsoletas, sería necesario incorporar unas 268 barcazas anualmente hasta 2041. Esto implicaría una inversión sustancial en el sector metalúrgico y un efecto multiplicador en la economía paraguaya.

Los datos presentados en el estudio señalan que la construcción de 200 barcazas por año podría generar más de 2.000 empleos directos e indirectos. Asimismo, los salarios y aportes sociales aumentarían considerablemente, con una estimación de US\$ 58,9 millones en remuneraciones y US\$ 8,9 millones en contribuciones patronales.

Además, el Estado recibiría ingresos fiscales por más de US\$ 22,7 millones en impuestos, lo que demuestra el impacto positivo que podría tener la expansión de la industria naval. En términos generales, el informe estima que la inversión en la construcción de barcazas podría generar un impacto económico total superior a los US\$ 793 millones en un período de 20 años.

El efecto podría ser aún mayor si la producción alcanza las 350 barcazas anuales, lo que elevaría el impacto económico por encima de los US\$ 1.000 millones. Este efecto se produciría a través de los encadenamientos productivos, beneficiando a proveedores de insumos,



La hidrovía Paraguay-Paraná moviliza más del 90% de las exportaciones del país.

inversionistas y sectores vinculados al consumo de bienes y servicios.

CANALES

La hidrovía Paraguay-Paraná es el principal canal de comercio del país, permitiendo movilizar más del 90% de las exportaciones y el 85% de las importaciones. Sin embargo, el sector naval enfrenta limitaciones para satisfacer la creciente demanda de transporte fluvial.

Julio Fernández, jefe senior del CEE, explica que la carga fluvial transportada solo por el tramo Río Apa-Asunción alcanzará los 21,7 millones de toneladas para 2041. Si se consideran todos los tramos de la hidrovía, la cifra podría llegar a aproximadamente 41,3 millones de toneladas.

El estudio también señala que industrias clave, como

la cementera y la celulosa, impulsan este crecimiento en la demanda de transporte fluvial, lo que hace necesario incrementar la flota de barcazas.

El sector metalúrgico paraguayo cuenta con una capacidad instalada considerable, aunque actualmente opera con más del 50% de capacidad ociosa. Según el informe, con el financiamiento adecuado, podría alcanzar el 100% de su capacidad instalada y producir entre 150 y 200 barcazas anualmente.

"Si el sector metalúrgico paraguayo recibe el financiamiento adecuado, podría alcanzar el 100% de su capacidad instalada y producir entre 150 y 200 barcazas anualmente, lo que cubriría una parte significativa de la demanda. Sin embargo, para cumplir

con las proyecciones más amplias de demanda, es esencial aumentar la capacidad productiva mediante inversiones estratégicas", destaca Fernández.

FINANCIAMIENTO

El documento también analiza modelos de financiamiento implementados en otros países de la región. Brasil, por ejemplo, ha creado un fondo de 10,5 billones de reales (más de US\$ 1,7 mil millones) para la construcción y modernización de embarcaciones a través del Fondo de la Marina Mercante, un esquema que les ha permitido mejorar la competitividad de la industria naval brasileña.

Julio Fernández señala que "un esquema de financiamiento similar en Paraguay podría mejorar la competitividad del sector

naval local y atraer nuevas inversiones, permitiendo que el país aproveche su potencial en este campo".

CONSEJOS

A partir de los hallazgos del informe, el CEE propone recomendaciones para fortalecer la industria naval. Una de las principales estrategias es potenciar la producción nacional de barcazas, aprovechando la demanda creciente del mercado y reduciendo la dependencia de embarcaciones importadas.

Asimismo, se destaca la importancia de aprovechar la capacidad instalada de los astilleros locales y expandirla mediante financiamiento adecuado, lo que permitiría a la industria metalúrgica nacional satisfacer gran parte de la demanda de barcazas con producción local.

EL DATO

LA CONSTRUCCIÓN DE 200 BARCAZAS POR AÑO PUEDE GENERAR MÁS DE 2.000 EMPLEOS TANTO DE MANERA DIRECTA COMO INDIRECTA.

LA CIFRA

2.500
UNIDADES MÁS AL STOCK ACTUAL SON NECESARIAS PARA CUMPLIR CON LA DEMANDA AL AÑO 2041.

EL DATO

LAS INDUSTRIAS DE CEMENTO Y DE CELULOSA SON CLAVES PARA EL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA DE TRANSPORTE FLUVIAL, NECESARIAS PARA AUMENTAR LA FLOTA DE BARCAZAS.

