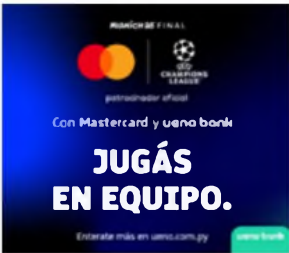




MIÉRCOLES
12 DE
MARZO
DE 2025
AÑO 2
N° 720



SEMANA DE ELECTRODOMÉSTICOS



DIRECTOR EJECUTIVO DE BRISTOL

EDUARDO GIMÉNEZ:

“En lo que va del año estamos abriendo 13 nuevas sucursales, ampliando nuestra presencia en el país”



HAMZA DAMANI
“APOSTAMOS A ESTRATEGIAS INNOVADORAS, MARKETING DIGITAL Y USO DE IA, SIN DEJAR DE LADO EL ESTAR CERCA DE LOS CLIENTES”

Con el cliente como “centro y rey” de la empresa, atención personalizada, calidad, facilidades de pago y un servicio de entrega eficiente, Bristol logró mantener su posición en el mercado y la lealtad de sus clientes a lo largo de 45 años, lo que demuestra su alto compromiso con el rubro y con las familias paraguayas.

Eduardo Giménez, director ejecutivo, nos comparte su visión sobre las estrategias implementadas en los primeros meses del 2025, el impacto de la digitalización y el uso de tecnologías emergentes, así como las nuevas líneas de negocio que proyectan concretar.

“Nuestro compromiso es seguir creciendo junto con nuestros clientes por lo cual estamos invirtiendo en infraestructura y tecnología, para estar cada vez más cerca de ellos y poder mejorar la experiencia”, destacó.

Págs. 4-5

PÁG. 6



LA MAYOR GAMA DE VEHÍCULOS ELECTRIFICADOS DE LUJO DEL PAÍS



¿Confía usted en la Inteligencia Artificial?



PAULO
ALMEIDA

PROFESOR DE LIDERAZGO Y
PERSONAS DE LA FDC, BRASIL.
DIRECTOR DEL CENTRO DE
INVESTIGACIÓN EN LIDERAZGO



Puede parecer utópico, pero la relación entre confianza e inteligencia artificial es compleja y multifacética, exigiendo de los líderes un enfoque que combine rigor ético, transparencia e innovación"

Una de las principales autoras en los estudios sobre la confianza en las empresas modernas, Rachel Botsman, defiende la necesidad de desarrollar nuevas estrategias y estructuras que posibiliten la construcción de un entorno digital más transparente y seguro. Ella enfatiza que, al comprender y adaptarse a esta nueva dinámica, individuos, organizaciones y gobiernos pueden aprovechar las oportunidades de la era digital mientras mitigan sus desafíos.

Puede parecer utópico, pero la relación entre confianza e inteligencia artificial es compleja y multifacética, exigiendo de los líderes un enfoque que combine rigor ético, transparencia e innovación. Estudios como los de Deloitte y el MIT demuestran que la confianza es un elemento indispensable para la aceptación y el éxito de las tecnologías de IA. Así, invertir en políticas de gobernanza y en una comunicación clara no es solo una estrategia de mitigación de riesgos, sino también una oportunidad para transformar la percepción de los consumidores y posicionar a la organización como referente en innovación responsable.

En el escenario global, la investigación "Global AI Survey" realizada por Deloitte en 2022 indicó que el

73% de los líderes empresariales creen que las prácticas éticas y transparentes son esenciales para ganar y mantener la confianza de los consumidores. Según el informe, las organizaciones que invierten en gobernanza de datos y en la divulgación de sus procesos de toma de decisiones automatizados no solo logran reducir el escepticismo, sino que también amplían sus oportunidades de mercado. Este enfoque ético tiende a generar una ventaja competitiva, ya que los consumidores valoran a las empresas que demuestran compromiso con la responsabilidad social y la seguridad digital.

