

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL  
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN GLOBAL G.A.P. Y SU APOORTE AL  
DESARROLLO COMERCIAL INTERNACIONAL DE  
LA PRODUCCIÓN DE CHAYOTE  
COSTARRICENSE, AL PRIMER TRIMESTRE 2017**

**YERSON MORA SOLANO**

**SAN JOSÉ, AGOSTO 2017**

## CONTENIDO

TRIBUNAL EXAMINADOR .....	8
DECLARACIÓN JURADA .....	9
DEDICATORIA .....	10
CALIFICACIÓN DEL TUTOR.....	11
RESUMEN EJECUTIVO .....	12
CAPÍTULO I - INTRODUCTORIO .....	14
Planteamiento del Problema de Investigación.....	14
Objetivos de la Investigación .....	17
Objetivo general .....	17
Objetivos específicos.....	17
Justificación de la Investigación .....	17
Antecedentes de la Investigación .....	19
Proyecciones de la Investigación .....	23
CAPÍTULO II – MARCO REFERENCIAL .....	24
Empresas Productoras y Exportadoras .....	24
Producción nacional .....	28
Principales mercados de exportación .....	32
Competitividad internacional .....	34
Acciones del Gobierno .....	37
PROCOMER .....	38
Programas- CERTEX .....	40
Iniciativas .....	42
Promoción de mercados .....	43

Certificación.....	45
Competencia.....	46
Voluntariedad.....	47
Certificadoras.....	48
Rainforest Alliance.....	49
Sistema de calificación.....	51
ISO 9001:2015.....	53
Estructura.....	55
FSSC 22000.....	55
Beneficios.....	57
Estructura.....	58
GLOBAL G.A.P.....	59
Ventajas de la norma.....	60
Aplicación.....	60
Autoevaluación.....	61
Criterios.....	62
Sanciones.....	63
Advertencias.....	64
Suspensión del producto.....	65
Ciclo de certificación.....	65
CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO.....	67
Enfoque de la Investigación.....	67
Diseño de la Investigación.....	67
Muestra de la Investigación.....	68
Población.....	68
Muestra.....	68

Unidad de Análisis .....	70
Alcances .....	71
Aporte .....	70
Acciones Tomadas.....	70
Instrumentos Utilizados en la Investigación .....	71
Procesos para la Recolección de Datos .....	72
Método de Análisis de la Investigación .....	73
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>74</b>
Unidad de Análisis 1: Alcances .....	76
Categoría 1: Mercados internacionales.....	77
Descripción.....	77
Análisis.....	77
Categoría 2: Europa y Norteamérica .....	79
Descripción.....	79
Análisis.....	80
Categoría 3: Valor agregado.....	81
Descripción.....	81
Análisis.....	82
Categoría 4: Consumidor final .....	83
Descripción.....	83
Análisis.....	84
Categoría 5: Cultivos certificados .....	85
Descripción.....	85
Análisis.....	85
Categoría 6: Gestión de calidad.....	86
Descripción.....	86

Análisis.....	87
Categoría 7: Diversificación de certificaciones.....	88
Descripción.....	88
Análisis.....	88
Categoría 8: Estrategias de mercado .....	89
Descripción.....	89
Análisis.....	90
Categoría 9: Reconocimiento internacional de la Certificación GLOBAL G.A.P. ....	91
Descripción.....	91
Análisis.....	91
Unidad de Análisis 2: Aporte .....	92
Categoría 1: Proceso de mejora continua .....	93
Descripción.....	93
Análisis.....	94
Categoría 2: Normativa .....	95
Descripción.....	95
Análisis.....	95
Categoría 3: Plan empresarial.....	96
Descripción.....	96
Análisis.....	97
Categoría 4: Inocuidad .....	97
Descripción.....	97
Análisis.....	98
Categoría 5: Trazabilidad de los productos .....	99
Descripción.....	99
Análisis.....	100

Categoría 6: Certificación de calidad .....	101
Descripción.....	101
Análisis.....	101
Categoría 7: Barreras no arancelarias.....	102
Descripción.....	102
Análisis.....	102
Unidad de Análisis 3: Acciones Tomadas.....	103
Categoría 1: PROCOMER .....	105
Descripción.....	105
Análisis.....	106
Categoría 2: Empresas pymes .....	108
Descripción.....	108
Análisis:.....	108
Categoría 3: Articulación de instituciones.....	110
Descripción.....	110
Análisis.....	110
Categoría 4: Sector exportador .....	111
Descripción.....	111
Análisis.....	112
Categoría 5: Programas a escala nacional .....	113
Descripción.....	113
Análisis.....	113
Categoría 6: Acceso a certificaciones.....	114
Descripción.....	114
Análisis.....	115
Categoría 7: Participación de expertos .....	116

Descripción.....	116
Análisis.....	117
Categoría 8: Falta de información .....	118
Descripción.....	118
Análisis.....	119
Interpretación de los datos.....	119
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>128</b>
Conclusiones .....	128
Recomendaciones.....	132
Referencias.....	135
<b>APÉNDICE .....</b>	<b>140</b>
Apéndice 1: Instrumento aplicado en la presente investigación .....	140
Apéndice 2: Formulario aplicado en evaluaciones de la certificación GLOBAL G.A.P.....	141
Apéndice 3: Certificado GLOBAL G.A.P. ....	162

## Índice de Tablas

Tabla 1. Entrevistados .....	69
Tabla 2. Unidades y Categorías de Análisis .....	75

## RESUMEN EJECUTIVO

En Costa Rica, la producción de chayote data desde hace muchos años, así como su comercialización, pues es un cultivo consumido de manera masiva por la población a nivel nacional y con un mercado creciente a nivel internacional; sin embargo, no existía una norma que regulase su producción, por lo que en los años noventas se presenta por primera vez una norma que viene a regular tanto las fincas como las empresas productoras y comercializadoras de chayote a nivel mundial.

Por la zona en que se ubica, la producción del chayote en el país es propensa a sufrir el ataque de plagas u otro tipo de contaminación que lo vuelve insalubre para el consumo humano y un riesgo para los países importadores, los cuales cierran el ingreso del chayote a sus territorios. Ante esto, se presenta la certificación GLOBAL G.A.P. para productos agrícolas, dentro de los que se encuentra el chayote. Esto genera la pregunta: ¿Cuál es el aporte que genera, al desarrollo comercial internacional, contar con la certificación GLOBAL G.A.P., para las empresas productoras de chayote costarricense, al primer trimestre 2017?

Para darle repuesta a esta interrogante, se establecieron diferentes objetivos, los cuales se desarrollan a lo largo del trabajo. Primeramente, se identifica el aporte de la certificación GLOBAL G.A.P., para las empresas productoras de chayote costarricense; además, se muestran las acciones tomadas por el gobierno de Costa Rica, para incentivar la certificación GLOBAL G.A.P. en las empresas productoras de chayote; por último, se determinan los alcances de la certificación GLOBAL G.A.P.

La investigación es de tipo cualitativa, ya que se quiere profundizar en un tema que se desarrolla actualmente desde distintos estratos que incluyen a los exportadores, al Gobierno y a quienes otorgan la certificación.

El tipo de muestra utilizada en esta investigación es no probabilística, ya que esta es seleccionada por conveniencia.

La población objeto de estudio incluye las empresas exportadoras de chayote, los entes desarrolladores de la norma, así como también las instituciones gubernamentales, ya que es importante la opinión de las distintas aristas e instancias.

Después de realizar la investigación, se concluyó que las empresas deben adaptarse no solo a las necesidades del mercado, sino también a los requisitos que estos exigen para comercializar los productos, además que esto pasa a ser una barrera no arancelaria para todas las empresas del sector. Por otro lado, se concluyó que el mercado europeo y norteamericano son los principales consumidores del chayote exportado de Costa Rica.

## CAPÍTULO 1 - INTRODUCTORIO

### Planteamiento del Problema de Investigación

En Europa, a principio de los años noventa, se generó la necesidad de crear una herramienta que garantice la calidad de los productos que ingresan a este mercado, por lo cual se desarrolló en 1997 la certificación “Euregap” (siglas en inglés de Euro Retailer Produce Working Group), que posteriormente, en la conferencia de Tailandia en 2007, pasaría a llamarse “GLOBAL G.A.P.” (Buenas Prácticas Agrícolas), que le certifica al consumidor un producto con estándares de calidad y producido en sostenibilidad con el medio ambiente. (Global GAP, 2012)

Teniendo en cuenta un mercado tan grande como el europeo, esta herramienta se convierte en una exigencia, por parte de los importadores de la Unión Europea, para el resto del mundo, con el rango de regulación internacional y de acatamiento obligatorio para ingresar y competir en este mercado.

Según el sitio web Frutas de Calidad, la norma “GLOBAL G.A.P.” se puede definir de la siguiente manera:

Es un estándar de certificación internacional, un protocolo de “Buenas Prácticas Agrícolas”, desarrollado y exigido por comerciantes e importadores de la Unión Europea. Debe ser implementado y certificado por todos los productores que desean ofrecer sus productos a los países pertenecientes a la Unión Europea. En cuanto a los supermercados, los representantes fueron de AEON (Japón) y TESCO (UK).

GLOBALGAP es una única norma que integra en un formato modular los diferentes grupos de productos, desde la producción de plantas y ganado, hasta material de reproducción vegetal y fabricación de piensos compuestos. (Ortiz 2008, párr. 2-3)

Con esta certificación, los países europeos se garantizan no solo la calidad de los productos que ingresan, sino también el cumplimiento de buenas prácticas agrícolas bajo las cuales son producidos, lo cual termina siendo un requisito obligatorio por parte de los supermercados de la Unión Europea, para ofrecer al consumidor final un producto de calidad.

Laura López, coordinadora de “Alianzas Estratégicas” de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), a cargo del “Programa de Certificaciones para la Exportación” (CERTEX), comenta que PROCOMER atiende la necesidad de certificaciones que tienen las empresas exportadoras costarricenses, de cara a los mercados internacionales. Las certificaciones son herramientas necesarias para los empresarios, lo cual puede convertirse en una barrera no arancelaria para ingresar a los mercados estratégicos, como son la Unión Europea y Estados Unidos. (PROCOMER, 2016)

La certificación busca conquistar a un cliente exigente y aporta valor agregado a los procesos y productos de la compañía. En PROCOMER se fomenta la certificación de las empresas exportadoras, además de ofrecer apoyo en el proceso de obtener la certificación con programas como CERTEX, que termina siendo un aliado para los productores nacionales en aras de ser más competitivos a nivel internacional, no solamente en precio, sino también poder alcanzar la calidad y sostenibilidad de los productos que compiten directamente en distintos mercados.

Carlos Mora, Viceministro de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y Presidente del Consejo Nacional de Calidad, comenta que se han encontrado sectores empresariales con necesidades de orientación, asesoría y capacitación en cuanto a fortalecer su músculo empresarial, para incursionar en otros mercados y demostrar el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, a través de una certificación que así lo demuestre. (PROCOMER, 2016)

El sector agrícola, sobre el cual se basa la certificación GLOBAL G.A.P., sigue siendo uno de los más desfavorecidos a nivel empresarial; lo que se busca alcanzar con la certificación, es un valor agregado que le permita al empresario incursionar el producto a nuevos mercados y lograr mayor competitividad a nivel internacional, con altos estándares de calidad, y que esté respaldado por la certificación GLOBAL G.A.P.

La oportunidad de competir en los mercados internacionales como el norteamericano y europeo, exige ingresar al menos en igualdad de condiciones frente a otros competidores globales y con mayor músculo empresarial. Por este motivo, la gestión de los procesos y la calidad deben certificarse mediante normas internacionales reconocidas ampliamente, no solo por los importadores, sino también por los clientes finales. (PROCOMER 2013, p.79)

Esto genera una obligación para los empresarios nacionales: demostrar la calidad del producto, así como los procesos productivos correctos en sostenibilidad con el medio ambiente, a través de la certificación GLOBAL G.A.P., que les permita poder competir con grandes empresas para llegar al cliente final, con un valor agregado en su producto y generar así una diferenciación con la competencia.

La presente investigación cuenta con viabilidad y relevancia social para realizar el estudio, ya que se dispone de información en página web, reportajes periodísticos y la promoción de la norma por parte de instituciones estatales, que denotan la importancia para los exportadores, además de contar con pertinencia teórica y metodológica entorno al tema.

Por todo lo señalado, se procura conocer en esta investigación el aporte de la certificación GLOBAL G.A.P. al desarrollo del comercio internacional, así como los beneficios de las empresas al contar con la certificación, lo cual permite plantear la siguiente interrogante:

¿Cuál es el aporte al desarrollo comercial internacional que genera contar con la certificación Global G.A.P., para las empresas productoras de chayote costarricense, al primer trimestre 2017?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

Examinar la certificación Global G.A.P. y el aporte al desarrollo comercial internacional que genera a la producción de chayote costarricense.

### **Objetivos específicos**

- Identificar el aporte de la certificación Global G.A.P., para las empresas productoras de chayote costarricense.
- Mostrar las acciones tomadas por el gobierno de Costa Rica, para incentivar la certificación Global G.A.P. en las empresas productoras de chayote.
- Determinar los alcances de la certificación Global G.A.P.

## **Justificación de la Investigación**

El aporte de la certificación GLOBAL G.A.P., al desarrollo del comercio internacional de la producción de chayote costarricense es de gran importancia, porque permite conocer cómo debe ser implementada esta norma de manera correcta, y los

beneficios que se generan para que cada vez sean más las empresas que tomen la decisión de utilizarla y puedan competir en mercados internacionales.

Además, es de suma importancia para los productores conocer los métodos utilizados, por parte de las distintas instituciones involucradas, como es el caso del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), al fomentar la iniciativa con programas de certificaciones, que generen beneficios reales a los empresarios para que puedan competir con un producto inocuo en los mercados de interés.

Este tema permite analizar el desarrollo comercial que, debido a la certificación GLOBAL G.A.P., las empresas productoras de chayote pueden alcanzar; además, cómo se beneficia a estas compañías al competir en los mercados internacionales, con un producto de origen costarricense al que se le genera un valor agregado para diferenciarlo de la competencia.

Es importante destacar las acciones que se realizan por parte de productores y del gobierno de Costa Rica, en busca de alcanzar una mayor competitividad a nivel internacional. Además, se analiza el aporte comercial que la certificación genera, para determinar los cambios por seguir para mejorar la producción de chayote costarricense en el comercio internacional, al asegurar las buenas prácticas agrícolas, a través de una normativa internacional que certifica la calidad del producto.

La información presentada en esta investigación constituye un aporte a la sociedad, al dar a conocer la importancia de promover la certificación GLOBAL G.A.P. en las empresas productoras, en las cuales debería trabajar el Gobierno, incluidas aquellas regiones del país más focalizadas en el desarrollo de esta actividad agrícola.

Este trabajo expone los principales beneficios que reciben las empresas del sector agrícola de Costa Rica, derivados de contar con una certificación de buenas prácticas agrícolas, y la incidencia que esto a su vez genera en el comercio internacional del país.

Además, se describen las acciones que, desde el punto de vista comercial, significan beneficios para los exportadores, gracias al reconocimiento internacional con que cuenta esta certificación.

### **Antecedentes de la Investigación**

La certificación GLOBAL G.A.P sobre buenas prácticas agrícolas inició en 1997 como EUREPGAP (Euro Retailer Produce Working Group), una iniciativa del sector minorista británico, conjuntamente con los supermercados en Europa continental; posteriormente, con el fin de reflejar su alcance global y convertirse en una norma líder de buenas prácticas agrícolas a nivel internacional en el año 2007 en la ronda de Tailandia, cambió su nombre a GLOBAL G.A.P.; desde entonces se comenzó a tomar conciencia de las inquietudes internacionales crecientes en torno a la inocuidad de los alimentos, el impacto ambiental, la salud, la seguridad y el bienestar de los trabajadores y animales. (Global G.A.P., 2010)

Con esta iniciativa creada en Europa, se desarrolla toda una tendencia a nivel global por las buenas prácticas agrícolas, bajo una certificación que pueda armonizar las normas y procedimientos existentes y desarrollar un nuevo sistema de certificación, en el cual se detallan los aspectos puntuales que se busca alcanzar, se cuiden diferentes lineamientos en torno a la inocuidad, para garantizarle al consumidor un producto no solo de calidad, sino también elaborado o producido en sostenibilidad con el medio ambiente.

Las normas EUREPGAP o conocidas actualmente como GLOBAL G.A.P. ayudaron a los productores a cumplir con los criterios aceptados en toda Europa con los métodos de producción sostenible, el bienestar de los trabajadores y de los animales, el uso responsable del agua, los alimentos para animales y los materiales de reproducción vegetal. (Global G.A.P., 2010)

El conseguir una norma que armonice todas las regulaciones existentes, se convierte en un beneficio para el productor, pues le permite llegar a competir a los mercados europeos no solo por precio, sino además con un producto de calidad, certificado bajo una norma internacional que lo respalde.

Es importante señalar que esta certificación no es nueva y ya se han realizado algunas investigaciones anteriormente sobre GLOBAL G.A.P., que permiten contar con puntos de referencias tanto nacionales como internacionales, en donde se detallan aspectos destacables en torno a tales investigaciones, que funcionan como herramienta de información de primera mano.

Una investigación destacada fue la realizada por Rosa Esther Cevallos Laje, la cual se desarrolló en Ecuador, para informar a los exportadores de banano sobre los beneficios de contar con la certificación y la importancia de la misma para ingresar a los mercados internacionales, con el tema: “Las buenas prácticas agrícolas (Certificación GLOBAL G.A.P.) y su aplicación al cultivo de banano ecuatoriano, periodo 2009-2010”, con el objetivo: “Investigar y analizar los factores fundamentales que determinan que los productores bananeros tengan reconocimiento a nivel mundial”. La misma fue realizada para la Universidad de Guayaquil, en la Facultad de Ciencias Económicas.

Esta investigación resume la importancia, para los exportadores, de contar con una certificación GLOBAL G.A.P. y los beneficios que esto le genera al sector exportador de este producto y la competitividad internacional que puede alcanzar al contar con esta norma, de carácter obligatorio para ingresar a los mercados internacionales y donde los productores de ese país pueden desarrollar un nuevo nicho de mercado.

Por otra parte, sobresale la investigación elaborada por Nidia Stella Rincón Parra, César Augusto Figueredo y Nubia Stella Salazar Villamil, la cual se desarrolló en Colombia para dar a conocer a los exportadores la importancia que representa contar con la

certificación para ingresar a los mercados internacionales, con el tema: “Impacto de la aplicación de la norma GLOBAL GAP, en el sector agroalimentario latinoamericano”, la cual se publicó en la Revista Colombiana de Investigaciones Agroindustriales Volumen 2 Enero - Diciembre 2015, p 84 – 97.

Esta investigación se llevó a cabo en Colombia. Entre las principales conclusiones se destaca que uno de los impactos originados con la aplicación de esta norma, es haber logrado la reducción en la concentración de herbicida, lo que implica que al realizar la certificación en GLOBAL G.A.P., se van a contrarrestar indirectamente los efectos adversos de estos, específicamente en la contaminación de agua y en el subsuelo, mitigando el riesgo de alterar el medio ambiente.

Además de contar con referencias internacionales sobre este tema, también se recoge el criterio de algunas personas del medio nacional, que han opinado sobre esta certificación en algún momento, como se detalla a continuación, con menciones realizadas por distintos medios de comunicación, así como una investigación específica.

La investigación fue realizada por Carlos Rojas Carrillo en el año 2012, la cual se efectuó para la preparación de un manual sobre los distintos procedimientos que se debe cumplir para certificar ambas normas, con el tema: “Elaboración de un Manual de Procedimientos Integrados a las Normativas ISO 9001:2008 y Global. G.A.P. 4.0 para la Planta Empacadora de Piña de la Empresa Agrícola Industrial La Lydia S.A.”, con el objetivo: “Realizar un Manual de Procedimientos para Agrícola Industrial La Lydia en la planta empacadora de piña.”. La misma fue realizada para el Instituto Tecnológico de Costa Rica, en la Facultad de Ciencias Económicas.

Este tipo de investigación beneficia directamente a la empresa en estudio; sin embargo, muchas empresas pueden verse favorecidas de manera indirecta, al adoptar e implementar esta información, lo cual despierta el interés de distintos empresarios por

conocer más sobre estas certificaciones y cómo lograr obtenerlas, bajo un sistema integrado que permita trabajar de manera conjunta su implementación.

También otra referencia importante sobre este tema la realizó la periodista Ana Cristina Camacho Sandoval del diario El Financiero, publicada en su página de Internet, para informar a la población sobre el tema, y la cual titula: “Norma agrícola se globaliza”, en donde señala los cambios en el límite de residuos de plaguicidas, manipulación del producto y seguridad de trabajadores.

En esta oportunidad se reseña la actualización de la certificación GLOBAL G.A.P. y el paso a la nueva versión (V5) que entrega a regir en el año 2016, la cual señala aspectos de la seguridad ocupacional y propia de los trabajadores, así como las limitaciones en plaguicidas y demás productos agroindustriales, propios de la actividad agrícola, y como con estas regulaciones se protege la sostenibilidad con el medio ambiente.

Por otra parte, existe una referencia de una institución como PROCOMER, donde Laura López Salazar, coordinadora de “Alianzas Estratégicas”, a cargo del Programa de Certificaciones para la Exportación (CERTEX), en la página de Internet anota: “Costa Rica apuesta al uso de certificaciones”. Señala que hoy día certificarse deja de ser un lujo y se convierte en una necesidad para Costa Rica, en busca de alcanzar los mercados internacionales. Esta publicación fue realizada el 7 de Julio de 2016.

En su búsqueda de llevar a las empresas a alcanzar las certificaciones, PROCOMER impulsa programas que faciliten a las empresas obtener esta herramienta, que de no hacerlo termina siendo una barrera no arancelaria para ingresar a mercados internacionales, además de conseguir mejores clientes que compren más producto y a mejor precio, por tener un valor agregado, que le permite diferenciarse del resto de productos con los que compite, lo cual les genera mayores beneficios a los exportadores.

Las anteriores referencias señalan la importancia de contar con la certificación y los múltiples beneficios que esto les genera a las empresas exportadoras del sector agrario y, además, la apertura de mercados internacionales que esto provocó, tomando en cuenta que se consigue un aumento considerable en las ventas y a un mejor precio. Además de tener el respaldo de una institución como PROCOMER, que apoya a través de su programa para poder alcanzar la certificación.

### **Proyecciones de la Investigación**

En esta investigación se busca señalar en qué consiste la certificación GLOBAL G.A.P. De igual manera, las acciones que se deben cumplir para alcanzar esta distinción, además de los principales aspectos sobre las regulaciones presentes en la norma, de cumplimiento obligatorio para las empresas, de cara a obtener el aval de dicha certificación.

Es de gran importancia para las empresas exportadoras conocer sobre el tema de la certificación GLOBAL G.A.P, ya que esto trae una serie de beneficios para los empresarios, lo cual permite tener un mayor posicionamiento y visibilidad a nivel internacional, al crear una diferenciación con el resto de competidores y como, a su vez, los exportadores pueden obtener un mejor precio y un aumento en sus ventas, por contar con una norma de calidad que así lo comprueba, lo cual permite el ingreso a nuevos mercados respaldados bajo este sello.

