INFORME ESPECIAL

PREFERENCIAS DE CONSUMIDORES PARAGUAYOS SOBRE PRODUCTOS IMPORTADOS Y PAÍSES DE ORIGEN SELECCIONADOS

Michael J. Pisani
Rubén Alderete
Silvio Eduardo Becker

35 años
Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya

Agradecimientos a Alcides Cáceres por su ayuda con la traducción y administración de la encuesta.

Michael J. Pisani
Profesor de la Central University of Michigan e investigador asociado internacional del CADEP

Rubén Alderete
Economista asociado al CADEP

Silvio Eduardo Becker
Profesor de la Universidad Americana de Asunción

© Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya (CADEP)
Piribebuy 1058. Asunción - Paraguay
(595-21) 496 813 / 494 140 / 452 520
cadep@cadep.org.py
www.cadep.org.py

Diseño y diagramación: Karina Palleros
Agosto, 2025
Asunción, Paraguay

INFORME ESPECIAL

PREFERENCIAS DE CONSUMIDORES PARAGUAYOS SOBRE PRODUCTOS IMPORTADOS Y PAÍSES DE ORIGEN SELECCIONADOS

Michael J. Pisani
Rubén Alderete
Silvio Eduardo Becker

35 años
Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya

Introducción

En los últimos años, hemos publicado varios artículos de acceso abierto sobre el comportamiento de los consumidores paraguayos, centrándonos en las actitudes generales hacia las importaciones y las importaciones procedentes de países específicos.[1] Más concretamente, hemos estudiado la propensión, la moralidad y la apertura de los paraguayos a elegir productos nacionales frente a productos importados.

En este estudio, presentamos un avance de un conjunto de 20 productos que fueron evaluados por 363 paraguayos de clase media y alta en 2022 en cuanto a su necesidad, importancia y familiaridad entre los consumidores paraguayos (véase el recuadro en el que se describe la metodología de la encuesta y los datos demográficos de los encuestados). Comenzamos con la presentación del conjunto de productos para ilustrar, la contemporaneidad y la naturaleza utilitaria de los bienes estudiados. Los 20 productos fueron seleccionados en función de su incorporación a la vida cotidiana, y se presentan en orden alfabético en la Tabla 1.[2] La lista de productos incluye artículos que se traducen en fuertes deseos de compras y de compras efectivas, y comprende artículos de uso cotidiano como ropa, calzado, teléfonos móviles, alimentos, medicamentos y electrodomésticos, entre otros. A excepción de las galletitas dulces, los otros 19 productos se consideraron necesarios entre los encuestados (Tabla 1, columna 2).

Para nuestros encuestados, la ropa, los equipamientos médicos y los medicamentos ocuparon los primeros puestos en cuanto a necesidad. Otros productos que ocuparon puestos altos en cuanto a necesidad fueron las verduras y frutas frescas, las carnes, los zapatos, los refrigeradores y las lavadoras, los teléfonos móviles y las computadoras, y los aires acondicionados. Este último artículo es más una necesidad que un lujo, dado el formidable calor que se experimenta en Paraguay. Los automóviles y el aceite de cocina también ocuparon un lugar destacado en cuanto a necesidad. Otros productos necesarios, pero que ocuparon un lugar algo inferior, fueron la soja, los televisores y radios, los hornos microondas y las motocicletas.

Los 20 productos de la lista se consideraron importantes para la economía nacional paraguaya (Tabla 1, columna 3). De ellos, las carnes, las verduras frescas y los medicamentos ocupaban los primeros puestos de la lista, pero todos los productos encuestados, incluso las galletitas, se consideraban de importancia relativa para la economía paraguaya. Los encuestados se encontraban bastante familiarizados con el conjunto de productos consultados (Tabla 1, columna 4). Solo cuatro productos se clasificaron como "familiares" en lugar de "muy familiares", entre ellos los equipamientos médicos, las radios, la soja y las motocicletas. La soja se incluyó en la lista de productos porque es un importante producto agrícola paraguayo que es objeto de mucho debate y atención por parte de las políticas nacionales.

1 Consultar las referencias al final de este ensayo para obtener una lista de estos estudios.

2 Esta lista se basa en el trabajo de Sharma, Shimp y Shin (1995), quienes analizaron 10 productos de la vida cotidiana de los surcoreanos.