Otro punto clave es el impacto socioeconómico positivo que tendría el desarrollo de la industria naval. La generación de empleo, el aumento de ingresos fiscales y la dinamización de otros sectores productivos son algunos de los beneficios que se destacan en el informe.

El estudio concluye que la construcción de barcazas no solo es una necesidad para el comercio exterior del país, sino también una oportunidad clave para el crecimiento económico e industrial paraguayo. "Fortalecer la industria naval local no solo mejorará la competitividad de nuestro comercio exterior, sino que también contribuirá significativamente a la creación de empleo y a la generación de valor agregado en nuestra economía", concluye Fernández.

TOM INSIDE TALKS 2025

Cómo conectar con los consumidores

Las estrategias de éxito de referentes femeninas del marketing nacional

Alma Morán
amorán@5días.com.py

Referentes femeninas del sector farmacéutico, perfumería y combustibles compartieron un panel en el Top of Mind 2025 donde profundizaron en las estrategias de marketing exitosas que aplican en sus diferentes negocios.

LA PERSONALIZACIÓN COMO CLAVE DE CONEXIÓN

En sectores como fragancias y cosmética, el storytelling se entrelaza estrechamente con la personalidad del consumidor. "Hoy en día, ya no basta con contar una historia bonita. El storytelling debe ser una experiencia inmersiva, un mensaje con propósito y una plataforma para la participación del consumidor", afirmó Camila Marsá, gerente de Marketing y Compras de AJ Boston.

Para ello, destacó tres pilares fundamentales:

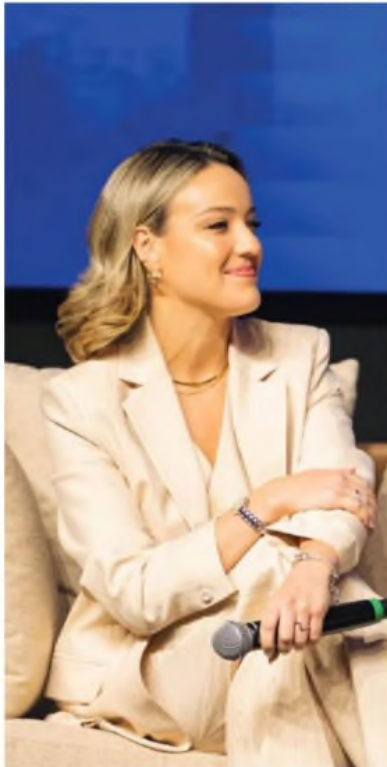
Experiencias inmersivas: Las marcas deben ir más allá de la exhibición del producto y crear un universo en el que el consumidor pueda sumergirse. Ejemplo de ello son las activaciones en puntos de venta que transmiten la esencia de la marca más allá del producto en sí.

Mensajes con propósito: El consumidor actual busca identificación con los valores de la marca. Empresas que promueven la sostenibilidad han logrado un fuerte engagement al desarrollar productos alineados con este principio, como fragancias veganas o envases reciclables.

Participación del consumidor: Hoy el cliente quiere ser protagonista. Darle voz en la construcción de la marca fortalece la lealtad y el sentido de comunidad.

AUTENTICIDAD

Desde el sector de combustibles hasta la industria farmacéutica, se coincidió en que la autenticidad es esencial. "Si la marca no es coherente entre lo que dice y lo que



Camila Marsá, gerente de marketing y compras de AJ Boston.



Leticia Yampey, gerente de marketing de Punto Farma.



Carolina Silva, gerente de marketing de Puma Energy.

hace, se pierde credibilidad y, con ella, la fidelidad del cliente", enfatizó sobre este punto Carolina Silva, gerente de Marketing de Puma Energy.

mentos de crisis. La autenticidad, además, debe reflejarse en la cultura interna de la empresa, alineando valores con acciones.

INNOVACIÓN

Por su parte, el sector farmacéutico resaltó la innovación como pilar diferenciador. "Nos basamos en pilares fundamentales

como la innovación y la responsabilidad social empresarial. Gracias a esto hoy podemos ser la cadena farmacéutica más grande del país", señaló a su turno Leticia Yampey, gerente de Marketing de Punto Farma. Entre las iniciativas destacadas, mencionó el primer robot farmacéutico del país, el uso de muñecos

promocionales y campañas de responsabilidad social que han logrado gran adhesión del público.

EL DESAFÍO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En este tiempo donde la inteligencia artificial (IA) está transformando la manera en que se crean y comuni-

can las marcas, los expertos puntualizaron sobre la importancia del equilibrio. "La IA debe ser una aliada, no un reemplazo de la creatividad humana. La emoción y la conexión siguen siendo elementos irremplazables", indicó Yampey.

