



MARCOS VIEIRA

LA INDUSTRIA LOGÍSTICA EVOLUCIONARÁ INFLUENCIADA POR LOS MERCADOS DE ARGENTINA Y BRASIL.

PÁG. 6

DIOSX

INDUSTRIA



MIÉRCOLES
5 DE
FEBRERO
DE 2025
AÑO 2
Nº 696

PRESIDENTE DE COPALSA

CARLOS INSFRÁN MICOSI:

“La industria alimentaria crece con mejoras en calidad y volumen”

Pese al aumento de costos y desafíos logísticos, el mercado nacional valora cada vez más los productos locales, que han alcanzado altos estándares. En este contexto, Copalsa ha optimizado su gestión logística y expandido su oferta de insumos, apostando por la innovación con el lanzamiento de nuevos productos y la incorporación de tecnología en sus procesos productivos.

El acceso al financiamiento y el fortalecimiento de la competitividad del sector se verán impulsados por la reciente obtención del grado de inversión. Copalsa ha implementado estrategias para mantenerse a la vanguardia, como la digitalización de procesos y la mejora en la gestión de residuos. Además, la empresa busca ampliar su gama de productos en el mercado local y fortalecer su presencia internacional, en línea con las tendencias de consumo y sostenibilidad.

Pág. 5



NX 350h
TECNOLOGÍA QUE CONECTA



LEXUS
EXPERIENCE AMAZING

(021) 619-0450 | Lexus Paraguay | Lexus Py | Avda. Mariscal López esquina Reclus - Asunción | TOYOTOSHI SOCIEDAD ANÓNIMA

Las innovaciones y nuestra rutina: realizando la oferta de valor



GEORGE LEAL JAMIL
PROFESOR ASOCIADO DE LA
FUNDAÇÃO DOM CABRAL, BRASIL



Intentaré trazar un camino sobre el tema, evaluando casos de mercado y abordando principios de la innovación y de la Gestión de la Innovación como un proceso integral en este deseado camino de emprender e innovar".

Los temas relacionados con la innovación siempre nos rodean. Son provocaciones, demandas, cambios en los intereses de los clientes; en fin, estamos constantemente presionados a innovar. En nuestro trabajo dentro del programa PAEX de la FDC, este tema nunca sale de la agenda, nunca deja de ser debatido y evaluado.

En estas interacciones con los participantes, una constatación: hay innovaciones que quedaron olvidadas, fueron absorbidas y se volvieron "poco interesantes". ¿Eran realmente innovaciones? ¿Qué principios nos dejó cada caso como experiencia para emprender con innovación? En este artículo, intentaré trazar un camino sobre el tema, evaluando casos de mercado y abordando los principios de la innovación en sí y de la Gestión de la Innovación como un proceso integral en este deseado camino de emprender e innovar.

Algunos de los desafíos que planteo a nuestros participantes sobre la innovación se discutirán a continuación. Primero, ¿todas las innovaciones tienen éxito o nos dejan buenas experiencias? La respuesta del mercado es clara: no, no todas las iniciativas son exitosas, pero podemos aprender tanto de los casos de éxito como de los fracasos. Podemos analizar lanzamientos históricos como el sistema Betamax de Sony, productos tecnológicos inestables como las ofertas de Wave y la primera versión de las gafas de realidad virtual de Google, o incluso el sistema Motorola Iridium. Algunos de estos proyectos consumieron grandes recursos financieros y tiempo de organizaciones globales, resultando en decepciones

pero también en valiosas lecciones sobre la realidad.

En el aprendizaje que llevamos a cabo con nuestros alumnos del PAEX en la FDC, destacamos los riesgos de ambiciones demasiado altas sin una propuesta de proyecto bien elaborada, lanzamientos sin pruebas ni evaluaciones con usuarios finales y la baja atención a los sistemas asociados con la innovación (por ejemplo, la infraestructura necesaria para procesar y almacenar programas de computadora o los sistemas de comunicación disponibles para transmitir señales). En estos casos, el aprendizaje proviene de los errores cometidos, que deben evaluarse como parte del posicionamiento de innovaciones.

Aquí es donde entran la gestión del alcance de los proyectos (definir claramente qué se busca y qué se ofrece), las evaluaciones constantes con los clientes y el mercado para medir reacciones de competidores, sistemas de soporte asociados, etc., y finalmente, la gestión de riesgos para evitar que una oferta quede desprotegida, exponiendo la marca al fracaso.

En el ámbito de las innovaciones exitosas, además de los célebres casos del iPhone, versiones de automóviles que cambiaron el mercado, procesos que optimizan la producción de bienes y servicios, y revisiones estructurales que permitieron navegar por "océanos azules" - espacios de mercado aún inexplorados -, planteamos algo que desafía a los participantes: innovaciones que fueron absorbidas y se han convertido en productos y servicios cotidianos para los clientes.