Tabla 1
Productos y opinión sobre los productos paraguayos (escala de 5 puntos)

Productos	Necesario para vivir*	Importancia relativa en la economía nacional#	Producto que ya conoce+
	Media de respuesta	Media de respuesta	Media de respuesta
Acondicionador de aire	1.76	1.91	1.15
Automóvil	2.01	1.91	1.21
Teléfono móvil	1.73	1.75	1.18
Ropa	1.44	1.77	1.19
Computadora/portátil	1.90	2.08	1.27
Galletitas	3.04	2.98	1.82
Aceite de cocina	2.04	2.05	1.49
Frutas frescas	1.69	1.82	1.30
Verduras frescas	1.54	1.68	1.21
Carne	1.69	1.48	1.21
Equipamiento médico	1.43	1.87	2.02
Medicamentos con receta y sin receta	1.49	1.72	1.69
Horno microondas	2.61	2.63	1.54
Motocicleta	2.91	2.59	2.66
Radio	2.96	2.96	2.17
Refrigerador	1.64	1.90	1.32
Calzado	1.63	1.99	1.28
Soja	2.50	2.12	2.32
Televisor	2.56	2.42	1.47
Lavarropa	1.99	2.14	1.34
N	359	360	363

Notas:
* 1= Definitivamente necesario, 2= Necesario, 3= Ni necesario ni innecesario, 4= Innecesario, 5= Definitivamente innecesario
# 1= Muy importante, 2 = Importante, 3 = Ni importante ni sin importancia, 4 = Sin importancia, 5 = Muy sin importancia
+ 1= Muy familiar, 2 = Algo familiar, 3 = Ni familiar ni desconocido, 4 = Algo desconocido, 5 = Muy desconocido

Fuente: Recopilación de los autores a partir de la encuesta sobre preferencias de los consumidores de 2022.

Procedimiento de la encuesta y resumen demográfico de los encuestados

Entre marzo y julio de 2022, se encuestó a 363 consumidores paraguayos de clase media y alta mediante un procedimiento de muestreo intencional en cadena. La selección de los encuestados se llevó a cabo con la ayuda de varias instituciones paraguayas de educación superior con programas de posgrado, grupos de antiguos alumnos y organizaciones. El grupo de encuestados seleccionado estaba compuesto por profesionales en actividad, con el fin de reflejar un consumidor urbano maduro, con seguridad financiera y recursos, que hubiera tenido contacto previo con productos importados. La encuesta se realizó en persona y en línea, utilizando una plataforma en línea para registrar las respuestas. El instrumento de la encuesta incluía, entre otras cosas, la elección de productos por país de origen, varias escalas psicométricas e información demográfica. A principios de 2022 se realizó una pequeña prueba piloto que permitió realizar pequeños ajustes para aclarar la redacción. La encuesta tenía una duración entre 20 y 25 minutos en completarse.

La edad media de los encuestados era de 32,4 años, con un desglose por sexos del 43,2 % de hombres y el 56,8 % de mujeres. Dado que la mayoría de los encuestados procedían de entornos universitarios de posgrado, la media de años de estudios era de 18,6. En consecuencia, el 33,2 % de los encuestados vivía en hogares de clase media y el 66,8 % en hogares de clase alta. Casi todos los encuestados residían en el área metropolitana de la capital.

Este breve resumen de las opiniones de los consumidores paraguayos sobre la necesidad, importancia y familiaridad de estos 20 productos proporciona una base para considerar la preferencia de importación de este conjunto de productos. La tabla 2 clasifica el conjunto de productos según cuáles deben importarse definitivamente, cuáles deben importarse, cuáles no deben importarse y cuáles no deben importarse definitivamente. Cuatro productos fueron clasificados como los que deben importarse definitivamente: teléfonos móviles, computadoras, equipamientos médicos y automóviles. Otros diez productos se clasificaron entre los que deberían importarse, entre ellos electrodomésticos (lavadoras, frigoríficos, aires acondicionados, hornos microondas), televisores y radios, medicamentos, ropa, calzado y motocicletas. Cuatro productos se identificaron como productos que no deberían importarse, entre ellos galletitas, aceite de cocina y frutas y verduras frescas. La soja y la carne fueron dos productos que los encuestados reconocieron que definitivamente no deberían importarse.

