

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**Plataforma de Crecimiento Verde como clave para las PYME
exportadoras costarricenses, al ingreso de nuevos mercados**

JAKE JOSÉ LÓPEZ LÓPEZ

Sede Aranjuez, 2022

Contenido

CAPÍTULO I: PROBLEMA	4
Justificación	5
Objetivos	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Antecedentes	7
Proyecciones	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
Ecología	16
Desarrollo sostenible	16
Eficiencia energética.	17
Energías renovables.	17
Comercio internacional	18
Comercio ecológico	18
Pymes	19
Instituciones patrocinadoras.	19
Mercados verdes o ecológicos	19
Estándares de mercado verdes.	20
Acuerdos ecológicos	21
Protocolo de Kyoto.	22
Acuerdos de Cancún y Doha.	22
Acuerdo de París.	23
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	25
Enfoque	25
Enfoque cualitativo	25
Población y muestra	26
Población	26
Muestra.	27
Unidades de análisis (cualitativa)	29
CUADRO DE UNIDADES DE ANÁLISIS	31
Instrumento	32

Proceso de recolección de datos	34
Fuentes de información	36
Fuentes primarias	36
Fuentes secundarias	36
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	37
Unidad de análisis 1: impacto económico	38
Categoría 1: Requisitos	38
Categoría 2: Financiamiento	41
Categoría 3: Beneficios	43
Categoría 4: Impacto empresarial	44
Categoría 5: Sostenibilidad	46
Categoría 6: Innovación	47
Unidad de análisis 2: Impacto de la producción	49
Categoría 1: Cambios tecnológicos	50
Categoría 2: Valor agregado	51
Categoría 3: Mercados	53
Categoría 4: Capacitación	55
Categoría 5: Desarrollo	56
Unidad de análisis 3: Resultados	58
Categoría 1: Exportación	58
Categoría 2: Optimización	60
Categoría 3: Retos	61
Categoría 5: Resultados	63
Interpretación de datos	65
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones	69
Recomendaciones	70
BIBLIOGRAFÍA	71

CAPÍTULO I: PROBLEMA

La Plataforma de Crecimiento Verde se implementó recientemente; busca fomentar la reconversión productiva e innovación en la oferta exportable, con base en criterios de sostenibilidad ambiental. Es importante destacar la constante búsqueda para impulsar las PYME, con el fin de que logren estimular y desarrollar la sostenibilidad ambiental de la empresa, aumentando su competitividad, facilitando el acceso hacia los mercados internacionales, y evaluando las oportunidades de calidad y eficacia, en diferentes áreas de comercialización, innovación y valor agregado. De esta manera se crea un sello de calidad para las empresas costarricenses, con un mejor posicionamiento de su marca comercial.

En Costa Rica, la mayoría de las PYME productivas cuenta con menos de 100 empleados, lo que las define como micro, pequeñas y medianas empresas. Para lograr un desarrollo integral económico de la región, es preciso tener en cuenta y prestar atención al factor humano. Los procesos deben ser menos contaminantes y fijarse metas que mantengan un compromiso con el desarrollo sostenible, basado en el crecimiento verde y en procesos de producción y logística cada vez más amigables con el medio ambiente.

Por esto es necesario abrirse a nuevos mercados, en ámbitos poco explorados y que “están formados por las personas que comparten una misma necesidad o un deseo de algo más ecológico”. La mercadotecnia ayuda a detectar esas necesidades comunes y a desarrollar los productos o servicios que puedan satisfacerlas de forma rentable y con sostenibilidad ambiental. Así, los consumidores llevan a cabo procesos de interacciones en el campo, logrando encontrar puntos de satisfacción en común, tanto para el productor como para el consumidor.

Las micro, pequeñas y medianas empresas que pertenezcan a los sectores productivos Agrícola, Industrial o Servicios, están interesadas en desarrollar procesos de transformación productiva verde y podrán invertir en requerimientos de cambio. Con esto, instituciones como PROCOMER, CRUSA y BID, procuran impulsar iniciativas empresariales con potencial exportador a nuevos mercados con requerimientos y expectativas ambientales. Llama grandemente la atención como estas formas novedosas de mercado, han venido a revolucionar las anteriores, generando conciencia en la manera de producir y de desarrollar,

ya que a futuro requerirán personal estratégicamente preparado para responder a los nuevos retos y obtener productos de calidad con costos que permitan una saludable relación comercial. Así, el país deberá invertir en ciencia y preparar el recurso humano que dé respuesta a estos hallazgos en el campo verde.

La importancia de abrir nuevos mercados para Costa Rica consiste en generar más ingresos para el país y maximizar los recursos disponibles. Además, esto permite enfocar financiamiento público y privado en el logro de objetivos ambientales, y fortalecer las relaciones comerciales con enfoque de sostenibilidad para responder a las tendencias internacionales que emergen en cuanto a normas y estándares ambientales.

Es imperativo para la humanidad, abocarse a la producción con marca de crecimiento verde, dados los grandes porcentajes de contaminación en los que se ha comprometido el planeta y con ello las fuentes de vida de plantas y animales, incluyendo las energías renovables para la población.

Por lo anterior, el tema que se trabajará en esta investigación es el siguiente: Plataforma de Crecimiento Verde como clave para las PYME exportadoras costarricenses, al ingreso de nuevos mercados. Por lo tanto, con esta investigación, se pretende responder al siguiente problema: ¿Cómo la implementación de la Plataforma de Crecimiento Verde puede servirle a las PYME exportadoras costarricenses para acceder a nuevos mercados?

Justificación

Como se expuso en el apartado anterior, es trascendental entender las estrategias emergentes de las actuales PYME exportadoras costarricenses para ingresar a nuevos mercados, aportando marcas novedosas y conectadas con el medio ambiente. En la medida en que se implementen tales estrategias, se mejorarán las condiciones económicas costarricenses, al acrecentar el mercado y realizar innovaciones de la mano con el medio ambiente, lo cual es fundamental para contribuir en este proceso. También es preciso determinar una ruta novedosa que permita la flexibilidad necesaria para el modelo exportador, y que sea capaz de asegurar el éxito de este como un todo.

Las investigaciones técnicas y académicas sobre la implementación de herramientas innovadoras de diversa índole, como en este caso la Plataforma de Crecimiento Verde, con el propósito de acceder a nuevos mercados y maximizar las ganancias, es de gran importancia para enriquecer las prácticas comerciales de las PYME exportadoras. La investigación y formación del personal con ideas innovadoras, es un insumo para que las PYME se apropien del conocimiento modelo del mercado y las nuevas formas de producción sin contaminar, lo cual de paso abre las puertas a nuevos mercados y promueve un desarrollo más sostenible para el país.

Cuando existe un considerable crecimiento económico, habrá un aumento de la producción, y, por ende, un mayor consumo, por lo que como primicia se tendrá un mayor consumo de energía y de servicios. Esto implica mayores costes ambientales, con un posible impacto negativo para el medio ambiente. Para lograr un crecimiento económico sano y limpio y mantener una buena relación con el entorno, el crecimiento de los beneficios de la producción y comercialización de los productos deberá acompañarse de inversiones en constantes mejoras en los procesos de la actividad comercial, para reducir la contaminación al mínimo posible.

La conciencia sobre el medio ambiente debe ser una filosofía de vida que se ocupa de garantizar el equilibrio del presente con el futuro en términos de contaminación y desarrollo económico. Esto porque hoy se vive en un mundo donde no siempre hay armonía entre el desarrollo económico y la crisis ecológica. La iniciativa de Plataforma de Crecimiento Verde; llega a promover una relación que lleva de la mano lo empresarial y el medio ambiente.

Esta investigación también será de fuente bibliográfica para otros estudiantes y brindará insumos para investigaciones similares que relacionen entre el aspecto comercial y el desarrollo ecológico del comercio de las PYME exportadoras costarricenses, que suelen enfrentar restricciones en diferentes áreas de negocio en temas medioambientales.

El presente análisis será de importancia para el investigador y demás usuarios con el fin de obtener los conocimientos sobre el comercio internacional, de forma tal que se logre crear estrategias de esta plataforma como lo es: planificación, gestión, riesgo, contaminación, políticas públicas y condiciones socioambientales que sufre esta, por falta de incentivos en inversión de actividades que promuevan una innovación productiva –

ecológica, para generar efectos de expansión de conocimiento internacional que posteriormente se podrán aplicar en el área laboral o investigativa, contribuyendo a crear experiencias exitosas.

Objetivos

Objetivo general

- Analizar la manera como la Plataforma de Crecimiento Verde impulsa el ingreso de las PYME exportadoras costarricenses a nuevos mercados.

Objetivos específicos

- Describir el impacto económico de la Plataforma de Crecimiento Verde para las PYME exportadoras.
- Determinar el impacto de la producción de bienes de las PYME de los sectores de manufactura en relación con el medio ambiente.
- Definir los resultados de los procesos dentro de las empresas de los sectores de manufactura, utilizando las estrategias ofrecidas en la Plataforma de Crecimiento Verde.

Antecedentes

Internacionales

La primera investigación internacional consultada es la de García (2020), Análisis comparativo del cumplimiento de los compromisos del Acuerdo de París en el MERCOSUR y la Alianza del Pacífico, realizada para la Universidad Cooperativa de Colombia, con el fin de optar por el grado académico de maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar de manera comparativa el cumplimiento de los compromisos del Acuerdo de París en el MERCOSUR

y la Alianza del Pacífico, y estos objetivos específicos: Identificar el origen y los principios del Acuerdo de París, Presentar las características del MERCOSUR y la Alianza del Pacífico como procesos de integración y Analizar el cumplimiento de los compromisos del Acuerdo de París.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual utiliza como instrumento encuestas, y con ellas se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “ El cambio climático representa un tema de interés mundial, que; por las acciones de los países están encaminados a promover su desarrollo económico a costa de los recursos ambientales, teniendo consecuencias devastadoras para preservar la vida del planeta, después en el momento de la creación de los procesos de integración del MERCOSUR y la Alianza del Pacífico, el tema medio ambiental no quedó incorporado en las bases de implementación de cada acuerdo regional. Sin embargo, los temas para mantener, cuidar y proteger el medio ambiente fueron incorporados transversalmente a través de normativas establecidas poco tiempo después”. (p.63)

Para lo anterior, García (2020) recomienda que los dos procesos de integración den importancia al automonitoreo de su sistema normativo regulatorio, quedando claro que ambos acuerdos tienen entre sus metas ir más allá de solo los aspectos comerciales y objetivos económicos. Y en el ámbito de los acontecimientos ambientales, surge la necesidad de continuar con la implementación de normativas regionales para actuar contra el cambio climático y prevenir desastres medioambientales que pongan en peligro la vida en el planeta. (p.65)

La segunda investigación internacional consultada es la de Ceballes (2019), Perspectivas de política pública para el crecimiento verde en Colombia, realizada para la Universidad Pontificia Boliviana, con el fin de optar por el grado académico de bachillerato.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar el documento CONPES 3934 de 2018, identificando las oportunidades que representa para las entidades territoriales y generando recomendaciones para su aplicación en el marco del desarrollo sostenible en Colombia, con los siguientes objetivos específicos: Analizar los

documentos mediante los cuales se formula la política pública de crecimiento verde en Colombia, Identificar la estructura de oportunidades de materialización de esta política pública, en el territorio colombiano, y Formular una guía de proyectos sectoriales para aplicar la realización de inversiones por parte de las entidades territoriales

La metodología que se emplea es la cualitativa y como instrumentos, unas encuestas, con las cuales procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que

La relación entre crecimiento verde y desarrollo sostenible es estrecha y dinámica, el crecimiento verde se asimila en el cambio en el modelo de producción económica para convertirse en una garantía de desarrollo mismo que equilibra el bienestar económico y social, con el uso racional de recursos naturales y servicios ambientales como base de toda actividad, de esta idea convergen la protección de los recursos y el crecimiento económico entendiendo que los escenarios extremos hacia un lado o el otro no son viables. (p.69)

Ceballes (2019) recomienda: “Fortalecer la articulación entre las entidades técnicas nacionales y regionales así como articular los sistemas de información que producen las entidades en concordancia con su competencia como insumo para la formulación de políticas públicas y toma decisiones verdes”, “Incentivar la inversión como mecanismo para generación de soluciones creativas de crecimiento económico sin producir impactos ambientales se debe potenciar la ciencia la tecnología y la innovación en busca de alternativas económicas atractivas que agreguen valor a los productos y que no agoten los recursos naturales”. “Robustecer las herramientas técnicas e indicadores de medición de los impactos y resultados de los proyectos del sector ADS y especialmente de crecimiento verde”. (pp.71, 72)

La tercera investigación internacional consultada es la de Romero (2019), denominada La ecoeficiencia en pequeñas y medianas empresas: retos y beneficios para un desarrollo sostenible, realizada para la Universidad de Cartagena, con el fin de optar por el grado académico de bachillerato.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Implementar la ecoeficiencia en las pymes y como puede contribuir esta práctica, para que estas entidades empresariales alcancen la sostenibilidad, y estos objetivos específicos: Destacar qué supone la conciliación de la economía con el medio ambiente, al potenciar la eficiencia en la gestión de recursos de todo tipo en la empresa, Debatir la disponibilidad de instrumentos y los mecanismos financieros necesarios, para su implantación, Identificar las lagunas existentes para avanzar y hacerla viable.

