

Red de Inversiones y Exportaciones

Oficina de Marca País Paraguay



NUEVAS ESTRATEGIAS DE MARCA CASO - PARAGUAY





TEMAS

- **Definición.**
- **El valor intangible de la imagen como coadyuvante de la competitividad.**
- **La marca país como generador de una identidad propia en mercados internacionales.**
- **El Country Origin Effect.**
- **Casos emblemáticos de éxito.**
- **Dimensiones de la marca país: turismo, inversiones y exportaciones.**
- **¿Cómo deseamos que se hable de Paraguay una vez que dejemos la habitación?**
- **Paraguay, country brand, estrategia. Recorrido. Lecciones aprendidas.**



PARAGUAY

Competitividad, valor y mercadeo.
Promoción integral del turismo, inversiones,
comercio, exportaciones paraguayas y el
valor del Paraguay como destino



Ejecutivo

Industria y Comercio

Viceministerio

**RED DE
INVERSIONES Y
EXPORTACIONES**

Oficina de
MARCA PAÍS PARAGUAY



Ministerio de
**INDUSTRIA
Y COMERCIO**



Programas

REDIEX - BID

Atracción y radicación de
INVERSIONES

Fortalecimiento de capacidad
EXPORTADORA

Promoción de la
MARCA PARAGUAY



Secretaría
**TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN
DEL DESARROLLO ECONÓMICO
Y SOCIAL**

Plan Nacional de Desarrollo
Paraguay 2030
DICIEMBRE 2014

Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030 de la Secretaría Técnica de Planificación, eje estratégico 3 – “Presencia de Paraguay en el Mundo”.

Estrategia 3.1 - Igualdad de Oportunidades en un mundo globalizado

Apoyo a connacionales en el exterior para el mejoramiento de sus condiciones de vida y a familias extranjeras en Paraguay para su inserción plena en la sociedad paraguaya.

- Ampliar la cobertura territorial y la presencia del país en el mundo, en particular en los países donde existen comunidades crecientes de paraguayos y **donde deben promocionarse los productos nacionales y el turismo**.

Estrategia 3.2 – Atracción de inversiones, comercio exterior e imagen país

Combina inserción de Paraguay en el mundo con gestión pública transparente y eficiente. Sus metas incluyen fortalecer la posición paraguaya entre los principales exportadores mundiales de alimentos, ubicarlo como un exportador importante de productos con tecnologías específicas (por ejemplo, autopartes), expandir la **capacidad del turismo receptivo**, y propiciar el desarrollo en áreas de frontera.

Estrategia 3.3 - Integración económica regional:

Combina inserción adecuada de Paraguay en el mundo con el **ordenamiento territorial**. Sus metas incluyen contar con un sistema eficiente en las hidrovías de los ríos Paraguay y Paraná, con sistemas energéticos integrados con la región, y aumentar la eficiencia del sistema portuario y del transporte vial terrestre.

SERVICIOS LIGADOS A LAS INVERSIONES

**PROSPECCIÓN &
BUSQUEDA**
Potenciales inversionistas

**GESTIÓN
ACOMPAÑAMIENTO**
En proceso de aterrizaje de las
inversiones

**EVENTOS
PROMOCIONALES**



**SERVICIOS DE
SEGUIMIENTO**
(After Care)

**ATENCIÓN DIRECTA AL
INVERSIONISTA**

**INTELIGENCIA
COMPETITIVA**

SERVICIOS LIGADOS A LAS EXPORTACIONES

**ASESORAMIENTO /
INTELIGENCIA / PROVISIÓN DE
INFORMACIÓN**

**DIAGNOSTICO
EXPORTADOR**

CAPACITACIONES

PRIORIZACIÓN DE SECTORES
Estudios sectoriales priorizados

**ARTICULACIÓN CON
GREMIOS / SOCIEDAD
CIVIL / ACADEMIA**

**FORTALECIMIENTO DE
LA CAPACIDAD
EXPORTADORA**

**DIFUSIÓN DE
INFORMACIÓN
RELEVANTE**



Generando identidad en mercados internacionales

- Participación de empresas (nacionales y extranjeras)
- Seminarios temáticos: encadenamiento productivo, innovación, atracción de inversiones, entre otros.
- Rueda de Negocios, para dos públicos INVERSIONISTAS – COMPRADORES
- Presentación de la Marca País Paraguay
- Noche de carnes u otra temática gastronómica/cultural



