4. Adaptar su producto

4.1 Introducción

Este capítulo le ayudará a modificar sus productos para tener éxito en nuevos mercados. Adaptar su producto es clave para satisfacer las necesidades de los clientes en distintos países.

Cuando exporta, vender el mismo producto que utiliza en su país puede no funcionar. Cada mercado tiene sus propias normas, gustos y estándares. Al adaptar su producto, se asegura de que se ajuste a lo que los clientes desean y cumpla con las leyes internacionales. Esto le ayuda a competir mejor y aumenta sus posibilidades de éxito.

En este capítulo aprenderá cómo cambiar su producto paso a paso. Verá por qué es importante ajustar su producto para exportar. También aprenderá cómo realizar estos cambios de manera eficaz. Además, abordaremos ideas de diseño sostenible. Estas ideas son importantes porque muchos consumidores y países se preocupan por el medio ambiente.

Al final de este capítulo, usted podrá:

- Comprender por qué es importante adaptar su producto para exportar
- Desarrollar un plan estructurado de desarrollo de producto para adaptar su producto a mercados internacionales.
- Comprender los tres pilares del diseño sostenible: personas, planeta y ganancias.
- Desarrollar un plan de sostenibilidad utilizando las 5 etapas del ciclo de vida del producto.

Adaptar su producto no se trata solo de hacer cambios. Se trata de crear un producto que encante a nuevos clientes mientras mantiene fuerte su marca. Ya sea que esté orientado a Europa, EE. UU., Canadá, Taiwan o Brasil, este capítulo le proporcionará las herramientas necesarias para ajustar sus productos de manera efectiva.

4.2 ¿Por qué adaptar su producto para exportar?

Adaptar su producto para exportar le ayuda a satisfacer las necesidades únicas de distintos mercados internacionales. Cada mercado tiene requisitos y preferencias específicos que su producto debe abordar para tener éxito en el extranjero.

Cumplimiento con requisitos regulatorios extranjeros
Cada país tiene leyes y normativas diferentes para los productos. Estas normas garantizan que los productos sean seguros y cumplan con ciertos estándares. Por ejemplo, la UE tiene regulaciones estrictas sobre seguridad del producto, etiquetado e impacto ambiental. Para exportar con éxito, su producto debe cumplir con estas regulaciones. No hacerlo puede resultar en multas, prohibiciones de producto o daño a la reputación.

Alineación con preferencias del consumidor y matices culturales
Cada mercado es único. Lo que funciona en Paraguay podría no funcionar en la UE o EE. UU. Los clientes de cada región tienen diferentes preferencias y expectativas. Por ejemplo, colores, tallas y estilos populares en un país pueden no serlo en otro. Comprender estas diferencias le ayuda a crear

productos que atraigan a cada mercado específico. Por ejemplo, en el caso de la ropa, esto puede significar ajustar tallas y cortes para adaptarse a los tipos corporales locales. En algunos países, donde la altura promedio es mayor, los diseños de ropa podrían requerir largos de pierna más extensos y proporciones ajustadas. Del mismo modo, los colores preferidos, telas y estilos culturales pueden variar, por lo que es esencial adaptar sus diseños a estos matices locales.

Mejora de la competitividad en mercados internacionales
Adaptar su producto puede darle una ventaja competitiva. Cuando su producto satisface necesidades específicas de un mercado, se destaca frente a competidores que ofrecen productos más genéricos. Por ejemplo, una empresa textil paraguaya podría utilizar materiales ecológicos para atraer a los consumidores europeos conscientes del medio ambiente. Esta diferenciación puede atraer a más clientes e incrementar las ventas.

Beneficios de adaptar su producto
Adaptar su producto ofrece varios beneficios:

- Incremento de ventas: Los productos que satisfacen las necesidades locales tienen más probabilidades de venderse bien.
- Satisfacción del cliente: Cumplir con las expectativas del cliente conlleva mayor satisfacción y lealtad.
- Acceso al mercado: Cumplir con las regulaciones locales permite ingresar a nuevos mercados sin problemas.
- Reputación de marca: Ofrecer productos adaptados mejora su reputación como exportador confiable y enfocado en el cliente.
- Reducción de riesgos: Diversificar su gama de productos reduce el riesgo de depender de un solo mercado o producto.

