



Serie

# Guías Prácticas de Mercado



## Estados Unidos de América



Abril de 2009



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Red de Inversiones y Exportaciones  
Avda. Mcal López 3.333 esq. Dr. Weiss  
Asunción - Paraguay - CP 1892  
Tel. +595 (21) 616 3006 / Fax +595 (21) 616 3034  
[www.rediex.gov.py](http://www.rediex.gov.py)

# Serie Guías Prácticas de Mercado

## Estados Unidos de América

### 1. Datos Generales

Nombre oficial	Estados Unidos de América
Área (km <sup>2</sup> )	9.826.630
Población 2007	303.824.646
Costas - km	19.924
División política	50 Estados y el Distrito de Columbia
Idiomas	Inglés (Oficial), Español, otros
Hora oficial	Posee 6 husos horarios
Miembro de:	ONU, OEA, OTAN, OSCE, OCDE, APEC, G-8
Moneda	Dólar estadounidense
Tipo de cambio USD	1,45 dólares / 1 EU

### 2. Importaciones Globales de EE.UU

Últimos tres años cerrados -USD FOB	
• 2006	1.845.053
• 2007	1.942.863
• 2008 (provisorio)	2.090.483
Principales productos de importación:	Petróleo crudo y sus derivados, automóviles, maquinaria industrial, bienes de consumo, materia prima, alimentos y bebidas
Principales productos de exportación:	Bienes de capital, automóviles, suministros, materia prima para la industria, bienes de consumo y agrícolas.
Principales proveedores:	Canadá, México, China, Japón

Serie Guías Prácticas de Mercado  
**Estados Unidos de América**

### 3. Intercambio comercial bilateral Paraguay - EE.UU

<b>INTERCAMBIO COMERCIAL PARAGUAY - EE.UU</b>		
<b>Exportaciones Paraguay - EE.UU</b>	<b>Valores (USD)</b>	
2006	52.296.988	
2007	51.132.622	
Ene-Ago 2007	62.375.761	
Ene-Ago 2008	66.569.996	
Crecimiento anual 2002 - 2007	225,5%	
<b>Principales productos de exportación 2007</b>	<b>Valores (USD)</b>	<b>Participación</b>
Azúcares, melaza y miel	14.218.723	27,8%
Madera trabajada simplemente y traviesas de madera para vías férreas	6.095.561	11,9%
Algodón	4.415.165	8,6%
Grasas y aceites fijos de origen vegetal, excepto los "blandos"	3.442.350	6,7%
Desperdicios y desechos no ferrosos de metales comunes, N.E.P.	3.418.375	6,7%
Otros	19.542.448	38,2%
<b>Participación de EE.UU en las exportaciones de Paraguay (% del total)</b>		
2006	2,74%	
2007	1,84%	
<b>Participación de Paraguay en las importaciones de EE.UU (% del total)</b>		
2006	0,00%	
2007	0,00%	

## Serie Guías Prácticas de Mercado Estados Unidos de América

### 4. Productos con Potencial Comercial

*Criterio 1: Intercambio comercial existente entre Paraguay y EE.UU*

*Criterio 2: Correlación entre la oferta de Paraguay y la demanda de EE.UU*

*Criterio 3: Importaciones de Chile desde Mercosur*

*Criterio 4: Precios favorables*

#### Criterios seleccionados

##### Criterio 1 - Intercambio comercial existente entre Paraguay y EE.UU

<i>Exportaciones de Paraguay a EE.UU mayores a USD</i>	500.000
<i>Cantidad de productos hallados:</i>	23

##### Criterio 2 - Correlación entre la oferta de Paraguay y la demanda de EE.UU

<i>Importaciones de EE.UU. mayores a USD</i>	10.000.000
<i>Crecimiento de las importaciones de EE.UU. mayor a</i>	0
<i>Balanza Comercial de EE.UU. menor a USD</i>	0
<i>Exportaciones de Paraguay mayores a USD</i>	5.000.000
<i>Cantidad de productos hallados:</i>	17

##### Criterio 3 - Importaciones de Chile desde Mercosur

<i>Importaciones de EE.UU. de Mercosur mayores a USD</i>	200.000.000
<i>Crecimiento mayor a</i>	15%
<i>Cantidad de productos hallados:</i>	17