Otro estudio relevante, llevado a cabo por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), constató que el 67% de los ejecutivos consideran la transparencia de los algoritmos un factor crucial para el establecimiento de una relación de confianza con los clientes. La investigación, que abarcó empresas de diversos sectores, reveló que aquellas que adoptan procesos de auditoría interna y explican de manera clara cómo operan sus soluciones de IA presentan menores índices de resistencia por parte de los usuarios. La divulgación de las metodologías y de los criterios utilizados en los algoritmos no solo contribuye

a la comprensión de los procesos automatizados, sino que también fortalece la imagen de una empresa comprometida con la innovación responsable.

En nuestro MBA de la Fundación Dom Cabral, esta temática es abordada, discutida y revisada en sus implicaciones para el liderazgo y la ética. Para los ejecutivos, la tarea de construir esta confianza pasa por la implementación de medidas que van desde la capacitación de los equipos hasta la creación de canales de comunicación que aclaren dudas y refuercen los compromisos con la ética. La transparencia en la divulgación de los criterios de funcionamiento de los algoritmos y la adopción de prácticas de auditoría interna son pasos fundamentales para mitigar los riesgos percibidos por los usuarios. De esta manera, la IA deja de ser vista como una amenaza o un misterio y se convierte en una herramienta de valor agregado, capaz de impulsar resultados y promover una cultura de innovación sostenible y éticamente responsable.

Este desafío también está en el centro de las investigaciones que estamos desarrollando en la FDC. ¡Creemos que esta es una temática de futuro y de construcción de Futuro!

PREMIOS

ENTERPRISE

TOM 2025

**Donde las empresas
eligen a las mejores**

¿Qué significa ser una empresa ganadora?

- * Reconocimiento como referente en tu rubro.
- * Validación por parte de líderes y altos ejecutivos.
- * Mayor posicionamiento en tu industria.

**Un reconocimiento basado
en la excelencia, la innovación
y la confianza empresarial**



19:30 HS.



18 DE MARZO



**CENTRO DE EVENTOS
DEL PASEO LA GALERÍA**

3DAYS

prensa@5dias.com.py

Su filosofía de poner al cliente en el centro de la empresa es la razón detrás de su éxito continuo, en tanto que su enfoque en brindar bienestar, atención personalizada y la amplia gama de productos de calidad que ofrecen son sus estrategias. Bristol, sin lugar a dudas, es una de las compañías líderes en artículos para el hogar en Paraguay.

Con más de 100 sucursales en todo el país, facilidades de pago y un servicio de entrega eficiente, la firma logró mantener su posición en el mercado y la lealtad de sus clientes a lo largo de 45 años, lo que demuestra su alto compromiso con el rubro y con las familias paraguayas.

El 2024 fue un año de consolidación y crecimiento sostenido para Bristol, destacándose en el sector de electrodomésticos y tecnología en nuestro país. La empresa registró un incremento interanual de doble dígito tanto en ventas como en utilidades, gracias a estrategias comerciales, innovación tecnológica y la expansión constante de su red de sucursales.

En entrevista con 5Días, Eduardo Giménez, director ejecutivo de Bristol, nos comparte su visión sobre las estrategias implementadas en estos primeros meses de 2025, el impacto de la digitalización y el uso de tecnologías emergentes, así como las nuevas líneas de negocio que se proyectan para reforzar la presencia de la compañía en el país.

Bristol, una empresa que logra mantener su posición en el mercado y la fidelidad de sus clientes innegablemente, ¿cuál considera que es el secreto para lograrlo?

El secreto o la clave del éxito es que consideramos al cliente como el supremo o el rey, donde ponemos a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos. Nuestra filosofía se basa en brindar bienestar y felicidad a través de personales altamente capacitados ofreciendo una gran variedad de artículos de calidad para el hogar con una excelente atención, con créditos fáciles y rápidos, envíos sin costo en menos de 24 hs y a los mejores precios del país.

ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN DEL 2025

Eduardo Giménez, director ejecutivo de Bristol

“Sabemos que crecer no es solo abrir sucursales, es brindar una experiencia de cada cliente, estar de

LA CIFRA

3.000

FAMILIAS CON EMPLEOS, LO QUE AYUDA A 15.000 PERSONAS.

EL DATO

Durante el 2024, Bristol inauguró 15 nuevas sucursales en las localidades de Villa Elisa, Ypacaraí, Cambyreta, Villa Hayes, Katueté, Horqueta, Salto del Guairá, Emboscada, Quiindy, San Juan Misiones, San Pedro del Paraná, Choré, Mayorquín, Loma Plata y Ayolas.

¿Qué nos distingue?

- Atención personalizada: Cada cliente es único, y nos esforzamos en brindarle soluciones a su medida.

- Confianza y cercanía: Llevamos 45 años en el mercado, construyendo relaciones sólidas con los paraguayos.

- Facilidades de pago: Nuestro compromiso es que cada familia pueda acceder a lo mejor en productos para el hogar, tecnología, motos, muebles y electrodomésticos sin que el factor financiero sea un obstáculo con las mejores cuotas sin entrega inicial.

- Presencia en todo el país: Con más de 100 sucursales, llegamos a cada rincón de Paraguay para estar más cerca de quienes confían en nosotros.

Nuestra receta del éxito es simple: escuchamos, innovamos y nunca dejamos de mejorar para ser reconocida como la primera y mejor opción de artículos para el hogar.

Uno de los desafíos de la empresa para este año consistía en la innovación y en la inversión en más infraestructura,



Eduardo Giménez, director ejecutivo de Bristol.

“Nuestro compromiso es que cada familia pueda acceder a lo mejor en productos sin que el factor financiero sea un obstáculo”

¿cómo está el panorama en estos primeros meses? ¿Cuál es la estrategia que implementarán?

Este 2025 ha sido un año clave para Bristol. Nos propusimos grandes objetivos y, en estos primeros meses, hemos dado pasos firmes para alcanzarlos. La inversión en infraestructura y tecnología han sido una de nuestras prioridades, porque sabemos que crecer no es solo abrir más tiendas, sino mejorar la experiencia de cada cliente.

Hemos modernizado nuestras sucursales, ampliado nuestros centros logísticos y optimizado nuestros procesos para que las entregas

sean aún más rápidas y eficientes. La estrategia es clara:

- Renovar y expandir nuestras tiendas para ofrecer espacios más cómodos y modernos.

- Optimizar la logística para que los productos lleguen en tiempo récord.

- Reforzar el canal digital, porque el futuro del comercio también está en la comodidad de comprar desde casa.

Estamos comprometidos con la innovación porque entendemos que lo que nos trajo hasta aquí no es suficiente para llevarnos al

siguiente nivel.

Tienen prevista la apertura de nuevas sucursales en puntos estratégicos, ¿cómo miden cuáles son las ciudades emergentes y regiones con alto potencial de consumo?

Sí, en lo que va del año en este primer trimestre estamos abriendo 13 nuevas sucursales en Ayolas, Areguá, Nueva Esperanza, La Paloma, San Alberto, Artigas, Pilar, CDE, Vaquería, San Pedro Ycuamandiyu, Ytakry, Yuty, Eusebio Ayala añanzando nuestra presencia a nivel país.

Abrir una nueva tienda no es una decisión que tomemos a la ligera. Detrás de cada apertura hay un análisis profundo del mercado, porque queremos estar donde realmente hacemos la diferencia.

Para identificar las me-

hores ubicaciones, consideramos:

- Crecimiento de la ciudad: Evaluamos el desarrollo económico y poblacional de cada zona.

- Hábitos de consumo: Analizamos qué productos buscan los clientes y cómo prefieren comprarlos.

- Accesibilidad y comodidad: Buscamos ubicaciones estratégicas que faciliten la llegada de los clientes.

- Oportunidad de empleo: Queremos generar impacto positivo en cada comunidad donde nos establecemos.