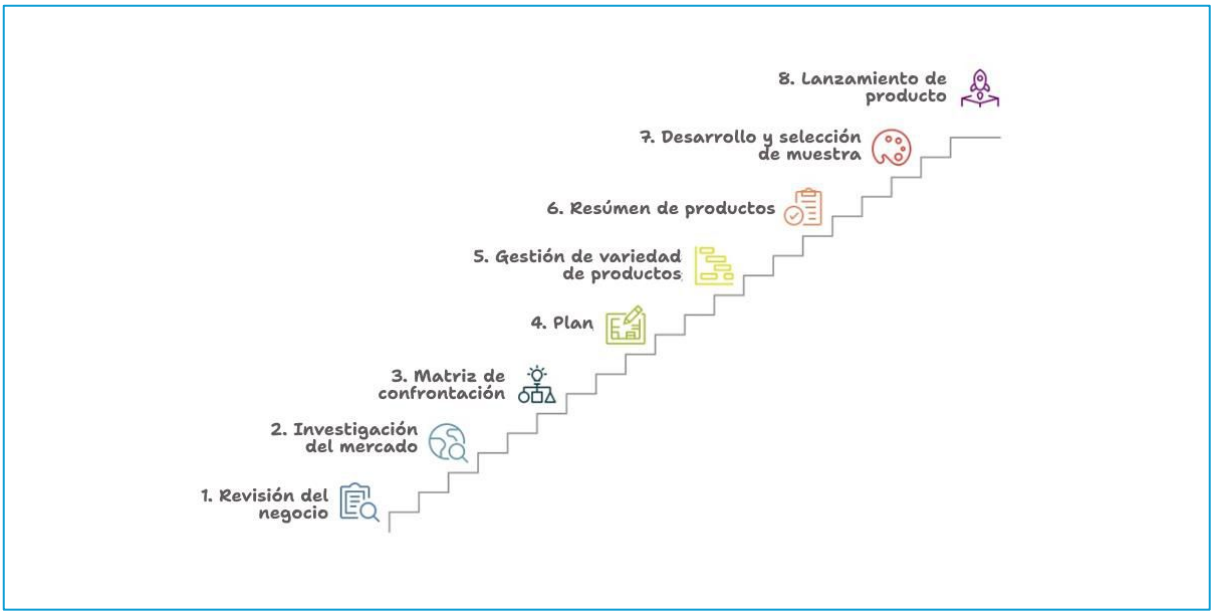
Adaptar su producto es una decisión estratégica que puede impulsar el crecimiento de su negocio y asegurar el éxito a largo plazo en el mercado global. El siguiente párrafo explicará qué pasos debe seguir para adaptar su producto.

4.3 Cómo adaptar su producto

Para adaptar su producto, necesita desarrollar un plan estructurado de desarrollo de productos. El desarrollo de productos significa modificar productos que ya existen o crear productos nuevos. Puede referirse a un solo producto o a un grupo de productos.

A continuación, se presentan los 8 pasos que debe seguir para adaptar con éxito sus productos para la exportación:

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International
IAPC IPAC



1. Revisión del negocio

Comience evaluando sus operaciones comerciales actuales. Defina claramente la misión de su empresa. ¿Qué representa su negocio? Por ejemplo, una empresa paraguaya de artículos de cuero hechos a mano podría centrarse en la artesanía de calidad y en el abastecimiento sostenible.

Luego, describa su identidad corporativa, incluyendo su estilo y valores. Esto hace que su marca sea reconocible. Una empresa textil paraguaya puede enfatizar diseños tradicionales y el uso de técnicas de producción tradicionales.

En tercer lugar, necesita comprender la posición de su negocio: ¿cómo llegó su empresa a su situación actual y qué papel jugó su producto? Esto le dará un punto de partida claro para el desarrollo del producto. Responda a las siguientes preguntas:

- ¿Qué productos vende?
- ¿A qué mercados se dirige?
- ¿Qué canales de distribución utiliza?
- ¿Cuál es su estrategia de precios?
- ¿Cómo promociona sus productos?

Después de eso, necesita identificar sus fortalezas y debilidades. Sepa en qué es buena su empresa y en qué necesita mejorar. Un exportador paraguayo de alimentos puede destacar por sus relaciones con proveedores locales (fortaleza), pero carecer de experiencia en marketing internacional (debilidad).

Finalmente, establezca metas financieras claras. Determine cuánto puede invertir en desarrollo de productos y si su presupuesto aumentará o se mantendrá igual. Esto ayuda a planificar la escala de los esfuerzos de adaptación.

Ahora veamos un ejemplo de Carnes del Paraguay S.A.

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

Estudio de caso: Revisión del negocio de Carnes del Paraguay S.A

Carnes del Paraguay S.A. quiere elaborar un plan de desarrollo de productos y comienza con el primer paso: evaluar las operaciones comerciales actuales.

Tema	***Puntos clave***
Misión	*Ofrecer carne vacuna paraguaya de alta calidad y producción sostenible, apoyando a los productores locales.*
Identidad corporativa	***Identidad**: Marca auténtica paraguaya con profundas raíces en la cultura y agricultura local.* ***Estilo:** Combinación de técnicas modernas de procesamiento de carne con respeto por los sabores tradicionales paraguayos.* ***Valores:*** *-Calidad: Garantizar carne premium de origen local.* *-.Sostenibilidad: Abastecimiento responsable y procesos de producción respetuosos con el medio ambiente.* *-.Comunidad: Colaboración con productores locales y aporte a la economía local.* *-.Transparencia: Comunicación clara y prácticas comerciales confiables.*
Posición del negocio	***Productos:** Cortes frescos de carne, embutidos, productos gourmet especiales.* ***Mercados objetivo**: Minorista/mayorista local y expansión regional en países vecinos.* *.**Canales de distribución**: Alianzas con distribuidores locales, puntos de venta mayoristas y minoristas.* *.E**strategia de precios:** Precios premium que reflejan calidad y sostenibilidad; paquetes por volumen y promociones estacionales.* ***Promoción:** Marketing digital (redes sociales, sitio web, boletines), eventos locales y publicidad tradicional.*
Fortalezas	*Relaciones sólidas con proveedores locales, reputación de alta calidad, prácticas sostenibles y compromiso comunitario.*
Debilidades	*Poca experiencia en marketing internacional, desafíos en la ampliación de la distribución y ritmo lento en la modernización tecnológica.*
Objetivos financieros	*.Presupuesto: actualmente asigna 250.000 USD anuales para desarrollo de productos, con planes de aumentar la inversión conforme crezcan los ingresos.*

