

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL
GRADO DE LICENCIATURA EN COMERCIO
INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN ESENCIAL COSTA RICA EN EL SECTOR
AGRÍCOLA PIÑERO DE LA REGIÓN HUETAR NORTE
COSTARRICENSE PARA PROMOCIÓN DE MERCADO CON
MIRAS A LA EXPORTACIÓN A CHINA EN 2023**

AUTOR: KENETH VINICIO ROJAS QUESADA

TUTORA: MARÍA FERNANDA ASTÚA ATMETLLA

SEDE CENTRAL

NOVIEMBRE, 2024

Tabla de Contenido

Dedicatoria	5
Agradecimiento	6
Resumen	7
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
La Piña	22
Características Morfológicas y de Crecimiento	22
Clima y Suelo Requeridos para el Cultivo.....	23
Zonas de Cultivo en Costa Rica.....	23
Variedades Cultivadas y Características de la Semilla	24
Sistemas de Siembra y Densidad	24
Manejo Agronómico y Control de Plagas.....	24
Impacto Económico de la Piña en Costa Rica	25
Producción de Piña en la Región Huetar Norte	29
Marca País.....	32
Marca Esencial Costa Rica	33
Requerimientos	36
Marco Legal	41
Relaciones Diplomáticas entre Costa Rica y China.....	43
El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Costa Rica y China	44
Exportaciones a China	45
Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China	46
Logística de Exportación a China	49
Empaque y Embalaje para Exportación a China.....	51
Criterios Técnicos de Empaque y Embalaje	52
Características del Embalaje Exterior e Interior	52
Sostenibilidad en el Empaque y Embalaje.....	53
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	55
Enfoque.....	55

Cualitativo.....	55
Diseño	55
Tipo de Investigación.....	56
Fuentes de Información.....	57
Fuentes Primarias.....	57
Fuentes Secundarias.....	57
Población y Muestra	57
Población.....	57
Muestra	58
Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos	60
Descripción de los Instrumentos	60
Entrevista	60
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos	61
Diseño de Instrumentos.....	62
Recolección de Datos en el Contexto Natural.....	62
Análisis de Datos	62
Unidades de Análisis.....	57
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
Unidad de análisis 1: Certificación	58
Categoría1: Percepción de Calidad.....	59
Categoría2: Mercados internacionales	63
Categoría3: Oportunidades	68
Categoría4: Sostenibilidad	73
Unidad de Análisis 2: Internacionalización	77
Categoría1: Volumen de Exportaciones.....	78
Categoría2: Nuevos Mercados	83
Categoría 3: Estrategias	87
Categoría 4: Tácticas de Promoción	91
Unidad de análisis 3: Competitividad	95
Categoría 1: Satisfacción	96
Categoría 2: Competencia Internacional.....	100

Categoría 3: Métodos de Cultivo	103
Categoría 4: Capacidad de Producción.....	107
Categoría 5: Efectos de Certificación	111
Interpretación de los Datos.....	116
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
Conclusiones	117
Recomendaciones	120
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	123
Introducción	123
Objetivo General.....	123
Objetivos Específicos.....	123
Propuesta.....	124
Factibilidad	124
Estructura de la Plataforma.....	125
Actividades y Responsabilidades.....	126
Recursos.....	126
Cronograma de Implementación.....	127
Evaluación de Resultados	128
Referencias	129
APÉNDICES	131

Índice de tablas

Tabla 1. Desglose de la muestra.....	59
Tabla 2. Tabla de Unidades y Categorías de Análisis.....	57
Tabla 3. Unidades y categorías de análisis.....	57
Tabla 4. Estructura	125
Tabla 5. Distribución de las responsabilidades según actividad.	126
Tabla 6. Cronograma de implementación	127

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a Dios, mi fuente de fortaleza y sabiduría, quien me guio en cada paso de este proceso. A mis padres Vinicio y Ana Delfina, quienes, con su amor incondicional, sacrificios y enseñanzas, me han brindado todo el apoyo necesario para alcanzar mis metas. A mi familia, tanto a los que están presentes como a aquellos que nos acompañan desde el cielo, por su amor constante y por ser mi mayor fuente de inspiración. A todos los seres amados que me rodean, quienes han estado a mi lado, dándome ánimo y fuerza en todo momento. Este logro también es para ustedes.

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por darme la fuerza y la perseverancia necesarias para llegar hasta aquí. A mis padres, por su apoyo incansable, por su amor y por siempre creer en mí, incluso en los momentos más difíciles. A mi familia, por su constante respaldo y por enseñarme que los sueños son alcanzables con esfuerzo y dedicación. A todos mis seres queridos, tanto los que están físicamente conmigo como aquellos que ya no se encuentran entre nosotros, pero que siguen vivos en mi corazón. Gracias por haber estado siempre presentes en mi vida, guiándome y motivándome a seguir adelante; a cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento por ser mi fuente de inspiración y por ayudarme a alcanzar este logro tan significativo.

Asimismo, quiero agradecer de manera especial a todos los profesores y compañeros que encontré a lo largo de este camino. A mi tutora, por su orientación y apoyo constantes, y a la dirección de carrera, por brindarme las herramientas necesarias para continuar avanzando. Gracias por su dedicación y por contribuir de manera tan significativa a mi formación.

Resumen

La presente investigación analiza el impacto de la certificación Esencial Costa Rica en el sector agrícola piñero de la Región Huetar Norte, con el fin de evaluar su rol en la promoción de mercado y facilitar la exportación de piña hacia China durante el año 2023. Se estudia la implementación de dicha certificación, su influencia en la internacionalización del sector agrícola piñero y cómo esta puede potenciar la competitividad y sostenibilidad de los productores en mercados internacionales.

A través de un análisis detallado, se determina cómo la certificación Esencial Costa Rica contribuye a la expansión hacia el mercado chino, identificando sus beneficios y proponiendo la creación de una plataforma digital que integre herramientas educativas, de certificación y comerciales, con el objetivo de fortalecer la posición de los productores costarricenses en el mercado global.

La metodología de la investigación es de enfoque cualitativo, lo que permite explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los actores involucrados en el proceso de certificación y exportación de piña en la Región Huetar Norte hacia China. Se emplea un diseño fenomenológico, no experimental y seccional, con el objetivo de comprender las vivencias individuales y colectivas de los exportadores, sin intervenir en los fenómenos observados.

La investigación es descriptiva, centrada en caracterizar las experiencias de los participantes relacionados con la certificación Esencial Costa Rica y su influencia en el comercio internacional. La recolección de datos se realiza mediante entrevistas semi-estructuradas y cuestionarios, dirigidos a una muestra seleccionada de empresas exportadoras de piña que cumplen con dicha certificación. La información obtenida se analiza inductivamente, con el fin de identificar patrones y significados en las respuestas, brindando una visión detallada y contextualizada del impacto de la certificación en la exportación de piña hacia el mercado chino.

El análisis de datos en esta investigación cualitativa se llevó a cabo a través de entrevistas a expertos en la certificación Esencial Costa Rica y su impacto en la producción de piña en la región Huetar Norte. A partir de las 17 entrevistas, se obtuvo un total de tres unidades de análisis,

las cuales fueron organizadas según los objetivos específicos del estudio. Cada unidad se clasificó en categorías temáticas que permiten interpretar las percepciones de los participantes sobre la certificación, la internacionalización y la competitividad de los productos agrícolas. Esta metodología facilitó la identificación de patrones y relaciones clave entre variables como la percepción de calidad, las oportunidades en mercados internacionales y las estrategias de internacionalización, brindando un entendimiento integral del fenómeno investigado.

En conclusión, se determinó que la certificación Esencial Costa Rica ha fortalecido la percepción de calidad de los productos costarricenses en mercados internacionales, destacándolos como opciones responsables y sostenibles. Este atributo ha sido clave para generar confianza entre compradores y consumidores, facilitando la diferenciación frente a competidores globales y abriendo nuevas oportunidades comerciales para los productores del sector piñero de la región Huetar Norte.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

En el sector agrícola piñero de la región Huetar Norte, la marca Esencial Costa Rica adquiere una relevancia particular al ofrecer una ventaja competitiva a las empresas que buscan consolidarse en el mercado chino. Este sector, de gran importancia económica, ve en la certificación una vía para alinearse con estándares de sostenibilidad y calidad que exigen los mercados internacionales. Martínez y Soucasse (2000) explican que el proceso de licenciamiento asociado a la marca país requiere el cumplimiento de estándares rigurosos que refuerzan los valores de Esencial Costa Rica, proyectando una imagen de confiabilidad y responsabilidad ambiental que resulta atractiva en mercados como el chino.

La certificación Esencial Costa Rica fue concebida como una marca país que tiene el objetivo de proyectar a este como un destino atractivo en términos de turismo, exportación e inversión extranjera, pero con una identidad basada en la sostenibilidad, la innovación y el progreso social (Esencial Costa Rica, s.f.). Como explican Granados y Pacheco Revilla (2007), una marca país funciona como una estrategia de posicionamiento que permite a una nación destacarse en el escenario global mediante el uso de elementos distintivos, tales como símbolos y colores específicos que representan los valores nacionales y los muestran en mercados internacionales.

En el caso de Costa Rica, este sello verde utiliza la sostenibilidad ambiental como su principal diferenciador, promoviendo una imagen que atrae tanto a turistas como a inversionistas, aunque, según Saborío (citado por Villalobos, 2015), el interés ambiental de la marca se presenta principalmente como un valor añadido, mientras que el enfoque económico prevalece.

No obstante, el proceso de licenciamiento para obtener la certificación Esencial Costa Rica implica el cumplimiento de altos estándares de sostenibilidad y responsabilidad social, un desafío considerable para los pequeños y medianos productores agrícolas de la región Huetar Norte. Rodríguez, Obando y Acuña (2018) destacan que esta región, con cantones como Los Chiles, Upala y Guatuso, enfrenta dificultades significativas, especialmente en términos de financiamiento y capacitación.

Muchos de estos productores, que suelen operar en cooperativas como Coopepiña o asociaciones como AsoNorte, carecen de los recursos necesarios para implementar las mejoras sostenibles que la certificación exige (Obando, 2017). Además, como afirma Blanco Picado (2013), la producción de piña en Costa Rica está dominada por grandes empresas transnacionales que poseen la infraestructura necesaria para la exportación y certificación internacional, relegando a los pequeños productores a roles secundarios en la cadena productiva.

Otro aspecto que dificulta el acceso a la certificación Esencial Costa Rica en la región Huetar Norte es la limitada información y capacitación en torno a los beneficios de esta licencia. Valverde (2017) subraya que, aunque el uso de la marca país no conlleva costos económicos directos, la falta de conocimiento sobre sus beneficios y requisitos limita la motivación de los productores para optar por esta certificación. Sin una comprensión clara de las ventajas competitivas que la certificación podría aportar, como el acceso a mercados internacionales y la mejora de la reputación empresarial, los productores locales no perciben esta inversión como una prioridad. (Granados & Pacheco Revilla, 2007).

La creciente demanda internacional de piña, especialmente en el mercado asiático, ofrece una oportunidad valiosa para los productores costarricenses. Sin embargo, a pesar de que Costa Rica es uno de los principales exportadores mundiales de piña, su participación en el mercado asiático sigue siendo limitada, representando apenas un 1% de las exportaciones de piña al continente (Procomer, 2017).

Como indica Aizpurúa, Escudero, Negrete y Palacios Monti (s.f.), el objetivo central de Esencial Costa Rica es atraer inversión extranjera y generar ingresos adicionales, y la penetración en el mercado chino representa una oportunidad alineada con este propósito. Sin embargo, los competidores regionales, como Filipinas y Tailandia, poseen ventajas logísticas que limitan la competitividad costarricense en esta región. (Acuña, 2019).

Ante estos desafíos, es imperativo analizar en qué medida la certificación Esencial Costa Rica podría mejorar la competitividad de los productores piñeros en la región Huetar Norte, abordando barreras como la falta de financiamiento, conocimiento y capacitación en prácticas

sostenibles. Este análisis es crucial para identificar políticas de apoyo que permitan superar las barreras actuales y fortalecer el posicionamiento de la piña costarricense en mercados internacionales, especialmente en Asia. Con base en lo expuesto anteriormente se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo utilizar la certificación esencial Costa Rica en el sector agrícola piñero de la región Huetar Norte Costarricense para promoción de mercado con miras a la exportación al mercado de China en 2023?

Justificación

La región Huetar Norte de Costa Rica se destaca como un importante centro de producción y exportación agrícola, particularmente en el cultivo de piña. Esta área, rica en tierras fértiles gracias a su cercanía con volcanes y su clima tropical (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2011), contribuye significativamente a la economía costarricense, representando el 67% del área total de cultivo de piña en el país en 2018 (Vargas et al., 2020). Sin embargo, a pesar de sus logros, la región enfrenta desafíos en términos de competitividad y sostenibilidad que afectan su acceso a mercados internacionales, especialmente al asiático, donde Costa Rica aún tiene una presencia limitada, con solo un 1% de las exportaciones de piña dirigidas a Asia. (Procomer, 2017).

En este contexto, la certificación Esencial Costa Rica se presenta como una herramienta estratégica para promover la diferenciación de los productos agrícolas costarricenses en el ámbito internacional. Esta certificación, creada oficialmente en 2013 y consolidada en 2016, tiene como objetivo proyectar a Costa Rica como un país que apuesta por la sostenibilidad, la innovación y el progreso social, a la vez que busca atraer inversión extranjera y fortalecer su presencia en mercados globales (Esencial Costa Rica, s.f.). Según Aizpurúa et al. (s.f.), la prioridad de esta marca país es fomentar el crecimiento económico, pero en su enfoque también integra valores ambientales y culturales que potencian la identidad nacional como un atractivo diferenciador.

La certificación Esencial Costa Rica otorga un valor añadido a las empresas costarricenses, al permitirles utilizar la marca país en productos, eventos y materiales promocionales, reflejando así su compromiso con estándares de sostenibilidad y calidad. Esto es particularmente relevante en el sector piñero de la región Huetar Norte, donde las empresas necesitan diferenciarse para competir efectivamente en el mercado asiático, un territorio que representa una oportunidad significativa de crecimiento, debido a su creciente demanda de piña. (Procomer, 2017). Sin embargo, según Valverde (2017), la implementación de las prácticas sostenibles requeridas por Esencial Costa Rica implica una inversión considerable que muchos pequeños y medianos productores no pueden asumir sin apoyo adicional.

La certificación, en este sentido, puede funcionar como un motor de competitividad y desarrollo económico al facilitar el acceso a nuevos mercados y contribuir a la generación de empleo en la región. De acuerdo con Barrientos (2014), la marca país no solo fortalece la proyección internacional, sino que también puede atraer inversión extranjera directa y facilitar la inserción de productos locales en mercados extranjeros. Al obtener la certificación, las empresas piñeras de la región Huetar Norte podrían mejorar su posición competitiva frente a otros países exportadores de piña, como Filipinas y Tailandia, quienes ya dominan el mercado asiático debido a su proximidad geográfica y costos competitivos. (Acuña, 2019).

Desde una perspectiva social, la certificación Esencial Costa Rica también contribuye al desarrollo humano de la región Huetar Norte. La creación de empleo y la capacitación en prácticas sostenibles pueden mejorar la calidad de vida de los habitantes, quienes dependen en gran medida de la industria agrícola (Rodríguez, Obando & Acuña, 2018). Además, la colaboración entre empresas y universidades locales, como se ha observado en la relación entre instituciones académicas y empresas, fomenta un entorno propicio para la innovación y el desarrollo profesional (Procomer, 2020). Esta sinergia es fundamental para asegurar un crecimiento económico inclusivo, donde tanto las grandes como las pequeñas empresas puedan beneficiarse y contribuir al bienestar social.

Esencial Costa Rica también fortalece la identidad cultural y la imagen nacional. Como señalan Granados y Pacheco Revilla (2007), la marca país no solo se utiliza como herramienta

de promoción económica, sino también como un símbolo de identidad que proyecta los valores y tradiciones de una nación en el escenario internacional. Este reconocimiento global de la identidad costarricense a través de productos certificados, como la piña, beneficia a las comunidades de la región Huetar Norte al fomentar un sentido de orgullo y pertenencia que fortalece la cohesión social y la motivación para alcanzar estándares de excelencia en sus prácticas agrícolas.

Uno de los pilares de la certificación Esencial Costa Rica es la sostenibilidad ambiental, un valor que Costa Rica ha promovido como parte de su identidad nacional. (Esencial Costa Rica, s.f.). En el contexto de la producción de piña, la adopción de prácticas sostenibles es crucial para mitigar el impacto ambiental y mejorar la reputación de la industria ante consumidores y socios comerciales que valoran la responsabilidad ambiental en sus decisiones de compra. (Granados & Pacheco Revilla, 2007). La certificación permite a las empresas de la región Huetar Norte comprometerse con prácticas más responsables, lo que, a su vez, ayuda a preservar la biodiversidad y los recursos naturales de la región.

No obstante, como indica Saborío (citado por Villalobos, 2015), el enfoque económico de la certificación Esencial Costa Rica puede hacer que la sostenibilidad ambiental sea vista como un valor secundario. Este desafío requiere una mayor concienciación entre los productores sobre la importancia de la sostenibilidad, así como la creación de programas de capacitación y financiamiento que faciliten la adopción de prácticas sostenibles en la región. (Obando, 2017). Con estas medidas, la certificación podría ayudar a transformar la industria piñera en un sector más responsable y alineado con los objetivos de conservación y sostenibilidad que Costa Rica promueve en el ámbito internacional.

El mercado asiático de la piña, liderado por China, representa una oportunidad de expansión para los productores de la región Huetar Norte. Aunque Costa Rica es el mayor exportador mundial de piña, su presencia en Asia sigue siendo limitada debido a factores como la distancia geográfica y la competencia de otros países productores. (Procomer, 2017). La certificación Esencial Costa Rica se presenta como una estrategia para superar estas barreras,

permitiendo a los productores costarricenses posicionarse en el mercado asiático con una propuesta de valor basada en la sostenibilidad y la calidad.

La investigación de Procomer (2020) sugiere que los consumidores asiáticos valoran cada vez más la sostenibilidad en los productos importados, lo que convierte a la certificación en una ventaja competitiva para las empresas costarricenses. Además, como indican Granados y Pacheco Revilla (2007), el uso de la marca país como un distintivo de calidad facilita la recordación y el reconocimiento de los productos en mercados saturados, ofreciendo a las empresas licenciadas una plataforma de visibilidad y diferenciación que les permita competir efectivamente en Asia y otras regiones.

La certificación Esencial Costa Rica ofrece múltiples beneficios potenciales para el sector agrícola piñero de la Región Huetar Norte, tanto a nivel económico como social, ambiental y estratégico. Sin embargo, su implementación enfrenta retos significativos en términos de financiamiento y capacitación que limitan la capacidad de los pequeños y medianos productores para cumplir con los estándares de sostenibilidad requeridos. Esta investigación, por lo tanto, justifica la necesidad de explorar cómo el acceso a esta certificación puede mejorar la competitividad de la piña costarricense en el mercado chino y contribuir al desarrollo sostenible de la región Huetar Norte.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la funcionalidad de la marca Esencial Costa Rica en el sector agrícola piñero de la región Huetar Norte Costarricense para la promoción de mercado con miras a la exportación a China en 2023.

Objetivos Específicos

Identificar el uso de la certificación Esencial Costa Rica en el sector agrícola de la región Huetar Norte.

Determinar la internacionalización del sector piñero de la región Huetar Norte costarricense al mercado de China en 2023.

Identificar los beneficios de la certificación Esencial Costa Rica para la internacionalización de la piña hacia China.

Crear una plataforma digital con recursos educativos, herramientas de certificación y un mercado digital para el fortalecimiento de la sostenibilidad y competitividad de los productores agrícolas costarricenses en mercados internacionales.

Antecedentes

Tesis Internacionales

El primer antecedente es el estudio de Sacaquirin y Armijos (2022), titulado “Análisis de la Cultura de Negociación China y su Influencia en el Comercio Bilateral con Ecuador entre el 2010-2017”, realizado para optar por el grado de Licenciado en Estudios Internacionales con mención Bilingüe en Comercio Exterior en la Universidad del Azuay. El objetivo principal de esta investigación fue analizar la interdependencia asimétrica entre China y Ecuador mediante un enfoque histórico para comprender las motivaciones detrás de la decisión de China de negociar con Ecuador.

La metodología empleada fue mixta, utilizando revisión bibliográfica y encuestas para recopilar información relevante sobre el contexto comercial y las relaciones bilaterales entre ambos países. Como conclusión, el estudio señaló que el comportamiento educado de los

negociadores es determinante para alcanzar el éxito en las relaciones bilaterales. (Sacaquirin & Armijos, 2022, p. 57).

Este antecedente es útil para la presente investigación, ya que proporciona un análisis detallado de la cultura china de negociación, crucial para desarrollar una estrategia efectiva para negociar la exportación de piña a China, adaptándose a las prácticas y expectativas de los negociadores chinos.

El segundo antecedente es el estudio de Godoy y Ortega (2012), titulado “Antecedentes y Pautas para Importar y Exportar Desde y Hacia China”, realizado para optar por el título de Ingeniero Comercial con Mención en Administración en la Universidad de Chile. El objetivo principal fue desarrollar una guía de aspectos relevantes al establecer relaciones comerciales entre China y Chile, considerando la cultura china y experiencias previas de empresas chilenas.

La metodología fue cualitativa, basada en revisión bibliográfica y entrevistas para obtener una comprensión completa de los elementos culturales y comerciales necesarios para establecer relaciones exitosas. Como conclusión, los autores resaltaron que comprender la economía y cultura de China es un paso esencial para comenzar relaciones comerciales, enfatizando también la importancia de profundizar en su historia. (Godoy & Ortega, 2012, p. 87).

Este antecedente aporta conocimientos relevantes sobre la cultura y economía chinas, aspectos esenciales para evitar malentendidos y mejorar la comunicación en el contexto de la exportación de piña costarricense a China.

El tercer antecedente es el estudio de Baleta (2016), titulado “Características y Análisis de la Cultura de Negocios China para el Diseño de Estrategias de Empresas Colombianas”, realizado para optar por el grado de Magíster en Administración en la Universidad Tecnológica de Bolívar. El objetivo principal de esta investigación fue caracterizar y analizar los aspectos de la cultura china de negocios que permitan diseñar estrategias para empresas colombianas interesadas en negociar en China.

La metodología fue cualitativa, utilizando revisión bibliográfica para identificar los factores culturales y comerciales relevantes. La conclusión del estudio destacó que la política de expansión comercial de China hacia Latinoamérica representa una oportunidad para los empresarios de la región, quienes deben estar preparados para adaptarse al contexto económico y social de este país. (Baleta, 2016, p. 152).

Este antecedente es valioso para la investigación, ya que ofrece un marco para el diseño de estrategias adaptadas al contexto comercial chino, aplicable en el desarrollo de planeación de exportación para la piña costarricense.

El cuarto antecedente es el estudio de Carlosama (2022), titulado “La Política Comercial de China y su Efecto en el Comercio Internacional de la UE: El Caso de Alemania y Francia”, realizado para optar por el grado de Maestría de Investigación en Relaciones Internacionales con mención en Negociación y Cooperación Internacional en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. El objetivo principal de esta investigación fue explicar cómo la política comercial de China influye en el comercio internacional con Alemania y Francia en el periodo 2013-2020.

La metodología fue cualitativa y se basó en la revisión bibliográfica para analizar las relaciones comerciales y los efectos de la interdependencia asimétrica. El estudio concluyó que la política comercial de China, caracterizada por su protección y poder comercial, afecta significativamente las estructuras comerciales de Alemania y Francia, generando costos en estas naciones. (Carlosama, 2022, p. 100).

Este antecedente proporciona un análisis profundo de la política comercial china y su impacto, lo cual es útil para entender cómo estas políticas pueden influir en la exportación de piña costarricense a China y adaptar las estrategias comerciales en función de las normativas chinas.

Tesis Nacionales

El primer antecedente es el estudio de Céspedes (2018), titulado “Factores a Considerar a la Hora de Negociar Exportaciones Agrícolas en el Mercado Chino”, realizado para optar por el grado de Licenciatura en Comercio Internacional en la Universidad Internacional de las Américas. El objetivo principal de esta investigación fue identificar los principales factores que deben tomar en cuenta las empresas nacionales del sector agrícola exportador al negociar con las empresas chinas. El estudio exploró elementos clave de la cultura y el entorno económico chino, así como el rol del Gobierno costarricense en el asesoramiento de las empresas interesadas en exportar a China.

En cuanto a la metodología, el estudio empleó un enfoque cualitativo y utilizó entrevistas para obtener información relevante sobre los factores críticos en las negociaciones. Como conclusión, se determinó que Costa Rica proporciona un soporte sólido a los exportadores hacia China a través de Procomer y otras entidades, facilitando la preparación para ingresar a mercados nuevos.

Respecto al aporte de esta investigación, el principal es que brinda información sobre estrategias de negociación y aspectos regulatorios en China que son útiles para entender los estándares y estrategias necesarios para exportar productos agrícolas a ese mercado, especialmente en la promoción de piña costarricense.

El segundo antecedente es el estudio de Suárez (2021), titulado “Viabilidad de Implementar una Indicación Geográfica a Través de una Marca Colectiva Para el Sector Piñero en la Región Huetar Norte, Costa Rica”, realizado para optar por el grado de Licenciatura en Administración del Comercio Exterior en la Universidad Técnica Nacional. El objetivo principal de la investigación fue analizar la viabilidad de implementar una indicación geográfica a través de una marca colectiva para mejorar el prestigio del sector piñero costarricense a nivel internacional.

La metodología empleada fue cualitativa y se basó en entrevistas, principalmente con representantes de CANAPEP, para comprender el estado actual de la producción piñera y los

posibles beneficios de una indicación geográfica. El estudio concluyó que la piña costarricense posee un alto prestigio a nivel internacional y que la mayoría de las exportaciones provienen de la región Huetar Norte.

En cuanto al aporte de esta investigación, el estudio destaca la importancia de la marca colectiva para mejorar la competitividad del sector y aumentar su valor agregado, proporcionando una base para la adopción de la certificación Esencial Costa Rica en el sector piñero.

El tercer antecedente es el estudio de Barrantes (2019), titulado “Inconvenientes en la Aplicación del Tratado de Libre Comercio entre la República Popular de China y la República de Costa Rica”, realizado para optar por el grado de Licenciatura en Comercio Internacional con Énfasis en Gestión Aduanera en la Universidad Internacional de las Américas. El objetivo principal fue analizar los inconvenientes en la aplicación del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre China y Costa Rica desde su entrada en vigencia hasta el primer semestre de 2018.

Este estudio utilizó una metodología cualitativa, empleando entrevistas para identificar los problemas en la implementación del TLC. Como conclusión, se identificó que los principales problemas radican en la emisión incorrecta de certificados de origen y en ciertas lagunas normativas que afectan el aprovechamiento de los beneficios arancelarios.

Respecto al aporte de esta investigación, los hallazgos proporcionan una perspectiva sobre las dificultades que enfrentan los exportadores costarricenses en el cumplimiento de las normativas chinas, lo cual es relevante para identificar obstáculos y soluciones en el comercio internacional de productos como la piña.

El cuarto antecedente es el estudio de León (2018), titulado “Resultados Comerciales Generados Desde la Entrada en Vigencia del Tratado de Libre Comercio Costa Rica-China: Desde las Exportaciones del Sector Agrícola Costarricense”, realizado para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Comercio Internacional en la

Universidad Latina. El objetivo principal fue analizar los resultados comerciales derivados del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China en el sector agrícola costarricense.

La metodología utilizada fue cualitativa, basada en una revisión bibliográfica para evaluar el impacto del TLC en las exportaciones agrícolas. El estudio concluyó que las iniciativas comerciales gubernamentales han sido fundamentales para el desarrollo económico y para identificar oportunidades de diversificación de productos en el mercado chino.

Respecto al aporte de esta investigación, se destaca la relevancia de aprovechar los acuerdos comerciales y la demanda del mercado chino para productos agrícolas, lo cual resulta aplicable al análisis de oportunidades de exportación para el sector piñero en Costa Rica.

Proyecciones

Se realizará una revisión de registros y documentación oficial sobre la implementación de la certificación Esencial Costa Rica en empresas agrícolas de la Región Huetar Norte.

Se analizará el impacto que ha tenido la certificación en la competitividad y sostenibilidad de las empresas de esta región.

Se identificarán los principales desafíos y beneficios que las empresas perciben al adoptar esta certificación.

Se llevará a cabo un análisis de mercado enfocado en la demanda y preferencias de los consumidores chinos hacia la piña costarricense.

Se examinarán las regulaciones y barreras comerciales existentes entre Costa Rica y China que podrían afectar la exportación de piña.