La metodología que se emplea es la cualitativa, y como instrumentos, encuestas dirigidas a encontrar respuestas al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “Dada la importancia de las pymes, es importante trabajar en el mejoramiento de su funcionamiento con el propósito de aumentar su competitividad y asegurar su sostenibilidad en términos económicos, ambientales y sociales. Por su ubicación y número urge en ellas implementar estrategias orientadas a mejorar su desempeño ambiental, dado que son identificadas, como el sector con el peor comportamiento en este campo.”

Recomienda: “Tener en cuenta que la ecoeficiencia es; un proceso que orienta a las organizaciones, hacia un desempeño organizacional, responsable con el ambiente, comprometiendo a las empresas a buscar estrategias encaminadas a producir más bienes y servicios, pero utilizando cada vez menos recursos, contribuyendo de manera efectiva al desarrollo sostenible del planeta.”

La cuarta investigación internacional consultada es de Merchán-Gómez (2020), con el tema Importancia de la teoría de la ecoeficiencia en las organizaciones empresariales, para la Universidad Católica del Ecuador, y con el fin de optar por el grado de maestría.

De la investigación se desprende el siguiente objetivo general: Exponer los diferentes conceptos de la ecoeficiencia y resaltar la importancia de la ecoeficiencia en las organizaciones empresariales.

La metodología empleada es la cualitativa, y los instrumentos, encuestas, para procurar responder el problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “La importancia de los conceptos de eco eficiencia, aplicados a la organización empresarial; no solo va desde la simple definición, de un desarrollo sostenible, de buscar un equilibrio entre explotación de los recursos naturales y el aumento de la producción teniendo en cuenta el medio ambiente y la responsabilidad social”

Para lo anterior, Merchán-Gómez (2020) indica que “Es necesario fortalecer a las pymes en materia de gestión ambiental a través de procesos de capacitación para que adquieran un compromiso real para reducir los niveles de contaminación generen políticas en cada empresa para minimizar la contaminación ambiental.”

La quinta investigación consultada es de Andrade, Choez (2022), Análisis de la sostenibilidad de las exportaciones de frutas tropicales en GUAYAS-ECUADOR, para la Universidad de Guayaquil y optar por el grado de bachillerato.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar los factores de sostenibilidad que inciden en las exportadoras de frutas tropicales no tradicionales en la provincia del Guayas durante el periodo 2019 – 2021, y los siguientes objetivos específicos: Determinar la situación actual de sostenibilidad en las exportadoras de las frutas tropicales, Detectar los niveles de sostenibilidad en las exportadoras de las frutas tropicales de la provincia del Guayas-Ecuador, Implementar estrategias de sostenibilidad ambiental, social y económica para las exportadoras de frutas tropicales no tradicionales.

La metodología empleada es la cualitativa, y como instrumentos, encuestas para responder el problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: Las empresas frutícolas no tradicionales de la provincia del Guayas ven una oportunidad de contribuir en la sostenibilidad, en su mayoría cuenta con certificaciones que acreditan su buena calidad las frutas desde la perspectiva de las buenas prácticas ambientales, pero mediante el análisis realizado, se pudo generar que en el ámbito social tienen decadencia una de ellas es de no mitigar los daños causados por sus operaciones a la sociedad, por lo cual, para llegar al objetivo se requiere tener en cuenta que los involucrados en esta área sean sostenibles.

La recomendación, en primera instancia, es que el Gobierno, en su representación del ejecutivo, se involucre más en este tema en las empresas frutícolas no tropicales de la provincia del Guayas, impartiendo charlas, programas, acceso a créditos, para el fomento de la sostenibilidad, con el fin de que los resultados puedan ser reportados atrayendo competitividad, aprovechando la oferta exportable y teniendo mayor imagen corporativa y en cuanto a las empresas se recomiendan aprovechar ese plus que tiene, contando con una certificación con la Global G.A.P. gestionar los otros ámbitos de la sostenibilidad, de esta forma poder ingresar a más mercados, teniendo como meta la incorporación del comercio basado y sustentado en la sostenibilidad.

La sexta investigación consultada es la de Vélez (2021), con el tema Tipos de Innovación, generación de empleo y sostenibilidad: un análisis de la industria colombiana, para optar por el doctorado.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Explicar los efectos de los tipos de innovación en las prácticas de sostenibilidad, y de estas en el desempeño corporativo, y estos objetivos específicos: Explicar los efectos de los tipos de innovación, en las prácticas de sostenibilidad, y el efecto moderador de la creación de empleo, Explicar los efectos de estas prácticas de sostenibilidad en el desempeño y el efecto mediador de las exportaciones, en las compañías industriales en Colombia.

La metodología empleada es cuantitativa, y los instrumentos, encuestas, en procura de responder el problema de investigación.

Se obtienen las siguientes conclusiones, en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que: A partir del presente estudio, se ha podido establecer que las empresas del sector manufacturero de Colombia se destacan por cuatro aspectos fundamentales,

1. Cada uno de los sectores cuentan con distintos tipos de innovación que van desde el producto, pasando por el proceso productivo, el método organizativo llegando a las formas comerciales.

2. El sector manufacturero colombiano por la intensidad de inversión en maquinaria y equipo, sumado a la innovación en sus procesos productivos, logran ser mucho más

sostenibles que aquellas organizaciones que hacen otros tipos de innovación, especialmente cuando generan más empleo, es decir, hacer innovación en proceso productivo y contar con una práctica social como la generación de empleo; puede hacer que la organización manufacturera cuente con prácticas sostenibles.

3. La sostenibilidad cuenta con un doble impacto, no solo ayuda a las comunidades y medio ambiente que perciben prácticas positivas por parte del sector manufacturero, sino que las empresas que cuentan con prácticas de sostenibilidad, tienen mejor desempeño corporativo, al mismo tiempo que buscan internacionalizarse a partir de ventas en el extranjero, lo que les permite desarrollar habilidades y un aprendizaje organizacional muy competitivo.

Vélez (2021) refiere que se espera contribuir al entendimiento de la innovación en las organizaciones del sector manufacturero, cuyas prácticas de investigación y desarrollo son generalmente escasas respecto a otros países latinoamericanos además que con este estudio demuestra que una organización puede invertir en innovación y ser sostenible en consecuencia, pero, además, sí cuentan con estas actividades que respetan el medio ambiente, será rentable económicamente y percibidos por el cliente de manera positiva, ganando reputación y prestancia para la empresa.

Nacionales

La primera investigación nacional consultada es la de Campos (2020), con el tema Pymes: responsabilidad social y desarrollo sostenible, realizada para la Universidad de Costa Rica, con el propósito de optar por el grado académico de bachillerato.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: Analizar las acciones o actividades concretas que realizan las Pymes en materia de responsabilidad social y empresarial que puedan facilitar el desarrollo sostenible y estos objetivos específicos: Indagar mediante la aplicación de un cuestionario, cuáles acciones realizan las pymes relacionadas con los ámbitos social, ambiental y económico que permitan ubicar su operación bajo una perspectiva de desarrollo sostenible, Crear un índice estadístico, mediante la agrupación de los datos obtenidos, que permita valorar las acciones que desarrollan las pymes como

positivas o negativas, para calificarlas como acciones que contribuyen o no al desarrollo sostenible y Determinar, con base en las calificaciones asignadas, en el índice estadístico, cuáles acciones de las emprendidas por las pymes contribuyen con el desarrollo sostenible y cuáles no.

La metodología empleada es descriptiva y utiliza encuestas, en procura de responder el problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión en respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “El análisis realizado refleja que las pymes encuestadas, no realizan actividades suficientes de responsabilidad social y empresarial y por eso su contribución al desarrollo sostenible es poca”.

Se recomienda que “El desarrollo sostenible, debe tener prioridad en la estrategia empresarial de las pymes y en ese sentido requiere la participación y el apoyo de todos los niveles jerárquicos. Por ello, es necesario que cada elemento del recurso humano esté suficientemente capacitado y tenga conciencia de cuáles son sus responsabilidades dentro de la empresa. Además de la capacitación y la concienciación, las pymes deben establecer mecanismos de control, en cada una de las acciones que llevan a cabo y procurar el cumplimiento de aquellas que son beneficiosas para la organización.” (p.18).

Proyecciones

- Se ofrecerá definición descriptiva de la Plataforma de Crecimiento Verde y sus derivados, para las pequeñas y medianas empresas exportadoras, así como las características y el impacto económico de esta plataforma, que pueden ser implementados en las empresas que llegan a ser de importancia con el medio ambiente. El documento provee una serie de recomendaciones en la temática y en el proceso de desarrollo de esta investigación que permiten mejorar el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas.
- Se determinará, mediante las entrevistas de los representantes de las PYME exportadoras costarricenses, el impacto en la producción basada en el desarrollo

sostenible, contrastando los aspectos más distintivos y proyectando el crecimiento de la exportación de este tipo de productos con el medio ambiente, hacia los nuevos mercados internacionales.

- Se definirá los resultados de diferentes procesos desarrollados durante el programa de Plataforma de Crecimiento Verde en las empresas que hayan participado, mediante las encuestas que se aplican a estas, para visualizar los fortalecimientos, cambios y retos en la productividad y sostenibilidad en las PYME exportadoras costarricenses y que sirvan de insumo a las PYME interesadas en aplicar al programa.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Ecología

Según Delby García Capote, en su libro denominado “Ecología y medio ambiente“(2020), ecología es:

Como el estudio del lugar donde vive o se halla algo, la ecología, es la ciencia que estudia a los organismos vivos y su relación con el medio ambiente. Es decir, los recursos naturales y los factores inorgánicos y orgánicos. También se encarga de estudiar el impacto que tiene las actividades humanas sobre el entorno. Es considerada una rama de la biología que se ocupa de las poblaciones, las comunidades, los ecosistemas y la biosfera. (p.18)

La ecología abarca más conceptos que solo ciencias naturales, biología o medio ambiente. Como ciencia y disciplina, constituye una perspectiva global que ayuda a comprender las interacciones que tienen los seres vivos, incluyendo al ser humano, con los factores medio ambiente y distintos hábitats. Por esta razón, el manejo sustentable de los recursos naturales es un esfuerzo que va más allá de las posibilidades individuales, un compromiso adquirido por la humanidad, para alcanzar el desarrollo ambiental sustentable, y es fundamental que la población disponga de los conocimientos básicos y las prácticas apropiadas.

Desarrollo sostenible

César A. Espíndola (2018), en su libro “Huella de carbono”, relata que el desarrollo sostenible es:

“Satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras. Este hecho marca la incorporación y asignación de una especial preocupación en la agenda política por el cambio climático.”

Cada vez es más evidente la huella que el desarrollo del ser humano y sus actividades dejan en la naturaleza, por ello, diversas empresas en todo el mundo han adoptado por un

desarrollo sustentable como un compromiso para frenar el daño que se ocasiona al medio ambiente. (Delby 2020)

Eficiencia energética

Según César A. Espíndola (2018), en su libro denominado “Huella de carbono” la eficiencia energética se entiende como:

El conjunto de acciones que permiten optimizar la relación entre la cantidad de energía consumida y los productos y servicios finales obtenidos. Las preocupaciones por la eficiencia energética se originaron principalmente como consecuencia de las crisis petroleras de los años setenta del siglo pasado y se renovaron en la última década. En 1985, durante la conferencia científica en Villach (Italia), se enfatizaba ya sobre la necesidad de incrementar la eficiencia energética, insistiendo en la necesidad de sustituir los combustibles fósiles por los renovables, Sin embargo, en ese periodo la prioridad política internacional era aún la adopción de un protocolo para la protección de la capa de ozono. Posteriormente, esta preocupación resurge con fuerza producto de las presiones crecientes para reducir el impacto ambiental, particularmente en lo que se refiere a las emisiones de GEI. (pag.89).

Energías renovables

Roldán Viloría (2013), en su “libro Energías renovables. Lo que hay que saber” comenta que las energías renovables son:

Las energías renovables son energías alternativas, que están a nuestra disposición para ayudarnos a reducir la dependencia de las energías de origen fósil, como son: el carbón, el petróleo y el gas natural, y fuera de este grupo, el uranio, aunque la realidad a día de hoy es, que sólo representan un pequeño complemento a la demanda de energía que el mundo actual tiene, si exceptuamos las energías hidráulica y eólica que tienen mayor peso. Sin embargo, su aprovechamiento y utilización es muy importante en muchas aplicaciones.; Son energías renovables las energías que, aunque se

consuman, se vuelven a reproducir, tal es el caso del calor, la luz del Sol, la fuerza del viento, el agua en el cauce de los ríos.