2. Investigación de mercados

En el capítulo 2 "Investigación de mercados", ya aprendiste cómo llevar a cabo una investigación de mercado. Para el desarrollo de productos, la investigación de mercados es crucial, ya que proporciona información sobre lo que quieren tus clientes potenciales y cómo tu producto puede satisfacer esas necesidades. Te ayuda a identificar oportunidades, evitar posibles errores y tomar decisiones informadas sobre las características del producto, el precio y el posicionamiento. Ten en cuenta los siguientes aspectos para el desarrollo de productos:

- **Perfiles de compradores y consumidores**:
  Crea perfiles detallados de tus compradores y consumidores. Comprende sus gustos, aversiones, valores y hábitos de compra. Por ejemplo, los consumidores estadounidenses de

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

chocolate en el segmento de mercado premium suelen priorizar productos que sean orgánicos, de origen ético y libres de aditivos artificiales. Por lo tanto, como productor paraguayo de cacao, deberías enfocarte en estos atributos para atraer a estos consumidores.

- **Segmentos de mercado**:
  Identifica qué segmentos de mercado son los mejores para tus productos. Busca áreas con potencial de crecimiento y adapta tu oferta de productos en consecuencia (consulta el capítulo 6 “Distribución y segmentos de mercado” para más información).
- **Crecimiento del mercado de productos:**
  Cuando consideres una adaptación del producto o la creación de uno nuevo, necesitas investigar el crecimiento del mercado para tu producto. Busca aquellas áreas de producto que muestran una demanda creciente. Por ejemplo, un fabricante paraguayo de muebles descubre una demanda creciente de materiales ecológicos en Canadá. Decide desarrollar muebles usando madera sostenible para atraer a los consumidores canadienses que priorizan opciones ambientalmente responsables.
- **Competencia:**
  Revisa los productos de tus competidores, incluyendo su diseño, precio y empaque. ¿Cuáles son sus fortalezas? Encuentra formas de diferenciar tus productos de los de la competencia.
- **Requisitos**:
  En el capítulo 3 “Acceso al mercado y normativas” aprendiste cómo investigar los requisitos legales y del comprador internacionales. Revisa hasta qué punto tu producto ya cumple con estos requisitos. Si aún no cumple, identifica qué debe hacerse o modificarse para que el producto sea conforme al mercado internacional objetivo.
- **Tendencias**:
  En el capítulo 2 “Investigación de mercados” identificaste tendencias en el mercado internacional. Observa cuáles de estas tendencias se adaptan mejor a tu empresa y cuáles utilizarás para tu producto ajustado o nuevo.

3. Matriz de confrontación

Ahora combina el paso 1 "Revisión del negocio" y el paso 2 "Investigación de mercado" para evaluar oportunidades para tu producto en el mercado objetivo. Busca vacíos que tu producto pueda llenar o necesidades emergentes que tu producto pueda abordar. Así es como puedes hacerlo:

1. Haz una cuadrícula con las fortalezas y debilidades más importantes de tu empresa en el eje vertical, y las oportunidades y amenazas del mercado objetivo en el eje horizontal.

2. Desarrolla estrategias para el desarrollo de tu producto:

   - Usa las fortalezas de tu empresa para aprovechar las oportunidades del mercado.
   - Usa las fortalezas de tu empresa para mitigar las amenazas del mercado.
   - Mejora las debilidades de tu empresa para explotar mejor las oportunidades.
   -

Realiza cambios significativos para abordar las debilidades de tu empresa y defenderte contra las amenazas del mercado.

		Oportunidades			Amenazas		
		O1	O2	O3	A1	A2	A3
Fortalezas	F1						

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International
IAPC IPAC

	F2	Utiliza tus fortalezas para aprovechar oportunidades	Utiliza tus fortalezas para mitigar tus amenazas
	F3		
Debilidades	D1	Mejora tus debilidades para aprovechar oportunidades	Trabaja en tus debilidades para manejar amenazas
	D2		
	D3		

4. Plan

Desarrolle un plan integral de desarrollo de productos para guiar su proceso de adaptación. Describa qué debe hacerse, quién lo hará, cuándo se completará y el presupuesto requerido. Por ejemplo, una empresa paraguaya que planea exportar cerámica podría programar tareas como rediseñar productos para que coincidan con los estilos europeos y obtener materiales de embalaje que cumplan con la normativa.