Se realizarán entrevistas con exportadores y expertos en comercio internacional para obtener información directa sobre las condiciones del mercado chino.

Se evaluarán las ventajas competitivas que la certificación Esencial Costa Rica puede ofrecer en el mercado chino, considerando especialmente la percepción de calidad y sostenibilidad.

Se investigarán las preferencias de los consumidores chinos en relación con productos certificados y sostenibles.

Se conducirán estudios de mercado y entrevistas con exportadores para evaluar el impacto de la certificación en la demanda y aceptación del producto en China.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

La Piña

La piña, cuyo nombre botánico es *Ananas comosus L.* y pertenece a la familia *Bromeliaceae*, es una planta monocotiledónea, herbácea y perenne que se originó en América del Sur, en la región de Mato Grosso, entre Uruguay y Brasil (Jiménez, 1999; Bartholomew et al., 2003; Garita, 2014). Su nombre común, ananás, proviene de la combinación de los términos “a” por “fruta” y “nana” por “sabrosa,” y fue utilizado por los nativos americanos para denominar a este fruto dulce y de sabor característico. Según Garita (2014), los españoles descubrieron la piña en el segundo viaje de Cristóbal Colón a Isla Guadalupe, donde observaron que los habitantes locales ya habían domesticado el cultivo y poseían un profundo conocimiento sobre su selección y el ciclo de producción.

A partir del descubrimiento de la piña, su cultivo se expandió rápidamente por Europa. Para finales del siglo XVII se cultivaba en invernaderos europeos y durante los siglos XVIII y XIX, el conocimiento sobre su producción llegó a otras regiones del mundo. Actualmente, la piña se cultiva en todas las regiones tropicales debido a su adaptabilidad a diversos climas. (Bartholomew et al., 2003).

Características Morfológicas y de Crecimiento

La planta de piña presenta una inflorescencia compuesta por entre cien y doscientas flores dispuestas en espiral y fusionadas al eje central de la planta, lo que da origen a un fruto compuesto que es apreciado en todo el mundo. Este proceso de floración dura entre treinta y sesenta días, y el fruto maduro está listo para cosechar aproximadamente 135 días después de la aparición de la flor. (Bartholomew et al., 2003). La forma del fruto puede variar entre cilíndrica y piramidal, y su peso depende de factores como la variedad cultivada, la densidad de siembra, el clima y el manejo agronómico aplicado a la plantación.

En términos de rentabilidad, aunque el cultivo de piña es perenne, generalmente es rentable solo durante las primeras dos cosechas, las cuales en Costa Rica se producen en un

período aproximado de dos años y medio. Este ciclo de producción ha permitido que la piña se convierta en una fuente importante de divisas para el país, principalmente a través de la exportación hacia mercados como Estados Unidos y Europa. (Bartholomew et al., 2003; Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 1991).

Clima y Suelo Requeridos para el Cultivo

La planta de piña es típica de zonas con clima tropical y se cultiva principalmente en elevaciones que van desde el nivel del mar hasta los 900 metros sobre el nivel del mar. (MAG, 1991). Las temperaturas óptimas para su crecimiento oscilan entre 23 y 30 °C, si están fuera de este rango, pueden reducir significativamente el desarrollo de las hojas, así como la calidad y maduración del fruto. Además, la alta luminosidad es un factor que favorece el rendimiento del cultivo, aportando una buena coloración a la cáscara y mejorando la calidad del fruto.

En cuanto a las necesidades hídricas, la piña es una planta relativamente resistente a la sequía, debido a su capacidad de absorber agua de la humedad atmosférica. No obstante, aunque puede soportar períodos secos, la falta de agua durante etapas cruciales, como la siembra y la formación del fruto, puede retrasar el crecimiento y reducir el tamaño de la piña. Las zonas con mucha lluvia también afectan negativamente la calidad del fruto, pues aumentan su acidez y reducen el contenido de azúcar, lo que perjudica su valor comercial. (MAG, 1991).

Zonas de Cultivo en Costa Rica

La piña se cultiva en diversas regiones debido a su importancia económica. Las principales zonas productoras incluyen Buenos Aires de Puntarenas, San Carlos, Sarapiquí, Grecia, Siquirres, Guápiles, Pérez Zeledón, Esparza y Orotina. (MAG, 1991). En lugares de baja precipitación, la siembra se suele realizar en mayo, coincidiendo con el inicio de la temporada de lluvias, mientras que en zonas como San Carlos y Sarapiquí, donde la piña puede cultivarse todo el año, se prefiere sembrar en agosto para evitar la floración natural que ocurre en noviembre y diciembre. Con la implementación de sistemas de riego, el cultivo de la piña puede realizarse en cualquier época del año.

Variedades Cultivadas y Características de la Semilla

En Costa Rica, las dos principales variedades comerciales de piña son Cayena Lisa y Monte Lirio. La Cayena Lisa es reconocida por su color naranja rojizo, su gran tamaño y alto contenido de azúcares, lo que la convierte en una variedad popular tanto en el mercado internacional como para la industrialización. (MAG, 1991). La Monte Lirio, por otro lado, es una variedad autóctona de Centroamérica, conocida por su sabor y aroma intensos, y se utiliza principalmente para consumo fresco en el mercado local.

La propagación de la piña se realiza a través de diferentes tipos de brotes, como hijuelos, brotes de tallo y coronas, los cuales se pueden obtener de las plantaciones existentes en el país. Este proceso de propagación requiere de una cuidadosa desinfección de la semilla para evitar enfermedades y plagas, utilizando productos insecticidas y fungicidas específicos. (MAG, 1991).

Sistemas de Siembra y Densidad

El cultivo de piña en Costa Rica se lleva a cabo bajo diversos sistemas de siembra, como el hawaiano de hileras gemelas, el de línea sencilla y el de múltiples hileras. En plantaciones de alta tecnología, como las de la empresa Pindeco S.A., se utiliza el sistema hawaiano con una densidad de siembra de hasta 72 000 plantas por hectárea, lo cual requiere una fertilización rigurosa para mantener la calidad del fruto. (MAG, 1991).

Manejo Agronómico y Control de Plagas

El manejo agronómico de la piña incluye prácticas como la fertilización, el control de malezas y la aplicación de hormonas para inducir la floración. La fertilización se enfoca principalmente en nitrógeno y potasio, esenciales para el rendimiento y la calidad de la fruta. La aplicación foliar de micronutrientes complementa las necesidades nutricionales de la planta, garantizando un crecimiento saludable. (MAG, 1991).

El control de plagas es otra parte fundamental del manejo del cultivo. Las plagas más comunes incluyen la cochinilla harinosa (*Dysmicoccus brevipes*), que succiona savia de las raíces

y puede transmitir el virus de la marchitez de la piña, y la larva de *Thecla basalides*, que daña el fruto. (MAG, 1991). En el caso de las enfermedades, las principales amenazas incluyen la pudrición del cogollo causada por *Erwinia sp.*, y el “clavo de la piña”, provocado por hongos como *Penicillium funiculosum*. La prevención y el control de estas enfermedades se manejan con medidas agronómicas específicas, como el uso de material de siembra sano, el drenaje adecuado del suelo y la eliminación de frutos enfermos.

Impacto Económico de la Piña en Costa Rica

La producción de piña en Costa Rica representa uno de los sectores agrícolas más dinámicos y con mayor impacto económico en el país, el Estado costarricense y sus instituciones asumen la responsabilidad de regular y controlar la expansión de este cultivo. Sin embargo, existen discrepancias notables en la cantidad exacta de hectáreas cultivadas, lo cual varía según la fuente consultada. (Rodríguez et al., 2018). De acuerdo con el Sistema de Monitoreo de Cambio de Uso de la Tierra en Paisajes Productivos (MOCUPP), que utiliza imágenes satelitales, el área cultivada de piña en 2016 alcanzó las 58 000 hectáreas, cifra que supera ampliamente las 11 000 reportadas en el año 2000 y difiere significativamente de los datos del VI Censo Agropecuario de 2014. (MOCUPP, 2016).

Esta inconsistencia en la información refleja una deficiente planificación y falta de control en la expansión de los monocultivos, particularmente en la escala local, donde los Gobiernos carecen de registros específicos sobre la extensión y distribución de fincas dedicadas a este cultivo. En municipios como Los Chiles y Upala, la ausencia de planes reguladores impide una adecuada delimitación de áreas aptas para la expansión de estos cultivos, lo que complica aún más el control. (Rodríguez et al., 2018).

El Estado tiene un papel fundamental en la regulación y gestión de los recursos naturales, la falta de regulaciones estrictas ha permitido una expansión acelerada de monocultivos de piña, lo cual ha acentuado los impactos ambientales y sociales de esta actividad. El desarrollo de estos monocultivos en Costa Rica no solo responde a los intereses económicos de empresas transnacionales, sino que también ha sido promovido por el Estado, que ha invertido en

infraestructura y en investigaciones tecnológicas para posicionar este cultivo a nivel global. (Avendaño et al., 2014).

Según Osorio (2014), el aparato estatal en Costa Rica no actúa de manera neutral; sus acciones están dirigidas a beneficiar a ciertos grupos de poder que influyen en las intervenciones y decisiones del Estado en función de sus propios intereses. Este enfoque favorece el modelo agroexportador y la expansión de los monocultivos, lo cual ha generado un panorama beneficioso para las grandes empresas, pero ha impuesto altos costos sociales, económicos y ambientales en las comunidades rurales que dependen de esta actividad.

La falta de contribuciones fiscales por parte de las empresas piñeras y los importantes subsidios que reciben limitan los beneficios económicos de esta actividad para el país. Aunque la piña genera empleo en las zonas rurales, sus aportes al desarrollo regional son mínimos. Durante investigaciones de campo, al preguntar a campesinos, trabajadores, productores y activistas sobre los beneficios de la piña, la respuesta predominante fue “a nosotros no nos queda nada”. (Rodríguez et al., 2018).

Según el documental “Costa Rica pura piña”, realizado en el año 2016 por el programa Era Verde del Canal 15 de la Universidad de Costa Rica, el 43% del precio de venta de una piña se destina al supermercado europeo que la comercializa, el 22.3% corresponde a costos de transporte y aranceles, el 25% a gastos de producción y solo el 9.3% al pago de trabajadores. Estos datos reflejan la limitada participación de la mano de obra local en las ganancias generadas por este cultivo.

Costa Rica es actualmente el principal exportador mundial de piña fresca, superando a otros productores importantes como Brasil, Filipinas, Tailandia e Indonesia. La consolidación de este liderazgo global se debe a las condiciones agroecológicas favorables, los avances en biotecnología y la eficiencia en la cadena productiva, desde la producción hasta la logística de exportación. (Guevara et al., 2017).

Este sistema agroindustrial ha impulsado un crecimiento significativo en la economía costarricense y el sector de la piña ha demostrado una tendencia a diversificarse, con productos como jugos y piñas deshidratadas, destinados tanto al consumo local como a la exportación. La diversificación productiva del sector permite reducir costos y mejorar la productividad, además de generar un impacto positivo en las comunidades rurales, donde la piña es una de las pocas opciones de empleo para la población menos calificada.

La actividad piñera se distribuye a lo largo del país, concentrándose en áreas rurales con niveles de desarrollo relativamente bajos. Con más de 250 productores y 43 000 hectáreas de cultivo, la producción de piña contribuye al desarrollo social y económico en regiones como la Zona Norte, el Pacífico y el Caribe costarricense, donde genera una importante fuente de empleo. (CANAPEP, 2016).

En muchas comunidades rurales la producción y procesamiento de piña son la principal actividad económica, generando empleos directos e indirectos y fomentando encadenamientos productivos con otras industrias. Esta interconexión entre sectores implica una relación simbiótica en la que las actividades relacionadas, como la fabricación de jugos, los servicios de transporte, la refrigeración y la infraestructura, se ven beneficiadas por el dinamismo del sector piñero.

El impacto económico de la piña en Costa Rica se refleja en su efecto multiplicador. Según la matriz insumo-producto, cada 100 millones de colones generados por la piña impactan la economía costarricense en 171 millones de colones adicionales. (Guevara et al., 2017). Este efecto multiplicador se manifiesta principalmente en actividades proveedoras de insumos y servicios, incluyendo el comercio, el mantenimiento de vehículos y el transporte.

La industria piñera no solo genera empleo directo en el campo, sino que también fomenta la creación de empleos indirectos en sectores como la fabricación de papel, servicios agrícolas y alquiler de maquinaria, entre otros. Este panorama posiciona a la piña como un catalizador económico en áreas con limitado desarrollo industrial, fortaleciendo la economía de comunidades vulnerables y promoviendo el progreso social en la región.

La industria piñera genera aproximadamente 120,000 empleos indirectos y otros 32,000 empleos directos, beneficiando especialmente a las personas menos calificadas en zonas rurales (Guevara et al., 2017). Los trabajadores en el sector piñero reciben salarios relativamente altos en comparación con otras actividades agrícolas, lo cual representa una fuente de ingresos esencial en cantones con bajo desarrollo social y económico.

Además de la generación de empleo, el sector de la piña en Costa Rica se ha caracterizado por un compromiso con la sostenibilidad y las prácticas sociales responsables. La mayoría de las plantaciones de piña cuentan con certificaciones socioambientales que aseguran el cumplimiento de normativas internacionales y mejoran la competitividad en los mercados globales.

Sin embargo, existen disparidades en el cumplimiento de estas normativas, especialmente en plantaciones de menor tamaño. La investigación de campo ha mostrado que los productores pequeños enfrentan dificultades para cumplir con los estándares de seguridad ocupacional, aseguramiento de salario mínimo y acceso a servicios básicos. Estos desafíos sugieren la necesidad de apoyo adicional para que estos pequeños productores puedan mantener sus certificaciones y acceder a mercados más exigentes.

Desde una perspectiva ambiental, la industria piñera ha realizado avances en la gestión de residuos sólidos, logrando una alta eficiencia en el manejo de desechos de corona y envases. No obstante, el manejo de residuos líquidos, como aguas residuales y subproductos de postcosecha, sigue representando un reto significativo, especialmente para los productores de menor escala. (Guevara et al., 2017). La mejora en las prácticas ambientales y sociales del sector requiere intervenciones simples, pero efectivas, que no solo garanticen la sostenibilidad, sino que también mejoren las condiciones laborales y ambientales para los trabajadores y las comunidades en áreas rurales.

Con base en lo anterior, el impacto económico de la producción de piña en Costa Rica es notable, tanto a nivel local como nacional. La actividad no solo impulsa la economía mediante exportaciones y generación de empleo, sino que también contribuye al desarrollo social en

regiones rurales. Sin embargo, los desafíos en la gestión ambiental y el cumplimiento de normativas sociales indican la necesidad de apoyo gubernamental y de estrategias que permitan a los pequeños productores sostener prácticas sostenibles y mejorar la competitividad del sector. La producción de piña representa una oportunidad económica para el país, pero también plantea una responsabilidad para que el desarrollo económico esté alineado con el bienestar social y la sostenibilidad ambiental.

Producción de Piña en la Región Huetar Norte

Esta zona comprende los cantones de Upala, Los Chiles, Guatuso, San Carlos, y Sarapiquí, así como los distritos de Sarapiquí en el cantón de Alajuela, Río Cuarto en el cantón de Grecia y Peñas Blancas en el cantón de San Ramón, todos ubicados en la provincia de Alajuela. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2011), esta zona abarca aproximadamente 7662.46 km², con una configuración geográfica diversa que incluye áreas planas, montañosas y llanuras de gran fertilidad debido a su cercanía a volcanes.

Dicho territorio cuenta con un clima tropical, caracterizado por temperaturas que oscilan entre 20 °C y 26 °C, y una precipitación anual promedio que varía entre 3000 y 4500 mm. (Instituto de Desarrollo Rural [INDER], 2015). Estos factores climáticos y geográficos crean un ambiente óptimo para la producción agrícola, especialmente para el cultivo de piña, que requiere un clima cálido y húmedo para un crecimiento óptimo.

La posición estratégica de la región Huetar Norte, próxima a la frontera con Nicaragua, aporta un elemento sociocultural adicional, al ser un área bicultural con un alto flujo migratorio. Según Granados et al. (2015), esta diversidad cultural y el dinamismo social resultante han promovido un enfoque en el trabajo agrícola, donde la población local se caracteriza por una fuerte ética de trabajo y una inclinación hacia la innovación y la investigación agrícola. En términos de producción, esta zona es reconocida por la diversidad y calidad de sus productos agrícolas, entre los que destacan la yuca, plátano, cacao, caña de azúcar, y piña, además de la ganadería. La piña, en particular, es un producto de alta demanda en mercados internacionales, y su cultivo en la región Huetar Norte ha permitido que Costa Rica se mantenga como uno de los principales exportadores de esta fruta a nivel mundial.

La fertilidad del suelo en la región Huetar Norte es otro factor crucial para su producción agrícola. Según Procomer (2020), esta región posee suelos ricos en minerales gracias a la proximidad de volcanes, lo que aporta nutrientes esenciales a los cultivos y contribuye a la calidad de los productos. Este beneficio, combinado con un clima favorable, permite que los cultivos tengan altos niveles de nutrientes y presenten una calidad adecuada para la exportación.

La abundancia de lluvias en esta zona es ideal para cultivos como la piña, aunque la piña tiene la capacidad de resistir épocas de sequía, debido a su habilidad para absorber agua de la humedad atmosférica. (MAG, 2007). Sin embargo, el exceso de humedad puede afectar la calidad del fruto, incrementando su acidez y disminuyendo su dulzura, lo que implica la necesidad de prácticas de manejo específicas para mantener las condiciones óptimas del suelo y garantizar la calidad del cultivo. (MAG, 2010).

La producción de piña en la región Huetar Norte ha sido impulsada por su potencial económico, ya que este producto ha llegado a ocupar un lugar importante en las exportaciones agrícolas de Costa Rica. Según Procomer (2022), la piña figura entre los diez principales productos exportados a Europa, gracias a la capacidad productiva del país y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles que cumplen con los estándares internacionales. Este éxito ha llevado a la región a diversificar su oferta exportable con productos derivados de la piña como piña congelada, deshidratada, y jugos. Esto permite satisfacer la creciente demanda de consumidores que buscan productos procesados con un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

En términos logísticos, la ubicación de la región Huetar Norte es favorable para la distribución y comercialización de productos. Marla (2017) menciona que la cercanía de la región a carreteras principales, centros poblados y proveedores de insumos influye positivamente en la expansión de la producción agrícola, ya que disminuye los costos de transporte y aumenta las oportunidades de mercado. Esta proximidad a infraestructuras clave permite una distribución más eficiente hacia los puertos de exportación, facilitando el acceso de la piña costarricense a mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos y Europa.

Además, la zona ha mostrado un enfoque constante en mejorar la calidad de sus productos mediante la investigación y la innovación en prácticas agrícolas. De acuerdo con Procomer (2020), sus habitantes son reconocidos por su capacidad de investigación y desarrollo, buscando constantemente optimizar sus procesos de producción y diversificar sus productos. Esto se ha reflejado en el surgimiento de subproductos innovadores derivados de los cultivos principales, tales como snacks de yuca y plátano, además de subproductos de piña, como piña en trozos deshidratados y jugos concentrados. Estas innovaciones no solo amplían la oferta exportable de la región, sino que también contribuyen a su competitividad en mercados que valoran la diversificación y calidad de los productos.

En el aspecto social y económico, la producción de piña en la región Huetar Norte también tiene un impacto significativo en la generación de empleo y desarrollo rural. La piña es un cultivo intensivo en mano de obra, lo que ha promovido la creación de empleos directos e indirectos en la región, especialmente en actividades relacionadas con la siembra, cosecha, empaque, y distribución. Las oportunidades laborales proporcionadas por el sector piñero han tenido un efecto positivo en el desarrollo social de la región, permitiendo que muchas familias encuentren sustento en esta actividad agrícola.

La comercialización y exportación de la piña de la Región Huetar Norte enfrenta, no obstante, ciertos desafíos. Aunque la Unión Europea y otros mercados internacionales presentan una alta demanda de piña costarricense, estos también exigen rigurosas certificaciones de calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas, los productos que se exportan a Europa deben cumplir con certificaciones privadas que garanticen las buenas prácticas agrícolas y la sostenibilidad. Esta necesidad de certificaciones ha llevado a muchos productores de la región a adoptar prácticas sostenibles y a invertir en procesos de certificación que aseguren la calidad y el cumplimiento de los requisitos de exportación, tales como los estándares de Esencial Costa Rica. (ONU, s.f.).

Finalmente, la producción de piña en esta región ha sido influenciada por factores como el cambio climático, que introduce desafíos adicionales a los productores. Vargas et al. (2018)

destacan que los cambios abruptos en las condiciones climáticas afectan directamente el cultivo, provocando inestabilidad en la producción y, en algunos casos, pérdidas económicas. Estas variaciones climáticas también han llevado a los productores a implementar prácticas de manejo más sostenibles y a mejorar la resistencia de sus cultivos frente a condiciones ambientales cambiantes. A pesar de estos retos, la región Huetar Norte se mantiene como un pilar fundamental en la producción de piña de Costa Rica y sus esfuerzos en adaptación y mejora de prácticas agronómicas reflejan su compromiso por mantener su posición en el mercado global.

Marca País

La marca país se entiende como una estrategia estatal diseñada para aprovechar la reputación de una nación en los mercados internacionales, con el fin de fortalecer su posición global. Según Echeverri y Trujillo (2014), una marca país se define como:

Una estrategia de Estado orientada a capitalizar la reputación de un país en mercados internacionales. Es un conjunto de actividades que contribuyen a crear la imagen de un lugar determinado, una estrategia que identifica un destino y permite a los visitantes elegir entre diferentes alternativas. (p. 33).

A través de esta herramienta no solo se busca mejorar la percepción de un país ante el mundo, sino que se pretende transformar sus atributos en beneficios tangibles para aquellos sectores y empresas que desean posicionarse en el mercado global. Este enfoque permite fortalecer la competitividad nacional en el ámbito internacional, proyectando una imagen sólida y coherente que trasciende los productos o servicios individuales para reflejar los valores y aspiraciones de la nación en su totalidad.

En línea con lo anterior, Esencial Costa Rica (s.f.a.) explica la marca país como “una estrategia para posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país. El objetivo es incentivar la reputación por medio del turismo, inversiones o la adquisición de productos a través de las exportaciones”. (pár. 1). Esta definición subraya el papel fundamental

de la marca país en la promoción de sectores clave para el desarrollo económico y en la generación de confianza en los mercados internacionales. Una marca país, según Chavarría y Pacheco (2007):

...es la herramienta que ayuda a los estados a lograr proyectarse y ser vistos de la manera como ellos deseen, y rescatar las características positivas que tiene el país para hacerlo atractivo y llamativo y, por ende, los productos o servicios originarios de él. (p. 9).

Esta visión se traduce en una serie de esfuerzos por resaltar aspectos distintivos del país y establecer una conexión emocional con los consumidores extranjeros, generando así una identidad que proyecta los valores, la cultura y la historia del país a nivel mundial.

La efectividad de la marca país depende de una creación adecuada y eficiente, que logre transmitir un mensaje claro y positivo. De Roca (2019) define la marca país como “una 'macromarca' que integra los activos intangibles competitivos de un país: su visión, su genio, su carácter distintivo, su gente, su promesa, constituyéndose en la identidad distintiva de una nación”. (p. 77).

La marca país, entonces, no es solo una campaña de marketing o un logotipo atractivo, se trata de una identidad nacional en sentido amplio, que engloba dimensiones políticas, económicas, sociales y culturales. Al igual que las marcas comerciales, la marca país busca diferenciar a la nación de sus competidores en el mercado global, posicionando sus cualidades únicas y valores distintivos ante una audiencia internacional.

Marca Esencial Costa Rica

La marca país Esencial Costa Rica es una estrategia desarrollada por el Gobierno de Costa Rica con el propósito de fortalecer la imagen del país en el ámbito internacional y atraer turismo, inversión y comercio. En el contexto publicitario, Esencial Costa Rica ha capitalizado los elementos más representativos de la identidad costarricense para proyectar una imagen que combina sostenibilidad, progreso social, excelencia, innovación y origen costarricense.

Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la marca país se ha consolidado como un símbolo que engloba los valores nacionales y transmite la esencia de Costa Rica al mundo, lo que ha facilitado una mayor visibilidad y atractivo ante potenciales inversionistas y turistas (Arias, 2016). Esta marca, apoyada principalmente por instituciones como Procomer y el ICT, ha permitido que sectores tan diversos como las grandes empresas y los artesanos puedan proyectarse en los mercados internacionales, creando una identidad distintiva que refleja el compromiso del país con su patrimonio natural y cultural.

En términos publicitarios, el sello verde de Esencial Costa Rica cumple con la lógica de diferenciación que Granados y Pacheco Revilla (2007) describen como esencial:

Los países deben desarrollar una marca con el propósito de tener un símbolo tangible, elemento distintivo o una representación visual, como por ejemplo un slogan, un símbolo, colores representativos específicos, que ayuden al país a ser promocionados y también que funja como sello diferenciador en el reconocimiento y recordación de los consumidores. (p. 33).

En el caso de Costa Rica, el enfoque verde y sostenible se ha convertido en el eje principal de la marca, promoviendo una imagen de país que no solo ofrece belleza natural y biodiversidad, sino también una sociedad comprometida con prácticas sostenibles y responsables. Este enfoque ha sido clave para posicionar a Costa Rica en un mercado global competitivo, generando un impacto positivo en la percepción de sus visitantes y socios comerciales.

La obtención del sello Esencial Costa Rica ofrece múltiples beneficios, tanto para el Estado costarricense como para las empresas que adquieren esta licencia. Según el NIC Costa Rica (2018), “El licenciamiento de Marca País es una herramienta que busca garantizar la coherencia y coordinación de las actividades e instrumentos de promoción nacional en el exterior, generando paralelamente confianza en los inversionistas y el público extranjero”. (pár. 1).

Este licenciamiento permite que empresas nacionales y extranjeras que cumplan con los criterios establecidos por la marca puedan hacer uso del logo y de los valores de Esencial Costa Rica en sus productos y servicios. No obstante, el uso de la marca no implica un costo económico para las empresas, ya que Procomer no cobra por su uso (Valverde, 2017), eliminando barreras financieras y facilitando el acceso al sello país para las empresas que cumplen con los estándares establecidos.

El proceso de licenciamiento de Esencial Costa Rica está estructurado en cinco pilares fundamentales: sostenibilidad, excelencia, innovación, progreso social y origen costarricense. Estos elementos son esenciales para garantizar que las empresas que utilicen la marca país reflejen los valores de Costa Rica y mantengan una coherencia en su imagen. (Arce & Ulloa, 2018). Dentro de estos, el eje de la sostenibilidad juega un papel primordial, pues incluye una serie de aspectos ambientales que las empresas licenciadas deben cumplir, tales como la gestión de energía, la reducción de emisiones y el uso eficiente del agua. (Pál-Hegedüs, 2017). Esta orientación hacia la sostenibilidad no solo respalda la imagen verde de Costa Rica, sino que también permite que el país mantenga una posición de liderazgo en temas ambientales a nivel global.

Sin embargo, el cumplimiento de estos compromisos ambientales no siempre es supervisado de manera rigurosa. Como señalan Arce y Ulloa (2018), en muchos casos “no existe un control adecuado sobre las acciones ambientales llevadas a cabo por las empresas licenciadas con esta marca” (p. 13), dejando el cumplimiento de las normas a la voluntad de cada empresa. Esta falta de regulación y seguimiento representa un desafío para la efectividad de la marca, especialmente si se considera que la sostenibilidad es uno de los valores principales que se promocionan bajo Esencial Costa Rica. Sin un control efectivo, existe el riesgo de que la marca pierda credibilidad en el mercado internacional y que no cumpla con las expectativas de los consumidores respecto a los compromisos ambientales.

La relevancia de Esencial Costa Rica trasciende el ámbito ambiental, ya que también busca impulsar el talento humano costarricense y la producción de bienes y servicios de alta calidad. Esta estrategia permite no solo fortalecer el sector exportador, sino también fomentar el

desarrollo económico de pequeñas y medianas empresas que, a través de la marca país, pueden acceder a mercados internacionales con un respaldo institucional. (Proesa, 2014). En este sentido, la marca no solo se proyecta como una estrategia comercial, sino como un medio para promover el crecimiento económico y social de Costa Rica, facilitando la atracción de inversiones y la creación de oportunidades de empleo en sectores estratégicos.