Es interesante confrontar a los interlocutores con innovaciones como manijas, bisagras, termos, ascensores, velcro, cables planos y conectores USB. ¿Innovaciones? ¿Algo tan barato y cotidiano? Sí, ¡innovaciones!

La percepción de que dejaron de ser innovaciones proviene de su absorción en nuestras rutinas diarias, algo que todo innovador ambicioso pero que a veces olvida analizar en estos casos aparentemente triviales. Actualmente, podemos mencionar que tecnologías como el internet de las cosas y algunas funciones de análisis de datos e inteligencia artificial ya están recorriendo este camino, convirtiéndose en innovaciones efectivas al ser incorporadas en nuestras vidas. Ejemplos incluyen electrodomésticos interconectados, interfaces avanzadas de aplicaciones y formas más sofisticadas de usar un simple "motor de búsqueda" en internet, entre otros.

¿Qué aprendemos aquí? Algunas señales claras que destacamos con nuestros participantes del PAEX en la FDC son exactamente lo opuesto a los fracasos mencionados: soluciones adoptadas por los clientes de inmediato, sin presentar "fricción" (dificultades de uso). Innovaciones que actúan directamente sobre un objetivo o problema, resolviéndolo y/o aprovechando una oportunidad. Innovaciones que nos enseñan cómo lograr que la innovación cumpla su propósito, transformando la realidad de quienes la utilizan.

Continuaremos explorando este tema en futuros artículos, pero las experiencias - "buenas o malas" - son excelentes fuentes de aprendizaje.

Juntos,
estamos creando
el **futuro**
y, con cada **lectura,**
construimos algo
más grande.

Hace que tu equipo piense como vos.
Sé parte de una comunidad exclusiva.



MÁS INFORMACIÓN
tigre@5dias.com.py
0982456111

5Dias
POWERPLAYER

MULTINACIONAL

Diego Olivella, gerente técnico comercial de Molecor Paraná

"Paraguay empezará a ejecutar proyectos de saneamiento y estamos preparados para acompañarlo"

prensa@5dias.com.py

Molecor Paraná inauguró en noviembre del año pasado su nueva planta industrial en Villeta, Paraguay. La empresa, dedicada a la fabricación de tuberías plásticas para agua y saneamiento, refuerza de esta manera su presencia en el país y en el mercado regional. "Hicimos la inauguración de una nueva planta industrial en la ciudad de Villeta, que ya está en funcionamiento desde hace unos meses", señaló Diego Olivella, gerente técnico comercial de Molecor Paraná.

La firma opera en Paraguay desde 2013 con una red comercial y desde 2017 con su primera planta industrial. "Molecor es una empresa multinacional con tecnología española, presente en más de 30 países", explicó Olivella. Desde Paraguay, la compañía abastece al mercado local y exporta a Perú, Uruguay, Bolivia y Argentina.

MÁS CAPACIDAD Y ALMACENAMIENTO

La nueva planta responde a la necesidad de mayor capacidad de almacenamiento y producción. La capacidad de producción aumentó en aproximadamente un 40%. "Hemos pasado de producir más o menos unas 2.000 toneladas a unas 2.800 a 3.000 toneladas", explicó. Con este incremento, la empresa busca garantizar el suministro oportuno a sus clientes y expandir su alcance en nuevos mercados.

El producto estrella de Molecor es el PVC orientado, una tecnología desarrollada por la empresa. "El PVC orientado existe hace más de 30 años, pero Molecor desarrolló una tecnología de punta diferente a las demás, que permite que los tubos se fabriquen más rápidamente y con una calidad



Diego Olivella, gerente técnico comercial de Molecor Paraná.

superior", señaló Olivella. Esta innovación le permite a la compañía mantener una posición competitiva en el mercado.

EXPANSIÓN

La empresa no solo mantiene su línea de productos tradicionales, sino que también trabaja en

nuevos desarrollos. "Hoy en día, además del PVC orientado, también estamos desarrollando otros tipos de productos para saneamiento", afirmó Olivella.

Estos productos incluyen soluciones para proyectos de alcantarillado sanita-

rio, así como tuberías y conexiones para casas, edificios y hoteles. "Paraguay va a empezar a ejecutar proyectos de saneamiento y Molecor está preparado para acompañar ese proceso", agregó.

La inauguración de la nueva planta tuvo un impacto

significativo en la visión de la empresa. "Nosotros sabemos que la mayor parte de los industriales entiende que una gran posibilidad de venta se da cuando mostrás tu casa", indicó Olivella. La planta permite exhibir la capacidad de producción y la calidad de los productos,

lo que genera confianza en clientes y potenciales compradores.