Asigne responsabilidades a los miembros del equipo. Asegúrese de que cada persona conozca sus tareas específicas y los plazos. Tener roles claros evita confusiones y mantiene el proyecto en movimiento. Establezca plazos realistas para cada tarea. Esto ayuda a administrar el tiempo de manera eficaz y asegura la finalización oportuna de la adaptación del producto.

5. Gestión de la gama de productos

Es importante optimizar la composición y el desempeño de su portafolio de productos. Esto le ayudará a satisfacer eficazmente las necesidades de su mercado objetivo. Tome los siguientes pasos:

- **Línea de productos:**
  Decida qué productos desea ofrecer en su mercado objetivo.
- **Grupos de productos:**
  Organice sus productos en categorías. Esto facilita su gestión y comercialización. Ayuda a crear estrategias de marketing específicas.
- **Rol de cada producto:**
  Conozca cuáles son los productos que se venden regularmente (productos principales), los que más se venden (productos estrella), los especiales y populares (productos innovadores), o los diferentes que generan interés en los consumidores (productos que llaman la atención). Por ejemplo, un exportador paraguayo de artículos de cuero podría categorizar sus productos en: billeteras (productos principales), cinturones (productos estrella), nuevos bolsos ecológicos (productos innovadores), y accesorios de diseñador únicos (productos que llaman la atención).
- **Desempeño de ventas:**
  Revise cuáles productos se venden bien, y cuáles pueden necesitar mejoras o eliminación. Comprender el desempeño en ventas le permite enfocarse en los productos con buen rendimiento y mejorar o descontinuar los que tienen bajo rendimiento.

6. Ficha técnica del producto

Cree una ficha técnica detallada del producto para orientar su proceso de desarrollo. Esta ficha debe incluir información clave sobre los productos que deben desarrollarse y servirá para guiar al equipo de desarrollo de productos de forma estructurada. Incluya la siguiente información en su ficha:

Tema	Qué incluir

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International IAPC IPAC

1. Resumen y objetivos	Describa el producto y los objetivos.
2. Concepto	La información depende de su producto. Por ejemplo, para textiles y prendas de vestir, incluya la inspiración, el tema y referencias visuales. Para productos agrícolas, incluya la elección del cultivo, el origen de las semillas, etc.
3. Características del producto	Incluya las especificaciones técnicas del producto. Por ejemplo, para textiles y prendas de vestir, indique los materiales, textura, tamaño, colores y otras especificaciones técnicas. Para productos agrícolas, incluya condiciones de cultivo, método de cosecha, tamaño, etc.
4. Público objetivo	Escriba el perfil de su cliente ideal, el segmento de mercado y las preferencias de los compradores.
5. Puntos de venta únicos	Destaque qué hace que su producto sea especial. Esto puede incluir características únicas, calidad superior, diseño innovador, certificaciones específicas, etc.
6. Canal de distribución	Describa el canal de distribución que utilizará para su producto.
7. Normas y regulaciones	Anote todas las normas de seguridad, certificaciones y otros requisitos legales y de los compradores con los que el producto debe cumplir.
8. Plan de producción	Describa el proceso de fabricación desde el inicio hasta el producto final, los costos de producción y el embalaje para el transporte.
9. Cronograma y presupuesto	Establezca hitos desde el concepto hasta el lanzamiento y asigne su presupuesto en consecuencia. Un cronograma y presupuesto realistas ayudan a gestionar los recursos de forma eficaz y a mantener el proyecto en curso.

7. Desarrollo y selección de muestras

Diseña y desarrolla muestras que cumplan con los requisitos de tu mercado objetivo. Esta fase consta de cinco etapas clave:

1. **Basado en tus productos más vendidos:** Utiliza los comentarios de tus productos más vendidos para desarrollar nuevos dirigidos a tu mercado objetivo. Por ejemplo, si tu chocolate paraguayo es popular a nivel local, crea nuevos sabores que atraigan a los clientes internacionales. Para dirigirte al mercado canadiense, investiga y recopila opiniones sobre tu chocolate, y utiliza esa información para crear sabores que gusten a los canadienses, como chocolate oscuro con nueces.
2. **Pruebas:**
   Realiza pruebas técnicas para asegurarte de que tu producto cumple con los requisitos legales y del comprador en tu mercado objetivo. Por ejemplo, un productor textil paraguayo que desee exportar a Europa debe asegurarse de cumplir con el reglamento REACH, que enumera sustancias químicas restringidas. El producto debe ser probado para confirmar que no contiene ninguna sustancia restringida.
3. **Evaluación y revisión de muestras**:
   Revisa y mejora tus muestras de producto. Realiza los ajustes necesarios para perfeccionar la calidad y el atractivo. Por ejemplo, una empresa paraguaya de cosméticos podría

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

perfeccionar el diseño de su empaque para que sea más adecuado y atractivo para el mercado estadounidense.

