



3. Acceso a mercados y normativas

3.1 Introducción

Las normas de acceso a los mercados son fundamentales para poder vender sus productos en los mercados internacionales. Estas normas garantizan que los productos sean seguros, de buena calidad y respetuosos con el medio ambiente. También protegen a los consumidores, promueven el comercio justo y ayudan a las empresas a crecer cumpliendo con las expectativas de los compradores internacionales.

Para los exportadores, cumplir con estas normas no se trata solo de cumplir con la ley. También ayuda a generar confianza con los compradores, abre oportunidades de mercado y demuestra que la empresa está comprometida con la calidad y la responsabilidad. Conocer y aplicar estas normativas es clave para reducir riesgos y tener éxito en el comercio internacional.

Al finalizar este capítulo, usted será capaz de:

- **Comprender las reglas de exportación** que regulan el proceso de comercio internacional.
- **Entender las licencias y la documentación** necesarias para cumplir con los requisitos nacionales e internacionales.
- **Identificar los requisitos legales y del comprador** esenciales para ingresar a los mercados internacionales.
- **Reconocer los esquemas de sostenibilidad y certificaciones** presentes en los mercados internacionales.
- **Entender cómo la igualdad de género puede abrir oportunidades comerciales.**
- **Comprender los aspectos fundamentales de los derechos de propiedad intelectual**

3.2 Reglas de exportación

En Paraguay, el régimen de procedimientos aduaneros para importaciones y exportaciones se encuentra regulado principalmente por el [Código Aduanero](#), Ley 4672/05, así como por un conjunto de decretos reglamentarios y resoluciones administrativas.¹ Asimismo, el comercio exterior se encuentra regido por un [compendio de normas nacionales](#) y [acuerdos comerciales internacionales](#) que buscan promover la libre circulación de bienes y servicios entre países. Este marco legal, establece las reglas para la importación y exportación de productos, así como los procedimientos y las formalidades que deben cumplirse para asegurar que las exportaciones se realicen de acuerdo con la normativa vigente.

La ley define al “exportador” como la persona física o jurídica que en su nombre envía mercaderías al extranjero, ya sea que la lleve consigo o que un tercero lleve la que él hubiera expedido. En líneas generales, las operaciones de exportación se desarrollan de la siguiente manera:

- La salida de mercaderías del territorio aduanero, cualquiera sea el modo o medio por el que se realice, está sujeta al control aduanero, incluyendo las unidades de carga y los medios de transporte que la conduzcan.

¹ Estas normativas se encuentran compiladas en el Digesto Normativo de la Aduana, disponible es <https://www.dnit.gov.py/web/portal-institucional/aduaneras>.



- Las declaraciones de exportación se presentan utilizando el sistema electrónico SOFIA y deben ir acompañadas de la documentación pertinente, como la factura comercial de exportación y del conocimiento de embarque terrestre, fluvial o aéreo, según corresponda.
- Dependiendo del tipo de bienes a exportar, también se requieren diversos certificados, licencias o registros, como certificados sanitarios, fitosanitarios o de salud animal.
- También es necesario presentar el certificado de origen para acreditar que la mercancía cumple con los requisitos establecidos en las normas de origen y así acceder a las preferencias arancelarias previstas en los acuerdos comerciales suscritos por Paraguay.
- Notar que, para algunos tipos de exportaciones, como [azúcar a los Estados Unidos](#) y [Taiwán](#), se exige un certificado de elegibilidad emitido por el Ministerio de Industria y Comercio (MIC), en base a la cuota asignada a Paraguay para estos productos.

En Paraguay, si bien no se aplican impuestos a la operativa de salida de la exportación, existen tasas relacionadas a trámites administrativos como, por ejemplo, la obtención de certificados y la [legalización o apostillado](#) de documentos necesarios para el despacho de las mercaderías. Por su parte, las tasas arancelarias de importación en el país de destino deben ser abonadas en dicho territorio.

Regímenes de exportación

Los regímenes aduaneros son un conjunto de normas y disposiciones legales que regulan el tráfico de mercancías entre países. Su objetivo es establecer las condiciones para que los productos puedan entrar o salir del territorio aduanero. En Paraguay, existen distintos tipos de [regímenes de exportación](#). Los artículos 138, 139 y 140 del Código Aduanero establecen disposiciones clave sobre el registro y la declaración de exportación en el marco del régimen aduanero. En particular, el artículo 139 dispone que las mercaderías destinadas a un régimen de exportación deben ser declaradas específicamente para ese propósito, cumpliendo con los requisitos establecidos tanto en el Código como en las normas reglamentarias pertinentes. A su vez, el artículo 140 detalla que la declaración de exportación podrá realizarse mediante un proceso informático o de forma manual, en caso de no estar disponible el primero.

Entre los [regímenes de exportación](#) establecidos por el Código Aduanero se encuentran el Régimen de exportación definitiva, exportación a consumo, exportación con reserva de retorno, reexportación y el régimen de exportación temporaria para perfeccionamiento pasivo. Existen también regímenes de exportación que facilitan la operativa de MIPYMES exportadoras. En particular, el régimen aduanero de despacho simplificado de exportaciones menores ofrece un mecanismo aduanero más sencillo para la exportación de mercaderías, incluso sin la necesidad de contar con despachante de aduana. Este régimen es aplicable a las exportaciones de menor cuantía y a las exportaciones ocasionales que no superen el límite de USD 2.500 por mes y por persona.² Asimismo, los comerciantes que operan en las fronteras dentro de una franja de aproximadamente 20 kilómetros gozan de un régimen de despacho simplificado de tráfico vecinal fronterizo.

Prohibición de exportar

Paraguay prohíbe o restringe la exportación de ciertos productos, generalmente con el objetivo de proteger el medio ambiente o la salud pública, o en cumplimiento de compromisos bajo acuerdos internacionales como el *Convenio de Basilea* y el *Convenio sobre el Comercio Internacional de*

² Resolución de Aduanas, Nro. 285 del 25 de mayo de 2017.



Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). Este último, por ejemplo, prohíbe la exportación de animales silvestres sin la autorización expresa del Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible ([MADES](#)). Otra prohibición frecuente incluye el tráfico, la comercialización y la preparación de estupefacientes.

Algunas restricciones se implementan para fomentar la industria nacional, incrementar el valor agregado o garantizar el suministro interno de materias primas. Por ejemplo, está prohibida la exportación de madera de cualquier especie en estado bruto o semiprocesado, así como de madera aserrada de las especies *Cedrela* spp. (cedro), *Tabebuia* spp. (lapacho), *Myrcarpus* spp. (incienso) y *Cordia trichotoma* (petereby), a menos que haya sido tratada en hornos y trabajada en las cuatro caras. Además, la Ley N° 515/94 prohíbe la exportación o el tráfico internacional de madera en rollo, bloques y vigas de cualquier especie, cantidad, peso o volumen. En cuanto al aceite esencial de Petit Grain, la legislación nacional exige que parte de la producción nacional sea procesada, permitiendo únicamente la exportación de hasta el 60% de la producción no procesada. Esta restricción se aplica mediante [licencias de exportación](#) emitidas por el [MIC](#).

Además, notar también que los mismos mercados extranjeros pueden prohibir o reglamentar el ingreso de ciertos productos. En general, estas limitaciones incluyen sustancias alimenticias como alimentos nuevos, productos procedentes de especies protegidas, narcóticos, o ciertos aditivos alimenticios como acidulantes, saborizantes, colorantes, o bien, sustancias no habilitadas. Por tal motivo, es esencial interiorizarse de la normativa sobre posibles prohibiciones en el país de destino antes de realizar el envío. Esta información puede ser consultada con el importador, comprador, o incluso a través de fuentes online, como las siguientes:

- **Organización Mundial del Comercio (OMC):** [Base de datos sobre las restricciones cuantitativas.](#)
- **Base de Datos de Acceso a Mercados de la Unión Europea ([Access2Markets](#)):** Ofrece información sobre aranceles, restricciones y requisitos de importación por país.
- **International Trade Centre (ITC) [Market Access Map](#):** Proporciona detalles sobre regulaciones, barreras no arancelarias y restricciones comerciales en diferentes mercados.
- **Oficinas de Comercio y Aduanas Nacionales:** Cada país tiene su propia autoridad que regula restricciones a la importación.

Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales: aranceles y preferencias

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) y/o acuerdos comerciales regionales o bilaterales son instrumentos que buscan facilitar el comercio internacional entre países o bloques, eliminando o reduciendo barreras como aranceles, cuotas, y otras restricciones como las barreras no arancelarias también conocidas como obstáculos técnicos al comercio (como reglamentos técnicos, normas y procedimientos de evaluación de la conformidad).

Paraguay, como miembro del MERCOSUR, ha encontrado en los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales una herramienta clave para impulsar la integración económica y competitividad en los mercados internacionales. Estos acuerdos permiten a las empresas nacionales, incluidas las MIPYMES, acceder a mercados extranjeros bajo condiciones más favorables gracias a la eliminación o reducción de aranceles y la obtención de preferencias comerciales exclusivas.