Comercio internacional

Andrés Canta, en su libro “Comercio internacional en el siglo XXI: puerta de acceso a los negocios internacionales” (2014), relata que:

“Se denomina comercio a la actividad que consiste en el intercambio de bienes o servicios para su uso, venta, implica, el cambio de una sección de algo por otra cosa de valor equivalente.” (p.10)

Por convención casi generalizada, se concibe el comercio internacional como el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. En dicho intercambio se incluyen varios elementos operativos, como transporte, los seguros, medios de pago. El marco internacional interviene y modela el negocio entre naciones. Actualmente se consumen productos que satisfacen necesidades de diversa índole, así como sus orígenes se remontan a zonas geográficas recónditas, de las cuales no se tiene ni siquiera referencias.

Comercio ecológico

Según el IICA, en su libro “Comercio internacional y medio ambiente” (2004):

los cambios tanto en el ambiente como en el comercio, están en el fondo relacionados; una parte importante del daño observado en el medio ambiente, es producido por el aumento global de la actividad económica. Un motor importante de esta actividad en aumento lo constituye el comercio internacional, convirtiéndose así, en una fuente de peso en el cambio ambiental. Se puede observar en los últimos años, el contraste entre los intereses del medio ambiente y del comercio, se ha transformado en uno de los problemas complejos y polémicos de las políticas relacionadas al mercado internacional, de ahí la necesidad de cambiar la forma de plantear las cuestiones comerciales y ambientales en los acuerdos multilaterales.” (p.36)

Es posible gestionar mucho más eficazmente, los recursos necesarios para controlar la contaminación provocada, explorando nuevas técnicas y utilizando energías limpias menos contaminantes. El control en los niveles de contaminación preocupa en todo el mundo, pero cada vez más, pequeñas empresas y otras de menor tamaño, apuestan por reducir la contaminación a la vez que se mejora la salud de su entorno.

PYME

En el libro “Banca de Desarrollo y Pymes en Costa Rica” (2009) se indica que:

Alrededor del 98% de las empresas productivas de Costa Rica cuentan con menos de 100 empleados, lo que las define como micro, pequeñas y medianas empresas (pymes), con un 80% de empresas exportadoras de bienes, según el criterio empleado para tales efectos por autoridades de este país, Sin embargo, una de las principales desventajas que tienen las pymes en el proceso de internacionalización es su tamaño, ya que carecen de recursos y capacidades en comparación con las grandes empresas.

Instituciones patrocinadoras

Las instituciones brindan fondos para aquellas iniciativas empresariales verdes dirigidas a mejorar productos o servicios, para incrementar ventas y hacer crecer el negocio, ofreciendo estos fondos en condiciones blandas para apoyar emprendimientos a las empresas con menos de 5 años de operación, que han incorporado en su producto o modelo de negocio, algún componente de innovación.

Mercados verdes o ecológicos

Para el autor del libro “Comercio internacional y ambiente en América Latina y el Caribe” (1996):

Con la presión de los mercados verdes, un fenómeno que se está haciendo presente cada vez con mayor fuerza en los países desarrollados; ya se insinúa también en los

estratos de mayores ingresos de las grandes ciudades de los países en desarrollo, que surgen a partir de transformación, exigencias y hábitos de consumo del público, a su vez, producto de una conciencia ambiental en expansión y de una creciente demanda por calidad en los productos que adquieren” (p., 44).

Con el paso del tiempo, las campañas en todo el mundo se enfocan en terminar con las tendencias de sobreexplotación de recursos, proponiendo alternativas que logren equiparar la calidad de los productos y además, ayudar al medio ambiente. Afortunadamente, las generaciones han crecido con esta forma de pensar, lo que ha conducido a que temas como el *marketing*, se sumen a estas nuevas tendencias.

En el libro “Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental.” De Bart Van Hoof, se refiere también que los mercados verdes son:

Las perspectivas del mercado verde, se analizan según su categoría, dentro de este mercado verde, se distingue entre los segmentos de producción resultado de un solo uso sostenible de la biodiversidad, cómo son los mercados de los productos ecológicos y los productos naturales, identificados en este estudio, como verdes; por otro lado, se distinguen entre el mercado de los productos menos contaminantes. Los segmentos de los productos menos contaminantes, por ejemplo: proyectos de infraestructura sostenible las tecnologías más limpias y servicios ambientales.

La idea es implementar estrategias de *marketing* verde en la forma de pensar de las personas más importantes dentro de las empresas, de manera que comprendan esto como una oportunidad de hacer las cosas bien con el medio ambiente y al mismo tiempo, recibir el beneficio que esperan a nivel económico y productivo.

Estándares de mercado verdes

La producción ecológica está haciendo cada vez un hueco mayor en la economía mundial. Uno de los problemas que existen en la valoración de esta actividad son los datos de mercado y producción a nivel global para los productos ecológicos, que pueden y deben adecuar la producción con la demanda.

Considerando la tendencia actual con respecto al cuidado de los recursos y el medio ambiente, las personas se suelen alejar cada vez con más frecuencia de aquellos productos que no vayan en esa dirección o que provengan de empresas con algún evento o historial de ser contaminante o dañina de alguna manera al ecosistema.

Acuerdos ecológicos

César A. Espíndola *et al.* (2018) en su libro “Huella de carbono, cambio climático, gestión sustentable y eficiencia energética” comentan que:

La concientización respecto de una crisis ambiental global se incorpora a la agenda de la política mundial sólo a partir del año 1972 con la realización de la Conferencia sobre Medio Ambiente Humano de Estocolmo, convocada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Esta conferencia marcó un hito especial sobre el tema de nuestro medio ambiente ya que permitió reconocer a la crisis ambiental como un problema real y de orden global, donde cada una de sus variables (contaminación, agotamiento de los recursos naturales, pérdida de la biodiversidad, cambio climático, agujero de ozono y explosión demográfica) no sólo se estudiarían en su especificidad y en sus interrelaciones, sino que además se deberían lograr acuerdos internacionales relacionados con la superación de esta problemática. (p.30)

Los acuerdos ecológicos tienen un gran impacto en las relaciones internacionales, ya que estos conllevan a entender que en un mundo globalizado, la demanda de manufactura y servicios se incrementa cada año, causando gran impacto en el medio ambiente, y estas amenazas deben ser tratadas de manera directa por parte de las organizaciones internacionales que buscan proteger el medio ambiente.

Protocolo de Kyoto

César A. Espíndola *et al.* (2018) en su libro “Huella de carbono, cambio climático, gestión sustentable y eficiencia energética” detallan los acuerdos dentro del protocolo de Kyoto:

“Se acuerda que el Protocolo de Kioto, entraría en vigencia once años después, en 2008, y su fecha de vencimiento venía pre definida para 2012, estableciendo que los países desarrollados redujesen en esos cinco años sus emisiones de GEI en un 5% respecto al nivel de 1990 (p.35)”

prometiéndole a los países industrializados a limitar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de conformidad con las metas individuales acordadas. La propia Convención sólo pide a esos países que adopten políticas y medidas de mitigación, que se informarán periódicamente.

Acuerdos de Cancún y Doha

César A. Espíndola *et al.* (2018) en su libro “Huella de carbono, cambio climático, gestión sustentable y eficiencia energética” detallan los acuerdos de Cancún y Doha:

En el periodo 2010-2014 destaca el acuerdo de Cancún, mismos que formalizan las promesas y voluntades expresadas en Copenhague. Entre los principales acuerdos que se lograron; cabe destacar la creación de un Fondo Verde Climático, mediante el cual se establece un monto de cien mil millones de US\$ al año, con objeto de ayudar a los países de menores recursos a sufragar los costos de la lucha contra el cambio climático (p.37)

En 2012, en la COP18, realizada en Doha, Qatar, los 194 países, reunidos alcanzaron un limitado acuerdo que se denominó **Puerta Climática de Doha**, Este acuerdo prorroga hasta 2020 el Protocolo de Kioto, pero se difiere para el año siguiente, las negociaciones sobre la exigencia de mayores donaciones por parte de los países en vías de desarrollo, pero la mayoría de las delegaciones manifestaron su malestar,

porque el acuerdo final no cumplía las recomendaciones científicas, que solicitaban acciones energéticas para contrarrestar el calentamiento global. (p.38)

La Ronda Doha buscaba promover avances sustanciales en la reforma de la agricultura, que incluye igualmente negociaciones en bienes no agrícolas, servicios, propiedad intelectual en aspectos relacionados con el comercio, y facilitación del comercio.

Acuerdo de París

César A. Espíndola *et al.* (2018) en su libro “Huella de carbono, cambio climático, gestión sustentable y eficiencia energética” se refieren al Acuerdo de París como:

El acuerdo de París, sucede entre el 30 de noviembre y el 11 de diciembre de 2015. Tuvo lugar la vigésima primera Cumbre de Naciones Unidas, sobre Cambio Climático en París, donde las delegaciones y mandatarios de 195 naciones debatieron y plantearon propuestas para concretar alternativas que contribuyeran a la preservación del medio ambiente, con la intención de redactar un sustituto para el Protocolo de Kioto,

En términos de metas, este acuerdo tiene como objetivo mantener el aumento de la temperatura media mundial por debajo de 2 grados centígrados, respecto a los niveles preindustriales, aunque los países se comprometen a llevar a cabo esfuerzos necesarios para que no pase de 1,5 grados, además de que, a largo plazo, los países consignan que buscarán limitar las emisiones tan pronto como sea posible, sabiendo que esto costará más a los países en vías de desarrollo.

“Se debe señalar que no se han previsto sanciones, pero existe un mecanismo transparente de seguimiento del cumplimiento para tratar de garantizar que todos los involucrados realicen lo prometido” (CMCC, 2015).

Adicionalmente, el acuerdo identifica la necesidad de poner en marcha un protocolo que se ha denominado Mecanismo de Pérdidas y Daños, asociados a los efectos del cambio climático, que; en términos financieros, el acuerdo fija que los países desarrollados deben contribuir a financiar la mitigación y la adaptación en los países

en desarrollo, movilizando un mínimo de cien mil millones de dólares anualmente desde 2020 para apoyar la mitigación y adaptación al cambio climático en los países en desarrollo. (pp. 39-41)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Enfoque cualitativo

Para Hernández *et al.* (2018), la investigación cualitativa permite:

Con el enfoque cualitativo, también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego "voltrear" al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando. (pag.42)

En concordancia con la cita anterior, esta investigación parte de un primer objetivo específico que realiza una investigación textual de lo que es la Plataforma de Crecimiento Verde y, posteriormente, se apoya en datos que serán obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas de las PYME exportadoras costarricenses, para llegar a resultados finales sobre el impacto que pudiera tener la Plataforma de Crecimiento Verde en la maximización de sus ventas.

También citando a Hernández *et al.* (2018) “de igual forma, se plantea un problema de investigación, pero normalmente no es tan específico como en la indagación cuantitativa. Va enfocándose paulatinamente, la ruta se va descubriendo o construyendo; de acuerdo al contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio.”

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien

"circular" en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (p.43)

Por estas razones, la investigación utilizará un enfoque cualitativo, considerado el más adecuado para dar respuesta a las incógnitas y analizar la información que corresponda a las preguntas que se desarrollarán a partir del análisis de los datos obtenidos de las PYME exportadoras costarricenses, que ya están en los nuevos mercados internacionales con una producción más sostenible.

Diseño

La investigación se realizará mediante el estudio del problema. Posee un diseño que permite reconocer el sector hacia el cual se dirige la investigación, conforme a un tipo de diseño de investigación cualitativa. Siguiendo a Hernández *et al.* (2018), se pretende obtener datos existentes de personas y procesos en profundidad, mediante la aplicación de una entrevista semiestructurada a 8 PYME que pertenecieron al programa y que exportan productos amigables con el medio ambiente, las cuales se constituirán en las unidades de muestreo.

Los datos que interesan no son conceptos, sino sus percepciones, interacciones, pensamientos, prácticas y experiencias relacionados con la participación del programa y la exportación de productos amigables con el medio ambiente en los mercados internacionales. Por lo tanto, el tipo de diseño de la investigación es adecuado a la fenomenología empírica, dado que “se enfoca menos en la interpretación del investigador y más en describir las experiencias de los participantes” (Hernández y Mendoza, 2018, p.549).

Población y muestra

Población

Según Hernández *et al.* (2018), una población es “sobre qué o quiénes se van a recolectar los datos, lo cual corresponde a precisar la unidad de análisis.”, por lo que para esta investigación está constituida por la totalidad de PYME que exportan productos

desarrollados sosteniblemente a mercados internacionales. Sin embargo, al ser una investigación cualitativa, precisar la población no es de tanta relevancia, y lo que importa son los datos empíricos y fenoménicos que se puedan obtener de la revisión bibliográfica, de la Plataforma Verde y las entrevistas semiestructuradas al conjunto de las PYME participantes, como referencia para determinar las unidades y variables por estudiar en el presente documento, cuyos conocimientos y propiedades estén relacionados con el tema.

Muestra

La muestra permite determinar una característica de la población, a partir de un grupo específico al cual se le recolectarán datos para la investigación. Esto es fundamental para determinar el porcentaje o delimitación de la muestra, ya que “en la ruta cualitativa, es el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se recolectará datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo”. (Hernández y Mendoza, 2018, p.427)

En concordancia con lo anterior, la muestra de esta investigación estará compuesta por 8 personas, quienes estarán involucradas en dinámicas de PYME exportadoras de productos desarrollados sosteniblemente, que cuenten con los conocimientos de exportación, así como de los trámites de documentos de exportación, y que posean la experiencia necesaria para manejar estos tipos de acciones de carácter comercial, dado que son quienes tienen la relación directa con la integralidad de la temática.