La imagen de sostenibilidad proyectada por Esencial Costa Rica ha sido clave para su éxito en la atracción de turistas e inversionistas. Sin embargo, el crecimiento económico promovido a través de esta marca debe ir acompañado de una gestión ambiental que realmente se refleje en las comunidades locales y en el entorno natural del país. Esto es especialmente importante si se considera que el factor ambiental es uno de los aspectos que más destaca en la identidad costarricense a nivel global. Por lo tanto, es fundamental que las autoridades y empresas asociadas con la marca asuman una responsabilidad conjunta en la preservación del medio ambiente, asegurando que los beneficios económicos de la marca no comprometan los recursos naturales de las futuras generaciones.

Finalmente, es primordial que Costa Rica mantenga una postura crítica y evalúe continuamente el impacto de Esencial Costa Rica en el país. Como afirma Vilar, director de Estrategia de Bloom Consulting, la marca país de Costa Rica “goza de una excelente reputación a nivel mundial, una mejor percepción que los competidores analizados en la zona y un sentimiento de positivismo hacia ella”. (Mora, 2017). No obstante, a medida que crece su presencia global, resulta indispensable realizar estudios de impacto ambiental y social en las comunidades locales, para garantizar que la expansión de la marca esté alineada con los principios de sostenibilidad y progreso social que promueve. Solo a través de una gestión responsable y consciente, Esencial Costa Rica podrá consolidarse como una marca país de referencia en el ámbito internacional, no solo por su impacto económico, sino también por su contribución a la sostenibilidad y al bienestar social.

Requerimientos

Para obtener o mantener el licenciamiento de uso corporativo de la marca país Esencial Costa Rica, las organizaciones deben implementar sus procesos en conformidad con los requisitos generales del protocolo y el Reglamento para el uso de marca país Esencial Costa Rica

(PRO-NOR-044) (Procomer, 2021). Además, el protocolo incluye un anexo que establece las homologaciones aceptadas en casos donde la organización cumple con certificaciones específicas o declaraciones aprobadas por Procomer. Dicho anexo también detalla decisiones tomadas por la Dirección de Marca País, con el fin de implementar aclaraciones y modificaciones dentro de períodos de transición predefinidos, asegurando que el protocolo se adapte de manera dinámica según sea necesario.

El proceso de evaluación requerido para el licenciamiento debe ser llevado a cabo por un organismo certificador que cumpla con los criterios definidos en el reglamento. (Procomer, 2021). Este organismo realiza la auditoría mediante una revisión de indicadores basada en principios de auditoría, donde se evalúa evidencia conforme a criterios de auditoría específicos, determinando así hallazgos de conformidad o no conformidad para cada indicador evaluado.

Los resultados de la auditoría deben documentarse detalladamente, especificando las evidencias de cumplimiento o incumplimiento. Aunque la auditoría en sitio es el método principal, se permite la modalidad remota o combinada cuando las circunstancias lo justifican, asegurando que los indicadores evaluados de forma remota no afecten el juicio objetivo del auditor. Sin embargo, cualquier entrevista con individuos pertenecientes a grupos vulnerables debe llevarse a cabo en sitio para proteger la integridad del proceso. (Procomer, 2021).

En cuanto a los indicadores, su diseño persigue la máxima objetividad en la evaluación, estableciendo un sistema de preguntas binarias que permite valorar el cumplimiento o incumplimiento de los requisitos para cada valor del protocolo. La interpretación de estos indicadores se basa en definiciones y terminología específica detallada en el protocolo. El desempeño organizacional se clasifica mediante un sistema de nomenclatura único para cada valor: “Excelencia” (E), “Sostenibilidad” (S), “Progreso Social” (P), “Innovación” (I) y “Vinculación Costarricense” (VC), con un consecutivo numérico que comienza en 1 para cada valor, permitiendo así una categorización clara y organizada de los indicadores. (Procomer, 2021).

Dentro de este sistema, existen indicadores clasificados como descalificatorios que establecen requisitos críticos para el otorgamiento de la Marca País. La omisión o incumplimiento de estos indicadores implica una descalificación inmediata de la organización como candidata; estos se identifican en el protocolo mediante un asterisco (*), indicando su relevancia en la evaluación.

Por ejemplo, algunos incluyen: E29 para “Excelencia,” S12*, S16*, y S21* para “Sostenibilidad,” y P4*, P5*, y P10* para “Progreso Social.” Esta categorización facilita la identificación rápida de indicadores críticos y garantiza la alineación de las empresas con los valores de la marca Esencial Costa Rica, promoviendo así una reputación internacional coherente y de alta calidad. (Procomer, 2021).

Desde esta perspectiva, el protocolo de evaluación para el licenciamiento de la marca Esencial Costa Rica subraya la importancia de la conformidad de las organizaciones con altos estándares de excelencia, sostenibilidad y compromiso social, entre otros valores. La estructura detallada y flexible del protocolo permite adaptarse a las necesidades del mercado global y fomentar la coherencia y credibilidad de la imagen del país, asegurando así que las empresas licenciadas representen adecuadamente los valores de la marca en sus operaciones.

El documento titulado Protocolo de evaluación para el uso corporativo de la marca país Esencial Costa Rica: requisitos e indicadores de cumplimiento (Procomer, 2021) establece las condiciones y estándares que las organizaciones deben cumplir para obtener o mantener el licenciamiento corporativo de la marca país. Este protocolo, junto con el Reglamento para el uso de marca país Esencial Costa Rica (PRO-NOR-044), define un conjunto de valores que guían las prácticas empresariales y el compromiso de las empresas costarricenses que buscan representar los principios de la marca país en sus operaciones y actividades. Estos valores incluyen Excelencia, Sostenibilidad, Progreso Social, Innovación y Vinculación Costarricense, cada uno evaluado mediante indicadores específicos y con un enfoque en la coherencia entre los objetivos de la marca y las actividades empresariales.

El primer valor que aborda el protocolo es Excelencia, que se entiende como el compromiso de una organización de ofrecer productos, servicios y procesos de alta calidad, resaltando el talento y la especialización del recurso humano costarricense. En el contexto de la marca Esencial Costa Rica, la excelencia no solo se refleja en los productos finales, sino también en los sistemas de gestión y en la atención a los detalles que caracterizan a cada aspecto del negocio.

Para ello, Procomer (2021) identifica tres componentes fundamentales en este valor. Primero, el liderazgo y la planificación son esenciales, ya que los directivos deben guiar con visión y ejemplo, definiendo claramente los valores y objetivos que impulsarán a la organización hacia la excelencia. Además, estos líderes deben fomentar un ambiente de respeto y confianza, delegando la autoridad necesaria a otros niveles y proporcionando los recursos suficientes para alcanzar las metas establecidas.

El segundo componente, la provisión de productos y servicios, enfatiza la necesidad de conocer en profundidad el mercado y las necesidades de los clientes, asegurando así la satisfacción y la fidelidad a través de un servicio excepcional. La organización debe tener una estrategia clara de enfoque en el cliente y el mercado, realizar estudios periódicos para medir la satisfacción del cliente y establecer mecanismos efectivos para recibir y responder a sus sugerencias y quejas.

Asimismo, Procomer (2021) subraya la importancia de un enfoque basado en procesos, donde cada actividad dentro de la organización se estructura como una combinación sistemática de recursos humanos y materiales. Este enfoque posibilita el perfeccionamiento continuo y el aumento de la competitividad, mejorando así la calidad, la productividad y el desempeño general. Finalmente, dentro de la excelencia se destaca la gestión de riesgos y mejora, lo cual permite anticiparse a posibles desafíos y aprovechar oportunidades de progreso continuo, garantizando así la estabilidad y la capacidad de adaptación de la organización ante cambios y riesgos potenciales.

El segundo valor destacado en el protocolo es Sostenibilidad, definido como la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer los recursos y las capacidades de las generaciones futuras. Para la marca Esencial Costa Rica, la sostenibilidad es una meta dinámica que engloba la gestión ambiental, social y económica de las empresas. (Procomer, 2021). En el componente ambiental, la organización debe desarrollar una política que oriente sus actividades hacia la prevención de impactos negativos, el cumplimiento de las leyes ambientales y el fomento de prácticas sostenibles. Este compromiso debe extenderse a la cultura interna de la organización, promoviendo una conciencia ecológica entre los empleados y un manejo responsable de la energía, el agua, las emisiones y los residuos.

La gestión social es también crucial dentro del marco de sostenibilidad, puesto que las organizaciones deben mantener relaciones éticas y sostenibles con las comunidades cercanas, promoviendo el respeto a los derechos humanos y minimizando cualquier daño social. En este sentido, la marca Esencial Costa Rica define a las comunidades de manera amplia, incluyendo no solo a las áreas geográficas cercanas, sino también a los grupos vulnerables que podrían verse afectados por las operaciones de la empresa. Además, las organizaciones deben reconocer y preservar el patrimonio cultural, histórico y artístico, mostrando un comportamiento ético en sus interacciones sociales y comerciales.

Otro pilar en el protocolo es Progreso Social, el cual se enfoca en la capacidad de las organizaciones para respetar los derechos humanos y la legislación laboral, y para fomentar buenas prácticas laborales que eleven la calidad de vida y el bienestar de sus empleados. Según Procomer (2021), este valor incluye el respeto a los derechos laborales fundamentales, como la libertad de asociación, la prohibición de trabajo forzado y la eliminación de la discriminación. Las organizaciones también deben garantizar condiciones laborales seguras y promover la igualdad de oportunidades, especialmente para grupos vulnerables. Esta inclusión no solo contribuye a una sociedad más justa, sino que también fortalece la cohesión interna y la proyección externa de la empresa, añadiendo valor a la organización mediante el aprovechamiento de la diversidad en el talento humano.

El valor de Innovación representa la capacidad de las organizaciones para adaptarse al cambio y explorar nuevas oportunidades, lo cual resulta crucial para su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. Procomer (2021) subraya que la innovación debe formar parte de la estrategia y los objetivos empresariales, requiriendo tanto inversión como planificación para gestionar los riesgos asociados y maximizar los beneficios.

La cultura de innovación en la empresa también es esencial, ya que esta fomenta la creatividad y el desarrollo de ideas que pueden traducirse en productos y servicios innovadores. Para ello, las empresas deben invertir en la capacitación de sus colaboradores y promover la participación activa de la alta dirección en la formulación y el fortalecimiento de una cultura que valora la innovación.

Finalmente, el valor de Vinculación Costarricense resalta el compromiso de las empresas con el desarrollo nacional, demostrando un adecuado nivel de utilización de recursos costarricenses en sus operaciones. Este valor puede cumplirse de diversas maneras: a través del empleo de personal costarricense, la tenencia de capital nacional o mediante operaciones que beneficien económicamente a Costa Rica a través del pago de impuestos y el cumplimiento de obligaciones laborales. (Procomer, 2021).

Cada uno de estos valores es evaluado mediante indicadores específicos, algunos de los cuales son de carácter descalificatorio, lo que significa que cualquier incumplimiento de estos requisitos resulta en la inmediata descalificación de la empresa como candidata al licenciamiento. Estos indicadores buscan asegurar que las organizaciones no solo cumplan con los estándares establecidos, sino que representen fielmente los valores de la marca Esencial Costa Rica en sus operaciones diarias y contribuyan de manera positiva y responsable al desarrollo sostenible del país.

Marco Legal

La marca país Esencial Costa Rica se encuentra respaldada legalmente por el Reglamento para el Uso de la Marca País Costa Rica, aprobado en octubre de 2013 mediante el Decreto Ejecutivo N° 37669-RE-COMEX-TUR y posteriormente reformado en mayo de 2014 con el

Decreto N° 38356-RE-COMEX-TUR. Este reglamento establece los lineamientos necesarios para el uso adecuado de la marca país y define a esta como una herramienta de competitividad y mercadeo diseñada para atraer, de forma integral y colaborativa, turistas, inversionistas y compradores extranjeros al país (Procomer, 2018). La marca país no solo representa una imagen de la nación ante el mundo, sino que busca posicionar a Costa Rica como un destino atractivo y confiable en términos de turismo, inversión y exportación.

El reglamento también especifica tres modalidades de licenciamiento de la marca país: el uso corporativo u organizacional, el uso en productos y la categoría de usuarios especiales y/o eventos. Cada una de estas permite la utilización de la marca país bajo distintos enfoques y objetivos, lo cual amplía su alcance en sectores clave y fomenta su reconocimiento en mercados internacionales.

En cuanto a la implementación y el control del uso de la marca, el artículo 19 del Reglamento asigna responsabilidades específicas a dos entidades principales: el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) se encarga de gestionar los aspectos relacionados con el turismo, mientras que Procomer es responsable de aquellos vinculados a las exportaciones y la atracción de inversiones (Procomer, 2018). Este diseño organizacional permite que la marca país se administre de manera especializada según los sectores que cada entidad supervisa.

Dentro de sus funciones específicas, Procomer desempeña un papel fundamental en la administración y control de la marca país. Según el reglamento, esta institución es la responsable de otorgar, renovar y, en caso necesario, revocar las licencias de la marca país. Asimismo, Procomer asume la tarea de implementar estrategias y lineamientos que fortalezcan la marca en los mercados internacionales, además de gestionar los recursos necesarios para promover su desarrollo (Procomer, 2018). El reglamento también indica que la institución debe emitir los procedimientos específicos para el otorgamiento de licencias en colaboración con el Comité de Marca País, asegurando así una aplicación coherente de la marca en todos los sectores económicos del país.

Sin embargo, el reglamento muestra limitaciones importantes en términos de control y verificación posterior al licenciamiento. Procomer se enfoca principalmente en la revisión de los requisitos previos para obtener el licenciamiento y en la administración de la marca una vez otorgada la licencia. No existen, según el mismo organismo (2018), procedimientos documentados que garanticen que las empresas licenciadas mantengan prácticas éticas y competitivas que refuercen el valor de la marca país en el mercado nacional e internacional; esto implica que no se dispone de mecanismos de seguimiento efectivo para asegurar que las empresas cumplan de manera continua con los principios de la marca, tales como sostenibilidad y responsabilidad social, elementos clave para fortalecer la competitividad del país.

Relaciones Diplomáticas entre Costa Rica y China

En el ámbito internacional, la decisión de Costa Rica de establecer relaciones diplomáticas con la República Popular China en 2007 representó un cambio de gran envergadura en su política exterior. Esta decisión, impulsada bajo la administración del presidente Óscar Arias, implicó una ruptura con Taiwán, país con el cual Costa Rica mantenía lazos diplomáticos y cooperación económica desde hacía varias décadas. La nueva alianza con China fue vista como un movimiento estratégico para fortalecer el crecimiento económico de Costa Rica y su integración en el escenario internacional, en un contexto en el que China se posicionaba como una de las potencias económicas emergentes más significativas a nivel mundial. (Hannig, 2024).

Desde el inicio de las relaciones diplomáticas, el Gobierno costarricense reconoció las potencialidades de una relación sólida con China, no solo en términos comerciales, sino también en el acceso a inversiones y financiamiento para infraestructura y proyectos de desarrollo. Según Hannig (2024), Costa Rica buscaba, mediante esta alianza, no solo diversificar sus relaciones internacionales, sino también aprovechar los recursos y el capital de China para impulsar su propia economía y mejorar las condiciones de vida de sus ciudadanos.

Uno de los primeros beneficios derivados de esta relación fue el financiamiento otorgado por el Gobierno chino para la construcción del Estadio Nacional de Costa Rica, un símbolo de la cooperación entre ambos países. Además, China ofreció apoyo en otros sectores como la educación, el turismo y la tecnología, promoviendo así una colaboración multifacética que se

extendió más allá del comercio tradicional. Esta alianza representaba una oportunidad para que Costa Rica ampliara su influencia en Asia y accediera a nuevos mercados, posicionándose estratégicamente en una región en expansión económica.

La relación diplomática entre Costa Rica y China, sin embargo, no estuvo exenta de desafíos y críticas. Diversos sectores de la sociedad costarricense expresaron su preocupación por el impacto que la creciente influencia de China podría tener sobre la economía local y la soberanía nacional. A pesar de estos retos, Costa Rica optó por fortalecer sus lazos con China, dando inicio a un proceso de integración económica más amplio mediante la negociación y firma de un Tratado de Libre Comercio.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Costa Rica y China

El TLC entre Costa Rica y China fue firmado en abril de 2010 y entró en vigor en agosto de 2011. Este acuerdo comercial buscaba facilitar el acceso de los productos costarricenses al vasto mercado chino, con una población de más de 1300 millones de habitantes y una demanda creciente de productos agrícolas y manufacturados. (Hannig, 2024). A través del TLC, ambos países se comprometieron a reducir aranceles y barreras comerciales, creando un marco favorable para el intercambio de bienes y servicios.

Entre los principales productos de exportación de Costa Rica hacia China se destacan la piña, el banano y algunos productos electrónicos y médicos. Para el sector agrícola costarricense, el TLC representó una oportunidad para diversificar sus mercados y depender menos de los Estados Unidos y la Unión Europea; sin embargo, el tratado también permitió la entrada de productos chinos al mercado costarricense, lo cual generó competencia para algunos sectores industriales y manufactureros locales que debían enfrentarse a la producción masiva y de bajo costo característica de China.

A pesar de las expectativas iniciales, la balanza comercial entre Costa Rica y China ha sido desfavorable para el país centroamericano. Según datos del Banco Central (2020), las importaciones de productos chinos han superado significativamente a las exportaciones costarricenses hacia China. Esta situación ha generado debates sobre la efectividad del TLC y la

necesidad de estrategias adicionales para equilibrar el comercio entre ambas naciones. En este sentido, Hannig (2024) señala que, si bien el TLC ha facilitado la entrada de productos costarricenses a China, la competencia y las barreras no arancelarias han limitado el crecimiento de las exportaciones en algunos sectores.

Por otro lado, el TLC también ha tenido un impacto en la inversión extranjera directa de China en Costa Rica. Empresas chinas han mostrado interés en proyectos de infraestructura y energía en el país, lo cual representa una oportunidad para el desarrollo de estas áreas. Sin embargo, estas inversiones también han planteado desafíos relacionados con el control de recursos estratégicos y la regulación de la actividad empresarial china en el país. La relación entre inversión y desarrollo local es un aspecto complejo del TLC, el cual continúa siendo objeto de análisis y discusión en el ámbito económico y político costarricense.

Exportaciones a China

Desde que Costa Rica estableció relaciones diplomáticas con la República Popular China en junio de 2007, el país ha experimentado un cambio significativo en su política exterior. Esta decisión, defendida por el entonces presidente Oscar Arias como un “acto de realismo elemental” y un “despertar a un contexto global” reflejaba el reconocimiento de China como una potencia económica en ascenso y un socio estratégico con quien establecer vínculos sólidos (El País, 2007).

A través de este realineamiento, Costa Rica se convirtió en el primer país de Centroamérica en adoptar la política de “una sola China” y, durante una década, fue el único país en la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) en mantener relaciones diplomáticas con Beijing. Sin embargo, desde 2017, otras naciones centroamericanas, como Panamá, República Dominicana, El Salvador y, más recientemente, Nicaragua, también decidieron establecer relaciones con China, configurando así un nuevo escenario geopolítico en el que la región muestra una mayor apertura hacia el gigante asiático.

El comercio entre Costa Rica y China ha pasado por distintas etapas desde el establecimiento de relaciones diplomáticas en 2007. Durante los primeros años, Costa Rica logró mantener un superávit comercial con China, debido principalmente a la exportación de productos

tecnológicos, especialmente microprocesadores de la empresa estadounidense Intel. Sin embargo, en 2015, cuando Intel trasladó su fábrica a Malasia, la balanza comercial comenzó a mostrar un déficit significativo, lo que impulsó a Costa Rica a diversificar su oferta exportable mediante una estrategia de nichos de mercado, enfocándose en productos como la carne bovina y porcina, la piña deshidratada y otros productos agrícolas y pecuarios. (Rivero & Lessiza, 2022).

En 2020, la carne de res se consolidó como el principal producto exportado a China, representando un 32.9 % del valor total de las exportaciones a dicho país. Este cambio en la estructura exportadora refleja un esfuerzo por adaptarse a los patrones de consumo del mercado chino, que cada vez demanda más productos de origen animal, una tendencia también observada en otros países de América Latina como Uruguay. (COMEX, 2022).

En este sentido, el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica ha implementado diversas iniciativas para promover y autorizar la exportación de productos agrícolas y pecuarios a China, logrando hasta la fecha quince autorizaciones para productos como carne de res y cerdo, piña congelada y deshidratada, mientras se encuentran en proceso los protocolos de exportación de melón, carne de pollo y camarón blanco de cultivo. (COMEX, 2022).

Este enfoque estratégico ha permitido que Costa Rica mantenga una presencia constante en el mercado chino, aunque su volumen de exportaciones es modesto en comparación con otros socios comerciales. A su vez, la complementariedad económica entre ambas naciones se refleja en los productos importados desde China, entre los cuales destacan bienes de alto valor agregado, como teléfonos celulares, computadoras y televisores, que constituyen insumos fundamentales tanto para el consumo local como para la producción de bienes y servicios orientados a la exportación (Trademap, 2022).

Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China

El mercado de la piña en China ha experimentado un crecimiento notable en la última década, impulsado por un aumento en el consumo y una creciente demanda de productos frescos tropicales. Este crecimiento, reflejado en la evolución de ventas de piña, ha pasado de 894 mil toneladas en 2011 a 1.1 millones en 2021, con un crecimiento anual promedio (CAGR) del 2%

(Procomer, 2020). Sin embargo, a pesar de sus esfuerzos productivos, China se encuentra cerca de su límite en la Frontera de Posibilidades de Producción (FPP) de este cultivo, lo cual aumenta su dependencia de importaciones para satisfacer la demanda interna. Este contexto representa una ventana de oportunidad para países exportadores como Costa Rica, que pueden beneficiarse de la necesidad china de piña de alta calidad y precio competitivo.

En cuanto a los precios, se observa una marcada variación en función del origen del producto y el tipo de supermercado donde se comercializa. En Shanghái, por ejemplo, la piña taiwanesa en supermercados Carrefour se vende a 3.43 USD/kg, mientras que la piña filipina se ofrece a 1.71 USD/kg y la piña local de Hainan a un precio significativamente menor, 0.76 USD/kg. (Procomer, 2020). Esta diferencia de precios refleja tanto las preferencias de los consumidores como las percepciones de calidad en relación con el origen; en supermercados gourmet como Olé y Fresh Mart, los precios son considerablemente más altos, llegando hasta los 8.13 USD/kg para piñas importadas, lo cual indica un segmento de consumidores dispuestos a pagar más por productos percibidos como premium.

En Beijing, los precios también muestran variación entre tiendas y tipo de piña. Los supermercados Carrefour y Jin Kelong ofrecen principalmente piñas filipinas, con un precio que oscila entre 0.77 y 2.89 USD/kg; sin embargo, en otras tiendas, como Landao y Wumart, las piñas locales de Hainan se venden entre 0.87 y 1.16 USD/kg, mientras que Wumart también ofrece piñas filipinas a 2.32 USD/kg. Supermercados como BHG Market Place venden piñas filipinas a 2.58 USD/kg, mientras que en Jenny Lou's la piña local tiene un precio de 2 USD/kg (Procomer, 2020). Estos datos indican una segmentación clara en el mercado, donde tanto el origen como la percepción de calidad influyen en el precio y en las decisiones de compra de los consumidores chinos.

Para los exportadores costarricenses, el acceso al mercado chino de piña requiere el cumplimiento de estrictos protocolos fitosanitarios que aseguren la calidad y sanidad del producto. El protocolo de exportación establece que las fincas productoras deben llevar a cabo un monitoreo exhaustivo de ciertas malezas, como la *Rottboellia cochinchinensis* y *Eleusina digitaria*, desde la fase de plántula hasta la cosecha. La detección y control de estas malezas es

esencial para evitar residuos no deseados en el producto exportado; además, se prohíbe la presencia de plagas como la familia *Fruticicolidae*, cuya detección puede causar la suspensión de los envíos. (Procomer, 2020).

Las fincas registradas deben mantener registros detallados de todas las actividades de monitoreo y control de plagas, los cuales deben incluir información sobre los productos utilizados, ingredientes activos, concentración de uso y fechas de aplicación. Estos registros son verificados por el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) de Costa Rica, que también realiza muestreos periódicos para detectar residuos de plaguicidas y asegurar el cumplimiento de las normas fitosanitarias chinas. (Procomer, 2020). La supervisión continua del SFE es un requisito clave para garantizar que el producto cumpla con los altos estándares de sanidad exigidos en el mercado chino.

En el proceso de almacenamiento y empaque, las piñas destinadas a la exportación deben ser lavadas con agua a alta presión y sumergidas en agua clorada a una concentración de 100 ppm durante un periodo de 25 segundos a un minuto. Tras este proceso, se clasifican, enceran y empacan en materiales de primer uso, diseñados para evitar cualquier tipo de contaminación durante el transporte. Cada caja de piña debe llevar en inglés el nombre científico del producto, el país productor, el lugar de producción, el nombre y número de registro de la empacadora, así como el nombre y número de registro del exportador. (Procomer, 2020).

Antes del envío, el SFE lleva a cabo una inspección exhaustiva, donde se selecciona una muestra del 2% del total de la exportación y se examinan las coronas y la superficie de las piñas; además, el 3% de las frutas inspeccionadas son cortadas para detectar cualquier plaga en su interior; si se detecta alguna plaga cuarentenaria, el envío es automáticamente descalificado para la exportación. El SFE emite un certificado fitosanitario para los productos aprobados, que incluye el número de contenedor y el precinto, y una declaración adicional indicando que el producto cumple con el protocolo fitosanitario de China. (Procomer, 2020).

Al llegar al puerto de destino en China, la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) realiza una inspección documental y verifica la

identidad del envío, además de llevar a cabo la inspección fitosanitaria correspondiente. Este proceso asegura que el producto cumpla con las normas de calidad y sanidad del mercado chino, lo cual es fundamental para la confianza del consumidor y el éxito a largo plazo de las exportaciones costarricenses.

Este cumplimiento de requisitos fitosanitarios estrictos permite que Costa Rica mantenga una ventaja competitiva en el mercado chino frente a otros exportadores, incluyendo a Taiwán y Filipinas. Costa Rica también cuenta con una ventaja arancelaria frente a Taiwán y una relación diplomática sólida con China, en contraste con las tensiones políticas de este país con Filipinas. Estas circunstancias crean un entorno favorable para que la piña costarricense se posicione como un producto atractivo y competitivo en el mercado chino, con oportunidades significativas de crecimiento. (Procomer, 2020).

Con base en lo anterior, el mercado de la piña en China presenta grandes oportunidades para los exportadores costarricenses, especialmente en un contexto donde la producción local china se encuentra limitada y la demanda de productos frescos tropicales sigue en aumento. La capacidad de Costa Rica para cumplir con los altos estándares de sanidad y calidad fitosanitaria exigidos por China, junto con su ventaja arancelaria y su relación diplomática estable, posicionan al país como un proveedor confiable y competitivo en este mercado.

Logística de Exportación a China

El comercio entre Costa Rica y China ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, evidenciando el fortalecimiento de la relación comercial entre ambos países. Según el Portal Estadístico de Procomer (2019), las exportaciones hacia China presentaron importantes variaciones en términos de valor y volumen entre 2014 y 2018, por ejemplo, en 2014 el valor de las exportaciones fue de 78 094.6 mil USD, mientras que en 2018 esta cifra ascendió a 194 393.4 mil USD, representando un incremento del 63%. En paralelo, el volumen exportado creció de 78 027 toneladas en 2014 a 220 859 toneladas en 2018, lo que refleja un aumento notable en la capacidad exportadora costarricense.

Gran parte de los productos costarricenses ingresan al mercado chino a través de puntos estratégicos de entrada. Procomer (2019) identifica los principales puertos utilizados para este fin, entre los que destacan Shanghái, Rizhao, Zhangzhou, Lianyungang, Ningbo y Shenzhen. Adicionalmente, el transporte aéreo también constituye una opción para el ingreso de mercancías, con operadores como DHL, UPS y Korean Air, que permiten tiempos de tránsito promedio de uno a dos días, dependiendo de las escalas realizadas en aeropuertos de Estados Unidos, como Miami, Houston o Nueva York.

Por otro lado, el transporte marítimo sigue siendo la principal modalidad de envío de mercancías a China, aunque enfrenta retos asociados al tiempo de tránsito. Según Procomer (2019), el traslado marítimo tiene un tiempo promedio de 34 días, variando entre 30 y 38 días según la ruta y el operador seleccionado. Entre las navieras que ofrecen servicios hacia China se encuentran Hapag Lloyd, Hamburg Süd, Evergreen y Cosco, mientras que consolidadores de carga como Expeditors International y H.A. Logística facilitan la gestión del transporte.