El objetivo no es solo crecer en cantidad, sino asegurarnos de que cada nueva tienda sea un punto de encuentro para nuestros clientes y una oportunidad para seguir construyendo confianza.

“Abrir más tiendas, sino mejorar la experiencia donde hacemos la diferencia”



La empresa planea reforzar su presencia digital a través de nuevas plataformas para mejorar la experiencia de compra. ¿Consideran que la incorporación de tecnologías de inteligencia artificial podría optimizar esos procesos? ¿Qué herramientas usan?

El mundo está cambiando y Bristol cambia con él. Sabemos que la digitalización es clave para ofrecer un servicio más ágil y personalizado. Por eso, estamos fortaleciendo nuestras plataformas online y adoptando nuevas tecnologías que nos permitan mejorar la experiencia de compra.

Uno de nuestros enfoques principales es la inteligencia artificial, que nos permite:

- Atender a los clientes 24/7 a través de chatbots y asistentes virtuales que resuelven dudas en segundos.

- Ofrecer recomendaciones personalizadas, analizando los intereses de cada cliente para ayudarlo a encontrar lo que realmente necesita.

- Optimizar nuestro stock, asegurando que siempre tengamos disponibles los productos más demandados.

- Mejorar nuestras promociones, adaptándolas a los hábitos de compra de cada usuario.

No vemos la tecnología como una herramienta fría, sino como una forma de estar aún más cerca de nuestros clientes, ofreciéndoles rapidez, comodidad y seguridad en cada compra.

En cuanto a las nuevas líneas de negocio, ¿qué se proyecta para este 2025 con el fin de reforzar la presencia de Bristol en el país? ¿Qué novedades hay en cuanto a campañas y productos para satisfacer las preferencias

de los clientes?

Este 2025 será un año de grandes oportunidades para Bristol. Queremos seguir creciendo, pero, sobre todo, queremos seguir sorprendiendo a nuestros clientes con nuevas soluciones y propuestas innovadoras.

- Nuevas líneas de productos: Estamos ampliando nuestra oferta con más opciones en tecnología inteligente para el hogar, electrodomésticos de última generación y productos

que faciliten la vida diaria.

- Promociones exclusivas: Seguimos creando campañas diseñadas para acercar los mejores productos a las familias paraguayas con planes de financiamiento aún más accesibles.

- Expansión en el comercio digital: Además de nuestras sucursales, el canal online será clave en 2025, con una plataforma mejorada y más opciones de entrega rápida.

- Mayor presencia en ciudad

des estratégicas: Identificamos nuevas oportunidades de expansión para llevar Bristol a más hogares, con aperturas en puntos clave del país.

Este año, nuestro compromiso es seguir liderando, innovando y, sobre todo, fortaleciendo la relación de confianza que hemos construido con nuestros clientes a lo largo de los años.

¿Cómo está el panorama de este año nuevo en cuanto a las ventas de electrodomésticos? ¿Podría hacer un análisis de estos primeros meses?

El 2025 comenzó con fuerza y grandes expectativas para Bristol. Los primeros meses del año han sido un reflejo de nuestra capacidad de adaptación y crecimiento. Hemos visto un aumento sostenido en las ventas, impulsado por nuestra estrategia de expansión y modernización.

Algunas tendencias clave que han marcado este trimestre:

- Mayor demanda de productos tecnológicos Smart y electrodomésticos más eficientes, ya que las familias buscan modernizar sus hogares y con las nuevas generaciones va cambiando el tipo de consumo.

- Fuerte crecimiento en compras digitales, lo que refuerza nuestra apuesta por fortalecer la presencia online de la marca.

- Expansión en nuevas regiones, con la apertura de nuevas sucursales que nos han permitido llegar a más clientes.

A pesar de los desafíos del mercado, estamos satisfechos con los resultados obtenidos y convencidos de que el resto del año traerá aún más oportunidades. Seguiremos enfocados en innovar, fortalecer nuestras operaciones y, sobre todo, mantenernos cerca de nuestros clientes, que son la razón de nuestro éxito.