En el evento participaron representantes de diversos países, incluyendo organismos estatales de agua de Uruguay, empresarios de Brasil, Argentina, Bolivia y Perú, además de Paraguay. "Buscamos generar un alcance lo más grande posible", afirmó Olivella.

PROYECCIÓN

Con la nueva planta en funcionamiento, Molecor apuesta a consolidar su crecimiento y acompañar el desarrollo de proyectos hídricos en la región. "Estamos centrados en aumentar cada vez más la capacidad de fabricación porque creemos que nuestros países limítrofes también están creciendo en proyectos de agua y saneamiento", afirmó Olivella.

El foco de la empresa para los próximos años incluye la investigación y desarrollo de nuevos productos, la expansión comercial y el fortalecimiento de su red de clientes. "Estamos abocados a tres áreas: desarrollo de proyectos, fabricación y comercialización", explicó Olivella.

Según Olivella, Paraguay tiene condiciones favorables para liderar en el sector industrial de tuberías plásticas. "No tiene absolutamente nada que envidiar a los demás países", afirmó. Destacó que la mano de obra en Paraguay es 100% local y está altamente capacitada para desarrollar proyectos de gran envergadura.

Con la nueva planta, Molecor busca reforzar su rol como proveedor de soluciones para agua y saneamiento en Paraguay y la región. "Estamos al servicio de las ingenierías, los proyectistas y las constructoras para abastecer toda la información pertinente", concluyó Olivella.



José David Angulo
janguelo@5dias.com.py

INDUSTRIA

Carlos Insfrán Micossi, presidente de Copalsa

“Calidad e innovación son fundamentales para nuestro éxito y permanencia”

El presidente de Copalsa, Carlos Insfrán Micossi, reflexionó en entrevista con 5Días sobre los avances y desafíos que la empresa enfrentó a lo largo del último año, resaltando el desempeño positivo a pesar de los obstáculos, como el aumento de los costos de insumos y la competencia en el mercado. En cuanto a los principales desafíos, destacó la importancia de mantener la calidad y satisfacción de los clientes, lo cual sigue siendo clave para el éxito de la compañía. En este sentido, destacó que “la gestión logística fue un reto superado con colaboración con proveedores y optimización de la cadena de suministro.”

En cuanto a las expectativas y estrategias de crecimiento para este año, Insfrán mencionó que la empresa está enfocada en mantener un crecimiento sostenido en el mercado nacional. “Buscamos un crecimiento sostenido en el mercado nacional, invirtiendo en tecnología y fortaleciendo la distribución”, afirmó. Además, la compañía está ampliando su gama de insumos para impulsar la innovación, con el lanzamiento de nuevos productos alineados con las tendencias de la industria, siempre manteniendo precios competitivos.

Sobre la situación de la industria alimentaria en Paraguay, el presidente de Copalsa consideró que la industria está experimentando un crecimiento en términos de calidad y volumen. “La industria crece con mejoras en calidad y volumen. Pese a costos altos y problemas logísticos, el mercado valora cada vez más los productos nacionales, que han alcanzado altos estándares”, comentó. Resaltó asimismo que Paraguay tiene una posición estratégica para liderar la producción y exportación de alimentos, destacando el fuerte impulso que están recibiendo las empresas en términos de innovación y tecnología, lo que fortalece la competitividad del sector.

GRADO DE INVERSIÓN E INNOVACIÓN

Al ser consultado sobre el impacto que tendrá la obtención del grado de inversión en el sector industrial del país, Insfrán indicó que este avance representará una oportunidad importante. “Facilitará el acceso a financiamiento, incenti-



Carlos Insfrán Micossi, presidente de Copalsa.

vará inversiones y reducirá costos crediticios, fortaleciendo la competitividad de las empresas”, explicó. Según él, se espera un mayor ingreso de capital, dinamismo comercial y un ambiente de negocios más propenso a generar oportunidades para la industria nacional.

En el área de la innovación Copalsa ha apostado por la mejora continua de sus procesos y productos. Recientemente, la empresa optimizó sus procesos internos para lograr una mayor eficiencia, reduciendo la dependencia de recursos externos. En cuanto a pro-

ductos, Copalsa lanzó un cuajo líquido para quesos, dirigido a emprendedores y productores. “Hemos optimizado procesos para mayor eficiencia y menor dependencia de recursos externos. Recientemente lanzamos un cuajo líquido para quesos, dirigido a emprendedores y productores”, detalló Insfrán. Además, la empresa ha avanzado en digitalización, implementando nuevos módulos de ERP y herramientas de Business Intelligence, con el fin de mantenerse competitiva. También destacó la incorporación de personal calificado y asesoramiento

internacional como parte de su estrategia para seguir liderando el mercado.