Muestra cualitativa

El tamaño de la muestra o números de casos o unidades de muestreo se define a partir de: naturaleza del fenómeno, capacidad operativa de recolección y análisis, entendimiento del fenómeno y saturación de categorías.

La muestra se determina durante o después de los primeros ajustes de la investigación, es tentativa, se puede ajustar en cualquier momento, no es probabilística, no busca generalizar resultados, sino profundizar en el fenómeno que se estudia. No es necesario que sea

representativa de la población. En ocasiones, una misma investigación cualitativa requiere de muestreo mixto o combinación de muestreos (si el diseño así lo precisa).

Tipos

De acuerdo con Hernández *et al.* (2018), se detallan los siguientes

- ✓ Voluntarios (ciencias sociales y médicas)
 - ✓ Expertos (exploratorias para generar hipótesis)
 - ✓ Casos-tipo (riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización)
 - ✓ Por cuotas (estudios de opinión y mercadotecnia)
 - ✓ Diversos o de máxima variación (mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien documentar la diversidad de casos para localizar diferencias y coincidencias, patrones, particularidades)
 - ✓ Homogéneos (las unidades tienen un mismo perfil o características o comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social).
 - ✓ En cadena o por redes (participantes clave y conocidos o quienes pueden aportar datos relevantes)
 - ✓ De casos extremos (evaluar características, grupos o situaciones alejadas de la normalidad o de prototipos).
 - ✓ Por oportunidad (casos que se presentan de manera fortuita)
 - ✓ Teóricos o conceptuales (cuando el investigador necesita entender un concepto o teoría puede muestrear casos que le sirvan para este fin)
 - ✓ Confirmativos (la intención es sumar nuevos casos cuando en los ya analizados se presenta alguna controversia o resultados diferentes)
 - ✓ De casos importantes o críticos (casos del ambiente que no deben quedar por fuera)
 - ✓ Por conveniencia (formados por los casos disponibles a los que hay acceso)
- (p.468)

Esta investigación posee una muestra seleccionada por conveniencia. Se aplicará una entrevista semiestructurada que convoca a 6 PYME, las cuales estarán durante todo el proceso, muy involucradas en las dinámicas productivas y comerciales de PYME exportadoras costarricenses.

Tabla 1

Muestra de entrevistados

# Entrevistados	Empresas	Razones
No. 1	Gerente	Involucrado en los procesos de la empresa
No. 2	Exportador	Conocimiento de las exportaciones de productos sostenibles
No. 3	Gerente	Involucrado en los procesos de la empresa
No. 4	Gerente	Involucrado en los procesos de la empresa
No. 5	Gerente	Conocimientos en exportación de productos sostenibles y mercados clave
No.6	Fundador	Participante del programa de Crecimiento Verde y encargado del cambio de la empresa
No. 7	Gerente	Conocimiento sostenible y de la exportación de estos
No.8	Co-Fundador	Conocimientos del proceso del cambio de la empresa

Fuente: elaboración propia, 2022

Unidades de análisis (cualitativa)

Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema y explicar el fenómeno en estudio, pero, también pueden surgir paulatinamente y deben ser relevantes:

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos).
2. Se identifica un tipo de segmento (para ser caracterizado como unidad constante).
3. Se codifica para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis, para determinar categorías relevantes dentro del planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD – CATEGORÍA – CODIFICACIÓN (todas interrelacionadas).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
 - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculadas con el planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y agruparlas.
 - b. TÉCNICAS DE ESCRUTINIO:
 - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías.
 - ii. CONCEPTOS LOCALES o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones reveladoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador)
 - iii. METÁFORAS Y ANALOGÍAS (ayudan a localizar categorías con significado)
 - iv. TRANSICIONES: cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones.
 - v. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS (del lenguaje verbal y no verbal)
 - vi. CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES (grupos de palabras y términos que las conectan)
 - vii. DATOS PERDIDOS O NO REVELADOS (preguntarse qué falta o se ha perdido)
 - viii. MATERIAL VINCULADO CON LA TEORÍA (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes, sus percepciones y lo que piensan de otras personas. Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también nuevas perspectivas).

Cuadro de unidades de análisis

Tabla 2

unidades de análisis

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumentación	ítem
Describir el impacto económico de la Plataforma de Crecimiento Verde para las PYME exportadoras	Impacto económico	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos • Financiamiento • Beneficios • Impacto empresarial • Sostenibilidad • Innovación 	son las consecuencias buenas o malas dentro del sistema económico de una empresa o proyecto a causa de una acción. Así como los alcances de en la población y en el entorno	Cuestionario	1 a 6
Determinar el impacto de la producción de bienes de las PYME de los sectores de manufactura y medio ambiente.	Impacto de la producción	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios tecnológicos • Valor agregado • Mercados • Capacitaciones • Desarrollo 	Se da cuando se cambia la utilización de recursos y costes que obtiene una empresa a raíz de producir bienes	Cuestionario	7 a 11
Definir los resultados de los procesos dentro de la empresa de los sectores de manufactura, utilizando las estrategias ofrecidas, en la Plataforma de Crecimiento Verde.	Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Exportación • Optimización • Retos • Resultados 	Es el efecto o consecuencia de una acción, proceso o situación, que visto de otro modo, es el fruto o conclusión de un acto u operación realizado por la empresa	Cuestionarios	12 a 15

--	--	--	--	--	--

Fuente: elaboración propia, 2022

Instrumento

Confiabilidad – aplicación repetida al mismo individuo, produce resultados iguales

Validez - medición Con exactitud de la variable.

- ✓ **Validez de contenido** (se mide la amplitud del contenido de la variable a medir)
- ✓ **Validez de criterio** (se compara resultados con otro criterio externo que busca medir lo mismo)
- ✓ **Validez de constructo** (un instrumento representa y mide un concepto teórico)

Factores que pueden afectar la confiabilidad y la validez: la improvisación y aplicar instrumentos desarrollados en el extranjero, que no han sido validados en el contexto

Objetividad –grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan. La objetividad se refuerza mediante la estandarización en la aplicación del instrumento (mismas instrucciones y condiciones).

Instrumentos cualitativos

Entrevistas: son más íntimas, flexibles y abiertas que otras técnicas cuantitativas. Se definen como reuniones para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (entrevistador-entrevistado).

- **Estructuradas:** siguen una guía de preguntas específicas.
- **Semiestructuradas:** guía de asuntos o preguntas, con libertad de agregar preguntas adicionales.
- **No estructuradas o abiertas:** guía general de contenido y el entrevistador tiene la libertad de ser flexible en la administración.

Elementos para comprender la entrevista cualitativa

Mundo de la vida: es la vida de la persona y su relación con la propia vida.

Significado: se descubre e interpreta el significado de los temas centrales del mundo del entrevistado.

Cualidad: se conoce lo expresado en un lenguaje común y corriente y no se busca cuantificar.

Descripción: descripciones relevantes de la vida de las personas.

Especificidad: situaciones específicas y no opiniones generales.

Ingenuidad propositiva: el entrevistador mantiene apertura plena a cualquier fenómeno inesperado o nuevo, en vez de anteponer ideas y conceptos preconcebidos.

Focalización: se centra en determinados temas; no está estrictamente estructurada con preguntas estandarizadas, pero tampoco totalmente desestructurada.

Ambigüedad: las expresiones de las personas a veces pueden ser ambiguas, lo que refleja las contradicciones con las que vive una persona en su mundo.

Cambio: el proceso de ser entrevistado puede producir introspección, por lo que en el proceso se puede cambiar descripciones o significados de cierto tema.

Sensibilidad: diferentes entrevistadores propician diferentes respuestas sobre determinados temas, dependiendo de su sensibilidad.

Situación interpersonal: el conocimiento se producirá a partir de la interacción personal durante la entrevista.

Experiencia positiva: se pueden obtener visiones nuevas.

Planeación de una entrevista

1. Selección del tema: clarificación conceptual y análisis teórico del tema que se investigará

2. Diseño: uno de los siete

3. Entrevista: guía y actitud reflexiva ante el conocimiento

4. Transcripción: el material obtenido implica convertirlo en material escrito.

5.Análisis: se requiere decidir, sobre la base de las preguntas y de los objetivos del estudio, cuál paradigma interpretativo será el más adecuado.

6.Verificación: confiabilidad y validez, consistencia de los resultados

7.Preparación del informe: consistencia en los criterios científicos y éticos de la investigación. Requiere una redacción que facilite su lectura.

Proceso de recolección de datos

Tomando en consideración la teoría de Hernández *et al.* (2018) resulta fundamental que su propósito no es medir variables para llevar a cabo estas inferencias. Su meta es la obtención de datos, que se convertirá en información. (p.477) En una primera instancia, se hará un análisis textual, de la Plataforma de Crecimiento Verde, con el objetivo de generar una definición exacta de esta, propiciando el uso de herramientas innovadoras, instrumentos legítimos para valorar el desarrollo de las empresas que deseen innovar. Dentro de la eficiencia dialógica que se ofrece, se sustentará y eso permitirá acondicionarla, transformarla con visión gerencial, posicionarla como gestora de insumos. Estos permitirán evaluar con tecnologías sencillas, pero eficientes para ser utilizadas por los usuarios, convirtiendo la Plataforma en una herramienta muy atractiva para el ingreso de nuevas PYME exportadoras costarricenses, que serán capacitadas luego, en parámetros de comercio global, posicionándolas dentro la competitividad internacional y validando la apropiada participación del Gobierno costarricense, en el marco de la activación de la economía. Por lo tanto, se ejecutará desde lo macro a nivel nacional, con la participación de gerentes PYME, autoridades nacionales y especialistas, que ofrecerá el Ministerio de Comercio Exterior y otros organismos involucrados en la gestión de la Plataforma, como bancos nacionales, cooperativas, convenios internacionales, dentro de los objetivos y alianzas internas, logrando de esta forma, producción sostenible, dirigida a nuevos mercados internacionales.

Además, es muy conveniente que la Plataforma de Crecimiento Verde actualice los informes relacionados con logros de las PYME participantes, ganancias que posteriormente serán sujetas de análisis. Eso permitirá mejorar la logística y la planificación, y los resultados

potenciarán el acceso de nuevas de PYME exportadoras, corrigiendo y refrescando las estrategias que las dirigirán hacia nuevos mercados. Es también necesario hacer legítima, dentro de las políticas de gobierno, la incorporación de la Plataforma de Crecimiento Verde en las propuestas comerciales. Las emergentes PYME nacionales puedan utilizarlas para maximizar sus ganancias, entendiendo que ofrecer oportunidades a nuevos mercados, genera ingresos, maximizando los recursos disponibles, permitiendo enfocar financiamiento público y privado en la ejecución y ratificación de objetivos ambientales, y fortaleciendo las relaciones comerciales con enfoque de sostenibilidad ambiental.

En el proceso de aplicación de entrevistas semiestructuradas de las PYME exportadoras, la información tendrá utilidad para gestar, específicamente, las características de los productos amigables con el ambiente, con especial atención, los procesos de equilibrio de la producción sostenible y su relación con el medio ambiente. Estos procesos agregan valor y perfilan a Costa Rica, como referente en la oferta exportadora hacia nuevos mercados internacionales.

Se le añadirá interés especial a las diferentes etapas que ofrece la Plataforma de Crecimiento Verde, en la transformación sostenible y productiva, de las pequeñas o medianas empresas, permitiendo amplitud de criterios para mejorar experiencias, insumos, utilidad de recursos naturales, humanos, competitividad entre PYME costarricenses, con las de otros países, para que logren cumplir satisfactoriamente con los estándares de mercados internacionales.

Se obtendrán de las unidades de análisis, datos importantes para realizar las diferentes preguntas del cuestionario sobre procesos, estrategias, requisitos, capital por utilizar, capacitaciones, recursos humanos que interactuarán con las PYME, así como el apoyo real del Estado costarricense, permitiendo a las empresas participantes motivación, variedad de oportunidades y validación de PYME, respetando las particularidades de cada una e incrementando las prácticas generosas con el ambiente, dentro de la producción. También se potenciarán las metas durante el desarrollo del cuestionario en las entrevistas semiestructuradas a las pequeñas y medianas empresas seleccionadas en la muestra investigativa.

Una vez conseguidos los resultados de la investigación, se brindará las conclusiones y recomendaciones, a partir de los datos obtenidos, analizados, pesados en porcentajes, e interpretados, que generaron las personas representantes de PYME exportadoras costarricenses. Se complementará con argumentos necesarios que den respuesta a la pregunta que da origen a esta investigación: la implementación de la Plataforma de Crecimiento Verde a las PYME exportadoras de Costa Rica.