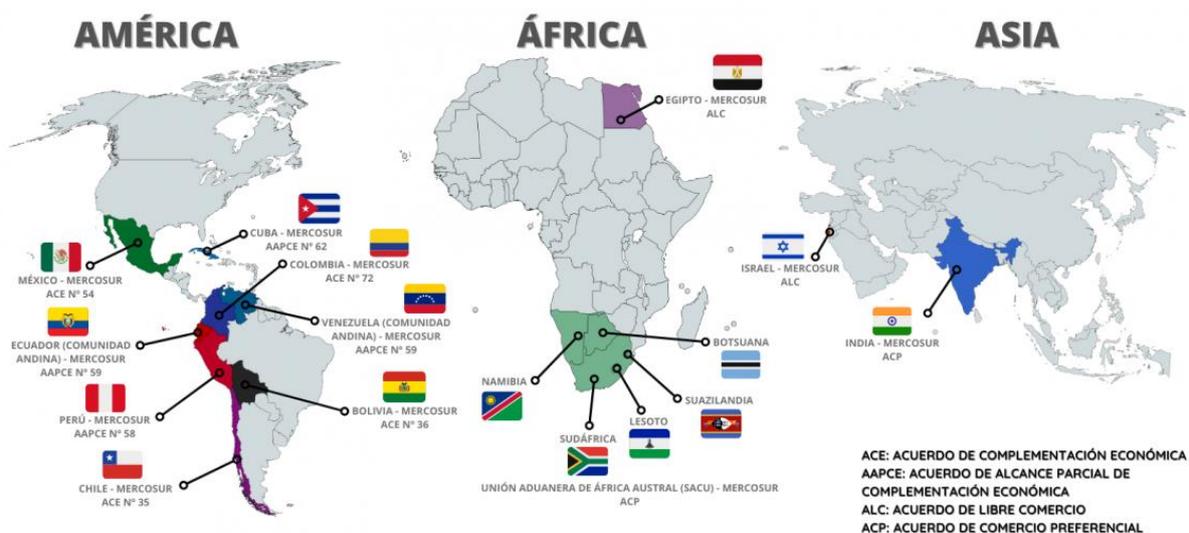
Una de las ventajas más notables de estos acuerdos es el acceso a mercados extranjeros bajo costos menores. La reducción o eliminación de aranceles hace que los productos paraguayos puedan ingresar a otros países con precios más competitivos, lo que fomenta el crecimiento de las exportaciones. Por ejemplo, en acuerdos comerciales como los establecidos con Egipto, Israel o los Estados miembros de la Comunidad para el Desarrollo del África Meridional (SADC), se han alcanzado aranceles del 0% en todo el universo negociado. Esto significa que productos paraguayos clave, como los agrícolas e industriales, pueden competir sin las cargas adicionales que los aranceles suponen en otros contextos comerciales.

Además, los acuerdos comerciales también brindan acceso preferencial, lo que significa que los bienes originarios de Paraguay reciben un trato más ventajoso en comparación con productos de países que no están dentro del acuerdo. Esta ventaja resulta esencial en mercados altamente competitivos, ya que facilita la colocación de productos paraguayos, desde carnes hasta textiles, en destinos como India o Sudáfrica, donde se han establecido preferencias arancelarias para ciertos productos estratégicos.

Un aspecto particularmente relevante de estos acuerdos es el impacto positivo en las MIPYMES exportadoras. La disminución de barreras comerciales y/o arancelarias permite que estas empresas, que cuentan generalmente con recursos limitados, puedan explorar mercados internacionales que anteriormente eran inaccesibles debido a los altos costos asociados a los aranceles y otros requisitos. Así, productos paraguayos como alimentos procesados, aceites vegetales, manufacturas textiles y derivados de la soja encuentran nuevas oportunidades en mercados como Chile y México, mejorando la competitividad de estas empresas.

La participación de Paraguay en acuerdos comerciales, tanto a través del MERCOSUR como de manera individual, ha generado oportunidades para las empresas exportadoras. Estos tratados no solo reducen barreras comerciales, sino que mejoran la competitividad de las MIPYMES, abren mercados preferenciales y fortalecen la integración económica del país.

ACUERDOS COMERCIALES DEL PARAGUAY COMO ESTADO PARTE DEL MERCOSUR





Fuente: [Ministerio de Economía y Finanzas Paraguay](#)

3.3 Licencias y documentación

Registro como exportador en la Ventanilla Única de Exportación (VUE)

El VUE es un sistema integral de gestión que permite a las personas e instituciones intervinientes en la exportación actuar en forma interactiva, facilitando el registro único de exportadores, la reducción de tiempo de tramitaciones de los procesos de exportación, la eliminación de registros repetitivos, la obtención de certificación de origen digital, así como mayor control de los procesos, trazabilidad y transparencia. Toda persona física o jurídica que desee exportar debe estar inscrita en el Registro Único del Exportación (RUE).

Los requisitos para tal registro se encuentran disponibles en el siguiente [link](#), entre los que resaltan, dependiendo si se trata de personas físicas o jurídicas, los siguientes:

- Contar con RUC para la creación del usuario.
- Escritura de Constitución de Sociedad, con los sellos del registro público: jurídicas y de comercio.
- Formulario 500 Renta, o Constancia de inscripción en la DNIT (solo para recién inscriptos)
- Matricula de Comerciante.
- Cédula de identidad de los firmantes.
- Acreditación del Firmante, Representante Legal o Apoderado.
- Patente Municipal del corriente año.

Si bien el registro es obligatorio, los exportadores no están obligados a exportar inmediatamente luego del registro, por lo que es recomendado realizarlo cuanto antes para evitar contratiempos una vez que la producción se encuentre lista para el envío.

Certificado de origen

Las “normas de origen” son los criterios utilizados para definir dónde se ha fabricado un producto. Las reglas o normas de origen, a través de la obtención del certificado de origen, sirven para certificar la procedencia de los productos o mercancías y que se ha cumplido con las exigencias que para su elaboración establecen las normas de origen. Este certificado identifica el origen del producto a ser exportado a fin de que el exportador pueda acogerse a una preferencia o reducción arancelaria al momento de ingresar tales mercaderías en países con los que Paraguay ha negociado un acuerdo comercial, de forma independiente o como parte del MERCOSUR. Igualmente, además de certificar la procedencia nacional del producto y/o servicio, el certificado sirve para cumplir con requisitos legales en el país de destino o entidades financieras.

Las reglas de origen al establecer la procedencia de un producto evitan también la triangulación de productos con aranceles preferenciales en otros países. Para atribuir el origen, se puede utilizar el criterio de “componente mínimo nacional” o través del “salto de partida”.

¿Interesado en conocer normas de origen para productos específicos?



El *Facilitador de Normas de Origen de la Organización Mundial del Comercio* es una base de datos conjunta de la OMC, el ITC y la OMA que permite a las empresas buscar normas de origen y obligaciones de certificación de manera gratuita.



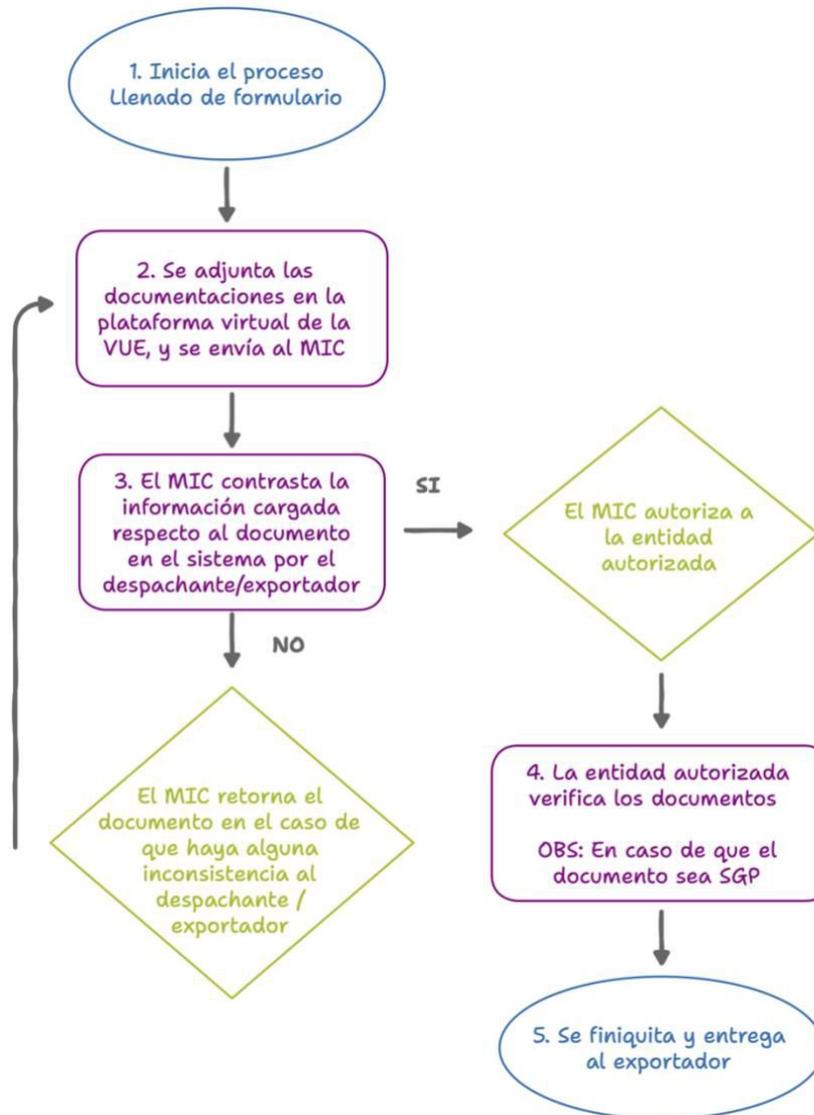
Esta herramienta, elaborada teniendo presentes a las PYMES, permite encontrar los derechos de importación aplicables a su producto en mercados extranjeros, los derechos que puede ahorrar, normas de origen detalladas y procedimientos certificación.