Respecto a sus planes de expansión, Insfrán señaló que Copalsa tiene en mente ampliar su gama de productos en el mercado nacional y fortalecer su presencia en el internacional. “Sí, buscamos ampliar nuestra gama en el mercado nacional y fortalecer presencia en el internacional”, comentó; un crecimiento que vendría de la mano de mejoras internas que permitirán aumentar la capacidad productiva y el desarrollo de nuevos productos, en línea con las tendencias globales.

La industria crece con mejoras en calidad y volumen. Pese a costos altos y problemas logísticos, el mercado valora cada vez más los productos nacionales, que han alcanzado altos estándares.”

EL DATO

BUSCAN AMPLIAR SU GAMA DE PRODUCTOS EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.

LA CIFRA

15
SUCURSALES TIENE COPALSA EN EL PAÍS.

SOSTENIBILIDAD

En cuanto a la sostenibilidad, Copalsa ha integrado esta dimensión en su operación diaria. Insfrán destacó la optimización en la gestión de residuos, como el uso de subproductos como fertilizantes. “Optimizamos la gestión de residuos, reutilizando subproductos como fertilizantes”, explicó.

Además, la empresa apoya a comunidades de bajos recursos con capacitación en producción artesanal y compra insumos a agricultores locales, lo cual contribuye a la sostenibilidad social y económica de la región.

TENDENCIAS

Sobre las tendencias de consumo en Paraguay, Insfrán afirmó que ha crecido la demanda de productos naturales y saludables, aunque aún existe un sector del mercado que prioriza el sabor sobre el contenido nutricional. “Crece la demanda de productos naturales y saludables, aunque aún hay un sector que prioriza sabor sobre contenido nutricional”, señaló. Copalsa ha adaptado sus procesos para reducir azúcares y sodio en sus productos, sin sacrificar calidad ni sabor. También mencionó que la empresa continúa innovando con nuevas técnicas y productos que responden a las tendencias de consumo.

La relación con los clientes ha sido otro punto clave para Copalsa. La empresa ha centrado sus esfuerzos en ofrecer un servicio cercano y personalizado, mejorando la atención al cliente mediante la implementación de tecnología CRM. “Nos enfocamos en un servicio cercano y personalizado, mejorando atención al cliente con tecnología CRM”, detalló Insfrán. También enfatizó la importancia de brindar soporte técnico especializado y optimizar la logística para garantizar entregas eficientes. Con una flota de 100 camiones y 15 sucursales, Copalsa ha logrado fortalecer su relación con los clientes a través de la confianza y el acompañamiento continuo.

Finalmente, después de más de cinco décadas en el mercado, Insfrán reflexionó sobre los factores que han sido clave para el éxito y la permanencia de Copalsa. “La capacidad de adaptación, la calidad y la innovación han sido fundamentales. Escuchar a los clientes y ofrecer respaldo técnico y logístico nos ha permitido construir una marca sólida y confiable”, concluyó.

DESARROLLO

Marcos Vieira, gerente general de ATL Logística

“El sector logístico va a evolucionar mucho influenciado por los mercados de Argentina y Brasil”

José David Angulo
jangulo@5dias.com.py

ATL Logística se posiciona como un actor clave en el sector logístico paraguayo, con un crecimiento del 14% en 2024 y una fuerte apuesta por la tecnología y la eficiencia operativa. La empresa implementó sistemas como el WMS y Voice Picking, obtuvo la renovación automática de sus certificados de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución (BPA) y expandió su capacidad de almacenamiento y transporte. En esta entrevista con 5Días, Marcos Vieira, gerente general de ATL Logística, analiza los desafíos del sector en Paraguay, donde la tercerización logística aún enfrenta barreras culturales, y detalla las metas de la empresa para 2025, incluyendo inversiones en infraestructura, sostenibilidad y expansión territorial.

¿Cuáles han sido los principales logros de ATL Logística en el último año en Paraguay?

El 2024 fue un año importante para ATL donde buscamos excelencia y preparación para un crecimiento significativo en el 2025. Hemos logrado un crecimiento del 14% en comparación al año 2023, logramos una buena calificación con DINAVISA, al punto de obtener la renovación automática de nuestros certificados de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución (BPA) para todos los rubros, hemos recibido la Aprobación del Global Quality Department de un cliente del rubro de Diagnóstica, Logramos consolidar nuestro WMS que es adaptable a cualquier tipo de operación, implementamos la tecnología de Voice Picking para incrementar la productividad, desarrollamos varias interfaces para conexión con los principales ERPs, de mercado. Con la robustez y trazabilidad de nuestro WMS logramos mantener todos los inven-

tarios de nuestros clientes con diferencia CERO.