Fuentes de información

Fuentes primarias

Citando a Hernández *et al.* (2018), las fuentes primarias se utilizan para elaborar investigaciones a partir de libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones, porque son las que sistematizan en mayor medida la información, profundizando más en el tema que se desarrolla. (p.112)

Fuentes secundarias

El contenido de una fuente secundaria alude a una fuente primaria, información que se recopila de investigaciones, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones realizadas que contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están diseñadas para facilitar y maximizar información producida por alguien más; cualquier trabajo interpretado por una persona, en el cual se describen se resumen, se analizan, se evalúan materiales de fuentes primarias.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas de la muestra de investigación. Está organizado de la siguiente manera: primero se presenta una tabla que grafica las categorías que emergieron por cada unidad de análisis explorada. Las unidades que se exploraron corresponden a los contenidos de los tres primeros objetivos específicos de la presente investigación.

Una segunda parte se encarga de describir y analizar cada categoría de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información, con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías, se realiza un apartado de interpretación. Este apartado consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

Tabla 3

Unidades y Categorías

Unidad	Categorías
Impacto económico	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos • Financiamiento • Beneficios • Impacto empresarial • Sostenibilidad • Innovación
Impacto de la producción	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios tecnológicos • Valor Agregado. • Mercados. • Capacitaciones • Desarrollo
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Exportación • Optimización • Retos • Resultados

Fuente: elaboración propia, 2022

Unidad de análisis 1: Impacto económico

En la primera unidad hace referencia al poder económico y su impacto de la Plataforma de Crecimiento Verde en las PYME. Precisamente por esta razón, es tan importante evaluar el potencial impacto económico de un proyecto antes de ponerlo en marcha. Si bien los planos en los que repercuten directamente cada uno de ellos son diferentes, el impacto económico de un proyecto ambiental busca estudiar la relación estrecha que tiene la economía con sectores como los de producción, manufactura y servicios, en conjunto con los del medio ambiente.

Estos análisis tienen por objeto determinar si el programa produjo los efectos deseados, diagnosticar el impacto económico en el desarrollo local de las PYME y que permitan que la empresa trace una ruta con las mejores acciones por realizar, teniendo en cuenta los requisitos para formar parte del programa y el impacto posible en la empresa o la sociedad. Al ser esta unidad compleja, se divide en las siguientes categorías de análisis:

- Requisitos
- Financiamiento
- Beneficios
- Impacto empresarial
- Sostenibilidad
- Innovación.

Categoría 1: Requisitos

Descripción

Según lo indicado por los dueños y profesionales de las PYME en las entrevistas y cuestionarios aplicados, se conformó la primera categoría de la primera unidad de análisis, lo cual relata los requisitos para formar parte o participar del programa de Crecimiento Verde. Lo anterior se evidencia en los siguientes comentarios:

- *“Estar ingreso en Hacienda, contar con permisos de funcionamiento, registro sanitario, ser PYME y que el proyecto presentado tenga un impacto ambiental en al menos una de las áreas descritas en la sección 5 de las bases operativas disponibles en el programa.”* (Entrevistado # 1)
- *“Disponer de cédula jurídica, ser microempresa, pyme, micro, pequeño y mediano productor agropecuario, estar inscrito como patrono (en caso de tener trabajadores), o como trabajador independiente tener la actividad económica sujeta de apoyo inscrita ante el Ministerio de Hacienda y encontrarse al día, estar al día con los permisos de funcionamiento del Ministerio de Salud, o cualquier otro permiso necesario para su funcionamiento, o el desarrollo del proyecto, haber sido diagnosticada con el “Diagnóstico Único Exportador de PROCOMER” y por último, pero no menos importante que el proyecto presentado tenga un impacto ambiental en al menos una de las áreas descritas en la sección 5 de las bases operativas disponibles en el programa.”* (Entrevistado # 2)
- *“Debía trabajar en un proyecto que beneficiara a nivel de sostenibilidad y no afectara el ambiente, ser PYME y que el proyecto presentado tenga un impacto ambiental en al menos una de las áreas descritas, contar con los requisitos ante el Ministerio de Hacienda y del Ministerio de Salud y por último tener de cédula jurídica u otros casos ser una empresa bajo cédula física.”* (Entrevistado # 3)
- *“Estar al día con registro PYME, Estar en operación, Exportar o tener potencial de exportar (primero se tiene que hacer el diagnóstico único exportador de PROCOMER) y contar con todos los papeleo y permisos de hacienda y el Ministerio de Salud.”* (Entrevistado # 4).

- *“Utilizar en el proyecto las Energías Renovables, reducción de emisiones, uso de agua, gestión integrada de residuos, ser una empresa bajo cédula física, ser micro, pequeña o mediana empresa, contar con los permisos al día (Ministerio de Salud) y estar bien con Hacienda”* (Entrevistado # 5).
- *“Ser PYME, contar con el diagnóstico único exportador realizado, estar al día con los pagos correspondientes de Hacienda, obtener y presentar los permisos necesarios del Ministerio de Salud en la aplicación del programa, que el proyecto presentado por la empresa tenga un impacto ambiental.”* (Entrevistado # 6).
- *“Todos los requisitos que se deben tener para ser una empresa formalmente establecida. CCSS, permiso de funcionamiento. registrada en Hacienda, INS, patente, etc.”* (Entrevistado # 7)
- *“Ser PYME, tener el diagnóstico único exportador, estar inscrito como patrono, el proyecto presentado tenga un impacto ambiental en al menos una de las áreas indicadas, Estar al día con los permisos de funcionamiento del Ministerio de Salud, o cualquier otro permiso necesario para su funcionamiento, tener la actividad económica sujeta de apoyo inscrita ante el Ministerio de Hacienda y encontrarse al día con los pagos correspondientes”* (Entrevistado # 8)

Análisis

El programa de Crecimiento Verde ha logrado impactar en forma muy positiva a más de 200 empresas costarricenses que iniciaron su camino hacia una reconversión productiva. Esto no solo permite desarrollo y confiere una posición de privilegio a Costa Rica, con prácticas sostenibles destacadas a nivel internacional, sino que coadyuva a elevar la competitividad, sin embargo, para formar parte de este programa, las empresas deben tener bien definido su proyecto de sostenibilidad ambiental, permitiendo ser un ente rector para el país en materia

de impacto al medio ambiente de forma noble, con suelos, aire, mantos acuíferos, plantas y todo aquello que permita el desarrollo sano para el país y el planeta.

Los requerimientos son las características que se implementa para lograr cumplir con los objetivos pactados. Una mala o nula definición de un requerimiento puede afectar a un proyecto en cuanto a los pilares, el costo, tiempo y recursos. En cuanto a los permisos y pagos de las organizaciones del Ministerio de Salud y Hacienda, la empresa no puede tener ninguna morosidad y, por último, al aplicar en el programa como procedimiento esencial, se debe contar con el diagnóstico único de exportador, ya que eso demuestra que la empresa exporta o tiene la posibilidad de exportar a nuevos mercados.

Categoría 2: Financiamiento

Descripción

Esta categoría relata la importancia de cómo las empresas seleccionadas obtienen el financiamiento para orientar sus proyectos de índole ambiental o certificaciones. Las empresas elegidas aceptan apoyo y patrocinios, y tienen claro que deben iniciar e insertar a sus representadas en procesos de transformación productiva verde. Entre los aspectos medulares en la connotación y selección se encuentran: eficiencia energética, fomento de energías renovables, reducción de emisiones, uso de aguas, gestión integrada de residuos. A continuación, algunas respuestas sencillas y directas sobre el tema:

- *“Donaciones de fondos no reembolsables para la compra del equipo.”* (Entrevistado # 1)
- *“Capital semilla, con financiamiento no reembolsable”* (Entrevistado # 2)
- *“El PROCOMER otorga los fondos no reembolsables para la compra de maquinaria requerida para poder iniciar con el proyecto.”* (Entrevistado # 3)
- *“Financiamiento mediante fondos no reembolsable.”* (Entrevistado # 4)

- *“Financiamiento no reembolsable.”* (Entrevistado # 5)
- *“Dinero no reembolsable proporcionado por el PROCOMER.”* (Entrevistado # 6)
- *“La PYME no requirió financiamiento, pero PROCOMER lo hace mediante fondos no reembolsables.”* (Entrevistado # 7)
- *“Capital semilla, con financiamiento no reembolsable”* (Entrevistado # 8)

Análisis

En la actualidad, en un mundo globalizado y cada vez más competitivo, el financiamiento es un combustible esencial sobre el cual marcha la empresa. Este es el apoyo que ayuda a la empresa a continuar con su crecimiento y expansión, para lograr los objetivos en planteados a corto y a largo plazo que abrirá las puertas en los nuevos mercados los cuales ellos apuntan a exportar.

El financiamiento es el proceso fundamental que se le proporciona a una micro, pequeña o mediana empresa que pertenezcan a los sectores productivos Agropecuario, Alimentario, Industrial o de Servicios (con excepción de Turismo), o a la persona, el capital para utilizar en el proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes. En el caso de las compañías, suelen ser fondos no reembolsables bancarios, o recursos aportados por los socios estratégicos, como la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), la Fundación Costa Rica Estados Unidos de América para la Cooperación (CRUSA) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Con un financiamiento adecuado y una orientación correcta, se puso a las empresas a funcionar correctamente en el día a día, con el fin de que todas las áreas marchen bien. Las PYME que participaron pudieron optar por los fondos no reembolsables para desarrollar los proyectos, certificaciones y la innovación ambiental en los procesos y la producción, dando como resultado que la empresa llegara a ser más grande, consolidada y, por ende, más productiva.

Categoría 3: Beneficios

Descripción

Esta categoría relata las fuentes de información de los dueños o profesionales que trabajan en las empresas que finalizaron, y los diferentes tipos de beneficios que aparecen en cada uno de los proyectos que llevaron a cabo, del programa de desarrollo Crecimiento Verde:

- *“Potencio la producción: el equipo adquirido mejoró en un alto porcentaje los tiempos y procesos de producción. (Entrevistado #1)*
- *“Crecimos a nivel de respuesta de clientes más grandes, con más capacidad de producción. (Entrevistado # 2)*
- *“A nivel económico no solo nuestra empresa se vio beneficiada, sino también todo el grupo de agricultores que nos suplen con sus productos, ya que lo que no es apto para exportación es lo que se utiliza en este proceso.” (Entrevistado # 3)*
- *“Incrementar imagen de la empresa y de la marca dentro del mercado permitiendo afianzar y lograr mayores ventas.” (Entrevistado # 4)*
- *“Al ser empresa que respeta la ecología, los mercados internacionales están más anuentes a comprar nuestros productos y Esencial Costa Rica” (Entrevistado # 5)*
- *“Certificación ambiental para vender en supermercados en USA.” (Entrevistado # 6)*
- *“Se han logrado nuevos clientes industriales gracias a la certificación” (Entrevistado # 7)*
- *“La imagen de la empresa con productora verde y sostenible” (Entrevistado # 8)*

Análisis

Crecimiento Verde se concentra en asegurarse de que los bienes naturales desplieguen todo su potencial económico sobre bases sostenibles. Ese potencial incluye la prestación de servicios imprescindibles para sustentar la vida y la biodiversidad resiliente necesaria para sostener la producción de alimentos y la salud humana. Los bienes naturales no se pueden sustituir indefinidamente y las políticas de crecimiento verde toman en cuenta esta realidad.

Los beneficios de los proyectos ofrecen grandes posibilidades en relación con la biodiversidad y el reconocimiento en los mercados exteriores, no obstante lograr diferenciadores dentro de la comunidad global de comercio internacional. La estimación del valor agregado a los productos puede hacer más visibles sus beneficios y conducir a mejores decisiones por parte de los compradores, lo que genera un ganar- ganar y mayor eficacia en relación con costos. Crear mercados e incentivos para captar estos valores es un elemento importante del conjunto de instrumentos para el Crecimiento Verde.

Categoría 4: Impacto empresarial

Descripción

Esta categoría se relaciona con el impacto a nivel empresarial, evaluando los procesos potenciales que cambiaron la entidad de la empresa por las notables contribuciones de proyectos en el programa de Crecimiento Verde, lo que, según los profesionales, les ha permitido alcanzar el objetivo principal de la organización:

- *Reducción de desechos, Reducción de contaminación, Mejoras de procesos productivos. (Eficientes)* (Entrevistado # 1).
- *“Más ahorro energético, menos desechos y mayor eficiencia en los procesos de producción.”* (Entrevistado # 2).
- *“Se ha hecho conciencia del desperdicio de ciertos productos y espacio a la hora de las cosechas y los procesos en planta.”* (Entrevistado # 3).

- *“Mejorar la imagen de la empresa y la marca en el mercado, mejorar la sostenibilidad en los procesos de producción que realizamos”*. (Entrevistado # 4).
- *“Muy positivo.”* (Entrevistado # 5).
- *“Mejor comparada en el pasado reduciendo el gasto de químicos teniendo una producción agrícola más sostenible y cadenas de suministro responsables”*. (Entrevistado # 7)
- *“La Impactos fueron muy positivos”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Un desarrollo verde valora e invierte en el capital natural y ofrece mejores condiciones para garantizar un crecimiento sostenible, buscando conservar y preservar el medio ambiente, lo cual es fundamental para garantizar la sustentabilidad en las etapas de producción. Todo, enmarcando de forma dialógica el desarrollo del negocio y manteniendo los estándares económicos, legales y sostenibles.