En términos económicos, los costos logísticos hacia China son variados dependiendo de la modalidad. Procomer (2019) reporta que los costos CIF para equipos refrigerados (*reefer*) oscilan entre 3250 y 4250 USD, mientras que para contenedores secos van de 1550 a 2250 USD, dependiendo del tamaño y las condiciones de transporte; en contraste, el transporte aéreo tiene un costo promedio de 2275 USD por cada 1000 kg o, aproximadamente 2.27 USD por kilo, lo que lo convierte en una alternativa menos viable para mercancías de bajo valor agregado.

Un aspecto crítico señalado por Procomer (2019) es la naturaleza perecedera de muchos productos exportados desde Costa Rica, como frutas y vegetales, los cuales enfrentan desafíos significativos relacionados con los tiempos de tránsito. Si bien los costos logísticos no suelen representar un obstáculo importante, el tiempo de entrega resulta clave para garantizar la frescura y calidad del producto. Una posible solución identificada es el uso de puertos panameños para reducir los tiempos de tránsito hacia China, aunque esta opción podría aumentar los costos logísticos hasta en un 30%.

Además, Procomer (2019) destaca el potencial del comercio electrónico transfronterizo (CET) como una herramienta clave para la exportación a China. Este modelo se beneficia de políticas favorables en el mercado chino, como la exoneración de aranceles para productos cuyo valor no exceda los 700 USD por envío o los 3000 USD anuales. Este enfoque no solo facilita la entrada de productos costarricenses al mercado chino, sino que también promueve su diversificación y aceptación.

Empaque y Embalaje para Exportación a China

El empaque y embalaje de productos destinados a China son elementos esenciales para cumplir con las normativas técnicas y garantizar la competitividad en un mercado que exige altos estándares de calidad e inocuidad. De acuerdo con el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE, 2021) y la Administración General de Aduanas de China, el diseño del empaque debe proteger el producto durante el transporte, asegurar su trazabilidad y cumplir con los requisitos específicos de etiquetado; esto es especialmente relevante en productos perecederos como la piña fresca, cuya calidad depende de mantener condiciones óptimas desde la salida del país hasta su destino final.

El cumplimiento de las normativas técnicas no solo asegura la entrada al mercado chino, sino que también reduce los riesgos de rechazos en inspecciones aduaneras. Según Procomer (2019), los productos que se ajustan a estas exigencias incrementan su percepción de calidad entre los consumidores chinos, quienes valoran la frescura y la sostenibilidad de los productos importados. Además, un empaque bien diseñado y etiquetado refuerza la confianza en los exportadores costarricenses y facilita su posicionamiento en un mercado altamente competitivo.

El diseño del empaque también debe considerar los tiempos de tránsito, que en el caso del transporte marítimo pueden oscilar entre 30 y 38 días. (Procomer, 2019). Esto exige el uso de materiales de alta resistencia adecuados para soportar las condiciones de manipulación, vibraciones y cambios climáticos que pueden presentarse durante el transporte. Por ello, las instalaciones donde se realiza el empaque deben estar certificadas, asegurando el cumplimiento de estándares de calidad y evitando riesgos de contaminación (SFE, 2021).

Criterios Técnicos de Empaque y Embalaje

El empaque de la piña fresca debe cumplir con especificaciones detalladas para garantizar su frescura y calidad. Según el SFE (2021), las cajas utilizadas deben ser limpias, secas y fabricadas con materiales compatibles con alimentos, permitiendo además una adecuada ventilación; estas características aseguran que el producto mantenga sus propiedades durante el almacenamiento en cámaras frigoríficas y el transporte prolongado hacia China.

El etiquetado, por su parte, debe cumplir estrictamente con las normativas chinas. Cada caja debe incluir información en chino e inglés, detallando el nombre del producto, el país de origen, el número de lote, el nombre y dirección del exportador, y el destino especificado como “República Popular China” (CCIC, 2019). Estas especificaciones no solo cumplen una función informativa, sino que también son una exigencia para la entrada del producto en el mercado chino.

Adicionalmente, el protocolo establece que el proceso de empaque debe realizarse en instalaciones certificadas, esto incluye medidas de control para evitar la contaminación cruzada y garantizar la inocuidad del producto. Estas instalaciones deben cumplir con estándares internacionales de higiene y manipulación de alimentos, lo que refuerza la percepción de calidad del producto y asegura su aceptación en el mercado destino. (SFE, 2021).

Características del Embalaje Exterior e Interior

El embalaje exterior está diseñado para proteger el producto contra daños durante el transporte y garantizar su integridad en el mercado destino. Según el SFE (2021), el uso de pallets es obligatorio para evitar el contacto directo con el suelo y facilitar la manipulación del producto en los puertos y centros logísticos. Las cajas deben ser resistentes y fabricadas con materiales que soporten vibraciones, impactos y cambios climáticos durante el tránsito marítimo.

Por otro lado, el embalaje interior debe incluir separadores y otros elementos de protección para evitar daños mecánicos como aplastamiento o golpes. Según el CCIC (2019), estas medidas aseguran que la piña fresca llegue en óptimas condiciones a su destino final,

cumpliendo con las expectativas de los consumidores chinos. Además, estos detalles técnicos refuerzan la competitividad del producto en un mercado donde la calidad es un factor diferenciador.

Los empaques también deben adaptarse a las necesidades de productos perecederos, incorporando tecnologías que mantengan la humedad y temperatura ideales durante el transporte. Las cámaras de refrigeración y los materiales termoaislantes son algunas de las soluciones recomendadas para preservar la frescura de la piña fresca durante largos períodos de tránsito. (Procomer, 2019). Estas innovaciones no solo mejoran la calidad del producto, sino que también aumentan su atractivo en el mercado chino.

Sostenibilidad en el Empaque y Embalaje

La sostenibilidad en el empaque es una tendencia clave en los mercados internacionales, incluido el chino. Según Procomer (2019), el uso de materiales reciclables o biodegradables mejora la percepción de los productos costarricenses, alineándolos con las expectativas de los consumidores chinos, quienes valoran las prácticas ambientalmente responsables. Este enfoque también fortalece la competitividad de los exportadores costarricenses en un entorno de comercio global que prioriza la sostenibilidad.

Además, el diseño eficiente del empaque tiene implicaciones económicas significativas. Al reducir el peso y optimizar el espacio, los exportadores pueden disminuir los costos de transporte sin comprometer la funcionalidad del embalaje. Según el SFE (2021), esta estrategia es especialmente relevante para productos perecederos, los cuales requieren condiciones específicas de almacenamiento y manipulación.

Finalmente, la sostenibilidad en el empaque no solo es una responsabilidad ambiental, sino también una herramienta de posicionamiento estratégico. Los consumidores chinos están dispuestos a pagar más por productos que reflejen valores de sostenibilidad y calidad, lo que representa una ventaja competitiva para los exportadores que adoptan estas prácticas. (CCIC, 2019, Procomer, 2019).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Cualitativo

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo con el propósito de explorar las experiencias y percepciones de los actores involucrados en el proceso de certificación y exportación de piña de la región Huetar Norte hacia China. La naturaleza cualitativa del estudio responde al interés de comprender a profundidad las realidades vividas por los participantes en su contexto natural, permitiendo una aproximación detallada y comprensiva de los fenómenos observados.

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), el enfoque cualitativo “se caracteriza por un proceso inductivo, que avanza de lo particular a lo general”, lo cual es crucial para analizar y generar teoría a partir de las experiencias y percepciones obtenidas de los participantes. (p. 12). Este enfoque se basa en la interpretación de significados y experiencias, otorgando flexibilidad en la recolección de datos y facilitando el ajuste de hipótesis conforme evoluciona el estudio, un elemento clave para este tipo de investigación.

El enfoque cualitativo resulta adecuado al permitir al investigador involucrarse de manera directa en la recopilación y análisis de información, uniéndolo en una narrativa cohesiva y contextualizada. La investigación se adapta a las necesidades y experiencias particulares de los exportadores de piña, reflejando cómo perciben y valoran la Certificación Esencial Costa Rica en su papel de exportación hacia el mercado chino.

Diseño

El diseño de investigación empleado es de tipo fenomenológico, lo que resulta particularmente adecuado para estudios que buscan interpretar y describir las vivencias de los participantes en relación con un fenómeno específico. La fenomenología permite profundizar en las experiencias individuales y colectivas de los empresarios y agricultores de la región,

proporcionando una visión holística sobre el impacto de la Certificación Esencial Costa Rica en el sector piñero en 2023. Hernández y Mendoza (2018) destacan que “el diseño fenomenológico explora, describe y comprende las experiencias de las personas respecto a un fenómeno”. (p. 522). Este diseño tiene como objetivo captar las vivencias y significados que los actores asignan a la certificación y su rol en el comercio exterior.

Adicionalmente, se ha optado por un diseño no experimental, ya que el investigador no intervendrá en la realidad observada, sino que se limitará a describir y analizar las experiencias y opiniones de los participantes. Según Sierra (2005), “los diseños no experimentales no contemplan la manipulación de variables, sino la observación y descripción de los fenómenos en su contexto natural”. (p. 330). Esto resulta particularmente relevante para esta investigación, debido a que permite estudiar los procesos de certificación y exportación sin modificar el contexto en el que se desarrollan, captando así las dinámicas auténticas del sector.

El diseño es también de tipo seccional, debido a que los datos se recogerán en un periodo temporal delimitado. Namakforoosh (2005) define el diseño seccional como aquel que “implica realizar mediciones y análisis en un tiempo específico, con un inicio y un fin claramente definidos”. (p. 105). Esta estructura temporal es relevante para analizar el impacto de la certificación en un periodo específico y permite observar cómo los participantes valoran esta certificación en un momento determinado.

Tipo de Investigación

El estudio se clasifica como una investigación descriptiva, cuyo objetivo principal es responder preguntas específicas relacionadas con el objeto de estudio. Namakforoosh (2005) señala que la investigación descriptiva “responde a preguntas como quién, qué, cuándo, dónde, y cómo en relación con el fenómeno investigado”. (p. 91). La elección de este tipo de investigación es adecuada, puesto que el propósito es caracterizar las experiencias y percepciones de los exportadores de piña en relación con la certificación Esencial Costa Rica y el comercio con China.

La naturaleza descriptiva de este estudio permite ofrecer una representación detallada y precisa de los elementos que componen la certificación y el proceso de exportación. Así, se espera obtener una visión completa y enriquecida del impacto de la certificación en el sector y las dinámicas comerciales con China.

Fuentes de Información

Fuentes Primarias

Las fuentes primarias de información serán obtenidas mediante entrevistas y cuestionarios aplicados directamente a los exportadores y agricultores de la región. Como indica Muñoz (2011), las fuentes primarias son “datos obtenidos directamente desde el lugar de origen de la información”. (p. 226). En este estudio, las entrevistas permitirán explorar las percepciones y opiniones de los participantes, obteniendo una perspectiva directa sobre cómo valoran la certificación y cómo influye en su acceso al mercado chino.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias complementarán y contextualizarán los datos obtenidos de los participantes. Estas incluyen documentos académicos, normativas, informes y estudios de caso sobre la certificación y el comercio de productos agrícolas hacia China. Brenes (2000) afirma que las fuentes secundarias son esenciales para “consultar y extraer bibliografía y recursos que aborden el problema de investigación” (p. 23). A través de estos materiales se construirá un marco teórico y contextual que enriquecerá la comprensión de los resultados obtenidos en la investigación primaria.

Población y Muestra

Población

En el contexto de la investigación cualitativa, la población se define como el grupo de interés en el cual se estudian fenómenos específicos de manera profunda y contextualizada. Como explica Mendicoa (2000), “la población representa el conjunto de individuos sobre los cuales se pretende estudiar el fenómeno en cuestión, requiriendo que el investigador defina y delimite dicha población”. (p. 81). En esta investigación, la población está constituida por los

exportadores y agricultores del sector piñero en la región Huetar Norte de Costa Rica, específicamente aquellos que participan en los procesos de certificación y exportación hacia China.

La delimitación de esta población es esencial, ya que permite centrar el estudio en individuos que poseen experiencias, conocimientos y perspectivas directamente relacionadas con los objetivos del estudio. Los exportadores y agricultores seleccionados representan una fuente directa de información acerca de las dinámicas y los desafíos asociados al proceso de certificación y exportación de piña, especialmente en relación con los protocolos establecidos por la Certificación Esencial Costa Rica y los requisitos del mercado chino.

Muestra

En cuanto a la muestra, el enfoque cualitativo difiere significativamente del cuantitativo, ya que prioriza la profundidad y riqueza de la información sobre la cantidad de casos. Este tipo de muestreo responde a una lógica de saturación teórica más que a una base estadística, lo que significa que la recopilación de datos se detiene cuando se alcanzan respuestas que logran una comprensión profunda y coherente del fenómeno investigado.

Como destacan Hernández y Mendoza (2018), el muestreo en cualitativa “se orienta generalmente por uno o varios propósitos específicos” y es una selección de casos que cumplan con ciertos criterios esenciales y que permitan un análisis detallado de las percepciones y experiencias. (p. 424). Este tipo de muestreo, por lo tanto, se centra en el valor de cada dato individual, su profundidad y su capacidad de contribuir a una construcción teórica y no en la representatividad estadística ni en el tamaño del grupo de estudio.

Para esta investigación, se ha seleccionado una muestra de tres empresas exportadoras de piña que poseen la certificación Esencial Costa Rica. Dicha elección responde a un criterio de calidad de datos, ya que son actores clave en el sector y cuentan con la certificación específica que representa el foco de estudio. Esta selección se justifica bajo el principio cualitativo de “información rica y profunda”, ya que los datos proporcionados por estas empresas permitirán

una visión holística del fenómeno en análisis, alineada con los objetivos del estudio. Según Hernández y Mendoza (2018), “en los estudios cualitativos, el tamaño de la muestra no es relevante desde una perspectiva probabilística, sino desde la necesidad de profundizar en la comprensión de los casos seleccionados”. (p. 424).

La fundamentación de esta muestra se basa, entonces, en la idoneidad de cada participante para aportar información detallada, relevante y alineada a los objetivos de la investigación. De este modo, al enfocar el análisis en un conjunto de participantes cuidadosamente seleccionados, la investigación cualitativa permite obtener una comprensión exhaustiva del fenómeno en cuestión.

Tabla 1

Desglose de la muestra

N.º ENTREVISTADO	PUESTO	RAZÓN
Entrevistado 1	Agricultor	Productor de piña, agricultor
Entrevistado 2	Agricultor piñero	Productor de piña particular
Entrevistado 3	Piñero	Productor de piña particular
Entrevistado 4	Gerencia administrativa, Exportagri	Experto en gestión administrativa en agro
Entrevistado 5	Agente de ventas, Semafoods	Comercialización de productos agrícolas
Entrevistado 6	Gerente de ventas, Upala Agrícola	Especialista en ventas del sector agrícola
Entrevistado 7	Departamento de ventas, Exportadora Murillo S.A.	Exportación de piña
Entrevistado 8	Negociador comercial, PROCOMER	Experto en promoción de exportaciones
Entrevistado 9	Negociador, COMEX	Promotor del comercio internacional
Entrevistado 10	Agente aduanero	Especialista en procesos de aduanas

Entrevistado 11	Gerente administrativo, Murex	Administración en el sector agrícola
Entrevistado 12	Agente de aduanas	Experto en logística aduanera
Entrevistado 13	Productor de piña en la región norte del país	Conocimiento local de la producción
Entrevistado 14	Gerencia administrativa (Grupo Visa)	Gestión administrativa en el sector agrícola
Entrevistado 15	Agricultor independiente	Experiencia como productor autónomo
Entrevistado 16	Productor	Productor de piña
Entrevistado 17	Productor	Productor de piña

Fuente: Elaboración propia. (2024).

Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos

La recolección de datos en una investigación cualitativa requiere de instrumentos que permitan explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los participantes. Como señalan Hernández y Mendoza (2018), los instrumentos cualitativos no son estándar ni estructurados, ya que deben adaptarse a la naturaleza del fenómeno y a las particularidades del contexto de estudio. Estos instrumentos buscan captar la complejidad del fenómeno en estudio y abarcar el máximo de información posible desde distintas perspectivas.

Para este estudio, enfocado en las percepciones de las empresas exportadoras de piña de la región Huetar Norte sobre la certificación Esencial Costa Rica y su impacto en las exportaciones hacia China, se han seleccionado dos instrumentos: el cuestionario y la entrevista cualitativa. Cada uno cumple una función específica en el proceso de recolección de datos, permitiendo obtener información detallada y contextualizada de los participantes.

Descripción de los Instrumentos

Entrevista

La entrevista cualitativa, uno de los instrumentos clave en este tipo de investigación, permite un acercamiento directo y flexible a los participantes, favoreciendo la obtención de

información detallada y contextualizada. Según Hernández y Mendoza (2018), la entrevista en un contexto cualitativo es “una conversación estructurada o semiestructurada que facilita el intercambio de información mediante preguntas y respuestas, permitiendo profundizar en aspectos como experiencias, opiniones, creencias y emociones de los entrevistados”. (p. 443).

Para esta investigación, se optará por entrevistas semi-estructuradas con preguntas abiertas, lo que permite una mayor flexibilidad en la interacción y adaptación del cuestionario según las respuestas de los participantes. Este tipo de entrevista facilita un intercambio enriquecido donde los entrevistados pueden expresar sus experiencias de forma libre, permitiendo la exploración de temas emergentes relevantes. Las entrevistas abordarán elementos relacionados con el proceso de certificación, los beneficios y desafíos de exportar piña a China, y las expectativas futuras de los exportadores y agricultores en relación con el mercado internacional.

La combinación de cuestionarios y entrevistas permite una recopilación de datos amplia y enriquecedora, alineada con la naturaleza cualitativa de esta investigación. Como explican Hernández y Mendoza (2018), “la entrevista cualitativa permite a los participantes articular sus pensamientos y sentimientos sobre el fenómeno en un ambiente que favorece la reflexión y la expresión libre de ideas”. (p. 443). La utilización de entrevistas abiertas posibilita explorar y entender los matices del proceso de certificación y exportación desde la perspectiva de los mismos participantes.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

El proceso de recolección y análisis de datos se estructura en varias etapas fundamentales que permiten obtener una visión profunda y detallada de las experiencias de los actores participantes en el estudio. Según Hernández y Mendoza (2018), el análisis cualitativo busca no solo identificar patrones en las narrativas, sino también construir un significado integral que refleje las percepciones de los involucrados. (p. 443). Estas etapas permiten asegurar que los datos obtenidos capturen la complejidad del fenómeno en su contexto natural.

Diseño de Instrumentos

La primera etapa del proceso consiste en el diseño de los instrumentos de recolección de datos. Este paso es crucial para garantizar que las herramientas empleadas —como cuestionarios y guías de entrevista— estén alineadas con los objetivos de la investigación. Al formular preguntas abiertas en los cuestionarios y entrevistas, se asegura que los participantes puedan expresar sus opiniones y experiencias de forma amplia, proporcionando así un conjunto de datos ricos y variados. (Hernández y Mendoza, 2018).

Recolección de Datos en el Contexto Natural

La recolección de datos se llevará a cabo en los entornos naturales de los participantes, donde ocurren sus actividades cotidianas. Como afirman Hernández y Mendoza (2018), la investigación cualitativa debe registrar los datos en los ambientes reales de los participantes para captar de manera fidedigna sus pensamientos, creencias y emociones. (p. 443). Este enfoque es esencial para una investigación como esta, donde se busca comprender los matices del proceso de certificación y exportación en el contexto del sector piñero. El acercamiento directo a los participantes y la interacción en sus propios contextos facilita la obtención de información detallada y contextualizada.

Análisis de Datos

El análisis de datos en una investigación cualitativa implica una serie de procedimientos específicos orientados a interpretar los testimonios y experiencias recolectadas. Según Hernández (2018), el análisis cualitativo permite una interpretación profunda de los textos y desarrolla temas relevantes que ayudan a comprender el fenómeno estudiado. (p. 16). Este proceso se estructura en dos componentes esenciales:

1. **Análisis Basado en los Objetivos Específicos:** Cada objetivo de la investigación será examinado de forma individual, organizando los datos recolectados según categorías temáticas que respondan a los objetivos específicos del estudio. Esta organización permite descubrir patrones o tendencias recurrentes en los testimonios, verificando cómo

los datos se alinean con las preguntas planteadas. Esta técnica asegura que las respuestas de los participantes puedan interpretarse en función de los objetivos establecidos, facilitando un análisis profundo de las experiencias y percepciones individuales.

2. Variables Específicas: Las variables definidas en relación con cada objetivo se analizarán detalladamente. En este proceso, los datos se codificarán en función de las variables, lo cual permite segmentar la información y realizar comparaciones entre las experiencias de los diferentes participantes. La codificación facilita la organización de los datos en función de criterios específicos, permitiendo una exploración exhaustiva de la interacción entre las variables y los testimonios obtenidos; este método de análisis busca construir un entendimiento comprensivo del fenómeno, considerando cómo cada variable contribuye a los resultados obtenidos.

Unidades de Análisis

Tabla 2

Tabla de Unidades y Categorías de Análisis

Objetivo	Unidad	Categoría	Definición conceptual	Instrumentalización
Identificar cómo ha sido la utilización de la Certificación Esencial Costa Rica del sector agrícola de la Región Huetar Norte.	Certificación	Percepción de calidad Mercados Internacionales Oportunidades Sostenibilidad	Según Henson y Humphrey (2010), la certificación Esencial Costa Rica incrementa la percepción de calidad y garantiza estándares de confianza en mercados internacionales, mejorando la visibilidad y competitividad de los productos agrícolas y ofreciendo nuevas oportunidades de negocio.	Certificación
Determinar cómo sería la internacionalización del sector piñero de la	Internacionalización	Expansión de mercado Volumen de exportaciones	La internacionalización al mercado chino requiere estrategias	Preguntas 5, 6, 10

Objetivo	Unidad	Categoría	Definición conceptual	Instrumentalización
Región Huetar Norte costarricense al mercado chino en 2023.		Nuevos mercados Estrategias Tácticas de promoción	específicas de entrada y adaptación en el volumen de exportación, lo cual, según Johanson y Vahlne (1977), es clave para mantener la competitividad y desarrollar una inserción exitosa en el mercado extranjero	
Identificar cómo la Certificación Esencial Costa Rica va a beneficiar esa internacionalización de la piña hacia China.	Competitividad	Beneficios de certificación Satisfacción Competencia internacional Métodos de cultivo Capacidad de producción	La certificación Esencial Costa Rica permite a los productos destacarse en mercados estableciendo estándares de calidad y fortaleciendo el posicionamiento en mercados como el chino, Jaffee y Henson (2004).	Preguntas 7, 8, 9, 12

Fuente: Elaboración propia. (2024).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Seguidamente se presentarán los resultados de la investigación por medio de entrevistas a personas especializadas en el tema de la certificación Esencial Costa Rica y su impacto en los productores de piña de la región Huetar Norte. El presente capítulo está organizado de la siguiente manera: primeramente, se presenta la tabla N°3, en donde se derivan las categorías que emergieron de las unidades correspondientes a los objetivos específicos de la presente investigación.

Seguidamente, se encuentra una segunda parte, en donde se describe y analiza cada una de las categorías de análisis. El análisis se recrea de acuerdo con lo explorado por fuentes de información y las derivadas de fuentes científicas. Finalmente, se realiza un apartado de interpretación de datos en donde se da una respuesta al problema de la investigación. A continuación, se presentan las unidades y categorías de análisis base para este proyecto de investigación:

Tabla 3

Unidades y Categorías de Análisis

Unidades	Categorías
1. Certificación	<ol style="list-style-type: none">1. Percepción de calidad2. Mercados internacionales3. Oportunidades4. Sostenibilidad
2. Internacionalización	<ol style="list-style-type: none">1. Volumen de exportaciones2. Nuevos mercados3. Estrategias4. Tácticas de promoción
3. Competitividad	<ol style="list-style-type: none">1. Satisfacción2. Competencia internacional3. Métodos de cultivo4. Capacidad de producción5. Efectos de certificación

Nota: Elaboración propia. (2024).

Unidad de análisis 1: Certificación

Esta unidad de análisis tiene como objetivo comprender los efectos de la Certificación Esencial Costa Rica en la sostenibilidad y las prácticas agrícolas de la región Huetar Norte, particularmente en su relación con mercados internacionales exigentes como el chino. La certificación busca garantizar altos estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad ambiental, permitiendo que los productos costarricenses, en especial la piña, se posicionen de manera competitiva en el mercado global.

A través de entrevistas con productores y expertos del sector exportador, se exploró cómo la certificación ha influido en los métodos de cultivo, la percepción de los productos y la capacidad de producción. Los resultados reflejan que la certificación no solo refuerza la confianza de los consumidores y socios comerciales, sino que también promueve una cultura de sostenibilidad en la región, alineando los procesos agrícolas con las tendencias y exigencias internacionales.

Los entrevistados identificaron que la certificación representa una herramienta estratégica que mejora significativamente la competitividad y fomenta prácticas agrícolas responsables. En mercados con altos estándares, como el chino, contar con la certificación es clave para proyectar una imagen de calidad y sostenibilidad, aspectos cada vez más valorados por los consumidores globales. Además, la certificación actúa como un respaldo para los productores, facilitando su acceso a nuevos mercados y fortaleciendo la reputación del producto costarricense. Seguidamente, se detallan las categorías derivadas de esta unidad de análisis:

- ✓ Percepción de calidad
- ✓ Mercados internacionales
- ✓ Oportunidades
- ✓ Sostenibilidad

Categoría1: Percepción de Calidad

Descripción

Se conformó la primera categoría de la primera unidad de análisis, la cual se enfoca en la percepción de calidad asociada a la Certificación Esencial Costa Rica. En esta categoría se les preguntó a los expertos sobre cómo influye la certificación en la percepción de calidad del producto costarricense en mercados internacionales. Los entrevistados brindaron su perspectiva sobre el valor agregado que la certificación aporta en términos de calidad y diferenciación en mercados altamente competitivos, destacando su importancia para la imagen del producto y su posicionamiento a nivel global. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Es muy importante para garantizar un producto de calidad." (Entrevistado 1)*
- ✓ *"Aunque aún no estoy certificado, he notado que los productores que tienen la certificación son vistos con más respeto por los compradores internacionales. Creo que eso se debe a que la certificación refleja un compromiso serio con la calidad." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"Me gustaría obtener la certificación porque he visto cómo ha cambiado la percepción de calidad de los productos de otros agricultores. Los clientes internacionales ahora valoran más el producto certificado, lo que puede significar mejores precios." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"La Certificación Esencial Costa Rica parece ser un sello de garantía. He hablado con exportadores que dicen que los importadores prefieren productos que cumplan con esos estándares, lo que sin duda eleva la calidad en sus ojos." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Para mí, la certificación es clave para mostrar que nuestros productos son de alta calidad. En un mercado tan competitivo, tener ese respaldo podría ser la diferencia entre cerrar una venta o no." (Entrevistado 5)*

- ✓ *"Desde que nuestra empresa obtuvo la certificación, hemos notado que los clientes internacionales nos ven de manera diferente. La certificación ha creado una percepción positiva de la calidad que nos distingue de otros productores." (Entrevistado 6)*

- ✓ *"La certificación ha transformado nuestra imagen en el mercado. Ahora, cuando presentamos nuestros productos, los compradores ya tienen un marco de referencia que asocia nuestra piña con calidad y sostenibilidad." (Entrevistado 7)*

- ✓ *"Los consumidores internacionales están cada vez más interesados en productos que sean sostenibles. La Certificación Esencial Costa Rica nos ha permitido comunicar que nuestra piña no solo es buena, sino que también se produce responsablemente." (Entrevistado 8)*

- ✓ *"He observado que los productos certificados son más atractivos para los grandes compradores. La certificación ha influido en su percepción de calidad, permitiéndonos acceder a mercados que antes tal vez eran inalcanzables." (Entrevistado 9)*

- ✓ *"La certificación actúa como un diferenciador importante en el mercado internacional. Cuando una empresa está certificada, es más fácil para los importadores confiar en la calidad de sus productos." (Entrevistado 10)*

- ✓ *"La Certificación Esencial Costa Rica es vista como un símbolo de calidad. Los productos que la poseen se asocian a estándares internacionales, lo que mejora su aceptación en mercados exigentes." (Entrevistado 11)*

- ✓ *"En mi experiencia, los productos certificados tienden a tener un flujo más rápido en el proceso aduanero. Esto se debe a que los importadores confían más en la calidad de lo que están trayendo al país." (Entrevistado 12)*

- ✓ *"Esencial Costa Rica no es una certificación de Calidad de producto; ella se basa en 5 pilares: Excelencia, Sostenibilidad, Innovación, Progreso Social, Origen Costarricense." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"He notado que cuando los productos vienen con la certificación, los compradores internacionales ya vienen predispuestos a valorar la calidad. Esto facilita mucho la labor en aduanas y mejora la percepción general." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Influye de manera que posiciona a los productos nacionales en un mejor estándar a nivel internacional, ya que la producción responsable y sostenible es un requisito casi indispensable actualmente." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"La Certificación Esencial Costa Rica ha sido un factor clave para mejorar la percepción de calidad de nuestros productos en los mercados internacionales. Los clientes valoran mucho el compromiso con la sostenibilidad y las prácticas responsables, lo que fortalece nuestra reputación y abre puertas en mercados más exigentes. Además, nos diferencia como una empresa que no solo ofrece productos de alta calidad, sino que también está comprometida con el bienestar social y ambiental." (Entrevistado 16)*
- ✓ *"Me parece que definitivamente generaría un efecto de calidad en el producto. Aunque el proceso de producción sea el mismo y la calidad sea la misma de siempre, el sello genera confianza de calidad en los clientes. Espero comprobarlo una vez esté certificado." (Entrevistado 17)*

Análisis

Los entrevistados destacaron que la certificación Esencial Costa Rica es ampliamente reconocida como un símbolo de calidad y sostenibilidad en los mercados internacionales. Para muchos, el contar con esta certificación se convierte en una garantía que permite a sus productos ser vistos con mayor respeto y confianza por parte de los compradores extranjeros, quienes perciben el sello como un reflejo del compromiso con altos estándares de calidad. Esta percepción

es crucial en un contexto global donde los consumidores valoran cada vez más las prácticas sostenibles y responsables en la producción de los bienes que adquieren.