4. **Empaque:**
   Diseña un empaque que sea atractivo y cumpla con las necesidades del mercado. El empaque sostenible puede ser un punto de venta, atrayendo a consumidores conscientes del medio ambiente. Una empresa paraguaya de bebidas podría usar botellas reciclables con etiquetas en varios idiomas para atender a diferentes países europeos

5. **Costeo y precios de exportación:**
   Una vez desarrolladas tus muestras, determina los costos de producción y exportación de tu producto. Este paso es crucial para evaluar el desarrollo de la muestra y determinar si es financieramente viable. Consulta el capítulo 5 "Precios para exportación" para más información sobre los costos y precios de exportación.

Después de desarrollar diferentes muestras, selecciona las que ofrecerás en tu nuevo mercado de exportación. Elige una gama de productos coherente que se ajuste bien a tu mercado objetivo y que esté alineada con tus objetivos.

8. Lanzamiento del producto
Prepárate para un lanzamiento exitoso del producto para establecer tu presencia en el nuevo mercado.

Promociona tus productos utilizando estrategias de marketing dirigidas. Usa plataformas en línea, redes sociales y publicidad local para llegar a tu audiencia. Por ejemplo, un diseñador de moda paraguayo que lanza en Brasil podría usar Instagram para mostrar sus diseños y colaborar con influencers locales.

Asegúrate de que tus productos se presenten de manera atractiva. Participa en ferias comerciales o instala exhibiciones en tiendas locales para ganar visibilidad. Una empresa paraguaya de cerámica podría mostrar sus productos en ferias comerciales europeas para atraer a posibles compradores.

Desarrolla materiales de marketing que respalden la historia de tu producto. Esto puede incluir folletos, sitios web y demostraciones interactivas. Los materiales de marketing de alta calidad ayudan a transmitir el valor y la singularidad de tus productos.

Utiliza marketing dirigido para alcanzar y atraer nuevos clientes. Personaliza tu contenido para reflejar los idiomas locales y las preferencias culturales. Una segmentación eficaz garantiza que tus esfuerzos de marketing lleguen a la audiencia adecuada.

Recoge opiniones de los clientes después del lanzamiento para realizar mejoras adicionales. Usa encuestas, reseñas y comunicación directa para entender la satisfacción del cliente y las áreas a mejorar. La retroalimentación continua ayuda a perfeccionar tus productos y estrategias para una mejor adaptación al mercado.

Para concluir, adaptar tu producto para la exportación es un paso crucial para el éxito internacional. Siguiendo estos 8 pasos de desarrollo de producto, puedes modificar eficazmente tus productos para satisfacer las necesidades de los mercados globales.

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

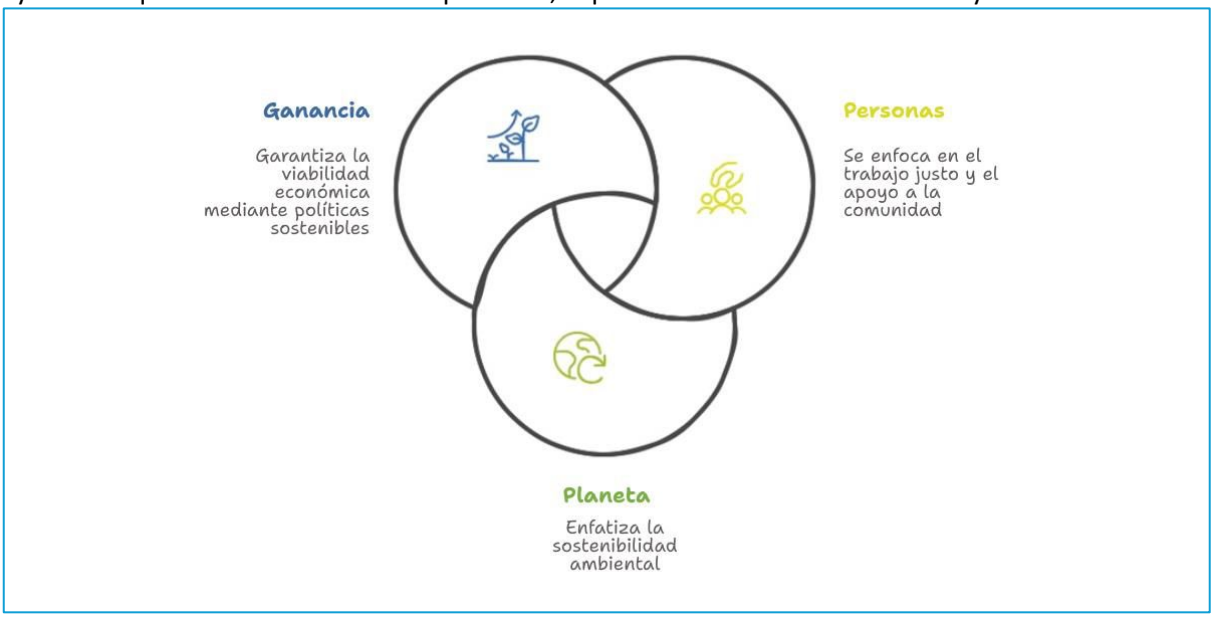
Para orientarte en el proceso, consulta el Apéndice 2 para una lista de verificación del plan de desarrollo del producto.