¿Qué desafíos específicos enfrenta el sector logístico en Paraguay y cómo los afrontan?

Presenta varios desafíos como infraestructura, poca mano de obra calificada disponible por la demanda del rubro, pero el principal desafío que veo, por las experiencias internacionales, es el desafío cultural de los clientes para los operadores logísticos como ATL. Hoy día la cultura de los empresarios paraguayos es de tener su propia estructura logística y manejar su propia operación, pero una fábrica debería enfocarse en producir sus productos y vender, dejando la Logística y SCM a los especialistas operadores como ATL, quienes cuentan con la infraestructura y la capacidad de optimizar sus recursos.

Al contrario de la mayoría de los países, los empresarios paraguayos quieren tener su propia estructura logística, lo que desvía su foco y los conlleva a un costo fijo y no siempre una buena performance operativa. Esto debido a la poca confiabilidad y falta de madurez de los actores del sector en el pasado, pero creo que hoy día los nuevos operadores como ATL pueden garantizar un servicio de excelencia y que los empresarios paraguayos pueden confiar en el servicio. Claro que esa calidad se puede garantizar con contratos que consideran penalidades por incumplimientos, por ejemplo. El mayor desafío para mí es el cambio de cultura de los tomadores de servicios logístico del mercado paraguayo.

¿Cuáles son las principales metas de la empresa para el 2025?

ATL tiene como meta, más allá que crecimiento orgánico, mantener y mejorar sus niveles de servicios a sus clientes actuales. Consolidar su marca como uno de los mejores operadores logísticos de Paraguay con soluciones innovadoras



Marcos Vieira, gerente general de ATL Logística.

y eficientes. Incrementar nuestra participación en el mercado de servicios logísticos para farma, high tech, consumer goods, entre otros rubros, convirtiéndonos en un top of mind operador de servicios E2E. Eso vamos a buscar con inversiones en estructura, sistemas y lo más importante, el capital humano. Una meta importante es mantener nuestro equipo capacitado y motivado para buscar las demás metas que tenemos.

¿Qué inversiones o iniciativas tienen previstas para mejorar su infraestructura o servicios?

Estamos invirtiendo en nuestras estructuras de almacenaje siendo todas triple A, con las tecnologías más avanzadas de seguridad como la tecnología del sistema VESDA, de detección temprana de incendios, de la cual ATL es actualmente la única en Paraguay en tenerla, inversiones en sensores y monitoreo de temperaturas

remoto, estamos invirtiendo en crecimiento de capacidad en nuestras áreas de temperaturas controlada y refrigeradas para atender un mercado creciente.

Prevemos también un crecimiento en nuestra área de transporte para poder dar abasto a la demanda de nuestros clientes y de esa forma conformarse como un operador One stop shop, es decir, ofrecer una solución completa e integrada. También estamos invirtiendo en incrementar nuestra presencia y alcance de los servicios contando con estructuras en Mariano Roque Alonso, Ciudad del Este, Guarambaré y Encarnación, así pudiendo estar más cercanos a los clientes finales de nuestros clientes.

¿Qué importancia tiene la tecnología en sus operaciones?

La tecnología es un punto de extrema importancia para ATL, pues es donde podemos potenciar el cre-

cimiento sin explotar en costos, garantizando calidad y precisión de información. Implementamos automatización de operación con Voice Picking en 2024 y estamos evaluando otras tecnologías significativas para las operaciones de almacenaje. Hemos implementado también, según lo mencionado anteriormente, la tecnología VESDA (Very Early Smoke Detection Appliance) que con el análisis en tiempo real de los componentes químicos del aire dentro de almacenes puede detectar de forma anticipada los incendios, eso garantiza mucho más los productos y la vida de los trabajadores. Con eso más que decir, mostramos que la tecnología hace parte de nuestro ADN logístico.

¿Existen proyectos relacionados con la sostenibilidad en sus operaciones logísticas?

Este año estamos trabajando fuerte para recibir la Auditoría SMETA (Sedex

Member Ethical Trade Audit), lo que certifica el cumplimiento de los estándares de trabajo, salud, seguridad, desempeño ambiental y ética dentro de las operaciones de ATL. Este proyecto impone muchas acciones en todos los sentidos del área de SHE, responsabilidad social y sostenibilidad. También estamos con acciones de reducción del consumo de energía eléctrica y papel, uso responsable del agua con mediciones y metas de reducción incluyendo campañas como Campaña de concientización de uso correcto del agua "Cada gota cuenta", reciclaje de residuos domésticos y resultantes de la operación. Adicionalmente las acciones para responsabilidad social empresarial y contribuciones con la comunidad están en ejecución.

¿Qué impacto tiene el contexto económico actual de Paraguay en el sector logístico?