Participación en Ferias Internacionales

- Convocatoria a empresas con anticipación.
- Participación con 15 a 20 empresas nacionales
- Organización del pabellón Paraguay con el uso de la Marca País Paraguay.
- Preparación y decoración de los stands de empresas.
- Acompañamiento a autoridades nacionales en el acto de inauguración oficial de la feria.
- Durante el desarrollo de la feria (5 días), acompañamiento y apoyo a las empresas en reuniones con clientes y visitantes que visitan el pabellón
- Participación de las empresas en eventos.
- Eventos de degustación de los productos paraguayos.
- Coordinación del cierre de la participación de Paraguay (REDIEX – Expositores).



Regreso a las ferias presenciales



25
AÑOS

**FERIA INTERNACIONAL
DE TURISMO DE
AMERICA LATINA**

4-7 DIC 2021
BUENOS AIRES - ARGENTINA

- Operadores y Agencias: 22
- Prensa e Influencers: 27
- Varios: 27
- Gremios y Secretarías: 7
- Público general: 2.500 personas.

MARCA PAÍS - CONCEPTO



PARAGUAY

1 HERRAMIENTA DE
COMPETITIVIDAD
ESTRATÉGICA

2 RELACIONADA A LA
PRODUCCIÓN DE
CALIDAD

3 PROMUEVE EL TURISMO
Y LA CULTURA

4 VENDE LO MEJOR
QUE TIENE EL
PARAGUAY

SE OTORGAN LICENCIAS DE USO

Al sector público, privado y a organizaciones civiles que lo soliciten; siempre siguiendo los objetivos de promover de manera integral, coordinada y colaborativa, la atracción de turistas, inversionistas y compradores extranjeros al país.

EMBAJADORES DE LA MARCA

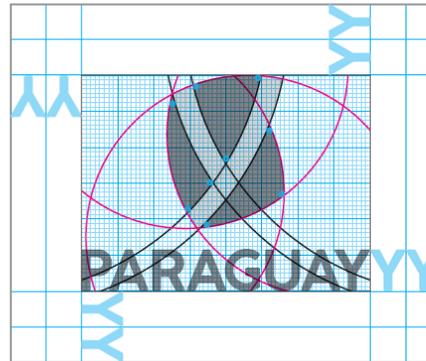
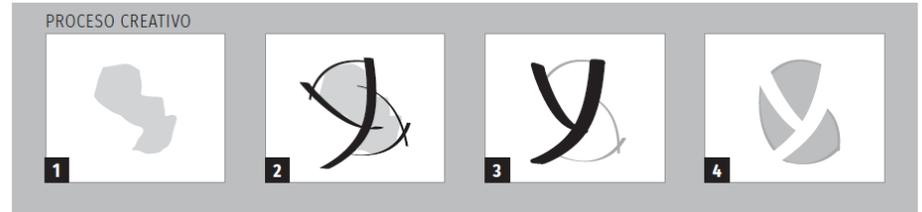
Son aquellas personas que realizando una actividad de alto nivel de exposición (arte, deportes, industrias creativas), representan al país en diferentes instancias.

PARAGUAY ES “Y”

¿QUÉ SIGNIFICA EL SÍMBOLO GRÁFICO?