Además, varios productores señalaron que la certificación no solo mejora la percepción de calidad, sino que también influye en la competitividad de los productos en un mercado cada vez más exigente y consciente de las prácticas de sostenibilidad. Este sello facilita que los productos costarricenses se posicionen favorablemente frente a competidores que no cuentan con certificaciones similares, permitiendo una mayor aceptación en mercados donde la demanda por productos responsables y sostenibles es creciente. La presencia del sello de certificación Esencial Costa Rica se convierte en una ventaja diferenciadora, ayudando a los productores a captar la atención de compradores internacionales que buscan proveedores confiables y éticamente comprometidos.

En el proceso de exportación, los entrevistados observaron que los productos certificados suelen experimentar un flujo aduanero más ágil. Esto se debe a que los importadores confían más en la procedencia y calidad de los productos que llevan la certificación Esencial Costa Rica, reduciendo así las barreras en las inspecciones aduaneras y facilitando el ingreso a mercados internacionales. Este aspecto operativo es relevante, ya que un proceso de aduanas más eficiente reduce costos y tiempos, optimizando la logística para los exportadores y fortaleciendo su capacidad de competir en el mercado internacional.

La importancia de las certificaciones en la aceptación de productos en mercados exigentes se enfatiza en estudios sobre comercio internacional y sostenibilidad. Como señalan Porter y Kramer (2006):

Las empresas que integran prácticas de sostenibilidad en su modelo de negocio no solo crean valor para sus consumidores, sino que también obtienen una ventaja competitiva al alinearse con las demandas actuales del mercado. En un entorno global donde la transparencia y la responsabilidad social corporativa son altamente valoradas, las certificaciones de sostenibilidad pueden servir como un diferenciador crítico que impulsa

la confianza del consumidor y mejora la percepción de calidad. Esto no solo facilita la entrada a mercados más exigentes, sino que también puede traducirse en una mayor lealtad del cliente y en una diferenciación en términos de marca y reputación. (Porter & Kramer, 2006, p. 88).

Finalmente, los entrevistados señalaron que la certificación se basa en pilares fundamentales como la excelencia, la sostenibilidad, la innovación, el progreso social y el origen costarricense, lo cual agrega un valor integral a los productos. Estos pilares son particularmente significativos para el mercado global actual, donde los consumidores e inversionistas buscan respaldar productos que, además de cumplir con altos estándares de calidad, contribuyan al desarrollo sostenible y promuevan el bienestar social. Así, la certificación Esencial Costa Rica no solo refuerza la percepción de calidad, sino que también asocia los productos costarricenses con un compromiso ético y ambiental, lo cual es valorado positivamente en mercados exigentes y competitivos.

Desde esta perspectiva, la certificación Esencial Costa Rica representa para los productores costarricenses una herramienta estratégica que mejora su posicionamiento en el mercado global. No solo es percibida como un símbolo de calidad, sino también como una garantía de prácticas sostenibles y responsables, elementos que hoy en día son cruciales en la decisión de compra de los consumidores a nivel mundial. Este impacto positivo fortalece la reputación de los productos nacionales y genera una ventaja competitiva que puede traducirse en mayores oportunidades comerciales y en un sólido posicionamiento de la marca país en los mercados internacionales.

Categoría2: Mercados internacionales

Descripción

La categoría Mercados internacionales se enfoca en analizar cómo la certificación Esencial Costa Rica facilita el acceso y posicionamiento de los productos costarricenses, especialmente la piña de la región Huetar Norte, en mercados globales altamente competitivos. Esta certificación

representa un respaldo clave que asegura a los compradores internacionales el cumplimiento de estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social, elementos cruciales en mercados exigentes como el europeo, estadounidense y chino.

En esta categoría, se destacan aspectos relacionados con la capacidad de la certificación para abrir puertas a nuevos mercados, mejorar la percepción de los productos costarricenses y aumentar la confianza de los importadores. Asimismo, se aborda cómo la certificación permite a los productores competir en igualdad de condiciones con otros países que ya cuentan con certificaciones reconocidas internacionalmente, generando ventajas estratégicas que fortalecen el comercio exterior.

La certificación no solo actúa como un diferenciador en el mercado global, sino que también alinea los productos con las demandas actuales de los consumidores internacionales, quienes valoran cada vez más las prácticas sostenibles y responsables. En este sentido, los productores han identificado la certificación como una herramienta clave para participar en ferias comerciales, establecer alianzas estratégicas y posicionar sus productos como opciones confiables y de alta calidad en mercados internacionales. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Buena acogida comercial." (Entrevistado 1)*
- ✓ *"Creo que con la certificación puede haber una mayor demanda de mis piñas, y generar mayores ingresos para mí, debido a que los compradores se van a ver más atraídos por mi producto." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"La certificación puede permitir acceder a financiamiento que antes era difícil de conseguir y con esto invertir en mejorar los métodos de cultivo y aumentar la producción." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Uno de los beneficios más claros sería la mejora en la calidad del producto, porque se implementan prácticas sostenibles que no solo benefician al medio ambiente, sino que también elevan el estándar de las piñas." (Entrevistado 4)*

- ✓ *"La certificación facilita a que los productos entren a mercados internacionales y conseguir contratos con empresas que buscan productos certificados." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Desde que la empresa obtuvo la certificación, hemos incrementado nuestra visibilidad en ferias internacionales. Esto ha resultado en nuevos clientes y contratos de exportación." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"La certificación ha mejorado nuestra imagen de marca, lo que nos diferencia de la competencia." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"No hemos notado que las ventas han aumentado significativamente. Pero si la certificación nos ha permitido atraer a un segmento de mercado que valora la responsabilidad social." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"Un beneficio importante ha sido el acceso a capacitación en prácticas sostenibles, lo que no solo ha mejorado nuestras operaciones, sino que también ha motivado a los trabajadores de la empresa." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"La certificación ha llevado a un mayor reconocimiento en el mercado. Las empresas certificadas tienen más oportunidades para participar en eventos y exposiciones, lo que les abre nuevas puertas." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"He observado que la certificación ha permitido que las empresas puedan cumplir con los estándares internacionales, facilitando así sus exportaciones y reduciendo costos de cumplimiento." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"Las empresas certificadas suelen tener menos complicaciones en aduanas. Esto no solo mejora su eficiencia, sino que también refuerza la confianza de los importadores en sus productos." (Entrevistado 12)*

- ✓ *"El beneficio es que Procomer tiene mucho renombre a nivel nacional como internacional, lo que al tener la certificación es muy bien recibida y los clientes lo toman en cuenta como algo bueno para la ayuda social, sostenibilidad y de origen costarricense, esto es muy bien recibido." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Las empresas que están certificadas a menudo tienen un proceso de envío más fluido, lo que les ayuda a cumplir con los plazos y aumentar su competitividad en el mercado." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Prestigio, una mejor apertura y aceptación de los mercados internacionales." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"Hemos observado varios beneficios. Entre ellos, un mayor interés por parte de clientes internacionales que valoran las prácticas sostenibles. También, la certificación ha mejorado nuestra imagen de marca y ha facilitado alianzas con socios que priorizan la sostenibilidad. Esto ha resultado en un incremento en la confianza del consumidor y en una mayor competitividad en mercados donde se exige cumplimiento con estándares ambientales." (Entrevistado 16)*
- ✓ *"Aumento de clientes buscando productos orgánicos y sostenibles." (Entrevistado 17)*

Análisis

La certificación Esencial Costa Rica se ha convertido en un instrumento clave para fortalecer la presencia de los productos costarricenses en mercados internacionales. Los beneficios identificados por los entrevistados destacan la capacidad del sello para facilitar la entrada a mercados exigentes, mejorar la visibilidad en ferias internacionales y fomentar la confianza entre compradores que priorizan prácticas responsables y sostenibles. Según Gómez y Rivera (2020), las certificaciones internacionales son una herramienta esencial para captar la atención de consumidores conscientes que buscan productos éticos y sostenibles.

Uno de los impactos más significativos mencionados es el acceso a nuevos mercados y segmentos específicos, como consumidores que valoran productos orgánicos y responsables. Este nicho de mercado ha crecido considerablemente en los últimos años, reforzando la importancia de certificaciones que garanticen prácticas sostenibles. Además, los entrevistados señalaron que la certificación no solo aumenta la competitividad, sino que también mejora la reputación de los productos, lo que facilita alianzas estratégicas con socios comerciales internacionales.

Otro beneficio clave es el acceso a financiamiento, ya que la certificación actúa como un aval para obtener recursos económicos destinados a mejorar procesos productivos. Según Martínez (2018), “las certificaciones no solo validan la calidad y sostenibilidad de los productos, sino que también incrementan la confianza de las instituciones financieras, lo que facilita la inversión en tecnología y recursos”. (p.32)

La certificación también impacta en aspectos operativos y logísticos. Los productos certificados enfrentan menos barreras en los procesos aduaneros, lo que reduce costos y tiempos para las empresas exportadoras. Esto es consistente con los hallazgos de Ramírez (2019), quien afirma que “la eficiencia operativa es un beneficio indirecto de las certificaciones internacionales, ya que asegura el cumplimiento normativo y mejora la percepción de los productos en mercados extranjeros”. (p.17)

Además, los entrevistados destacaron el prestigio asociado con la certificación, ya que refuerza la marca país de Costa Rica y diferencia a los productos costarricenses de sus competidores globales. Esto se alinea con Porter y Kramer (2006), quienes sostienen que “las empresas que integran valores éticos y sostenibles en su estrategia corporativa no solo mejoran su posicionamiento, sino que también aseguran una ventaja competitiva en mercados globales”. (p.45)

Sin embargo, algunos productores señalaron que los beneficios de la certificación no siempre se reflejan en un aumento inmediato de las ventas. Este aspecto indica que los impactos positivos son más evidentes en el mediano y largo plazo, particularmente en términos de reconocimiento de marca y posicionamiento estratégico.

Desde esta perspectiva, la certificación Esencial Costa Rica ofrece una amplia gama de beneficios para las empresas costarricenses, desde la mejora en la competitividad y la optimización de procesos logísticos hasta el acceso a financiamiento y el fortalecimiento de la marca país. Estos elementos consolidan a los productos nacionales como referentes en mercados internacionales, reforzando su reputación y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

Categoría3: Oportunidades

Descripción

La categoría Oportunidades aborda los beneficios y posibilidades que surgen para los productores de la región Huetar Norte al obtener la certificación Esencial Costa Rica. Esta certificación no solo les permite cumplir con exigencias internacionales, sino que también abre puertas hacia nuevos mercados que valoran productos sostenibles y responsables. Al implementar prácticas sostenibles y cumplir con altos estándares de calidad, los productores tienen la posibilidad de acceder a nichos de mercado más exclusivos y competitivos, lo que fortalece su posicionamiento global y aumenta su competitividad frente a países con sectores agrícolas consolidados.

Además, la certificación ofrece ventajas estratégicas, como la posibilidad de participar en ferias internacionales, establecer alianzas con distribuidores y captar la atención de importadores que buscan productos certificados. Estas oportunidades no solo generan un impacto positivo en la economía local al aumentar el volumen de exportaciones, sino que también fomentan una cultura de sostenibilidad y mejoran la reputación de los productos costarricenses en el extranjero. La certificación Esencial Costa Rica se percibe, por tanto, como un motor de crecimiento y desarrollo que impulsa a los productores hacia un mercado global en constante evolución. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Las plagas y la caída del precio." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"Creo que los mayores desafíos que se pueden encontrar es cumplir con las auditorías. Para superarlo, se debe implementar un sistema de seguimiento que ayude a mantener los registros en orden y facilitar las inspecciones." (Entrevistado 2)*

- ✓ *"El costo de las mejoras necesarias para mantener la certificación puede ser complicado. Buscando financiamiento y colaborando con otros productores para compartir recursos se puede lograr." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Mantener al equipo de trabajo capacitado es un reto. Se debe buscar la forma de organizar talleres y capacitaciones periódicas para asegurar de que todos estén alineados con las prácticas sostenibles requeridas." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"La presión para cumplir con normativas cambiantes es constante. Habría que establecer un plan de revisión anual para asegurar que todos los procesos se adapten a las nuevas regulaciones." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"La competencia también ha sido un desafío. Para mantener la certificación, hemos intensificado nuestros esfuerzos en marketing y comunicación para destacar nuestras prácticas sostenibles." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"Uno de los retos ha sido convencer a algunos clientes sobre la importancia de la certificación. Hemos creado materiales educativos y participado en eventos para promover sus beneficios." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"A veces, la falta de recursos para inversiones necesarias ha sido un obstáculo. Para superarlo, hemos buscado alianzas con ONGs y otros organismos que ofrecen apoyo financiero y técnico." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"La variabilidad en la demanda de productos certificados puede ser un desafío. Hemos diversificado nuestra oferta y mejorado nuestra estrategia de ventas para adaptarnos mejor al mercado." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"Uno de los principales desafíos es la resistencia al cambio. He trabajado en la sensibilización de las empresas sobre la importancia de mantener la certificación a través de talleres informativos." (Entrevistado 10)*

- ✓ *"El seguimiento de los procesos puede ser complicado. Recomiendo establecer un equipo dedicado a la certificación que se encargue de asegurar el cumplimiento continuo de los estándares." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"He visto que algunos productores tienen dificultades para entender los requisitos. Promover la capacitación y el asesoramiento ha sido fundamental para ayudarles a superar este reto." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"Como toda certificación lo más importante es la mejora continua la cual no es fácil. Los puntos más difíciles son mantener la excelencia, la sostenibilidad y la innovación, que es una mejora continua." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"El control de calidad constante puede ser un desafío para algunos. Sugerirles implementar protocolos de calidad interna ha ayudado a que mantengan sus estándares de certificación." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Entre los principales se encuentran toda la logística y mayor inversión que requiere obtener y mantener la certificación, además, de lograr un cambio de mentalidad en los colaboradores de la empresa. La manera de superar dichos obstáculos ha sido tener muy en claro los beneficios de la certificación y un mayor acercamiento con el personal." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"Uno de los principales desafíos ha sido mantener y documentar continuamente nuestras prácticas sostenibles. Las auditorías y requisitos para mantener la certificación son estrictos, lo que demanda recursos humanos y económicos. Sin embargo, hemos superado estos desafíos invirtiendo en capacitación para el personal y mejorando nuestros procesos internos para cumplir con los estándares sin afectar la productividad." (Entrevistado 16)*

- ✓ *"El tema de las auditorías es complicado, son muchos requisitos que demandan mucho trabajo mantener. Principalmente la parte de sostenibilidad." (Entrevistado 17)*

Análisis

El mantenimiento de la certificación Esencial Costa Rica implica enfrentar diversos desafíos que, al mismo tiempo, presentan oportunidades para fortalecer la gestión empresarial y consolidar una ventaja competitiva en el mercado internacional. Entre los obstáculos más comunes se encuentran el costo asociado a las mejoras necesarias, la complejidad de las auditorías, las normativas cambiantes y la necesidad constante de capacitación. Estos elementos resaltan la naturaleza exigente de la certificación, pero también subrayan su potencial como una herramienta transformadora para las empresas que logran cumplir con sus estándares.

Un aspecto recurrente identificado es el alto costo de implementar y mantener los requisitos de la certificación; este desafío financiero no solo afecta a los pequeños productores, sino también a empresas medianas que deben ajustar sus procesos productivos y administrativos. Según Gómez y Rivera (2020), los costos de certificación pueden convertirse en una barrera significativa, especialmente en sectores agrícolas donde los márgenes de ganancia son estrechos. Sin embargo, este obstáculo ha incentivado la creación de estrategias colaborativas, como la búsqueda de financiamiento externo, alianzas con ONG y la cooperación entre productores para compartir recursos y conocimientos. Estas prácticas, además de mitigar el impacto económico, promueven una mayor cohesión dentro del sector productivo y refuerzan la sostenibilidad a largo plazo.

Otro de los retos destacados es el cumplimiento de auditorías, un proceso que requiere no solo mantener registros detallados, sino también garantizar la alineación continua con los estándares de sostenibilidad y calidad. La implementación de sistemas de gestión y equipos dedicados a monitorear el cumplimiento ha demostrado ser una solución eficaz para enfrentar este desafío. Como señalan Porter y Kramer (2011), las empresas que integran sistemas de seguimiento robustos no solo logran cumplir con normativas internacionales, sino que también fortalecen su capacidad de adaptación frente a cambios regulatorios. Este proceso, aunque demandante, permite a las empresas mejorar su eficiencia operativa y reducir riesgos asociados al incumplimiento.

La capacitación constante del personal, también representa un desafío crucial, especialmente en un entorno donde las prácticas sostenibles y los estándares de calidad evolucionan rápidamente. Muchas empresas han señalado que mantener al equipo actualizado requiere inversiones significativas en talleres y programas de formación. No obstante, estas iniciativas no solo benefician a las empresas al garantizar la continuidad de la certificación, sino que también generan un impacto positivo en la motivación y el compromiso de los colaboradores. Según Ramírez (2019), la formación continua es un factor clave para consolidar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y la innovación, elementos fundamentales para competir en mercados internacionales.

La resistencia al cambio es otro desafío que, aunque menos tangible, puede influir significativamente en la capacidad de una empresa para mantener la certificación. Este obstáculo se manifiesta tanto en la adaptación de procesos internos como en la percepción de los clientes y colaboradores sobre la importancia de la certificación. Para enfrentarlo, muchas empresas han implementado estrategias de sensibilización, como talleres informativos y campañas de comunicación que destacan los beneficios de la certificación para la sostenibilidad y el posicionamiento en mercados exigentes. Estas acciones no solo facilitan la transición hacia nuevas prácticas, sino que también fortalecen la percepción de valor de la certificación dentro y fuera de la empresa.

El desafío de adaptarse a normativas cambiantes también se identifica como un factor constante en el mantenimiento de la certificación. Las empresas certificadas deben estar preparadas para ajustar sus procesos regularmente, lo que requiere una planificación cuidadosa y una capacidad de respuesta ágil. Según estudios recientes, la capacidad de adaptarse a regulaciones en evolución no solo garantiza la continuidad de la certificación, sino que también refuerza la resiliencia empresarial frente a un entorno competitivo y dinámico. (Gómez & Rivera, 2020). En este sentido, la certificación se convierte en una oportunidad para fortalecer la gestión empresarial y asegurar el cumplimiento de estándares internacionales, aspectos cada vez más valorados por consumidores y socios estratégicos.

Aunque los desafíos son significativos, también generan oportunidades valiosas para las empresas certificadas. Por ejemplo, los esfuerzos necesarios para cumplir con la certificación pueden traducirse en mejoras operativas, mayor eficiencia y un mejor posicionamiento en mercados internacionales. Además, las estrategias adoptadas para superar estos retos, como la diversificación de la oferta y el fortalecimiento de las relaciones comerciales, contribuyen a la sostenibilidad y competitividad a largo plazo. Según Ramírez (2019), el enfoque en la mejora continua y la innovación es esencial para que las empresas certificadas se mantengan relevantes y exitosas en un entorno global en constante evolución.

Desde esta perspectiva, los desafíos asociados al mantenimiento de la certificación Esencial Costa Rica no solo representan obstáculos, sino también catalizadores para la innovación y la mejora continua. Las empresas que logran superar estas dificultades mediante estrategias colaborativas, capacitación constante y sistemas de gestión robustos no solo aseguran la continuidad de su certificación, sino que también consolidan una ventaja competitiva en mercados internacionales. Este proceso, aunque demandante, refuerza el compromiso de las empresas con la sostenibilidad y la excelencia, valores que son fundamentales para garantizar su éxito en un entorno global cada vez más exigente.

Categoría4: Sostenibilidad

Descripción

La categoría Sostenibilidad explora cómo la certificación Esencial Costa Rica impulsa a los productores de la región Huetar Norte a adoptar prácticas agrícolas responsables que benefician tanto al medio ambiente como a la calidad de sus productos. Esta certificación fomenta el uso eficiente de los recursos, la reducción de pesticidas y la implementación de métodos que preservan la salud del suelo y la biodiversidad local. Estas medidas no solo cumplen con las exigencias de mercados internacionales, sino que también reflejan un compromiso tangible con la conservación ambiental, alineándose con las expectativas de los consumidores globales que valoran cada vez más la sostenibilidad en los productos que adquieren.

Además, la certificación ha generado un cambio cultural en la región, donde los agricultores han adoptado una visión más consciente y proactiva hacia la sostenibilidad. Esto no solo mejora la percepción de sus productos en mercados exigentes, sino que también fortalece su competitividad al posicionarlos como líderes en la producción agrícola responsable. Al fomentar la sostenibilidad como un eje central en sus operaciones, los productores certificados están mejor preparados para enfrentar los desafíos ambientales y adaptarse a las regulaciones internacionales, consolidando así su reputación y ampliando su acceso a oportunidades comerciales en mercados que priorizan la responsabilidad ambiental. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ "4." (Entrevistado 1)
- ✓ *"Le doy un 4. Me parece que la certificación ofrece bastantes beneficios, pero también siento que aún hay áreas de mejora en la capacitación que se ofrece." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"Lo califico con un 4. La certificación puede abrir muchas puertas para nosotros los productores y así mejorar la calidad de nuestro producto significativamente." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Mi satisfacción es un 3. Si bien la certificación es valiosa, los costos de mantenimiento son un desafío constante que me preocupa." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Estoy en un 4. La certificación es muy beneficiosa, pero a veces siento que la burocracia puede ser abrumadora." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Un 5, muy satisfechos. Desde que la empresa se certificó, hemos visto una mejor percepción de nuestros productos." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"Mi satisfacción es un 4. La certificación ha mejorado nuestra imagen, pero los procesos pueden llegar a parecer complicados." (Entrevistado 7)*

- ✓ *"Evalúo mi satisfacción con un 3. La certificación es muy útil, pero a veces los altos costos para realizar distintas inversiones pueden ser frustrante." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"Muy satisfecho. La certificación ha permitido que nuestros productos sean más competitivos, y eso es gratificante." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"Le daría un 4. Estoy satisfecho con los resultados que hemos visto, aunque siempre hay espacio para mejorar la comunicación sobre los requisitos." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"Mi evaluación es un 5. La certificación ha sido clave para posicionar nuestros productos en el exterior, y eso es un gran logro." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"Daría un 4. Las empresas certificadas suelen tener menos complicaciones en aduanas, lo que mejora la experiencia para todos." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"Muy satisfecho." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Le doy un 4. Si bien la certificación ayuda, he notado que algunos productores aún luchan por cumplir con todos los estándares requeridos." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"4." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"Le daría un 4. Estamos muy satisfechos con los beneficios que ha traído la certificación, tanto en términos de imagen como de oportunidades comerciales." (Entrevistado 16)*
- ✓ *"Le daría un 4. Me parece que es una marca reconocida a nivel nacional y que es símbolo de calidad." (Entrevistado 17)*

Análisis

La evaluación de la satisfacción con la certificación Esencial Costa Rica por parte de los entrevistados revela un panorama mayoritariamente positivo, aunque no exento de áreas de mejora.

Las respuestas se sitúan predominantemente entre calificaciones de cuatro y cinco, destacando los múltiples beneficios que la certificación ofrece en términos de competitividad, posicionamiento y sostenibilidad. No obstante, también se identifican desafíos asociados a los costos de mantenimiento, la burocracia y la necesidad de mejorar la comunicación y capacitación.

Uno de los aspectos más valorados es el impacto positivo de la certificación en la competitividad de los productos costarricenses. Según los entrevistados, la certificación ha permitido posicionar sus productos como bienes de alta calidad y sostenibilidad, logrando diferenciarse en mercados exigentes y atrayendo la atención de consumidores conscientes. Este hallazgo coincide con lo señalado por Ramírez (2019), quien afirma que “las certificaciones son herramientas estratégicas para las empresas que buscan fortalecer su posicionamiento en mercados internacionales y consolidar su reputación como actores responsables”. (p.32)

Asimismo, muchos productores resaltaron que la certificación ha mejorado significativamente la imagen de sus empresas, lo que se traduce en mayores oportunidades comerciales y una percepción positiva por parte de sus clientes. Este beneficio refuerza la sostenibilidad a largo plazo, al aumentar la confianza y lealtad de los consumidores. Según Martínez (2018), “la sostenibilidad no solo es un requisito ético, sino también una ventaja competitiva en un mercado global donde los consumidores demandan transparencia y prácticas responsables”. (p.14)

A pesar de estos aspectos positivos, los entrevistados también señalaron desafíos importantes que limitan su plena satisfacción. Uno de los obstáculos más destacados es el costo asociado al mantenimiento de la certificación, particularmente en términos de inversiones en infraestructura, cumplimiento de auditorías y capacitación del personal. Aunque estos costos representan una inversión estratégica, pueden ser una barrera significativa, especialmente para los pequeños productores. Como señalan Gómez y Rivera (2020), “los costos de las certificaciones son un desafío constante, pero su impacto positivo en la competitividad y sostenibilidad empresarial justifica su implementación a largo plazo”. (p.15).

Otro punto crítico identificado es la burocracia asociada al cumplimiento de los estándares de la certificación. Algunos entrevistados mencionaron que los procesos pueden ser complicados y requieren una mejora en la comunicación sobre los requisitos específicos. Esto sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de apoyo y simplificación administrativa, lo que podría aumentar la satisfacción de los productores y optimizar los resultados de la certificación.

La necesidad de una mejora continua en la capacitación fue otro tema recurrente. Aunque la certificación ha fomentado un mayor compromiso con la sostenibilidad, los entrevistados enfatizaron que el acceso a programas de formación más robustos y constantes sería clave para alinear a todos los actores con los objetivos de la certificación. Según Ramírez (2019), “la capacitación constante es esencial para garantizar el cumplimiento sostenible de los estándares y para fortalecer la cultura organizacional orientada a la mejora continua”. (p.19)

En términos generales, las calificaciones de satisfacción reflejan que los beneficios de la certificación superan los desafíos, aunque estos últimos no pueden ser ignorados. La implementación de medidas que aborden los costos, la burocracia y las necesidades de capacitación podría aumentar significativamente el nivel de satisfacción entre los productores y fortalecer el impacto positivo de la certificación en la sostenibilidad de sus negocios.

Desde esta perspectiva, la certificación Esencial Costa Rica es percibida como una herramienta valiosa que contribuye tanto al posicionamiento de los productos costarricenses como a la sostenibilidad a largo plazo. Si bien existen áreas de mejora, como la simplificación de procesos y el fortalecimiento de la capacitación, los beneficios en términos de competitividad, imagen y acceso a mercados internacionales consolidan su relevancia como un pilar estratégico para los productores costarricenses.

Unidad de Análisis 2: Internacionalización

Esta unidad de análisis tiene como objetivo examinar cómo la certificación Esencial Costa Rica contribuye al posicionamiento de los productos costarricenses, especialmente la piña de la región Huetar Norte, en mercados internacionales. La certificación no solo actúa como un

diferenciador clave en un entorno global competitivo, sino que también mejora la percepción de calidad y sostenibilidad de los productos, lo que resulta esencial para acceder a mercados con altos estándares, como el europeo, estadounidense y chino. A través de las entrevistas realizadas, se exploró cómo esta herramienta ha facilitado la entrada a nuevos mercados, fortalecido relaciones comerciales existentes y permitido a los productores competir en igualdad de condiciones con países que cuentan con certificaciones reconocidas.