El contexto actual económico es una pieza clave para el sector logístico. Cuando la economía del país está estable y con tendencia de crecimiento, automáticamente atrae inversiones e impulsa el consumo, lo que hace que crezca la demanda de servicios. Un ejemplo importante fue la evaluación de riesgo Moody's de Paraguay de Ba1 a Baa3 con perspectiva estable. Eso atrae inversión e impacta directamente en el mercado logístico tanto en términos de parques logísticos como de servicios logísticos integrales.

¿Cómo visualiza la evolución del sector logístico en Paraguay en los próximos 5 años?

En los próximos 5 años el sector logístico va a evolucionar mucho, principalmente influenciado por los mercados de Argentina y Brasil, tanto en soluciones como en nuevos players que vendrán a instalarse a Paraguay. La libre competencia es importante para mantener el sector logístico en continua evolución.

Por qué las economías en desarrollo necesitan un nuevo modelo estratégico



INDERMIT GILL
ECONOMISTA EN JEFE DEL GRUPO BANCO MUNDIAL Y VICEPRESIDENTE SENIOR DE ECONOMÍA DEL DESARROLLO



AYHAN KOSE
ECONOMISTA JEFE ADJUNTO Y DIRECTOR DEL GRUPO DE PROSPECTOS DEL GRUPO BANCO MUNDIAL

En los albores del siglo XXI, los líderes mundiales se mostraban optimistas. Resolvieron hacer “realidad para todos el derecho al desarrollo” y poner “a toda la especie humana al abrigo de la necesidad”. Quince años después, animados por el estallido inicial de progreso, fijaron un plazo ajustado: “Resolvemos, de aquí a 2030, poner fin a la pobreza y al hambre en todo el mundo”.

Durante un tiempo, parecía que se avecinaba una era de progreso extraordinario para la humanidad.

Pero no fue así. A medida que el primer cuarto del siglo llega a su fin, está claro que los nobles objetivos de las últimas décadas no se cumplirán. Las previsiones de crecimiento a largo plazo para las economías en desarrollo son las más débiles desde principios de siglo, de acuerdo con la edición más reciente del informe del Banco Mundial *Perspectivas económicas mundiales*. Sin una mejora sostenida de las tasas de crecimiento, es probable que solo seis de los 26 países de ingreso bajo actuales alcancen la categoría de ingreso mediano para 2050. De aquí a 2030, 622 millones de personas seguirán viviendo en la pobreza extrema. El hambre y la malnutrición seguirán siendo el destino de aproximadamente el mismo número.

Las economías en desarrollo, que empezaron el siglo en una trayectoria camino a reducir la brecha de ingresos con respecto a las economías más ricas, se están quedando ahora más rezagadas en su mayoría. La mayor parte de las fuerzas que impulsaron su auge se han disipado. En su lugar han aparecido fuertes vientos en contra: débil crecimiento de la inversión y la productividad, envejecimiento de la población en casi todos los países salvo en los más pobres, aumento de las tensiones comerciales y geopolíticas, y los crecientes peligros del cambio climático.

No obstante, según el nuevo informe, estas economías lograron avances sustanciales en el siglo XXI: inicialmente, crecieron al ritmo más rápido desde la década de 1970. Las economías en desarrollo también adquirieron mayor importancia que a principios de siglo para la economía mundial y, en la actualidad, representan casi la mitad del producto interno bruto (PIB) mundial, mientras que en 2000, la proporción era de solo el 25%. En resumen, en una generación han transformado el panorama mundial.

La mayor parte de este progreso se

produjo en los primeros años antes de la crisis financiera mundial de 2008-2009, pero comenzó a disminuir a partir de entonces. En términos generales, el crecimiento económico experimentó una serie de cambios a la baja: del 5,9% en la década de 2000 al 5,1% en la de 2010 y al 3,5% en la de 2020.

Desde 2014, con la excepción de China e India, los ingresos per cápita en las economías en desarrollo han sido medio punto porcentual más bajos que el promedio en las economías ricas, lo que ha ampliado la brecha entre ricos y pobres. Las reformas internas se estancaron. La deuda pública alcanzó máximos históricos al dispararse los gastos públicos de capital sin que aumentaran los ingresos. La integración económica mundial se debilitó: como porcentaje del PIB, los flujos de inversión extranjera directa destinados a las economías en desarrollo son hoy solo la mitad del nivel de la década de 2000. Las nuevas restricciones al comercio internacional en 2024 fueron cinco veces más que el promedio de 2010-2019.

Las consecuencias fueron mayores para las economías de ingreso bajo, donde viven más del 40% de las personas que sobreviven con menos de US\$ 2,15 al día. Estas economías han sido el centro de los esfuerzos mundiales tendientes a poner fin a la pobreza extrema. Sin embargo, su progreso prácticamente se ha estancado en medio de conflictos crecientes, frecuentes crisis económicas y un crecimiento persistentemente débil.