Tabla 2
¿Debería importarse el producto a Paraguay? (Escala de 5 puntos)

Producto	Debe importarse^	
	Media de respuesta	Sí o No
Teléfono móvil	4.32	Sí, definitivamente
Computadora/portátil	4.31	Sí, definitivamente
Equipamiento médico	4.26	Sí, definitivamente
Automóvil	4.20	Sí, definitivamente
Televisor	3.93	Sí
Lavarropa	3.81	Sí
Refrigerador	3.78	Sí
Acondicionador de aire	3.73	Sí
Horno microondas	3.72	Sí
Medicamentos con receta y sin receta	3.67	Sí
Radio	3.48	Sí
Motocicleta	3.30	Sí
Ropa	3.19	Sí
Calzado	3.17	Sí
Galletitas	2.75	No
Aceite de cocina	2.61	No
Frutas frescas	2.36	No
Vegetales frescos	2.18	No
Soja	1.95	Definitivamente no
Carne	1.93	Definitivamente no
N	361	

Notas:
^ 1= Definitivamente no se debe importar, 2 = No se debe importar, 3 = Neutral, 4 = Se debe importar, 5 = Definitivamente se debe importer

Fuente: Recopilación de los autores a partir de la encuesta sobre preferencias de consumidores (2022).

El registro histórico de la importación de estos 20 productos durante los diez años anteriores al año de nuestra encuesta de consumo de 2022 revela que todos los productos fueron importados (véase la tabla 3). Las importaciones de mayor valor fueron las de teléfonos móviles, automóviles, medicamentos, ordenadores y ropa, todas ellas con un valor medio anual superior a los 100 millones de dólares estadounidenses. Los hornos microondas, las carnes y la soja son los productos con el menor valor medio anual de importación.

Tabla 3
Valor medio anual de las importaciones de 20 productos en Paraguay, 2012-2021

Producto	Valor medio anual de las importaciones (en millones de dólares estadounidenses)
Acondicionador de aire	65.9
Automóvil	497.0
Teléfono móvil	674.3
Ropa	115.6
Computadora/portátil	142.7
Galletitas	31.5
Aceite de cocina	13.5
Frutas frescas	14.2
Vegetales frescos	19.1
Carne	7.6
Equipamiento médico	37.2
Medicamentos con receta y sin receta	236.3
Horno microondas	3.6
Motocicleta	89.7
Radio	54.3
Refrigerador	80.4
Calzado	97.1
Soja	10.0
Televisor	75.6
Lavarropa	29.7
Total	**2,295.3**

Fuente: Banco Central del Paraguay.

////// Orígenes de la importación

El objetivo principal de este estudio es la selección de cuatro socios importadores para el conjunto de 20 productos identificados anteriormente. Los cuatro países seleccionados son las cuatro fuentes de importación nacionales más importantes de Paraguay. Entre ellos se encuentran Argentina y Brasil, vecinos de Paraguay y socios del MERCOSUR. También se incluyen China y Estados Unidos, superpotencias económicas mundiales con profundas y crecientes conexiones con Paraguay (Pisani y Masi, 2022). La tabla 4 ofrece una visión general del origen de las importaciones de los 20 productos seleccionados durante los diez años anteriores a 2022. Las celdas sombreadas en gris de la tabla indican visualmente la principal fuente nacional de importación por producto.

En total, los cuatro países representan el origen de importación número uno de diecisiete de los veinte productos. Argentina es la fuente de importación más importante de aceite de cocina, frutas y verduras frescas y soja. Brasil es el proveedor extranjero más importante de galletitas, carnes, refrigeradores, lavadoras y zapatos. China es la fuente más importante de importación de aires acondicionados, teléfonos móviles y computadoras, ropa, radios y televisores, hornos microondas y motocicletas. El resto de los países, fuera de los cuatro mencionados, son las fuentes más importantes de automóviles, medicamentos y equipamientos médicos. Estados Unidos no es un país líder en el origen de ninguno de los 20 productos.

Tabla 4
Participación promedio de Paraguay en las importaciones por valor de 20 productos procedentes de Argentina, Brasil, China, Estados Unidos y el Resto del Mundo, 2012-2021

Producto	Argentina %	Brasil %	China %	EUA %	RDM^ %
Acondicionador de aire	0.0	0.0	82.8	0.3	16.9
Automóvil	3.1	13.2	3.5	6.5	73.8
Teléfono móvil	0.0	0.1	90.1	2.8	7.0
Ropa	2.6	26.7	50.8	1.9	18.0
Computadora/portátil	0.0	0.0	91.8	5.4	2.8
Galletitas	31.9	49.8	0.2	0.1	18.1
Aceite de cocina	86.7	0.6	0.0	0.0	12.7
Frutas frescas	69.1	17.8	0.0	0.2	12.9
Vegetales frescos	46.1	27.3	21.1	0.1	5.5
Carne	2.3	75.2	0.0	0.0	22.5
Equipamiento médico	5.4	9.4	23.6	20.1	41.4
Medicamentos con receta y sin receta	20.0	10.8	1.8	9.4	57.9
Horno microondas	0.0	0.4	92.0	0.6	7.0
Motocicleta	0.1	0.6	88.0	1.5	9.8