Además, se analizó cómo la certificación ha incrementado la visibilidad de los productos costarricenses en ferias y plataformas internacionales, generando confianza entre importadores y consumidores finales. Este respaldo no solo asegura el cumplimiento de normativas internacionales, sino que también refuerza la imagen de los productos como opciones responsables y sostenibles. De esta manera, la certificación Esencial Costa Rica no solo abre puertas a oportunidades comerciales, sino que también impulsa la consolidación del sector exportador costarricense como un actor relevante en el comercio global. A continuación, se presentan las categorías derivadas de esta unidad de análisis:

- ✓ Volumen de exportaciones
- ✓ Nuevos mercados
- ✓ Estrategias
- ✓ Tácticas de promoción

Categoría1: Volumen de Exportaciones

Descripción

La categoría Volumen de exportaciones examina cómo la certificación Esencial Costa Rica impacta la cantidad de productos exportados por los agricultores de la Región Huetar Norte, en particular en mercados exigentes como el europeo y el chino. La certificación actúa como un respaldo que asegura a los compradores internacionales que los productos cumplen con altos estándares de calidad y sostenibilidad, factores que son cruciales para la aceptación en mercados globales competitivos. Aunque algunos productores han experimentado un incremento en sus exportaciones gracias a la confianza que genera la certificación, otros reportan que el volumen se

ha mantenido estable, pero destacan que el reconocimiento asociado mejora la fidelización de los clientes existentes y genera nuevas oportunidades comerciales.

Además, la certificación permite a los exportadores competir en igualdad de condiciones con productos provenientes de otros países, garantizando consistencia y calidad en cada envío. Esto contribuye a fortalecer la presencia costarricense en mercados internacionales, incluso cuando el volumen de exportaciones no crece significativamente. Al posicionar los productos como responsables y sostenibles, la certificación no solo facilita el acceso a mercados especializados, sino que también abre la puerta a nuevas estrategias comerciales que podrían generar un crecimiento sostenido en el mediano y largo plazo. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Se ha mantenido, es un desafío positivo." (Entrevistado 1)*
- ✓ *"Sí, me parece que puede haber un incremento en las exportaciones. La certificación atrae a compradores internacionales que buscan productos sostenibles y de calidad." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"Creo que si puede incrementarlas, porque con la certificación, se puede acceder a nuevos mercados que antes eran inaccesibles, y con esto aumentar los volúmenes de venta." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"No sé si se pueda tener un gran cambio en el volumen de exportaciones. Sin embargo, creo que la certificación da una ventaja competitiva que se aprovecha en bastantes aspectos." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Considero que si podría haber un aumento o al menos mantenerse. Con la certificación se demuestra que se cumple con estándares internacionales, lo que ha generado más confianza entre los compradores." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Desde que nuestra empresa se certificó no hemos incrementado las exportaciones, al menos se han mantenido. Pero si los clientes valoran la sostenibilidad, y eso se*

refleja en nuestras fidelidad con muchos clientes desde que estamos certificados."
(Entrevistado 6)

- ✓ *"No ha habido un aumento notable. Sin embargo, la certificación ha mejorado nuestra reputación en el mercado." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"No sé si realmente ha habido un incremento moderado en las exportaciones, pero si la certificación ha ayudado, también hemos trabajado en estrategias de marketing para promover nuestros productos." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"La certificación ha facilitado nuestras exportaciones, pero no ha aumentado significativamente, si hemos recibido solicitudes de clientes internacionales." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"Ha habido un incremento en las exportaciones de las empresas certificadas. La confianza que genera la certificación es un gran atractivo para los compradores." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"Sí, he observado un aumento. La certificación ha permitido que más productos costarricenses entren en mercados competitivos, lo que es clave para nuestras exportaciones." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"Las empresas certificadas suelen tener un aumento en sus volúmenes de exportación. La certificación les da un estatus que los compradores internacionales valoran mucho." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"No ha incrementado." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Sí, muchas empresas han aumentado sus exportaciones. La certificación les proporciona una ventaja en el cumplimiento de estándares exigidos por los importadores." (Entrevistado 14)*

- ✓ *"No se ha incrementado el volumen de las exportaciones debido a que trabajamos con un intermediario que es el que se encarga del tema exportación, sin embargo, la certificación ha sido un plus para una mayor aceptación del producto." (Entrevistado 15)*

- ✓ *"No, aunque la certificación ha mejorado nuestra reputación, no hemos observado un aumento significativo en el volumen de exportaciones hasta el momento." (Entrevistado 16)*

- ✓ *"Esperaría ver un incremento. Por lo general, los clientes internacionales buscan productos con alguna garantía de calidad." (Entrevistado 17)*

Análisis

El análisis del impacto de la certificación Esencial Costa Rica sobre el volumen de exportaciones refleja una variedad de perspectivas entre los entrevistados. Mientras algunos reportan un incremento moderado o significativo en sus exportaciones, otros indican que el volumen se ha mantenido estable o no ha experimentado cambios sustanciales. Estas diferencias ponen de manifiesto factores contextuales como la estrategia comercial, la capacidad de producción y las dinámicas del mercado.

Uno de los puntos clave mencionados es que la certificación ofrece una ventaja competitiva en mercados internacionales, especialmente aquellos con altos estándares de sostenibilidad y calidad. Según Ramírez (2019), las certificaciones son un factor diferenciador que aumenta la confianza de los compradores internacionales y facilita la entrada a mercados regulados. Esto coincide con las observaciones de varios entrevistados que resaltaron que la certificación ha permitido acceder a nuevos mercados, atrayendo a compradores interesados en productos sostenibles.

Aunque no todos los entrevistados han experimentado un aumento directo en sus volúmenes de exportación, la certificación ha generado un impacto positivo en la reputación de los productos. Esto se traduce en una mayor aceptación y fidelización de clientes internacionales, quienes valoran

el compromiso con la sostenibilidad y la calidad certificada. Según Martínez (2018), “la percepción positiva asociada a las certificaciones mejora la competitividad y la preferencia de los productos en mercados internacionales”. (p.24)

Otro factor relevante es la interacción entre la certificación y las estrategias comerciales. Algunos entrevistados señalaron que, aunque la certificación facilita el acceso a mercados, el incremento en las exportaciones también depende de esfuerzos complementarios, como la inversión en marketing y la diversificación de productos. Esto refuerza la idea de que la certificación, aunque crucial, no opera en aislamiento, sino como parte de una estrategia integral para maximizar las oportunidades comerciales.

Sin embargo, se identifican desafíos que limitan el impacto directo de la certificación en el volumen de exportaciones. Entre ellos, se menciona la dependencia de intermediarios, quienes controlan el proceso de exportación y limitan el acceso directo de los productores a los compradores internacionales. Este fenómeno reduce el margen de acción de las empresas certificadas y diluye el impacto del sello en el crecimiento de las exportaciones. Según Gómez y Rivera (2020), “la integración de los productores en la cadena de valor es esencial para maximizar los beneficios de las certificaciones y garantizar su impacto en el volumen de ventas internacionales”. (p.34)

Además, algunos entrevistados expresaron expectativas sobre un aumento en las exportaciones en el mediano y largo plazo, a medida que la certificación continúe ganando reconocimiento en mercados internacionales. Este enfoque prospectivo destaca el valor estratégico de la certificación como una inversión a largo plazo, cuyo impacto pleno puede tardar en materializarse.

Considerando lo anterior, el impacto de la certificación Esencial Costa Rica en el volumen de exportaciones varía según las condiciones específicas de cada empresa y su contexto comercial. Si bien algunos han observado incrementos notables, otros han experimentado estabilidad en sus volúmenes. Sin embargo, la certificación contribuye significativamente al fortalecimiento de la reputación, la fidelización de clientes y el acceso a nuevos mercados, lo que posiciona a los

productos costarricenses como opciones altamente competitivas en el ámbito internacional. Para maximizar estos beneficios, es crucial que las empresas complementen la certificación con estrategias comerciales robustas y reduzcan su dependencia de intermediarios en el proceso de exportación.

Categoría2: Nuevos Mercados

Descripción

La categoría Nuevos mercados analiza cómo la certificación Esencial Costa Rica facilita el acceso de los productos costarricenses, particularmente la piña de la región Huetar Norte, a mercados internacionales emergentes y altamente exigentes. La certificación actúa como un puente para conectar con compradores que priorizan estándares de sostenibilidad y calidad en sus adquisiciones. Los productores identifican que contar con este respaldo no solo aumenta su visibilidad en el extranjero, sino que también permite cumplir con normativas específicas que son clave para ingresar a mercados exclusivos, como el chino, donde los consumidores valoran la responsabilidad ambiental y social detrás de los productos que consumen.

Además, la certificación ofrece la oportunidad de establecer relaciones comerciales más sólidas y a largo plazo con distribuidores e importadores que buscan proveedores confiables. Esta ventaja es especialmente relevante en mercados competitivos, donde diferenciarse a través de certificaciones reconocidas puede marcar la diferencia al momento de cerrar acuerdos comerciales. La posibilidad de participar en ferias internacionales, destacarse en plataformas de comercio global y captar la atención de nuevos clientes son algunos de los beneficios tangibles que los productores perciben al contar con la certificación, consolidando su posición en mercados que demandan excelencia y sostenibilidad. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Sí, porque es un respaldo para el productor." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"Sí, definitivamente. La certificación puede permitir acceder a mercados que exigen estándares de sostenibilidad, lo que puede ser un obstáculo para mí y para otros productores de piña." (Entrevistado 2)*

- ✓ *"Considero que la certificación puede ser clave para abrir nuevos mercados. Muchos compradores internacionales buscan productos que cumplan con normas ambientales, y con la certificación se puede ofrecer eso." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Sí, creo que la certificación puede ayudar a obtener oportunidades. Atrae la atención de importadores que valoran la calidad y la sostenibilidad en sus compras." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Absolutamente. La certificación permite participar en ferias internacionales y establecer contactos con potenciales compradores que antes no considerarían nuestros productos." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"La certificación sí facilita enormemente la apertura de nuevos mercados. Permite competir con otras empresas que ya tienen ese respaldo, y se espera así atraer a más clientes." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"Sí, permite lograr entrar a mercados que antes parecían lejanos. La certificación da confianza a los compradores y les asegura que los productos cumplen con sus expectativas." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"Considero que la certificación es un factor muy útil para acceder a nuevos mercados. Nos ha permitido conectarnos con distintos distribuidores, donde la sostenibilidad es muy valorada." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"La certificación ha abierto puertas. Ahora recibimos más consultas de compradores interesados en productos responsables y de calidad." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"La certificación ha sido esencial para que las empresas accedan a nuevos mercados. Los importadores buscan constantemente proveedores confiables y sostenibles." (Entrevistado 10)*

- ✓ *"Sí, es evidente que la certificación facilita la entrada en mercados internacionales. Los consumidores en el extranjero valoran cada vez más la sostenibilidad." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"He visto que las empresas con certificación tienen más oportunidades en mercados exigentes. Los compradores confían más en productos que cumplen con estándares reconocidos." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"Considero que si somos más vistos en especial por la publicidad que genera Procomer con la marca país. Eso es muy importante para darse a conocer." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Definitivamente, la certificación actúa como un pasaporte para nuevos mercados, facilitando el proceso de venta y mejorando la percepción de calidad de los productos." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Sí, como se mencionó anteriormente, ser un productor certificado abre las puertas con nuevos clientes que tienen un interés especial en la producción sostenible y los valores con los que se trabaja." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"No, la certificación por sí sola aún no ha sido un factor determinante para la apertura de nuevos mercados, aunque ha fortalecido nuestra imagen en los mercados en los que ya operamos." (Entrevistado 16)*
- ✓ *"Definitivamente. Como ya mencioné, la certificación es sinónimo de calidad, y es algo conocido a nivel internacional." (Entrevistado 17)*

Análisis

El análisis de las respuestas revela que la certificación Esencial Costa Rica es ampliamente percibida como un facilitador para la apertura de nuevos mercados internacionales. Aunque no todos los entrevistados reportan un impacto directo e inmediato, existe un consenso general sobre

la capacidad del sello para generar confianza, abrir puertas en mercados exigentes y mejorar la percepción de calidad de los productos costarricenses.

Uno de los aspectos más destacados es que la certificación funciona como un respaldo que garantiza el cumplimiento de estándares de sostenibilidad y calidad. Este factor es crucial en mercados internacionales donde los compradores buscan proveedores que alineen sus prácticas con valores ambientales y sociales. Según Martínez (2018), “las certificaciones no solo aumentan la confianza de los compradores internacionales, sino que también permiten a los productores competir en condiciones de igualdad en mercados altamente regulados”. (p.18). Esto explica por qué muchos entrevistados ven la certificación como una herramienta estratégica para acceder a mercados que antes eran inaccesibles.

Otro punto clave es la importancia de la certificación en ferias internacionales y eventos comerciales. La participación en estos espacios permite a las empresas certificadas establecer contactos con compradores potenciales que valoran la sostenibilidad como un criterio fundamental para sus decisiones de compra. Esto coincide con lo señalado por Ramírez (2019), quien destaca que “las ferias internacionales son una plataforma esencial para que las empresas certificadas muestren su compromiso con estándares globales y expandan su red de clientes”. (p.15).

Sin embargo, algunos entrevistados señalaron que la certificación por sí sola no siempre es suficiente para garantizar el acceso a nuevos mercados. Este hallazgo subraya la importancia de complementar la certificación con estrategias comerciales robustas, como campañas de marketing dirigidas, la diversificación de productos y la promoción activa de la marca país. Según Gómez y Rivera (2020), “el éxito de las certificaciones en la apertura de nuevos mercados depende de su integración en una estrategia comercial más amplia que permita maximizar su impacto”. (p.17).

Además, los entrevistados mencionaron que la certificación ha fortalecido la reputación de los productos costarricenses, lo que genera un efecto positivo incluso en los mercados donde ya operan. Este aspecto indica que la certificación no solo tiene un impacto en la apertura de nuevos mercados, sino también en la consolidación y expansión de la presencia en mercados existentes.

Desde esta perspectiva, la certificación Esencial Costa Rica actúa como un catalizador para la apertura de nuevos mercados internacionales al proporcionar un respaldo tangible de calidad y sostenibilidad. Aunque su efectividad puede variar según las condiciones específicas de cada empresa y mercado, su impacto en la mejora de la reputación y la confianza de los compradores internacionales es innegable. Para maximizar estos beneficios, es esencial que las empresas complementen la certificación con estrategias comerciales efectivas y aprovechen las oportunidades que brinda la promoción de la marca país en ferias y eventos internacionales.

Categoría 3: Estrategias

Descripción

La categoría Estrategias se enfoca en identificar y analizar las tácticas implementadas por los productores de la región Huetar Norte para cumplir con los requisitos de la Certificación Esencial Costa Rica y mantenerse competitivos en el mercado internacional. La certificación exige la adopción de prácticas específicas que promuevan la sostenibilidad, la calidad y la responsabilidad social, lo que ha llevado a los productores a desarrollar estrategias que optimicen sus procesos y reduzcan costos sin comprometer los estándares requeridos. Estas tácticas incluyen desde la capacitación continua de los trabajadores hasta la implementación de sistemas de trazabilidad y el fortalecimiento de alianzas estratégicas para garantizar el acceso a recursos financieros y técnicos.

Además, los productores reconocen que la certificación no solo exige cumplir con altos estándares, sino que también ofrece la oportunidad de desarrollar estrategias comerciales más efectivas. Entre estas se destacan la participación en ferias internacionales, el uso de tecnologías para mejorar la eficiencia de las operaciones y el fortalecimiento de la comunicación con clientes internacionales. Estas estrategias no solo permiten a los productores afrontar los desafíos asociados con la certificación, como los costos y la burocracia, sino que también consolidan su posición en mercados globales al demostrar un compromiso genuino con la sostenibilidad y la excelencia. Las respuestas fueron las siguientes:

✓ *"La baja en los precios, alto costo de mano de obra y plagas." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"Uno de los principales obstáculos es la falta de financiamiento para implementar las prácticas necesarias. Muchos de nosotros no contamos con los recursos económicos para realizar las mejoras requeridas." (Entrevistado 2)*

- ✓ *"La capacitación es un desafío. No siempre hay acceso a cursos o talleres sobre las normas de certificación, lo que dificulta que podamos cumplir con los requisitos." (Entrevistado 3)*

- ✓ *"La burocracia también es un gran obstáculo. Los trámites para obtener la certificación pueden ser complicados y consume mucho tiempo, lo que desanima a algunos productores." (Entrevistado 4)*

- ✓ *"La resistencia al cambio es otro problema. Algunos agricultores están acostumbrados a sus métodos tradicionales y les cuesta adaptarse a las nuevas exigencias de sostenibilidad." (Entrevistado 5)*

- ✓ *"Los costos que conlleva certificarse son significativos. Para muchos pequeños productores, estos gastos adicionales pueden ser prohibitivos, dificultando el proceso de certificación." (Entrevistado 6)*

- ✓ *"La competencia desleal es un problema. Algunos productores no certificados no cumplen con las normativas, lo que les permite reducir costos y ofrecer precios más bajos." (Entrevistado 7)*

- ✓ *"Los productores que no están certificados se les hace más difícil acceder al apoyo y recursos disponibles, sería más fácil para ellos cumplir con los requisitos de certificación." (Entrevistado 8)*

- ✓ *"La falta de liquidez, ya que gran parte de la producción de la Región Huetar Norte se basa en pequeños y medianos productores." (Entrevistado 9)*

- ✓ *"Principalmente el tema económico suele ser el mayor obstáculo. Existen otros, pero que en general derivan de la parte financiera." (Entrevistado 10)*

Análisis

El análisis de las respuestas revela que los productores de piña en la región Huetar Norte enfrentan una serie de obstáculos significativos para satisfacer los requisitos de la certificación Esencial Costa Rica, siendo los principales desafíos de naturaleza económica, técnica y cultural. Estos obstáculos, aunque complejos, también destacan áreas clave donde podrían implementarse estrategias efectivas para facilitar el cumplimiento de los estándares de certificación.

Uno de los principales problemas señalados es la falta de financiamiento, que limita la capacidad de los productores para implementar las prácticas necesarias para la certificación. Según Gómez y Rivera (2020), “los costos asociados a las certificaciones representan una barrera significativa, especialmente para los pequeños y medianos productores, quienes suelen tener recursos limitados para invertir en mejoras”. (p.30) Este obstáculo económico no solo dificulta la certificación, sino que también perpetúa desigualdades en el acceso a mercados internacionales. Para superar este desafío, sería esencial fortalecer los mecanismos de apoyo financiero, como subsidios, líneas de crédito específicas o alianzas con organizaciones internacionales que promuevan la sostenibilidad.

Además, la capacitación insuficiente es otro obstáculo importante. Muchos productores carecen de acceso a talleres y cursos que les permitan comprender y aplicar las normativas necesarias para la certificación. Según Martínez (2018), “la educación y capacitación son pilares fundamentales para garantizar el éxito de las certificaciones, ya que empoderan a los productores con las herramientas necesarias para cumplir con los estándares exigidos”. (p.34) En este sentido, el desarrollo de programas de capacitación accesibles, ya sea presenciales o virtuales, podría ser una estrategia clave para superar este obstáculo.

La burocracia y los trámites complejos también se identifican como barreras significativas. Algunos productores señalaron que el tiempo y esfuerzo requeridos para completar los procesos de certificación pueden ser desalentadores, especialmente para quienes ya enfrentan cargas operativas significativas. Este hallazgo subraya la necesidad de simplificar los procesos administrativos asociados con la certificación, agilizando los trámites y ofreciendo asistencia técnica para facilitar su cumplimiento.

Otro desafío crítico es la resistencia al cambio, especialmente entre los agricultores acostumbrados a métodos tradicionales de producción. Este obstáculo refleja una necesidad de sensibilización y educación que resalte los beneficios de la certificación, no solo en términos de acceso a mercados, sino también en la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo. Según Ramírez (2019), “el cambio cultural dentro del sector agrícola es esencial para lograr una transición efectiva hacia prácticas más sostenibles y alineadas con estándares internacionales”. (p.11).

La competencia desleal también fue mencionada como un problema significativo. Algunos productores no certificados pueden operar fuera de las normativas, lo que les permite ofrecer precios más bajos y competir de manera desventajosa con aquellos que invierten en cumplir con los estándares. Este problema podría abordarse mediante políticas gubernamentales más estrictas que promuevan la certificación como requisito para operar en mercados regulados, incentivando a más productores a adoptar prácticas responsables.

Por último, la falta de liquidez es un tema recurrente, especialmente entre los pequeños y medianos productores de la región. Este problema económico no solo limita las inversiones necesarias para la certificación, sino que también afecta la sostenibilidad general de las operaciones agrícolas. La implementación de programas de financiamiento accesibles y específicos para este sector sería una solución clave para aliviar esta barrera.

A partir de lo anterior se puede determinar que los principales obstáculos que enfrentan los productores de piña en la región Huetar Norte para satisfacer los requisitos de la certificación Esencial Costa Rica están profundamente arraigados en factores económicos, técnicos y culturales. Sin embargo, estos desafíos también destacan oportunidades para implementar estrategias

efectivas, como el fortalecimiento del financiamiento, el acceso a capacitación, la simplificación de trámites y la promoción de un cambio cultural hacia prácticas más sostenibles. Estas acciones facilitarían el cumplimiento de los estándares de certificación y también contribuirían al desarrollo sostenible y competitivo del sector agrícola en la región.

Categoría 4: Tácticas de Promoción

Descripción

La categoría Tácticas de promoción se centra en analizar las estrategias de marketing y comunicación que los productores de la región Huetar Norte consideran más efectivas para destacar la piña costarricense en mercados internacionales, particularmente en contextos culturalmente distintos como el chino. Debido a la creciente demanda de productos sostenibles y de calidad en el mercado global, los productores identifican la necesidad de adaptar sus tácticas promocionales para alinearse con las preferencias culturales y de consumo del público objetivo. Estas incluyen desde campañas de marketing digital que destaquen la sostenibilidad del producto, hasta la participación en ferias comerciales que permitan establecer conexiones directas con importadores y distribuidores internacionales.

Los productores reconocen que contar con la certificación Esencial Costa Rica refuerza la narrativa de calidad y responsabilidad detrás de sus productos, haciéndolos más competitivos. Tácticas como colaboraciones con influencers locales, la integración de la piña en recetas tradicionales del mercado objetivo y la promoción de la historia detrás del producto son vistas como formas eficaces de conectar emocionalmente con los consumidores, posicionando la piña costarricense como un símbolo de sostenibilidad y excelencia en el mercado global. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Sembrar piña rosada, invertir en promoción y mercadeo." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"Una estrategia efectiva sería colaborar con influencers locales que promuevan la piña costarricense en redes sociales, destacando su calidad y beneficios." (Entrevistado 2)*

- ✓ *"Considero que realizar degustaciones en mercados y ferias alimentarias en China puede ser crucial para que los consumidores prueben el producto y lo asocien con calidad." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Desarrollar un programa de fidelización que ofrezca descuentos o promociones a consumidores habituales podría incentivar el consumo de piña costarricense." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Integrar la piña en recetas populares chinas y compartirlas a través de redes sociales podría ayudar a introducirla de manera más efectiva en la cultura culinaria local o también como mencioné anteriormente, participando en ferias comerciales en China." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Desarrollar campañas de marketing que resalten la sostenibilidad y la frescura de nuestras piñas podría atraer a consumidores chinos, que valoran productos responsables." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"Utilizar plataformas de comercio electrónico populares en China, para vender piñas distintas empresas y consumidores podría ser una forma eficaz de penetrar en el mercado." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"La creación de empaques atractivos y informativos en mandarín que destaquen las características únicas de la piña costarricense podría captar la atención de los consumidores." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"Considero que es fundamental establecer alianzas con distribuidores locales que entiendan el mercado y puedan posicionar nuestras piñas en supermercados y tiendas especializadas." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"Implementar una campaña de marketing que incluya la historia detrás de la piña costarricense, enfatizando su origen y calidad, podría resonar con los consumidores chinos." (Entrevistado 10)*

- ✓ *"La educación del consumidor es clave. Crear contenido sobre cómo elegir y utilizar piñas en la cocina china podría incrementar su aceptación." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"Facilitar la logística y asegurar que nuestros productos lleguen frescos y en buen estado sería fundamental. Esto puede implicar trabajar con distribuidores eficientes en China." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"Utilizar ferias de comercio agrícola y exposiciones internacionales en China para presentar la piña costarricense sería una excelente manera de aumentar su visibilidad." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Promocionar el producto por medio de una exposición de los estándares que debe cumplir la producción de piña y la piña en sí a la hora de ser escogida para la exportación y mostrar el valor agregado que se le puede dar al producto (otros productos que se obtienen a partir de la piña, por ejemplo: jaleas, gelatinas, etc.)." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Pensaría en algo donde se muestre todo el trabajo que existe detrás de poner una piña en cada una de los hogares chinos." (Entrevistado 15)*

Análisis

El análisis de las respuestas muestra que los productores y expertos identifican una diversidad de tácticas para promocionar la piña costarricense en el mercado chino, enfatizando estrategias culturales, digitales y logísticas para maximizar el impacto. La necesidad de personalizar las tácticas de promoción según las diferencias culturales y de consumo de China es un tema recurrente, destacando la importancia de comprender a profundidad las preferencias del consumidor chino.

Una de las estrategias más mencionadas es la colaboración con influencers locales y el uso de redes sociales populares en China, como WeChat y Douyin (TikTok). Esto responde al creciente poder de estas plataformas en la influencia de las decisiones de compra de los consumidores chinos. Según Martínez y Rivera (2020), “la utilización de influencers locales permite conectar directamente con las audiencias objetivo, generando confianza y aumentando la visibilidad del producto”. (p.10). Promover la calidad, frescura y sostenibilidad de la piña costarricense mediante campañas atractivas en estas plataformas podría ser una táctica efectiva para captar la atención del consumidor.

Otra táctica relevante es la participación en ferias alimentarias y exposiciones internacionales en China. Este enfoque permite que los consumidores chinos prueben el producto, una experiencia crucial en un mercado donde la calidad percibida es un factor determinante para la compra. Según Ramírez (2019), “las degustaciones y eventos presenciales permiten generar una conexión emocional con el consumidor y consolidar la percepción de calidad y autenticidad del producto”. (p.15). Estas ferias también representan una oportunidad para establecer alianzas comerciales con distribuidores locales, un aspecto señalado como esencial por varios entrevistados.

La educación del consumidor es otro punto clave. La creación de contenido que muestre cómo seleccionar, almacenar y utilizar la piña costarricense en la cocina china podría incrementar su aceptación y popularidad. Además, integrar la piña en recetas populares chinas y promoverlas mediante redes sociales y ferias es una forma innovadora de posicionarla dentro de la cultura culinaria local, lo cual facilita la adopción del producto y resalta su versatilidad.

El diseño de empaques atractivos en mandarín que resalten las características únicas de la piña costarricense es una táctica mencionada como fundamental. Los consumidores chinos valoran los detalles visuales y la información clara en su idioma. Según estudios recientes, el empaque es uno de los factores más importantes en la decisión de compra en el mercado chino. (Gómez & Rivera, 2020). La inversión en empaques que destaquen la frescura, sostenibilidad y origen de la piña costarricense podría diferenciarla de otros productos en las estanterías.

El uso de plataformas de comercio electrónico como Alibaba, JD.com o Pinduoduo también se destaca como una táctica clave para penetrar el mercado, estas plataformas dominan el comercio en línea en China y ofrecen acceso a millones de consumidores. Según Martínez (2018), “el comercio electrónico es una herramienta esencial para las empresas que buscan expandir su alcance en mercados internacionales altamente digitalizados”. (p.22) A través de estas plataformas, los productores costarricenses pueden presentar sus productos directamente a los consumidores chinos, eliminando intermediarios y aumentando la rentabilidad.

Finalmente, varios entrevistados mencionaron la importancia de resaltar el origen y la historia detrás del producto como una táctica diferenciadora. Los consumidores chinos valoran los productos que cuentan con una narrativa convincente, especialmente cuando están vinculados a prácticas sostenibles y responsables; la promoción de la piña costarricense como un símbolo de calidad, fresca y sostenibilidad podría resonar con los valores emergentes del mercado chino.

Unidad de análisis 3: Competitividad

Esta unidad de análisis tiene como objetivo examinar cómo la certificación Esencial Costa Rica influye en la capacidad de los productores de la región Huetar Norte para mantenerse competitivos en el mercado internacional. La certificación, si bien actúa como un diferenciador clave que fortalece la posición de los productos costarricenses, también plantea retos relacionados con la sostenibilidad de los métodos de cultivo, la adecuación a estándares internacionales y la mejora constante en las prácticas productivas. Este enfoque permite entender cómo los productores equilibran los beneficios de la certificación con los desafíos inherentes a cumplir con los criterios de calidad y sostenibilidad requeridos.