A comienzos del siglo XXI, 63 países fueron clasificados como de “ingreso bajo”. Desde entonces, 39 –incluidos India, Indonesia y Bangladesh– han alcanzado la categoría de países de ingreso mediano, lo que significa que su ingreso anual per cápita superó los US\$ 1.145 en 2023. El resto, a los que se sumaron Sudán del Sur y la República Árabe Siria en la década de 2010, simplemente se han estancado: en promedio, su PIB per cápita ajustado por inflación ha crecido menos del 0,1% anual en los últimos 15 años.

Estos altibajos ponen de manifiesto los aciertos y errores de las economías en desarrollo en el primer cuarto de siglo y arrojan luz sobre lo que pueden hacer en los próximos años para trazar su propio progreso independientemente de lo que ocurra más allá de sus fronteras. Cabe recordar que dichas economías ahora tienen mayor influencia en los resultados de crecimiento en otras economías en desarrollo y, hoy en día, comercian cada

vez más entre sí: más del 40% de los bienes exportados por las economías en desarrollo se dirigen a otras economías en desarrollo, lo que equivale a más del doble de la proporción de 2000. También son una fuente cada vez más importante de flujos de capital, remesas y asistencia para el desarrollo destinados a otras economías en desarrollo.

Nuestro análisis indica que un aumento del 1% en el crecimiento del PIB en las tres mayores economías en desarrollo –China, India y Brasil– impulsa el PIB de otras economías en desarrollo en casi un 2% al cabo de tres años. Eso es solo la mitad del efecto del crecimiento en Estados Unidos, la zona del euro y Japón. En resumen, el bienestar de las economías en desarrollo sigue estando fuertemente ligado al crecimiento de las tres economías avanzadas más importantes. Sin embargo, la dependencia es menor que a principios de siglo, lo que supone una oportunidad para ellas.

Las economías en desarrollo no deben hacerse ilusiones sobre la lucha que les espera: los próximos 25 años serán más duros que los 25 anteriores. Necesitan un nuevo planteamiento que refuerce su capacidad para valerse por sí mismas y aprovechar las oportunidades de crecimiento allí donde se encuentren. Con las políticas adecuadas, algunos retos pueden convertirse en oportunidades. Dados sus vínculos comerciales más estrechos entre sí, las economías en desarrollo pueden cosechar importantes recompensas incrementando las reformas para atraer la inversión y profundizar los lazos comerciales y de inversión con estas economías. También pueden acelerar el crecimiento modernizando las infraestructuras, mejorando el capital humano y acelerando la transición climática.

Esa labor debe comenzar ahora, mientras la economía mundial se mantiene estable. Nuestras estimaciones apuntan a una expansión del 2,7% este año y el próximo, el mismo ritmo que en 2024. Esta cifra es inferior al promedio del 3,1% registrado en la década anterior a la COVID-19, pero podría ir acompañada de algunas tendencias positivas: un descenso previsto tanto de la inflación como de los tipos de interés. Sin embargo, en un momento de incertidumbre política mundial excepcionalmente elevada, las economías en desarrollo harían bien en no dar nada por sentado. Sería mucho más conveniente que redoblaran los esfuerzos para tomar las riendas de su propio destino.

Las economías en desarrollo, que empezaron el siglo en una trayectoria camino a reducir la brecha de ingresos con respecto a las economías más ricas, se están quedando ahora más rezagadas en su mayoría.