Producto	Argentina %	Brasil %	China %	EUA %	RDM^ %
Radio	0.0	0.1	84.5	0.7	14.7
Refrigerador	10.7	36.9	30.1	1.4	20.8
Calzado	1.5	49.8	33.0	0.6	15.1
Soja	48.7	39.1	0.0	0.0	12.2
Televisor	0.0	0.1	67.8	1.3	30.8
Lavarropa	10.5	36.0	31.8	2.1	19.6

Notas:
^ RDM = Resto del Mundo.

Fuente: Banco Central del Paraguay.

Sin embargo, cuando la pregunta formulada fue de dónde debería importarse cada uno de los 20 productos, Estados Unidos fue la opción mayoritaria para 14 productos entre los encuestados. Argentina ocupó el primer lugar para cinco productos relacionados con la alimentación y Brasil para un producto, la soja (véase la tabla 5, celdas resaltadas en gris). Existe una clara desconexión entre los resultados reales de las importaciones y la elección declarada de importaciones estadounidenses. A continuación, se detallan las respuestas sobre cada uno de los cuatro países importadores.

Tabla 5
Opinión paraguaya: ¿Deberían importarse productos de cuatro países seleccionados?

Producto	Argentina	Brasil	China	EUA
	Media de respuesta ^	Media de respuesta	Media de respuesta	Media de respuesta
Acondicionador de aire	2.69	2.97	3.36	3.66
Automóvil	2.97	3.38	3.18	3.85
Teléfono móvil	2.58	2.79	3.57	3.95
Ropa	3.37	3.44	2.91	3.71
Computadora/portátil	2.62	2.90	3.57	3.98
Galletitas	3.23	2.94	2.19	2.77
Aceite de cocina	3.04	2.72	2.07	2.38
Frutas frescas	2.73	2.61	1.94	2.12
Vegetales frescos	2.63	2.54	1.93	2.09
Carne	2.25	2.20	1.83	1.97
Equipamiento médico	3.23	3.38	3.34	3.99

Producto	Argentina	Brasil	China	EUA
	Media de respuesta ^	Media de respuesta	Media de respuesta	Media de respuesta
Medicamentos con receta y sin receta	3.30	3.33	2.87	3.82
Horno microondas	2.82	2.88	3.34	3.51
Motocicleta	2.64	2.83	3.04	3.30
Radio	2.64	2.80	3.16	3.33
Refrigerador	2.80	2.99	3.32	3.50
Calzado	3.23	3.34	2.75	3.50
Soja	2.19	2.26	2.00	2.09
Televisor	2.81	2.88	3.39	3.57
Lavarropa	2.85	2.94	3.31	3.52
N	353	352	350	357

Notas:
^ 1= Definitivamente no se debe importar, 2 = No se debe importar, 3 = Neutral, 4 = Se debe importar, 5 = Definitivamente se debe importar, según una escala de 5 puntos.

Fuente: Recopilación de los autores a partir de la encuesta sobre preferencias de los consumidores de 2022.

Argentina

La elección de importación de los encuestados para Argentina aparece en la Tabla 6. La columna dos reitera si, en general, el producto debe importarse tal y como se mostraba anteriormente en la Tabla 2. La columna 3 especifica si el producto debe importarse desde Argentina. La columna 4 tiene en cuenta las respuestas anteriores de las columnas dos y tres y sugiere un posible resultado de importación de oportunidad para cada producto: sí (color verde), no (color rojo) o posiblemente (color amarillo).

Dentro del conjunto, cuatro productos argentinos se encuentran en una posición privilegiada para su importación a Paraguay: ropa, equipamientos médicos, medicamentos y calzado. Estos productos representan alrededor de 486 millones de dólares en importaciones anuales, lo que supone una buena posición para las empresas argentinas. Sin embargo, Argentina tiene un rendimiento inferior en cada uno de estos productos en relación con la opinión de los consumidores encuestados, aunque Argentina representa la segunda fuente más importante de medicamentos importados por Paraguay. Más modestos en cuanto a importaciones anuales, las galletitas y el aceite de cocina suman otro mercado de 45 millones de dólares. Aunque figuran como posibles resultados del mercado, Argentina ya lidera las exportaciones de aceite de cocina a Paraguay y es el segundo exportador de galletitas a Paraguay.