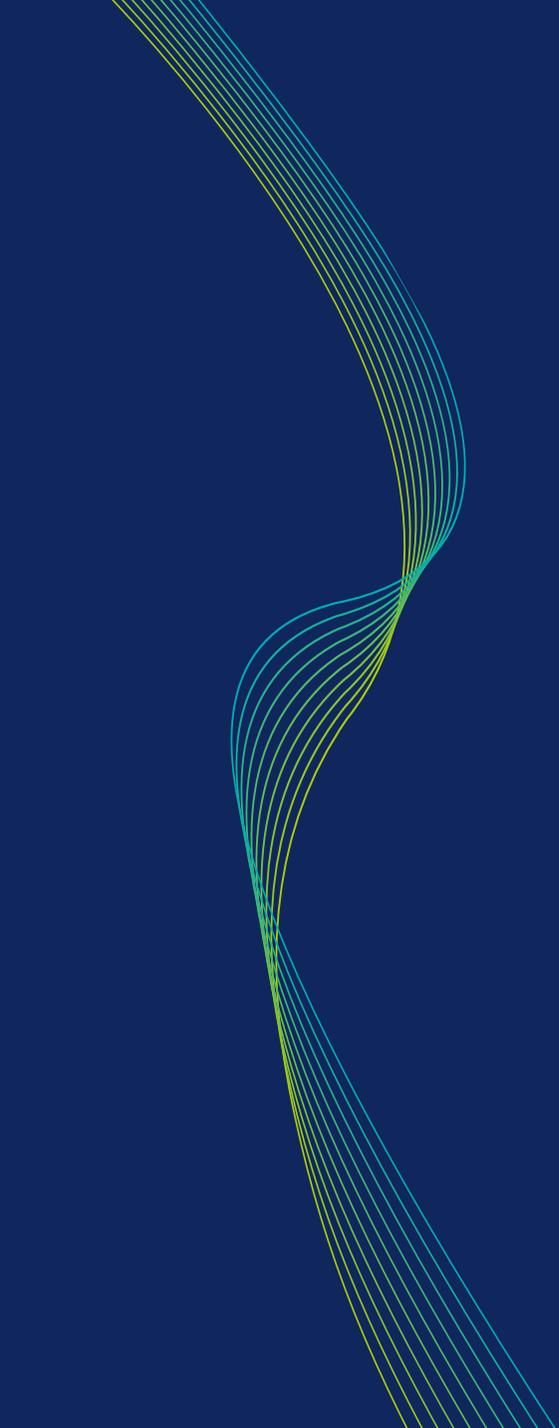
Existen varias definiciones sobre lo que significa la palabra “PARAGUAY” en el idioma guaraní. Pero lo único cierto y en lo que todas las definiciones coinciden, es que “Y” significa AGUA.

PARA: MAR
GUA: ORIGINARIO DE
Y: AGUA
“AGUA QUE VIENE DEL MAR”



75 Licencias emitidas en total





**MARKETING
INTERNACIONAL**
Para vender nuestro país



PARAGUAY





Valor intangible De la **IMAGEN**

**SOLO
PARA
VOS**

- **GASTRONOMIA**
- **DEPORTES Y ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE**
- **ASUNCION, ENCARNACION, CIUDAD DEL ESTE**
- **CIRCUITO VIVENCIAL DEL MUNDO GUARANI**