Se plantea dar a conocer las estrategias propuestas por el Gobierno de Costa Rica para incentivar la certificación GLOBAL G.A.P. Además, se busca la promoción de la misma a través de distintos programas, que generen la obtención de un valor agregado, que cree diferenciación en los mercados internacionales, para poder competir con grandes empresas y complacer un cliente exigente con una norma que lo respalda, al garantizar no solo la calidad del producto, sino también, el reconocimiento de ser producido en armonía con el medio ambiente.

## **CAPÍTULO II – MARCO REFERENCIAL**

### **Empresas Productoras y Exportadoras**

Costa Rica ha sido históricamente un país productor de chayote, debido a las raíces agrícolas de su población; por ello no es de extrañar su cultivo desde los años sesentas y ser el primero en exportar el chayote a mercados internacionales y alcanzar con éxito no solo abastecer el mercado nacional, sino también tener la capacidad de proveer la demanda internacional, superando a países como México y Guatemala.

El chayote en Costa Rica es un producto tradicional, además de ser el primer país exportador de chayote hacia los mercados internacionales, para satisfacer una demanda que no estaba cubierta por ningún proveedor; la producción de chayotes de exportación data de 1969; a pesar de ello, no es sino hasta 1972 cuando se logra la primera exportación oficial. (Red Latinoamericana de Investigadores, 2010)

En la provincia de Cartago existe un arraigo muy fuerte por la agricultura, que con el paso de los años se ha ido especializando en diferentes zonas, como lo es el caso de la región de Cervantes y alrededores del cantón de Paraíso, donde por más de una década se han dedicado especialmente al cultivo y producción de chayote “Quelite”, como un producto de exportación, siendo esto un muy buen negocio para aquellas empresas que desean internacionalizar su producto, y generar que empresarios de la misma zona expandan cada vez más sus plantaciones; se eliminan plantaciones de café de pequeños productores, quienes pasan a sembrar chayote como el nuevo producto estrella.

En la provincia de Cartago sobresale el cultivo de chayote y en especial el conocido como “Quelite” (utilizado para exportación), cuyas plantaciones comerciales se localizan principalmente en Ujarrás, Ajenjal, Santiago, El Yas, Río Regado, Piedra Azul y La Flor. A partir de 1998 algunos agricultores de Cervantes empezaron a incursionar con pequeñas áreas en este cultivo y, actualmente, en la parte baja de Cervantes es el cultivo que

predomina. Además, a partir de mediados del año 2005, tres empresas familiares exportadoras se dedicaron a comprar tierras, tanto a productores pequeños, como fincas donde se cultivaba café y actualmente están produciendo chayote; las mismas se ubican en estas zonas. (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2012)

Es muy común en campos dedicados a la actividad agrícola, el arrendamiento de terrenos o zonas de cultivo para empresas dedicadas a este tipo de actividades; por lo general son extensiones de terreno menores a una hectárea y por un plazo de tiempo no mayor a los tres años, lo cual permite a los pequeños y medianos productores de estas zonas, conservar sus tierras y poder mantener una porción de terreno para su propio cultivo.

El área dedicada al cultivo por lo general es propiedad de cada productor, y en algunos casos, cuando existe contrato de alquiler, son áreas menores a una hectárea y es por más de tres años. (MAG, 2012)

En los últimos años se ha presentado un problema para las empresas exportadoras de chayote en el país, principalmente en el mercado estadounidense, en el cual se están realizando intercepciones por motivo de presencia de plagas o enfermedades en el producto, lo que provoca la revisión y supervisión de los contenedores en el puerto de destino; como consecuencia algunos de estos resultan contaminados y se realiza la fumigación en el mejor de los casos, ya que en otros se realiza una reexportación al país de origen, con la pérdida total del producto, lo cual genera cuantiosas pérdidas económicas para los productores y exportadores nacionales.

Costa Rica logró reducir las intercepciones de productos agrícolas, por la presencia de plagas o enfermedades, en el ingreso al mercado de Estados Unidos, durante el primer trimestre del 2017. Esta situación viene afectando desde hace más de dos años algunos productos, en particular los envíos de chayote, cuya producción estaba influida por el clima y por la presencia de algunas plagas. Esto provoca que los contenedores retenidos

sean reinspeccionados en el mercado de ingreso. Luego, se decide si se fumigan y se autoriza su ingreso o si se devuelven al país de origen. Esta situación causa pérdidas económicas a los exportadores, tanto porque se cobra el costo de las fumigaciones o porque, en muchas ocasiones, el producto devuelto se pierde. (Barquero, 2017)

Según los diferentes informes, tanto de la embajada de Estados Unidos en el país y del “Servicio Fitosanitario del Estado” (SFE), el problema del chayote se presenta por la aparición de un ácaro, lo que está generando grandes inconvenientes para ingresar al mercado norteamericano y grandes pérdidas para los empresarios, empresas y productores nacionales. Al comparar el primer trimestre del año 2016, con el mismo período del 2017, se han equiparado las interceptaciones.

De acuerdo con un informe solicitado al SFE, y basado en informes de la Embajada de Estados Unidos en Costa Rica, en el caso del chayote, las interceptaciones al menos se estabilizaron. En el primer trimestre del 2016 fueron 59 casos contra 60 casos en los primeros tres meses del 2017. El chayote tiene el problema de la aparición de un ácaro desde hace dos años. En todo el año 2016, la cantidad de casos reportados por chayote fue de 148. (Barquero, 2017)

Los productores han tenido que realizar fuertes inversiones para incrementar las fumigaciones en sus cultivos, debido al ácaro que está afectando las producciones nacionales, con incautaciones del producto en el mercado de destino, con aumento considerable de los costos de operaciones, de los días del cultivo del chayote, lo cual genera múltiples problemas para los exportadores nacionales.

Brenes (2017), directora ejecutiva de la “Cámara Nacional de Exportadores de Chayote”, explicó que el fuerte ataque de un ácaro obligó a incrementar las fumigaciones en las fincas. Eso incrementó fuertemente los costos y, además, se generó un incremento notable en las interceptaciones de producto en Estados Unidos, con el acarreo de muchos problemas para los exportadores.

Esta difícil situación ha llevado a las empresas del sector chayotero a unirse por medio de un “cluster” con la ayuda de la Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER), y unificar fuerzas para contratar productos y servicios a un menor costo y poder tramitar en conjunto ante SFE, una declaración de emergencia a nivel nacional, que permita solventar, con ayuda del gobierno, esta difícil situación; por ahora solamente se ha logrado un incremento en los cargamentos incautados en Estados Unidos.

Esta situación crítica llevó a 10 empresas del sector a unirse en un “cluster” o conglomerado que se estableció con la ayuda de PROCOMER. Este grupo permite contratar productos y servicios en conjunto, con el fin de disminuir los costos, además de tramitar ante el SFE una solicitud de declaratoria de emergencia, lo cual permitiría hacer uso de recursos de un fondo de esa entidad para enfrentar temporalmente la situación. La coordinación con el SFE, ha permitido al menos evitar un incremento de los rechazos de cargamentos en Estados Unidos. (Barquero, 2017)

El trabajo conjunto entre la embajada de Estados Unidos y SFE, ha permitido identificar las principales fincas o terrenos que están teniendo los problemas con el ácaro en el chayote, por lo que ya se encuentran realizando distintos trabajos para solventar esta situación, creando una disminución en la cantidad de casos; sin embargo, los detectados hasta ahora en los tres primeros meses del 2017, han generado pérdidas que oscilan en aproximadamente un millón de dólares.

Brenes (2017), resalta este trabajo mediante el cual se identificaron las fincas con más problemas, en las cuales se realiza un trabajo específico. Esa labor detallada ha permitido reducir la cantidad de problemas, aunque el volumen de casos de este año es preocupante, pues el valor de las pérdidas por interceptaciones entre enero y abril se calcula en un millón de dólares.

## **Producción nacional**

Costa Rica cuenta con una alta productividad de chayote, superando las 600 hectáreas de terreno sembradas, focalizadas principalmente en dos cantones de la provincia de Cartago, que abastecen el mercado nacional y, además, mucho del producto cultivado es llevado a mercados internacionales, posicionando a Costa Rica como uno de los grandes productores y abastecedores de chayote a nivel internacional, conocido también por la alta calidad del producto exportado.

En Costa Rica actualmente están sembradas 615 hectáreas aproximadamente, de las cuales se logran cosechar 25,620 toneladas, con un promedio anual de 41 toneladas por hectárea. Principalmente es cosechado en los cantones cartagineses de Paraíso y Alvarado, por contar con las condiciones climatológicas idóneas para el chayote, lo que representa casi un 70% de la producción nacional. (MAG, 2016)

Este producto debe contar con las condiciones agroecológicas idóneas para su desarrollo; la zona específica de Cervantes reúne las condiciones climáticas, geográficas y fluviales perfectas para su producción masiva; por no contar con estaciones climáticas definidas, se generan lluvias durante todo el año, factor este determinante para su producción y desarrollo, ya que el chayote, según datos del MAG, necesita aproximadamente unos 200 litros por planta cada 48 horas para poder alcanzar un desarrollo idóneo.

Según el M.A.G. (2015), el cultivo del chayote se adapta a casi todo el país; sin embargo, las condiciones agroecológicas que ofrece la zona comprendida por el cantón de Paraíso y sus alrededores y la parte baja de Cervantes, le permiten al cultivo desarrollarse mejor y alcanzar mejores rendimientos con las condiciones climáticas necesarias. Además, estos son suelos profundos de origen volcánico y con un porcentaje considerable de materia orgánica en esta zona, que alcanzan alturas de 1.000 a 1.200msnm con las temperaturas entre los 13 y 21 °C y precipitaciones entre 1.500 a los 2.000 mm por año, lo que determina

que no existe ninguna época climática definida, y el chayote requiere suficiente agua, aproximadamente 200 litros por planta cada 48 horas para poderse desarrollar.

El chayote es un producto cultivado todo el año, dadas sus condiciones óptimas para desarrollarse, por su condición propia de cultivo y su necesidad de agua para su efectivo desarrollo, se convierte en un producto que se siembra en época lluviosa principalmente; sin embargo, para evitar un desabastecimiento del mercado, los productores realizan dos siembras al año; así dividen el terreno para cultivar una parte en época lluviosa y la otra para la estación seca, para garantizar su producción durante todo el año.

Dadas las condiciones climáticas de la zona, la siembra puede efectuarse en cualquier época del año, pero lo más frecuente es que se siembre en abril y mayo, cuando se inicia la estación lluviosa, y así facilitar el crecimiento de las plantas; posteriormente, en octubre se realizan las siembras de respaldo, esto para contar con producción en los meses de verano, a pesar de que la mayoría de productores cuentan con algún tipo de riego. Es importante mencionar que, aún en terrenos de una hectárea, los productores dividen la siembra en al menos 2 lotes, para tener producto todo el año. (MAG, 2012)

Este producto es muy apetecido en los mercados internacionales por los distintos usos que se le puede dar, empleándolo de diferentes formas, tanto para la alimentación de las personas, como también la producción y elaboración de otros productos a base de los tallos fibrosos que tiene este producto, además de contar con un uso medicinal utilizado para distintos tratamientos.

Su mayor demanda se justifica por el consumo de los frutos; sin embargo, los tallos tiernos o quelites se usan en guisos y sopas, los tallos fibrosos y leñosos se pueden emplear para la fabricación de sombreros y canastas. Las raíces carnosas se utilizan en sopas, picadillos, dulces, tortas y fuente de almidón; los embriones tostados tienen sabor a nuez, el fruto se come de diferentes formas, así como base para pastas y salsas. Además, tiene usos

medicinales en calcificaciones renales, hipertensión, inflamaciones intestinales y cauterización de heridas. (MAG, 2012)

Esta zona, dedicada a la producción agrícola de chayote, específicamente, genera empleo tanto a hombres como mujeres; así se favorecen muchas familias de esta zona, que actualmente viven de esta actividad; también cuentan con empacadoras que realizan todo el proceso de embalaje del producto: solamente nueve realizan todo el proceso de exportación, directamente, en lo que se refiere a esta zona.

Actualmente existen cerca de 400 productores, de los cuales 30 pertenecen al distrito de Cervantes y el resto al cantón de Paraíso, además en la zona de Orosi y Cachí existen siembras de chayote, pero son pequeñas y pocos los agricultores dedicados a esta actividad; en total en la zona se generan empleo para 2000 personas, de las cuales un 10% son mujeres. En el campo las mujeres desempeñan distintas funciones como deshojar, escoger la fruta los días de cosecha, entre otras. En empacadora la mayoría de empleados son mujeres; en la zona existen 25 plantas inscritas ante el “Departamento Fitosanitario del Estado” (DFE), de las cuales solo nueve exportan directamente; solo dos empacadoras están ubicadas en Cervantes y el resto en Paraíso. (MAG, 2012)

Todas las empresas empacadoras son de capital privado y deben estar registradas debidamente ante el DFE. No obstante estas no operan todo el año, ya que algunas solamente tienen sus clientes en la temporada alta del cultivo de chayote; sin embargo, en un intento por unificar los productores, a dieciséis de ellos se les brindó capacitación, asesoría y hasta mejora del empaque, y con ayuda del “Concejo Nacional de Producción” (CNP) se logró el contacto con un cliente en los Estados Unidos, al cual se logró enviar únicamente cinco contenedores, pues debido a distintos problemas, por intereses individuales, todo se terminó disolviendo. Aun cuando existe interés de parte de la “Cámara” para que se exporte bajo una misma marca, los productores más fuertes no están de acuerdo, ya que esto les quitaría sus clientes individuales.

Las empacadoras se inscriben ante el DFE y cada año cancelan la anualidad; dependiendo de los clientes que tengan, algunas, las más pequeñas, cierran por unos meses. Todas las empacadoras son empresas privadas; se hizo el intento con una organización formada por 16 agricultores, los cuales se capacitaron desde producción hasta empaque y se les consiguió cliente en Estados Unidos, por medio del CNP, pero desafortunadamente la deslealtad entre ellos causó que solo enviaran cinco contenedores y que al final se fueran retirando hasta deshacer la organización. También existe interés de la “Cámara” de organizarse para exportar en forma grupal con una sola marca, pero esto no tiene mucho apoyo de los más grandes, que tienen su mercado asegurado. (MAG, 2012)

A nivel país, en la zona de Cervantes y Paraíso se concentra el sector chayotero exportador de Costa Rica, en donde muchos de los productores se encuentran ya debidamente registrados y conforman diferentes organizaciones, pero muchas de los grupos constituidos cuentan con objetivos diferentes al de la producción y comercialización del chayote, que busca a través de la “Cámara” lidiar con los problemas del sector y generar un apoyo para todos los productores nacionales, esto aunado con el esfuerzo realizado por parte de PROCOMER, en busca de alinear a los distintos productores y exportadores a trabajar en conjunto, fortaleciendo el “cluster” del sector.

En la zona donde se ubica el sector chayotero exportador existen muchos grupos de productores debidamente registrados, con cédula y personería jurídica, como asociaciones, cooperativas, sociedades anónimas y la “Cámara de Productores, Empacadores y Exportadores de Chayote”. Sin embargo, la mayoría de estas organizaciones se formaron por objetivos diferentes a la producción y comercialización de chayote, como adquisición de tierras, obtención de agua para riego para cultivos en general. Solamente la “Cámara” tuvo su formación por los problemas del chayote; esta se ha involucrado en las necesidades de investigación y tiene entre sus metas consolidarse para liderar y concentrar todas las actividades concernientes al chayote, para la zona en mención y para el país en general. (MAG, 2012)

## **Principales mercados de exportación**

Los siguientes mercados se han convertido para Costa Rica en los más importantes para la exportación de chayote, por lo cual el país es uno de los grandes productores a nivel mundial, con una exportación que alcanza el 75% de la producción total del país.

Algunos de los principales mercados a los cuales se exporta chayote son: Estados Unidos, Canadá, Portugal, Holanda, Reino Unido, España, Puerto Rico, Italia y Nicaragua. A estos nueve países se exporta cerca del 75% de la producción total de Costa Rica, lo que convierte al país, en uno de los grandes productores de chayote a nivel internacional. (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica [PROCOMER], 2015)

El chayote se considera como un producto no tradicional dentro del conjunto de productos exportados; sin embargo, una vez hecha la apertura comercial del país, este cambió su condición de producción únicamente local para convertirse en una actividad de exportación que genera un volumen importante de producción y ha cambiado la calidad del producto; con esto se permitió llevar el chayote al mercado norteamericano donde genera ingresos importantes para Costa Rica.

Siendo un cultivo de exportación clasificado dentro de los no tradicionales, se reportan datos de exportación de chayote desde el año 1972. La apertura de esta actividad de exportación generó una transformación que afectó la intensidad de la explotación, el volumen de producción y la calidad del producto, toda vez que transformó los métodos de producción, pasando de una etapa de autoabastecimiento y comercialización a pequeña escala, a una de explotación económica intensiva. Todo este proceso de transformación incidió también en aspectos de calidad. PROCOMER añade que las exportaciones de chayote a Estados Unidos, forman parte, en ese momento, de los 26 productos que generaron divisas al país. (MAG, 2012)

Este producto debe ser enviado bajo significativos criterios de color, textura, así como de forma y peso; sin embargo en el mercado existen diversos tipos de variedades de chayote y no todos cuentan con los criterios de exportación por su calidad y demás razones para ser exportados; además, por ser un producto tan suave, debe ser tratado con muchísimo cuidado y delicadeza durante su proceso de almacenamiento y recolección, así como eliminar todas aquellas unidades del producto que se encuentran golpeadas, con daños o algún tipo de malformación.

Los chayotes para la exportación deben ser tiernos, de piel lisa, de color verde claro brillante, sin espinas ni estrías y con forma de pera. Los frutos deben presentar un peso promedio de 285 gramos, que se obtiene con dimensiones de 8 a 11.5 cm de longitud y 8 a 9 cm de diámetro mayor. Existen variedades "criollas" denominados blanco y negro, con pieles de color crema y verde oscuro intenso respectivamente, con excelente sabor y que serían estimulados comercialmente en el corto plazo. Se deben eliminar todos los frutos atípicos, con daños o enfermedades, así como los residuos florales y restos del pedúnculo. Dada la delicadeza de la piel del fruto, las labores de manejo deben ejecutarse con el máximo cuidado. (FAO, 2014)

Es importante destacar que el principal criterio de evaluación de este producto, es el diámetro, sin embargo, no existe un único criterio para esto, ya que, según los diferentes mercados, los prefieren de distintos tamaños, ya sean grandes o pequeños, variando esta condición para el productor o exportador, que debe cuidar cada detalle ante una exportación a nuevos mercados.

Los frutos se clasifican según su diámetro. Esta característica es muy importante debido a la fuerte demanda comercial de tamaños pequeños. No existe uniformidad internacional en la clasificación, por lo cual cada país tiene su propia norma. (FAO, 2014)

## **Competitividad internacional**

A nivel internacional, el país cuenta con alto reconocimiento en la producción de chayote, a tal punto de estar considerado como uno de los países líderes a nivel mundial, en la producción y comercialización de este producto, lo que permite contar con una alta competitividad, que repercute directamente en la apertura de nuevos mercados por la calidad misma del chayote; además se cuenta con un valor agregado, al obtener una certificación de buenas prácticas agrícolas.

Según la revista Botanical-Online, el país cuenta con grandes producciones dedicadas al cultivo de chayote, lo cual posiciona a Costa Rica en la lista de países en el top cinco a nivel mundial, siendo también el principal país exportador de este producto a los Estados Unidos, y abarca un importante mercado, como se detalla a continuación:

Además de Costa Rica, seguida de Guatemala y México, que son los primeros países productores de chayotes de todo el mundo, la República Dominicana, Brasil y Perú también son países productores de América. El chayote también se cultiva, aunque en menor cantidad, en otros lugares del mundo. Entre los principales cabe mencionar la India y China en Asia o Italia en Europa. En Estados Unidos se cultiva en las zonas cálidas del sur (principalmente California y Florida) aunque la mayor parte de los chayotes consumidos aquí proceden de las exportaciones de países americanos, siendo Costa Rica el principal de todos. (Botanical-Online 2016, párr. 21)

En Costa Rica, gran parte de la producción nacional es exportada a distintos mercados, sin dejar de lado el mercado local que se abastece a través de diferentes puntos de venta en todo el país; sin embargo, para el consumo nacional solamente se destina el 15% de la producción total, con distintas variedades de chayotes según los gustos de la población; pero la actividad comercial de chayote a mercados internacionales genera gran cantidad de divisas al país.

La producción anual del país es exportada principalmente a mercados como lo son Estados Unidos y Europa, mientras que el resto abastece el consumo nacional a través de verdulerías, ferias del agricultor y el Centro Nacional de Abastecimiento (CENADA). Para el consumo interno se destina alrededor del 15% producido por las variedades para exportación, junto con variedades criollas de color crema o verde oscuro, sembrados específicamente para el mercado local. La gran actividad de exportación que ha generado el chayote durante los últimos años, ha convertido este producto en sinónimo de calidad, siendo un cultivo importante en la generación de divisas para el país. (MAG, 2016)

A nivel mundial, el chayote de origen costarricense compite directamente con el chayote mexicano; sin embargo, el producido en México cuenta con limitaciones climáticas lo que provoca que sea producido únicamente en una época del año definida, mientras en Costa Rica la producción se da durante todo el año y alcanza distintos mercados tanto en América como en Europa; además existe la figura del mayorista a nivel internacional, que se encarga de la distribución en el país de destino.

El chayote mexicano para exportación se coloca únicamente en el mercado de los Estados Unidos de América, básicamente en Miami, y de forma estacional, debido a que su producción se ve afectada por aspectos climáticos, mientras que el chayote costarricense se vende en los Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Holanda, Francia, Alemania, varios países del caribe e incluso en Centroamérica, especialmente en Nicaragua. Otra ventaja para Costa Rica es el clima, que permite producir y exportar el producto durante los doce meses del año. En el mercado internacional están los comercializadores mayoristas encargados de distribuir el chayote hacia los minoristas. Recogen la fruta en puerto y la distribuyen en supermercados, tiendas de verduras y frutas o vendedores en ferias. (MAG, 2012)

Estos se encargan de movilizar los productos a través de los distintos clientes o cadenas de consumidores; sin embargo, en caso de existir mucha oferta en el mercado de destino, debido al reconocimiento con que cuenta el chayote de Costa Rica, logra imponer

condiciones de precio y calidad, a tal punto de poder trasladar pérdidas, si es el caso, a los exportadores y productores; así lo reconoce el MAG:

Los comercializadores son los que cuentan con mayor poder en esta cadena, debido a que la oferta de chayote es muy amplia todo el año, por lo que pueden escoger proveedores e imponen condiciones de precio y calidad y hasta el poder trasladar las pérdidas a los exportadores y productores. (MAG, 2012)

Los precios de este producto, a nivel nacional e internacional, generan ganancias para los productores y exportadores del país y se generan ganancias importantes con esta actividad agrícola en forma de divisas para el erario público.