Tabla 6
20 Productos y opinión sobre los productos a importarse de Argentina

Producto	¿Debería importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde Argentina? (3)	¿Posible oportunidad de importación para productos argentinos? (4)
Acondicionador de aire	Sí	No	No
Automóvil	Sí	No	No
Teléfono móvil	Sí	No	No
Ropa	Sí	Sí	Sí
Computadora/portátil	Sí	No	No
Galletitas	No	Sí	Posiblemente
Aceite de cocina	No	Sí	Posiblemente
Frutas frescas	No	No	No
Vegetales frescos	No	No	No
Carne	No	No	No
Equipamiento médico	Sí	Sí	Sí
Medicamentos con receta y sin receta	Sí	Sí	Sí
Horno microondas	Sí	No	No
Motocicleta	Sí	No	No
Radio	Sí	No	No
Refrigerador	Sí	No	No
Calzado	Sí	Sí	Sí
Soja	No	No	No
Televisor	Sí	No	No
Lavarropa	Sí	No	No

Notas:
1) Estas preguntas se formularon utilizando escalas Likert de 5 puntos, con 3 como punto central;
2) Las escalas de las columnas 1-3 se dividieron en respuestas «Sí» y «No» en el punto medio de la media;
3) Claves para las columnas 2 y 3: 1 = Definitivamente no debe importarse; 2 = No debe importarse; 3 = Neutral; 4 = Debe importarse; 5 = Definitivamente debe importarse.

Fuente: Cálculos de los autores utilizando una escala de percepción del producto adaptada de Sharma, Shimp y Shin (1995).

Brasil

La elección de importación de los encuestados para Brasil aparece en la Tabla 7 y sigue el mismo patrón que en la Tabla 6 (y el análisis anterior sobre Argentina). La columna dos reitera si, en general, el producto debe importarse, tal y como se muestra anteriormente en la tabla 2. La columna 3 especifica si el producto debe importarse desde Brasil. La columna 4 tiene en cuenta las respuestas anteriores de las columnas dos y tres y sugiere un posible resultado de importación de oportunidad para cada producto: sí, no o posiblemente.

En el conjunto de productos, cinco de ellos, brasileños se encuentran en la mejor posición para su importación a Paraguay: automóviles, teléfonos móviles, equipamientos médicos, medicamentos y calzado. Los cuatro últimos artículos son similares a los de Argentina, siendo los automóviles la nueva incorporación a esta lista, lo que supone un mercado anual de 497 millones de dólares (o casi 1000 millones de dólares para los cinco productos). Solo en el caso del calzado, Brasil cumple con las expectativas, con aproximadamente la mitad del mercado de exportación a Paraguay, según los resultados de la opinión de los consumidores. En el resto de los productos, Brasil tiene mucho margen de mejora; sin embargo, de los cuatro países incluidos en este estudio, Brasil tiene la mayor cuota del mercado de importación de automóviles en Paraguay.

Tabla 7
20 Productos y opinión sobre los productos a importarse de Brasil

Producto	¿Debería importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde Brasil? (3)	¿Posible oportunidad de importación para un producto brasileño? (4)
Acondicionador de aire	Sí	No	No
Automóvil	Sí	Sí	Sí
Teléfono móvil	Sí	No	No
Ropa	Sí	Sí	Sí
Computadora/portátil	Sí	No	No
Galletitas	No	No	No
Aceite de cocina	No	No	No
Frutas frescas	No	No	No
Vegetales frescos	No	No	No
Carne	No	No	No
Equipamiento médico	Sí	Sí	Sí
Medicamentos con receta y sin receta	Sí	Sí	Sí
Horno microondas	Sí	No	No
Motocicleta	Sí	No	No
Radio	Sí	No	No

Producto	¿Debería |importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde Brasil? (3)	¿Posible oportunidad de importación para un producto brasileño? (4)
Refrigerador	Sí	No	No
Calzado	Sí	Sí	Sí
Soja	No	No	No
Televisor	Sí	No	No
Lavarropa	Sí	No	No

Notas:
1) Estas preguntas se formularon utilizando escalas Likert de 5 puntos, con 3 como punto central;
2) Las escalas de las columnas 1-3 se dividieron en respuestas «Sí» y «No» en el punto medio;
3) Claves para las columnas 2 y 3: 1 = Definitivamente no debe importarse; 2 = No debe importarse; 3 = Neutral; 4 = Debe importarse; 5 = Definitivamente debe importarse.