TETÁPY
JEJECHAUKA
Sĩmbyhĩa

TETÁ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*

PARAGUAY

- GRAN CHACO
- PARAGUAY COMPRAS
- NOCHES DE ASUNCIÓN
- YAGUARÓN

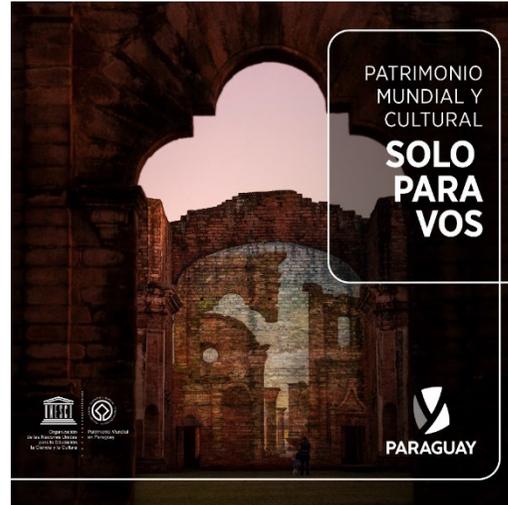
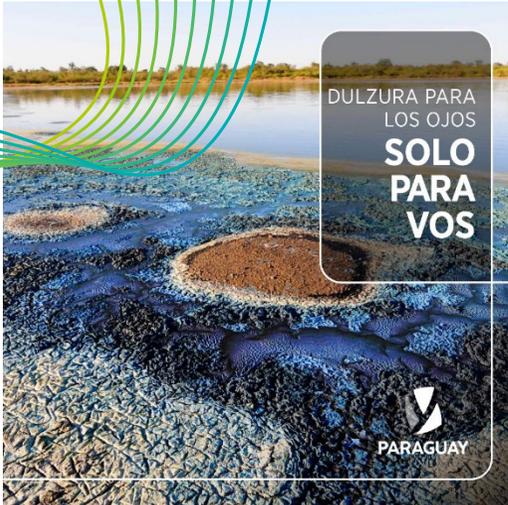


TETÁPY
JEHECHAUKA
Sámbyhyha
Secretaría
NACIONAL DE
TURISMO

■ TETĀ REKUÁI
■ GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*





**SOLO
PARA
VOS**

- **LAGUNA SALADA**
- **LA MISIÓN JESUÍTICA DE SANTÍSIMA TRINIDAD DEL PARANÁ**
- **MISIÓN JESUÍTICA GUARANÍ JESÚS DE TAVARANGUE**
- **AVISTAJE DE AVES**



TETÁPY
JEHECHAUKA
Sámbyhyhá
Secretaría
NACIONAL DE
TURISMO

**TETĀ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL**

*Paraguay
de la gente*

PARAGUAY

Resultados Enero 2021 a Febrero 2022

TOTAL DE LA CAMPAÑA



23.950.381

41.162.222

4.833.198

87.389.826

8.401.142



ALCANCE

IMPRESIONES

IMPRESIONES

IMPRESIONES

IMPRESIONES

Mercados: Panamá, Uruguay, Perú, México, USA, Chile, Argentina, España, Italia, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Alemania.

La mezcla de mercadotecnia o marketing mix incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”. Esto son las conocidas 4 P’s, a lo que se adhiere la 5ta P: PERSONAS o en inglés PARTNERS.

Philip Kotler

Escuela Superior Politécnica
Del Litoral (ESPOL)
Guayaquil - Ecuador



Elaborado por: Las
Autoras

Yaritza Lilibeth Cañizares Baquerizo
Paola Elena Rizzo Cobeña
María Gabriela Zúñiga González
Eco. María Elena Romero