El certificado de origen puede ser tramitado a través de la plataforma VUE. Existen distintos tipos de formularios, dependiendo del país del destino y el tipo de exportación, los cuales se encuentran disponibles en la página del VUE. El certificado es expedido por el Ministerio de Industria y Comercio (MIC) a través de la Dirección de Operaciones de Comercio Exterior. Información adicional sobre los requisitos, procedimientos y marco legal se encuentran disponibles en el siguiente [link](#).

Si bien el MIC es la entidad oficial para emitir certificado de origen, ciertas entidades privadas también se encuentran habilitadas para emitir esta documentación, incluyendo:

- *Cámara Paraguaya De Exportadores (CAPEX)*: para todo el universo arancelario, excepto maderas en todas sus formas.
- *Cámara nacional de comercio y servicios de Paraguay (CNCSP)*: para todo el universo arancelario, excepto maderas en todas sus formas.
- *Cámara Algodonera Del Paraguay (CADELPA)*: para fibra de algodón, semilla de algodón, torta y/o expeler, algodón en rama y linters.
- *Cámara paraguaya de exportadores y comercializadores de Cereales y oleaginosas (CAPECO)*: para cereales y derivados, oleaginosos y derivados.
- *Federación Paraguaya De Madereros - Expedidora (FEPAMA)*: para maderas en todas sus formas.
- *Unión Industrial Paraguaya (UIP)*: para todo el universo arancelario, excepto maderas en todas sus formas.

Flujograma del proceso de obtención del Certificado de Origen:



Normas, reglamentos técnicos, y evaluaciones de conformidad

La exportación de algunos productos se encuentra sujeta a la obtención y presentación de ciertos certificados que avalen la calidad o el cumplimiento de ciertos reglamentos técnicos establecidos para asegurar la seguridad o inocuidad del producto. Por tal motivo, es importante que aquellas empresas con planes de exportación averigüen las normas, reglamentos técnicos, y medidas sanitarias y fitosanitarias vigentes en los mercados de exportación a fin de adecuar la producción de los productos objeto de exportación. En el subcapítulo 3.4 "Requisitos legales y del comprador" explicamos con más detalle qué requisitos debe cumplir en el mercado internacional.

¿A dónde recurrir en Paraguay para la obtención de estos certificados?

Las MIPYMES interesadas en exportar cierto tipo de productos deben respaldar el cumplimiento de estas normas y requisitos mediante la obtención de certificados y/o licencias previas. Algunos de los certificados y/o licencias para operaciones de exportación incluyen los siguientes:

Tipo de certificado	Objeto	Institución a cargo
---------------------	--------	---------------------



Certificado de origen	Certifica que la mercancía ha sido elaborada en Paraguay	MIC
Certificado fitosanitario de exportación de productos y subproductos de origen vegetal	Certifica que las plantas y vegetales se encuentran libres de plagas	SENAVE
Certificado sanitario oficial para exportación, productos de origen animal y subproductos comestibles y no comestibles	Necesario para la exportación de productos, subproductos y derivados de origen animal	SENACSA
Autorización de exportación de productos de origen animal y subproductos comestibles y no comestibles	Autorización de exportación de productos y subproductos de origen animal comestibles y no comestibles, carne bovina, equina, porcina, avícola.	SENACSA
Certificado zoonosanitario	Certifica que animales o productos de origen animal son inocuos.	SENACSA
Licencia previa de exportación de aluminio, cobre y bronce	La licencia previa habilita la generación del Despacho Aduanero.	MIC
Licencia de exportación de petit grain	La licencia previa habilita la generación del Despacho Aduanero.	MIC
Licencia previa de exportación de productos siderúrgicos	La licencia previa habilita la generación del Despacho Aduanero.	MIC
Guías de Productos y Subproductos Forestales	Para la exportación de productos de primera transformación (carbón, maderas, aserradas, etc.)	INFONA
Certificado de libre venta y de aptitud para consumo humano	Certifica que un producto o materia prima cumple con la legislación vigente y se usa o consume libremente en el país de origen, permitiendo su aceptación en países donde sea requerido.	DINAVISA
Registro Sanitario de Producto Alimenticio R.S.P.A.	Registra todos aquellos productos alimenticios aptos para consumo humano, procesados y envasados a ser comercializados en el territorio nacional	DINAVISA



Registro Industrial	Es el Padrón Nacional General de las empresas que realizan cualquier tipo de Actividad Industrial dentro del territorio de la República del Paraguay.	MIC
Certificado CITES	Necesario para exportar madera, flora, y fauna silvestre	MADES

En Paraguay, el Sistema Nacional de Información y Notificación sobre Reglamentos Técnicos, Normas y Procedimientos de Evaluación de la Conformidad y Restricciones no Arancelarias ([SNIN](#))³ pone a disposición de exportadores del Paraguay y el resto del mundo las regulaciones paraguayas y las notificaciones de otros países a la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre las novedades en materia de reglamentos técnicos y obstáculos técnicos al comercio. Desde 2013 se ha incorporado al SNIN la responsabilidad de desarrollar y administrar la Base de Datos de Barreras a las Exportaciones del Paraguay en terceros mercados, la que se encuentra disponible en el siguiente [link](#). Asimismo, los usuarios tienen la posibilidad de participar mediante comentarios en los anteproyectos de reglamentos técnicos paraguayos o en las notificaciones internacionales pendientes de aprobación.

Información útil para exportadores de alimentos de Paraguay: Normas, reglamentos técnicos y evaluación de conformidad

Para garantizar el éxito en la exportación de alimentos desde Paraguay, es esencial cumplir con un conjunto de normas y requisitos técnicos que aseguren la calidad, inocuidad y trazabilidad de los productos. A continuación, se presentan los principales aspectos a considerar:

Requisitos específicos para la exportación

- **Inocuidad y sanidad:**
 - *Controles rigurosos sobre niveles máximos de plaguicidas (herbicidas, insecticidas, y fungicidas), contaminantes biológicos y trazabilidad.*
 - *Uso exclusivo de agroquímicos aprobados y supervisión por SENAVE en productos de origen vegetal.*
 - *SENACSA regula la producción, procesamiento y transporte de alimentos de origen animal.*
 - *DINAVISA (ex INAN) se encarga de los registros sanitarios para productos de consumo humano.*
- **Calidad de los alimentos:**
 - *Cumplimiento con certificaciones exigidas por mercados internacionales.*
 - *Incorporación de valor agregado para mejorar la competitividad.*
 - *Conocer las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*
 - *Requeridas para todos los productos alimenticios, especialmente lácteos.*
 - *Evaluación y control de riesgos biológicos, químicos y físicos.*

Certificaciones y registros:

³ Decreto N° 6499/05 por el cual se crea el Sistema Nacional de Información y Notificación sobre Reglamentos Técnicos Normas y Procedimientos de Evaluación de la Conformidad.