Además, una empresa verde es más atractiva para personas consumidoras e inversionistas; permite ser y proyectarse, apostando al futuro delante de regulaciones ambientales, que cada vez son más estrictas, brindando así, una alternativa en productos y atrayendo nuevos ingresos. La administración y el uso eficiente de los recursos en este tipo de prácticas no solo alienta el aprovechamiento de recursos, sino que, en un largo o mediano plazo, estos se pueden ver traducidos en fuentes de ahorro.

Categoría 5: Sostenibilidad

Descripción

La categoría abarca los diferentes proyectos empresariales de las PYME costarricenses, en el proceso que abarca desde la selección hasta ingresar a la Plataforma de Crecimiento, que cada día evidencia la madurez del consumidor en aspectos básicos como por ejemplo, el cuidado al medio ambiente. Esto permite asegurar a la población meta, que se cuenta con referentes diferenciados en relación con Costa Rica como país, con una propuesta netamente orientada al estímulo respuesta, de sus niveles de concienciación del cuidado y protección al planeta, a sus fuentes naturales, así como la participación de sus ciudadanos en ello. También es relevante la solicitud de productos cada día mayor con ciertos criterios de calidad ambiental y sostenibilidad, aunada a la crisis económica y hasta a la marcada incertidumbre de los negocios en este 2022.

- *“Mejor manejo de residuos reciclaje y separación o clasificación de residuos.”* (Entrevistado # 1).
- *“Compostaje para los desechos orgánicos, certificaciones orgánicas.* (Entrevistado # 2).
- *“Se utilizan los productos no aptos para exportación (zanahorias deformes, quebradas, muy pequeñas o muy grandes) para subproductos en “sticks” o cubos, congelados o frescos, así como para jugo concentrado.”* (Entrevistado # 3).
- *“Energía renovable en el proceso de producción.”* (Entrevistado # 4).
- *“Se colocaron paneles solares para generar energía solar, también se adquirieron tanques para recolección de agua de lluvia para lavado de camiones y uso en servicios sanitario.”* (Entrevistado # 5).
- *“Certificación Rain Forest Alliance.”* (Entrevistado # 6)

- *“Se logra instalar un sistema de compostaje para el adecuado manejo de los residuos orgánicos, que luego se convierten en abono orgánico.”* (Entrevistado # 7)
- *“Adquisición de un banco de capacitores para eficientizar el consumo de eléctrico y esencial Costa Rica”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Es la formulación y ejecución de un conjunto de actividades orientado hacia objetivos, metas e indicadores, enfocados en el mejoramiento de la sostenibilidad ambiental de las operaciones de la empresa, buscando mejoras en su competitividad y el acceso a mercados internacionales. Se priorizan las áreas que podrán impactar en mayor medida las oportunidades, que puedan ser alcanzables durante el periodo de ejecución del programa y que estén alineadas con los intereses, capacidades y recursos de las empresas.

Las estrategias para el crecimiento verde proporcionan una referencia eficiente sobre el modo y forma en que los países y empresas pueden alcanzar el crecimiento económico y de desarrollo, e impedir una costosa degradación ambiental, combatir el cambio climático y el uso ineficiente de los recursos naturales. Se identifica principios y desafíos comunes, pero se demuestra que no hay una receta válida para avanzar todos hacia el crecimiento. Cada PYME debe formular una estrategia adaptada a sus circunstancias particulares. Para que sea sostenible, las estrategias deben ser incluyentes y abiertas. El Crecimiento Verde tiene que reducir las desigualdades y mitigar las tensiones que estas generan.

Categoría 6: Innovación

Descripción

Esta categoría refleja cómo la mayoría de las fuentes de información indican el tipo de la innovación llevado a cabo durante el desarrollo del programa de Crecimiento Verde:

- *“Adquisición de un centro de cocción inteligente para aumentar la producción y reducir el consumo”* (Entrevistado # 1).

- *“Maquinaria más eficiente.”* (Entrevistado # 2).
- *“Se inició con una línea de proceso de producción nueva para ensaladas y zanahoria congelada.”* (Entrevistado # 3).
- *“Sistemas de energía renovable.”* (Entrevistado # 4)
- *“Uso de energía limpia, ahorro económico.”* (Entrevistado # 5)
- *“Se obtuvo la Certificación Rain Forest Alliance a la cual apuntaba la empresa.”* (Entrevistado # 6)
- *“Implementación de un sistema de gestión que permite tener control de los procesos de la organización., así como contribuir a la conservación del medio ambiente, produciendo abono orgánico con los residuos orgánicos que produce Frutylac.”* (Entrevistado # 7)
- *“Se obtuvo la licencia Esencial Costa Rica y redujo el consumo energético.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Las innovaciones son la introducción al uso de un producto (bien o servicio) o de un proceso de producción nuevo o mejorado, aplicado a un método diferente de comercialización y de organización a la empresa, cambiando las prácticas de negocio, la organización del trabajo y las relaciones externas. Para que haya innovación falta, como mínimo, que el producto, el proceso, el método de comercialización o el método de organización sean novedosos (o significativamente mejorados) para la empresa.

La mayoría de las empresas sabe que deben ir innovando para mantenerse y competir al ritmo de los cambios del mercado, tomando en cuenta los avances tecnológicos que evolucionan el comercio. Las PYME deben innovar para ser relevantes y no quedar

relegadas; las innovaciones son recompensas por el esfuerzo del cambio, y también preparan a las empresas para el futuro, de frente a una mayor demanda de los mercados.

Según las personas entrevistadas, las empresas desarrollan un posicionamiento comercial en los mercados, mediante el valor agregado de las innovaciones que el programa brinda, incentivando áreas que podrán impactar en mayor medida las oportunidades de exportación o encadenamiento de las empresas mismas. Las innovaciones pueden ser obtenidas durante el periodo de ejecución del programa y estar alineadas con los intereses, capacidades y recursos de las empresas.

Unidad de análisis 2: Impacto de la producción

La evolución hacia nuevas formas de pensar más verde en la producción trae como consecuencia, nuevas relaciones y métodos de producción, además de una transformación, donde se ahorre recursos y costes de una empresa, a raíz de producir dos o más bienes y servicios de manera conjunta. Solo puede calificarse como desarrollo, si mejora su calidad de vida y le permite controlar mejor el crecimiento productivo. Se considera que este amplio proceso de cambio influye en la mayor parte del capital de las PYME y los mercados.

La segunda unidad de análisis obedece a identificar los principales impactos que tuvo la producción de las PYME al ingresar al programa de Plataforma de Crecimiento Verde, tomando en cuenta los cambios que se aplicaron al inicio y final del programa:

- Cambios tecnológicos
- Valor agregado
- Mercados
- Capacitaciones
- Desarrollo

Categoría 1: Cambios tecnológicos

Descripción

En esta categoría se abarca el tema de implementación de nuevas tecnologías y maquinarias, creación de una línea de producción o sistemas informáticos para generar un cambio sostenible en la empresa participante en el programa Crecimiento Verde en el proceso vigente:

- *“Se compró un nuevo centro de cocción actual e inteligente para aumentar la preparación de productos y así reducir los consumos de energía en los anteriores procesos de producción de las conservas.”* (Entrevistado # 1)
- *“Se sustituye a novedosa etiquetadora y los deshidratadores digitales, que ahorran y utilizan eficientemente la energía”* (Entrevistado # 2)
- *“En este caso se utilizaron nuevas máquinas peladoras y máquinas para picar el producto.”* (Entrevistado # 3)
- *“Creación de un sistema fotovoltaico y cambio en la línea de producción con un sistema de filtración y purificación del agua”* (Entrevistado # 4)
- *“Compra e instalación de paneles solares e implementación de recolección de agua de lluvia por medio de tanques de captación.”* (Entrevistado # 5)
- *“No se aplicó ninguna adquisición o cambio de maquinaria o tecnología alguna.”* (Entrevistado # 6)
- *“Implementación de un sistema de compostaje”* (Entrevistado # 7)
- *“La adquisición e instalación del banco de capacitores”* (Entrevistado # 8)

Análisis

La tecnología en las empresas es un recurso fundamental para aquellas PYME que se encuentran en los procesos de crecimiento. Es una herramienta con la que puede lograrse los procesos de producción y organización, que les permitirá establecer ventajas competitivas con las cuales podrán posicionarse en el mercado, conseguir más clientes y por supuesto, alcanzar mayores niveles de productividad e incluso de expansión.

Realizar una inversión tecnológica permite a las empresas ser mucho más competitivas y estar al nivel de sus pares e incluso superarlos. Esto posibilita a los dueños y profesionales de las PYME, aprovechar y estar atentos a las oportunidades en los mercados nacionales e internacionales, que cada vez resultan más desafiantes en lo que respecta a las posibilidades de expansión y apertura de nuevas oportunidades de negocio.

Por supuesto que no todas las PYME tienen la capacidad de adquirir los mismos recursos tecnológicos, pero hay una gran variedad de estos, disponible para que todas las PYME renueven según sus necesidades y oportunidades, así como los recursos propios, que se adaptan a la magnitud de la organización, su naturaleza y lo más importante, su capacidad de inversión.

Categoría 2: Valor agregado

Descripción

Esta categoría se refiere al valor agregado que otorga Crecimiento Verde a la producción de las PYME, mostrando que los mercados son competitivos. El valor añadido de los productos es la mejor forma de reducir la incidencia del precio. Así se podrán salvar las diferencias de precio frente a productos similares más baratos, al encontrar beneficios que la competencia no ofrece y dotar a la marca y empresa de personalidad y elementos únicos diferenciadores, con productos más atractivos, mejor calidad y distinción para el cliente frente a la competencia:

- *“Mayor capacidad de producción, menos contaminación, Mejor posicionamiento de marca (hasta que llegó la pandemia COVID - 19).”* (Entrevistado # 1)
- *“Al obtener las certificaciones como Esencial Costa Rica y la empresa orgánica nuestra tuvo más oportunidades.”* (Entrevistado # 2)

- *“El beneficio a los agricultores y fortalecimiento de las relaciones con ellos, ya que este producto nunca se pagaba por ser desecho, mientras que ahora si se paga.”* (Entrevistado # 3)
- *“Mejorar la imagen de la marca en el mercado.”* (Entrevistado # 4)
- *“Mejor opinión de nuestros clientes, mejorar en costos y gran aporte al medio ambiente.”* (Entrevistado # 5)
- *“Mejorar el alcance de la empresa y en los mercados de USA permitiendo incrementar la exportación del producto en locales orgánicos.”* (Entrevistado # 6)
- *“Certificación en Seguridad Alimentaria ISO22000, lo cual abre una mejor vitrina de oportunidades ante potenciales compradores internacionales.”* (Entrevistado # 7)
- *“Un mejor alcancé de mercados ya que el café tostado de especialidad de forma ecológicamente sostenible.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

El simple concepto de valor agregado se refiere a la capacidad de aumentar el valor comercial de un producto. Cuando se opta por aplicarlo, la empresa se posicionará mejor en el mercado. Pero es importante conocer las necesidades del mercado objetivo o seleccionado, Cuando aumenta el valor agregado de un producto, la empresa obtiene ventajas. La principal es que se incrementan las ventas y, por tanto, se obtiene mayores ganancias y se demuestra compromiso con la satisfacción de los clientes.

Es preciso tener en cuenta que los clientes esperan obtener ventajas cuando deciden comprar un producto. Hay mercados que son más exigentes y es primordial llenar la demanda, mediante el aumento del valor que se ofrece, lo cual tienen un impacto generalmente en cuanto a un elemento clave de diferenciación respecto a los otros

competidores, dado que las personas tienen muy en cuenta las opiniones de terceros para decidir qué producto comprar y dónde hacerlo.

Categoría 3: Mercados

Descripción

En esta categoría, los entrevistados ofrecieron diferentes criterios desde la perspectiva de mercados internacionales, respecto al producto de fabricación y exportación sostenible que hoy los productores y exportadores deben tomar en cuenta en los mercados internacionales, según hábitos de consumo y estilos de vida que las PYME tienen como público objetivo al exportar sus productos en manos de los profesionales:

- *“Riesgos micológicos, estructura física y composición química del producto y calidad del producto final y requerimientos legales.”* (Entrevistado # 1)
- *“No lo sé, siempre ponemos los datos de la composición química del producto y los valores nutricionales.”* (Entrevistado # 2)
- *“Esto varía mucho con el mercado meta, si hablamos de Caribe lamentablemente no es mucho, pero si hablamos del mercado europeo o estadounidense ambos se preocupan mucho por la sostenibilidad y las certificaciones que avalen dichos temas.”* (Entrevistado # 3)
- *“Una mejor percepción a los procesos de producción, las composiciones químicas del producto y preferencia que sean productos no tan potentes al PH de las personas (Es una medida que determina el grado de acidez o alcalinidad que tiene una sustancia, y se mide en una escala de 0 a 14.).”* (Entrevistado # 4)

- *“Toman mucho en cuenta los procesos de fabricación del producto y la inocuidad para evitar una contaminación cruzada en la materia prima, es importante para las personas que tiene celiaca.”* (Entrevistado # 5)
- *“No utilizar algún agroquímico en la producción y en el envío del producto, este tiene que ir lo más natural posible tomando en cuenta el envío del mismo.”* (Entrevistado # 6)
- *“Existen claras tendencias de que los consumidores ponen su mirada en empresas que producen con consciencia en la protección del medio ambiente.”* (Entrevistado # 7)
- *“Las declaraciones DUA, permisos de exportación dependiendo del mercado objetivo y los certificados de calidad y origen”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Los cambios en los hábitos de consumo y estilos de vida de las personas han llevado a los productores y empresas a apostar en diferentes formas de presentación de sus productos innovadores, que les permitan atraer y fidelizar a los consumidores. Bajo esta perspectiva, hoy los productores y exportadores deben tomar en cuenta que, debido a la alta concentración de los productos, se hace necesaria la diversificación, para ofrecer a los consumidores algo más que lo tradicional. Los compradores también buscan una mayor información sobre los procesos de manufactura, inocuidad y trazabilidad, con respecto a la compra de productos frescos o preservados. Hay un fuerte dinamismo en los orgánicos, sostenibles, principalmente en los mercados de los países desarrollados son bastantes exigentes en estos aspectos.