4.4 Ideas de diseño sostenible

El diseño sostenible significa crear productos que limiten el impacto en el medio ambiente y apoyen el bienestar de las personas. Abarca todas las etapas del ciclo de vida del producto: desde la obtención de materias primas, la producción, el consumo, hasta el final de la vida útil del producto. Como una PYME paraguaya, puedes hacer que tus productos sean más atractivos para los compradores internacionales adoptando un diseño sostenible. Por ejemplo, al utilizar algodón orgánico o empaques ecológicos, reduces el impacto ambiental. También puedes contribuir socialmente asegurando condiciones de trabajo seguras para tus empleados o asociándote con comunidades locales para obtener materiales. Este enfoque no solo protege al planeta, sino que también mejora tu reputación. Abre nuevas oportunidades de mercado.

Los tres pilares del diseño sostenible

El diseño sostenible se basa en tres ideas principales: Personas, Planeta y Beneficio. Estos pilares te ayudan a equilibrar el cuidado de las personas, la protección del medio ambiente y la rentabilidad.



- **Personas (Responsabilidad social):**
  Este pilar se enfoca en tratar de manera justa a todas las personas involucradas en el ciclo de vida de tu producto. Debes pagar salarios justos a tus trabajadores, proporcionar condiciones de trabajo seguras y apoyar a las comunidades locales. Por ejemplo, puedes generar empleo en tu región o contribuir a proyectos de desarrollo local. Promover la diversidad y la inclusión en tu lugar de trabajo también garantiza que todos se sientan respetados y valorados.
- **Planeta (Sostenibilidad ambiental):**
  El pilar Planeta te ayuda a reducir tu impacto en el medio ambiente. Para lograrlo, debes usar los materiales con responsabilidad, elegir opciones renovables o recicladas y minimizar los desechos. También puedes reducir tu huella de carbono utilizando procesos

Canada
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

energéticamente eficientes y optimizando el transporte. Estas acciones protegen los recursos naturales, reducen las emisiones y demuestran tu compromiso con la sostenibilidad.

- **Beneficio (Viabilidad económica):**
  El beneficio asegura que tu empresa se mantenga financieramente sólida siendo al mismo tiempo sostenible. Al minimizar los desperdicios y utilizar los recursos de manera eficiente, puedes reducir costos. Ofrecer productos sostenibles puede abrir puertas a nuevos mercados, ya que la sostenibilidad es un factor cada vez más importante en los negocios a nivel global.

5 etapas del ciclo de vida del producto

Desarrollar un plan de sostenibilidad te ayuda a integrar prácticas responsables, tanto ambientales como sociales, en el desarrollo de productos y en las operaciones de tu empresa. Puedes elaborar un plan de sostenibilidad utilizando las 5 etapas del ciclo de vida del producto. Comprender este ciclo te permite hacer que tus productos sean más sostenibles en cada etapa. Cada fase ofrece oportunidades para incorporar prácticas sostenibles y mejorar el impacto general de tu producto.

1. **Obtención de materiales:** Comienza eligiendo materiales que sean renovables, reciclados o provenientes de fuentes sostenibles. Por ejemplo, puedes optar por algodón orgánico o vidrio reciclado. También considera la opción de obtener materiales localmente. Esto reduce las emisiones del transporte y los costos, haciendo que tu cadena de suministro sea más sostenible y eficiente. Además, ayuda a fortalecer la economía local.
2. **Producción:** Durante la fabricación, enfócate en utilizar procesos energéticamente eficientes y energías renovables (por ejemplo, energía solar). También implementa estrategias de reducción de desechos: ¿hay algo que puedas reciclar? Minimizar residuos puede reducir costos y disminuir el daño ambiental. Al optimizar tus métodos de producción, aseguras un uso responsable y sostenible de los recursos. Para la sostenibilidad social, garantiza un entorno laboral seguro y ofrece salarios justos a tus empleados.
3. **Distribución:** Para la distribución, utiliza empaques reciclables o biodegradables para minimizar residuos. Además, asegúrate de empacar los productos de forma eficiente para reducir la necesidad de empaques adicionales y espacio. Planifica tus rutas de transporte para usar menos combustible y elige opciones de envío ecológicas cuando sea posible. Estas acciones ayudan a reducir tu huella de carbono y demuestran tu compromiso con una logística sostenible.
4. **Uso del producto:** Diseña tus productos para que tengan una vida útil prolongada y sean fáciles de reparar. Esto reduce la necesidad de reemplazos, ahorra recursos y dinero a tus clientes. Asegúrate de que tus productos incluyan etiquetas claras para garantizar la seguridad del consumidor y prolongar su uso.
5. **Fin de vida útil:** Planifica qué ocurrirá con tu producto cuando ya no sea útil. Debes diseñar productos que puedan ser reciclados o reutilizados. Anima a tus clientes a devolver los productos usados para su reciclaje, manteniendo los materiales en circulación por más tiempo. Estas acciones apoyan una economía circular y reducen los desechos

Veamos ahora un ejemplo de un plan de sostenibilidad de un productor paraguayo de prendas de vestir.

