

Informe resumen ejecutivo

Inserción Internacional de MIPYMES, mediante la participación en FERIA Internacional EXPOCOMER - Panamá

Paraguay



1. Introducción

En el contexto de transformación del comercio internacional y de creciente exigencia para acceder a nuevos mercados, Paraguay ha desarrollado una serie de iniciativas orientadas a fomentar la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Estas unidades productivas, que representan más del 98 % del tejido empresarial nacional, desempeñan un rol clave en la generación de empleo y la diversificación de la economía, pero aún enfrentan barreras significativas para su integración efectiva en los flujos comerciales globales ([Pereira et al, 2025](#)).

La participación de MIPYMES paraguayas en ferias internacionales se ha convertido en una herramienta estratégica para promover su visibilidad, facilitar el contacto directo con compradores, identificar oportunidades de negocio y posicionar al país como proveedor de productos con valor agregado ([Ministerio de Industria y Comercio, 2024](#)). En ese marco, la feria [EXPOCOMER 2025](#), realizada en Ciudad de Panamá, ofreció un espacio privilegiado para vincular a empresas paraguayas, establecer vínculos comerciales y generar oportunidades de negocio en sectores como alimentos, bebidas y servicios digitales.

La participación paraguaya involucró la presencia de seis MIPYMES seleccionadas por convocatoria pública, tres instancias de capacitación virtual, el acompañamiento técnico personalizado, una participación institucional destacada y el seguimiento comercial posterior.

Esta experiencia reafirma que las MIPYMES paraguayas poseen capacidad exportadora cuando son propiciadas por un entorno de apoyo técnico e institucional. La implementación articulada entre el sector público nacional y la cooperación regional posibilitó resultados concretos en términos de contactos comerciales, aprendizaje empresarial y posicionamiento país.

El presente informe sistematiza la ejecución del proyecto “Inserción internacional de MIPYMES mediante la participación en Feria Internacional EXPOCOMER – Panamá 2025”, presentado por el Ministerio de Industria y

Comercio del Paraguay, a través de su Viceministerio de MIPYMES, con financiamiento y acompañamiento técnico de la Secretaría General de la ALADI en el marco del Sistema de Apoyo a los PMDER.

2. Actores y actividades

La implementación del proyecto fue posible gracias a una articulación institucional eficaz entre el Viceministerio de MIPYMES del Ministerio de Industria y Comercio (MIC), la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX), la Secretaría General de la ALADI, la Embajada del Paraguay en Panamá y la persona consultora quien lideró el proceso. Cada uno de estos actores desempeñó un rol clave en distintas fases del proceso: desde la convocatoria pública y selección de las empresas participantes, pasando por el diseño y ejecución de las capacitaciones técnicas, hasta el acompañamiento institucional y la consolidación de los resultados comerciales obtenidos durante y después de la feria.

Seis MIPYMES paraguayas fueron seleccionadas por su potencial exportador en los sectores de alimentos, bebidas y servicios digitales. La elección consideró la calidad de su oferta, su capacidad logística para participar en el evento y su disposición a continuar procesos de internacionalización.

- G-Digital (servicios digitales)
- DOSGEN (vermut artesanal)
- Tatakua (alfajores y galletitas de maíz)
- Rohayhu (café batido)
- Emperatriz (licor de mandioca y tés saborizados)

El proceso preparatorio incluyó tres instancias de capacitación virtual dirigidas tanto a las empresas seleccionadas como a un público más amplio de MIPYMES interesadas en exportar. Estas sesiones abordaron contenidos clave como normas de origen, acceso a mercados, negociación internacional, presentación en ruedas de negocios, certificación de productos y logística exportadora. Las capacitaciones se realizaron los días 20 de marzo, 13 de mayo y 12 de junio, con una participación acumulada de más de 100 personas.

Los eventos formativos se complementaron con materiales técnicos y asesoría individualizada a las empresas participantes.

La participación en la feria EXPOCOMER, realizada entre el 25 y el 28 de marzo de 2025 en Ciudad de Panamá, incluyó la instalación de un stand nacional agrupado con identidad visual paraguaya, ubicado en la sección de países latinoamericanos. Las seis empresas presentaron sus productos y servicios ante un público internacional, participaron en ruedas de negocios previamente agendadas y atendieron personalmente a más de 1.000 visitantes durante los tres días del evento. El stand fue también escenario de actividades institucionales destacadas, como el brindis de apertura con la presencia del Viceministro de MIPYMES, del Embajador de Paraguay en Panamá y del Canciller panameño, entre otras autoridades.

El proyecto contempló acciones estratégicas de seguimiento posterior. Se registraron 48 contactos comerciales iniciales durante la feria, ampliados a 60 tras el cierre del evento. Estos contactos incluyeron potenciales compradores, distribuidores y representantes institucionales de países como Panamá, Guatemala y Polonia.