##### Criterio 4 - Precios favorables

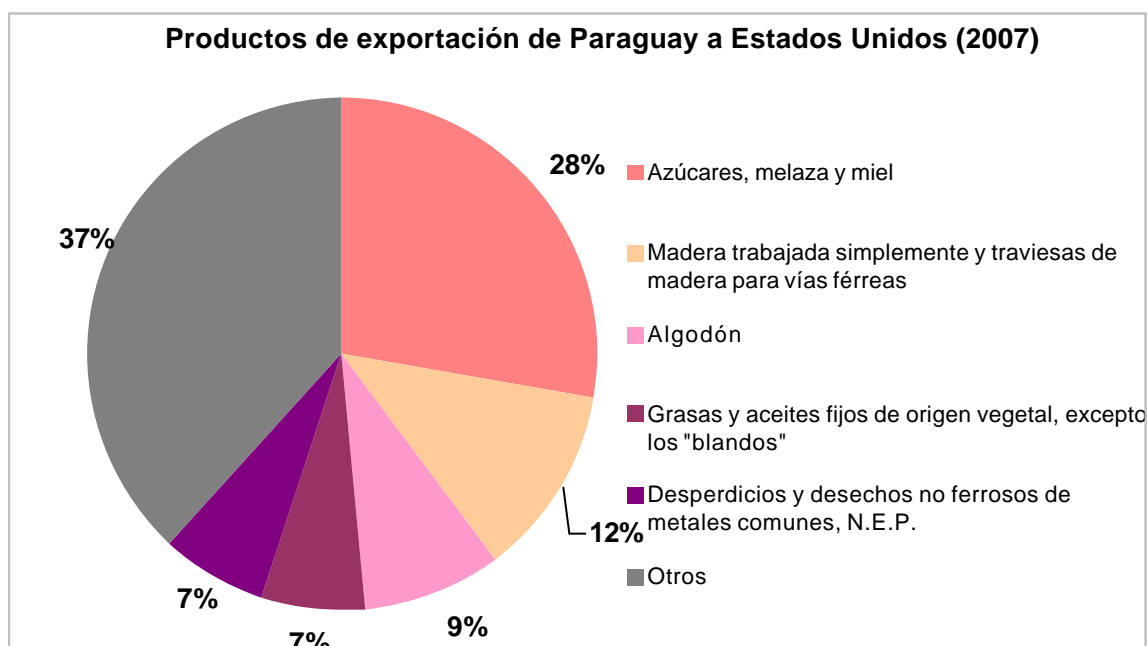
<i>Importaciones de EE.UU. mayores a USD</i>	50.000.000
<i>Importaciones de EE.UU. de Mercosur mayores a USD</i>	5.000.000
<i>Exportaciones de Paraguay mayores a USD</i>	3.000.000
<i>Diferencia de precio global mayor a USD</i>	200
<i>Diferencia de precio regional mayor a USD</i>	100
<i>Cantidad de productos hallados:</i>	29

## Serie Guías Prácticas de Mercado Estados Unidos de América

### Productos identificados de interés comercial entre Paraguay y EE.UU.

Código	Producto	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
11	Carne de ganado bovino			X	X
12	Otras carnes y despojos comestibles				X
17	Demás carne y despojos de carne			X	
42	Arroz				X
59	Jugos de frutas y jugos de legumbres			X	
61	Azúcares, melaza y miel	X	X		
81	Alimentos para animales	X			X
98	Demás productos comestibles				X
121	Tabaco sin elaborar	X			X
122	Tabaco manufacturado	X			X
222	Semillas y frutos oleaginosos	X			X
245	Leña y carbón vegetal	X	X		X
421	Aceites y grasas de origen vegetal		X		X
422	Grasas y aceites de origen vegetal	X	X		X
542	Medicamentos		X		X
551	Aceites esenciales	X	X		X
612	Manufacturas de cuero	X	X		X
634	Madera terciada, aglomerada y otras	X	X		
635	Demás manufacturas de madera	X	X		
665	Artículos de vidrio		X		X
672	Formas primarias de hierro o acero		X		X
676	Barras, varillas de hierro y acero	X			
678	Alambre de hierro o acero		X		X
679	Tubos, caños y perfiles de hierro o acero			X	
821	Muebles y sus partes.		X		
831	Baúles, bolsos y demás	X			
842	Abrigos, vestidos, faldas, camisas, etc.	X			
893	Demás artículos plásticos		X		X