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

Estudio de caso: Diseño sostenible de Andes Garments S.A.

Andes Garments S.A. desea crear prendas de vestir con diseño sostenible e implementa los siguientes aspectos de sostenibilidad:

1. ***Obtención de materiales***
   Andes Garments S.A. obtiene sus telas de proveedores locales paraguayos que siguen prácticas agrícolas sostenibles y éticas. La empresa se enfoca en utilizar algodón orgánico, poliéster reciclado y otros materiales ecológicos para reducir su impacto ambiental. Al trabajar con proveedores locales, la empresa disminuye las emisiones del transporte y contribuye al crecimiento de la economía local.
2. ***Producción***
   Durante la producción, la empresa utiliza máquinas energéticamente eficientes e invierte en energía renovable, como la energía solar, para operar sus fábricas. Siguen prácticas estrictas de gestión de residuos, reciclando recortes de tela y utilizando menos agua. La empresa también garantiza salarios justos y condiciones de trabajo seguras para todos los empleados (de acuerdo con las normas laborales internacionales), promoviendo una cultura de inclusión y respeto.
3. ***Distribución***
   Andes Garments S.A. mejora su red de distribución para reducir las emisiones de carbono eligiendo medios de transporte ecológicos y combinando envíos para mayor eficiencia. La empresa utiliza materiales de embalaje mínimos y sostenibles, como cajas recicladas, para disminuir los residuos. Colabora con socios logísticos que comparten su compromiso con la sostenibilidad, fomentando relaciones responsables y duraderas.
4. ***Uso del producto***
   La empresa diseña sus prendas para que sean duraderas y atemporales, alentando a los consumidores a invertir en moda de larga duración. Proporciona instrucciones de cuidado claras para ayudar a prolongar el ciclo de vida de cada prenda, reduciendo la necesidad de reemplazos frecuentes.
5. ***Fin de vida útil***
   *Las prendas están diseñadas pensando en su reciclabilidad y biodegradabilidad. La empresa utiliza etiquetas y marquillas hechas con materiales reciclados y asegura que las telas puedan separarse fácilmente para los procesos de reciclaje. Además, educa a los clientes sobre los beneficios de reciclar y donar ropa usada, apoyando un estilo de vida sostenible**.***

Fuentes para volverse más sostenible

En Europa, la sostenibilidad social y ambiental es muy importante, y los requisitos son cada vez más estrictos. Los consumidores, gobiernos y empresas esperan cada vez más que sus proveedores adopten prácticas empresariales más sostenibles. El portal de información de market information portal of CBI ofrece estudios que te ayudan a volverte más sostenible. Esta información está disponible para 14 sectores distintos. En el sitio web, haz clic en tu sector y desplázate hacia abajo hasta la sección “Sostenibilidad y Responsabilidad Social”. Allí podrás encontrar, entre otros, los siguientes estudios:

- **Consejos para volverse ecológico**: Este estudio te da consejos sobre cómo ser más respetuoso con el medio ambiente. Consulta, por ejemplo, 7 tips to go green in the home decoration and home textile sector.
- **Consejos para volverse socialmente responsable**: Este estudio te da recomendaciones sobre cómo ser más responsable socialmente. Consulta, por ejemplo, 6 tips on how to become more socially responsible in the grains, pulses, and oilseeds sector.

No solo en Europa los requisitos para prácticas empresariales sostenibles se vuelven más estrictos; en general, los compradores internacionales exigen cada vez más sostenibilidad a sus proveedores. Otra fuente que puede ayudarte a obtener más información sobre prácticas empresariales

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

sostenibles es myNZTE Sustainability. Este sitio web ofrece una amplia variedad de artículos y estudios de caso sobre diferentes temas de sostenibilidad, tales como:

- Crear empresas sostenibles: Por ejemplo, How to grow a sustainable manufacturing business.
- Sostenibilidad en diferentes mercados: Por ejemplo, Aligning your business with ESG practices in the USA, y Sustainable packaging targets in Canada.
- Estudios de caso: Por ejemplo, How Aleph beauty tackles sustainable packaging.

Para concluir, al enfocarte en los tres pilares y mejorar la sostenibilidad en cada etapa del ciclo de vida del producto, puedes crear productos que cumplan con los estándares internacionales mientras generas un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad. El diseño sostenible no solo ayuda a que tu empresa crezca, sino que también genera confianza con los clientes internacionales, asegurando el éxito a largo plazo en el mercado global.

4.5 Consejos

Para adaptar tu producto con éxito para la exportación, sigue estos consejos prácticos. Resumen los puntos clave de este capítulo y te ofrecen orientación para aplicarlos de manera efectiva.