En Bristol, nuestro compromiso es seguir creciendo junto con nuestros clientes. 2025 es un año de grandes desafíos, pero también de oportunidades. Y como siempre decimos: todo se puede, si se trabaja con pasión y visión de futuro.

Giménez reiteró que seguirán trabajando con la misma pasión y compromiso, siempre con el cliente como la máxima prioridad de la empresa.

Nuevas líneas de productos, promociones y expansión en el comercio digital, los retos

Bristol cuenta con un catálogo de más de 5.000 productos, abarcando electrodomésticos, tecnología, muebles y pequeños aparatos del hogar. Entre los productos más demandados se encuentran refrigeradores, televisores, celulares, lavarropas y equipos de aire acondicionado. La tendencia del mercado apunta hacia productos con eficiencia energética y tecnología de última generación, una demanda que la empresa busca satisfacer con su oferta diversificada. La firma proyecta un 2025 de consolidación y crecimiento en el mercado.

Apuntan a fortalecer su presencia en el país y explorar nuevas líneas de negocio. Para ello, está invirtiendo en mejoras logísticas, atención personalizada y plataformas digitales que permitan optimizar la experiencia de compra de los clientes. “Este 2025 será un año de grandes oportunidades para Bristol. Queremos seguir creciendo, pero, sobre todo, queremos seguir sorprendiendo a nuestros clientes con nuevas soluciones y propuestas innovadoras. Seguiremos enfocados en innovar, fortalecer nuestras operaciones y, sobre todo, mantenernos cerca de nuestros clientes”, expresó Giménez.

CRECIMIENTO SOSTENDIDO EN EL RUBRO

Hamza Damani, presidente de Directorio - CEO de Electroban SAECA.

“Queremos ser referentes del mercado retail, del mayorista y del internacional”

prensa@5dias.com.py

Más que una empresa, una firma con miras al bienestar de las familias paraguayas. A lo largo del tiempo, Electroban se convirtió en aliado para el hogar paraguayo. Otorgar productos necesarios para la casa, apoyar a las mipymes, ofrecer facilidades de pago, entre otras cosas, fueron clave para su posicionamiento y sostenibilidad en un mercado altamente competitivo.

La cobertura de la empresa se extiende a 32 tiendas que abarcan más de 200 distritos a nivel nacional. Esta y otras estrategias le han permitido consolidarse como un referente destacado en su sector. Como una de las principales apuestas, la empresa había realizado un cambio importante en las políticas internas de la compañía en forma generalizada desde el gobierno corporativo hasta sus fórmulas de negocio, lo que resultó beneficioso ya que en cerró el 2024 conforme a sus proyecciones.

En entrevista con 5Días, Hamza Damani, presidente de Directorio - CEO de Electroban SAECA, comenta sobre el futuro del rubro, destacando que la autenticidad en el desarrollo de la marca, el uso adecuado de la inteligencia artificial en el marketing y estudio de mercado, la rapidez en la atención al cliente de calidad y el desarrollo de una cadena logística eficiente, son las claves para ser líder.

¿Cuáles son las expectativas de la industria de los electrodomésticos para este año?

En línea general en el rubro nuestra expectativa de negocio es desafiante y se encuentra en lograr la preferencia del cliente, ante las diversas marcas que circulan en el mercado, se enfrentará con calidad, en la mejora, se debería apreciar un mejoramiento en materia de cadena de distribución y atención al cliente, una gran inver-

sión en capacitación y en nuevas experiencias para satisfacer al cliente con nuestra propia marca pudiendo incluso lograr un crecimiento del 10% con respecto al anterior en las diversas áreas, considerando la apertura de nuevos competidores, hasta el momento son percepciones que creemos tendrá su periodo de maduración.

En un sector tan competitivo, ¿qué postura y estrategias debería asumir la empresa?