## 5. Principales productos exportados de Paraguay a EE.UU



## 6. Estrategias de acceso al mercado

### Exigencias básicas del mercado estadounidense

Los Estados Unidos son comúnmente conocidos por sus altas exigencias hacia los productos comercializados, y el gran peso de los derechos de protección al consumidor. Es por ello, que una exportación requiere de una buena preparación, y de un conocimiento de los requisitos detallados en cuanto a la consistencia, el control de calidad y sanidad, y el etiquetado del producto.

Es de importancia contraer pólizas de seguridad para el caso de contiendas judiciales, que pueden ser protagonizados con facilidad por parte de clientes presumiblemente afectados por cualquier irregularidad. Aunque la misma no tenga consistencia, es necesario contar con los recursos para llevar a cabo el proceso jurídico.

## Serie Guías Prácticas de Mercado

# Estados Unidos de América

Un requisito básico es, contar con un representante local, quien se encarga de los despachos, la distribución y la facturación de las mercaderías de exportación. El representante local debe contar con una constitución comercial legal en EE.UU, que tributa al fisco.

Asimismo, es necesario asegurarse que el producto, su nombre, diseño o etiqueta no interfiere en los derechos de propiedad intelectual establecidos para terceros. La imitación deliberada de un producto existente puede conllevar costosas querellas, por lo cual se recomienda encaminar con anterioridad la protección intelectual de la propia mercadería, de su marca y de su diseño, lo cual implica el control de compatibilidad con otros productos ya protegidos.

### **Estrategias de promoción**

Una gran parte de la comercialización en Estados Unidos, se realiza a través las tiendas especializadas y cadenas de supermercados. Otra estrategia constituye el envío directo por correo.

En general, se espera que el oferente de un producto lleve a cabo el trabajo de promoción, para lo cual será imprescindible contar con agentes locales, o de viajar al país para contactar directamente a potenciales clientes.

Las ferias especializadas, realizadas en distintas partes del país, cuentan con una alta repercusión, y una ausencia en las mismas pone en riesgo la presencia en el portafolio de proveedores de los grandes distribuidores minoristas.

En cualquier contacto con compradores, el conocimiento del idioma inglés es imprescindible. De ser posible, puede cooperar con un familiar o conocido con residencia legal en los EEUU, que sea de su confianza.

Es de alta importancia que el producto conlleve servicios adicionales de atención al cliente, que puede ser accedido por teléfono (línea 0800), E-Mail o Internet.

Para productos de mayor valor agregado, es de importancia informar sobre su procedencia, su historia, y sus beneficios para el consumidor. En este contexto, temas vinculados a la salud y bienestar físico individual es de importancia sobresaliente, pero

## Serie Guías Prácticas de Mercado Estados Unidos de América

también la protección al medio ambiente constituye un aspecto de creciente interés consumidor.

En cuanto a los precios, existe una amplia gama entre los productos de consumo masivo (que tienden a ser económicos) y los productos de consumo sectorial (que tienen mayor valor agregado). La mejor herramienta constituye una pesquisa en los sitios Web de los grandes distribuidores minoristas o directos (vía correo). Como la mayoría de las tiendas norteamericanas informan a sus clientes mediante la Web sobre los precios de sus productos, el exportador nacional puede sondear los costos de los productos competidores más vinculados.

### 7. Contactos de interés

[www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)

[www.usda.gov](http://www.usda.gov)

[www.fda.gov](http://www.fda.gov)

Las Guías Prácticas de Mercado son un material informativo de distribución gratuita, publicado por la Dirección de Servicios al Exportador de la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX).

Fuentes: BCP, Wits, Almanaque Mundial 2009, CIA World Fact Book

Redacción: Nikolaus Osiw, Naida Alderete, Enrique Báez, Alejandra Fretes, Natalia Heisele.

Revisión: Aldo Cáceres

Asunción, Paraguay, abril de 2009

© REDIEX 2009