Lo que durante años se ha mantenido es el precio pagado al productor, que por lo general oscila en ¢800 el cajón y cuando el precio sube por demanda, casi nunca supera los ¢1000; el precio a nivel internacional sí marca una diferencia mayor; en las épocas malas les pagan la caja hasta \$3.5, pero cuando hay escasez el precio llega hasta \$7.5 u \$8; por lo general los dueños de la planta se ponen de acuerdo en el pago al productor y este último nunca tiene información de los precios en mercados internacionales. (MAG, 2016)

El consumidor de hoy día, a nivel de los mercados internacionales, se convierte cada vez más en una persona con gustos alimenticios más sanos y también cuenta con una escolaridad mayor, que le permite optar por un patrón alimenticio de productos frescos, frutas y verduras con estándares de calidad, que le garanticen la inocuidad de los productos y también el equilibrio en la producción con el medio ambiente, todo lo cual está cubierto dentro de la norma de certificación GLOBAL GAP.

En la actualidad existe una demanda por productos frescos, frutas y verduras que se rigen por un nuevo patrón alimentario que cada vez gana más terreno en la sociedad, impulsado por factores socioeconómicas y culturales, que se da al aumentar el número de profesionales en las sociedades capitalistas del primer mundo; estas personas adquieren

nuevos y mejores estilos de vida y entran en contacto con nuevos alimentos para mejorar su dieta. (MAG, 2016)

Actualmente surgen novedosos y variados factores culturales muy marcados en la sociedad, que generan el aumento de las exportaciones del país hacia distintos mercados; factores relacionados con el envejecimiento de la población mundial, en busca de consumir cada vez más productos sanos y de calidad que favorezcan la salud, y también la movilización de migrantes a distintos mercados, que generan la movilización de productos a países que desconocían en absoluto esas frutas o vegetales. Así lo señala el MAG:

Otro factor que lleva a la expansión del consumo de frutas y vegetales frescos está relacionado con el envejecimiento de la población; las personas después de su jubilación tienen más tiempo para acumular información sobre temas que afectan su salud y longevidad. También el mayor número de inmigrantes latinos generó la disponibilidad de alimentos que anteriormente eran desconocidos por los europeos y estadounidenses. (MAG, 2016)

### **Acciones del Gobierno**

Se busca dar una perspectiva, desde el gobierno de Costa Rica, mediante acciones que ayuden o promuevan las actividades agrícolas de la producción y siembra de chayote en el país, a través de sus distintas instituciones y también un soporte que sea el enlace para culminar el proceso de manera exitosa en mercados internacionales, con producto nacional y con estándares de calidad reconocidos a nivel mundial.

En el país se cuenta con instituciones que trabajan en pro de los agricultores y productores de las zonas comúnmente conocidas en las que se da el cultivo de chayote; sin embargo, no existe un adecuado engranaje y, por el contrario, cada institución busca

trabajar por su cuenta, lo que termina siendo un desastre por querer sumar apoyo para este sector productivo.

Existen distintas maneras de trabajar en conjunto por parte de las partes involucradas, tanto públicas como privadas, en un ecosistema equilibrado, en aras de abastecer mercados internacionales que actualmente se encuentran con un déficit en su producción local, y que Costa Rica tiene la capacidad de producir el chayote en todos los meses del año, ventaja que no todos los países de la región, e incluso el continente, pueden igualar.

A nivel comercial, el país cuenta con capacidad de expansión en los mercados internacionales y se permite ganar terreno en mercados actualmente desconocidos para los productores y exportadores del país. No obstante reina un poco de ineficiencia en el trabajo realizado desde las instituciones estatales involucradas, aunada a la desmotivación y poco interés de los productores en alcanzar nuevos mercados y ser parte del grupo exportador del país.

Cabe señalar que detrás de fondos privados existe voluntad y deseo de realizar muchas acciones y mejoras en el proceso; sin embargo, es una actividad que le corresponde directamente a las fuentes gubernamentales: apoyar y dar seguimiento a cientos de productores que cada día trabajan en aras de alcanzar la internacionalización y con ella nuevos mercados.

## **PROCOMER**

Esta es la promotora de comercio internacional de Costa Rica (PROCOMER), la cual se encarga de múltiples actividades, enfocadas para las micros, pequeñas y medianas empresas en el tema de la internacionalización, para permitir, a través de distintas herramientas, dotar de información y conocimiento a todos los exportadores que desean

llegar con sus productos a nuevos mercados, además de promover la oferta exportable del país en distintas ferias internacionales y misiones comerciales, con apoyo de las oficinas a nivel mundial, que son fundamentales para beneficiar al exportador, a través de distintos acuerdos con empresas y otras promotoras.

Cabe señalar que actualmente, PROCOMER cuenta con un reconocimiento internacional, que la destaca como la mejor promotora a nivel mundial por parte de la Organización Mundial de Comercio, lo cual se repite por tercer año consecutivo, mérito que destaca la importancia del trabajo que se realiza en aras de promover al país, según se comenta en la siguiente cita:

PROCOMER es el pilar de apoyo para las empresas costarricenses, en especial para las micros, pequeñas y medianas, en todo su proceso de internacionalización para conquistar los mercados internacionales, con 20 años de experiencia. También simplifica y facilita los trámites de exportación y genera encadenamientos para la exportación, para lo que se elaboran estudios de mercado que sirven de guía para la toma de decisiones país y como herramienta para los exportadores.

Además, se genera información de temas logísticos y diversas asesorías sobre las nuevas tendencias del mercado global. Se promueve nuestra oferta exportadora de bienes y servicios en el mundo y para ello lo realiza a través de ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios, apertura de oficinas claves que apoyan al exportador, mediante alianzas con distintas entidades y promotoras homólogas. (PROCOMER 2017, párr. 1)

Actualmente, en PROCOMER se logró desarrollar una iniciativa de gran escala para el sector chayotero, con la creación de un “cluster” para productores y exportadores nacionales, los cuales puedan conseguir insumos de trabajo e inversión bajo un mismo grupo de labor, que permita la unificación de procesos, manteniendo todos los estándares de calidad desarrollados hasta el momento.

Es digno de destacar, como un ente dedicado a las exportaciones del país, tome las riendas de un grupo de exportadores separados que trabajan de manera individual cada uno,

y sea capaz de unirlos y fomentar el desarrollo conjunto, en aras de solventar los problemas que muchos de estos empresarios y productores tienen actualmente con las retenciones que sufren del chayote en el mercado norteamericano, lo cual genera cerca de un millón de dólares en pérdidas.

Según Álvaro Piedra (2017), director del “Departamento Dirección de Exportaciones” en PROCOMER, esto permite demostrar a todo el ecosistema involucrado del sector, que sí se puede trabajar de manera conjunta, aliados y en busca de nuevas y mejores oportunidades para los chayoteros, siendo el primer paso a la internacionalización para algunos de ellos, que a través de distintas herramientas y soporte con que cuenta la institución, se puede solventar la difícil situación que hoy día les está afectando.

Existen programas creados a partir de distintas necesidades de los empresarios y productores, para generar confianza y garantía de calidad de los productos ofrecidos en los mercados internacionales, con sellos de calidad que así lo demuestren, como es el caso del siguiente programa creado bajo la mejora continua desarrollada por PROCOMER, y el cual hoy día se ha convertido en un servicio más de la gama de soluciones con que cuenta esta institución dedicada al apoyo de empresas micro, pequeña y mediana, principalmente.

### **Programas- CERTEX**

Este programa está diseñado para apoyar a todas las empresas exportadoras dispuestas a mejorar y competir con grandes empresas a nivel internacional, dotando de un valor agregado a su producto, con una certificación que detalle la calidad bajo la cual es producido o elaborado, conociendo cual es la norma correcta o indicada para cada exportador; así se enfatiza a continuación:

Se realizó el foro “Principales Esquemas de Certificación”, con el objetivo de dar conocer las principales certificaciones demandadas por los mercados internacionales, las normas que las sustentan y recomendaciones a considerar para seleccionarlas e implementarlas.

Asimismo, durante el foro se abordaron temas como normalización, acreditación y diversos tipos de certificaciones como: ISO 9001, Global GAP, BRC, FSSC 22000, Fair Trade y Rain Forest Alliance. (PROCOMER 2016, párr. 1-2)

En aras de favorecer y solventar algunas de las deficiencias de los exportadores nacionales, se creó “CERTEX” como un apoyo hacia los exportadores, permitiéndoles alcanzar un sello de calidad; que puedan competir no solo en precio en los mercados internacionales, sino que además se convierta en un valor agregado al producto y que lo pueda diferenciar del resto de la competencia.

Hoy día, esta iniciativa dejó de ser solo un proyecto que inició con 30 empresas exportadoras, para convertirse en un servicio más de PROCOMER, puesto a la disposición de todos los empresarios interesados en capacitar y mejorar su empresa, producto o servicio, en pro de competir en mercados exigentes, que han provocado que los sellos de calidad sean una barrera no arancelaria para los productos, ya que si estos no cuentan con alguna distinción que los respalde, no logran alcanzar un buen precio.

Esto fue planteado por parte de un grupo de trabajo unificado y encabezado por Laura López (2016), encargada de “Planificación Estratégica” de PROCOMER, quien considera que estas son herramientas básicas para competir en los mercados internacionales y que se necesita dotar a todas aquellas micro, pequeña y medianas empresas, para que tengan capacidad de afrontar los retos globales que el mercado exige.

## **Iniciativas**

Las nuevas tendencias del mercado dictan un aumento por el sector de TI, que se ve reflejado con el “Sexto Foro Latinoamericano y del Caribe Outsourcing y Offshoring”: Outsource2LAC, lo cual acapara más de 400 empresas del sector, que buscan realizar acuerdos comerciales con distintas empresas internacionales. Estas actividades refuerzan las decisiones de orientar las nuevas tendencias hacia lo demandado por parte de los mercados, a nivel mundial, como se comenta en el siguiente apartado:

Costa Rica sobresale como uno de los países en la región con mayor crecimiento en la exportación de servicios. A setiembre de 2016, el crecimiento había sido 12% y al cierre del año, se estima que las exportaciones de servicios alcanzaron 46% del total exportado por el país. El talento humano, las buenas condiciones del clima de negocios, la estabilidad de las reglas y las políticas en materia de promoción digital y desarrollo de infraestructura para los servicios, son elementos diferenciadores del país. Además, el Outsource2LAC le brinda al país y a sus empresarios, un respaldo y la oportunidad de seguir generando negocios con socios comerciales de 40 países del mundo, así como conocer las últimas tendencias, retos y oportunidades del sector tecnológico. (Mora 2017, párr. 5)

A nivel nacional e internacional, las tendencias están muy marcadas y se centran en tecnología, dejando rezagado el sector agrícola del país, lo cual afecta directamente a los empresarios y productores, ya que desde el Gobierno no se cuenta con una medida implantada que permita una mejora en el proceso de producción, o bien alguna decisión que permita capacitar a un sector con nuevas tendencias.

Actualmente solo PROCOMER está trabajando con las diferentes áreas del sector agrícola, permitiendo dotarlas de conocimientos que les permitan alcanzar nuevos mercados, con algunas condiciones o situaciones favorables, que logren una competitividad con sus productos en los distintos mercados, optando por alcanzar mejores precios y generando diferenciación con la competencia directa.

Algunas instituciones gubernamentales, como el caso del MAG, trabajan de manera desarticulada y por su cuenta, con pequeños productores de zonas menos favorecidas; sin embargo no existe un seguimiento constante de los proyectos ejecutados y, por el contrario, al poco tiempo simplemente esto desaparece, cuando en realidad lo que se necesita es una articulación conjunta entre gobierno, productor y exportador, para mejorar y cambiar hábitos de siembra, por otros más favorables y que permitan una mejor retribución, como lo es el caso de una certificación.

### **Promoción de mercados**

A nivel país, el gobierno busca fomentar la internacionalización de pequeñas y medianas empresas, a través de apoyo y financiamiento por parte de la banca para exportación e importación, con trámites más fáciles y ágiles, que permita, de una manera indirecta, llevar la Marca País alrededor del mundo para posicionarla aún más, que genere un clima idóneo para los negocios e innovación de los productos, que puedan ser llevados a ferias y misiones comerciales, según se enfatiza en el siguiente apartado:

Enfoca los esfuerzos en la internacionalización de más pequeñas y medianas empresas, el fortalecimiento de la cobertura de PROCOMER tanto internacionalmente como fuera del Gran Área Metropolitana, el impulso a sectores estratégicos y el fortalecimiento de la banca EX/IM, además se espera promover una “Marca País” consolidada tanto a nivel nacional como internacional, propiciar la simplificación de trámites y la mejora del clima de negocio, incentivar la diversificación, sostenibilidad e innovación, y aportar en el desarrollo del talento humano a nivel nacional, que le permita llegar a nuevos mercados a nivel mundial. (PROCOMER 2014, párr. 8-9)

A nivel mundial existen distintas ferias internacionales, como el caso de Fruitlogística, en Berlín, Alemania, en donde, gracias al seguimiento y acompañamiento por parte de PROCOMER, es posible para empresas ticas asistir a estos eventos del sector

agrícola, donde llegan más de dos mil expositores y todos en busca de nuevos clientes y conseguir negocios en aras de concretar exportaciones de productos frescos.

La calidad, frescura y variedad de la oferta de productos agrícolas de Costa Rica se expone ante más de 65.000 personas en la feria de frutas, raíces y tubérculos más grande del mundo: Fruitlogística 2017, la cual se efectuó del 8 al 10 de febrero; 14 empresas costarricenses del sector agrícola participan en el evento en Berlín, Alemania, el cual cuenta con 2.800 expositores de 84 países. Productos nacionales como chayote, piña, banano, papaya, coco, raíces y tubérculos, son algunos de los que se promueven en la feria. Las empresas participantes asisten con el apoyo y acompañamiento de PROCOMER y el objetivo es concretar negocios con compradores de todo el mundo, especialmente de europeos que llegan a la feria a conocer la oferta de productos frescos. (Red Informativa, 2017)

Históricamente, el sector agrícola ha sido el principal referente a nivel comercial, motivo por el cual PROCOMER continúa apoyando y realizando esfuerzos de asistir a este tipo de eventos, en donde los exportadores tienen la oportunidad de ampliar sus mercados y exponer toda la oferta exportable que el país tiene, permitiendo ampliar las oportunidades de negocios.

Álvaro Piedra, de la “Dirección de Exportaciones” de PROCOMER (2017), agregó que el sector agrícola representa un 27% del total de las exportaciones costarricenses; por lo que PROCOMER continúa desarrollando esfuerzos; el objetivo es ampliar las oportunidades para que los productores nacionales sigan conquistando mercados. Este sector ha sido una carta de presentación en los mercados internacionales durante muchos años, por eso se participa en ferias como Fruitlogística, para mostrar la frescura y diversidad de oferta exportable nacional, y de esta forma atraer a más compradores.

Este tipo de eventos, aunados a misiones, giras y visitas comerciales, bajo el apoyo de PROCOMER, permiten a las empresas realizar nuevos negocios en otros mercados, con el soporte de los diferentes directores de las oficinas de promoción comercial de los diferentes países, conscientes de lo que esto representa, tanto a nivel del sector promocionado, como también a nivel de Costa Rica, lo cual permite visualizar al país como un fuerte competidor en los mercados internacionales.

## **Certificación**

Una certificación es un documento que garantiza el cumplimiento de los requisitos establecidos para una norma, ya sea de un producto, proceso o servicio, dentro de una compañía, que genera una autenticación real de calidad, que pueda ser una diferenciación en el mercado para el consumidor final, que cada vez se vuelve más exigente con todo lo que consume, levantando así los estándares de calidad.

La certificación es un procedimiento mediante el cual un organismo auditor da fe del cumplimiento de una norma, con una garantía por escrito de un producto, un proceso o un servicio, reconociendo que está conforme con los resultados y que la compañía cumple con todos los requisitos especificados bajo las reglas del sistema de certificación de la norma, bajo la cual está realizando la auditoria. (F.A.O., 2012)

Este proceso es realizado por un ente ajeno a la compañía, que debe estar debidamente acreditado, que permita evaluar de manera transparente y responsable la empresa, producto, proceso o servicio que se desea. Así se genera un valor agregado para el consumidor final y diferenciación ante la competencia en el mercado, y se crea confianza en el consumidor final, respecto de la calidad del producto o proceso que recibe.

La certificación es la acción llevada a cabo por una entidad independiente de las partes interesadas, mediante la que se manifiesta que una organización, producto, proceso o

servicio, cumple con los requisitos definidos en las normas o especificaciones técnicas de la misma, ya establecidas a nivel internacional, y cuyos cumplimientos son de carácter obligatorio para obtener el visto bueno, en el momento de realizar la inspección, por parte del ente auditor. (AENOR, 2014)

Cada vez suelen ser más los países que solicitan este tipo de certificaciones y esto se da debido a los hábitos de consumo de las personas, que cada vez exigen comer más sano y de mejor forma, y a la vez garantizar también el equilibrio con el medio ambiente y el ecosistema mundial, que además evite problemas fitosanitarios en el país por un mal manejo o uso de los productos, o bien la contaminación de los mismos y sus incidencias directas en la sociedad.

El auge de las certificaciones en el mundo está asociado a que los consumidores cada vez expresan más sus gustos y exigencias. Además, quieren cuidar su salud y que no haya problemas fitosanitarios en su país, para lo cual aplican Global GAP (Bonifaz, 2013)

Para que una empresa logre alcanzar una certificación que la acredita con estándares internacionales de calidad, se debe cumplir principalmente con dos tópicos cualitativos: un tema de competencia en el mercado y una decisión voluntaria, que reconozca a bien, demostrar la calidad de su empresa en un producto o servicio. Estos tópicos se desarrollan en los siguientes apartados.

## **Competencia**

A nivel nacional e internacional, la lucha por alcanzar mayor venta en el mercado ha llevado a muchas empresas a buscar certificaciones que las acrediten con estándares de calidad en sus procesos y servicios, lo cual les permite distinguirse de las empresas

comunes y contar con un ordenamiento mayor, e incluso pensar en exportar, con garantía, para el cliente final, de calidad en el servicio o producto utilizado.

La certificación es un valor añadido al servicio del mercado, una herramienta útil que marca las pautas para lograr una óptima gestión empresarial, que sea la llave que abra las puertas de la administración y de la exportación, con una garantía para el consumidor. Estos son algunos de los argumentos que emplean tanto las organizaciones certificadoras como las empresas que han obtenido un sello de calidad. (Emprendedores, 2016)

Para muchas de las empresas hoy día, poder contar con una certificación se ha convertido en la clave, por distintas razones, que las lleva al éxito, con un aumento importante o considerable en las ventas que a través de esto generan; la diferenciación y visualización que se logra con la certificación en el mercado, tanto nacional como internacional, cuando alcanza un grado importante de internacionalización, le permite competir en distintos nichos de mercado en un ecosistema, sea por el precio, la calidad o el servicio que ofrezca, y darle al cliente o consumidor final, lo que busca.

## **Voluntariedad**

Cuando una empresa toma la decisión de certificarse con alguna de las normas internacionales existentes, lo realiza de una manera completamente voluntaria, ya que ninguna de estas normas puede ser impuesta a ninguna empresa; debe hacerse por una necesidad de mejorar, y no solamente por moda o tendencia en el mercado. Se trata de una necesidad de evaluar las funciones que la empresa realiza diariamente, y que permita realizarlo de una manera eficiente.

El adoptar alguna de los diferentes tipos de normas es una decisión voluntaria. Cuando una empresa solicita un certificado de calidad, está pidiendo una evaluación en

función de las normas internacionales de calidad, que permiten determinar que esa empresa, producto, proceso o servicio, cumple todos los requisitos correspondientes a la norma que desean alcanzar. Si las cumple, obtiene el certificado y su logotipo correspondiente, que genera una visualización importante de su compañía. (Emprendedores, 2016)

Para muchas de las empresas en el mercado, el tomar esta decisión se convierte en todo un reto, más aun cuando el mercado es el que lo solicita o exige; sin embargo, cuando la empresa es la que lo realiza de una manera completamente voluntaria, cuenta con la capacidad de efectuar la auditoría por una disposición de mejora continua, que los lleva a tal punto que se encuentran preparados, tanto a nivel interno como productivo, de realizar todo el proceso de revisión de toda la compañía, producto, proceso y servicio que brindan, para asegurarse con éxito superar la evaluación de todos los requisitos solicitados por parte de la norma, y poder alcanzar la certificación que los acredita con un estándar de calidad y reconocimiento de carácter internacional, y que a nivel comercial les genera visualización entre los competidores del ecosistema, con el logotipo correspondiente de la norma solicitada.

Es de suma importancia para las empresas, además, conocer a cuál ente certificador o auditor están contratando, por lo cual cabe señalar en un apartado el valor de resaltar este punto, ya que siempre existen en el mercado empresas o personas que quieren delinquir con este tipo de actividades.

### **Certificadoras**

Esto es de gran ayuda para las empresas que desean realizar de manera individual y personalizada la certificación de una norma de calidad, garantizando que el trabajo realizado por el auditor es profesional y va generar un valor agregado en la empresa, y también el reconocimiento o prestigio que tenga a nivel nacional e internacional en esta

área de trabajo, la empresa contratada para el servicio de auditoría, ya que aunque existen cientos de empresas dedicadas a la misma actividad, no todas cuentan con el mismo grado de madurez y experiencia para realizar este tipo de trabajos; por ello se solicita a la empresa contratada su acreditación y se crea confianza entre las partes.

La empresa que busca un certificador debe tener en cuenta dos factores: por un lado, la competencia técnica del certificador, de manera que el trabajo de evaluación genere y aporte valor a la compañía y, por otro lado, su credibilidad en el mercado. Todos los sellos o certificaciones están homologados, pero no todos los auditores están acreditados. Para estar seguro de que se ha elegido a la certificadora adecuada o correcta, se debe solicitar su propio certificado de acreditación, lo que genera un ambiente de confianza entre el auditor y la compañía. (Emprendedores, 2016)

Existen diversas normas o certificaciones que cuentan con reconocimiento a nivel internacional y que están enfocadas para distintas actividades productivas; sin embargo, para esta investigación el estudio se centra específicamente en la certificación GLOBAL GAP, pero también se debe hacer mención de algunas otras certificaciones, las cuales son las más reconocidas y se detallan a continuación:

### **Rainforest Alliance**

Esta es una certificación de carácter global, que se utiliza para distintos productos, bajo la premisa de que provienen de fincas o bosques que son administrados de acuerdo a tres grandes criterios: lo ambiental, lo social y lo económico. Cabe señalar que se les exige a las empresas que venden o combinan productos ya certificados, que también logren certificarse, con el objetivo de poder calificar el producto final con esta misma certificación.

La página web oficial de Rainforest describe el formato bajo el cual trabaja esta certificación a nivel mundial. Además, destaca el eje principal que trabaja la certificación y

el interés por el logro de la certificación por parte de los involucrados, como lo explica en el siguiente apartado:

El sello de la ranita verde le asegura a los consumidores que los productos vienen de fincas manejadas bajo el riguroso estándar de la Red de Agricultura Sostenible (RAS), diseñado para proporcionar a los trabajadores y sus familias condiciones de seguridad dignas, y proteger la vida silvestre y los cuerpos de agua.