Un diseño óptimo o deficiente de los criterios del mercado puede definir el éxito o el fracaso de una marca o campaña. Estos niveles de impacto se generan porque, dependiendo de los criterios utilizados, una empresa puede llegar a enfocarse en un segmento muy rentable o, por el contrario, en uno que no está interesado en su propuesta de valor comercial. Dicho

esto, es importante llegar a las personas correctas, convertirlas en clientes, y así obtener de ellas todo el valor comercial posible.

Categoría 4: Capacitación

Descripción

En la cuarta categoría se le preguntó a los profesionales acerca de la capacitación del personal para beneficiar los resultados de producción y el medio ambiente, a lo que respondieron que hay diferentes riesgos y beneficios en los procesos sostenibles que se aplicaron para evitar pérdidas o errores cometidos por los colaboradores capacitados inadecuadamente, y esto fue lo que relataron:

- *“Acciones relacionadas a la clasificación y buen manejo de desechos.”* (Entrevistado # 1)
- *“La capacitación que le dimos al personal en cuanto a manejo de recursos naturales y el correcto manejo de la compostera.”* (Entrevistado # 2)
- *“Básicamente el aprovechamiento de recursos que en otros casos hubieran sido desecho.”* (Entrevistado # 3)
- *“Se capacito a los empleados en los sistemas de energía renovable. Gestión integral de residuos y por último en salud ocupacional.”* (Entrevistado # 4)
- *“Capacitaciones adecuadas en la manufactura del producto para evita contaminación y creación de conciencia ecológica.”* (Entrevistado # 5)
- *“Se capacito Toda la norma de R.A (RainForest Alliance)”.* (Entrevistado # 6)
- *“Se planea con un cronograma de capacitación anual en diferentes temas, tanto relacionados a la inocuidad como al personal a cargo de sistema de compostaje”* (Entrevistado # 7)
- *“Se realizan talleres y capacitaciones cada 4 meses para en control y calidad del producto y para los nuevos empleados se realizan cada 2 meses.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

La capacitación desempeña un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que es el proceso mediante el cual los trabajadores adquieren los conocimientos sobre herramientas, maquinaria, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda realizar. Las acciones de capacitación, en cualquiera de sus variables, ya sean cursos, talleres, conferencias, permiten adquirir los conocimientos teóricos y prácticos, que posibilitan a los empleados actualizarse con conocimientos y adquirir nuevos, fortaleciendo su capacidad de respuesta ante los cambios del entorno o de sus requerimientos laborales, e incrementando su desempeño dentro de las PYME, en procura de que estén más preparadas y con más confianza personal.

La capacitación es la inversión más rentable que puede realizar una empresa PYME, adecuar el componente humano de la organización para mejorar la eficiencia de los trabajadores y que estos aporten el incremento necesario y se alcancen índices altos de productividad. Los jefes o líderes deben ser los primeros interesados en su propia formación y los responsables de capacitar al personal a su cargo.

Categoría 5: Desarrollo

Descripción

En la última categoría de la segunda unidad de análisis se entrevistó a los profesionales para que relataran cómo impactó el desarrollo de los bienes de la empresa, al implementar prácticas sostenibles solicitadas por el programa Crecimiento Verde, teniendo en cuenta lo bueno y lo malo. Estas son sus respuestas:

- *“Menos riesgos en los procesos, menos maquinas a ser un solo equipo.”* (Entrevistado # 1)
- *“Al redistribuir las cargas de producción los bienes de la empresa se ven menos afectados.”* (Entrevistado # 2)

- *“En el caso de la empresa como tal es difícil de cuantificar, pero en el caso de los agricultores el espacio que requiere ese producto en campo, agua e insumos ya no es considerado como pérdida por lo que la maximización de recursos es palpable.”* (Entrevistado # 3)
- *“Disminuyó costos de producción”* (Entrevistado # 4)
- *“Nos ha dado mayor competitividad como empresa y reducción de costos”* (Entrevistado # 5)
- *“Un poco complicado ya que se tuvo que realizar el trabajo con cuidado por la prohibición de agroquímicos”* (Entrevistado # 6)
- *“Una reacción positiva de parte de los clientes”* (Entrevistado # 7)
- *“Se redujo los altos consumos eléctricos de los procesos de tueste del café.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

El desarrollo sostenible no debe visualizarse únicamente como un imperativo moral al que una empresa debe apostar, ni tampoco como una oportunidad a corto plazo; este concepto se concibe como parte esencial de la estrategia con alcance a largo plazo mediante una gestión que forma parte del modelo de negocio, cuando se convierte en oportunidades para que las organizaciones puedan gestionar los riesgos económicos con impactos sociales y ambientales para proteger los intereses del negocio y el medio ambiente. Esencialmente, estas deben ser gestionadas de forma integral, ya que el éxito de cualquier proyecto se define a partir de la habilidad que se tenga en la toma de decisiones para transformar dichos cambios en oportunidades y conseguir una ventaja competitiva y comercial.

En cuanto al desarrollo de la sostenibilidad empresarial, la capacidad de realizar las actividades durante un tiempo prolongado, considerando criterios sociales, económicos y ambientales que aseguren la continuidad del negocio, debe convertirse en una prioridad, ya que es un factor que contribuye a aumentar la buena imagen de las entidades.

Unidad de análisis 3: Resultados

Las pequeñas y medianas empresas son importantes para el desarrollo de cualquier país. Una característica por destacar de ellas, es que tienen la habilidad para ajustarse a los cambios tecnológicos, sociales y de producción; en otras palabras, están en constante evolución. Las PYME (independientemente del tipo que sean) deben poner especial atención a los resultados, pues el éxito de cualquier negocio está en saber adaptarse a los cambios y administrar bien sus finanzas para seguir creciendo de manera sostenida.

En la presente unidad de análisis se validarán los resultados de las PYME al llevar el programa de Plataforma de Crecimiento Verde, en las diferentes categorías, para perfilar una mejor fotografía de los resultados:

- Exportación
- Optimización
- Retos
- Resultados.

Categoría 1: Exportación

Descripción

En la primera categoría de la tercera unidad de análisis se comentó con los entrevistados los requisitos de exportación importantes a su parecer, considerando los parámetros de los mercados internacionales:

- *“Certificaciones son un punto importante en la exportación por el tipo de producto que realizamos y por el momento actual no estamos realizando exportaciones por incompatibilidad de precios.” (Entrevistado # 1)*

- *“Nosotros creemos que son las certificaciones orgánicas y los sellos de productos ecológicos.”* (Entrevistado # 2)
- *“No sabría decir con exactitud ya que los requisitos de exportación varían de país en país, así como los tratados de libre comercio existentes por lo que incluso las presentaciones de los productos varían entre uno y otro mercado.”* (Entrevistado # 3)
- *“Productos sean sostenibles con ambiente, contar con los permisos del Ministerio la salud y certificaciones correspondientes ya que es un producto cosmético.”* (Entrevistado # 4)
- *“Tener Parámetros de 0 emisiones”* (Entrevistado # 5)
- *“100 % natural libre de agroquímicos”* (Entrevistado # 6)
- *“Las tendencias para los mercados internacionales, es la fabricación de productos naturales”* (Entrevistado # 7)
- *“Que sea libre de algún agroquímico o preservante añadido que pueda reducir su calidad.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Exportar es una actividad conocida desde la antigüedad. Se refiere así, al acto de enviar mercancías y recibir géneros, cuyo resultado final incide en ganancias para la empresa o país emisor. Existen diferentes procedimientos o variedades de requisitos en la exportación.

Los procesos de exportación son un conjunto de actividades y compromisos para establecer vínculos estables entre la empresa que desea exportar y el mercado internacional que se pretende abordar. Los negocios o empresas que venden sus productos o servicios a consumidores en otros países, están exportando. Los producen en un país y los envían a otro. Exportar es una manera en la que el negocio puede expandir rápidamente su mercado

potencial, mediante la planificación y ejecución de estrategias internacionales creadas por la empresa, extendiendo sus objetivos estratégicos. Tener la visión de internacionalizar la empresa puede estimular la exportación, puesto que permite justificar investigación de mercado, comercialización de los productos, selección de proveedores en el país anfitrión.

Categoría 2: Optimización

Descripción

En esta segunda categoría de análisis se desarrolla la propuesta de cómo se optimizaron las PYME para incrementar sus procesos de producción, reduciendo costos al competir en los mercados internacionales. No se presiona al profesional para que dé su respuesta en caso de ser confidencial, y se respetan los criterios de control interno de la PYME:

- *“Se optimizó la línea de procesos y producción del producto de conserva.”*
(Entrevistado # 1)
- *“Ampliación de familias de productos, estudios de mercado para valorar las necesidades del mercado actual.”* (Entrevistado # 2)
- *“Normalmente la implementación de maquinaria, lo que recorta el uso innecesario de recursos.”* (Entrevistado # 3)
- *Se optimizó el uso de energías renovables mediante el proyecto de Crecimiento Verde.* (Entrevistado # 4)
- *“Optimización económica en las pymes a través del programa de Crecimiento Verde.* (Entrevistado # 5)
- *“Esta pregunta no se puede comentar ya que forma parte del secreto comercial de la empresa.”* (Entrevistado # 6)

- *“Creando conciencia en ser eficientes y ser eficaces en el manejo de recursos disponibles.”* (Entrevistado # 7)
- *“Con respecto a la pregunta, estimado lamento infórmale que no se puede dar respuesta”* (Entrevistado # 8)

Análisis

Es necesario aprender y entender cómo las empresas de éxito están mejorando su eficiencia y productividad gracias a su esfuerzo y la optimización de recursos. Las empresas están encontrando maneras de mejorar sus niveles de rentabilidad, a la vez que racionalizan sus costes y eliminan lo que les sobra para reducir costos innecesarios. Las soluciones de gestión de recursos ayudan a evaluar fácilmente cuán bien utilizado está el inventario de recursos, desde un punto de vista diario, semanal o mensual. Así, las empresas se aseguran de que los recursos más valiosos se utilizan eficientemente, de forma que se pueda conseguir un efecto máximo, y que la carga de trabajo está equilibrada y se evite al máximo periodos ociosos prolongados.

La adecuada distribución de los procesos de gestión y optimización de recursos puede mejorar la productividad y el control, lo que conduce a importantes beneficios para cualquier negocio, al mejorar los tiempos de proyectos o producción, beneficiarse al reducir costos y aumentar márgenes con la asignación de recursos basados en una serie de criterios específicos, como su disponibilidad, capacidad e impacto ambiental.

Categoría 3: Retos

Descripción

A los entrevistados se les pidió referirse en esta categoría, a cómo se dificultó, obstaculizó o atrasó realizar los cambios planteados en el programa Plataforma de Crecimiento Verde pues, frente a diferentes maneras de pensar, hacer y actuar, hay grandes

retos en el corto, mediano y largo plazo, que se deben enfrentar para que una empresa PYME tan compleja o diversa proceda:

- *“Siendo sincero contigo, nos engañó la perspectiva nuestra porque durante el programa no se presentó ningún reto o dificultad.”* (Entrevistado # 1).
- *“Falta de materiales y al ser una empresa pequeña adaptar los requerimientos de las certificaciones.”* (Entrevistado # 2).
- *“Cambiar la mentalidad de las personas y educar ya que consideran que si algo se ha desechado hasta ese momento es porque realmente no sirve para nada más y demostrar que no es cierto y que además puede ser nutritivo y utilizarse no solo directamente sino mezclado para crear nuevos productos es todo un reto.”* (Entrevistado # 3).
- *“Mejorar la cultura empresarial en los diversos aspectos que plantea una gestión adecuada en la responsabilidad social, ambiental y económica.”* (Entrevistado # 4).
- *“La legalización de paneles solares, hay incertidumbre con el uso de energía solar.”* (Entrevistado # 5).
- *“El no uso de ningún agroquímico hizo que todo el mantenimiento de finca fuera manual.”* (Entrevistado # 6).
- *“En realidad, no se sufrió en la transformación, ya que solo se implementó nuevos recursos.”* (Entrevistado # 7)
- *“El único reto que dificultó a la empresa fue la instalación del banco de capacitores”* (Entrevistado # 8)

Análisis

En estos momentos, todas las empresas afrontan retos mayúsculos, como los cambios tecnológicos disruptivos, los desequilibrios y la desigualdad económica; además de otros más allá de sus capacidades, con respecto a mercados internacionales que han profundizado la economía mundial, en una crisis cuya intensidad supera a la empresa.