- *Producción de alimentos de origen animal: SENACSA regula la producción primaria, procesamiento de alimentos, distribución y transporte.*
- *Producción de alimentos de origen vegetal: SENA VE regula producción primaria, el uso de plaguicidas.*
- *Venta y consumo: Ministerio de Salud y DINAVISA.*
- *Registro de Establecimientos (RE): garantiza que las instalaciones cumplen con estándares de calidad.*
- *Registro Sanitario de Productos Alimenticios (RSPA): certifica la conformidad del producto con normas de inocuidad, se solicita ante DINAVISA (ex INAN).*
- *Registro de Envases (RNE): asegura que los envases cumplen con requisitos técnicos y sanitarios.*

Control de los países de destino

- *Los países importadores suelen verificar:*
 - *Sistemas de trazabilidad del producto.*
 - *Documentación sanitaria y certificados específicos (sanitarios, fitosanitarios, de origen).*
 - *Cumplimiento de los límites máximos de residuos de plaguicidas.*

Recomendaciones clave para exportadores

- *Desde el campo hasta la mesa: cumplir con las exigencias en cada nivel de la cadena de valor.*
- *Certificados de origen: emitidos por organismos autorizados por el MIC a través del sistema VUE. Son esenciales para acceder a preferencias arancelarias en mercados internacionales. Para la obtención del mismo se debe tener presente documentación como la factura comercial, conocimiento de embarque y licencias específicas según el producto.*

La obtención de estos certificados tiene un costo que se puede desglosar en el costo de obtener información, las propias certificaciones, inspecciones, traducción en caso necesario, divulgación, y la formación de expertos. No obstante, si bien es un costo hundido para nuevos exportadores, lo cual podría ponerlo en desventaja frente a competidores locales, notar que el cumplimiento de estas normativas es también una oportunidad para destacar los productos paraguayos en el mercado internacional, mostrando seriedad, calidad y compromiso con los estándares globales. Más información en Anexo 6.



Marca País Paraguay

Marca País Paraguay es una herramienta de competitividad que busca capitalizar la reputación del país ante mercados internacionales a través de la promoción del turismo, la cultura, los deportes, y las empresas. Esto permite promover de manera integral, coordinada y colaborativa, la atracción de turistas, inversionistas y compradores extranjeros al país, reflejando al mismo tiempo la calidad de las exportaciones de bienes y servicios paraguayos. Es una propuesta de valor de lo que ofrece un país al mundo, a sus visitantes, a sus posibles inversionistas y en términos de bienes y servicios. El término nace de la necesidad de los sectores empresariales y de los gobiernos de generar una identidad propia frente a los mercados internacionales.



Interesados en postular al uso de la *Marca País Paraguay* deben remitir los documentos de solicitud a la dirección de Marca País: marca.pais@rediex.gov.py para el correspondiente análisis de licenciamiento ante el consejo de marca. Acceso a formularios y documentos requeridos se encuentran disponibles en la página de [Marca País Paraguay](#).

3.4 Requisitos legales y del comprador

3.4.1 Formalización de la empresa

Si bien la exportación puede ser realizada por personas físicas, hacerlo bajo la figura de una persona jurídica no solo aporta una imagen de solidez frente a clientes e importadores, si no también protege a los socios de cualquier responsabilidad personal por las deudas contraídas o las pérdidas de la empresa. Además, al tener la sociedad existencia legal independiente de sus socios, esto permite que la empresa continúe funcionando incluso si cambia la composición de los mismos. Otra ventaja sería el acceso a ciertos beneficios fiscales y opciones de planificación tributaria, así como a financiamiento externo, por ejemplo, a través de préstamos bancarios, inversionistas o emisión de acciones.

Por tal motivo, es recomendable que todo exportador constituya una sociedad con personería jurídica, en alguna de las formas establecidas por la legislación nacional, como, por ejemplo, la Sociedad Anónima (SA), la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), o la Empresa por Acciones Simplificadas (EAS). Esta última—la EAS—es ideal para la formalización de MIPYMES, que desean establecer una estructura comercial sin trámites complicados. Información adicional sobre los distintos tipos de vehículos societarios se encuentran detallados abajo.

3.4.2 Tipos de vehículos societarios



Unipersonal

A diferencia de las opciones citadas, esta no constituye una persona jurídica ni una persona distinta a la de su titular y, por tanto, la responsabilidad del propietario alcanza a sus bienes particulares. Es una categoría establecida por la DNIT (oficina nacional de impuestos), dentro de la categoría de personas físicas. Su atractivo, radica en que es una de las opciones más económica ya que no requiere gastos de constitución, lo que resulta en una opción comúnmente utilizada por todos los niveles de contribuyentes, incluyendo pequeños, medianos y grandes contribuyentes. En el nombre o razón social de la unipersonal, se puede utilizar el nombre de fantasía, es decir, la marca del producto o servicio, acompañado del nombre legal de la persona física, por ejemplo, "MARCA de Juan Pérez".

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)

Si bien existe un marco legal vigente para la EIRL, no es una opción muy utilizada. La misma debe ser constituida por escritura pública, e inscrita en el Registro Pública de Comercio. Los bienes aportados se encuentran separados de los bienes personales y se establecen límites de responsabilidad individual, salvo caso de dolo o fraude. La razón social se compone por el nombre de la persona física seguido de las siglas EIRL: Juan Pérez EIRL.

Sociedad Anónima (S.A.)

La constitución de la sociedad se formaliza mediante escritura pública, y debe ser inscrita ante el Registro de Personas Jurídicas y Asociaciones y en el Registro Público de Comercio. Los gastos de constitución varían según el monto del capital social, oscilando entre el 1% y el 0.50%. El proceso de inscripción suele demorar entre 4-8 semanas, dependiendo del protocolo de constitución, mientras que las habilitaciones requeridas dependerán de la actividad específica de la empresa.

La sociedad debe contar con un mínimo de dos socios, sin un número máximo establecido. Se permite la inclusión o exclusión de socios en cualquier momento, sin restricciones en cuanto a su nacionalidad, pudiendo ser nacionales o extranjeros, personas jurídicas o naturales en diversas combinaciones.

Si bien el objeto social puede ser exclusivo o limitado en casos particulares como el de los bancos, generalmente tal objeto es amplio o multi rubro, salvo que exista una restricción legal específica.

En cuanto al capital social, este debe estar 100% suscrito al momento de la constitución, aunque puede integrarse de manera parcial. Puede establecerse con un monto mayor y completarse posteriormente. El capital se encuentra representado en acciones nominativas, que pueden transferirse mediante endoso, generalmente a través de un contrato de compraventa de acciones con certificación de firmas por un escribano público. Además, el capital puede aumentarse en cualquier momento.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)

Se constituye mediante escritura pública a través de un Contrato Social, el cual debe inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas y Asociaciones y en el Registro Público de Comercio. Los gastos de constitución varían según el monto del capital social, situándose entre el 1% y el 0.50%. El proceso de inscripción suele demorar entre 4 y 8 semanas, dependiendo del protocolo de constitución, mientras que los plazos para obtener habilitaciones varían según la actividad de la sociedad. El número de socios debe ser de al menos dos y no puede superar los 25. Se permite la inclusión o exclusión de socios en cualquier momento. El objeto social puede ser de actividad exclusiva o



limitada, según la voluntad de los socios, o de objeto amplio o multi rubro, lo cual es lo más común, siempre que no existan restricciones legales.

En cuanto al capital social, este debe estar 100% suscrito al momento de la constitución. Además, el 50% del capital social debe depositarse en una cuenta especial del Banco Nacional de Fomento (BNF) mientras dure el proceso de inscripción. El capital está representado por cuotas sociales, cuya transferencia debe formalizarse mediante escritura pública y conlleva la modificación del Contrato Social. Asimismo, el capital puede ser aumentado en cualquier momento.

Empresa por Acciones Simplificadas (EAS)

Figura recientemente creada y vigente, cuya constitución se realiza de manera completamente digital a través de la plataforma en línea del MIC. El proceso puede completarse en un plazo de 72 horas si se utiliza el texto modelo de estatutos disponible en la plataforma. Esta opción resulta especialmente atractiva para startups y emprendedores debido a su agilidad y simplicidad, aunque también es adecuada para cualquier tipo de negocio que busque una estructura societaria flexible y de fácil constitución. La EAS permite emitir acciones y realizar actividades comerciales, industriales y de servicios y no establece requisitos mínimos de capital. El proceso de apertura es completamente en [línea y gratuito](#).

Notar que existen otros tipos societarios en el ordenamiento legal nacional, pero que por lo general no son muy utilizados, como la Sociedad en Comandita por Acciones.

3.4.3. Requisitos legales internacionales

Para ingresar a los mercados internacionales, debe cumplir con los requisitos legales del mercado objetivo. Estas normas aseguran que los productos cumplan con estándares de seguridad, medio ambiente y calidad, protegiendo tanto a los consumidores como a las empresas. Estos requisitos son establecidos por los gobiernos y varían según el país de destino y el tipo de producto. Aunque cada país tiene normativas específicas, la mayoría de las regulaciones legales abordan áreas similares, como la seguridad del producto, seguridad química, etiquetado, empaque y residuos de envases, y los derechos de propiedad intelectual.

Comprender estos requisitos es esencial para evitar barreras comerciales, prevenir multas o rechazos, y generar confianza en los compradores. A continuación, se presentan algunos de los requisitos clave. Tenga en cuenta que esto varía según el país y que puede haber requisitos adicionales o específicos según su producto. Por ello, asegúrese de investigar cuidadosamente la normativa exacta vigente en su mercado objetivo.