Rainforest Alliance y la RAS exigen que todos los negocios que compren, vendan o mezclen productos de fincas certificadas obtengan la certificación de cadena de custodia RAS/Rainforest Alliance, con el fin de que puedan catalogar a sus productos como Rainforest Alliance Certified. (Rainforest Alliance 2012, párr. 2-3)

Según la certificación, el éxito de los finqueros se basa en tres grandes pilares, pero cada uno, por sí solo, no es sostenible a largo plazo, por lo que se enfoca en la protección ambiental, equidad social y viabilidad económica, siendo este el objetivo principal de la creación y desarrollo de la norma. Se garantiza a los consumidores que las empresas que cuentan con este sello, son empresas sólidas y además comprometidas con estas tres áreas, como las columnas básicas de su compañía, que permite además de alcanzar el éxito, competir en el mercado con un valor agregado en sus productos y procesos. Además de contar con una experiencia en más de 43 países a nivel mundial, genera bienestar a los finqueros y trabajadores agrícolas, junto a sus familias

Esta certificación se apoya en los tres pilares de la sostenibilidad: protección ambiental, equidad social y viabilidad económica. Ninguno de los pilares puede soportar el éxito a largo plazo por sí solo, por lo que se busca con esto apoyar a los finqueros a ser exitosos en las tres grandes áreas. El programa de certificación se ha expandido a 43 países alrededor del mundo, dando bienestar a millones de finqueros y trabajadores agrícolas,

junto a sus familias, que se benefician directamente de la certificación de Rainforest Alliance. (Rainforest-alliance, 2014)

La certificación cuenta con algunas condiciones e indicaciones importantes para su aprobación, además del puntaje que se debe alcanzar para ratificar o bien para aprobar la certificación, con el puntaje mínimo que se puede alcanzar; así como también algunas aclaraciones respecto a la norma en caso de no cumplimiento del mismo, esto en perjuicio de mantener con claridad la resolución una vez hecha la auditoría de la empresa.

Este sello Rainforest se encuentra enfocado en 10 puntos destacables de la norma, que son los referentes a evaluar en las fincas de cultivos, para garantizar el cumplimiento de la norma en una forma efectiva, siendo los puntos medulares de la certificación, por lo que los finqueros deben velar para aprobar efectivamente la auditoría, tanto en la empresa como en el campo. A continuación, se muestran los puntos por evaluar (Rainforest-Alliance, 2010)

- Sistema de Gestión Social y Ambiental
- Conservación de Ecosistemas
- Protección de la Vida Silvestre
- Conservación de Recursos Hídricos
- Trato Justo y Buenas Condiciones para los Trabajadores
- Salud y Seguridad Ocupacional
- Relaciones con la Comunidad
- Manejo Integrado del Cultivo
- Manejo y Conservación del Suelo
- Manejo Integrado de Desechos

### **Sistema de calificación**

Para obtener y mantener la certificación, las fincas deben cumplir como mínimo con el 50% de los criterios aplicables de cada principio y, como mínimo, con el 80% del total

de los criterios aplicables de la norma, para cumplir con la “Agricultura Sostenible” según la norma (Rainforest-Alliance, 2010)

Además, los rubros denominados como “Criterio Critico” deben ser cumplidos en su totalidad para la obtención del certificado. Es importante atender los siguientes detalles respecto de los “Criterios Criticos”.

- Criterios Críticos: La norma para agricultura sostenible contiene 23 criterios críticos. El criterio crítico 8.8 aplica para plantaciones de caña de azúcar solamente.
- Un criterio crítico es un enunciado que requiere cumplimiento total para que la finca se certifique o mantenga su certificación.
- Este tipo de criterio se identifica con el texto “Criterio Crítico” al principio del enunciado.
- Una finca que no cumpla con un criterio crítico no se certificará, o bien se cancelará su certificación, aunque cumpla con los demás requisitos de la certificación.

Si la finca no cumple con la implementación de cualquiera de las prácticas definidas en los criterios descritos en “Normas para Agricultura Sostenible – Red de Agricultura Sostenible”, resultará en la asignación de una no conformidad, la cual se determina basándose en cada criterio de manera individual. Existen dos categorías de la no conformidad:

- No Conformidad Mayor,
- No conformidad menor.

A continuación, se explica el nivel de cumplimiento definido para cada una de estas categorías:

- No conformidad mayor (NCM): indica un cumplimiento para un criterio menos de 50%.

- No conformidad menor (ncm): indica un cumplimiento para un criterio mayor a 50%, pero menor a 100%.

## **ISO 9001:2015**

Esta certificación está hecha para mejorar los procesos a nivel operativo y administrativo de la compañía, que le permita contar con un sistema de calidad en sus productos y servicios, además de ser una norma totalmente voluntaria que le genera calidad a sus clientes y usuarios.

Esta norma se ha popularizado tanto a nivel mundial, que muchísimas empresas están en busca de alcanzarla; más allá de un lujo, se convirtió en un requisito para sobrevivir en el mercado actualmente, generando confianza en el cliente o consumidor de que recibe un servicio o producto de calidad, como bien lo explica la norma en el siguiente párrafo:

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar, para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

El objetivo de la ISO es llegar a un consenso con respecto a las soluciones que cumplan con las exigencias comerciales y sociales (tanto para los clientes como para los usuarios). Estas normas se cumplen de forma voluntaria ya que la ISO, siendo una entidad no gubernamental, no cuenta con la autoridad para exigir su cumplimiento. (Normas9000 2011, párr. 6)

Con la obtención de esta norma las empresas se garantizan la calidad en los procesos productivos, en todas sus aristas, lo que incide y se ve reflejado directamente con la atención y confianza del cliente con la compañía y se genera un valor agregado para la

competencia en el mercado. Con esta norma se garantiza una mejora tanto en los productos finales como en los procesos que la empresa emplea para su desarrollo, y recibe de parte de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), diferentes recomendaciones y exigencias por cumplir, para ser parte y contar con el sello de esta certificación.

La implementación de un sistema de gestión de calidad, avalado por ISO, empieza con la voluntad de reconocimiento. Las empresas deben ser conscientes de que sus procesos necesitan ser optimizados para ofrecer un mejor servicio a sus clientes. En este sentido, la calidad es sobre todo un sinónimo de confianza. La aplicación de estas normas ISO en las empresas, es para garantizar la mejora de productos y servicios a sus clientes. En ellas se incluyen consejos, pautas y exigencias que la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) contempla de cara a la certificación en esta materia. (Isotools, 2015)

El proceso de certificación de la norma ISO 9001 tiene diferentes etapas bien definidas, las cuales con su nueva versión 2015 se implementan para todas las empresas u organizaciones que ya cuentan o bien desean acceder a este sello de calidad, dejando por sentadas cada una de las etapas en que se debe trabajar y el orden de las mismas, en aras de alcanzar la certificación. Se mencionan seguidamente:

- Conocer los requerimientos normativos y legales en torno a la calidad.
- Analizar la situación de la organización.
- Construir un “Sistema de Gestión de Calidad”, desde cada acción puntual.
- Documentar los procesos requeridos por la norma ISO 9001.
- Proporcionar formación a los integrantes de la empresa.
- Realizar auditorías internas con ayuda de los propios trabajadores.
- Utilizar el sistema de calidad y ponerlo en marcha para comprobar su eficacia.
- Si es posible, solicitar una segunda auditoría a consultores especializados.
- Registrar el uso del sistema y mejorarlo.
- Solicitar la auditoría de certificación a los profesionales de ISO. (Isotools, 2015)

## **Estructura**

El 23 de septiembre de 2015, se publicó la nueva versión ISO 9001:2015. La revisión de esta norma surgió por la necesidad de adaptar la norma a los tiempos actuales en los que se ven envueltas las organizaciones y porque algunos puntos de la versión anterior se encontraban obsoletos. Con esta nueva estructura, la norma logra la integración entre los diferentes “Sistemas de Gestión ISO”, la cual se verá favorecida al lograr que los tiempos y los recursos invertidos en la gestión, se reduzcan a niveles considerables.

A continuación, se presenta la estructura de la nueva ISO 9001:2015, como la versión más actualizada de esta norma: (ISO-9001:2015, 2016)

- Alcance
- Referencias Normativas
- Términos y Definiciones
- Contexto de la Organización
- Liderazgo
- Planificación
- Soporte
- Operación
- Evaluación del Desempeño
- Mejora

Esta nueva versión presenta un ordenamiento más actualizado en los procesos, ya que la anterior, correspondía al año 2008, y se encontraba desactualizada, lo cual causaba diferentes tipos de conflictos entre las compañías y quienes aplican los controles de calidad del proceso.

## **FSSC 22000**

Esta norma está creada para garantizar la inocuidad alimentaria. Su base se encuentra fundamentada en las normas ISO 22000. Lo que la hace tan relevante es su reconocimiento por parte de la “Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria” (GFSI), pues así genera confianza entre las personas que consumen productos bajo esta norma, específica para productos alimenticios.

Esta norma específicamente está enfocada en la seguridad de las personas y los alimentos que se consumen, con base en un estricto sistema de seguridad en el proceso de elaboración y preparación de los productos, tanto frescos como procesados, y logra así una relación de confianza para las personas, como lo explica la norma en el siguiente artículo:

La FSSC 22000 es una “Certificación del Sistema de Seguridad Alimentaria”, que proporciona un marco para la gestión eficaz de las responsabilidades de seguridad alimentaria de su organización.

FSSC 22000 es plenamente reconocido por la “Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria” (GFSI) y está basado en las normas ISO existentes. Demuestra que su empresa dispone de un robusto sistema de gestión de inocuidad de los alimentos en el lugar, que cumpla con los requisitos de sus clientes y consumidores. (FSSC 22000 2013, párr. 1)

En el año 2016, esta norma saca su versión más actualizada, luego de trabajar la versión 3.0 por algunos años, y en el mes de diciembre saca la versión 4.0, que viene a mejorar parte del proceso y también a optimizar el trabajo que se viene realizando para garantizar la inocuidad de los alimentos y sobre todo proteger la salud humana de todos los consumidores, así como también todas aquellas personas que participan directa e indirectamente del proceso productivo, al cual las autoridades prestan mucha atención en

pro de conocer los nuevos alcances que tiene esta certificación, y todas las mejoras que se le realizaron para mantener la seguridad alimentaria; todo esto debido a la creciente demanda en torno al tema.

En diciembre de 2016, FSSC 22000 ha lanzado al mercado la versión 4.0 de su certificación internacional de seguridad de los alimentos y el sistema de gestión de calidad esquematizado, basado sobre la experiencia en la aplicación de la versión 3.0, durante los últimos años y las expectativas de los principales interesados (entre los cuales resaltan las autoridades y la industria). FSSC 22000 ha efectuado varios cambios importantes para mejorar la consistencia y el rigor. (FSSC 22000, 2017)

## **Beneficios**

Muchos beneficios reciben las compañías al contar con esta certificación, que puede ayudarles a mejorar y garantizar un producto de calidad y con estándares internacionales de inocuidad, que generen confianza tanto al comprador como al cliente final, consumidor del producto. A continuación, se presentan cuáles son los beneficios de contar con esta certificación en el mercado

- Es un esquema internacional de seguridad alimentaria.
- Ha sido comparada y reconocida por GFSI.
- Está basada en normas reconocidas.
- Proporciona acceso a una “licencia” para vender a las principales cadenas internacionales de distribución.
- Minimiza significativamente los riesgos alimentarios.
- Controla eficazmente los procesos internos y reduce fallos.
- Demuestra que se tiene un enfoque proactivo sobre la seguridad alimentaria
- Se enfoca en sobre los principales retos de la empresa.

Los beneficios mencionados obedecen y atienden la creciente demanda y presión de los consumidores, los distribuidores y productores, quienes requieren que sus proveedores sean capaces de demostrar su compromiso con una norma reconocida de seguridad alimentaria. En los últimos años varias normas han surgido en el mercado; sin embargo, no cuentan con la capacidad de beneficios como la FSSC 22000: (Boreau, 2017)

## **Estructura**

A continuación, se describe la principal estructura de trabajo con que cuenta esta certificación, el modelo a seguir y lo que debe superar cualquier empresa que desee contar con este sello de seguridad alimentaria; así debe garantizar el cumplimiento en todo el proceso y realizar todos los cambios necesarios para acceder a la certificación, que le permita alcanzar nuevos nichos de mercados y como clave para la internacionalización.

- La construcción y diseño de edificios.
- Disposición de las dependencias y del espacio de trabajo.
- Servicios: aire, agua, energía.
- La eliminación de desechos.
- La idoneidad, la limpieza y el mantenimiento de los equipos.
- La gestión de materiales comprados.
- Medidas para la prevención de la contaminación cruzada.
- La limpieza y la desinfección.
- El control de plagas.
- La higiene personal y las instalaciones para empleados.
- Procedimientos de retiro de productos.
- El almacenamiento.
- La información sobre el producto y la consciencia de los consumidores.
- La defensa alimentaria, la biovigilancia y el bioterrorismo.

El elemento distintivo de este esquema de certificación es la utilización de ISO/TS 22001-1:2009, que ha sido desarrollada para especificar las exigencias de los programas que sirven de requisitos, con el fin de ayudar a controlar las normas de inocuidad alimentaria dentro de los procesos de fabricación de la cadena de suministro alimentario,

siendo la única norma en ser 100% compatible con todas las normas ISO. (Business Assurance, 2016)

## **GLOBAL GAP**

La certificación de “Buenas Prácticas Agrícolas” (GAP), es reconocida internacionalmente tanto por productores, distribuidores y clientes, ya que esta norma cubre desde el momento en que la planta se encuentra en el suelo, hasta la obtención del producto final; esto garantiza que los productos son elaborados con estándares de calidad y amigables con el medio ambiente, lo que se convierte en un valor agregado para el producto. Además, esta norma es regulada anualmente: cada año se somete a revisión la compañía y se verifica que sigue con el cumplimiento de la certificación.

Esta norma enfoca su objetivo principal en la armonía que logra con el medio ambiente, para así poder generar conciencia, no solo en los productores, sino también en el consumidor final, que le genere confianza y reconozca además la importancia de consumir productos cosechados bajo estas condiciones y estándares, como lo explica el siguiente apartado:

Esta es un conjunto de normas agrícolas reconocidas internacionalmente y dedicadas a las Buenas Prácticas de Agricultura (GAP). A través de la certificación, los productores demuestran su adherencia a las Normas GLOBALGAP para consumidores y distribuidores. Esta certificación es la tranquilidad de que los alimentos alcanzan niveles aceptables de seguridad y calidad, además han sido producidos sustentablemente, respetando la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, el medio ambiente, y en consideración de los temas de bienestar animal. Sin esta certificación, se puede negar a los productores el acceso a los mercados. (Bureau Veritas 2015, párr. 2)

## **Ventajas de la norma**

Estas son algunas de las razones por las que los agricultores o productores buscan contar con esta certificación, que les permite competir en mercados internacionales y genere diferenciación con la competencia y además poder satisfacer las necesidades de un cliente más exigente, que desea consumir productos saludables y en armonía con el medio ambiente. A continuación, se mencionan algunas ventajas de contar con esta certificación.

- Demuestra a los clientes (distribuidores, intermediarios, importadores) que sus productos se elaboran siguiendo las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y piscícolas.
- Inspira confianza al consumidor.
- Garantiza el acceso a los mercados.
- Mejora la eficacia operativa y la competitividad en el mercado.
- Implanta procesos para la mejora continua.
- Reduce el número de inspecciones realizadas por segundas partes en las explotaciones agrarias, ganaderas y piscícolas, puesto que la mayoría de los grandes distribuidores aceptan este esquema. (Bureau Veritas, 2006)

## **Aplicación**

Esta norma es aplicada a nivel mundial, por distintas organizaciones e instituciones que trabajan como ente certificador, que deben estar registradas debidamente ante la entidad de certificaciones de GLOBAL G.A.P., además de contar con un reconocimiento a nivel internacional que les permita su aval en los mercados internacionales, que genere confianza de la veracidad de la certificación. Todos los agricultores auditados deberán cumplir con la totalidad de los requisitos de la norma, los cuales se detallan a continuación.

- La “Lista de Verificación GLOBALGAP” es el documento que precisa para completar su auto-evaluación.
- El documento de los “Puntos de Control y Criterios de Cumplimiento” (PCCCs) detalla todo lo que cubre la norma bajo la cual usted está solicitando la certificación, y además aporta guías adicionales para cumplir los requisitos.
- El documento del “Reglamento General” define el funcionamiento del proceso de certificación, así como los requisitos para los sistemas de gestión de calidad y asuntos relacionados.
- La “Guía de Interpretación Nacional” (NIG, por sus siglas en inglés), aclara la manera en que los PCCCs fueron adaptados para un país específico. Por favor consulte si hay una NIG para su país. Si esta existe, usted deberá usarla. (Global GAP, 2015)

### **Autoevaluación**

Se recomienda a los finqueros y productores realizar la autoevaluación, previo a realizar la revisión de la certificación, para conocer qué aspectos se deben mejorar y así evitar una sanción o perder la norma; esta es una herramienta útil y recomendada por parte de la organización para todas aquellas empresas que desean contar con este sello de calidad. Algunos aspectos por revisar son los siguientes:

- Abarcar todos los sitios de producción, productos y procesos registrados del ámbito de la certificación, para verificar el cumplimiento con los requisitos definidos en los correspondientes puntos de control.
- Ser realizada por el productor o bajo su responsabilidad
- Ser realizada antes de la inspección inicial, y a partir de entonces, al menos una vez al año, antes de las inspecciones posteriores anunciadas, comprobando la lista de verificación completada (obligaciones mayores, menores y recomendaciones) en todos los ámbitos y subámbitos correspondientes y áreas registradas. La lista de verificación completa deberá estar disponible en el sitio, en todo momento, por si se ha de consultar.

- La lista de verificación de la autoevaluación deberá contener comentarios de las pruebas observadas para todos los puntos de control no aplicables y que hayan resultado en no-cumplimiento. (Global GAP, 2016)

Los puntos señalados, cuentan con el respaldo de GLOBAL G.A.P., la cual en su nueva versión 5.0 del año 2016, reafirma la importancia que tiene para ellos que el finquero realice su autoevaluación, para que descubra sus puntos de débiles y qué acciones o procesos debe de mejorar para alcanzar con éxito la certificación.

### **Criterios**

Los controles y los criterios de cumplimiento se dividen en tres niveles para esta norma, según lo establecido, los cuales son: obligaciones mayores, obligaciones menores y recomendaciones. Estos deben de cumplirse para obtener la certificación de GLOBAL G.A.P, la cual requiere de lo siguiente:

- Obligaciones Mayores: es obligatorio el cumplimiento del 100% de todos los puntos de control aplicables que se consideren como obligaciones de este apartado.
- Obligaciones Menores: es obligatorio el cumplimiento del 95% en todos los puntos de control aplicables que se consideren como obligaciones en este apartado.
- Recomendaciones: no existe un porcentaje mínimo de cumplimiento. (Global GAP, 2016)

Se podrá emitir un certificado para esta norma, basado en los resultados de la inspección correspondiente a la versión 5.0, si el productor cumple con el 100% de todas las obligaciones mayores aplicables y con el 95% de todas las obligaciones menores

estipuladas para este sello; se supera la versión anterior en donde algunos aspectos pasaron de ser obligaciones menores a mayores y se aumenta la calidad y seguridad de esta normativa internacional.

## **Sanciones**

Algunas de las sanciones aplicadas para esta norma están estipuladas en el reglamento de la nueva versión y que deben ser acatadas con carácter de obligatoriedad por los productores, según lo estipula el siguiente apartado, en relación con las sanciones impuestas:

- Cuando se detecta una no-conformidad, el auditor está en la responsabilidad de imponer una sanción-advertencia, suspensión o cancelación, de acuerdo con lo estipulado en la versión 5.0 de esta certificación.
- Los productores no podrán cambiar de auditor durante el proceso, hasta que la no-conformidad que haya conducido a la sanción, haya sido cerrada satisfactoriamente.
- Solamente el auditor que haya impuesto la sanción o el productor solicitante de la norma, tienen derecho a cerrarla, siempre y cuando se presenten, a tiempo, pruebas y evidencia de una acción correctiva, ya sea a través de una acción de seguimiento, ya de prueba escrita o visual.

Como se señala anteriormente, toda sanción deberá ser reportada, ya sea falta grave o leve; no se podrá cambiar de auditor en medio proceso de certificación, por alguna inconformidad suscitada en dicho proceso; además, la única persona responsable de acatar las medidas sancionatorias y probar su cierre, será el productor, a través de distintos canales o medios, debidamente comprobados. (Global GAP, 2016)

## **Advertencias**

Estas son amonestaciones que puede recibir el productor al finalizar el proceso de la inspección, por no contar o cumplir algún aspecto determinante según el reglamento general de este sello, y que, de no ser solventado en los siguientes 28 días, puede pasar a ser una no-conformidad que, en caso de persistir, es causa suficiente para realizar una nueva inspección y la negación del certificado de la norma, si es del caso.

- Se emitirá una advertencia para los tipos de no-conformidad detectados, según el reglamento general.
- Si se detecta una no-conformidad durante la inspección, el productor deberá recibir una advertencia al concluir dicha inspección. Se trata de un informe provisional que puede ser anulado por la auditoría en el proceso de certificación.
- Si un productor no cumple con el 100% de los puntos de control de las obligaciones mayores y con el 95% de los puntos de control de las obligaciones menores, dentro de los 28 días siguientes a una inspección inicial, se establece el estado de “no-conformidad”.
- Si la causa de la advertencia no se resuelve en tres meses, se deberá realizar una nueva inspección completa antes de emitir el certificado.
- Las no-conformidades deberán resolverse durante el lapso de los 28 días siguientes. (Global GAP, 2016)

## **Suspensión del producto**

Estas son suspensiones que puede recibir el productor por un producto específico, posterior al proceso de la inspección y que, de no cumplir alguna de las advertencias en el tiempo establecido por el reglamento general de esta norma, recibirá la suspensión de la certificación en el producto certificado, sin poder usar el logotipo de la marca y, en caso de persistir, puede ser motivo suficiente para cancelar la certificación.

- Una suspensión puede imponerse a uno, varios o todos los productos cubiertos por el certificado.
- Un producto no puede ser parcialmente suspendido en el caso de un productor individual, es decir, el producto íntegro deberá suspenderse.
- Durante el periodo de suspensión, el productor tendrá prohibido hacer uso del logotipo/marca GLOBAL GAP, en relación con el producto suspendido.
- Si la causa de la suspensión no se soluciona dentro del plazo definido, se impondrá una cancelación.
- La suspensión permanece mientras el auditor no la levante o imponga una cancelación. (Global GAP, 2016)

## **Ciclo de certificación**

Es de mucho interés para los productores conocer sobre el ciclo y el proceso que conlleva la certificación, así como los tiempos de validez y las prórrogas que se puedan solicitar, en un caso debidamente justificado, así como también el idioma en que debe ser expandido el documento y aún más, quién es el responsable de emitir el certificado de esta norma. Esto implica generar confianza, por parte del productor, hacia el trabajo y esfuerzo que se realiza para alcanzar este sello.