Los retos de sostenibilidad ambiental en las empresas PYME pasan principalmente por la producción, los suministros, lo administrativo y lo manufacturero. Una empresa preparada para el cambio ha analizado cada una de sus actividades, objetivos, metas y proyectos y los han rediseñado, con el objetivo de lograr argumentos socialmente más sostenibles. Solo integrando realmente estos protocolos traerán un gran cambio en la manera de hacer las propuestas y superar la zona de confort, entendiendo que no todas las empresas pueden lograrlo al inicio, o bien, implementando estrategias de mercado que con perseverancia se pueden materializar adecuadamente.

Categoría 4: Resultados

Descripción

La última categoría de la tercera unidad de análisis logrará reflejar el arduo esfuerzo de las PYME costarricenses, por medio de los profesionales entrevistados, haciendo visible el trabajo realizado y compartiendo valor sobre las buenas prácticas en el largo trayecto de duración del proyecto en la Plataforma de Crecimiento Verde:

- *“En general todos los resultados se vieron reflejados en las mejoras eficientes del proceso de producción, en menor tiempo - mayor producto termina.”* (Entrevistado # 1)

- *“Los resultados finales fueron que adquirimos mayor capacidad de producción y optimizamos protocolos para futuras certificaciones.”* (Entrevistado # 2)
- *“Los resultados fueron la creación de una línea nueva de productos que nos han permitido ingresar a nuevos mercados y poder seguir aprovechando este tipo de materias primas.”* (Entrevistado # 3)
- *“No los conozco.”* (Entrevistado # 4)
- *“Como resultado es que somos más competitivos.”* (Entrevistado # 5)
- *“Tenemos una mayor oferta en mercados internacionales como en USA.”* (Entrevistado # 6)
- *“Surgieron nuevas oportunidades de negocio.”* (Entrevistado # 7)
- *“El resultado final fue que la empresa llegó a exportar a nuevos mercados.”* (Entrevistado # 8)

Análisis

A lo largo de los últimos años, se ha visto la evolución del mercado y los avances tecnológicos han modificado la manera de interactuar con el entorno, tanto de manera individual como de manera profesional, así como económica. Esto ha implicado la forma en que se percibe la responsabilidad dentro y fuera de las empresas, ya que, directa o indirectamente, que una empresa sea sosteniblemente responsable o no, impactará en cómo es vista por los mercados locales e internacionales.

Así, se puede establecer que el hecho de que una empresa sea ambientalmente responsable, causa resultados positivos, porque no solo se reinventará su imagen, sino que

además tendrá un gran impacto en la participación de mercado, siendo más visible y convirtiéndose en una empresa competitiva.

Habiendo mencionado lo anterior, el Programa promueve el desarrollo de proyectos como certificaciones e innovaciones ambientales de procesos y productos que busquen la eficiencia energética, el fomento de energías renovables, la reducción de emisiones, el uso de agua y la gestión integrada de residuos. Las empresas promotoras y los resultados finales de cada proyecto reflejan que el Programa Crecimiento Verde es una herramienta fundamental para que las pequeñas y medianas empresas del país tengan un diferenciador en sus productos y cumplan con estos estándares, para mostrar los aspectos que hacen del comercio costarricense un arte, en el modo en que el país se garantiza la oferta exportable.

Interpretación de datos

El país seguirá avanzando hacia estándares de mercados nobles con el entorno natural, y realizará encadenamientos necesarios, hasta lograr el desarrollo de nuevas empresas, creadas a partir de conceptos renovables sostenibles, para con el desarrollo del mercado internacional. El programa Crecimiento Verde de PROCOMER, seguirá en búsqueda de PYME, que por su trato se identifiquen con los ejes ambientalistas de Plataforma de Crecimiento Verde, lo que permitirá al país continuar en su camino hacia el cuidado del medio ambiente, aunado a la concienciación de la ciudadanía joven en general, hacia modos de vida más solidarios, sanos y en armonía con el contexto natural.

Otro objetivo por impulsar es la equidad de género en los negocios y ampliar las oportunidades para las empresas lideradas por mujeres de Costa Rica. La Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER) desarrolla procesos de generación de capacidades empresariales, gerenciales y de liderazgo, diseñado con el lente puesto en las mujeres, para proporcionar herramientas que faciliten enfrentar los retos que limitan la gestión administrativa de las negociaciones, y hasta el balance entre las responsabilidades empresariales y personales.

Este Programa promueve el desarrollo de proyectos como certificaciones e innovaciones ambientales de procesos y productos que busquen la eficiencia energética, el fomento de energías renovables, la reducción de emisiones, el uso del agua y la gestión integrada de residuos. Las empresas que logren ingresar al Programa obtendrán un financiamiento de hasta un 80 % de fondos no reembolsables para el desarrollo de su proyecto, gracias al apoyo de las fundaciones asociadas.

Se debe preparar a la sociedad costarricense para emprender, tomando en consideración andamiajes relacionados con el desarrollo de PYME hasta las alianzas con acciones limpias para el medio ambiente, y prácticas sanas para lograr competir con renovados mercados mundiales. Es preciso seleccionar empresas e invitarlas con todas las estrategias ambientales, a fin de orientar y redireccionar ideales, metas, recursos, estrategias, logrando mayor peso, dentro de lo alcanzable, sobre todo, porque sus proyectos de índole ambiental o certificaciones, se dirigen al cambio. Estas empresas deberán tener claro que tendrán que insertarse en procesos de transformación productiva verde. Son aspectos medulares en la connotación y selección: la eficiencia energética, el fomento de energías renovables, la reducción de emisiones, el uso de aguas, y la gestión integrada de residuos, ante esta dotación de criterios ambientales.

La participación de la sociedad en todas estas acciones posiciona al país con un futuro muy brillante y con buenos cimientos en cuanto al cuidado del planeta, como garante del cuidado de la naturaleza, evolucionando hacia la implementación de ideas novedosas para el desarrollo del mercado internacional. Cabe destacar que, dentro de la pirámide del negocio internacional, se postularán países vanguardistas, pioneros en el desarrollo de estrategias verdes, que serán modelos mundiales en el campo de la economía y el comercio internacional. Ahí se ubica a Costa Rica, pionero en medios ambientes vs el desarrollo del comercio, muy atentos al avance mundial y apostando por participar con una economía verde.

Las empresas que ofrecen insumos de sus acciones verdes, están seguras, empoderadas del accionar diario de sus prácticas, que las llevarán a resultados óptimos para otros países.

La relación entre crecimiento verde y desarrollo sostenible es muy estrecha para convertirse en una garantía de desarrollo, que equilibra el bienestar económico y social,

incentivando la inversión como mecanismo para generar soluciones creativas de crecimiento económico, sin producir impactos ambientales contrarios. Se debe potenciar la ciencia, la tecnología y la innovación, en busca de alternativas económicas, y desde el Ejecutivo, fortalecer la Plataforma: darle continuidad y no escatimar ningún recurso frente a la necesidad de oferta y demanda, sin dejar al margen el cuidado y control de prácticas empresariales que permitan educar a las comunidades.

Mediante un balance entre los procesos de gestión y optimización de recursos, se puede mejorar la productividad y ganancias, lo que conduce a importantes beneficios para cualquier negocio, al mejorar los tiempos de proyectos y producción. Hay beneficios al reducir costos y aumentar márgenes, en procura de asignar recursos con base en criterios específicos.

Sin embargo, siguen siendo pocas las exportaciones a gran escala de los países en desarrollo, destinadas a este segmento del mercado verde. Pareciera que, por una parte, no ha sido posible generar pautas, debido al insuficiente número de variables de éxito, identificadas en los citados ejemplos y que, por otra parte, no ha sido factible identificar obstáculos con la suficiente claridad para elaborar e implementar futuras estrategias que puedan generar ganancia.

Los empresarios emprendedores deben seguir visualizando con optimismo todas las oportunidades que tienen las empresas con seguimiento y control; es decir, los comerciantes y futuros gerentes de PYME señalarán la ruta para una mejor proyección de plataforma verde. Las mismas estrategias, estándares y necesidades del país generarán opciones que aseguren fuentes de empleo, crecimiento económico de Costa Rica, y más y mejores empresarios comprometidos con la naturaleza de forma integral.

En cuanto a la capacidad de ofrecer fuentes de empleo, estas empresas se vuelven modelos para la sociedad y sobre todo para los empleados y sus familias, pues de manera constante sus propuestas en relación con el ambiente se verán reflejadas dentro de sus tareas. Conciencia clara, espacios más sanos y definidos para la producción, así como contar con poder, en un futuro cercano, convertir sus comunidades en modelos de prácticas limpias en la producción, donde la familia sea un ente multiplicador de estas, de manera que cada generación sea sustituida por otra más comprometida con el medio ambiente.

Crecimiento y compromiso son elementos destacados para continuar generando comercio limpio, gracias a las propuestas de las empresas participantes. Es preciso apostar por más participación, planificación y control de la Plataforma de Crecimiento Verde.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Se concluye que el impacto económico mediante las estrategias de la Plataforma de Crecimiento Verde, ha logrado fomentar positivamente el área económica de las empresas, permitiéndoles desarrollarse sosteniblemente, posicionándose de forma atractiva para los mercados exteriores.
- Se concluye que el impacto en la producción verde, ha traído cambios actualizados a la altura de otros mercados, en la forma de producir los bienes exportables, reduciendo costos y riesgos ambientales, dando mayor valor agregado a la empresa en mercados exteriores.
- Se concluye con los resultados mostrados en la investigación de la Plataforma de Crecimiento Verde ayuda de gran manera a la Pymes costarricenses mediante estrategias verdes a evolucionar de manera sostenible y proyectar exportaciones en mercados internacionales

Recomendaciones

- Se recomienda a PROCOMER, promocionar mediante medios audiovisuales el programa incentivando a las Pymes a participar en el programa en las provincias de Guanacaste y Limón por baja participación al mismo.
- Se recomienda a PROCOMER, CRUDA y el BID, realizar nuevas herramientas que incentiven a las pymes a ingresar a la Plataforma, generando un mayor entusiasmo y participación.
- Se recomienda a las Pymes que desean ingresar al Programa, realizar un proyecto de sostenibilidad ambiental acorde a la empresa, tomando en cuenta los requisitos solicitados por la Plataforma de Crecimiento Verde.
- Se recomienda a las Pymes informarse y conocer los requisitos de mercado internacional, ya que estas acciones las encaminen a promover el desarrollo sostenible en el país y no aplazar los procesos de exportación.
- Se recomienda a las Pymes, involucrar otras empresas dirigidas por homólogos, dentro de sus prácticas ambientales, para conseguir más empresas interesadas en la participación de la Plataforma de Crecimiento Verde y que el programa siga vigente y ayudando a mas pymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Digital Costa Rica- Qué es el marketing Verde o Ecológico, <https://agenciadigitalcostarica.com/marketing-verde-ecologico/>.

Andrade Choez, D. M., & Andrade Choez, E. T. (2021). Análisis de la sostenibilidad de las exportaciones de frutas tropicales en Guayas Ecuador (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Ecuador (<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59431>))

Bart Van Hoof, Néstor Monroy, Alex Saer (2014) Producción más Limpia: Paradigma de gestión ambiental - Universidad de los Andes, Editorial Marcombo

Campos Campos, D., & Bermúdez Carrillo, L. A. (2020). Pymes, responsabilidad social y desarrollo sostenible. (<https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/20874>)

Ceballos Criollo, C. J. (2019). Perspectivas de política pública para el crecimiento verde en Colombia. (<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7120>)

Espíndola César, José Valderrama (2018) Huella de carbono: cambio climático, gestión sustentable y eficiencia energética - LA SERENA – Chile, Editorial Universidad de La Serena, primera edición

García Quintero, A. P. (2021). Análisis comparativo del cumplimiento de los compromisos del Acuerdo de París en el MERCOSUR y la Alianza del Pacífico. <http://74.208.53.179/handle/20.500.12494/33116>

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill

Merchán-Gómez, J. E., & Vegas-Meléndez, H. J. (2020). Importancia de la teoría de la ecoeficiencia en las organizaciones empresariales. Polo del conocimiento-vol.5(10)-<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1794>

Monge-González, Ricardo (2009) Banca de desarrollo y PYMES en Costa Rica – repositorio - Naciones unidas – <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5185>

Romero, M. M., Herrera, A. C., & Barboza, M. D. G. (2019). La ecoeficiencia en pequeñas y medianas empresas: retos y beneficios para un desarrollo sostenible. (<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7513367>)

Vélez Osorio, I. M. (2021). Tipos de innovación, generación de empleo y sostenibilidad: un análisis de la industria colombiana. (<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=302269>)