Como resultado de estos vínculos, la empresa Emperatriz envió muestras de su licor de mandioca a Polonia, Tatakua inició gestiones de registro sanitario para exportar a Guatemala, y la firma INCOP —proveedora de Copa Airlines— manifestó interés en productos paraguayos.

Finalmente, el proyecto logró consolidar una base de datos estandarizada con más de 60 registros calificados, que fue entregada al Viceministerio de MIPYMES como insumo estratégico para acciones de inteligencia comercial. La ejecución integral fue posible gracias al financiamiento de la ALADI y el MIC, que cubrieron pasajes, viáticos, envío de muestras y montaje de los stands, además del respaldo logístico y diplomático constante de la Embajada paraguaya en Panamá.

3. Resultados alcanzados

La participación paraguaya en EXPOCOMER 2025 permitió alcanzar logros significativos tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

En primer lugar, las empresas participantes lograron generar contactos con más de sesenta compradores e intermediarios comerciales provenientes de distintos países, incluyendo distribuidores de alimentos gourmet, plataformas logísticas regionales, redes institucionales de promoción comercial, y representantes de empresas interesadas en productos con valor cultural. El contacto directo en feria permitió validar el interés de los mercados por productos paraguayos, abrir negociaciones para futuras ventas y establecer alianzas iniciales con importadores de Centroamérica, el Caribe y Europa del Este.

En segundo lugar, la visibilidad de la marca país se fortaleció notablemente a través del stand paraguayo y de las acciones institucionales desplegadas. El brindis inaugural, que incluyó una demostración culinaria de tradición paraguaya, atrajo a cientos de visitantes y permitió posicionar a Paraguay no solo como proveedor de productos, sino como un país con identidad cultural definida, hospitalidad y profesionalismo.

En tercer lugar, se observó un fortalecimiento de capacidades empresariales tanto en las empresas seleccionadas como en otras MIPYMES participantes de las capacitaciones previas. La sistematización de aprendizajes, la documentación de los procesos, la asistencia técnica brindada y la interacción con actores internacionales permitieron mejorar la preparación de las empresas para futuros procesos de internacionalización. Este proceso de fortalecimiento empresarial se consolidó gracias a las mentorías brindadas por las MIPYMES seleccionadas, quienes compartieron sus experiencias adquiridas en la Expocomer. Durante estas sesiones se destacaron las lecciones aprendidas, los principales desafíos enfrentados y las estrategias necesarias para una preparación efectiva, no solo para participar en futuras

expos ferias, sino también para impulsar sus procesos de internacionalización y exportación.

En cuarto lugar, ya se comenzaron a registrar acciones de continuidad a partir de los contactos generados. Adicionalmente, la consolidación de una base de datos digital estandarizada permitió no solo sistematizar la información de los contactos, sino convertirla en un activo estratégico para el diseño de políticas de promoción comercial y la planificación de futuras misiones empresariales.

4. Reflexiones finales

La experiencia desarrollada en el marco de este proyecto reafirma el valor de la participación en ferias internacionales como herramienta eficaz para la internacionalización de las MIPYMES paraguayas. La intervención combinó múltiples dimensiones que, en conjunto, permitieron alcanzar resultados concretos y sostenibles: formación técnica, acompañamiento personalizado, logística institucional, visibilidad internacional y sistematización estratégica de información.

Asimismo, la articulación entre el sector público nacional, la cooperación de ALADI y las representaciones diplomáticas demostró ser una fórmula eficaz para potenciar el alcance del proyecto. El involucramiento activo de la Embajada paraguaya en Panamá resultó determinante tanto en términos logísticos como diplomáticos, permitiendo una inserción fluida en los espacios de toma de decisión de la feria y facilitando contactos con actores clave.

Se constata, a partir de los resultados obtenidos, que existe una oportunidad concreta para posicionar productos paraguayos no tradicionales en mercados regionales y extrarregionales, especialmente aquellos con orientación a lo artesanal, natural, innovador o con identidad cultural. También se identifican áreas de mejora, entre ellas la necesidad de ampliar el tiempo de preparación previa, consolidar alianzas con cámaras binacionales y reforzar la capacidad de seguimiento comercial posterior al evento.

A futuro, la Comisión de Seguimiento del proyecto recomienda institucionalizar un programa permanente de participación de MIPYMES en ferias internacionales, reforzando los componentes de formación, seguimiento técnico y monitoreo. Asimismo, se sugiere integrar a otras partes interesadas, para robustecer el ecosistema de apoyo a la internacionalización.

Finalmente, el proyecto reafirma que la inserción internacional de las MIPYMES no solo es posible, sino estratégica para el desarrollo sostenible del Paraguay. Las ferias comerciales, cuando se integran a una visión de política pública orientada al desarrollo productivo, se transforman en verdaderos motores de inclusión, innovación y proyección global para las pequeñas empresas del país.