Como caso de éxito, Yampey destacó su más reciente campaña que permitió a los clientes crear el nuevo jingle de la marca, con una respuesta masiva y altamente participativa.

El panel concluyó con una reflexión unánime: en un mercado saturado de mensajes, las marcas que logren construir narrativas auténticas, con experiencias inmersivas, mensajes con propósito e interacción genuina con el consumidor, serán las que consigan la lealtad de su audiencia. La conexión humana sigue siendo la base de la comunicación, y en la era de la inteligencia artificial, mantener la autenticidad es más crucial que nunca.



EDUCACIÓN

Bajo la organización del Club de Economía de la UNA

Lanzan el curso “Economistas del Futuro” para el desarrollo académico

Alma Morán
amorán@5dias.com.py

El Club de Economía de la Universidad Nacional de Asunción (UNA) organiza el curso gratuito “Economistas del Futuro”, una iniciativa innovadora que busca conectar a jóvenes con expertos y brindar herramientas para comprender y aplicar conceptos que están transformando la economía.

“Este programa surge como respuesta a la necesidad de conectar a los futuros economistas con el sector laboral y las nuevas tendencias del mercado, especialmente en el ámbito de las finanzas tecnológicas”, indicó Jesse Godoy, presidente del Club de Economía de la casa de estudios.

La jornada académica se desarrollará de manera presencial en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNA y contará con ocho módulos, diseñados para fortalecer el conocimiento sobre tendencias económicas actuales, así como las nuevas tecnologías financieras en ámbitos como las fintech y las startups.

DETALLES DEL CURSO

Para el próximo 5 de abril está marcado el inicio del curso, el cual se llevará a cabo los días sábados en el horario de 09:00 a 11:00. El programa contempla una metodología dinámica que combina teoría con experiencias prácticas. Entre las actividades destacadas, se incluyen simulaciones de operaciones en el mundo de los cryptoactivos con la comunidad Bitcoin de Paraguay y sesiones interactivas con startups paraguayas que compartirán sus experiencias y desafíos en el sector fintech.

“El objetivo es que los participantes no solo amplíen su conocimiento teórico, sino que también puedan visualizar su potencial en distintos sectores de la economía digital y hacer un ‘match’ con las oportunidades laborales emergentes”, comentó Godoy.



Jesse Godoy, presidente del Club de Economía de la UNA.

INSCRIPCIÓN

Las inscripciones ya están abiertas pero los cupos son limitados. Las postulaciones serán registradas hasta el 21 de marzo. Cabe mencionar que el curso está dirigido principalmente a estudiantes y egresados de

la UNA, pero también ofrece plazas para miembros de los Clubes de Economía de la Universidad Americana y la Universidad Católica.

Las clases se desarrollarán los sábados de 9:00 a 11:00 a lo largo de ocho semanas,

comenzando el 5 de abril. Se entregarán certificados a quienes cumplan con una asistencia mínima del 80%. Para más información, pueden contactar con el Club de Economía de la UNA a través de sus redes sociales o al 0982 961 075.

“Más allá de la capacitación, ‘Economistas del Futuro’ busca fomentar el networking entre estudiantes, egresados y profesionales del sector. Queremos ser un puente entre distintas generaciones de economistas, promoviendo el intercam-

El objetivo es que los participantes no solo amplíen su conocimiento teórico, sino que también puedan visualizar su potencial en distintos sectores de la economía digital y hacer un ‘match’ con las oportunidades.”

bio de conocimientos y experiencias”, destacó Godoy.

RESEÑA

El Club de Economía de la UNA es una organización estudiantil comprometida con la formación y el crecimiento de futuros economistas. A través de eventos, capacitaciones y espacios de debate, fomenta el desarrollo de habilidades para enfrentar los desafíos del mundo económico.

“Este club nació tras la pandemia con el propósito de ser un espacio de formación científica enfocado en la economía. La organización promueve la investigación, el debate y la capacitación mediante talleres y charlas especializadas, principalmente durante la Semana del Economista. En este 2025, el objetivo es fortalecer la oferta de cursos dirigidos a estudiantes y egresados, con énfasis en las nuevas tecnologías financieras”, detalló su presidente.

UN ESPACIO PARA APRENDER Y AVANZAR

El programa cuenta con el apoyo de diversas instituciones y empresas, entre ellas MENTU, Index Casa de Bolsa S.A., Instituto Técnico Superior Smartum, Startup Lab FP-UNA y Ruruka, quienes comparten el compromiso de impulsar la educación y el desarrollo profesional de los jóvenes interesados en la economía.