Seguridad del producto

Garantizar que los productos sean seguros para los consumidores es un requisito legal clave en los mercados internacionales. Una regulación sobre seguridad del producto es un conjunto de normas diseñadas para asegurar que los productos comercializados cumplan con criterios de seguridad que protejan a los consumidores de daños. Estas normativas buscan minimizar riesgos de lesiones, problemas de salud u otras consecuencias negativas derivadas del uso de productos inseguros. Para productos no alimenticios, esto se regula mediante normas generales de seguridad del producto. Para productos alimenticios, se aplica la normativa de seguridad alimentaria.



En el caso de productos alimenticios, las leyes regulan los niveles de contaminación, normas de higiene y trazabilidad. Muchos países siguen las directrices del [Codex Alimentarius](#) e imponen el cumplimiento de los principios del sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).

Para los exportadores, el cumplimiento implica verificar las leyes de seguridad del producto en cada mercado objetivo, someter los productos a pruebas bajo estándares aceptados y garantizar la trazabilidad completa. Por ejemplo, si exporta productos no alimenticios a Canadá, debe cumplir con la [Canada Consumer Product Safety Act \(CCPSA\)](#). Si exporta alimentos a la Unión Europea, debe cumplir con la [European food legislation](#).

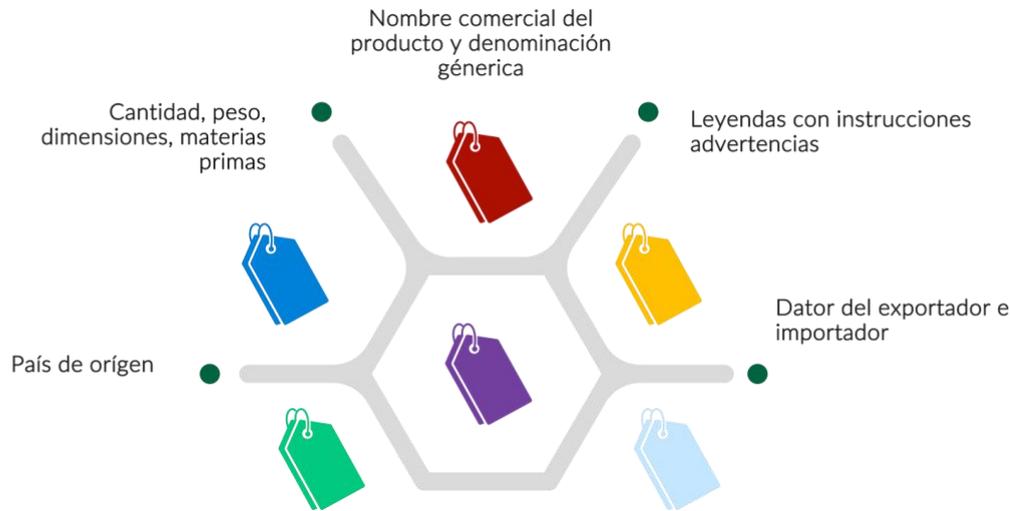
Seguridad química

Muchos mercados internacionales tienen normas estrictas sobre el uso de productos químicos en bienes de consumo. Estas regulaciones buscan proteger la salud humana y el medio ambiente de los riesgos asociados al uso de sustancias químicas. Estas normativas restringen o prohíben el uso de sustancias peligrosas, y aplican a todos los productos que contienen compuestos químicos, como cosméticos, textiles, muebles, plásticos y bienes industriales.

Debe revisar las listas de sustancias restringidas en su mercado objetivo y asegurarse de que sus productos cumplan con las regulaciones de seguridad química. Por ejemplo, en la Unión Europea, debe cumplir con el [Regulation concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals \(REACH\)](#). Las sustancias específicas que le apliquen dependerán de los productos y materiales que utilice. En muchos casos, se requiere pruebas en laboratorios acreditados antes de que pueda exportar.

Etiquetado

Las leyes de etiquetado aseguran que los consumidores reciban información clara y precisa sobre los ingredientes del producto, riesgos de seguridad, origen y modo de uso. Las etiquetas deben ajustarse al idioma, formato y contenido exigido en cada mercado. Por ejemplo, las etiquetas de alimentos deben incluir ingredientes, información nutricional, alérgenos, fecha de caducidad, entre otros. Las etiquetas de textiles deben indicar la composición, instrucciones de lavado y país de origen. Para cumplir con estas normativas, revise las leyes de etiquetado específicas de su producto en el país de destino y asegúrese de que las etiquetas sean exactas y correctamente traducidas. Por ejemplo, si quiere exportar alimentos a Estados Unidos, debe seguir la [FDA's Food Labeling Guide](#).



Envases y residuos de envases

Muchos mercados internacionales tienen leyes que regulan los materiales de empaque con el objetivo de reducir el impacto ambiental y garantizar la seguridad del producto. Estas leyes se centran en el reciclaje, las restricciones sobre materiales y la gestión de residuos. La normativa exige que los productores, importadores y distribuidores tomen medidas para reducir el impacto ambiental de los envases. Los importadores trasladan estos requisitos a sus proveedores, quienes, por ejemplo, deben utilizar menos material de empaque, rediseñarlo, reciclarlo, crear envases ecológicos o encontrar alternativas al plástico. Por ejemplo, al exportar productos a la Unión Europea, debe cumplir con el [EU's Packaging and packaging waste regulation](#).

Derechos de propiedad intelectual

Los derechos de propiedad intelectual protegen las marcas, invenciones y obras creativas contra la copia o el uso indebido. Usted debe asegurarse de que sus productos no infrinjan marcas registradas, patentes o derechos de autor en sus mercados objetivo. Los exportadores deben registrar sus marcas y patentes en los mercados clave y verificar posibles conflictos de propiedad intelectual antes de comenzar a vender internacionalmente.

Por último, notar que hay distintos elementos del etiquetado y envasado que pueden ser objeto de protección por derechos de propiedad intelectual, por ejemplo, la marca, logos, marcas tridimensionales, o dibujos industriales.

Es recomendable como primer paso, visitar la [Base Mundial de Datos sobre Marcas](#) de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), la cual proporciona acceso a la siguiente información:

- Marcas internacionales registradas bajo el Sistema de Madrid
- Denominaciones de origen e indicaciones geográficas en virtud del Sistema de Lisboa
- Emblemas en el marco del artículo 6ter
- Denominaciones comunes internacionales de la Organización Mundial de la Salud
- Marcas de las oficinas nacionales y regionales participantes

Asimismo, es importante contar con asistencia de agentes de la propiedad intelectual, quienes se encuentran habilitados para proceder con los registros ante la Oficina de Marcas nacional.

Consulta el subcapítulo 3.7 ‘Protección de los derechos de propiedad intelectual’ para obtener información más detallada sobre los derechos de propiedad intelectual.

Fuentes para requisitos legales

Como se mencionó, los requisitos legales varían según el país y el producto. Además de los requisitos legales explicados anteriormente, pueden existir otras normativas aplicables a su producto. Hay diversas fuentes que le ayudarán a identificar qué requisitos legales debe cumplir su producto para ser admitido en un mercado internacional específico. Por ejemplo:

- **Mercado estadounidense:** utilice el [CPSC’s Regulatory Robot](#) para identificar los requisitos de seguridad que deben cumplir sus productos de consumo en EE.UU.
- **Mercado europeo:** utilice [Access2Markets](#) para conocer qué requisitos legales debe cumplir al exportar su producto al mercado europeo.
- **Mercados internacionales:** utilice [Global Trade Helpdesk](#) para identificar los requisitos que deben cumplir sus productos para ser admitidos en un mercado internacional específico.
- **MERCOSUR:** ver [Política Comercial](#) para información adicional sobre requisitos específicos en el MERCOSUR.
- **Ministerio de Industria y Comercio:** ver [Información sobre requisitos técnicos para exportación de productos](#), servicio de gestión de solicitudes para conocer requisitos técnicos exigidos en los potenciales mercados de exportación para diferentes productos.

Además de usar recursos en línea, colabore con organizaciones, expertos o consultores especializados, quienes pueden ayudarle a entender y cumplir con los requisitos legales.

Veamos ahora un ejemplo. Hay dos empresas paraguayas que desean exportar sus productos al mercado de la Unión Europea: una de textiles para el hogar y otra de semillas de sésamo.



Estudio de caso: Regulaciones de la UE para dos productos diferentes: textiles para el hogar y semillas de sésamo

Hay dos empresas paraguayas que desean exportar sus productos al mercado de la Unión Europea. Una de ellas quiere saber qué legislaciones se aplican a sus semillas de sésamo, mientras que la otra desea conocer las normativas para exportar textiles para el hogar al mercado de la UE.