EXPANSIÓN

También se exploran en Panamá nuevas oportunidades de exportación

MIC y BNF coordinan estrategias para impulsar la industria paraguaya

prensa@5dias.com.py

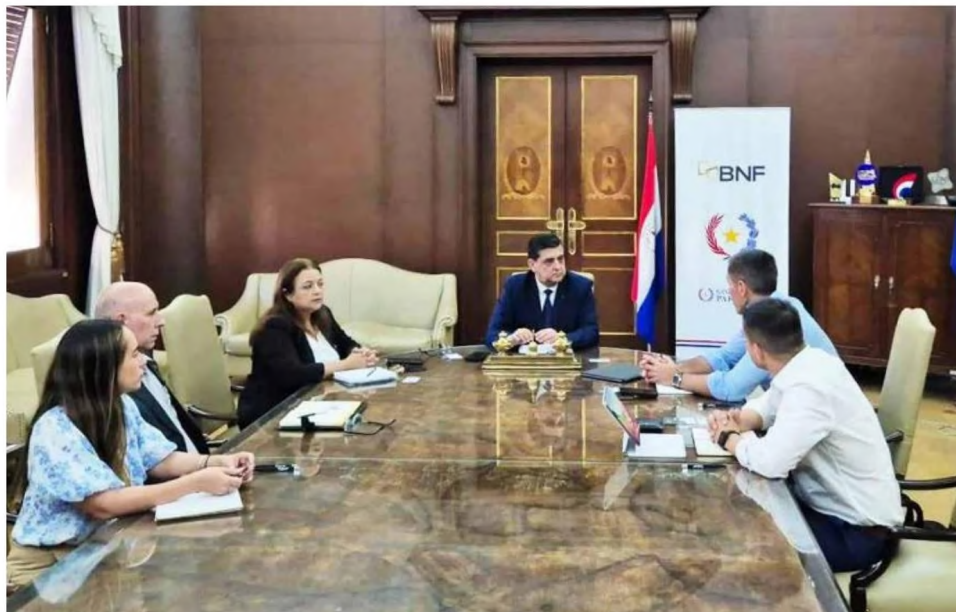
Con el objetivo principal de explorar oportunidades de colaboración que permitan fortalecer el sector industrial del país, los viceministros del MIC, de Industria, Marco Riquelme, y de la Rediex, Javier Viveros, mantuvieron una reunión con el titular del Banco Nacional de Fomento (BNF), Manuel Ochipinti.

Durante la reunión, se proyectaron estrategias que puedan generar mejores condiciones para la inversión, fomentar la innovación y promover un crecimiento sostenido de la industria nacional.

Asimismo, se busca establecer sinergias para seguir potenciando las condiciones de desarrollo industrial, así como contribuir al desarrollo económico del país, creando nuevos puestos de trabajo que garanticen mejores condiciones de vida.

Al respecto, el viceministro de Industria, Marco Riquelme, resaltó la importancia de trabajar de forma coordinada entre carteras del Estado para desarrollar acciones específicas que generen un impacto positivo; entre ellas, el acceso a créditos y otros puntos reflejados en torno al financiamiento que impacten positivamente en el crecimiento sostenido del sector industrial.

“Uno de los inhibidores principales que tenemos del crecimiento y la generación de nuevas industrias es la falta de financiamiento específico para la industria. El flujo de caja para el desarrollo de una industria es muy dis-



Viceministros se reunieron con el titular del Banco Nacional de Fomento.

tinto al flujo de caja para el desarrollo de un ciclo de engorde de ganado o un ciclo de soja, y es por eso por lo que necesitamos que los entes financieros den a sincerarse y

entender lo que es el flujo de caja”, puntualizó. Por último, el Viceministro remarcó que en conjunto avanzarán en la conformación de una mesa de trabajo que esta-

rá integrada por diversas instituciones del Estado, apuntando al abordaje de estos temas para la generación de políticas públicas que den una repuesta efectiva y oportuna.

Además, del titular del BNF, estuvieron presentes el gerente General, César Vargas, junto a Amalia Del Puerto, gerente de Área Comercial, y los gerentes Luis Tomassone y Ruth Torales.

APUNTA A PANAMÁ

El viceministro de Industria, Marco Riquelme, visitó la Zona Libre de Colón (Zolicol), en Panamá, analizando la posibilidad de utilizar esta zona como un hub logístico para productos paraguayos como carne y farmacéuticos para toda la región de Centroamérica.

La visita se dio en el marco de la visita oficial desarrollada por la misión paraguaya encabezada por el jefe de Estado, Santiago Peña; acompañado del ministro del MIC, Javier Giménez, donde llevaron a cabo reuniones estratégicas de atracción de inversiones, presentando al Paraguay como el hub de Sudamérica para hacer negocios.

El viceministro Riquelme fue recibido por la Gerencia General de la Zona Libre de Colón, encabezada por Luisa Napolitano, con quien conversó sobre el interés de un acuerdo de transferencia de conocimiento, teniendo en cuenta el interés de Paraguay de desarrollar parques industriales y zonas libres dentro del territorio.



EL DATO

DESEAN TRABAJAR EN EL ACCESO A CRÉDITOS QUE IMPACTE POSITIVAMENTE EN EL SECTOR INDUSTRIAL.

EL DATO

BUSCAN MEJORAR CONDICIONES PARA LA INVERSIÓN Y FOMENTAR AUN MÁS INNOVACIÓN.

El viceministro de Industria consideró ambas posibilidades como muy interesantes, en el marco de la atracción de inversiones y llegar a los mercados de Centroamérica con los productos paraguayos.

De acuerdo con lo conversado, Paraguay tiene en la mira esta zona libre para la distribución de productos como carne, soya, aceites y medicamentos a mercados estratégicos como Costa Rica, Honduras, Perú y Ecuador. “Esta visita marca el inicio de una relación comercial con gran potencial de crecimiento”, señalaron los representantes de Zolicol.