- El certificado GLOBAL GAP solamente puede ser emitido por una entidad legal debidamente registrada.
- Un certificado no es transferible de una entidad legal a otra, cuando los sitios de producción cambian de entidad legal. En tal caso se requiere una inspección completa que siga las reglas de las inspecciones posteriores. La nueva entidad legal deberá recibir un nuevo número de identificación para realizar todo el proceso.
- Cada ciclo de la certificación es de 12 meses, sujeto a advertencias, sanciones y prórrogas, según el ámbito descrito.
- La validez del certificado puede ser prorrogada por un periodo no mayor a los 4 meses, esto solo en caso de existir una razón válida y debe quedar debidamente registrada.
- El certificado deberá ser emitido únicamente en el idioma inglés. (Global GAP, 2016)

Las normas antes citadas en esta investigación, son reconocidas y aceptadas mundialmente, lo que facilita la apertura a nuevos mercados de interés para los productores nacionales, siendo un aspecto que se puede explotar para posicionar, con mayor fuerza aún en los mercados internacionales, el chayote de origen costarricense. Como se ha dicho, Costa Rica actualmente está ubicada en el top cinco de países productores y, si se logra la certificación, se genera un valor agregado con respecto a la competencia, ya no solamente siendo uno de los mayores países productores, sino también con un producto con estándares de calidad reconocidos internacionalmente.

## **CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO**

### **Enfoque de la Investigación**

Esta investigación cuenta con un enfoque de tipo cualitativo, ya que el tema planteado busca dar a conocer los alcances que tiene esta certificación GLOBAL G.A.P. para todas las empresas certificadas, y específicamente el aporte que le genera la certificación a las empresas exportadoras de chayote, además de las acciones tomadas por el Gobierno de Costa Rica para promover esta certificación entre las empresas productoras de chayote costarricense.

Según lo plantean los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) “El estudio cualitativo se guía por áreas o temas significativos que genera la investigación. Sin embargo, se busca lograr la claridad sobre las preguntas e hipótesis planteadas alrededor del tema de estudio que precede a la recolección y el análisis de los datos” (p.7)

### **Diseño de la Investigación**

Esta investigación se basa en un diseño fenomenológico, que plantea un método o camino a trazar en busca de obtener la información, a través de las experiencias de los individuos con relación a un entorno específico y describir los elementos comunes. Este se enfoca en plantear un paradigma naturalista, por recopilar los aportes de expertos y sus opiniones sobre el tema. (Hernández et al., 2014, p.493)

Este diseño fenomenológico concuerda con la investigación, por contar con la opinión de representantes de empresas exportadoras de chayote, así como de instituciones públicas y empresas relacionadas con la certificación GLOBAL GAP.

## **Muestra de la Investigación**

### **Población**

En la investigación se tomará en cuenta, para efecto de la población, empresas costarricenses exportadoras de chayote, también representantes de entes implementadores como Fundes y NSF International; además se consideran algunas entidades gubernamentales que realizan actividades para incentivar la certificación GLOBAL GAP, como PROCOMER, las cuales trabajan en conjunto por lograr la certificación de estas empresas.

Este concepto se puede definir según los autores Hernández et al. (2014) como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174)

### **Muestra**

En esta investigación la muestra utilizada será no probabilística, ya que no es elegida dependiendo de la probabilidad, sino que es seleccionada en relación con las características de la investigación. Cabe señalar que la muestra de este estudio fue seleccionada por conveniencia.

En una investigación de tipo cualitativo, la muestra es representada por un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., en torno de los cuales se habrá de recolectar los datos, sin que necesariamente sean estadísticamente representativos del universo o población que se estudia, según lo plantean (Hernández et al 2014, p. 384)

Estos autores mencionan diferentes tipos de muestra; sin embargo, para la presente investigación se utiliza la muestra por conveniencia, ya que se contará únicamente con las

personas que sean las indicadas para responder las preguntas realizadas para la investigación. (Hernández et al., 2014, p. 390)

La muestra final quedó definida por 10 personas, las cuales fueron seleccionados bajo los siguientes criterios:

**Tabla 1. Entrevistados**

Entrevistado 1	Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)	Persona encargada del proyecto de certificación que actualmente se realiza.
Entrevistado 2	Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)	Persona responsable del seguimiento del proyecto de certificación que actualmente se realiza.
Entrevistado 3	Ministerio de Agricultura y Ganadería (M.A.G.)	Persona encargada de proyectos para el abastecimiento de los productores nacionales.
Entrevistado 4	Chayotes del Norte	Responsable de la empresa que participa en el proyecto de certificación de PROCOMER.
Entrevistado 5	Chayotes de Altura	Responsable de la empresa que realizó el proceso para certificar la compañía.
Entrevistado 6	B & C Exportadores, S.A.	Persona encargada de ajustar los cambios necesarios para realizar la certificación.
Entrevistado 7	NSF Internacional	Persona responsable de realizar las auditorías.
Entrevistado 8	NSF Internacional	Persona responsable de realizar las auditorías.
Entrevistado 9	FUNDES	Persona encargada de acompañar a las empresas en los cambios necesarios para certificarse.
Entrevistado 10	FUNDES	Persona encargada de acompañar a las empresas en los cambios necesarios para certificarse.

Fuente: Elaboración propia.

## **Unidades de Análisis**

Se entiende por unidades de análisis “a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información”, según Centty (2010). En esta investigación se tomarán en cuenta las siguientes unidades de análisis:

### **Aporte**

Los aportes que esta certificación le pueda brindar a las empresas exportadoras son beneficios que se convierten en una ventaja en el comercio internacional, principalmente en los mercados norteamericano y europeo, ya sea por alguna barrera no arancelaria del mercado o bien por decisión propia del importador, que busca productos que cuenten con un certificado de calidad, reconocido internacionalmente, que garantice no solo la calidad del producto como tal, sino también que implique necesariamente un manejo de buenas prácticas agrícolas en pro del medio ambiente.

### **Acciones tomadas**

Existen en Costa Rica diferentes entidades gubernamentales enfocadas hacia el sector agrícola, que promueven esta actividad y buscan darle las herramientas necesarias al sector, para poder trabajar la tierra de una buena manera, pero no todas están en capacidad de ejecutar las acciones para alcanzar la certificación al exportar productos agrícolas, como lo solicitan los mercados internacionales, para poder comercializar los productos y ser más competitivos. En esta unidad de análisis se considera el incentivo de la certificación de buenas prácticas agrícolas y la colaboración del Gobierno con las empresas exportadoras de chayote, a través de diferentes entidades.

## **Alcances**

El alcance en el sistema de certificación está formado por todos los aspectos que se deben considerar para cumplir a cabalidad la evaluación y poder certificar una empresa. En este proceso se deben considerar las diferentes áreas por ser evaluadas tanto dentro de la compañía, como del campo de producción, ya que esta es una certificación de carácter global, que busca garantizar las buenas prácticas agrícolas de la empresa con el medio ambiente y que todos los productos sean cosechados bajo esta modalidad.

## **Instrumentos Utilizados en la Investigación**

El instrumento utilizado en esta investigación para la recolección de los datos es el cuestionario, que según detalla Pérez, (2012): “Es un conjunto de preguntas que se confeccionan para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo con la finalidad específica de cada uno”

El cuestionario se puede aplicar por medio de la entrevista como el canal de información. En la presente investigación se seleccionó la entrevista como la técnica, en donde se define entrevista como: “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (Hernández 2014, p. 403)

En la presente investigación se elige la entrevista como la técnica que se utiliza para la aplicación del instrumento a través del cuestionario, la entrevista se realiza en el lugar a las empresas u organizaciones, para aplicar las preguntas. Se busca con esto, por parte de los entrevistadores generar un ambiente más natural, en donde se pueda conversar de los temas más abiertamente, a partir de las respuestas generadas.

## **Procesos para la Recolección de Datos**

Las fuentes primarias para el proceso de una investigación cualitativa son las entrevistas; el cuestionario provee las interrogantes que funcionan de soporte para generar la información, pues este es el principal objetivo de la investigación cualitativa. Estos datos recopilados funcionan de motor principal de la investigación y se confrontarán en el capítulo IV de esta tesis, con la información del capítulo II, obtenida en el marco referencial.

Además, se cuenta con información de fuentes secundarias de libros, periódicos, investigaciones, artículos, entre otros. Esto con el objetivo de recabar información complementaria y reforzar los datos obtenidos de las fuentes primarias. El proceso de recolección de los datos se hará una vez seleccionada la muestra; posteriormente se selecciona el método para obtener la información, la cual será por medio del cuestionario como instrumento, y de la entrevista como la técnica.

El método para la recolección de datos según lo expresan Hernández et al. (2014), se realiza en ambientes naturales y cotidianos para los entrevistados. El investigador es quien, a través de la técnica, realiza la recolección de los datos e información. (p. 397)

Para este estudio y, según las recomendaciones metodológicas, la entrevista se realizó de la siguiente manera: se contactó al entrevistado y se le indicó el propósito que se pretendía con la investigación, asegurándole la confidencialidad. Se estableció una cita con fecha y hora acordada por ambos. El investigador lleva el cuestionario previamente elaborado para su aplicación. Además, se hizo uso de los elementos disponibles necesarios para el registro de todas las respuestas.

### **Método de Análisis de la Investigación**

La investigación se basa en categorías de análisis que describen, analizan y definen, utilizando el cuestionario como instrumento, y la entrevista como la técnica; con base en esto se analizarán todas las respuestas obtenidas sobre el tema de investigación, generadas por los entrevistados, que permitan una relación directa con los objetivos establecidos, con la perspectiva de ir formulando las conclusiones que se generen de cada una de las entrevistas realizadas; esto a través de las diferentes unidades de análisis, que se obtendrán luego de su aplicación, para confrontar la información obtenida, con la presentada en el marco de referencias.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas. Esta sección muestra una tabla con las categorías que surgieron de cada unidad de análisis, obtenidas de la entrevista. Estas unidades corresponden a los planteamientos realizados a partir de los objetivos específicos descritos en el primer capítulo. Posteriormente se realiza una descripción y examen de todas las categorías resultantes de las entrevistas aplicadas, en donde se compara la información recogida de las diferentes fuentes y se contrasta con la teoría recabada, para apoyar la información. Además, se presentan los resultados que dan respuesta al planteamiento de la investigación.

Las unidades de análisis surgen a partir del planteamiento de los objetivos específicos, cuya palabra central o tónica, recoge medularmente lo que se busca investigar. En esta ocasión se plantea de la siguiente manera: una primera unidad se refiere a los alcances y magnitudes que representa la certificación GLOBAL GAP, para aquellas empresas chayoterías que desean implementarla. La segunda se basa en conocer el aporte que genera contar con la certificación GLOBAL GAP, para las empresas productoras de chayote. La tercera unidad pretende plantear las acciones realizadas por parte del Gobierno de Costa Rica, para promover la certificación GLOBAL GAP en las empresas productoras del sector chayotero.

Estas unidades de análisis constituyen la piedra angular para la formulación de las preguntas del cuestionario, que son presentadas a los entrevistados que conforman la muestra de esta investigación. Además, todas las respuestas que se obtuvieron en las entrevistas constituyen las categorías que se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2: Unidades y Categorías de Análisis**

<b>Unidad</b>	<b>Categorías</b>
<b>Alcances</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mercados internacionales</li> <li>2. Norteamérica y Europea</li> <li>3. Valor agregado</li> <li>4. Consumidor final</li> <li>5. Cultivos certificados</li> <li>6. Gestión de calidad</li> <li>7. Diversificación de certificaciones</li> <li>8. Estrategia de mercado</li> <li>9. Reconocimiento internacional de la certificación Global G.A.P</li> </ol>
<b>Aporte</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proceso de mejora continua</li> <li>2. Normativa</li> <li>3. Plan empresarial</li> <li>4. Inocuidad</li> <li>5. Trazabilidad de los productos</li> <li>6. Certificaciones de calidad</li> <li>7. Barrera no arancelaria</li> </ol>
<b>Acciones tomadas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PROCOMER</li> <li>2. Empresas PYMES</li> <li>3. Articulación de instituciones</li> <li>4. Sector exportador</li> <li>5. Programas a escala nacional</li> <li>6. Acceso a certificaciones</li> <li>7. Participación de expertos</li> <li>8. Falta de información</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia, con base en las entrevistas aplicadas.

## **Unidad de Análisis 1: Alcances**

Esta unidad de análisis se enfoca en los alcances que presenta la norma como tal, así como también desde una perspectiva empresarial, relacionados directamente con la certificación GLOBAL GAP; además se toma en cuenta lo planteado por los entrevistados de la presente investigación y se analizará su relación con respecto a la certificación, ya que este es el eje central del estudio.

Este concepto indica que se trata de definir cuáles partes, dentro de la organización, se incluyen en el sistema de gestión de calidad que se busca certificar, por parte de la norma, ya sea según líneas de productos, procesos o servicios que están cubiertos por la certificación, así como también los requisitos propios que exige la norma para su aprobación. (Jiménez, 2013)

Recordemos las categorías de análisis indicadas por los entrevistados:

1. Mercados internacionales
2. Norteamérica y Europea
3. Valor agregado
4. Consumidor final
5. Cultivos certificados
6. Gestión de calidad
7. Diversificación de certificaciones
8. Estrategia de mercado
9. Reconocimiento internacional de la certificación Global GAP

A continuación, se presenta cada una de las categorías con una descripción, en donde se señalan las respuestas obtenidas por parte de la muestra. Además, se indica un

análisis comparativo entre las respuestas obtenidas de parte de los entrevistados, con respecto a la teoría: esto permite lograr una mejor perspectiva en relación con la certificación.

## **Categoría 1: Mercados internacionales**

### **Descripción**

Según lo expresado por los entrevistados, se plantea la siguiente unidad de análisis, en relación con el acceso a los mercados internacionales, con las frases que se indican a continuación:

- “Requisito de los mercados internacionales” (Entrevistado 1)
- “Ingresar a los mercados internacionales” (Entrevistado 2)
- “Ingresar a varios mercados internacionales” (Entrevistado 5)
- “Posicionamiento de los productos en los mercados internacionales” (Entrevistado 6)
- “Acceder a nuevos mercados internacionales” (Entrevistado 9)

### **Análisis**

Los mercados internacionales son una puerta inmensa de oportunidades para las empresas que desean ingresar. Algunos señalamientos que se realizan, en relación con la certificación, son las siguientes:

Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países, lo que supone atravesar sus fronteras. Se trata de una rama del comercio que, ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día, debido al fenómeno de la globalización. Las actividades del mercado internacional pueden incluir desde mercancías, hasta servicios e incluso bienes financieros. (Economía, 2013)

Para participar en el mercado internacional, es necesario detectar una necesidad, la cual puede ser satisfecha de forma correcta, por una empresa extranjera. Para poder participar en un mercado internacional, es necesaria una alta competitividad, y una forma de obtenerla es a través de una certificación, que favorezca los resultados y reduzca los costos, para que así finalmente “la distancia” no tenga importancia en el momento de buscar un socio comercial, ya que debido a la complejidad de los mercados, existen diferentes tipos de relaciones en el mercado internacional, en donde, en algunos casos, se solicita algún tipo de certificación; además, el modo en que se comportan los consumidores a este nivel, es muy diferente del que se muestra en los mercados regionales, y en este sentido la cultura y los valores de la sociedad en la que se comercia, pueden tener un mayor peso. (Economía, 2013)

Los entrevistados enfocan su atención en los mercados internacionales, con algunas menciones sobre la necesidad de acceder a comercializar y posicionar los productos en nuevos mercados.

Los mercados internacionales son una oportunidad de expansión y posicionamiento de los productos, según lo señalan los entrevistados. Sin embargo, cada mercado cuenta con características particulares, ya sea por idioma, cultura, gustos y preferencias, lo cual genera algunas restricciones, propias de cada país. En general, cada empresa deberá analizar cuál o cuáles son los mejores mercados para acceder, según las distintas variables que deben tomarse en cuenta, cuando se desea incursionar en un nuevo mercado, con referencia de las particularidades que presenta cada producto. La certificación GLOBAL GAP, significa y materializa la relación que existe entre una certificación y la oportunidad de ingresar o

acceder a un mercado internacional, siendo esta la llave de entrada, para consolidarse como un potencial vendedor, bajo una norma que respalde la calidad del producto.

Las empresas deben adaptarse no solo a las necesidades del mercado, sino también a los requisitos que estos exigen para comercializar los productos, por lo que se debe estar a la altura de esos requerimientos. Existen muchas empresas que no cuentan con ningún tipo de certificación, lo cual restringe su ámbito de acción y de competencia, pues los consumidores son cada vez más exigentes y estrictos en los distintos mercados.

## **Categoría 2: Europa y Norteamérica**

### **Descripción**

De acuerdo con lo presentado en las entrevistas, se conforma la segunda categoría de la primera unidad de análisis, referente a Europa y Norteamérica como los principales mercados que solicitan las certificaciones para ingresar los productos. A continuación, se presentan las menciones realizadas:

- “Es solicitada en toda Europa y el mercado norteamericano” (Entrevistado 1)
- “Principalmente en Europa y Estados Unidos” (Entrevistado 2)
- “Los mercados europeos, además de Norteamérica” (Entrevistado 3)
- “Algunos clientes son Estados Unidos y Europa” (Entrevistado 4)
- “En Europa, pero sin dejar de lado el mercado de Norteamérica” (Entrevistado 5)
- “Nuestros clientes son Europa y los Estados Unidos” (Entrevistado 6)

## **Análisis**

Se puede señalar que actualmente están muy definidos y marcados los principales socios comerciales que solicitan la certificación, resaltando Estados Unidos, como un mercado fuerte para las empresas exportadoras de chayote, como se menciona a continuación: “El principal mercado de exportación para el chayote de Costa Rica es Estados Unidos, pero no se puede dejar de lado el auge que ha tenido el mercado europeo recientemente por consumir productos de calidad y en armonía con el medio ambiente, siendo esto uno de los pilares fundamentales dentro del esquema de las certificaciones” (Valenciano, 2015)

Hoy en día, el chayote se ha convertido en un suplemento alimenticio de mucha importancia, cuya presencia es indispensable en los grandes mercados de Estados Unidos y Europa. Es un alimento de alta demanda y consumo por su gran concentración en fibra, bajo en calorías y no tiene colesterol. (Mora, 2016)

Ambos mercados, tanto el europeo como norteamericano, han contribuido a que el chayote exportado de Costa Rica, sea cada vez de mayor calidad. Esto se ha logrado a través de la certificación para ingresar el producto a esos mercados, al tener que cumplir estándares de calidad internacional, lo cual mejora no solo el producto como tal, sino también la competitividad de la empresa y además, mejora el país, desde un punto de vista macro. Este tipo de iniciativas mejoran cualitativa y cuantitativamente las empresas, ya que, en caso de no hacerlo, la competencia y las exigencias de los consumidores las sacan del mercado, pues no pueden competir con un precio adecuado ni con la calidad del producto final.

Cabe subrayar que los entrevistados señalaron estos mercados como los más importantes a nivel mundial para sus productores. Su interés está centrado en que Costa Rica actualmente está dentro del top tres de países exportadores de chayote a nivel mundial. Este hecho incrementa en los productores, la competitividad internacional.

Estos mercados han colocado al país dentro del top mundial, como productor y exportador de chayote a nivel internacional, lo cual genera que, cada vez más, los productores nacionales se preocupen por comercializar un producto de calidad y con estándares internacionales que los respalde, bajo un sello de calidad que permita, al consumidor final, estar consciente de que el producto que consume, es inocuo y además es de origen costarricense. La certificación viene a ratificar que el producto exportado del país, es de alta calidad y cumple todos los requerimientos que se solicitan a nivel internacional para ingresar a estos mercados.

El principal socio comercial para la exportación de chayote es Estados Unidos; sin embargo, con el paso del tiempo los europeos han cambiado sus gustos y preferencias, optando por una dieta más saludable, y consumiendo productos en armonía con el medio ambiente; así se ha favorecido el consumo del chayote de origen costarricense, al contar con una certificación que cumple con esos aspectos, haciendo que los productores pongan su mirada en este mercado como algo atractivo, por lo que actualmente se compite con eficiencia.

### **Categoría 3: Valor agregado**

#### **Descripción**

Según lo planteado por los entrevistados, se conforma la tercera categoría de la primera unidad de análisis, referente al valor agregado que genera contar con una certificación, con algunas menciones citadas a continuación:

- “Las empresas necesitan contar con un valor agregado para generar diferenciación”. (Entrevistado 1)
- “Es necesario contar con un valor agregado para mantenerse en los mercados internacionales”. (Entrevistado 2)

### **Análisis**

El valor agregado que se le da a un producto, se puede definir de la siguiente manera: es la característica extra que un producto ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Este término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia. (Merca, 2015)

El valor agregado o valor añadido, en términos de “marketing”, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores y que aporta cierta diferenciación a un producto o empresa. El valor agregado está encaminado a satisfacer y, en el mejor de los casos, superar las expectativas que tienen los clientes con respecto a los productos. (Cancino, 2013)

De acuerdo con lo indicado por parte de los entrevistados, las empresas por lo general tienen la necesidad de buscar un elemento diferenciador de la competencia, algo que los distinga de los demás productores y genere un interés adicional en el consumidor, para que la experiencia de comprar el producto lo haga tan atractivo que siga consumiendo, siendo este un plus que el producto ofrece y algo necesario para competir en los mercados internacionales.

Existe, en las empresas productoras de chayote, un común denominador: para las empresas el contar con una certificación, ya es un valor agregado para competir directamente en los distintos mercados internacionales, sin reconocer que esto es algo que muchas empresas cuentan y se necesita algo adicional para mantenerse en los mercados de alto nivel.

Algo llamativo en los centros de cultivos, es el estricto cuidado que los productores le dan a su cultivo, en relación con la certificación, ya que no dejan ningún aspecto al azar, y están comprometidos en garantizar la calidad del producto a cada consumidor, ya que para ellos el valor agregado empieza desde el momento en que el producto es cosechado, hasta llevarlo a la mesa del consumidor final, quien será el mejor crítico.

#### **Categoría 4: Consumidor final**

##### **Descripción**

De acuerdo con lo indicado por las personas en las entrevistas, se conformó la cuarta categoría de la primera unidad de análisis, referente a la “Política Nacional para la Gestión Integral de los Residuos”. Las expresiones señaladas por los consultados indican los siguientes aspectos:

- “La norma como tal representa un beneficio directo para el consumidor final”. (Entrevistado 2)
- “La certificación no es solo un beneficio para las empresas, sino para el consumidor final”. (Entrevistado 4)
- “Garantiza al consumidor final un producto de calidad”. (Entrevistado 7)

## **Análisis**

Este se define como la persona u organización que utiliza, en forma efectiva, un producto o servicio, que genera de manera directa su abastecimiento. Se trata de los consumidores a los cuales se dirigen los anuncios publicitarios en los distintos medios de comunicación. (Marketing Directo, 2015)

Además, se entiende por consumidor final, toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute y utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza, para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial, cuando no esté ligada intrínsecamente con su actividad económica, que a su vez pueda ser sesgada por una u otra parte. (Fonseca, 2014)

En las entrevistas se hace mención sobre la relación directa entre la norma y el consumidor final; esto ratifica que la certificación está basada en un conjunto de variables que trascienden más allá del producto, pues garantizan al consumidor final, que el producto ofrecido cuenta con un estándar de calidad internacional. Este es un factor determinante para el consumidor, ante la gran gama de productos similares o sustitutos existentes en el mercado.