Redoblamos la apuesta en importaciones para este 2025, ya que existe gran demanda de productos que genera mayores oportunidades de expansión en el sector a un mejor margen. El plan estratégico principalmente está en el crecimiento de las importaciones que representará una importante mejora en el margen operacional.

La empresa hoy apuesta a estrategias innovadoras, impulsadas con marketing digital y el uso de inteligencia artificial volviéndose así más competitivo para el mercado local, sin dejar de lado el estar cerca de los clientes por medio de nuestras 32 sucursales.

La nueva era de ELECTROBAN es ir convirtiéndose en uno de los más importantes referentes tanto del mercado retail, como del mercado mayorista llegando a todo el territorio paraguayo y por qué no pensar en un mercado internacional.

¿Cómo percibes el estado actual del rubro de electrodomésticos?

¿Qué acciones deberían implementar las empresas para destacarse en el mercado?

Es un negocio bastante competitivo donde se posicionará la de mejor atención y la recreación de nuevos productos basados en la tecnología. La autenticidad en el desarrollo de la marca, el uso adecuado de la inteligencia artificial en el marketing y estudio de mercado, la rapidez en la atención al cliente de calidad y el desarrollo de una cadena logística eficiente.



Hamza Damani, presidente de Directorio - CEO de Electroban SAECA.

¿Cuáles son los productos que más comercializan? ¿Existen planes de expansión?

Somos una empresa multimarca, pero con un gran enfoque en la propia marca HD PLAY. Las ventas se centran en nuestros productos de marca propia: refrigeración, acondicionadores de aires, televisores de hasta 100", lavarropas, línea blanca en general. Actualmente tenemos 32 sucursales físicas y se enteraran más adelante de nuestras aperturas.

Si tuvieras que citar qué factores diferencia a Electroban de la competencia, ¿cuáles serían?

La cobertura de todo el territorio nacional, la bancarización de nuevos clientes y la base de datos de 600.000 clientes propios y recurrentes. Nuestra filosofía empresarial se focaliza en "la mejor calidad a buen precio" a través la innovación y tecnología con la responsabilidad social, creando un impacto positivo tanto en el mercado como en nuestras comunidades.

Este enfoque ha sido clave para mantener una relación de confianza con nuestros clientes en muchas ocasiones principalmente en el interior del país representa su formalización y su ingreso a un historial crediticio en el acceso de nuevas oportunidades.

¿Cuáles son los principales desafíos para la empresa?

Contar con toda la gama de productos comercializados por ELECTROBAN con su propia marca, con

La nueva era de ELECTROBAN es ir convirtiéndose en uno de los más importantes referentes tanto del mercado retail, como del mercado mayorista llegando a todo el territorio paraguayo y por qué no pensar en un mercado internacional"

el distintivo de la calidad incorporada, amigables con el ambiente; mejorar la rentabilidad y ampliar nuestro mercado de la mano de las importaciones.

¿Cuál es su opinión sobre el comercio electrónico como canal de ventas?

En cierta medida el mercado paraguayo aún no está reemplazando por completo la experiencia de las tiendas físicas, pero representa una vía importante para la conversión. Nosotros estamos con una gran inversión en equipos tecnológicos para lograr el crecimiento necesario en el comercio electrónico.

¿Qué opinas sobre las normativas comerciales actuales? ¿Qué mejoras crees que deberían implementarse?

Estamos en una línea de libre comercio, muy competitivo, pero no estaría de más lograr incentivos gubernamentales en la implementación de energía limpia, productos de primera necesidad y apoyo a las micro pymes que forman parte de nuestra cartera de cliente.

De esta manera, Electroban busca ganar más mercado y el corazón de los hogares paraguayos.

IMPORTACIONES 2024

Top 50 de los países proveedores

China, Brasil y Singapur lideran mercado paraguayo con sus electrodomésticos

prensa@5dias.com.py

Las importaciones de electrodomésticos representan un elemento crucial en la economía nacional, ya que estos productos son esenciales para la vida diaria y el desarrollo del sector doméstico e industrial. En el año 2024, Paraguay se abasteció de una variedad de países, totalizando US\$ 340.881.956 el valor de dichas importaciones. De acuerdo a los datos del

SICEX - Banco Central del Paraguay, el país que lidera las importaciones de electrodomésticos hacia Paraguay es China, con un significativo total de US\$ 252 millones FOB, lo que evidencia la robusta capacidad de producción y exportación del país asiático, así como su papel central en la cadena de suministro global.