Utilizan las siguientes fuentes para obtener información de mercado. A continuación, explicamos los pasos para el caso de semillas de sésamo:

1. CBI: <https://www.cbi.eu>
 - Hacer clic en “información de mercado”
 - Hacer clic en “Granos, legumbres y semillas oleaginosas”.
 - Clic en ‘[What requirements should your product comply with](#)’ ((visión general de los requisitos para el sector) O
 - Clic en ‘semillas de sésamo’ > clic en ‘Acceso a mercados > [Entering the European market for sesame seeds](#) (visión general de los requisitos específicos para las semillas de sésamo).
2. Access2markets: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>
 - a. Ingresar el código HS de las semillas de sésamo (12074090)
 - b. País de origen desde: Paraguay
 - c. País de destino: Países Bajos
 - d. Hacer clic en "Buscar"
 - e. Hacer clic en "Requisitos de importación"
 - f. Hacer clic en "Específicos" y obtendrá un resumen de los requisitos aplicables

Con base en estas fuentes, las empresas descubren que los siguientes requisitos legales aplican a sus productos:

Empresa Paraguaya A: Textiles para el hogar	Empresa Paraguaya B: Semillas de sésamo
<ul style="list-style-type: none"> • General Product Safety Regulation • REACH Regulation • Textile Regulation • Packaging and packaging waste regulation • Requirements for wood packaging materials (para transporte) 	<ul style="list-style-type: none"> • General Food Law Regulation • EU Regulation on maximum residue levels of pesticides • EU Regulation on maximum levels for certain contaminants in foodstuffs • EU Regulation on microbiological criteria for foodstuffs • HACCP guidelines • EU Regulation on nutrition and health claims made on foods ((si desea realizar declaraciones de salud, solo debe hacerlo conforme a este reglamento) • EU Regulation on materials and articles intended to come into contact with food (for packaging) • EU Regulation on the provision of food information to consumers (para etiquetado)

3.4.4 Requisitos de los compradores internacionales



Además de los requisitos legales, los exportadores deben cumplir con los requisitos exigidos por los compradores para ingresar con éxito a los mercados internacionales. A diferencia de las normas legales, los requisitos de los compradores son establecidos por importadores, minoristas o estándares de la industria, y no por los gobiernos. Estos requisitos están basados en las decisiones estratégicas de los compradores. Ayudan a garantizar la calidad del producto, seguridad, sostenibilidad y consistencia en la cadena de suministro. Se pueden cumplir mediante estándares de producto, códigos de conducta, sistemas de gestión, procedimientos de prueba y/o certificaciones.

Para las empresas paraguayas, comprender y cumplir con los requisitos del comprador es clave para lograr exportaciones exitosas. Estos requisitos varían según el mercado objetivo, el comprador, el sector y el producto. A continuación, se presentan las áreas clave en las que los compradores pueden establecer exigencias:

Requisitos de calidad del producto

Los compradores en los mercados internacionales esperan productos de calidad constante, que cumplan con los estándares de su sector. Las expectativas varían por industria, pero en general los compradores solicitan:

- Especificaciones normalizadas de tamaño, peso, apariencia y funcionalidad.
- Calidad consistente entre los distintos lotes de producción.
- Productos libres de defectos, con tolerancias claras para imperfecciones menores

Para cumplir con esto, los exportadores deben seguir estándares de calidad reconocidos por la industria e implementar controles de calidad rigurosos antes del envío.

Por ejemplo, muchos compradores internacionales de alimentos esperan que los productos cumplan con los estándares del [Codex Alimentarius](#). El Codex Alimentarius, o “Código Alimentario”, es un conjunto de normas, directrices y códigos de prácticas establecidos por la Comisión del Codex Alimentarius (parte del Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias).

En el caso de productos no alimentarios, los estándares pueden ser definidos por la [ISO](#), a través de sus comités técnicos, o por normas creadas en los mercados internacionales por actores líderes del sector.

Certificaciones de seguridad

Los compradores de alimentos exigen a los proveedores que sigan protocolos estrictos de seguridad alimentaria, para prevenir la contaminación y garantizar la trazabilidad. Muchos minoristas e importadores exigen cumplimiento con normas de seguridad alimentaria que van más allá de los requisitos legales. Es común que prefieran trabajar con proveedores que tengan certificaciones reconocidas por la [Global Food Safety Initiative](#) (GFSI).

Algunas de las certificaciones más comunes incluyen:

- [GLOBALG.A.P](#) para producción agrícola.
- [FSSC 22000](#): Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria basado en la metodología ISO, reconocido globalmente por los principales compradores de alimentos.
- [International Featured Standards](#) (IFS): Evalúa productos y procesos de producción para evaluar la habilidad del productor para producir productos seguros, auténticos y de alta calidad, que cumplen con los requisitos legales y especificaciones del cliente.



- [British Retail Consortium Global Standards](#) (BRCGS): Marco de trabajo para la gestión de seguridad, integridad, legalidad y calidad del producto; junto con el control operativo necesario para estos criterios en las industrias de fabricación, procesamiento y envasado de alimentos e ingredientes alimentarios.

En productos no alimentarios, se aplican otros sistemas de gestión de calidad. Uno muy conocido es [ISO 9001](#), que demuestra compromiso con la calidad y un sistema de procesos certificado.

Asegúrese de investigar que certificados de seguridad se requieren en su sector y en su mercado objetivo.

Requisitos de pruebas

Los compradores internacionales pueden exigir pruebas de laboratorio realizadas por terceros acreditados para verificar condiciones específicas del producto. En alimentos, pruebas microbiológicas, químicas o físicas. En textiles, durabilidad, encogimiento, contenido químico. En bienes de consumo, seguridad eléctrica, resistencia al fuego, etc. Se debe trabajar con laboratorios reconocidos para garantizar el cumplimiento con las especificaciones del comprador.

Requisitos de sostenibilidad, certificaciones y códigos de conducta

Cada vez más, los compradores exigen cumplimiento ético, social y ambiental. Es posible que le pidan firmar un código de conducta del comprador o presentar certificaciones a través de esquemas de terceros. Aunque estos varían entre empresas, suelen tener estructuras similares y abordar temas comunes. En el subcapítulo 3.5 “Responsabilidad ambiental y social” se profundiza en este tema.



Regresemos al ejemplo de las dos empresas paraguayas que desean exportar sus productos al mercado de la Unión Europea: una de textiles para el hogar y otra de semillas de sésamo.

Estudio de caso: Requisitos de compradores y mercados nicho en la UE para dos productos distintos: textiles para el hogar y semillas de sésamo.

Dos empresas paraguayas desean conocer qué requisitos pueden solicitar los compradores al exportar textiles para el hogar y semillas de sésamo al mercado europeo.

Utilizan la siguiente fuente para obtener esta información. Explicamos los pasos para semillas de sésamo:

3. CBI: <https://www.cbi.eu>
 - a. Hacer clic en "información de mercado".
 - b. Hacer clic en "granos, legumbres y semillas oleaginosas"
 - c. Clic en '[What requirements should your product comply with](#)' (visión general de requisitos del sector) O
 - d. Clic en 'semillas de sésamo' > clic en 'Acceso a mercados' > [Entering the European market for sesame seeds](#) visión general de requisitos específicos).

Con base en esa fuente, encuentran los siguientes requisitos del mercado de la UE:

Empresa Paraguaya A: Textiles para el hogar	Empresa paraguaya B: Semillas de sésamo
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Certificaciones de sostenibilidad (Amfori BSCI, ETI, Sedex).</i> • <i>Estándares de sostenibilidad ambiental/social en nichos de mercado (ISO 14001 o SA 8000).</i> • <i>Certificación textil sostenible (Global Organic Textiles Standard (GOTS), OEKO-TEX, o EU Ecolabel).</i> • <i>Especificaciones de embalaje y etiquetado según el comprador</i> • <i>Certificaciones de comercio justo(WFTO fair trade principles).</i> • <i>Woolmark certification.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>No existe una norma oficial de calidad para las semillas de sésamo. El comprador europeo especificará la calidad esperada. Usted debe conversar sobre esto con su comprador. El estudio de mercado proporciona una clasificación orientativa de calidad mínima y de alta gama.</i> • <i>Requisito de seguridad alimentaria: una norma reconocida por Global Food Safety Initiative (GFSI).</i> • <i>Para semillas de sésamo orgánicas: método de producción conforme al Regulation (EU) 2018/848.</i> • <i>Certificación de RSE (Código de conducta del comprador, Amfori BSCI, SMETA, GLOBALG.A.P, GRASP, or ETI).</i> • <i>Etiqueta social(Fair for Life, Fairtrade International, or Rainforest Alliance).</i>

Tenga en cuenta que no es necesario cumplir con todos los requisitos anteriores; depende del comprador cuáles solicitará realmente.