Fuente: Cálculos de los autores utilizando una escala de percepción del producto adaptada de Sharma, Shimp y Shin (1995).

////// China

China es actualmente la fuente de la mayoría de los productos importados por Paraguay. No es de extrañar que 11 de los 20 productos analizados no solo pertenezcan a China, sino que también se prefiera que procedan de ese país (véase la Tabla 8). Estos productos incluyen electrodomésticos (aires acondicionados, hornos microondas, refrigeradores, televisores, lavadoras), tecnología personal (teléfonos móviles y computadoras), transporte (automóviles y motocicletas) y otros productos (equipamientos médicos y radios). Estos productos manufacturados representan un valor anual de 1750 millones de dólares, y China lidera la cuota de mercado de todos los productos excepto dos (es decir, automóviles y lavadoras), lo que le permite aprovechar la mayor parte de sus oportunidades de mercado.

Tabla 8
20 Productos y opinión sobre los productos a importarse de China

Producto	¿Debería importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde China? (3)	¿Posible oportunidad de importación para un producto chino? (4)
Acondicionador de aire	Sí	Sí	Sí
Automóvil	Sí	Sí	Sí
Teléfono móvil	Sí	Sí	Sí
Ropa	Sí	No	No
Computadora/portátil	Sí	Sí	Sí

Producto	¿Debería importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde China? (3)	¿Posible oportunidad de importación para un producto chino? (4)
Galletitas	No	No	No
Aceite de cocina	No	No	No
Frutas frescas	No	No	No
Vegetales frescos	No	No	No
Carne	No	No	No
Equipamiento médico	Sí	Sí	Sí
Medicamentos con receta y sin receta	Sí	No	No
Horno microondas	Sí	Sí	Sí
Motocicleta	Sí	Sí	Sí
Radio	Sí	Sí	Sí
Refrigerador	Sí	Sí	Sí
Calzado	Sí	No	No
Soja	No	No	No
Televisor	Sí	Sí	Sí
Lavarropa	Sí	Sí	Sí

Notas:
1) Estas preguntas se formularon utilizando escalas Likert de 5 puntos, con 3 como punto central;
2) Las escalas de las columnas 1-3 se dividieron en respuestas «Sí» y «No» en el punto medio.;
3) Claves para las columnas 2 y 3: 1 = Definitivamente no debe importarse; 2 = No debe importarse; 3 = Neutral; 4 = Debe importarse; 5 = Definitivamente debe importarse.

Fuente: Cálculos de los autores utilizando una escala de percepción del producto adaptada de Sharma, Shimp y Shin (1995).

///// Estados Unidos de América

Estados Unidos no lidera ninguna de las categorías de los 20 productos seleccionados para el estudio. Las importaciones de equipamientos médicos procedentes de Estados Unidos ocupan el tercer lugar, por detrás del conjunto del mundo y de China, lo que convierte a este producto en el que mejor rendimiento tiene para Estados Unidos. Sin embargo, los encuestados indicaron su preferencia por los productos estadounidenses en 14 de los 20 productos (véase la tabla 9). Solo los alimentos (galletitas, aceite de cocina, frutas y verduras, carnes y soja) no se preferían importar de los Estados Unidos En consecuencia, Estados Unidos tiene un rendimiento muy inferior al esperado en el mercado paraguayo.

Tabla 9
20 Productos y opinión sobre los productos a importarse de EE.UU.

Producto	¿Debería importarse? (2)	¿Debería importarse el producto desde EE. UU.? (3)	¿Debería importarse? > ¿Debería importarse desde EE. UU.? (4)
Acondicionador de aire	Sí	Sí	Sí
Automóvil	Sí	Sí	Sí
Teléfono móvil	Sí	Sí	Sí
Ropa	Sí	Sí	Sí
Computadora/portátil	Sí	Sí	Sí
Galletitas	No	No	No
Aceite de cocina	No	No	No
Frutas frescas	No	No	No
Vegetales frescos	No	No	No
Carne	No	No	No
Equipamiento médico	Sí	Sí	Sí
Medicamentos con receta y sin receta	Sí	Sí	Sí
Horno microondas	Sí	Sí	Sí
Motocicleta	Sí	Sí	Sí
Radio	Sí	Sí	Sí
Refrigerador	Sí	Sí	Sí
Calzado	Sí	Sí	Sí
Soja	No	No	No
Televisor	Sí	Sí	Sí
Lavarropa	Sí	Sí	Sí