Otros proveedores importantes son Brasil y Singapur, en el segundo y tercer lugar respectivamente. El

monto de compras de electrodomésticos del vecino país asciende a más de US\$ 44 millones, mientras que de Singapur adquirimos aparatos por valor de US\$ 13 millones. En el caso de Brasil podemos decir que facilita la importación gracias a la proximidad geográfica, lo que reduce costos y tiempos de envío.

DIVERSIDAD DE PROVEEDORES

La lista de importaciones incluye una notable diversi-

dad geográfica. Además de los principales proveedores mencionados, están también Hong Kong, Tailandia, Italia y Turquía que también juegan un papel relevante en el abastecimiento de electrodomésticos, contribuyendo a la variedad de opciones disponibles en el mercado paraguayo.

Para completar en Top 10 de países de donde importamos electrodomésticos, figuran Estados Unidos, México y España.

IMPACTO EN LA ECONOMÍA Y EL CONSUMIDOR

Sin lugar a dudas, la importación de electrodomésticos facilita a los consumidores paraguayos una amplia gama de productos y también influye en la economía nacional, sin embargo, implica desafíos como la vulnerabilidad a fluctuaciones económicas y políticas en los países proveedores, lo que podría repercutir en los precios de logística

como en los precios de venta finales en nuestro mercado.

Pero es importante destacar que, pese a esas adversidades, es clave mantener buenas relaciones comerciales con las naciones para garantizar un suministro constante de productos esenciales, con el fin de que Paraguay se adapte a las necesidades cambiantes de sus consumidores en un sector que seguirá evolucionando con los años.

TOP 50 DE LOS PAÍSES PROVEEDORES

	País	2024 FOB MILLONES DE DÓLARES
1	CHINA	252.053.354
2	BRASIL	44.245.922
3	SINGAPUR	13.538.823
4	HONG KONG	6.395.326
5	TAILANDIA	3.807.456
6	ITALIA	3.188.973
7	TURQUÍA	2.824.558
8	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	1.868.242
9	MÉXICO	1.626.680
10	ESPAÑA	1.579.210
11	ESLOVAQUIA	1.462.800
12	INDONESIA	1.420.053
13	ALEMANIA	1.415.128
14	COREA DEL SUR	945.143
15	ARGENTINA	713.824
16	COLOMBIA	650.259
17	RUMANIA	591.380
18	MALASIA	579.531
19	FRANCIA	496.487
20	VIETNAM	429.189
21	CHILE	241.496
22	REPÚBLICA CHECA	222.442
23	JAPÓN	127.835
24	POLONIA	85.598
25	CANADA	82.808

	País	2024 FOB MILLONES DE DÓLARES
26	AUSTRIA	66.293
27	URUGUAY	39.746
28	TAIWAN	36.422
29	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	25.627
30	GRECIA	24.380
31	PANAMÁ	21.503
32	ESLOVENIA	16.687
33	PAÍSES BAJOS	11.380
34	RUSIA	11.181
35	SUECIA	8.342
36	SUIZA	8.205
37	BIELORRUSIA	7.393
38	REINO UNIDO	5.193
39	HUNGRÍA	2.455
40	PERÚ	1.820
41	PORTUGAL	738
42	LIECHTENSTEIN	721
43	CEUTA Y MELILLA	375
44	ZA FRCA GLOBAL	298
45	INDIA	296
46	BÉLGICA	271
47	AUSTRALIA	62
48	JAMAICA	20
49	IRLANDA	13
50	COSTA RICA	10

prensa@5dias.com.py

IMPORTACIONES 2024

Pese a algunos meses de menor actividad durante el año 2024, Paraguay registró un notable aumento en la importación de electrodomésticos que buscan satisfacer las necesidades del hogar moderno. Algunos de los dispositivos más demandados en el país son los climatizadores, refrigeradores y utensilios de cocina, evidenciando una transformación en los hábitos de