COMPORTAMIENTO DE MONEDAS - FUENTE: BCP



HORA	ACUMULADO		POR CORTE HORARIO	
	COMPRA	VENTA	COMPRA	VENTA
(*)Prom. 17/03	7.966.08	7.975.55	7.964.09	7.959.91
08:30	7.966.08	7.975.55	7.964.09	7.959.91
09:00	7.966.08	7.975.55	7.964.09	7.959.91
09:30	7.958.12	7.989.92	7.958.12	7.989.92
10:00	7.967.87	7.983.87	7.972.04	7.977.48
10:30	7.960.67	7.995.96	7.943.96	8.005.35
11:00	7.963.16	7.989.01	7.967.55	7.976.43
11:30	7.972.73	7.991.72	7.979.18	7.996.26
12:00	7.968.11	7.990.18	7.952.13	7.983.34
12:30	7.967.88	7.989.40	7.965.14	7.982.33
13:00	7.967.86	7.989.40	7.967.25	7.982.33
Cierre 17/03	7.967.86	7.989.40		

AVALON OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

ACCIONES		
EMISOR	CALIFICACIÓN DE RIESGO	TIPO DE ACCIONES
Banco Río	A+ PY	ORDINARIAS B

BONOS EN GUARANÍES							
EMISOR	CALIFICACIÓN	CORTES	ISIN	TASA NOMINAL ANUAL	VENCIMIENTO		CUPÓN
					FECHA	DÍAS	
continental	AAA PY	1	PYCON02F7784	7.80%	11/06/2031	2.283	SEMESTRAL
		3.115	PYCON01F7777	7.10%	16/06/2029	1.556	SEMESTRAL
itau	AAA PY	885	PYTAU13F9322*	7.40%	20/12/2027	1.012	TRIMESTRAL
tigo	AAA PY	2.195	PYTELO5F9246	7.60%	30/12/2027	1.022	TRIMESTRAL
Banco FAMILIAR	AA- PY	2.448	PYFAM06F5200*	7.30%	19/05/2026	432	TRIMESTRAL
		2.000	PYFAM04F9436*	7.60%	20/09/2027	921	TRIMESTRAL
UNIVERSIDAD AMERICANA	A PY	25	PYICAO3F2738	8.85%	17/12/2030	2.105	TRIMESTRAL
TAPE PORÁ	A- PY	1.053	PYTPO01F0540**	10.25%	11/06/2032	2.647	MENSUAL
ENERSUR	A- PY	112	PYENEO7F9656	9.35%	04/01/2029	1.393	TRIMESTRAL

CERTIFICADOS DE DEPÓSITO DE AHORRO EN GUARANÍES							
EMISOR	CALIFICACIÓN	CORTES	VALOR NOMINAL	TASA NOMINAL ANUAL	VENCIMIENTO		CUPÓN
					FECHA	DÍAS	
continental	AAA PY	1	20.000.000	7,25%	24/06/2025	101	MENSUAL
		1	500.000.000	7,45%	13/02/2029	1.4312	TRIMESTRAL
BANCO GNB	AA+ PY	1	320.000.000	7,00%	23/02/2026	346	MENSUAL
		1	500.000.000	7,65%	17/08/2026	521	TRIMESTRAL
BNF	AA+ PY	3	200.000.000	7,45%	24/01/2028	1.046	ANUAL
Banco FAMILIAR	AA- PY	4	500.000.000	7,60%	05/08/2026	509	TRIMESTRAL
Bancop	AA- PY	12	500.000.000	7,45%	28/09/2026	563	TRIMESTRAL
		11	150.000.000	8,05%	24/08/2026	528	TRIMESTRAL