Las empresas de chayotes costarricenses, al contar con la certificación, transfieren ese beneficio al consumidor final, el cual tendrá un producto inocuo y de calidad internacional, que solamente la norma le brinda. Cabe señalar que hoy día, al ser los consumidores más estrictos con los productos, este tipo de beneficios ofrecidos, les genera confianza y seguridad respecto del producto que compran y consumen.

## **Categoría 5: Cultivos certificados**

### **Descripción**

En la quinta categoría de la primera unidad de análisis, según lo obtenido de las entrevistas realizadas, se destacan los siguientes aspectos:

- “Favorece a los trabajadores, sus familias y a las comunidades en general, donde se realizan cultivos certificados”. (Entrevistado 3)
- “Son un conjunto de beneficios que ofrece la norma, sin dejar de lado el equilibrio del medio ambiente, a través de los cultivos certificados”. (Entrevistado 5)

### **Análisis**

La certificación Global GAP es la principal certificación, de cultivos en finca, del mundo y una referencia en cuanto a las buenas prácticas agrícolas, además de ser un sello exigido por los principales clientes y mercados del negocio agroalimentario. Esto garantiza que certifica aspectos como determinados requisitos de higiene, seguridad de los trabajadores en la finca, seguridad alimentaria y buenas prácticas agrícolas en general, pues los cultivos favorecen el medio ambiente. (Infoagro, 2011)

Se puede definir, de manera sencilla, como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas o antibióticos, con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales. (Biosabor, 2016)

Se puede apreciar en los entrevistados, que quienes toman en cuenta este aspecto, específicamente, son las empresas exportadoras que diariamente están en contacto con sus fincas de cultivos, teniendo una perspectiva más amplia del impacto que esto genera, no solo en los suelos, sino también en la comunidad y en pueblos aledaños, quienes viven en armonía con el medio ambiente, sin necesidad de utilizar agentes químicos ni fertilizantes en la producción de chayote. Esto favorece el desarrollo de las plantaciones y de todos los trabajadores.

Hay un valor incalculable en las fincas certificadas, por la riqueza que tienen los suelos al estar libres de contaminación; esta variable es destacada dentro de la certificación propiamente, por lo cual cada vez se aplican técnicas más seguras y apropiadas para el cultivo que las utilizadas, dejando de lado los pesticidas y demás químicos usuales en el sector agrario.

## **Categoría 6: Gestión de calidad**

### **Descripción**

En la sexta categoría de la primera unidad de análisis, referente a la gestión de calidad, la certificación es representada mediante los siguientes señalamientos:

- “Esta certificación cuenta con un reconocimiento por su gestión de calidad, en sus productos”. (Entrevistado 6)
- “Asegura el cumplimiento de la norma, con una gestión de calidad, garantizando el producto final”. (Entrevistado 10)

## **Análisis**

La gestión de la calidad asegura que, desde el ingreso de materias primas hasta los servicios de posventa, todo el proceso productivo de la empresa sigue ciertos patrones y estándares internacionalmente aceptados como "aval de calidad". Esto implica que el proceso productivo es correctamente documentado en todo sentido, de manera que puedan asegurarse ciertos patrones de producción que aseguren la máxima calidad en el producto final. (Vázquez, 2011)

Esto corresponde a un grupo de pequeñas organizaciones, vinculadas entre sí y, a partir de las cuales, una empresa u organización mayor, podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. Esta siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. La gestión se propone la satisfacción de sus clientes y que estos forjen un vínculo fuerte, arraigado, con el producto o servicio en cuestión y esto solamente será factible cuando los mismos satisfacen y cumplen las expectativas de sus consumidores. (Definición ABC, 2016)

Según lo expresado por los entrevistados, la gestión de calidad está unificando todos los esfuerzos hechos por la empresa para garantizarle al consumidor no solo la calidad del producto, sino también que detrás de cada uno de los productos, hay un sistema ordenado y adecuado de todos los documentos de la compañía, que pueda demostrar que la empresa cuenta con un ordenamiento completo, y que el producto final es el trabajo articulado de todos los procesos.

La gestión de calidad es algo que depende de cada empresa y que va de la mano con la certificación GLOBAL GAP, que a su vez trabaja de manera conjunta para garantizar la seguridad, inocuidad y veracidad de todo el proceso continuo de la empresa, tanto desde el punto de vista empresarial, como también desde sus propias fincas de producción certificadas.

## **Categoría 7: Diversificación de certificaciones**

### **Descripción**

La séptima categoría de la primera unidad de análisis, en torno a la diversificación de certificaciones existentes en el mercado, muestra los siguientes señalamientos:

- “En el mercado existen gran cantidad de certificaciones, pero no todas son reconocidas”. (Entrevistado 1)
- “Esta certificación cuenta con un renombre internacional, a pesar de la diversificación de certificaciones que existen”. (Entrevistado 9)

### **Análisis**

Las mercancías deben cumplir con los requisitos de seguridad para salvaguardar al ciudadano y sus bienes. Por otra parte, tienen que satisfacer los requisitos de uso y disfrute que el usuario final espera de los bienes y servicios. Las certificaciones suponen valiosas herramientas que ayudan a la internacionalización de las organizaciones y facilitan enormemente la exportación de sus productos y servicios. La certificación constituye la mejor carta de presentación para una empresa, sobre todo en el caso de pymes, favoreciendo el ingreso a mercados externos.

No existe una única "marca" de certificación con la cual poder comercializar cualquier producto en cualquier país del mundo. Cada tipo de producto, cada país o mercado, puede tener reglas, lo que genera que existen múltiples certificaciones a nivel mundial. Los organismos de normalización trabajan desde hace años para armonizar, en el ámbito internacional, los requisitos que los productos deben cumplir con el objetivo de favorecer esa circulación de productos. (International Dynamic Advisors, 2017)

En la práctica, las empresas deben tomar en consideración algunos aspectos importantes como el producto, el mercado y el mercado meta al que va dirigido el producto, ya que actualmente existen diversas certificaciones para productos de cada sector y, según el mercado al que vaya dirigido específicamente el producto, se deben tomar las consideraciones necesarias para lograr el ingreso.

Es necesario que exista una armonización a nivel mundial de las certificaciones, de modo que se pueda manejar un solo tipo de normas que faciliten el proceso de las empresas, especialmente de las pymes, que por falta de información en algunas ocasiones desconocen la certificación adecuada, no solo para el producto, sino además para el mercado al que pretende acceder.

### **Categoría 8: Estrategias de mercado**

#### **Descripción**

Para la octava categoría de la primera unidad de análisis sobre las estrategias de mercado empleadas por las empresas exportadoras de chayote, se escogen los siguientes señalamientos:

- “No hacemos nada teniendo certificaciones, si no se realizan buenas estrategias de mercado”. (Entrevistado 5)
- “Una estrategia de mercado definida, permite iniciar un buen proceso de exportación”. (Entrevistado 9)
- “Las empresas del sector agrícola deben contar con una estrategia de mercado clara”. (Entrevistado 10)

## **Análisis**

El diseño de las estrategias de mercadeo es uno de los principales aspectos de todo “marketing”. Las estrategias de mercadeo definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de la empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que se va a dirigir, definir el posicionamiento de marca que se quiere conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el “marketing” entre producto, precio, distribución y comunicación. (Espinoza, 2015)

Las estrategias de mercado, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el “marketing”, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado, además de profundizar en las exportaciones, si es uno de los objetivos de la empresa. (Crece Negocios, 2017)

Los entrevistados señalan que es fundamental contar con una buena planificación de mercadeo, que permita concretar buenos negocios de exportación de chayote, haciendo una planificación estratégica adecuada, contemplando todas las variables de la compañía, generando una buena hoja de ruta trazada para alcanzar el éxito de la empresa, tanto a nivel internacional, como a lo interno de la misma.

Cabe señalar que de parte de las empresas no basta contar con una certificación única que la respalde, ya que debe existir toda una planificación de “marketing” detrás de cada decisión que se tome, con un objetivo y norte claro de lo que se desea alcanzar y el mercado meta al que se desea llegar, con un producto de calidad respaldado por un trabajo ordenado y planificado.

## **Categoría 9: Reconocimiento internacional de la Certificación GLOBAL GAP**

### **Descripción**

Para la novena categoría de la primera unidad de análisis, referente al prestigio internacional con que cuenta la certificación GLOBAL GAP, se recogen los siguientes señalamientos:

- “Es una de las certificaciones más reconocidas a nivel internacional para productos agrícolas, garantizando la seguridad alimentaria”. (Entrevistado 4)
- “Es una certificación que tiene alto reconocimiento a nivel internacional, tanto por mayoristas, así como también por consumidores”. (Entrevistado 6)

### **Análisis**

Es una de las normas de mayor reconocimiento internacional para la producción agropecuaria. Este es el resultado de años de extensas investigaciones y colaboraciones con expertos del sector, productores y minoristas de todo el mundo. El objetivo es una producción segura y sostenible con el fin de beneficiar a los productores, minoristas y consumidores en todas partes del mundo. La norma demanda una mayor eficiencia en la producción, además de una mejora en el desempeño del negocio y reduce el desperdicio de recursos necesarios. También requiere un enfoque general en la producción agrícola. (Global GAP, 2016)

En la página web propia de la norma, se plantea que esta certificación ha venido trabajando desde hace mucho tiempo y que, lo que es hoy día, ha sido el resultado del trabajo de expertos en materia agrícola, en aras de favorecer a productores, minoristas y

consumidores del mundo, que diariamente están en contacto con productos agrícolas y que, con esta norma, se garantizan la seguridad e inocuidad de los productos.

## **Unidad de Análisis 2: Aporte**

Esta segunda unidad de análisis tendrá relación con el aporte directo que realiza la certificación a las empresas exportadoras de chayote y, además, se toma en cuenta lo planteado por los entrevistados en el presente trabajo.

Según lo plantea el portal “Definición.mx”, se refiere a una contribución realizada a fin de llevar a cabo un programa, una norma, una política, una causa, entre otros. Así, es posible hacer referencia a un aporte jubilatorio, a un aporte patronal, a un aporte de campaña, etc. El aporte generalmente hace alusión a un importe en dinero, aunque puede aludir también a una contribución hecha en especie. Los aportes pueden también referirse a la ayuda que se brinda a una institución, con una normativa, y lo que esto representa para la institución.

La definición de aporte según es indicado en el portal “Definición.de”, se refiere a que este es algo que se entrega o se realiza con el objetivo de ayudar o de contribuir a una causa, según el enfoque que se le quiera dar, en aras de brindar un soporte o ayuda.

Para esta investigación, aporte se refiere a lo que la certificación GLOBAL GAP le pueda brindar a las empresas exportadoras de chayote costarricense, desde un punto de vista integral y conjunto, por lo cual se plantean distintos aspectos.

A continuación, se reiteran las categorías de análisis indicadas por los entrevistados.

1. Proceso de mejora continua
2. Normativa
3. Plan empresarial
4. Inocuidad
5. Trazabilidad de los productos
6. Certificaciones de calidad
7. Barrera no arancelaria

A cada categoría se le da una descripción y se registran las frases señaladas por la muestra de la investigación. El análisis se realiza comparando la teoría con las expresiones indicadas.

### **Categoría 1: Proceso de mejora continua**

#### **Descripción**

Para la primera categoría de la segunda unidad de análisis, referente al proceso de mejora continua, se dan los siguientes señalamientos:

- “Logra un proceso de mejora continua entre las prácticas empresariales y la planta de producción”. (Entrevistado 1)
- “Cada empresa debe entrar en un proceso de mejora continua, para alcanzar la certificación.” (Entrevistado 2)
- “El gestor será quien lleve adelante el proceso de mejora, hasta alcanzar la certificación”. (Entrevistado 3)

- “Estar siempre en un proceso de mejora continua”. (Entrevistado 7)

### **Análisis**

La mejora continua debe ser el objetivo permanente de la organización. Para ello se utiliza un ciclo con cuatro pilares fundamentales que son: planificar, hacer, comprobar y ajustar, en los cuales se basa el principio de mejora continua de la gestión de la calidad. Esta es una de las bases que inspiran la filosofía de la gestión excelente. (Guía de la Calidad, 2016)

Los sistemas de gestión de mejora continua son modelos de excelencia y la planificación en que están basados sustenta la necesidad de que la organización esté en continua evolución y que, además, tal evolución esté debidamente documentada y justificada. (Isotools, 2016)

La definición que plantea los procesos de mejora continua, se interrelaciona muy de la mano con esta categoría, ya que plantea la necesidad de las empresas para estar en constante evolución y adaptadas a una filosofía de éxito, que les permita estar dentro de un ordenamiento empresarial en sus procesos, favorecidos por la certificación GLOBAL GAP, que contempla algunos aspectos del ordenamiento general de la compañía.

Para efectos del tema central del presente trabajo de investigación, en torno a la certificación GLOBAL GAP, para empresas productoras de chayote costarricense, esta categoría representa un aspecto importante, en cuanto al beneficio de los procesos que esto genera, de acuerdo con lo solicitado por parte de la norma.

## **Categoría 2: Normativa**

### **Descripción**

Para la segunda categoría de la segunda unidad de análisis, referente a la normativa de la certificación, se recogen los siguientes señalamientos:

- “Es cuestión de adaptarse a una normativa que regule las operaciones de la empresa”. (Entrevistado 5)
- “Los productos están respaldados por un sello de calidad bajo una estricta normativa”. (Entrevistado 10)

### **Análisis**

Según lo plantea el portal “Sundefinición.com”, la palabra normativa hace referencia a un conjunto de normas, reglas, o leyes; generalmente existen normativas dentro de una organización. Una normativa es la agrupación de todas aquellas normas que son o pueden ser aplicables en una materia específica, permitiendo así la regulación de ciertas actividades; las normas deben ser respetadas por todos aquellos entes o instancias hacia los cuales van dirigidas; de lo contrario, el no cumplimiento de la norma acarrea consigo una sanción o pena que deberá ser cumplida por su infractor.

El término normativa es usado como sinónimo de regla, método, procedimiento, cuya presencia y cumplimiento es de suma importancia dentro de una organización, institución y/o sociedad, ya que estipula y limita el comportamiento y funciones de cada uno de sus miembros, permitiendo lograr una sana convivencia y el alcance de los objetivos planteados. (Significados, 2015)

La certificación como tal tiene un carácter de normativa, pues las empresas deben acatarla en su totalidad, para poder ser certificados con el sello de GLOBAL GAP, ya que en caso contrario no solo no recibirán la certificación, sino que también la compañía va a tener que replantear aquellos puntos débiles que fueron causa suficiente para no llegar a una certificación.

Las empresas y productores de chayote deben conocer las regulaciones de la normativa exigida por esta certificación, que debe ser cumplida con éxito para alcanzar el objetivo de certificarse. Las empresas, al cumplir con toda la normativa que se exige, de manera rigurosa, logran alcanzar estándares de calidad de nivel internacional.

### **Categoría 3: Plan empresarial**

#### **Descripción**

En la tercera categoría de la segunda unidad de análisis, referente al plan empresarial que tiene cada empresa, con el objetivo de alcanzar la certificación, se recogen los siguientes señalamientos:

- “El plan empresarial debe ser la hoja de ruta de la empresa”. (Entrevistado 1)
- “Cada empresa debe trazar un plan empresarial a seguir”. (Entrevistado 2)
- “Un plan empresarial es lo que le permite a las empresas llegar al éxito”. (Entrevistado 6)

## **Análisis**

El plan empresarial es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Para empresas ya establecidas, un plan bien diseñado puede ayudar a reconducir algún aspecto comercial, productivo, organizativo o financiero. Además, puede utilizarse como base sobre la que se levanten proyectos de crecimiento o diversificación de la actividad principal. (Ipyme.org, 2016)

Esta unidad de análisis presenta específicamente, la necesidad que toda empresa debe tener un norte definido, con claridad en sus decisiones, lo cual permite que pueda acceder a una certificación, si así lo tiene dispuesto y planificado, con el objetivo de entrar al proceso de la internacionalización, para este caso a través de la exportación de chayote costarricense.

### **Categoría 4: Inocuidad**

#### **Descripción**

Para la cuarta categoría de la segunda unidad de análisis, referente a la inocuidad de la certificación, se recogen los siguientes señalamientos:

- “Siendo un producto inocuo para los consumidores”. (Entrevistado 3)
- “Se garantiza la seguridad al cliente de que está consumiendo un producto limpio”. (Entrevistado 5)

- “Los productos son inocuos generando confianza”. (Entrevistado 8)
- “Reducir riesgos de la seguridad alimentaria”. (Entrevistado 9)

### **Análisis**

La inocuidad de un alimento es la garantía de que no causará daño al consumidor, cuando sea preparado o ingerido, de acuerdo con el uso a que se destine. La inocuidad es uno de los cuatro grupos básicos de características que, junto con las nutricionales, organolépticas y comerciales, componen la calidad de los alimentos.

Los alimentos son la fuente principal de exposición a agentes patógenos, tanto químicos como biológicos (virus, parásitos y bacterias), ante los cuales nadie es inmune, ni en países en desarrollo ni desarrollados. Cuando los alimentos se contaminan en niveles inadmisibles de agentes patógenos y contaminantes químicos, o con otras características peligrosas, conllevan riesgos sustanciales para la salud de los consumidores, y representan grandes cargas económicas para las diversas comunidades y naciones. (Instituto de Salud Pública de Chile, 2016)

La inocuidad de los alimentos engloba acciones encaminadas a garantizar la máxima seguridad posible de ellos. Las políticas, certificaciones, normativas y actividades que persiguen este fin, deberán de abarcar toda la cadena alimenticia, desde la producción al consumo. (Organización Mundial de la Salud, 2016)

Para la certificación GLOBAL GAP, el tema de la inocuidad alimentaria es uno de los pilares fundamentales, ya que esto garantiza la salud a nivel mundial de los alimentos que las personas consumen de manera masiva y, directamente, de países de distintas partes del mundo, donde pueden ser muchas veces víctimas de patógenos o plagas que destruyen cosechas enteras, por estar contaminadas las fincas y los productos no puedan ser comercializados.

El objetivo de obtener el certificado GLOBAL GAP para las empresas exportadoras de chayote costarricense, es garantizarle a los consumidores del mundo, que cada producto exportado con este sello cuenta con la seguridad de que el chayote, en este caso, está limpio y seguro para el consumo humano, lo cual genera confianza y seguridad en la población, de que los productos exportados de Costa Rica están en un ambiente controlado de plagas y demás afectaciones que puedan sufrir.

Es digna de destacar la labor hecha por los expertos de la norma, al garantizar a los consumidores un producto seguro para las personas, a través de los cuidados específicos que deben tener las empresas productoras desde los campos o fincas de cultivos, que son el primer paso y donde se producen en la mayoría de los casos, los problemas por afectaciones y contaminación del producto, al entrar en contacto con bacterias u otros agentes contaminantes que puede haber en el aire.

## **Categoría 5: Trazabilidad de los productos**

### **Descripción**

Para la quinta categoría de la segunda unidad de análisis, referente a la trazabilidad de los productos que genera la certificación GLOBAL GAP, se formulan los siguientes señalamientos:

- “Una garantía es la trazabilidad que genera el certificarse”. (Entrevistado 7)
- “El contar con la trazabilidad dentro de la norma, genera tranquilidad al comprador”. (Entrevistado 10)

## **Análisis**

La trazabilidad del producto consiste en un conjunto de medidas, acciones y procedimientos, que permiten registrar e identificar cada producto, desde su origen hasta su destino final. Es decir, es “la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un determinado producto”. (Quadralia, 2016)

La trazabilidad es la capacidad para reconstruir el historial de la utilización o la localización de un artículo o producto, mediante una identificación registrada. Un proceso de trazabilidad completo y fiable a lo largo de la cadena de suministro de un producto, es una de las herramientas indispensables a la hora de prevenir y detectar una crisis. Este término se puede referir al origen de las materias primas, el histórico de los procesos aplicados al producto, la distribución y la localización del producto después de la entrega. Un proceso de trazabilidad implica la colaboración entre los distintos agentes de la cadena de suministro. Es necesaria la transmisión de información a lo largo de todo el circuito de aprovisionamiento. La trazabilidad es el resultado de una acción global concertada. (Logística Inversa, 2014)

Es un aspecto relevante el contar con una trazabilidad en la norma, que permite conocer el proceso o historia de un producto o lote en específico, desde su producción hasta el momento de ser entregado al comprador, quien puede tener total certeza de que todo el historial del proceso está debidamente documentado y podrá ser evaluado en caso de ser necesario.

Las empresas que fueron visitadas y consultadas sobre esta categoría, indican que se convierte en un aspecto positivo que favorece la transparencia del proceso para ambas partes, tanto comprador como vendedor, y que también, en caso de un problema funciona como respaldo del proceso que ha llevado el producto desde su producción o cosecha. Cabe

indicar además que esto debe hacerse en las fincas de las empresas, pues desde el momento inicial de la cosecha debe asentarse la documentación inicial pertinente.

Como se indica en esta categoría, dos de los entrevistados señalan la trazabilidad en sus respuestas, teniendo presente lo que esto representa en la certificación, como una de las variables por ser cumplidas.

### **Categoría 6: Certificación de calidad**

#### **Descripción**

En la sexta categoría de la segunda unidad de análisis, referente a la certificación de calidad, se representa la norma mediante los siguientes señalamientos:

- “El contar con una certificación que lo respalde, genera confianza en los negocios”.  
(Entrevistado 1)
- “El contar con una certificación para la empresa, va a ser un diferenciador”.  
(Entrevistado 6)
- “El estar la empresa por una certificación, hace una diferencia en el mercado”.  
(Entrevistado 10)

#### **Análisis**

Las normas internacionales están relacionadas con la gestión de la calidad y son aplicables a cualquier tipo de organización de cualquier sector o actividad. La certificación ayudará a que la organización desarrolle y mejore el rendimiento de cualquier servicio,

producto o proceso que realice, favoreciendo la gestión empresarial. (Sistema de Gestión, 2015)

Las empresas deben conocer su funcionamiento y detectar cuál certificación resulta más acorde con sus necesidades, lo que las induce a la búsqueda de la certificación de calidad, pues les brinda confianza y respaldo ante un cliente o mercado por incursionar con un producto desconocido y que probablemente, al poder mostrar la certificación ante el comprador, este se va sentir seguro de que adquiere y consume un producto de calidad.