1. **Planifica el desarrollo de tu producto paso a paso**
   Divide el proceso de adaptación del producto en pasos claros. Utiliza los ocho pasos de desarrollo de producto como guía, desde la evaluación de tu empresa hasta el lanzamiento del producto. Usa la lista de verificación en el Apéndice 2 para asegurarte de cubrir todas las etapas.
2. **Enfócate en los tres pilares del diseño sostenible**
   Al adaptar tus productos, considera el equilibrio entre Personas, Planeta y Beneficio. Trata a los trabajadores de forma justa, protege el medio ambiente mediante el uso de materiales sostenibles y asegúrate de que tu empresa siga siendo rentable. Comprender estos pilares te ayuda a alinear tu producto con las expectativas de los compradores internacionales y a construir una marca responsable.
3. **Aplica prácticas sostenibles en cada etapa del ciclo de vida del producto**
   Integra prácticas sostenibles en cada fase del ciclo de vida de tu producto. Elige materiales renovables, minimiza los residuos durante la producción, optimiza el transporte y diseña productos duraderos. Planifica el reciclaje o la reutilización al final de su vida útil. Al hacerlo, reduces tu impacto ambiental y cumples con los estándares globales de sostenibilidad.
4. **Incluye tu plan de sostenibilidad en tu Plan de Marketing para la Exportación**
   Agrega un plan de sostenibilidad específico dentro de tu Plan de Marketing para la Exportación. Esta sección debe describir tus prácticas sostenibles y destacar certificaciones o innovaciones ecológicas. Al incluirlo, demuestras un compromiso con la sostenibilidad que fortalece tu posicionamiento en el mercado.

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International
IAPC IPAC

4.6 Caso de éxito

ZNAG – Innovación y Adaptación en el Mercado de Frutas Deshidratadas

ZNAG es una empresa paraguaya que ha logrado posicionarse en el mercado de frutas deshidratadas. Con una oferta que incluye siete variedades de frutas, como piña, mango, mamón, manzana, banana, pera y manzana verde, así como mix frutales, ZNAG ha sabido ajustar su producto, su empaque y su estrategia de exportación para ingresar con éxito a distintos mercados.

Cada paquete equivale a una porción de fruta, aportando en promedio solo 100 kcal, sin azúcares añadidos, conservantes ni colorantes, y es libre de gluten, lo que lo convierte en una opción saludable y práctica.

Adaptación para la Exportación

Cuando surgió la oportunidad de exportar a México, la empresa utilizó la plataforma Exporta Fácil para el envío de muestras, asegurándose de cumplir con los requisitos del mercado de destino. En este proceso, ajustaron sus etiquetas para alinearse con las regulaciones locales, facilitando el ingreso del producto.

En 2021, ZNAG recibió su primer pedido desde Alemania, con una compra equivalente a dos pallets de frutas deshidratadas. Para este envío, la empresa optó por el transporte aéreo, asegurando que el producto llegara en las condiciones óptimas exigidas por el cliente.

Actualmente, la empresa se prepara para un nuevo despacho a Alemania, esta vez con guayabas orgánicas en rodajas, destinadas a la industria farmacéutica. Este nuevo desafío ha requerido que ZNAG cumpla con certificaciones específicas para garantizar la calidad y trazabilidad del producto en conformidad con los estándares internacionales. Para este primer envío, volverán a utilizar la plataforma Exporta Fácil, proyectando una exportación de 90 kg por año durante al menos tres años.

Innovación y Sostenibilidad: Claves del Éxito

ZNAG no solo ha logrado adaptarse a los requisitos comerciales y regulatorios de cada mercado, sino que también ha sabido diferenciarse a través de la sostenibilidad. En 2019, recibió el Premio a la Innovación de la Unión Industrial Paraguaya (UIP), gracias a su desarrollo de rollitos de fruta deshidratada, un producto con el que lograron reducir el desperdicio de mango criollo, logrando salvar al menos 500 kilos de fruta que de otro modo se habrían descartado.

La empresa también ha participado en programas como el Programa de Formalización para Acceso a Mercados (PFAM) del MIC y el Programa de Competitividad de las MIPYMES, que le permitieron

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International | IAPC IPAC

acceder a financiamiento para la adquisición de nuevas maquinarias y fortalecer su capacidad productiva.

Además, ZNAG mantiene un fuerte compromiso ambiental. No solo evita el desperdicio de frutas, sino que también reutiliza los desechos orgánicos para producir abono natural, reduciendo su impacto ambiental y contribuyendo a un modelo de producción más sostenible.

Este caso demuestra que la capacidad de ajustar el producto a los requisitos del cliente, cumplir con regulaciones internacionales y apostar por la innovación y sostenibilidad puede convertir a una MIPYME paraguaya en un competidor exitoso en mercados internacionales.

Canadá
Proyecto realizado con el financiamiento del Gobierno de Canadá a través del Ministerio de Asuntos Mundiales.
En asociación con : Cowater International IAPC IPAC