Notas:
1) Estas preguntas se formularon utilizando escalas Likert de 5 puntos, con 3 como punto central;
2) Las escalas de las columnas 1-3 se dividieron en respuestas «Sí» y «No» en el punto medio;
3) Claves para las columnas 2 y 3: 1 = Definitivamente no debe importarse; 2 = No debe importarse; 3 = Neutral; 4 = Debe importarse; 5 = Definitivamente debe importarse.

Fuente: Cálculos de los autores utilizando una escala de percepción del producto adaptada de Sharma, Shimp y Shin (1995).

Discusión de los hallazgos

Paraguay, como país de ingresos medios, posee una economía abierta al comercio internacional (Mandl, 2021). En 2022, las exportaciones e importaciones tuvieron un valor equivalente al 61 % del producto interno bruto (PIB) de Paraguay (Indicadores del Banco Mundial, 2025). Por lo tanto, no es ningún secreto que los paraguayos se muestren muy abiertos a los productos importados (Pisani et al., 2024) y, en muchos casos, prefieren los productos extranjeros a los nacionales (Pisani et al., 2023). Al mismo tiempo, la preferencia por la importación de cada uno de los 20 productos se asocia positivamente con un menor sentimiento de etnocentrismo por parte de los consumidores.[3] Sin embargo, nuestra muestra de nacionales de clase media y alta solo representa aproximadamente el 27,5 % de los hogares paraguayos según sus ingresos.[4] Este segmento de consumidores relativamente pequeño contrasta con el 72,5 % de los hogares paraguayos clasificados como pobres y vulnerables (Galeano et al., 2021).

Los habitantes del Paraguay califican la calidad de los productos chinos como muy baja (LAPOP, 2025) y la de los productos estadounidenses como muy alta (Pisani et al., 2024). Los consumidores de clase media y alta que participaron en nuestra encuesta mostraron una clara preferencia por los productos fabricados en Estados Unidos y China, con una ligera ventaja para los productos estadounidenses. Incluso los productos argentinos y brasileños gozan de mejor reputación que los chinos (Pisani et al., 2023). Esto parece ser una buena noticia para los productores de Argentina, Brasil y Estados Unidos.

Sin embargo, los datos comerciales derivados de las importaciones procedentes de China indican claramente que las preferencias están sujetas a consideraciones de precio y sensibilidad al precio, quizás más que a consideraciones de calidad y reputación. Es evidente que los beneficiarios de la producción masiva a bajo costo son Argentina, Brasil y, especialmente, China. Cabe destacar que las importaciones estadounidenses se muestran débiles en Paraguay. Es posible que el pequeño tamaño del mercado paraguayo, tanto en términos de población como de poder adquisitivo, no resulte lo suficientemente atractivo para muchos fabricantes estadounidenses incluidos en el conjunto de productos aquí seleccionados. El panorama de las exportaciones, según nuestro análisis de 20 productos importados a Paraguay, parece prometedor para Argentina, Brasil y China. Lo contrario podría ser cierto para los productos estadounidenses.

3 Este resultado es estadísticamente significativo (ANOVA) con un valor p = 0,001 para cada producto, lo que indica un límite moral más bajo para los productos importados.

4 Galeano et al. (2021) concluyen que el 26,2 % de los hogares paraguayos pertenecen a la clase media, mientras que otro 1,3 % forma parte de la clase alta. Los hogares con ingresos inferiores a 10 dólares no se consideraron de clase media ni alta.

/// Conclusión

Se han destacado que las preferencias de los consumidores paraguayos en un conjunto de 20 productos de uso cotidiano proceden de cuatro países: Argentina, Brasil, China y Estados Unidos. Estos cuatro países son los que más productos exportan a Paraguay. Los 20 productos objeto de estudio —ropa, calzado, teléfonos móviles, alimentos, medicamentos y electrodomésticos, entre otros— tienen un valor de importación anual de 2300 millones de dólares estadounidenses. Nuestra encuesta a 363 paraguayos de clase media y alta refleja la importancia, la necesidad y la familiaridad de estos productos, junto con la imperiosa necesidad de decidir si deben importarse o no.