### **Categoría 7: Barreras no arancelarias**

#### **Descripción**

La séptima categoría de la segunda unidad de análisis, referente a las barreras no arancelarias que provoca la certificación, muestra los siguientes señalamientos:

- “Se convierte en un requisito obligatorio para ingresar al mercado, siendo una medida no arancelaria para el exportador”. (Entrevistado 1)
- “Las empresas deben cumplir con el requisito de la certificación, ya que el mercado lo toma como una medida no arancelaria, casi obligatoria de cumplir”. (Entrevistado 2)

#### **Análisis**

Para que el producto pueda ingresar al mercado de interés para el exportador, debe cumplir con los requisitos de entrada; esto repercute directamente en los costos y en el tiempo requerido para que el exportador pueda iniciar la comercialización de su producto en ese mercado. Asimismo, el precio final del producto se ve afectado, lo que tiene incidencia en su competitividad. Se consideran barreras no arancelarias a aquellas medidas

que restringen, dificultan o impiden las importaciones, a través de las medidas o acciones gubernamentales, distintas de la imposición de un arancel. (López, 2010)

Una barrera no arancelaria se entiende como toda medida no arancelaria, que tiene un impacto proteccionista, y por ello evita o restringe el ingreso de un producto, o la prestación de un servicio, a un determinado mercado. (Consultorio de Comercio Exterior, 2016)

Con lo señalado anteriormente, los entrevistados concuerdan en que es necesario para las empresas exportadoras de chayote costarricense, contar con una certificación que garantice su calidad, ya que en caso de no cumplirla se verán afectados con el rechazo del producto, por no contar con una certificación, la cual es exigida en los principales mercados de exportación del chayote, lo que obliga a los productores y empresas a certificar los productos y fincas de producción, para poder solventar las necesidades de un cliente exigente y un mercado cada vez más preocupado por consumir alimentos de calidad y en armonía con el medio ambiente.

El mismo mercado se ha encargado de convertir un beneficio en algo de carácter obligatorio, a tal punto de convertirse en una restricción no arancelaria, que es manejada por los compradores de los principales mercados de exportación del chayote en Costa Rica, lo que obliga a invertir en una certificación que genere, de manera paralela, un beneficio en todas las variables de la empresa.

### **Unidad de Análisis 3: Acciones Tomadas**

La tercera unidad de análisis está relacionada con las acciones realizadas o planteadas por el Gobierno de Costa Rica, para promover e incentivar la certificación

GLOBAL GAP; además se tomarán en cuenta los aspectos señalados por los encuestados y se analizarán, comparándolos con la teoría.

Esto significa hacer que las cosas sucedan, en vez de simplemente dejar que ocurran como consecuencia del azar u otros factores externos. Esta instancia ofrece a las personas herramientas para evaluar las diferentes posibilidades, teniendo en cuenta necesidades, valores, motivaciones, influencias y posibles consecuencias, presentes y futuras. Está directamente relacionada con la capacidad de tomar riesgos, pero difiere en que no siempre las decisiones implican necesariamente un riesgo o probabilidad de fracaso, sino dos vías diferenciales y alternativas de acción.

Esto supone un análisis que requiere de un objetivo y una comprensión clara de las alternativas mediante las que se puede alcanzar el objetivo. Además de comprender la situación del entorno en que se presenta, se debe analizar, evaluar, reunir alternativas y considerar las variables, comparar varios cursos de acción y, finalmente, seleccionar la acción por desarrollar. La calidad de las decisiones tomadas marca la diferencia entre el éxito o el fracaso. (Universidad de Cádiz, 2015)

Las acciones tomadas en esta investigación se refieren a lo planteado por el Gobierno de Costa Rica, para fomentar e incentivar, en el sector agrícola, la certificación GLOBAL GAP, que brinde una herramienta de apoyo a los productores del sector para favorecer su competitividad a nivel internacional, permitiendo de una manera directa la mejora en las prácticas agrícolas.

A continuación, se recuerdan las categorías de análisis indicadas por los entrevistados.

1. PROCOMER
2. Empresas PYMES
3. Articulación de instituciones
4. Sector exportador
5. Programas a escala nacional
6. Acceso a certificaciones
7. Participación de expertos
8. Falta de información

A cada categoría se le dará una descripción y se indicarán las frases señaladas por la muestra de la investigación. El análisis se realiza comparando la teoría con las expresiones indicadas.

### **Categoría 1: PROCOMER**

#### **Descripción**

Para la primera categoría de la tercera unidad de análisis, referente a PROCOMER, como la principal entidad en apoyar la certificación, se registran los siguientes señalamientos:

- “El programa CERTEX de PROCOMER, da la oportunidad a las empresas pymes de certificarse”. (Entrevistado 1)
- “En PROCOMER, se plantean programas que permiten el acceso a la certificación”. (Entrevistado 2)
- “Existe mucho apoyo por parte de PROCOMER”. (Entrevistado 5)

- “Solo conozco la tarea llevada a cabo por PROCOMER”. (Entrevistado 6)
- “Únicamente conozco lo planteado por PROCOMER”. (Entrevistado 7)
- “Lo planteado por parte de PROCOMER y su programa CERTEX”. (Entrevistado 9)

### **Análisis**

Esta es una entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses, ya que fue creada en 1996, mediante “Ley de la República N° 7638”, para asumir las funciones que hasta ese momento realizaban la “Corporación de Zonas Francas de Exportación”, el “Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones” (CENPRO) y el “Consejo Nacional de Inversiones”. (PROCOMER, 2014)

En general, PROCOMER es el pilar de apoyo para las empresas costarricenses, en especial para las micro, pequeñas y medianas, en cuanto a su proceso para conquistar los mercados internacionales. También simplifica y facilita los trámites de exportación y genera encadenamientos para la exportación. Para ello elabora estudios de mercado que sirven de guía para la toma de decisiones país y como herramienta para los exportadores. Además, ofrece información de temas logísticos, capacitaciones, talleres y diversas asesorías sobre las nuevas tendencias del mercado global. Promueve nuestra oferta exportadora de bienes y servicios en el mundo, lo cual se realiza a través de ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios, apertura de oficinas claves que apoyan al exportador en sitio, y mediante alianzas con distintas entidades y promotoras homólogas. (PROCOMER, 2015)

Esta institución es un referente a nivel nacional e internacional, ya que ha sido galardonada por tres años consecutivos por la Organización Mundial de Comercio (OMC), como la mejor promotora a nivel internacional, distinción que ha ganado con el trabajo

realizado en pro de favorecer siempre a los exportadores y brindarles las herramientas necesarias para alcanzar el éxito en los mercados internacionales. Su trabajo está focalizado únicamente en el sector exportador, tanto de bienes como servicios, ofreciendo toda una gama de alternativas a disposición de empresarios dispuestos a mejorar y ser guiados a distintas actividades, como misiones y ferias comerciales, las cuales brindan una oportunidad única para hacer negocios y conocer avances en los diferentes sectores de la oferta exportable de Costa Rica.

Después de 21 años de creado PROCOMER, y mediante una ley específica, se ha convertido en una institución que sabe llevar el peso de las exportaciones del país, posicionándose a la vanguardia de todos los procesos y tendencias del mercado internacional, que le permite dotar a los exportadores del conocimiento y las habilidades que requieren, para su éxito empresarial y a nivel país.

En referencia a esta categoría de análisis, y según lo planteado por los distintos entrevistados, todos concuerdan en que solamente conocen las acciones llevadas a cabo por PROCOMER como institución pública, para incentivar en las empresas exportadoras de chayote la necesidad de una certificación que los acredite bajo un estándar internacional de normativa regulatoria y de carácter obligatorio, para ingresar a los mercados de interés.

Reconocen además que existe mucho apoyo de PROCOMER para fomentar la certificación; sin embargo, desconocen qué más plantea el Gobierno de Costa Rica sobre el tema de certificaciones, ya que no tienen acercamiento o bien poseen total desconocimiento de las políticas que plantea el MAG, y que no son ejecutadas en muchos de los casos.

## **Categoría 2: Empresas pymes**

### **Descripción**

La segunda categoría de la tercera unidad de análisis, referente a las empresas pymes, en relación con la certificación GLOBAL GAP, describe los siguientes señalamientos:

- “Se brinda apoyo tanto técnico como financiero a empresas pymes”. (Entrevistado 1)
- “Los programas buscan solventar las debilidades o carencias de las empresas pymes”. (Entrevistado 2)
- “Busca preparar integralmente a empresas pymes” (Entrevistado 9)

### **Análisis:**

Se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMES) toda unidad productiva de carácter permanente, que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias, que desarrollen actividades de agricultura orgánica. Las empresas se clasifican según la actividad empresarial como industriales, comerciales y de servicios, utilizando la clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas. (PYME, 2016)

Las pymes son las pequeñas y medianas empresas, esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas con un

número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño. (Soto, 2016)

Los entrevistados señalaron que si bien es cierto se está realizando un trabajo por parte del Estado, al buscar y fomentar el apoyo a empresas pymes, se deja de lado aquellas que buscan la internacionalización y que requieren de un valor agregado para sobresalir o bien ingresar a los mercados de interés, ya que las pymes de cada país tienen una calificación diferente; además acotan que, cuanto más alejada esté del lugar de origen, la empresa se vuelve menos competitiva.

Esto hace que PROCOMER intervenga de manera positiva, generando apoyo a estas empresas pymes, en este caso dedicadas a la exportación de chayote, como lo plantea la presente investigación, brindando una preparación desde todas las aristas, desde lo financiero hasta lo técnico y fomentando la certificación que les permita solventar debilidades en el proceso productivo o administrativo.

Según las visitas realizadas a las empresas, se pudo apreciar que presentan particularidades en todo el proceso, ya que al ser catalogadas como pymes, no cuentan con recursos suficientes para tener sus propias bodegas o en algunos casos no cuentan con su planta empacadora y esta debe ser alquilada, lo cual incrementa los costos del producto, los que terminan siendo trasladados al consumidor final, y afectando directamente la competitividad que pueda tener el producto en los mercados internacionales.

### **Categoría 3: Articulación de instituciones**

#### **Descripción**

Para la tercera categoría de la tercera unidad de análisis, referente a las empresas pymes, en relación con la certificación GLOBAL GAP, se recogen los siguientes señalamientos:

- “Un trabajo conjunto entre instituciones, permite un mayor éxito en los programas”. (Entrevistado 3)
- “Podrían gestionarse esfuerzos desde otras instituciones o ministerios”. (Entrevistado 6)
- “Debe existir una articulación conjunta por parte de las instituciones para unificar esfuerzos”. (Entrevistado 7)

#### **Análisis**

Se visualiza la oportunidad de disponer de herramientas específicas para promover el intercambio de información y generar una mayor participación entre las instituciones. La relación cercana entre instituciones es suficiente para impulsar sinergias que promuevan el favorecimiento de las necesidades que tienen las empresas, principalmente las pymes, al ser un grupo con menores recursos.

Es necesario que las instituciones repiensen las maneras de gestionar, disponer y coordinar estrategias para promover la participación de los diversos actores del ecosistema empresarial en el que interactúan. Concebir un mismo ideal para la articulación empresarial es prioritario, en cuanto se tomen decisiones conjuntas, y la inclusión de actores y organizaciones dentro de las distintas instituciones y empresas. Esto es clave para diseñar,

de manera participativa y conjunta la implementación de políticas. Esto no se produce de manera espontánea, se da a partir de la combinación de una serie de factores conjuntos; es un proceso complejo en el que interactúan diversos intereses, relaciones de poder, estrategias, incentivos, entre otros. (Cellucci, 2014)

En general debe existir un trabajo conjunto y articulado entre las instituciones estatales, que permita un mayor apoyo y acompañamiento para las empresas, específicamente para las productoras de chayote, en virtud de buscar alcanzar la certificación que los acredite con las buenas prácticas agrícolas, en el entendido de que se trabaja de manera conjunta, dejando de lado las diferencias, intereses y el querer sobresalir por encima de los demás, para alcanzar y obtener un beneficio a nivel país.

Se señala esta categoría en particular, ya que así lo enfatizan los entrevistados en sus menciones, cuando indican que debería existir un trabajo conjunto entre las instituciones para alcanzar el éxito en los programas, siendo esto un aliciente más para determinar que es necesario un trabajo en conjunto, que maximice los esfuerzos que les permitan a las empresas exportadoras de chayote, alcanzar la certificación.

#### **Categoría 4: Sector exportador**

##### **Descripción**

La cuarta categoría de la tercera unidad de análisis, referente a las empresas pymes, en relación con la certificación GLOBAL GAP, registran los siguientes señalamientos:

- “Aumentar la competitividad del sector exportador”. (Entrevistado 3)
- “La decisión de certificarse debe nacer propiamente de cada exportador”. (Entrevistado 4)

- “Brindar el apoyo necesario al sector exportador es fundamental”. (Entrevistado 5)
- “Incentivar más el sector exportador del país”. (Entrevistado 8)

### **Análisis**

El portal “conceptodefinción.de” brinda la siguiente descripción: el sector exportador comprende todos los productos y venta de servicios que forman parte del sector comercial en general, el cual es aquel establecido por un conjunto de la sociedad, en el que se distribuyen productos y servicios a los consumidores y clientes del mundo, teniendo acceso a los distintos bienes.

El portal “definción.de” brinda la siguiente descripción: El concepto puede hacer referencia al conjunto de personas que comparten unas mismas características o actividades económicas, las cuales les permiten diferenciarse de otros individuos; además se llama sector exportador al conjunto de actividades productivas o comerciales directamente relacionadas con la actividad de exportación.

Algunos de los encuestados señalaron que este tipo de certificaciones viene a incentivar el sector exportador, además de hacerlo más competitivo, tanto a nivel de empresas, como en el momento de ingresar a los distintos mercados internacionales, que por sí solos exigen ser competitivos, porque la idea principal no es solo hacer una exportación, sino que se convierta en una actividad frecuente y que la empresa y la producción esté destinada para esa actividad económica, que permita contactar distintos clientes que compren el producto, respaldados por una certificación.

Uno de los entrevistados menciona que la decisión de certificarse debe nacer del sector exportador propiamente, y no deja de ser una idea fuera de contexto, ya que las empresas son las que están en el día a día con sus clientes, y son ellos quienes la solicitan para comercializar los productos. Esto genera que la empresa reconozca la necesidad de

obtener una certificación que la respalde y garantice la seguridad de su producto, con estándares internacionales reconocidos.

Es de importancia brindarle al sector exportador las condiciones necesarias para competir y trabajar en los mercados internacionales, para que pueda competir no solo por la certificación, sino también hacerlo competitivo a través de distintas variables que mejoran la capacidad del sector exportador del país.

### **Categoría 5: Programas a escala nacional**

#### **Descripción**

Para la quinta categoría de la tercera unidad de análisis, referente a los programas de certificación, y que deberían extenderse a todo el país, se anotan los siguientes señalamientos:

- “Lo ideal es contar con un programa a nivel nacional y de manera permanente”. (Entrevistado 1)
- “Lo mejor sería contar con un programa a nivel nacional y de acompañamiento continuo”. (Entrevistado 4)

#### **Análisis**

El portal “definicion.de” brinda la siguiente descripción: un programa es un conjunto de acciones que una organización ejecuta de forma coordinada, con el objetivo de alcanzar una meta. Las acciones se encuentran relacionadas entre sí. Por su parte el adjetivo nacional hace mención a lo relacionado con una nación. La noción de un programa nacional, en su

sentido más amplio, se refiere a una iniciativa que se ejecuta en la totalidad del territorio de un país o que aspira a llegar a todas las regiones de ese territorio. El programa nacional apunta a satisfacer necesidades a nivel humano, social y comercial; además pueden perseguir diferentes objetivos.

Los entrevistados señalan la importancia de contar con un programa de certificaciones que sea de carácter nacional y, además, que sea presentado de manera permanente para todas aquellas empresas pymes o desarrolladas que pretendan acceder a una certificación de calidad, bajo un programa de acompañamiento y mejora continua, que permita a los asesores trabajar en aquellos puntos débiles o de dolor para la empresa, en su respectivo tratamiento o mejora, asegurando en cada aparte del proceso, conseguir la certificación al finalizar por completo dicho programa; así se benefician de manera directa, principalmente, aquellas empresas que cuentan con menos recursos para una iniciativa de esta naturaleza.

El contar con un programa a nivel nacional, permite no solo a la empresa mejorar, sino también la perspectiva que esto genera, de cara a competir en los mercados internacionales, de modo que cada vez serán más las empresas listas para ingresar a competir de manera directa en los principales mercados, como lo menciona una de las categorías de análisis anteriormente mencionada, sobre los mercados europeo y norteamericano.

### **Categoría 6: Acceso a certificaciones**

#### **Descripción**

En la sexta categoría de la tercera unidad de análisis, referente a la necesidad de las empresas de acceder a una certificación, se recogen los siguientes señalamientos:

- “Permitir a las empresas alcanzar una certificación, es vital para ingresar a nuevos mercados”. (Entrevistado 1)
- “enfaticar la necesidad y la importancia que representa para las empresas contar con una certificación”. (Entrevistado 2)
- “Ofrecer las herramientas básicas para lograr una certificación”. (Entrevistado 5)
- “Lograr acceder a nuevos mercados a través de una certificación”. (Entrevistado 9)

### **Análisis**

Hoy en día la exportación se ha convertido para muchas empresas en la piedra filosofal. Desafortunadamente ni la exportación es fácil ni es la solución a los problemas de muchas empresas. Especialmente en el sector agroalimentario, se están tornando fundamentales los sistemas de gestión de calidad ISO, FSSC 22000, GLOBAL GAP, así como otras certificaciones. Actualmente las certificaciones FSSC 22000 o GLOBAL GAP son fundamentales para poder trabajar con la gran distribución a nivel mundial, especialmente europea. Contar con estos certificados supone un gran esfuerzo para la empresa, por los procesos tan estrictos y cuidadosos que debe seguir, así como por todos los cambios previos que se requieren, para poder pasar con éxito las auditorías. Por todo esto las certificaciones de calidad son, hoy en día, la puerta de entrada a muchos mercados. Asumir el rol de las certificaciones como carta de presentación, es cada día más importante para ser competitivo en todos los niveles. (Economía Express , 2016)

La empresa debe reconocer la necesidad de implantar un sistema de gestión de la calidad. Los motivos fundamentales son las exigencias de nuevos clientes, o la detección de necesidades de mejora para satisfacer a los clientes actuales. Es recomendable e importante que, en todo el proceso, la organización se encuentre guiada por personas que conozcan la metodología de implementación de la certificación. Además, el proceso de implantación y los propios sistemas deben estar planificados. La planificación del sistema debe realizarse

tras identificar y analizar todos los procesos desarrollados por la organización. (Gómez, 2013)

Resulta indispensable para las empresas contar con las herramientas mínimas o necesarias, para poder competir de manera frecuente en los mercados internacionales; debe existir un compromiso real de ofrecer a las empresas las condiciones idóneas para llegar a alcanzar con éxito el proceso de certificarse, ya que, para el sector agrícola, al cual pertenecen las empresas productoras de chayote, es una prioridad contar con una certificación reconocida a nivel internacional.

Lo expresado por uno de los entrevistados: “Enfatizar la necesidad y la importancia que representa para las empresas contar con una certificación”, debe ser una prioridad para la administración de las empresas, una necesidad para competir en los mercados internacionales.

### **Categoría 7: Participación de expertos**

#### **Descripción**

Para la séptima categoría de la tercera unidad de análisis, referente a la participación activa de expertos sobre la certificación GLOBAL GAP, se mencionan los siguientes señalamientos:

- “Es importante la participación de un experto en el asesoramiento de la empresa”. (Entrevistado 4)
- “El compromiso de la empresa con el asesor debe ser total para alcanzar el éxito”. (Entrevistado 5)

- “A partir de un cierre de brechas hecho por expertos, para conocer la unificación entre productor y sus deficiencias”. (Entrevistado 9)

## **Análisis**

La demanda de productos certificados bajo la Norma GLOBAL GAP ha crecido exponencialmente en todo el mundo, alcanzando, a fines del año 2010, el número de 130.000 productores certificados. Este ámbito exige la formación de inspectores y auditores internos, con la debida competencia y capacitación para el manejo de las inspecciones, tanto en el campo de los productores, como en el manejo de las auditorías del sistema de la calidad. En las últimas versiones de la norma GLOBAL G.A.P. han aumentado las exigencias de competencia para inspectores y auditores, lo que genera una mayor demanda en la capacitación del personal clave en las empresas.

GLOBAL GAP se ha convertido en una normativa de referencia, a nivel internacional, de buenas prácticas agrícolas, para empresas agrícolas y todo tipo de fincas agropecuarias. El proceso de implantación y certificación de esta normativa requiere conocimientos específicos y una alta cualificación de los responsables de la implantación y mantenimiento de este sistema, debido a la extensión de sus requisitos. (Auditorías, 2017)

Según lo plantea uno de los entrevistados, es importante el papel que juega el auditor o ente certificador de la norma, en relación con la empresa, en el sentido de que debe existir un asesoramiento completo, por parte del experto en la norma, para con la empresa; esto lo que permite es llegar a completar todo el proceso de la certificación de una manera exitosa.

Uno de los encuestados además señaló lo siguiente: “A partir de un cierre de brechas hecho por expertos, para conocer la unificación entre productor y sus deficiencias”; esto es muy necesario, ya que permite conocer el punto de partida de la empresa en el

momento de realizar el proceso de la certificación, donde el experto señala todos los puntos por mejorar, para alcanzar el éxito al final de la evaluación.

Se enfatiza, por parte de los entrevistados, en el trabajo realizado por los expertos o asesores de la certificación; sin embargo debe existir un trabajo articulado y conjunto entre ambas partes para llegar a buen puerto, que permita tanto al experto realizar su trabajo de buena manera, como también la responsabilidad con que cuenta de parte de las empresas, para garantizar el cumplimiento de todas las mejoras solicitadas en cada una de las micro evaluaciones hechas en los distintos sectores de la empresa, tanto a nivel de fincas, como también en el trabajo operativo realizado diariamente, asegurando al evaluador que todos los aspectos han sido mejorados eficientemente y que la empresa se encuentra preparada para recibir la certificación.

## **Categoría 8: Falta de información**

### **Descripción**

La octava categoría de la tercera unidad de análisis, referente a la falta de información que tienen los productores sobre la norma GLOBAL GAP, registra los siguientes señalamientos:

- “El no conocer sobre certificaciones, causa a las empresas desestabilidad”. (Entrevistado 3)
- “A nivel general existe mucho desconocimiento por parte de los exportadores sobre la certificación”. (Entrevistado 9)
- “En el mercado existe desinformación por parte de los productores en relación con la norma”. (Entrevistado 10)

## **Análisis**

Con base en lo señalado por los entrevistados, cabe indicar que las empresas del sector agrícola principalmente, cuentan con un gran desconocimiento de lo que realmente son las certificaciones y ventajas o beneficios y demás que estas ofrecen para las empresas del sector exportador. Esto causa, en muchas ocasiones, confusión entre los mismos productores y desconocimiento de las principales certificaciones enfocadas al sector agropecuario, que sin duda son de suma importancia conocer y aún más si estas vienen a favorecer a las empresas. Un tema que resulta es lo expresado por uno de los entrevistados cuando menciona lo siguiente: “El no conocer sobre certificaciones, causa a las empresas desestabilidad”; esto es, en términos generales, mucho de lo que viven las empresas cuando desean ingresar a un mercado y no cuentan con una certificación y desconocen de la norma y, más aún, cómo acceder a ella.

## **Interpretación de los datos**

Los mercados internacionales representan una oportunidad de expansión y posicionamiento de los productos, según lo señalan los entrevistados. Sin embargo, cada mercado cuenta con características particulares, ya sea por idioma, cultura, gustos y preferencias, lo cual genera algunas restricciones propias de cada país. En general cada empresa deberá analizar cuál o cuáles son los mejores mercados para acceder, según las distintas variables que deben tomarse en cuenta, cuando se desea incursionar en un nuevo mercado, y evaluando las particularidades que presenta cada producto. Algunos aspectos relacionados con la certificación GLOBAL GAP, son la relación que existe entre una certificación y la oportunidad de ingresar o acceder a un mercado internacional, pues esta es la llave de entrada.