PRODUCTO

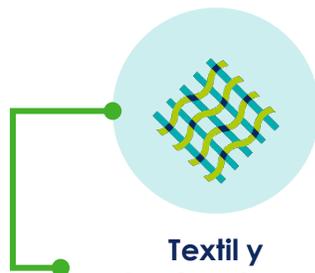
SECTORES PRIORIZADOS

PLATAFORMAS SECTORIALES DE REDIEIX



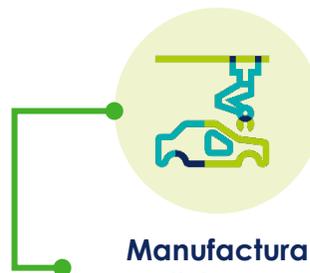
**Alimentos y
Bebidas**

grodriguez@rediex.gov.py



**Textil y
Confecciones**

viviana.lima@rediex.gov.py



**Manufactura
liviana**

oscar.barreto@mic.gov.py

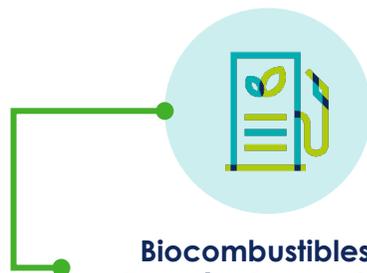


**Industrias Creativas y
Servicios**

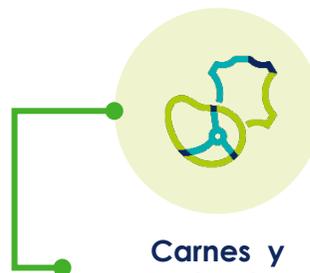


**Químico
Farmacéutico**

graciela.alfonso@rediex.gov.py

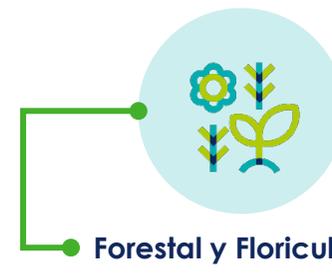


**Biocombustibles y
Energías Renovables**



**Carnes y
Derivados**

andres.gines@rediex.gov.py



Forestal y Floricultura

jose.ayala@rediex.gov.py

PROMOCIÓN

Instancias de Promoción Comercial del Paraguay

EXPO DUBAI – FERIAS – EVENTOS NACIONALES - MISIONES



CAMPAÑA EN

DAY	ROTATION
M-S	06.00-18.00
M-S	18.00-24.00
M-S	06.00-24.00
M-S	06.00-24.00

MES	SPOT CNN LATAM	SPOT USA	TOTALES SPOT	TOTAL SEGUNDOS
SETIEMBRE	238	134	372	11.160
OCTUBRE	120	40	160	4.800
NOVIEMBRE	234	134	368	11.040
DICIEMBRE	120	40	160	4.800
TOTALES	712	348	1.060	31.800

IMPACTO APROXIMADO: 27.680.000 LATAM
21.195.199 USA (Hispanoamérica)
TOTAL DE AUDIENCIA ALCANZADA: 48.875.199

Mercados Prioritarios en Europa

Medios utilizados: Redes sociales / Feria Fitur / Influencers / Radio / Revista de la UNESCO



España

Campaña Digital:



Alcance: Facebook: 1.707.786, Instagram: 423.833, Twitter: 9.939.953, Google: 2.324.926, Bird Watching: 2.324.926

Acciones mercado español

- FITUR VIRTUAL 2022.
- CARTELERIA EXTERIOR EN LA FERIA INTERNACIONAL DE FITUR 2022 - MUPI LUMINOSO.
- PUBLICIDAD EN RADIOS DE ESPAÑA POR 10 MESES A PARTIR DE NOVIEMBRE 2021
- WEBINAR: 22 OPERADORES y 20 MEDIOS DE PRENSA

ALCANCE TOTAL: 14.396.540 personas.



Alemania

Campaña Digital:



Alcance: Facebook: 569.575, Instagram: 198.443, Twitter: 6.314.206, Google: 1.021.049, Bird Watching: 1.021.049