Estos son los artículos más demandados por los consumidores paraguayos

consumo y en la búsqueda de confort. Entre los artículos más destacados se encuentran los ventiladores y aires acondicionados, que han experimentado un incremento significativo, especialmente durante los meses más calurosos. Dichos aparatos no solo son esenciales para

combatir las altas temperaturas, sino que también se han vuelto imprescindibles en los hogares y oficinas de muchas familias paraguayas. En particular, el aire acondicionado se ha convertido en un símbolo de comodidad, y su demanda sigue en aumento. Los refrigeradores y congela-

dores son piezas clave en la conservación de alimentos, permitiendo a los consumidores almacenar productos frescos y congelados por períodos prolongados. Con una población que busca cada vez más conveniencia en su vida diaria, estos electrodomésticos son básicos en la mayoría de los hogares.

ARTÍCULOS QUE IMPORTA PARAGUAY

Ventiladores
Aire Acondicionado
Refrigeradores
Congeladores
Secadoras de ropa
Máquinas lavavajilla
Lavarropas
Aspiradoras
Aparatos electromecáni-

cos con motor eléctrico incorporado
Secadores para el cabello
Planchas eléctricas
Microondas
Horno eléctrico
Aparatos para la preparación de café o té
Tostadoras de pan
Televisión
Cocinas a gas

IMPORTANTE CRECIMIENTO

2024 cerró por valor de US\$ 340.881.956

Importaciones de electrodomésticos: aumento interanual de 86,16% en enero

prensa@5dias.com.py

Las importaciones de electrodomésticos en Paraguay mostraron una marcada volatilidad a lo largo de 2024, con variaciones mensuales de hasta un 54% en ciertos periodos y caídas de hasta un 35%, lo que refleja un mercado con alta actividad, pero también con ciclos de demanda irregulares.

De acuerdo con los últimos datos del Sistema de Comercio Exterior (SICEX) del Banco Central del Paraguay (BCP), las importaciones en el país experimentaron un incremento en los primeros meses del 2024, con un aumento interanual del 86,16% en enero comparado con el año anterior. El monto total importado durante el año 2024 fue de US\$ 340.881.956, reflejando un dinamismo en la economía local y alta demanda.

SECTOR DINÁMICO

El monto FOB de importaciones comenzó el año con US\$ 20.313.518 en enero y mostró un crecimiento al siguiente mes, casi US\$ 400.000 más. Si bien marzo experimentó una caída en relación a febrero, abril y mayo repuntaron nuevamente. En junio, por su parte, se volvió a registrar una disminución, para luego dar paso a cuatro meses consecutivos de importantes aumentos en los valores de importación. Solo de julio (US\$ 22.558.032) a agosto (US\$ 34.901.589), el salto fue impresionante, siendo el incremento US\$ 12.343.557 entre uno y otro mes. Sin embargo, fue en octubre cuando se registró el pico más alto de importaciones de todo el 2024, alcanzando US\$ 49.562.380. En relación a setiembre, el



incremento fue de casi US\$ 13.200.000, siendo este el monto récord del año contando dos meses seguidos. El año culminó con sus últimos dos meses en caída. Marzo de menor importación, octubre el mes estrella. Observando el panorama general, se puede concluir que el mes con menor importación registrada fue marzo, con US\$ 13,4 millones, mientras que octubre fue el mes estrella en las compras externas de estos productos: US\$ 49,5 millones.

En cuanto a enero de 2025, se puede notar una gran diferencia en comparación con enero del 2024. Solo el primer mes de este año las importaciones totalizaron US\$ 37.815.598, lo que sugiere un comportamiento alcista y una tendencia hacia un crecimiento sostenido.