Se consideraba que los productos no alimentarios se importaban de forma adecuada. Sin embargo, no ocurría lo mismo con los productos alimenticios. Los consumidores nacionales se enorgullecen, con razón, de su capacidad productiva en la elaboración de alimentos, una ventaja comparativa que se remonta a siglos atrás. La elección de productos no alimentarios es una consideración más abierta entre los consumidores encuestados. Cada uno de los cuatro países (Argentina, Brasil, China y Estados Unidos) tiene oportunidades para satisfacer las necesidades de los consumidores paraguayos de clase media y alta.

Sin embargo, los deseos de estos consumidores no reflejan igualmente la capacidad de compra, por lo que China supera a otros en el mercado local, aunque sus productos se consideren de menor calidad. Donde los deseos son mayores —por los productos estadounidenses— la demanda es prácticamente inexistente, lo que sugiere que el precio es un atributo fundamental en la toma de decisiones de los consumidores en relación con las necesidades de los productos. Gran parte del espacio intermedio en lo que eligen consumir los paraguayos de clase media y alta, puede ser aprovechada por Argentina y Brasil.

Referencias bibliográficas

Galeano, Juan. J., Liz Coronel, y Vivian Ocampos, V. (2021, noviembre). "Evolución de la Clase Media en Paraguay Bajo un Enfoque de Vulnerabilidad y Medición de Activos". Documento de Trabajo Ministerio de Hacienda, Disponible en: https://economia.gov.py/application/files/4416/5177/8786/DDT_Evolucion_de_la_clase_media_en_PRY.pdf

LAPOP (Latinobarómetro), available at https://www.latinobarómetro.org/lat.jsp.

Mandl, Tomás (2021). *Modern Paraguay: Uncovering South America's Best Kept Secret***.**

Jefferson, NC: McFarland & Company, Inc., Publishers.

Pisani, Michael J.; Cáceres Zarate, Alcides G.; Arrúa, Katherine; Bubak, Vit; Pereira, Gabriel; Mendoza, Ana Lucía; y Becker, Silvio Eduardo (2022), "'Hecho en Paraguay', pero ¿es preferido por los paraguayos? Un breve informe sobre el patriotismo, la animosidad, y el xenocentrismo de los consumidores", August 1.

Pisani, Michael J., Caceres Zarate, Alcides G.; Bubak, Vit; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2024), "Consumer Ethnocentrism in Paraguay," *Revista Economía y Administración (EyA)*, 16(2), 44-70.

Pisani, Michael J., Cáceres-Zarate, Alcides G.; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2025), "El etnocentrismo y la intención de compra de productos 'Hecho en Paraguay' de consumidores de Gran Asunción, Paraguay en 2022," *Población y Desarrollo*, 31(60), 5-16.

Pisani, Michael J., Cáceres-Zarate, Alcides G.; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2024), "An Emerging Economy Consumer View of Global Economic Rivals: Paraguay, China, and the United States of America," AD-minister, 45, 93-115.

Pisani, Michael J., Cáceres-Zarate, Alcides G.; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2024), "A Legacy of Animus in the Southern Cone of South America? Paraguayan Consumers' Attitudes Towards Argentina and Brazil," *RAN – Revista Academia & Negocios*, 10(1), 68-83.

Pisani, Michael J., Cáceres-Zarate, Alcides G.; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2024), "¿Productos Nacionales O Extranjeros? La opinión del consumidor paraguayo y latinoamericano," *Economía y Sociedad, 82*(Junio/Julio), 14-19.

Pisani, Michael J., Cáceres-Zarate, Alcides G.; Tello, José-Carlos and Becker, Silvio Eduardo (2023), "Is the Grass Greener on the Other Side? Consumer Xenocentrism in Paraguay," *Forum Empresarial*, 27(2), 1-29.

Pisani, Michael J. y Masi, Fernando (2022), "Percepciones Ciudadanas sobre la Influencia Económica de Estados Unidos y China en Paraguay", OBEI, Mayo, CADEP, Asunción, Paraguay.

Sharma, Subhash, Terence A. Shimp, and Jeongshin Shin (1995), "Consumer Ethnocentrism: A Test of Antecedents and Moderators," Journal of the Academy of Marketing Science, 23(1), 26-37.

World Bank Indicators (2025), available at https://data.worldbank.org.

35 años

Centro de Análisis y Difusión
de la Economía Paraguaya