A través de las entrevistas aplicadas, se identificaron factores que impactan directamente en la competitividad, tales como la implementación de métodos de cultivo más sostenibles, la inversión en la capacitación del personal y el costo de las adaptaciones para cumplir con las normativas internacionales. Los productores destacaron que, aunque la certificación incrementa la confianza en los mercados extranjeros y facilita el acceso a nuevos compradores, también exige un

esfuerzo constante para innovar y adaptarse a las demandas globales. A continuación, se presentan las categorías derivadas de esta unidad de análisis:

- ✓ Satisfacción
- ✓ Competencia internacional
- ✓ Métodos de cultivo
- ✓ Capacidad de producción
- ✓ Efectos de certificación

Categoría 1: Satisfacción

Descripción

La categoría Satisfacción aborda cómo los productores de la región Huetar Norte perciben los beneficios y limitaciones de la certificación Esencial Costa Rica en términos de impacto en sus operaciones, competitividad y sostenibilidad. Los productores destacan que, aunque la certificación implica desafíos como costos elevados y procesos administrativos complejos, también genera beneficios tangibles, como el fortalecimiento de la reputación de sus productos en mercados internacionales y el acceso a oportunidades comerciales más exclusivas. Este balance entre retos y ventajas determina el nivel de satisfacción de los productores y su disposición a mantener la certificación como un recurso estratégico.

Adicionalmente, la satisfacción con la certificación se asocia con el grado en que los productores logran alinear sus operaciones con los estándares exigidos y aprovechar los beneficios que la certificación les ofrece. Factores como el aumento de la confianza de los consumidores, la mejora en los procesos internos y la posibilidad de acceder a mercados más exigentes son elementos clave que influyen positivamente en su percepción. Sin embargo, los productores coinciden en que es necesario mejorar ciertos aspectos, como el apoyo en capacitación y financiamiento, para maximizar los beneficios de la certificación y consolidar su impacto en la competitividad del sector. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"No sé sinceramente." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"Sí, considero que es muy efectiva, la certificación obliga a implementar prácticas más sostenibles, lo que reduce el impacto ambiental considerablemente." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"Sí, la certificación puede ayudar a establecer un enfoque claro hacia la sostenibilidad, porque se deben adaptar técnicas de cultivo que protejan el medio ambiente y que mejoren la calidad del suelo." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"La certificación actúa como una guía. Se debe identificar áreas de mejora y aplicar prácticas que beneficien tanto a nuestras producciones de piña como al entorno." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Sin duda. La certificación ha fomentado una cultura de sostenibilidad. Todos los que estén certificados deben estar más conscientes de la importancia de cuidar el medio ambiente." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Sí, es una herramienta clave. Nos ha permitido mostrar a nuestros clientes que estamos comprometidos con la sostenibilidad, lo que mejora nuestra imagen de marca y atrae a los consumidores." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"Considero que es muy efectiva. La certificación impulsa a buscar constantemente nuevas formas de reducir nuestro impacto ambiental en todas nuestras operaciones." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"La certificación ha sido un motivador para implementar mejoras. Hemos visto un aumento en la eficiencia de nuestros procesos y una reducción en el uso de recursos." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"Sí, ha sido una herramienta transformadora. Gracias a la certificación, hemos podido establecer metas de sostenibilidad claras y medibles." (Entrevistado 9)*

- ✓ *"Sí claro, la certificación ayuda a las empresas a alinearse con prácticas sostenibles. Fomenta la responsabilidad social y ambiental, lo que es crucial en el mundo actual." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"La certificación proporciona un marco para la sostenibilidad. Es efectiva porque no solo promueve buenas prácticas, sino que también crea conciencia en toda la organización." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"Sí, he visto que las empresas certificadas tienden a adoptar prácticas más responsables. La certificación empodera a las empresas a ser más proactivas en su enfoque ambiental." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"Sí, y todos los demás cuatro pilares que la conforman." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Considero que es una herramienta muy efectiva. Las empresas certificadas suelen estar más preparadas para enfrentar los desafíos ambientales y cumplir con regulaciones internacionales." (Entrevistado 14)*
- ✓ *"Sí, ya que, de una manera positiva obliga tanto a jefaturas como al personal a cambiar la mentalidad y entender la importancia de trabajar bajo nuevos valores y estrategias que ayuden a la conservación del ambiente." (Entrevistado 15)*
- ✓ *"Sí, la certificación nos ha motivado a implementar mejoras continuas en nuestros procesos, lo que ha tenido un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental de nuestras operaciones." (Entrevistado 16)*
- ✓ *"Sí, definitivamente, funciona como una guía efectiva que orienta el negocio hacia la sostenibilidad, y obliga a mantenerse alineado." (Entrevistado 17)*

Análisis

La certificación Esencial Costa Rica es percibida por la mayoría de los entrevistados como una herramienta efectiva para promover la sostenibilidad ambiental dentro de sus empresas. Las

respuestas reflejan una visión mayoritariamente positiva, destacando que la certificación no solo impulsa la adopción de prácticas sostenibles, sino que también fomenta un cambio cultural hacia la responsabilidad ambiental.

Uno de los puntos más destacados es que la certificación actúa como una guía estructurada para la sostenibilidad, ayudando a las empresas a identificar áreas de mejora y establecer metas claras en términos de reducción de impacto ambiental. Esto coincide con lo señalado por Martínez (2018), quien afirma que “las certificaciones ambientales proporcionan un marco integral que permite a las organizaciones medir y mejorar su desempeño en sostenibilidad”. (p.14) Este marco no solo beneficia a la empresa, sino que también refuerza su compromiso con el entorno y las comunidades locales.

Otro aspecto clave es que la certificación ha impulsado a las empresas a adoptar prácticas innovadoras que no solo protegen el medio ambiente, sino que también mejoran la eficiencia operativa. Algunos entrevistados mencionaron una reducción en el uso de recursos y un aumento en la calidad del suelo gracias a técnicas de cultivo sostenibles. Según Ramírez (2019), “la sostenibilidad no debe ser vista como un costo, sino como una inversión estratégica que mejora la competitividad a largo plazo”. (p.15). Esto explica por qué la certificación es considerada una herramienta transformadora por varios de los participantes.

La certificación también ha fomentado una cultura organizacional de sostenibilidad, donde tanto las jefaturas como el personal están más conscientes de la importancia de cuidar el medio ambiente. Este cambio cultural es esencial para garantizar que las prácticas sostenibles sean implementadas y mantenidas de manera consistente. Como señalan Gómez y Rivera (2020), “la sostenibilidad debe integrarse en la mentalidad de toda la organización para que sus beneficios se traduzcan en resultados tangibles”. (p.20).

Un beneficio adicional es la capacidad de la certificación para mejorar la imagen de marca y atraer a consumidores conscientes, lo que refuerza la competitividad en mercados nacionales e internacionales. Los consumidores modernos valoran cada vez más los productos que provienen de procesos responsables y sostenibles, lo que convierte a la certificación en un diferenciador clave

en un mercado saturado. Según estudios recientes, “el 73% de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos sostenibles” (Porter & Kramer, 2011, p.19), lo que subraya la relevancia de la certificación para las empresas costarricenses.

Sin embargo, un entrevistado expresó incertidumbre sobre la efectividad de la certificación, lo que podría reflejar una falta de comprensión o experiencia limitada con los beneficios directos de la misma. Este hallazgo sugiere la necesidad de campañas informativas y programas de capacitación para garantizar que todos los participantes del sector comprendan plenamente el valor de la certificación.

Por lo tanto, la certificación Esencial Costa Rica es ampliamente reconocida como una herramienta efectiva para mejorar la sostenibilidad ambiental dentro de las empresas. Esta actúa como un marco integral que fomenta la innovación, mejora la eficiencia y refuerza el compromiso con el medio ambiente. Aunque existe espacio para fortalecer la educación sobre sus beneficios, la certificación demuestra ser una inversión estratégica que alinea las operaciones empresariales con las demandas de sostenibilidad y responsabilidad del mercado global actual.

Categoría 2: Competencia Internacional

Descripción

La categoría Competencia internacional analiza cómo la Certificación Esencial Costa Rica fortalece la capacidad de los productores de la región Huetar Norte para competir en mercados globales exigentes. La certificación no solo actúa como un respaldo de calidad y sostenibilidad, sino que también permite a los productos costarricenses destacarse frente a competidores internacionales que ya cuentan con certificaciones reconocidas. Los productores identifican que contar con este sello es clave para generar confianza en los importadores y consumidores extranjeros, quienes valoran cada vez más los estándares ambientales, sociales y de calidad asociados a los productos agrícolas.

Además, la certificación permite que los productores costarricenses accedan a mercados más exclusivos, donde la sostenibilidad y el cumplimiento normativo son requisitos fundamentales.

En un entorno global altamente competitivo, la certificación no solo ayuda a diferenciar los productos nacionales, sino que también mejora la percepción del país como un proveedor confiable y responsable. Sin embargo, los productores destacan la necesidad de continuar adaptándose a las demandas cambiantes del mercado internacional para mantener esta ventaja competitiva, lo que requiere un compromiso constante con la innovación y la mejora continua en sus prácticas productivas. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Definitivamente sí, es una garantía de calidad." (Entrevistado 1)*
- ✓ *"Los productores de la región creemos que la certificación es una opción muy relevante, ya que, si se cuenta con ella permite diferenciarse en un mercado cada vez más exigente que valora la sostenibilidad." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"La certificación es vista como una herramienta esencial. Sin ella, sería difícil competir con otros países que ya están bien posicionados en el mercado internacional." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"Creo que la certificación puede ser fundamental para tener una mayor competitividad y acceder a mercados que valoren productos responsables y de calidad." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"La opinión general es que la certificación ayuda a ser más visibles en el extranjero. Es una forma de demostrar que los estándares de producción son altos." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Los productores ven la certificación como una ventaja estratégica. Les permite contar con un respaldo que los compradores internacionales buscan al evaluar productos." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"En nuestra región, la certificación Esencial Costa Rica mejora la competitividad y refuerza la confianza del consumidor en nuestros productos." (Entrevistado 7)*

- ✓ *"La certificación es un factor diferenciador. Sin ella, muchas empresas tendrían dificultades para destacar en el mercado internacional." (Entrevistado 8)*

- ✓ *"Creo que los productores de la región ven la certificación como un buen paso a tomar. Es una forma de asegurar que nuestros productos cumplen con estándares internacionales." (Entrevistado 9)*

- ✓ *"Se opina que es una buena herramienta para el productor ya que sí lo hace más competitivo a la hora de la exportación, sin embargo, a nivel nacional llega a ser complicado para muchos de los productores poder certificarse debido a la complejidad y cantidad de trámites." (Entrevistado 10)*

- ✓ *"Se ve como algo complicado de conseguir y mantener, pero que definitivamente vale la pena. Abre las puertas a una mayor cartera de clientes." (Entrevistado 11)*

Análisis

La certificación Esencial Costa Rica es ampliamente reconocida por los productores de la región Huetar Norte como una herramienta estratégica para aumentar la competitividad en el ámbito internacional. Este consenso refleja la percepción de que la certificación no solo permite acceder a mercados exigentes, sino que también posiciona a los productos costarricenses como opciones confiables y responsables frente a competidores globales.

Uno de los principales puntos destacados es que la certificación funciona como un diferenciador clave en el mercado internacional. Según Gómez y Rivera (2020), "las certificaciones ambientales y de calidad son factores determinantes para los compradores internacionales, quienes priorizan productos que cumplen con estándares reconocidos globalmente". (p.32). Los productores consideran que la certificación Esencial Costa Rica proporciona este respaldo, fortaleciendo la confianza del consumidor y asegurando que los productos costarricenses se posicionen favorablemente frente a opciones provenientes de países con más trayectoria en exportaciones.

Además, la certificación es vista como una herramienta esencial para la visibilidad internacional, ya que asegura que los productos cumplen con altos estándares de calidad y sostenibilidad. Este atributo es particularmente relevante en un contexto global donde los consumidores valoran cada vez más la responsabilidad ambiental y social de las empresas. Según Martínez (2018), “los productos que cuentan con certificaciones reconocidas tienen una mayor probabilidad de destacar en mercados saturados y altamente competitivos”. (p.29).

Otro punto importante es que la certificación no solo facilita la entrada a mercados internacionales, sino que también abre puertas a nuevos clientes y oportunidades comerciales. Algunos entrevistados mencionaron que la certificación actúa como una carta de presentación que los compradores internacionales buscan al evaluar proveedores. Esto coincide con lo señalado por Ramírez (2019), quien afirma que “las certificaciones son un requisito casi indispensable para participar en cadenas de valor globales, especialmente en sectores donde la sostenibilidad es un criterio clave”.

Sin embargo, algunos productores también señalaron que el proceso para obtener y mantener la certificación es complejo y costoso, lo que puede limitar su accesibilidad, especialmente para pequeños y medianos productores. Este hallazgo resalta la necesidad de reducir las barreras administrativas y económicas asociadas con la certificación para garantizar que más productores puedan beneficiarse de sus ventajas competitivas. Según estudios recientes, “la simplificación de los procesos de certificación es crucial para fomentar una mayor adopción y maximizar su impacto en la competitividad del sector agrícola”. (Porter & Kramer, 2011, p.15).

Otro aspecto importante es que los productores destacan que la certificación refuerza la confianza del consumidor en los productos costarricenses, lo que contribuye a consolidar la reputación del país como un proveedor confiable de productos de alta calidad. Este impacto positivo no solo beneficia a las empresas certificadas, sino que también fortalece la marca país, generando un efecto multiplicador que beneficia a todo el sector agrícola.

Categoría 3: Métodos de Cultivo

Descripción

La categoría Métodos de cultivo explora cómo la certificación Esencial Costa Rica ha influido en las prácticas agrícolas de los productores de la región Huetar Norte, impulsándolos a adoptar técnicas más sostenibles y eficientes. La certificación promueve un enfoque centrado en la conservación del medio ambiente y la optimización de recursos, lo que incluye la reducción del uso de pesticidas, la implementación de sistemas de trazabilidad y el manejo adecuado del suelo. Estas prácticas no solo mejoran la calidad de los cultivos, sino que también aumentan su competitividad en mercados internacionales que priorizan productos responsables y sostenibles.

Además, los productores destacan que la certificación les ha permitido acceder a asesorías técnicas y capacitaciones que han optimizado sus procesos productivos. Aunque implementar estos cambios puede ser un desafío, los beneficios a largo plazo son evidentes en términos de mayor productividad y reducción de costos operativos. La adopción de métodos más técnicos y actualizados también ha fortalecido la percepción de los productos costarricenses como opciones confiables y de alta calidad, consolidando así la posición del sector agrícola en mercados internacionales exigentes. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Genera confianza en el comprador y es un plus para el agricultor y comerciante."*
(Entrevistado 1)
- ✓ *"La certificación permite implementar prácticas más sostenibles, lo que mejora la calidad de la piña y, como resultado, puede aumentar las exportaciones."*
(Entrevistado 2)
- ✓ *"He notado que si se adopta la certificación, los cultivos son más saludables. Esto se traduce en un mejor rendimiento y en productos más competitivos para el mercado internacional."* (Entrevistado 3)
- ✓ *"Una de las principales ventajas sería el acceso a asesoría técnica. Con esto, se puede optimizar los métodos de cultivo e incrementar la capacidad de producción."*
(Entrevistado 4)

- ✓ *"La certificación ha fomentado una mejor gestión de recursos. Por ejemplo, usar menos pesticidas, lo que no solo es bueno para el medio ambiente, sino que también reduce costos y mejora la calidad de los productos." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"He observado que la certificación mejora la percepción de los productos en el extranjero. Esto se traduce en mayores oportunidades de venta." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"La certificación ha creado una conciencia sobre la sostenibilidad en la empresa. Esto ha mejorado la eficiencia en el trabajo y ha reducido el desperdicio, impactando positivamente en la producción." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"Una ventaja notable es la posibilidad de acceder a financiamiento. Muchas entidades apoyan a los productores certificados." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"A la hora de la empresa haber adoptado la certificación, se implementó un sistema de trazabilidad. Esto no solo mejora la calidad, sino que también tranquiliza a los compradores internacionales sobre el origen del producto." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"Una de las ventajas es que se trabaja con métodos y estrategias más técnicos y actualizados, sin embargo, sí hay un alza considerable en los costos de producción." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"Estandariza el proceso de producción, y obliga a mantener la calidad en cada paso. Por lo tanto, se mejora la producción." (Entrevistado 11)*

Análisis

La certificación ha impulsado cambios significativos en los métodos de cultivo, proporcionando ventajas clave que contribuyen tanto a la sostenibilidad como a la competitividad de los productores de piña en la Región Huetar Norte. Los testimonios destacan que la certificación

no solo optimiza los procesos de producción, sino que también mejora la percepción de los productos en los mercados internacionales.

Una de las principales ventajas señaladas por los entrevistados es la implementación de prácticas sostenibles que mejoran la calidad de la piña y reducen el impacto ambiental. Esto incluye la reducción en el uso de pesticidas y una gestión más eficiente de los recursos, lo que beneficia tanto a los productores como al medio ambiente. Según Martínez (2018), “la sostenibilidad no es solo un imperativo ético, sino una estrategia que aumenta la eficiencia y mejora la calidad de los productos agrícolas”. (p.25). Estas prácticas sostenibles también fortalecen la imagen de los productos costarricenses como opciones responsables, un factor clave en mercados internacionales exigentes.

Otro punto destacado es el acceso a asesoría técnica como parte del proceso de certificación. Esto permite a los productores adoptar métodos de cultivo más técnicos y actualizados, optimizando su capacidad de producción y mejorando el rendimiento de sus cultivos. Según Ramírez (2019), “la transferencia de conocimiento técnico es esencial para que los pequeños y medianos productores puedan competir en mercados globales, especialmente en sectores donde la innovación es un diferenciador clave”. (p.27).

La certificación también ha fomentado la estandarización de procesos, asegurando que cada paso en la producción cumpla con altos estándares de calidad. Esto no solo aumenta la confianza de los compradores internacionales, sino que también garantiza la consistencia en los productos exportados. Según Gómez y Rivera (2020), “la estandarización de procesos es un requisito indispensable para operar en mercados globales, donde la calidad consistente es altamente valorada por los consumidores y distribuidores”. (p.15).

Un aspecto adicional es la implementación de sistemas de trazabilidad, que ofrecen transparencia sobre el origen del producto y refuerzan la confianza de los compradores. Este atributo es particularmente valioso en mercados donde los consumidores buscan productos con certificaciones verificables que respalden su calidad y sostenibilidad. Según estudios recientes, “los

sistemas de trazabilidad son un componente esencial para garantizar la confianza en productos agrícolas exportados”. (Porter & Kramer, 2011, p.12).

No obstante, algunos productores mencionaron que estos beneficios vienen acompañados de costos adicionales asociados con la implementación de prácticas sostenibles y la adopción de nuevas tecnologías. Este desafío subraya la importancia de desarrollar mecanismos de financiamiento accesibles para garantizar que los pequeños y medianos productores puedan asumir los costos iniciales de la certificación y maximizar sus beneficios.

En esta línea, la certificación ha creado una mayor conciencia sobre la sostenibilidad en las empresas, lo que ha resultado en una reducción del desperdicio y una mejora en la eficiencia general de las operaciones. Este cambio cultural hacia la sostenibilidad no solo beneficia al medio ambiente, sino que también refuerza la competitividad de los productores en mercados globales donde estas prácticas son cada vez más valoradas.

Categoría 4: Capacidad de Producción

Descripción

La categoría Capacidad de producción examina cómo la certificación Esencial Costa Rica influye en la capacidad de los productores de la región Huetar Norte para optimizar sus procesos productivos y satisfacer las demandas de mercados internacionales exigentes. La certificación no solo actúa como un respaldo de calidad, sino que también impulsa a los productores a implementar mejoras significativas en sus métodos de cultivo y gestión de recursos. Esto incluye la estandarización de procesos, la adopción de tecnologías que incrementan la eficiencia y la reducción de desperdicios, lo cual impacta positivamente en la productividad. Además, la certificación les permite acceder a financiamiento y alianzas estratégicas que fortalecen su capacidad de producción, generando un efecto multiplicador en sus operaciones.

Los productores reconocen que cumplir con los estándares de la certificación puede representar desafíos iniciales, como altos costos y la necesidad de invertir en capacitación. Sin

embargo, destacan que estas inversiones resultan rentables a largo plazo, ya que incrementan la capacidad de producir consistentemente productos de alta calidad que cumplen con normativas internacionales. Esta capacidad no solo facilita la entrada a nuevos mercados, como el chino, sino que también mejora la percepción de los productos costarricenses como opciones responsables y confiables. De esta manera, la certificación contribuye a consolidar la posición del sector agrícola costarricense en un entorno global donde la calidad y la sostenibilidad son requisitos esenciales para competir. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Un sello de calidad y certificación." (Entrevistado 1)*
- ✓ *"La certificación puede ser un gran atractivo para los compradores chinos, que valoran cada vez más la sostenibilidad. Permitiría destacarse frente a competidores de otros países." (Entrevistado 2)*
- ✓ *"Al contar con la certificación, se podría garantizar que nuestros productos cumplen con los estándares de calidad que exige el mercado chino, facilitando así la entrada a ese mercado." (Entrevistado 3)*
- ✓ *"La certificación puede abrir puertas al establecer confianza con importadores chinos. Saber que contando con la certificación se está comprometido con la sostenibilidad puede ser un factor decisivo para ellos." (Entrevistado 4)*
- ✓ *"Con la certificación, podríamos participar en ferias comerciales en China, lo que nos daría visibilidad y la oportunidad de conectar directamente con potenciales compradores." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"La certificación mejora nuestra imagen de marca. En un mercado como el chino, donde la calidad es clave, contar con este respaldo puede ser un gran diferenciador." (Entrevistado 6)*

- ✓ *"La certificación nos ayudaría a cumplir con las exigencias regulatorias en China, facilitando así la exportación de nuestros productos y posicionándonos mejor en el mercado." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"Al certificar nuestros productos, podemos ofrecer a los consumidores chinos una opción de piña que no solo es deliciosa, sino también sostenible, lo cual es cada vez más importante para ellos." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"La certificación puede fomentar asociaciones con distribuidores en China que buscan productos responsables, lo que puede acelerar nuestra entrada en ese mercado." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"La certificación puede ser un sello de calidad que resuena bien en el mercado chino, mejorando la percepción de nuestros productos y facilitando su aceptación." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"Considero que la certificación nos permitirá alinear nuestras estrategias de exportación con las tendencias del mercado chino, que valora mucho la sostenibilidad." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"La certificación puede simplificar el proceso de importación en China, ya que las autoridades locales podrían estar más dispuestas a aceptar productos que cumplen con estándares internacionales." (Entrevistado 12)*
- ✓ *"La certificación es una forma de demostrar que nuestros productos no solo son de alta calidad, sino también responsables, lo cual podría ser un fuerte argumento para los consumidores chinos." (Entrevistado 13)*
- ✓ *"Ayudaría porque el producto sería más llamativo por ser producido de manera sostenible y se posicionaría más fácilmente por los altos estándares de calidad." (Entrevistado 14)*

- ✓ *"Cualquier país quiere comprar productos agrícolas de calidad y de manera consistente. Creo que la certificación permite estandarizar la producción nacional, y garantizar esa consistencia. De esa forma abrir el mercado." (Entrevistado 15)*

Análisis

La certificación Esencial Costa Rica se percibe como un factor crucial para el posicionamiento y la entrada del sector piñero costarricense en el mercado chino. Los entrevistados destacan una variedad de beneficios que esta certificación puede aportar, especialmente en términos de mejorar la percepción del producto, facilitar procesos regulatorios y fortalecer la capacidad de competir en un mercado altamente exigente.

Uno de los aspectos más relevantes señalados es que la certificación actúa como un sello de calidad que genera confianza en los importadores y consumidores chinos. Este mercado, conocido por su creciente interés en productos sostenibles y de alta calidad, considera las certificaciones internacionales como una garantía de que los productos cumplen con estándares exigentes. Según Martínez (2018), "las certificaciones internacionales son un elemento diferenciador en mercados como el chino, donde la seguridad y la sostenibilidad son criterios clave en la decisión de compra". (p.36).

La certificación también facilita el cumplimiento de regulaciones locales, un aspecto crítico para entrar al mercado chino, donde las barreras regulatorias pueden ser un obstáculo significativo para los exportadores. Los entrevistados mencionan que contar con una certificación reconocida podría simplificar procesos de importación, asegurando que los productos sean aceptados más fácilmente por las autoridades chinas. Este beneficio no solo agiliza la entrada al mercado, sino que también reduce costos y tiempos asociados con los trámites de exportación.

Otro beneficio clave es el fortalecimiento de la imagen de marca. La certificación permite a los productores costarricenses posicionar sus productos como opciones responsables y sostenibles, un valor en alza entre los consumidores chinos. Según Gómez y Rivera (2020), "la

sostenibilidad no solo mejora la percepción del producto, sino que también crea un vínculo emocional con los consumidores, aumentando la fidelidad hacia la marca”. (p.4).

Varios entrevistados resaltaron que la certificación permite participar en ferias comerciales internacionales, proporcionando una plataforma para conectar con compradores y distribuidores chinos. Estas oportunidades no solo aumentan la visibilidad de los productos costarricenses, sino que también fomentan asociaciones estratégicas con distribuidores locales, quienes comprenden mejor las dinámicas del mercado chino y pueden facilitar su posicionamiento.

También, la certificación promueve la estandarización de procesos de producción, garantizando que los productos exportados cumplan consistentemente con los estándares internacionales. Este atributo es especialmente valioso en el mercado chino, donde la consistencia es un factor determinante en la construcción de confianza a largo plazo. Según Ramírez (2019), “los mercados internacionales valoran la capacidad de un proveedor para ofrecer productos de calidad constante, una característica que las certificaciones ayudan a garantizar”. (p.15).

A pesar de los beneficios señalados, algunos productores mencionaron desafíos relacionados con los costos y la complejidad de obtener la certificación. Esto subraya la necesidad de apoyo técnico y financiero para facilitar el acceso a la certificación, especialmente para pequeños y medianos productores. Según Porter y Kramer (2011), “el éxito de las certificaciones depende de su accesibilidad, ya que su impacto en la sostenibilidad y competitividad se maximiza cuando más actores del sector pueden adoptarlas”. (p.22).

Categoría 5: Efectos de Certificación

Descripción

La categoría Efectos de certificación analiza el impacto integral que la certificación Esencial Costa Rica tiene en la sostenibilidad y las prácticas agrícolas de los productores de la región Huetar Norte. Más allá de ser un requisito para acceder a mercados internacionales exigentes, la certificación ha generado cambios significativos en los métodos de cultivo,

promoviendo un enfoque más responsable con el medio ambiente y la calidad del producto. Este impacto no solo beneficia al productor al incrementar la confianza de los compradores extranjeros, sino que también refuerza el compromiso del sector con la sostenibilidad, un factor clave para competir en mercados que priorizan la responsabilidad social y ambiental.