OTRAS MONEDAS

Peso Argentino

C: 5 - V: 6.6

Real

C: 1.300 - V: 1.380

Euro

C: 8.350 - V: 8.700

Peso Chileno

C: 5 - V: 10

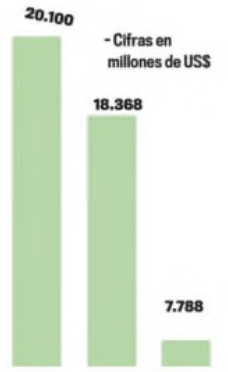
Peso Uruguayo

C: 150 - V: 250

Libra Esterlina

C: 9.000 - V: 10.500

TECNOLÓGICAS, SUS GANANCIAS



	CREDITOS	DEPOSITOS	ACTIVOS	CALIF.
Sudameris Bank S.A.E.C.A.	4.019	3.159	5.078	AA+py
Banco Continental S.A.E.C.A.	3.949	3.379	5.464	AAApy
Banco Itaú Paraguay S.A.	2.955	3.166	4.562	AAApy
Banco GNB Paraguay S.A.E.C.A.	2.254	2.406	3.077	AA+py
Banco Nacional de Fomento	2.131	2.200	2.998	AA+py
Banco Atlas S.A.	1.126	1.062	1.506	Apy
Banco BASA S.A.	1.050	892	1.419	AA+py
Banco Familiar S.A.E.C.A.	983	895	1.276	Apy
Ueno Bank S.A.	928	1.307	1.781	A+py
Bancop S.A.	598	572	805	AA+py
Banco Río S.A.E.C.A.	596	507	866	A+py
Zeta Banco S.A.E.C.A. (1)	437	336	610	Apy
Interfisa Banco S.A.E.C.A.	328	494	596	Apy
Solar Banco S.A.E.	265	292	369	Apy
Banco Do Brasil S.A.	99	116	147	AA+py
Citibank N.A.	70	256	313	AAApy
Banco de la Nación Argentina	39	50	59	A+py

Fuente: BCP. Tipo de cambio: 7.850. Monto en millones de dólares. Datos al cierre de Diciembre 2024.

SISTEMA ELECTRÓNICO - RENTA FIJA

% del total	Volumen en G.
97,83%	9.196 mil millones



ADIDAS
ANIVERSARIO
DEL AJAX CON
UNA COLECCIÓN
VINTAGE

La nueva camiseta de Adidas y el Ajax está inspirada en la rica historia del club holandés. La colección se remonta a 1911, cuando el Ajax se presentó por primera vez con su icónica equipación rojiblanca. Es la definición de un clásico, con un estilo verdaderamente vintage.



BASKET

Esta marca agranda aún más la leyenda del jugador

Steph Curry se regaló el récord de 4.000 triples en la NBA por su cumpleaños

EFE

Steph Curry, líder de los Golden State Warriors, cumplió 37 años y lo hizo con un nuevo récord en su colección, tras romper, en el partido disputado en San Francisco contra los Sacramento Kings, la barrera de los 4.000 triples en la NBA.

Curry, cuádruple campeón NBA con los Warriors y ganador del oro olímpico en París 2024 con la selección estadounidense, conectó el triple 4.000 de su legendaria carrera en el tercer período del encuentro ganado 130-104 por su equipo. Lo hizo pocas horas antes de celebrar su cumpleaños y reconoció, al acabar el parti-

do, que alcanzar esta marca supera sus "sueños más salvajes".

Le faltaban dos triples para romper la barrera de los 4.000 y lo consiguió en una noche en la que no necesitó un gran desgaste de energías frente a los Kings. Acabó el partido con once puntos, con dos de seis desde el arco, dos rebotes y cinco asistencias.

EL 'REY DE LOS TRIPLES'

Esta marca agranda aún más la leyenda de Curry, que desde diciembre de 2021 se convirtió en el máximo anotador histórico de triples de la NBA al superar los 2.973 de Ray Allen en un partido entre Warriors y New York Knicks disputado



en el Madison Square Garden.

Curry es líder en la tabla de máximos anotadores de tiros de tres puntos con 873

canastas de ventaja sobre el segundo, James Harden (3.127). El exjugador Ray Allen sigue en el podio con sus 2.973 triples, aunque Damian Lillard, estrella de

los Milwaukee Bucks, le tiene en su objetivo con 2.794.

Klay Thompson, que formó una dupla espectacular con Curry en los Warriors

y milita ahora en los Dallas Mavericks, es quinto en esta clasificación con 2.667, seguido por los 2.560 de Reggie Miller.

No falta en esta tabla LeBron James, el líder absoluto por puntos anotados de la NBA, quien conectó 2.542 triples y ocupa la séptima posición. James, de 40 años, consiguió el pasado 4 de marzo el récord de 50.000 puntos en la NBA en un partido jugado por Los Ángeles Lakers en casa contra los New Orleans Pelicans.

El 'top-10' de máximos triplistas de la NBA se completa con Kyle Korver (2.450), Paul George (2.349) y Vince Carter (2.290).

Hacer realidad tus sueños es muy simple, solo tenés que **animarte**

¡Solicitá tu préstamo de maquinarias!

7,5% Tasa en USD hasta 5 años de plazo

INTERFISA
BANCO