Acciones

ITB 2022

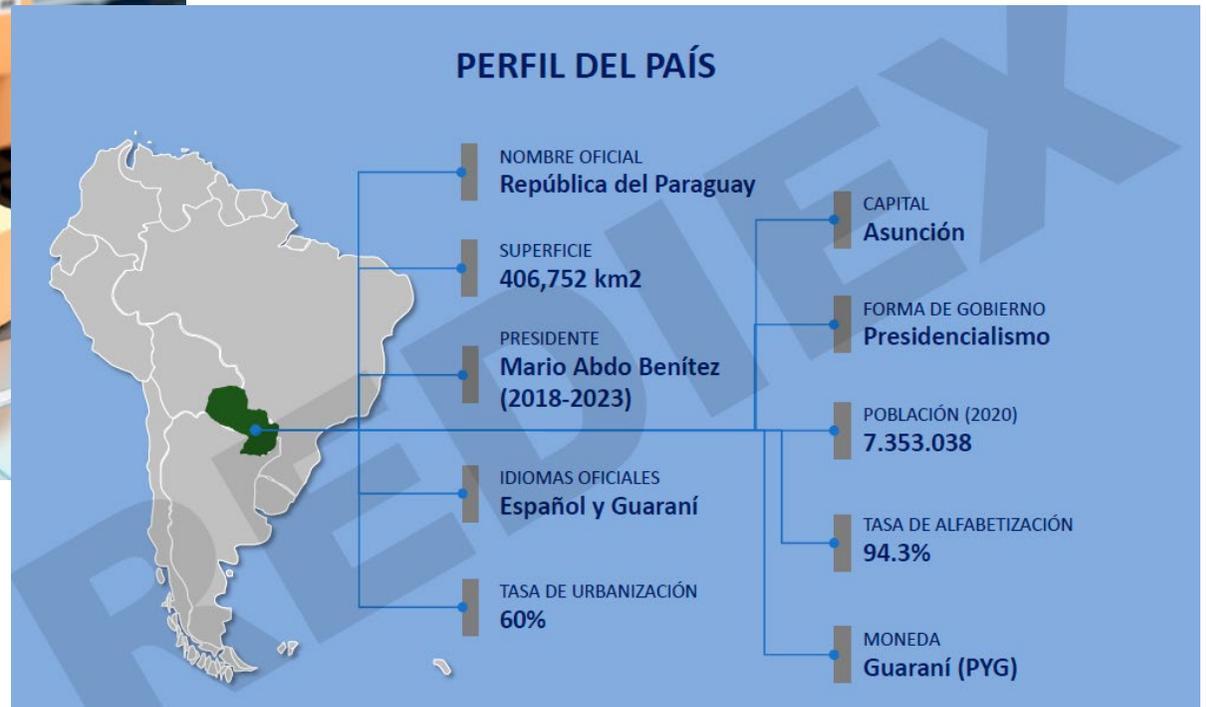
- Presentación País: 209 usuarios.
- Pres. Bird Watching: 251 usuarios.

ALCANCE TOTAL: 8.103.733 personas.

PLAZA

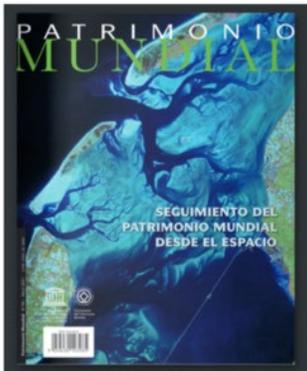
¿Dónde estamos? ¿A dónde Vamos?

ZONA DE FRONTERA – CIUDADES – PARQUES INDUSTRIALES - COMUNAS



Webinars internacionales, presencia en revistas de líneas aéreas y UNESCO

REVISTA UNESCO PATRIMONIO MUNDIAL



TOTAL IMPACTO: 1.256.465.



SENATUR 23 de septiembre de 2021 · 🌐

🚨🇺🇸🇨🇦🌐📄📌👍👏 "Paraguay Solo para Vos" fue presentada a casi un centenar de referentes turísticos de EE.UU y Canadá

La campaña de promoción turística "Paraguay Solo para Vos" fue presentada hoy a casi un centenar de Tour Operadores, Agentes de viaje y gremios afines al turismo de los Estados Unidos y Canadá, en un trabajo conjunto entre la Secretaría Nacional de Turismo y las representaciones diplomáticas asignadas a los mencionados países.

La propuesta, dirigida al sector tu... Ver más



PRECIO

¿A qué nivel competimos?