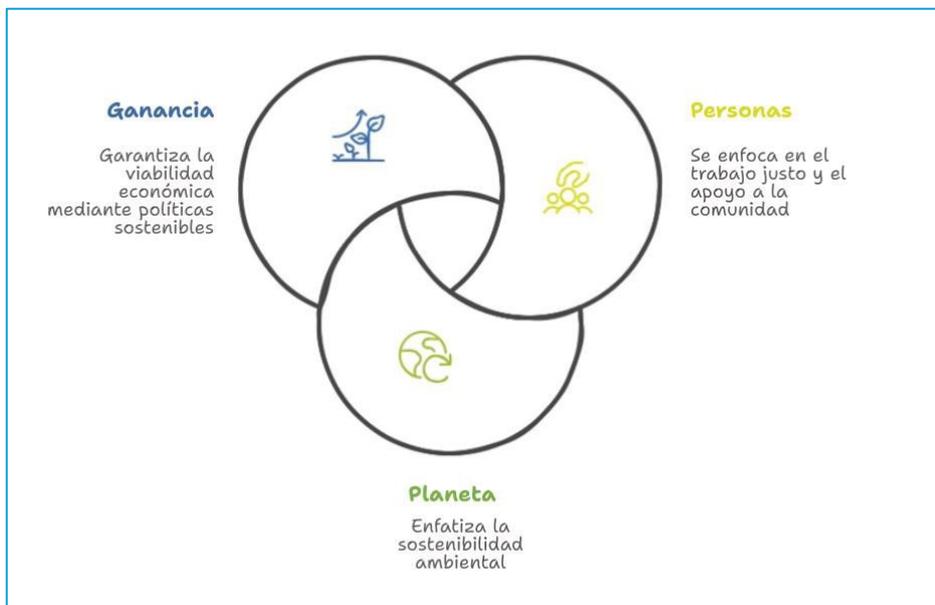
3.5 Responsabilidad ambiental y social (ESG)



La sostenibilidad se está convirtiendo en un factor clave en el comercio internacional. Cada vez más, compradores, gobiernos y consumidores exigen que los productos se elaboren de manera ambientalmente amigable y socialmente responsable. Para los exportadores, adoptar estas prácticas ya no es opcional, sino esencial para el acceso a mercados, la reputación empresarial y el crecimiento a largo plazo. Aunque implementar medidas alineadas con la responsabilidad ESG u obtener certificaciones voluntarias puede implicar un aumento inicial en los costos operativos, estas acciones generan beneficios significativos a largo plazo. Las certificaciones no solo fortalecen la reputación de la empresa, resaltando sus credenciales en sostenibilidad y responsabilidad, sino que también pueden facilitar el acceso a financiamiento preferencial, como líneas de crédito verde. Además, las empresas que adoptan prácticas ESG suelen estar mejor preparadas para cumplir con los estrictos estándares internacionales de importación y acceder a nichos de mercado altamente valorados, como los que demandan productos ecológicos, éticos o socialmente responsables.

Adicionalmente, incorporar principios ESG en la gestión empresarial ayuda a las empresas a anticiparse a futuros cambios regulatorios y a adaptarse a las expectativas de los mercados internacionales. Por ejemplo, la Unión Europea aspira a ser climáticamente neutra para 2050 y ha introducido el [European Green Deal](#). Un pilar clave es el [Circular Economy Action Plan](#), que se enfoca en el diseño de productos, el fomento de procesos circulares y el consumo sostenible para reducir residuos y prolongar el uso de los recursos. Muchas leyes europeas están siendo revisadas o creadas, lo que podría afectarle directa o indirectamente a través de su comprador internacional.

Esta sección resalta las áreas clave de responsabilidad ambiental y social que se recomienda que los exportadores aborden. El grado en que se exigen prácticas sostenibles y certificaciones depende del mercado objetivo, el segmento, el comprador internacional y el sector





3.5.1 Códigos de conducta y esquemas de cumplimiento social

Muchos compradores internacionales, especialmente grandes minoristas y empresas multinacionales, requieren que sus proveedores firmen y cumplan un Código de Conducta. Estos códigos establecen compromisos y expectativas en sostenibilidad relacionados, entre otros, con:

- Derechos laborales: Prohibición del trabajo infantil, salarios justos y condiciones laborales seguras.
- Impacto ambiental: Abastecimiento sostenible, reducción de emisiones y gestión de residuos.
- Ética empresarial: Comercio justo, transparencia y políticas anticorrupción.

La mayoría de los códigos de conducta están alineados con marcos de sostenibilidad reconocidos a nivel global. A continuación, se presentan ejemplos de esquemas de cumplimiento social utilizados en el comercio internacional:

- **Ethical Trading Initiative (ETI)**: La ETI es una coalición de sindicatos, ONG y empresas que colaboran para mejorar los derechos humanos en las cadenas de suministro globales a través de su [ETI Base Code of labour practice](#). Este cubre aspectos como los derechos laborales, condiciones de trabajo y trato justo a los trabajadores.
- **Amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative)**: Amfori BSCI ofrece un Código de Conducta que describe valores y principios que ayudan a sus miembros a mejorar sus políticas y prácticas, incluyendo la promoción de una conducta empresarial responsable. Estos principios son aplicables en todos los sectores a nivel global y están alineados con normativas internacionales. Los proveedores deben cumplir con el [BSCI Code of Conduct](#).
- **Sedex / SMETA**: [SMETA](#) es una auditoría que ayuda a entender los estándares en condiciones laborales, salud y seguridad, desempeño ambiental y ética dentro de su empresa. La [Sedex platform ayuda a las empresas a gestionar prácticas de sostenibilidad dentro de su cadena de suministro](#).
- **B-Corporation**: La certificación A B-Corp se otorga a empresas que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, responsabilidad y transparencia.

3.5.2 Sostenibilidad: certificaciones de producto

Los compradores internacionales, especialmente aquellos en mercados premium y de nicho, pueden requerir certificaciones de sostenibilidad otorgadas por terceros. Estas certificaciones van más allá del cumplimiento legal y demuestran el compromiso de la empresa con la responsabilidad ética y ambiental.

A continuación, se presentan ejemplos de diferentes certificaciones. Tenga en cuenta que, para su sector, otra certificación puede ser más relevante.

Certificaciones de comercio justo

El concepto de comercio justo promueve precios justos y mejores condiciones sociales para los productores y sus comunidades. Los productos certificados pueden mostrar el logotipo de comercio justo. Obtener esta certificación puede brindar una ventaja competitiva, especialmente en productos que requieren mucha mano de obra. Ejemplos de organizaciones de certificación de comercio justo incluyen:

- [Fairtrade International](#)



- [World Fair Trade Organisation](#) (WFTO)
- [Fair for Life](#)

Certificaciones orgánicas y otras de sostenibilidad

La certificación orgánica es un proceso que garantiza que los productos se cultiven y procesen según estándares que priorizan la sostenibilidad, la protección ambiental y el uso de métodos naturales. Verifica que los productos agrícolas, incluidos alimentos, textiles y otros bienes se produzcan sin pesticidas sintéticos, organismos genéticamente modificados (OGM) ni fertilizantes artificiales. Tenga en cuenta que las regulaciones para productos orgánicos varían según el mercado, con certificaciones y etiquetas diferentes según el destino, tal como EU Orgánico (para la Unión Europea), USDA Orgánico (para Estados Unidos), Canadá Orgánico (para Canadá). Además, las certificaciones de sostenibilidad pueden variar según el sector, el producto o el material utilizado. Por ejemplo:

- [NATRUE](#) para productos cosméticos naturales y orgánicos.
- [COSMOS](#) para productos cosméticos naturales y orgánicos.
- [GOTS](#) para textiles sostenibles.
- [OEKO-TEX](#) para textiles sostenibles.
- [PEFC](#) para productos sostenibles derivados de la madera (por ejemplo, muebles, embalajes).
- [FSC](#) para productos sostenibles derivados de la madera (por ejemplo, muebles, embalajes).
- [Rainforest alliance](#) para productos alimenticios y forestales (por ejemplo, café, cacao, té).

3.5.3 Herramientas de sostenibilidad

Existe una variedad de herramientas y fuentes que pueden ayudarle a obtener información detallada sobre diferentes estándares de sostenibilidad:

- Utilice [ITC Standards Map](#) para consultar más de 300 estándares relacionados con protección ambiental, derechos laborales, desarrollo económico, calidad, seguridad alimentaria y ética empresarial.
- Considere el uso de autoevaluaciones, como la [BSCI Self-Assessment](#) o adoptar un código de conducta como el ETI Base Code para demostrar su rendimiento en sostenibilidad.
- Para el mercado europeo, consulte [CBI's estudio de sostenibilidad de CBI](#) para obtener más información sobre certificaciones y tendencias de sostenibilidad en diversos sectores. Por ejemplo : [What is the current offer in social certifications and how will it develop](#) y [Sustainability in home decoration and home textiles](#). Revise también los estudios por producto y consulte los requisitos de compradores y de nichos de mercado.

3.6 Oportunidades para la igualdad de género

Asimismo, la promoción de la igualdad de género en las cadenas de valor es un factor clave para potenciar el impacto social en los mercados de exportación.