Los efectos de la certificación se extienden más allá del ámbito productivo, influenciando la cultura empresarial de la región. La adopción de prácticas sostenibles ha llevado a una mayor conciencia entre los agricultores sobre la importancia de preservar los recursos naturales y cumplir con estándares internacionales. Esto, a su vez, ha mejorado la percepción de los productos costarricenses en mercados globales como el chino, facilitando su aceptación y fortaleciendo la reputación del país como un proveedor confiable de bienes responsables y de alta calidad. La certificación, por tanto, no solo transforma las prácticas agrícolas, sino que también posiciona al sector como un modelo de sostenibilidad y competitividad en el ámbito internacional. Las respuestas fueron las siguientes:

- ✓ *"Creo en confianza y optimismo." (Entrevistado 1)*

- ✓ *"La certificación ha promovido un enfoque más responsable hacia el medio ambiente, alentando prácticas agrícolas que no solo benefician al productor, sino que también aseguran la calidad del producto para mercados como el chino." (Entrevistado 2)*

- ✓ *"He notado que la certificación fomenta el uso de técnicas sostenibles, lo que mejora la salud del suelo y de los cultivos, aumentando la competitividad en mercados exigentes." (Entrevistado 3)*

- ✓ *"La certificación impulsa a los agricultores a adoptar prácticas más éticas y sostenibles, lo que es fundamental para cumplir con las expectativas de los consumidores chinos." (Entrevistado 4)*

- ✓ *"Al obtener la certificación, habrían mejoras significativas en nuestras prácticas de cultivo, lo que se traduce en productos más saludables y competitivos en el mercado internacional." (Entrevistado 5)*
- ✓ *"Desde mi perspectiva, la certificación ha elevado los estándares de producción en la región, beneficiando no solo a los productores, sino también garantizando la calidad que los mercados exigentes piden, como el chino." (Entrevistado 6)*
- ✓ *"La implementación de prácticas sostenibles a raíz de la certificación ha hecho que nuestros productos sean más atractivos en distintos mercados, donde la sostenibilidad es un requisito esencial." (Entrevistado 7)*
- ✓ *"Percibo que la certificación ha generado una conciencia colectiva sobre la sostenibilidad en la región, fortaleciendo nuestras posibilidades de exportación hacia mercados exigentes como el chino." (Entrevistado 8)*
- ✓ *"La certificación ha llevado a muchos productores a revisar sus métodos de cultivo, implementando prácticas que no solo benefician la producción, sino que también son respetuosas con el medio ambiente." (Entrevistado 9)*
- ✓ *"La certificación está impulsando un cambio cultural entre los productores, promoviendo la sostenibilidad que se necesita para competir en mercados como el chino, donde la calidad y responsabilidad son clave." (Entrevistado 10)*
- ✓ *"La certificación permite que los productores de la Región Huetar Norte adopten prácticas más sostenibles, lo que es fundamental para cumplir con las estrictas normativas ambientales en el mercado chino." (Entrevistado 11)*
- ✓ *"He observado que la certificación mejora la imagen de nuestros productos en mercados exigentes, lo que ayuda a los agricultores a posicionarse mejor frente a la competencia internacional." (Entrevistado 12)*

- ✓ *"La sostenibilidad promovida por la certificación no solo es beneficiosa para el medio ambiente, sino que también abre oportunidades en mercados donde los consumidores valoran estos principios." (Entrevistado 13)*

- ✓ *"Como algo positivo ya que de cierta manera moldea al agricultor de piña a producir bajo estándares que deben cumplir con lineamientos de mercados exigentes." (Entrevistado 14)*

- ✓ *"Se percibe como una ventaja para conectar con compradores. La certificación es definitivamente una herramienta de ventas." (Entrevistado 15)*

Análisis

La certificación ha tenido un impacto significativo en la sostenibilidad y las prácticas agrícolas de la región Huetar Norte, particularmente en su capacidad para preparar a los productores para competir en mercados exigentes como el chino. Los testimonios de los entrevistados reflejan un consenso generalizado sobre los beneficios de la certificación en términos de responsabilidad ambiental, mejora de estándares de producción y apertura a nuevas oportunidades comerciales.

Uno de los efectos más destacados de la certificación es su capacidad para fomentar un enfoque más sostenible en las prácticas agrícolas. Los productores señalaron que la adopción de técnicas sostenibles, como el uso reducido de pesticidas y una mejor gestión de recursos, no solo mejora la calidad de los cultivos, sino que también fortalece la competitividad en mercados internacionales. Según Martínez (2018), "las certificaciones de sostenibilidad no solo protegen el medio ambiente, sino que también generan un valor agregado que es cada vez más demandado por los consumidores globales". (p.18).

La certificación también ha elevado los estándares de producción en la región, garantizando que los productos cumplan con las estrictas normativas de calidad y sostenibilidad exigidas por mercados como el chino. Esto no solo beneficia a los productores individuales, sino que también

contribuye a mejorar la reputación de la región como un proveedor confiable de productos agrícolas de alta calidad. Según Gómez y Rivera (2020), “el cumplimiento de estándares internacionales es un requisito indispensable para competir en mercados globales altamente regulados”. (p.20).

Otro efecto significativo de la certificación es la promoción de un cambio cultural entre los productores, quienes ahora son más conscientes de la importancia de la sostenibilidad tanto para el medio ambiente como para la competitividad de sus productos. Este cambio cultural ha llevado a una mayor adopción de prácticas agrícolas responsables, fortaleciendo las posibilidades de exportación a mercados donde la sostenibilidad es un requisito fundamental. Según Ramírez (2019), “la sostenibilidad debe integrarse como un valor central en la producción agrícola para garantizar su viabilidad a largo plazo”. (p.2).

La certificación ha hecho que los productos de la región sean más atractivos para los compradores internacionales, especialmente en mercados como el chino, donde los consumidores valoran cada vez más la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Algunos entrevistados mencionaron que la certificación ha permitido establecer conexiones más sólidas con compradores y distribuidores, posicionando a los productos costarricenses como opciones confiables y competitivas. Según Porter y Kramer (2011), “las certificaciones internacionales pueden servir como un diferenciador clave que impulsa la confianza del consumidor y facilita el acceso a mercados globales”. (p.15).

A pesar de los beneficios, algunos productores mencionaron que los costos asociados con la implementación de prácticas sostenibles y el mantenimiento de la certificación pueden ser un desafío, especialmente para pequeños y medianos agricultores. Esto subraya la importancia de ofrecer apoyo técnico y financiero para garantizar que todos los productores puedan beneficiarse de la certificación y sus ventajas competitivas. Según estudios recientes, “la accesibilidad a las certificaciones es crucial para maximizar su impacto en términos de sostenibilidad y competitividad”. (Martínez, 2018, p.15).

Interpretación de los Datos

Si bien hay numerosos aspectos relevantes que emergen de este análisis, resulta evidente que la certificación Esencial Costa Rica representa una herramienta estratégica de alto impacto para los productores de la región Huetar Norte; sin embargo, al profundizar en los datos, se identifican desafíos significativos y oportunidades que revelan un panorama complejo pero prometedor. En primer lugar, la certificación es ampliamente reconocida como un símbolo de calidad y sostenibilidad, dos elementos que han ganado protagonismo en los mercados internacionales. No obstante, su implementación y mantenimiento presentan retos operativos, económicos y culturales que exigen un esfuerzo constante por parte de los productores.

Uno de los hallazgos más consistentes es el efecto positivo de la certificación en la percepción de calidad, particularmente en mercados exigentes como el chino. Esta percepción no solo fortalece la competitividad de los productos costarricenses, sino que también genera confianza en los consumidores e importadores internacionales, consolidando la imagen de Costa Rica como un proveedor responsable y sostenible. Sin embargo, este impacto no siempre se traduce en un incremento inmediato en el volumen de exportaciones, lo que sugiere que los beneficios de la certificación son más cualitativos que cuantitativos en etapas iniciales. En este sentido, es crucial continuar desarrollando estrategias para maximizar el aprovechamiento de la certificación en términos de acceso a nuevos mercados y fidelización de clientes.

Adicionalmente, los resultados revelan que la certificación ha impulsado cambios significativos en los métodos de cultivo. La adopción de prácticas sostenibles y la implementación de sistemas de trazabilidad han mejorado la calidad de los productos y reducido el impacto ambiental, fortaleciendo el cumplimiento de normativas internacionales. Sin embargo, estos avances han requerido inversiones considerables, lo que plantea barreras importantes para los pequeños y medianos productores. Aquí es donde las oportunidades de financiamiento y las alianzas estratégicas juegan un papel fundamental, permitiendo que más productores accedan a la certificación y, con ello, a los beneficios que esta ofrece.

En cuanto a la promoción internacional, se destaca la importancia de adaptar las tácticas de marketing a las particularidades culturales de los mercados objetivo. En el caso de China, por

ejemplo, se identificó que estrategias como la participación en ferias comerciales, el desarrollo de empaques atractivos en mandarín y la colaboración con influencers locales pueden ser altamente efectivas para captar la atención de los consumidores. Estas tácticas no solo posicionan la piña costarricense como un producto de alta calidad, sino que también resaltan los valores de sostenibilidad y responsabilidad que la certificación promueve.

Finalmente, es importante reconocer que la certificación ha generado un cambio cultural entre los productores, quienes ahora ven la sostenibilidad no solo como una exigencia de los mercados internacionales, sino como una oportunidad para mejorar sus procesos internos y fortalecer su competitividad a largo plazo. Este cambio, aunque gradual, refleja el potencial transformador de la certificación, no solo en términos de resultados económicos, sino también en su capacidad para moldear un sector agrícola más consciente y responsable.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones del estudio realizado sobre la influencia de la Certificación Esencial Costa Rica en el sector agrícola piñero de la Región Huetar Norte. Estas conclusiones sintetizan los hallazgos más relevantes en torno a la percepción de calidad, los desafíos operativos, y las oportunidades comerciales, con un enfoque particular en la promoción de mercado con miras a la exportación al mercado chino en 2023.

Conclusiones

Se determinó que la certificación Esencial Costa Rica ha fortalecido la percepción de calidad de los productos costarricenses en mercados internacionales, destacándolos como opciones responsables y sostenibles. Este atributo ha sido clave para generar confianza entre compradores y consumidores, facilitando la diferenciación frente a competidores globales.

Se concluyó que las empresas certificadas han logrado incrementar su visibilidad y aprovechar nuevas oportunidades comerciales. La certificación no solo actúa como un sello de

calidad, sino que también refuerza la confianza de los clientes actuales y facilita el acceso a mercados que priorizan la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Se identificó que mantener la certificación representa desafíos económicos y operativos significativos para los productores, especialmente para aquellos de menor escala. Sin embargo, mediante estrategias como la capacitación técnica, la implementación de sistemas de trazabilidad y la búsqueda de financiamiento, los productores han logrado superar estas barreras y mantener los estándares exigidos.

Se observó que los productores tienen un nivel de satisfacción elevado respecto a los beneficios obtenidos con la certificación, destacando su impacto positivo en la mejora de procesos internos, la percepción de calidad en el extranjero y el fortalecimiento de la competitividad en mercados exigentes.

Se concluyó que, aunque el impacto en el volumen de exportaciones es diverso, la certificación funciona como un diferenciador estratégico que estabiliza la demanda y sienta las bases para un crecimiento sostenible a largo plazo. Algunos productores reportaron incrementos en las exportaciones, mientras que otros señalaron que el beneficio principal ha sido la fidelización de los clientes.

Se determinó que la certificación facilita la apertura de nuevos mercados internacionales, permitiendo a los productores costarricenses cumplir con los estándares exigidos y posicionarse como proveedores confiables en sectores donde la sostenibilidad es altamente valorada.

Se identificó que la certificación es un recurso estratégico fundamental para posicionarse en el mercado chino. Los valores de sostenibilidad y calidad asociados a la certificación coinciden con las expectativas de los consumidores chinos, lo que genera confianza y facilita el establecimiento de relaciones comerciales duraderas.

Se concluyó que las tácticas promocionales deben adaptarse a las características culturales del mercado chino. Estrategias como la colaboración con distribuidores locales, la participación en

ferias comerciales y el diseño de empaques informativos en mandarín son claves para aumentar la aceptación y visibilidad de la piña costarricense en ese mercado.

Se determinó que la certificación ha fomentado la implementación de prácticas agrícolas sostenibles, mejorando la gestión de recursos y reduciendo el impacto ambiental de las operaciones. Este enfoque ha fortalecido la capacidad de exportación de los productos costarricenses en mercados internacionales.

Se identificó que los métodos de cultivo han evolucionado positivamente gracias a los estándares de la certificación, lo que ha permitido a los productores aumentar la calidad y la eficiencia de sus procesos. Estas mejoras han sido esenciales para cumplir con las expectativas de los mercados más exigentes.

Se observó que los principales retos para los productores de la región Huetar Norte incluyen los costos elevados de la certificación, la complejidad de los trámites y la falta de acceso a financiamiento adecuado. A pesar de estas barreras, el compromiso con la certificación ha permitido avanzar hacia procesos más eficientes y sostenibles.

Se concluyó que la certificación es indispensable para fortalecer la competitividad global del sector piñero costarricense, al actuar como un respaldo de calidad y sostenibilidad que permite destacar frente a competidores internacionales.

Finalmente, para responder a la pregunta de investigación se determinó que la certificación Esencial Costa Rica es una herramienta clave para promocionar el sector piñero de la región Huetar Norte en el mercado chino. Este sello, al alinearse con los estándares de calidad y sostenibilidad exigidos por los consumidores chinos, facilita la apertura a este mercado, posiciona a los productos costarricenses como opciones preferidas y refuerza la imagen de Costa Rica como un líder agrícola en el ámbito global.

Recomendaciones

Se recomienda a las empresas exportadoras que promuevan activamente la certificación Esencial Costa Rica en ferias y eventos internacionales, ya que esto puede mejorar la percepción de calidad de los productos certificados.

Se recomienda a las empresas certificadas la participación en actividades comerciales y la inclusión de la certificación en los materiales de marketing, lo cual contribuirá a fortalecer la confianza de los compradores internacionales, mejorando así el posicionamiento de los productos costarricenses en los mercados globales.

Se sugiere a las empresas certificadas que fortalezcan su presencia en mercados internacionales mediante campañas publicitarias que utilicen la certificación como elemento diferenciador. Esto puede lograrse desarrollando materiales promocionales que incluyan testimonios y casos de éxito que demuestren cómo la certificación ha generado oportunidades de negocio.

Se recomienda a los productores agrícolas que establezcan colaboraciones con instituciones gubernamentales y ONG para abordar los retos financieros y operativos asociados al mantenimiento de la certificación. Estas alianzas pueden proporcionar acceso a financiamiento, asistencia técnica y formación continua, facilitando la implementación de estándares sostenibles.

Se propone a las autoridades de la certificación Esencial Costa Rica que mejoren los canales de retroalimentación con los productores a través de encuestas y talleres que permitan resolver inquietudes comunes. Esto incrementará el nivel de satisfacción con la certificación y fomentará un mayor compromiso con sus estándares.

Se recomienda a las empresas certificadas que desarrollen estrategias de exportación dirigidas a nuevos mercados, destacando la certificación como garantía de calidad. Esto podría incluir campañas específicas para posicionar sus productos en mercados clave, resaltando la sostenibilidad y los estándares cumplidos.

Se sugiere a Procomer que trabaje estrechamente con los productores certificados para identificar oportunidades comerciales en mercados emergentes. Esto incluye la asistencia en la participación de ferias internacionales y el apoyo logístico para cumplir con las normativas de esos mercados, fortaleciendo la presencia de productos costarricenses.

Se recomienda a los productores costarricenses que desarrollen materiales promocionales adaptados al mercado chino, aprovechando la certificación Esencial Costa Rica como un sello de calidad. La participación en ferias relevantes en China aumentará la visibilidad y permitirá establecer relaciones comerciales sólidas con importadores locales.

Se propone a las empresas piñeras que adapten sus tácticas de promoción a las diferencias culturales en China, trabajando con consultores de mercado locales. Esto facilitará el diseño de estrategias culturalmente relevantes, como colaboraciones con influencers chinos y empaques atractivos en mandarín.

Se recomienda a las empresas certificadas que integren la certificación en sus planes de sostenibilidad a largo plazo, estableciendo metas específicas de reducción de emisiones y uso eficiente de recursos. Estas acciones reforzarán el compromiso ambiental y mejorarán la percepción internacional de los productos.

Se sugiere al Gobierno y a las instituciones de apoyo que ofrezcan programas de capacitación para promover prácticas agrícolas sostenibles en la región Huetar Norte. Talleres sobre conservación del suelo, manejo de recursos hídricos y alternativas a los pesticidas ayudarán a los productores a cumplir con los estándares de la certificación.

Se recomienda a las autoridades encargadas de la certificación Esencial Costa Rica que simplifiquen los trámites administrativos y reduzcan los costos para los pequeños productores de la región Huetar Norte. La digitalización de procesos y la implementación de incentivos financieros, como créditos de bajo interés, facilitarán el acceso a la certificación.

Se sugiere a las empresas que inviertan en tecnología y capacitación continua para mejorar sus métodos de cultivo y capacidad de exportación, apoyándose en los estándares de la certificación Esencial Costa Rica. Esto permitirá optimizar la trazabilidad, la sostenibilidad y la calidad de los productos, incrementando su competitividad en mercados internacionales.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Creación de una Plataforma Digital de Apoyo a Productores Agrícolas con Enfoque en Sostenibilidad y Mercados Internacionales

Introducción

El sector agrícola costarricense enfrenta retos crecientes en un mercado globalizado donde la sostenibilidad, la trazabilidad y el cumplimiento de estándares internacionales son requisitos esenciales para competir. En particular, la piña de la región Huetar Norte, conocida por su calidad, tiene un potencial significativo para posicionarse en mercados internacionales exigentes como el chino. Sin embargo, muchos productores enfrentan barreras como la falta de acceso a financiamiento, capacitación limitada y desconocimiento de normativas internacionales, dificultando su capacidad para obtener certificaciones y exportar con éxito.

En respuesta a estas necesidades, esta propuesta plantea la creación de una plataforma digital integral que combine herramientas educativas, certificación y comercialización. Este proyecto busca empoderar a los productores, facilitando su transición hacia prácticas sostenibles y mejorando su acceso a mercados internacionales, contribuyendo así al fortalecimiento del sector agrícola costarricense.

Objetivo General

Crear una plataforma digital con recursos educativos, herramientas de certificación y un mercado digital para el fortalecimiento de la sostenibilidad y competitividad de los productores agrícolas costarricenses en mercados internacionales.

Objetivos Específicos

Implementar una plataforma digital integral con herramientas educativas, recursos para la certificación y un mercado digital.

Desarrollar módulos de capacitación interactivos y recursos de certificación enfocados en la sostenibilidad agrícola, el cumplimiento de normativas internacionales y el comercio exterior.

Establecer un espacio de comercialización digital para los productos agrícolas costarricenses, facilitando la conexión directa entre los productores y los mercados internacionales.

Propuesta

En Costa Rica el sector agrícola enfrenta importantes retos en un contexto globalizado que exige sostenibilidad, trazabilidad y el cumplimiento de estándares internacionales. Estas demandas representan un desafío para muchos productores, especialmente en la región Huetar Norte, donde la piña se ha destacado por su calidad y potencial para competir en mercados internacionales como el asiático. Sin embargo, a pesar de su fortaleza, los agricultores se enfrentan a barreras como el acceso limitado a financiamiento, la falta de capacitación adecuada y el desconocimiento de normativas que les permitan obtener certificaciones para exportar con éxito.

Para responder a estas necesidades, se propone la creación de una plataforma digital que sirva como una herramienta integral para los productores agrícolas. Esta iniciativa busca ofrecer capacitación, facilitar procesos de certificación y generar oportunidades de comercialización en mercados internacionales. Al combinar recursos educativos con tecnología, se pretende ayudar a los agricultores a adoptar prácticas más sostenibles y a superar las limitaciones actuales que dificultan su crecimiento y competitividad.

Con esta propuesta se aspira a fortalecer al sector agrícola costarricense, brindando a los productores el apoyo necesario para enfrentarse a los retos del mercado global. Además, se espera que esta plataforma fomente un cambio significativo en la manera en que los agricultores acceden a recursos, aprenden y comercializan sus productos, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades agrícolas del país. A continuación, se presentan los detalles más relevantes.

Factibilidad

La viabilidad de la plataforma se evaluará en tres dimensiones fundamentales:

- Técnica: Se requiere un diseño accesible e intuitivo, compatible con dispositivos móviles, que incluya funciones como e-learning, comercio electrónico y análisis de datos.
- Económica: El proyecto inicial estima un presupuesto de \$150 000, considerando financiamiento a través de Procomer, instituciones internacionales y alianzas público-privadas.
- Social: La plataforma beneficiará directamente a los pequeños y medianos productores agrícolas, fomentando su acceso a recursos y fortaleciendo su capacidad competitiva.

Estructura de la Plataforma

La plataforma estará compuesta por cinco módulos clave, diseñados para atender las necesidades específicas del sector agrícola costarricense:

Tabla 4

Estructura

Módulo	Descripción
Capacitación	Cursos interactivos sobre prácticas sostenibles, certificación y comercio internacional, con enfoque en herramientas prácticas y modernas.
Certificación	Guías detalladas y recursos específicos para cumplir con los estándares de la Certificación Esencial Costa Rica.
Mercado Digital	Espacio para promover y comercializar productos agrícolas, conectando a productores con importadores y distribuidores internacionales.
Logística y Exportación	Recursos para optimizar procesos de exportación y cumplir con normativas internacionales.

Red de Innovación	Comunidad colaborativa para el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre productores, expertos e investigadores.
-------------------	---

Nota: Elaboración propia. (2024).

Actividades y Responsabilidades

Tabla 5

Distribución de las Responsabilidades Según Actividad

Actividad	Responsable	Plazo
Diseño inicial y estructura técnica	Equipo de desarrollo tecnológico	3 meses
Creación de módulos educativos	Especialistas en sostenibilidad y comercio internacional	4 meses
Implementación del mercado digital	Consultores en comercio electrónico	3 meses
Elaboración de guías para certificación	Procomer y expertos técnicos	2 meses
Lanzamiento y promoción	Equipo de marketing	1 mes

Nota: Elaboración propia. (2024).

Recursos

Para llevar a cabo la propuesta de creación de la plataforma digital, es fundamental considerar una serie de elementos clave que garantizarán su desarrollo, implementación y sostenibilidad. En términos de recursos humanos, será necesario contar con un equipo multidisciplinario que incluya profesionales especializados en desarrollo web, comercio internacional, sostenibilidad y marketing. Este equipo será responsable de diseñar y estructurar los diferentes componentes de la plataforma, asegurando que cada elemento cumpla con los objetivos propuestos y responda a las necesidades del sector agrícola.

En cuanto a los recursos económicos, se estima un financiamiento inicial de \$150 000 para cubrir los costos de desarrollo, diseño y puesta en marcha de la plataforma. Asimismo, se proyecta un presupuesto anual de \$50 000 destinado al mantenimiento, actualización de contenidos y promoción de la herramienta entre los productores agrícolas. Por último, los recursos tecnológicos incluirán software especializado para módulos de e-learning, gestión de comercio electrónico y sistemas avanzados de análisis de datos, que permitirán optimizar la experiencia de los usuarios y facilitar el cumplimiento de normativas internacionales y estrategias de exportación. Estos recursos combinados forman la base estructural para garantizar el éxito y la efectividad de la propuesta.

Cronograma de Implementación

Tabla 6

Cronograma de Implementación

Fase	Duración	Actividades
Diseño y planificación	3 meses	Identificación de necesidades, diseño preliminar y acuerdos con instituciones colaboradoras.
Desarrollo técnico	6 meses	Programación, integración de módulos y pruebas piloto.
Implementación inicial	2 meses	Lanzamiento en la Región Huetar Norte, con ajustes basados en retroalimentación.
Expansión nacional	1 mes	Promoción y ampliación de alcance a nivel nacional

Nota: Elaboración propia. (2024).

Evaluación de Resultados

La evaluación del impacto de la plataforma digital se llevará a cabo mediante indicadores clave que permitan medir su efectividad y áreas de mejora. Uno de los principales indicadores será el número de productores registrados en la plataforma, lo cual reflejará su alcance y aceptación dentro del sector agrícola. Asimismo, se evaluará el incremento en el volumen de exportaciones gestionadas a través del mercado digital, como un indicador directo del impacto en la competitividad internacional de los productos costarricenses.

Otro aspecto fundamental será la adopción de prácticas sostenibles por parte de los productores, medida a través de autoevaluaciones periódicas que permitan monitorear el progreso en términos de sostenibilidad ambiental y eficiencia operativa. Adicionalmente, se considerará la participación de los productores en mercados internacionales, con un énfasis particular en los resultados obtenidos en mercados estratégicos como Asia. Para garantizar una supervisión constante, se generarán reportes semestrales que analizarán el desempeño general de la plataforma, identificando logros y áreas de oportunidad, lo que permitirá realizar ajustes y mejoras continuas para optimizar su funcionamiento.

Referencias

- Baleta, E. (2016). *Características y análisis de la cultura de negocios china para el diseño de estrategias de empresas colombianas* [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar, Facultad de Economía y Negocios]. <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/2642/0069385.pdf?sequence=1>
- Barrantes, C. (2019). *Inconvenientes en la aplicación del tratado de libre comercio entre la República Popular de China y la República de Costa Rica, desde la entrada en vigencia del TLC hasta el primer semestre del 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/443cef5c-1027-4c49-8b13-4c84221c86b9/content>
- Carlosama, A. (2022). *La política comercial de China y su efecto en el comercio internacional de la UE: El caso de Alemania y Francia* [Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18109/2/TFLACSO-2022ADCL.pdf>
- Céspedes, K. (2018). *Factores a considerar a la hora de negociar exportaciones agrícolas en el mercado chino* [Tesis de licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/3a99238e-2d71-49ba-8340-3563642322de/content> (Clásico)
- Ekon. (2021). ¿Qué es la internacionalización de empresas y cómo llevarla a cabo? Recuperado de <https://www.ekon.es/blog/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas-y-como-llevarla-a-cabo/#:~:text=La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20empresas%20es,vuelto%20cada%20vez%20m%C3%A1s%20peque%C3%B1o>
- Esencial Costa Rica. (s.f.). *Comunidad de agricultura*. <https://www.esencialcostarica.com/comunidad-de-agricultura/>
- Esencial Costa Rica. (s.f.). Quiénes somos. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://www.esencialcostarica.com/quienes-somos/>
- Esencial Costa Rica. (s.f.). Nuestros valores. de <https://www.esencialcostarica.com/nuestros-valores/>
- Esencial, Costa Rica. (s.f.). Preguntas frecuentes, Esencial Costa Rica. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://www.esencialcostarica.com/preguntas-frecuentes/>

Godoy, C., & Ortega, C. (2012). *Antecedentes y pautas para importar y exportar desde y hacia China* [Tesis de título de ingeniero comercial, mención administración, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111855/Godoy%20Feijoo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Clásico)

León, V. (2018). *Resultados comerciales generados desde la entrada en vigencia del tratado de libre comercio Costa Rica-China: desde las exportaciones del sector agrícola costarricense* [Tesis de licenciatura, Universidad Latina].

https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1918/1/TFG_Ulatina_Veronica_Leon_Zu%c3%bliga.pdf(Clásico)

Procomer. (2018). *El consumo de piña en los mercados asiáticos continúa en aumento*. Recuperado el 7 de junio de 2024, de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/el-consumo-de-pina-en-los-mercados-asiaticos-continua-en-aumento/ (Clásico)

Procomer. (2020). *Blog: Región Huetar Norte: Privilegiada por su tierra y su gente*. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/blog-region-huetar-norte-privilegiada-por-su-tierra-y-su-gente/>

Sacaquirin, D., & Armijos, M. (2022). *Análisis de la cultura de negociación china y su influencia en el comercio bilateral con Ecuador entre el 2010-2017* [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay Facultad de Ciencias Jurídicas].

https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12536/1/18063_esp.pdf

Significados. (s.f.). Beneficio. Recuperado de <https://www.significados.com/beneficio/>

Suárez, J. (2021). *Viabilidad de implementar una indicación geográfica a través de una marca colectiva para el sector piñero en la Región Huetar Norte, Costa Rica, tomando como referencia lo que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en materia de indicación geográfica, para mejorar el prestigio del producto y del sector a nivel internacional* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica Nacional].

<https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/b5340dfd-03a3-4d83-9007-b0dccb2785db/content>

APÉNDICES

Apéndice #1



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
GUÍA DE ENTREVISTA

Puesto en el que labora	01
Empresa	

Guión de preguntas

1. ¿Cómo considera que la Certificación Esencial Costa Rica ha influido en la percepción de calidad de sus productos en los mercados internacionales?
2. ¿Cuáles beneficios específicos ha observado en su empresa desde que obtuvo la Certificación Esencial Costa Rica?
3. ¿Cuáles han sido los principales desafíos que ha enfrentado para mantener la Certificación Esencial Costa Rica y cómo los ha superado?
4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es "Nada satisfecho" y 5 es "Muy satisfecho", ¿cómo evalúa su nivel de satisfacción con la Certificación Esencial Costa Rica?
5. ¿Ha incrementado el volumen de sus exportaciones desde que obtuvo la Certificación Esencial Costa Rica? ¿Por qué?

6. ¿Considera que la certificación Esencial Costa Rica ha facilitado la apertura de nuevos mercados internacionales? ¿Por qué?
7. ¿Considera que la certificación Esencial Costa Rica es una herramienta efectiva para mejorar la sostenibilidad ambiental en su empresa? ¿Por qué?
8. ¿Qué opinión tienen los productores de piña de la Región Huetar Norte sobre la relevancia de la Certificación Esencial Costa Rica para aumentar su competitividad en el ámbito internacional?
9. ¿Cuáles ventajas han notado los agricultores que pueden obtener al adoptar la Certificación Esencial Costa Rica en sus métodos de cultivo y de qué manera ha afectado esto su capacidad de producción o exportación?
10. ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan los productores de piña en la Región Huetar Norte para satisfacer los requisitos de la Certificación Esencial Costa Rica?
11. Desde su punto de vista, ¿de qué manera podría la Certificación Esencial Costa Rica ayudar en la entrada y posicionamiento del sector piñero de Costa Rica en el mercado chino?
12. ¿Cuáles tácticas consideran que serían más efectivas para promocionar la piña costarricense en China, teniendo en cuenta las diferencias culturales y de consumo de ese país?