VENTAJAS IMPOSITIVAS – INCENTIVOS FISCALES – LIBERTAD ECONÓMICA

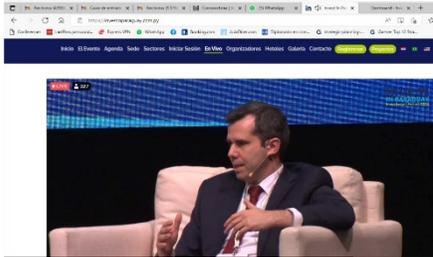
EL ESQUEMA TRIBUTARIO MÁS SENCILLO Y COMPETITIVO

IMPUESTOS					
Impuesto a la Renta Empresas (máximo)	10%*	30%	25%	34%	25%
Impuesto a la Renta Personal (máximo)	10%	35%	36%	28%	13%
Impuesto al Valor Agregado (IVA) común o impuestos afines	10%	21%	22%	17%	13%
Total referencial de impuestos y aportes sociales (según el Banco Mundial)	35%	106%	42%	65%	84%

* En el caso de distribuir dividendos se aplica un impuesto adicional del 15% sobre la utilidad neta. Los dos impuestos juntos alcanzan un máximo de 23,5%.

COMPETITIVIDAD

Para la atracción de inversiones





PERSONAS

¿Quiénes nos representan?
¿A quiénes nos dirigimos?

17 Licencias
de embajadores

ES UN **DESTINO**

ES UN **ORIGEN**

ES SU **GENTE**

ES UN SELLO DE **CALIDAD**

Tener la licencia como embajadores de la Marca País en las artes, las **ciencias** el deporte o la cultura, es un compromiso de representar con altura al país en el ámbito en que les toque actuar.

COUNTRY ORIGIN EFFECT

(Marca Ciudad / Promoción de la Cultura)



POSICIÓN DE PARAGUAY

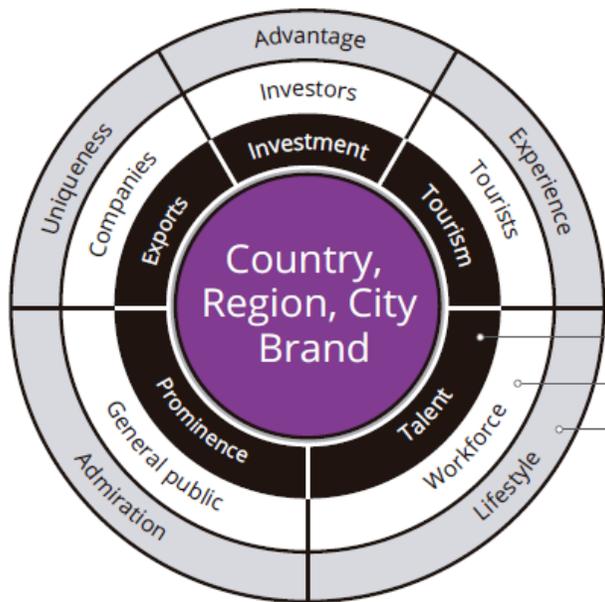


12	-1		Venezuela	72
13	-1		Cayman Islands	77
14	+1		Ecuador	78
15	+3		Jamaica	82
16	+4		Paraguay	93
17	-		Guatemala	94
18	-4		Dominican Republic	95
19	-		Nicaragua	96
20	-4		British Virgin Islands	108
21	+3		El Salvador	112
--	-		-	-

Américas: 16 / Mundial: 93

Nos superan países como Eslovenia, Latvia, Albania en Europa / Mozambique, Uganda, Tanzania en África / Azerbaijan, Georgia, Jordania en Asia. Colombia logró entrar en el top 25.

¿CÓMO SE POSICIONA UNA MARCA PAÍS?



- There are five objectives or dimensions for every Country, Region and City
- Each dimension has a distinct target audience
- Each target audience has a specific need

Variable 1 – Economic Performance



Variable 2 – D2 - Digital Demand ©



Variable 3 – CBS Rating ©



Variable 4 – Online Performance



MUCHAS GRACIAS.



Red de Inversiones y Exportaciones

(+595) 021 616 3028

info@redix.gov.py - www.redix.gov.py

Mcal. López 3333 c/ Dr. Weiss | CP: 1892 | Asunción - Paraguay