En términos prácticos, las MIPYMES que integran la perspectiva de género en sus operaciones tienen mayores posibilidades de acceder a iniciativas internacionales que promueven el empoderamiento económico de las mujeres. Programas como [SheTrades](#) de ITC o la [Estrategia de Género del Grupo Banco Mundial para 2024-30](#) ofrecen capacitaciones, financiamiento y oportunidades de conexión



comercial diseñadas para empresas lideradas o co-lideradas por mujeres. Estas iniciativas buscan reducir las barreras que enfrentan las mujeres empresarias y brindarles herramientas para competir en igualdad de condiciones en mercados internacionales.

Además, incorporar políticas de igualdad de género dentro de las MIPYMES exportadoras puede abrir puertas a certificaciones y reconocimientos internacionales como el [Sello de Igualdad de Género](#) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Estas credenciales son cada vez más valoradas en mercados extranjeros, especialmente en países donde los consumidores y las empresas priorizan las compras responsables y éticas. Por ejemplo, países de la Unión Europea y América del Norte buscan activamente proveedores que demuestren su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entre ellos, el [ODS 5 relacionado con la igualdad de género](#).

En el caso de Paraguay, donde muchas MIPYMES tienen un componente importante de trabajo femenino, especialmente en sectores como textiles, alimentos procesados y artesanías, el empoderamiento de las mujeres en estos negocios puede ser un motor para el crecimiento sostenible. Brindar acceso a financiamiento inclusivo, capacitaciones en liderazgo empresarial y comercio exterior, así como garantizar la participación activa de las mujeres en las cadenas de valor, son pasos fundamentales para fortalecer su papel en el comercio internacional. Las MIPYMES paraguayas que integran la igualdad de género como parte de su estrategia comercial tienen el potencial de convertirse en modelos de cambio, contribuyendo a una mayor equidad y prosperidad en las comunidades donde operan, mientras fortalecen su competitividad en los mercados internacionales.

3.7 Protección de los derechos de propiedad intelectual

En un entorno comercial cada vez más competitivo, las MIPYMES deben encontrar la manera de diferenciar sus productos de la competencia y atraer a nuevos clientes y consumidores. Algunas estrategias utilizadas para llegar a ser o a mantenerse internacionalmente competitivas son la introducción de productos nuevos o mejorados y la adopción de nuevos métodos para fabricar, vender o comercializar productos y servicios. A medida que la innovación, la creatividad y los conocimientos se convierten en elementos esenciales de la competitividad, las empresas se enfrentan cada vez más con la necesidad de encontrar medios para gestionar y proteger con eficacia su innovación, creatividad y conocimientos.

La propiedad intelectual (PI) ofrece a los titulares de estos derechos múltiples opciones para proteger su innovación, conocimientos y creatividad. Los derechos de PI permiten no solo diferenciar sus productos de los de la competencia si no otorgan también un nivel de exclusividad. Los derechos que otorga la PI permiten a los titulares tener la exclusividad de sus marcas, dibujos o modelos, invenciones y creaciones literarias o artísticas, con lo cual disminuye la probabilidad de que la competencia copie o imite los productos de la empresa; aumentan las opciones prácticas para comercializar productos nuevos o mejorados; y permite responder con mayor efectividad a las posibles violaciones de estos derechos.

En Paraguay, la institución que se ocupa de los derechos de propiedad intelectual es la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, [DINAPI](#), responsable del registro de marcas, dibujos y modelos industriales, patentes, indicaciones geográficas, así como de los derechos de autor.



Entre los tipos de derechos que la propiedad intelectual protege, se encuentran los siguientes:

- **Marcas:** protege signos distintivos que identifican productos o servicios en el mercado. Pueden ser palabras, logotipos, sonidos, olores o combinaciones de estos.
- **Patentes:** otorga derechos exclusivos sobre invenciones nuevas, útiles y no obvias, permitiendo a su titular explotar la invención por un período determinado.
- **Modelos de utilidad:** protege mejoras técnicas menores en productos ya existentes, brindando exclusividad por un período más corto que una patente.
- **Diseños industriales:** protege la apariencia estética o forma ornamental de un producto, sin afectar su función técnica.
- **Derechos de autor:** Protege obras literarias, artísticas y científicas, incluyendo libros, música, películas, software y fotografías.
- **Indicaciones geográficas y denominaciones de origen:** protege productos cuya calidad o características dependen del lugar donde se producen.
- **Secretos comerciales:** protege información confidencial que otorga ventaja competitiva a una empresa, como fórmulas, procesos o estrategias comerciales.

3.8 Consejos

Aquí hay 8 consejos prácticos para manejar los requisitos de acceso al mercado:

- **Aprovechar preferencias de acuerdos comerciales**
Paraguay es miembro del Mercosur y cuenta con acuerdos comerciales que permiten acceder a ciertos mercados con ventajas arancelarias.
- **Cumplir con los requisitos legales en Paraguay y en sus mercados de destino**
Utilice fuentes como [Global Trade Helpdesk](#), [Access2Markets](#), y [CPSC's Regulatory Robot](#) para identificar qué legislaciones aplican a su producto y al mercado objetivo.
- **Cumplir con los requisitos del comprador para acceder con éxito a mercados internacionales**
Los requisitos del comprador ayudan a garantizar la calidad del producto, la seguridad, la sostenibilidad y la consistencia en su cadena de suministro. Utilice fuentes en línea como [CBI](#) (para el mercado europeo) para entender lo que exigen los compradores en su mercado de destino. Además, asegúrese de preguntar a los compradores internacionales sobre sus requisitos específicos.
- **Adoptar prácticas empresariales sostenibles**
Las prácticas empresariales sostenibles ya no son opcionales; son esenciales para el acceso al mercado, la reputación empresarial y el crecimiento a largo plazo. Utilice [ITC Standards Map](#) para obtener información detallada sobre los diferentes estándares sociales y ambientales disponibles en el mercado internacional.
- **Mantenerse actualizado sobre tendencias globales**
Conocer requisitos cambiantes en mercados internacionales, como sostenibilidad, certificaciones y preferencias del consumidor.
- **Planificar con anticipación**
No subestimar el tiempo necesario para obtener certificaciones internacionales.
- **Considerar contratar servicios profesionales externos, si es necesario**



En mercados con regulaciones complejas o requisitos poco claros, considerar contratar especialistas locales o agentes de comercialización que entiendan el mercado.

- **Crear capacidad técnica**

Aprovechar capacitaciones y asesorías organizadas por gremios o instituciones públicas. Por ejemplo, la sección [Internacionalízate](#) y [Exportaciones](#) de la página del MIC provee información útil y material didáctico para conocer más acerca del proceso de la operativa de exportación.



3.9 Caso de éxito

Jerovia: Yerba Mate Orgánica que Conquista Mercados Internacionales



En marzo de 2022, la MIPYME Jerovia logró un hito en su expansión internacional al exportar 5.000 kilos de yerba mate orgánica a la Unión Europea. Esta carga, distribuida en 10.000 cajas y producida por pequeños agricultores del Departamento de Canindeyú, tuvo como destino el puerto de Hamburgo. Desde allí, la carga fue distribuida a cadenas minoristas y tiendas especializadas en alimentos orgánicos del continente europeo. Este envío representó una de las mayores exportaciones de la empresa, completando un contenedor entero. Anteriormente, Jerovia ya había logrado ingresar a los mercados de Estados Unidos, Polonia y Alemania, pero con envíos más pequeños.

Fundada en 2009, Jerovia ha sabido posicionarse en mercados exigentes, consolidándose como un referente en productos orgánicos de Paraguay. Su compromiso con la sostenibilidad y el impacto positivo en la comunidad le valió el reconocimiento del programa FOMIPYMES en 2020. En aquella ocasión, recibió el premio en la categoría Acción Climática, otorgado por el Viceministerio de MIPYMES del Ministerio de Industria y Comercio (MIC) y la Misión Técnica de Taiwán, destacándose como un modelo de negocio de triple impacto: ambiental, social y económico.

El impacto de Jerovia va más allá de sus exportaciones. Su producción beneficia directamente a más de 50 familias productoras de yerba mate en Canindeyú, fortaleciendo la economía local y promoviendo el desarrollo sostenible. Gracias a su compromiso con la calidad y la trazabilidad, la marca cuenta con dos certificaciones internacionales sobre trazabilidad orgánica, lo que garantiza la confianza de importadores en mercados altamente exigentes. Cuentan además con empaques biodegradables.

Además de la yerba mate, Jerovia fue pionera en introducir azúcar orgánica nacional en las góndolas nacionales e internacionales. Su crecimiento ha sido impulsado en parte por la Red de Inversiones y Exportaciones (Rediex), que los apoyó en la participación en ferias internacionales.

El nombre "Jerovia", que en guaraní significa "crear", refleja la esencia de esta empresa que apuesta por la sostenibilidad, la calidad y el crecimiento internacional. Su historia es un testimonio del potencial de las MIPYMES paraguayas en los mercados internacionales y del impacto positivo que pueden generar en sus comunidades.