Las empresas deben adaptarse no solo a las necesidades del mercado, sino también a los requisitos que estos exigen para comercializar los productos en los principales mercados

de exportación, como lo son Europa y Estados Unidos. Cabe señalar que los entrevistados señalaron estos mercados como los más importantes, a nivel mundial, para los productores nacionales. Su interés está centrado en que Costa Rica actualmente esté dentro del top tres de países exportadores de chayote a nivel mundial.

Ambos mercados, tanto el europeo como el estadounidense, al solicitar la certificación GLOBAL GAP, para ingresar a su mercado han hecho que el chayote exportado de Costa Rica sea cada vez de mayor calidad. Estados Unidos es el principal socio comercial para la exportación de chayote; sin embargo, con el paso del tiempo los europeos han cambiado sus gustos y preferencias, optando por una dieta más saludable, y consumiendo productos en armonía con el medio ambiente. Esto lo han logrado a través de solicitar la certificación para ingresar el producto a esos mercados, teniendo que cumplir estándares de calidad internacional, mejorando no solo el producto como tal, sino también la competitividad de la empresa.

De acuerdo con lo indicado por parte de los entrevistados, las empresas por lo general tienen la necesidad de buscar un elemento diferenciador de la competencia, algo que los distinga de los demás productos y genere un interés adicional para el consumidor, un plus que el producto ofrece; sin embargo, se necesita algo adicional para mantenerse en los mercados de alto nivel.

Algo llamativo en los centros de cultivos, es el estricto cuidado que los productores le dan a su cultivo certificado, ya que no dejan ningún aspecto al azar, y están comprometidos en garantizar la calidad del producto a cada consumidor, ya que para ellos el valor agregado está desde el momento en que el producto es cosechado. Esto basado en un conjunto de variables que trasciende más allá de solamente el producto, para garantizar al consumidor final que el producto ofrecido cuenta con un estándar de calidad internacional.

Según lo expresado por los entrevistados, al contar con la certificación, las empresas de chayotes costarricenses transfieren ese beneficio al consumidor final, el cual tendrá un producto inocuo, que solamente la norma le brinda. Cabe señalar que hoy día los consumidores son más estrictos al adquirir sus productos. Estos beneficios ofrecidos generan confianza y seguridad, para el producto y para la empresa y, por supuesto, para el consumidor.

La gestión de calidad es algo que depende de cada empresa y que va de la mano con la certificación GLOBAL GAP, que a su vez trabaja de manera conjunta para garantizar la seguridad, inocuidad y veracidad de todo el proceso continuo de la empresa, tanto desde el punto de vista empresarial, como también desde sus propias fincas de producción certificadas.

En la práctica las empresas deben tomar en consideración algunos aspectos importantes como el producto, el mercado y el mercado meta al que va dirigido el producto, ya que actualmente existen diversas certificaciones para productos de cada sector, por lo cual es necesario que exista una armonización, a nivel mundial, de las certificaciones, de modo que se pueda manejar un solo tipo de normas que faciliten el proceso de las empresas.

Los entrevistados señalan que es fundamental contar con una buena planificación de mercadeo, que permita concretar buenos negocios de exportación de chayote, haciendo una planificación estratégica adecuada, contemplando todas las variables de la compañía, con un objetivo y norte claro de lo que se desea alcanzar, así como del mercado meta al que se desea llegar con un producto de calidad, respaldado por un trabajo ordenado y planificado.

En la página web propia de la norma, se plantea que esta certificación ha venido trabajando desde hace mucho tiempo y que, lo que es hoy día, ha sido el resultado de expertos en materia agrícola, en aras de favorecer a productores, minoristas y consumidores

del mundo, que diariamente están en contacto con productos agrícolas y que, con esta norma se garantiza la seguridad e inocuidad, además de los procesos de mejora continua, ya que plantea la necesidad de las empresas para estar en constante evolución y adaptadas a una filosofía de éxito.

La certificación como tal tiene carácter de normativa; las empresas productoras de chayote deben conocer las regulaciones para alcanzar con éxito el objetivo de certificarse bajo la norma GLOBAL GAP, ya que en caso contrario no solo no serán certificadas, sino que también van a tener que replantear aquellos puntos débiles o de dolor que fueron causa suficiente para no llegar a una certificación.

Para la certificación GLOBAL GAP, el tema de la inocuidad alimentaria es uno de los pilares fundamentales. Por tal motivo las empresas exportadoras de chayote costarricense buscan garantizarle a los consumidores del mundo, que cada producto exportado con esa certificación, cuenta con la seguridad de que, el chayote para el caso, está limpio y seguro para el consumo humano, evitando así ser víctimas de plagas y demás afectaciones que pueda sufrir.

Es digna de destacar la labor hecha por los expertos de la norma, al garantizar a los consumidores un producto seguro para las personas, a través de cuidados específicos que deben tener las empresas productoras, desde los campos o fincas de cultivos, donde se producen en la mayoría de los casos, los problemas por afectaciones. Así se favorece la trazabilidad en la norma, que permite conocer el proceso o historia de un producto o lote, en específico, desde su producción hasta el momento de ser entregado al comprador, quien puede tener total certeza de que todo el historial del proceso está debidamente documentado y podrá ser evaluado en caso de ser necesario.

Las empresas visitadas indican que la trazabilidad se convierte en un aspecto positivo, que favorece la transparencia del proceso tanto para el comprador como para el vendedor y que, también, en caso de un problema funciona como respaldo del proceso que

ha llevado el producto, desde su producción o cosecha. Cabe indicar además que esto debe hacerse en las fincas de las empresas, desde el momento inicial de la cosecha, cuando se realiza toda la documentación.

Los entrevistados concuerdan en que es necesario para las empresas exportadoras de chayote costarricense, contar con una certificación que garantice su calidad, ya que, en el caso contrario, habrá afectación por el rechazo del producto. Esta medida no arancelaria rige en los principales mercados de exportación del chayote, lo que obliga a los productores y empresas a certificar sus productos y sus fincas de producción, para poder solventar las necesidades de un cliente exigente y un mercado cada vez más preocupado por consumir alimentos de calidad y en armonía con el medio ambiente.

El mismo mercado se ha encargado de convertir un beneficio en algo de carácter obligatorio, a tal punto de convertirse en una restricción no arancelaria, que es manejada por los compradores de los principales mercados de exportación del chayote de Costa Rica, lo que obliga a invertir en una certificación que genere, de manera paralela, un beneficio en todas las variables de la empresa. Esto obliga a PROCOMER, como ente gubernamental, a brindar apoyo a las empresas que desean certificarse.

PROCOMER, a nivel nacional, cuenta con un renombre como ente estatal dedicado a fomentar las exportaciones, brindando a los productores las herramientas necesarias para alcanzar el éxito en los mercados internacionales. Su trabajo tiene énfasis en el sector exportador, tanto de bienes como servicios, y ofrece toda una gama de alternativas a disposición de los empresarios. Esto es reconocido por los propios entrevistados, los cuales reconocen la labor realizada por esta institución y su apoyo al implementar nuevas tendencias, según lo marcado por los mercados, así como el trabajo con las empresas pymes.

Reconocen los productores de chayote, además, que existe mucho apoyo de PROCOMER, al fomentar la certificación; sin embargo, desconocen que más plantea el

gobierno de Costa Rica sobre el tema de certificaciones, ya que no tienen acercamiento o bien poseen total desconocimiento de las políticas que plantea el MAG, y que no son ejecutadas en muchos de los casos.

Los entrevistados además señalaron, que si bien es cierto se está realizando un trabajo por parte de PROCOMER como ente estatal, al buscar y fomentar el apoyo a empresas pymes, se deja de lado aquellas que buscan la internacionalización y que requieren de un valor agregado para sobresalir o bien ingresar a los mercados de interés, ya que las pymes de cada país tienen una calificación diferente, además de recordar que entre más alejada esté del lugar de origen, la empresa se vuelve menos competitiva.

Esto hace que PROCOMER intervenga de manera positiva, generando apoyo a estas empresas pymes, en este caso dedicadas a la exportación de chayote como lo plantea la presente investigación, brindando una preparación desde varias aristas, incluyendo la financiera y la técnica, y fomentando la certificación, que les permita solventar debilidades en el proceso productivo o administrativo.

Durante las visitas realizadas a las empresas, se pudo apreciar que presentan particularidades en todo el proceso, ya que al ser catalogadas como “pymes”, no cuentan con recursos suficientes para tener sus propias bodegas o, en algunos casos, no cuentan con su planta empacadora y esta debe ser alquilada, lo cual incrementa los costos del producto, que terminan siendo trasladados al consumidor final y afectando directamente la competitividad que pueda tener el producto en los mercados internacionales.

Reconocen que debe existir un trabajo conjunto y articulado entre las instituciones estatales, para que sean apoyo y acompañamiento directo de las empresas productoras de chayote, en virtud de buscar alcanzar la certificación GLOBAL GAP, que los acredite con las buenas prácticas agrícolas, en el sentido de que se trabaje de manera conjunta, dejando

de lado las diferencias, intereses y el querer sobresalir por encima de los demás, para alcanzar y obtener un beneficio a nivel país.

En virtud de los señalamientos hechos por los entrevistados, se indica que debería existir un trabajo conjunto entre las instituciones para alcanzar el éxito en programas de certificaciones. Es necesario un trabajo en conjunto, que maximice los esfuerzos para permitir a las empresas exportadoras de chayote, alcanzar la certificación.

Algunos de los encuestados señalaron que este tipo de certificaciones viene a incentivar el sector exportador, además de hacerlo más competitivo, tanto a nivel de empresas, como en el momento de ingresar a los distintos mercados internacionales, que por sí solos exigen ser competitivos, ya que la idea principal no es solo hacer una exportación, sino que se convierta en una actividad frecuente para las empresas.

Según concuerdan los entrevistados, la decisión de certificarse debe nacer del sector exportador y no deja de ser una idea fuera de contexto, ya que las empresas son las que están en el día a día con sus clientes y son ellos quienes la solicitan para comercializar los productos. Esto genera que la empresa reconozca la necesidad de obtener una certificación que la respalde y garantice la seguridad de su producto, con estándares internacionales reconocidos.

Cabe señalar que se debe brindar, al sector exportador, las condiciones necesarias para competir y trabajar en los mercados internacionales, para competir no solo por la certificación, sino también hacerlo competitivo a través de distintas variables que mejoren la capacidad del sector exportador del país.

Los entrevistados señalan que el contar con un programa de certificaciones que sea de carácter nacional y, además, que sea presentado de manera permanente para todas aquellas empresas pymes o desarrolladas, que pretendan acceder a una certificación de calidad, bajo un programa de acompañamiento y mejora continua, permite un beneficio de

manera directa, principalmente a aquellas empresas que cuentan con menos recursos para una iniciativa de esta naturaleza.

El contar con un programa a nivel nacional, permite no solo a las empresas mejorar, sino también la perspectiva que esto genera de cara a competir en los mercados internacionales, de modo que sean cada vez más las empresas listas para ingresar a competir de manera directa en los principales mercados, como lo menciona una de las categorías de análisis, anteriormente mencionada, sobre los mercados europeo y estadounidense.

Resulta indispensable para las empresas contar con las herramientas mínimas o necesarias para poder competir de manera frecuente en los mercados internacionales, debe existir un compromiso real de ofrecer a las empresas las condiciones idóneas para llegar a alcanzar con éxito el proceso de certificarse, ya que, para el sector agrícola, al cual pertenecen las empresas productoras de chayote, es una prioridad contar con una certificación que se les reconozca a nivel internacional.

Uno de los entrevistados menciona: “Enfatizar la necesidad y la importancia que representa para las empresas contar con una certificación”. Esto, para las empresas, debe ser una prioridad que respalde el trabajo realizado y genere confianza en los clientes del producto en torno a la inocuidad que representa para el consumo humano.

Los entrevistados reconocen el papel importante que juega el auditor o ente certificador de la norma, con la empresa, al existir un asesoramiento completo por parte del experto en la norma para con la empresa, que permite llegar a completar todo el proceso de la certificación de una manera exitosa.

Uno de los encuestados además señaló lo siguiente: “A partir de un cierre de brechas hecho por expertos, para conocer la unificación entre productor y sus deficiencias”; esto es muy necesario, ya que permite conocer el punto de partida de la empresa en el

momento de realizar el proceso de la certificación, cuando el experto señala todos los puntos por mejorar para alcanzar con éxito la evaluación final.

Además, se enfatiza, por parte de los entrevistados, en el trabajo realizado por los expertos o asesores de la certificación; sin embargo debe existir un trabajo articulado y conjunto entre ambas partes para llegar a buen puerto, lo que permite tanto al experto realizar su trabajo de buena manera, como también la responsabilidad con que cuenta de parte de las empresas, el garantizar el cumplimiento de todas las mejoras solicitadas en cada una de las micro evaluaciones hechas en los distintos sectores de la empresa, tanto a nivel de finca como también en el trabajo operativo realizado diariamente, asegurando al evaluador que todos los aspectos han sido mejorados eficientemente y que la empresa se encuentra preparada para recibir la certificación.

Por otra parte, según lo señalan los entrevistados, cabe indicar que las empresas del sector agrícola, principalmente, cuentan con un gran desconocimiento de lo que realmente son las certificaciones y las ventajas y demás beneficios que estas ofrecen para las empresas del sector exportador, causando en muchas ocasiones confusión entre los mismos productores y desconocimiento de las principales certificaciones enfocadas al sector agropecuario, lo cual, sin duda, es de suma importancia conocer y aún más si esta viene a favorecer a las empresas. Se resalta lo expresado por uno de los entrevistados, cuando menciona lo siguiente: “El no conocer sobre certificaciones, causa a las empresas desestabilidad”; esto es, en términos generales, mucho de lo que viven las empresas cuando desean ingresar a un mercado y no cuentan con una certificación y desconocen la existencia de la norma y, más aún, cómo acceder a ella.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Las conclusiones y recomendaciones son parte vital de la investigación, pues expresan los principales logros alcanzados en relación con los objetivos específicos planteados. En este capítulo y a partir de las mismas fuentes, surgen las recomendaciones, las cuales van dirigidas a personas o entes, para así proponerles una mejora que beneficie, en conjunto, a exportadores y productores.

A continuación, las conclusiones y recomendaciones derivadas del desarrollo completo de esta investigación:

### **Conclusiones**

Según el análisis realizado en la primera categoría, se concluye que las empresas deben adaptarse no solo a las necesidades del mercado, sino también a los requisitos que estos exigen para comercializar los productos.

Con respecto a la exportación a mercados internacionales, se concluye que representan una oportunidad de expansión y posicionamiento de los productos. Sin embargo, cada empresa decide cuál o cuáles son los mejores mercados más accesibles, si cuentan con la certificación Global GAP.

Con respecto a los mercados europeo y estadounidense, se concluye que ambos son los principales consumidores del chayote exportado de Costa Rica.

Además, se concluye que es necesario para las empresas exportadoras de chayote costarricense, contar con una certificación que garantice su calidad.

También, la decisión de certificarse debe nacer del sector exportador; las empresas son las que están en el día a día con sus clientes y son ellos quienes la solicitan para comercializar los productos, al conocer la necesidad de obtener una certificación Global GAP.

También se concluye la presencia de Costa Rica en el top tres de países exportadores de chayote a nivel mundial.

La gestión de calidad es algo que depende de cada empresa y que va de la mano con la certificación, que a su vez trabaja de manera conjunta para garantizar la seguridad, inocuidad y veracidad de todo el proceso continuo de la empresa, tanto desde el punto de vista empresarial, como también desde sus propias fincas de producción certificadas.

Para la certificación Global GAP, el tema de la inocuidad alimentaria es uno de los pilares fundamentales.

Además, al contar con la certificación, las empresas de chayote costarricense, transfieren ese beneficio al consumidor final, el cual tendrá un producto inocuo, que solamente la norma le garantiza.

También, las empresas por lo general, tienen la necesidad de buscar un elemento diferenciador de la competencia, algo que los distinga de los demás productos y genere un interés adicional en el consumidor.

Con respecto al procesos de mejora continua, se concluye que esta certificación ha venido trabajando desde hace mucho tiempo y lo que es hoy día, ha sido el resultado de plantear la necesidad de las empresas para estar en constante evolución y adaptadas a una filosofía de éxito.

La trazabilidad que presenta la norma Global GAP, se convierte en un aspecto positivo, que favorece la transparencia del proceso para ambas partes, comprador y vendedor, y que también, en caso de un problema funciona como respaldo del proceso que ha llevado el producto desde su producción.

Se puede concluir que los mercados se han encargado de convertir un beneficio en algo de carácter obligatorio, al punto de convertirse en una restricción no arancelaria.

Se señala a PROCOMER como la mejor promotora a nivel internacional por tercer año consecutivo, con el trabajo realizado en pro de favorecer siempre a los exportadores y brindarles las herramientas necesarias para alcanzar el éxito, al estar a la vanguardia de todos los procesos y tendencias de los mercados internacionales.

Se reconoce además que existe mucho apoyo de PROCOMER, al fomentar la certificación; sin embargo, se desconoce que más plantea el Gobierno de Costa Rica sobre el tema de certificaciones.

En general, debe existir un trabajo conjunto y articulado entre las instituciones estatales, que permita un mayor apoyo y acompañamiento para las empresas, específicamente para las productoras de chayote, en virtud de buscar alcanzar la certificación Global GAP.

Se destaca la falta de un programa de certificaciones, que sea de carácter nacional y permanente, para todas aquellas empresas pymes o desarrolladas que buscan acceder a una certificación de calidad, bajo un programa de acompañamiento.

Para las empresas es importante contar con las herramientas mínimas que respalden el trabajo realizado para conseguir una certificación, ya sea mediante el programa de PROCOMER, con un auditor o ente certificador que brinde un acompañamiento continuo.

Se puede concluir que las certificaciones incentivan al sector exportador, además de hacerlo más competitivo, pues así contactan a distintos clientes que compren sus productos, respaldados por una certificación.

Por otra parte, se puede concluir que las empresas del sector agrícola, desconocen lo que realmente son las certificaciones y sus ventajas y beneficios.

Es importante el papel que juega el auditor o ente certificador de la norma Global GAP, con la empresa, en el sentido de que debe existir un asesoramiento completo por parte del experto con la empresa.

Las empresas mantienen un estricto cuidado de sus cultivos certificados, ya que no dejan ningún aspecto al azar, y están comprometidos con la garantía de calidad del producto a cada consumidor, cumpliendo a cabalidad todo lo establecido por la certificación Global GAP.

La certificación como tal tiene un carácter de normativa, de modo que las empresas y productores de chayote deben conocer las regulaciones para alcanzar con éxito el objetivo de certificarse bajo la norma Global GAP.

De manera general se determina que Costa Rica cuenta con una amplia capacidad a nivel de producción y exportación de chayote; sin embargo es necesario contar con la certificación Global GAP, que permita ser la llave de acceso a los principales mercados internacionales.

## **Recomendaciones**

Se les recomienda a los productores y exportadores contar con la certificación Global GAP; esto lo pueden lograr accediendo a la oferta del servicio de certificaciones con que cuenta PROCOMER, a través de su departamento de encadenamiento para la exportación, en un trabajo conjunto con un ente implementador de la norma y otro encargado de la revisión y supervisión, para acceder a los distintos mercados internacionales.

Se le recomienda a PROCOMER lo siguiente:

Aumentar la diversificación de certificaciones, ya que actualmente solo cuenta en su programa con tres normas; no obstante, muchas de las empresas requieren otras normas que no están contempladas en su programa de certificaciones. Esto hace que muchas empresas no puedan participar del proceso. Una manera de hacerlo es siguiendo las tendencias de los mercados internacionales, que constantemente están surgiendo nuevas normas en cuanto a certificaciones se refiere.

Se les recomienda a PROCOMER en conjunto con el MAG diseñar y ejecutar un plan permanente de certificaciones a nivel nacional, a través de un trabajo articulado entre las instituciones, para facilitar el acceso de las empresas PYMES a las distintas certificaciones y lograr con esto que no solo se beneficie cada empresa, sino también aumentar de manera general la competitividad del país ante el mundo.

Se recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería, un trabajo más de cerca con las empresas pymes del sector chayotero, que permita un acercamiento a las fincas de producción, para revisiones periódicas, ya que actualmente no se realizan ni siquiera estudios de las plantaciones; así se evita con esto que se desarrollen plagas u otras enfermedades en los cultivos.

Se le recomienda al sector chayotero lo siguiente:

Trabajar bajo una estructura de estrategias de mercado, que consiste en planificar los mercados de interés, su incursión a través de un intermediario o cliente directo, la promoción del producto, así como la participación en ferias internacionales del sector, ya que en muchos casos trabajan de manera desorganizada; esto lo pueden solventar con la certificación Global GAP, la cual permite de una manera conjunta trabajar bajo una hoja de ruta, con objetivos y metas claras. Sin embargo, PROCOMER, en su departamento de inteligencia comercial, cuenta con estudios del sector que favorecen la toma de decisiones para el alcance de las metas a de las empresas.

A los encargados de la “Cámara de chayoteros”, se les recomienda divulgar información relativa a la certificación Global GAP, ya que existe mucho desconocimiento dentro del sector chayotero, en relación al tema de certificaciones. Una manera de hacerlo es mediante charlas informativas, con expertos en la norma, que instruyan a las empresas, sobre los distintos beneficios que esto conlleva.

Al sector chayotero exportador, generar valor agregado a su producto; no obstante, existe mucha competencia en los mercados internacionales, lo que obliga a las empresas a buscar un diferenciador de los demás. Esto hace que el producto costarricense se destaque del resto. Una manera de hacerlo más sencillo es mediante la certificación Global GAP,

para generar confianza en los consumidores, bajo patrones de inocuidad y aumentar la calidad de los productos.

## Referencias

### Informes

- Boreau. (2017). *Fssc 22000*. Argentina: Santa Clara.
- Bureau Veritas. (2006). *Certificación GlobalGAP*. Madrid: rgb.
- Global G.A.P. (2016). *Reglamento General* . Cologne, Alemania: spichernstrasse.
- M.A.G. (2012). *Agrocadena Chayote*. San José: Editorial Costa Rica.
- M.A.G. (2016). *M.A.G.* San José: Rdk.
- PROCOMER. (2013). Memoria Institucional PROCOMER. En PROCOMER, *Memoria Institucional PROCOMER* (pág. 79). San Jose: MEPRO.
- PROCOMER. (2015). *Memoria Institucional* . San José: MEPRO.
- Rainforest-Alliance. (2010). *Agricultura Sostenible*. España: S.A.N.

### Libros

- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. VI Edición). Mexico D.F. : Mc Graw Hill

### Periodicos y Revistas

- Barquero, M. (02 de Junio de 2017). Costa Rica logra bajar las retenciones de productos agrícolas en Estados Unidos. *La Nación*.

### Páginas Web

- AENOR. (28 de 09 de 2014). *Asociación Española de Normalización y Certificación* . Recuperado el 12 de 04 de 2017, de Asociación Española de Normalización y Certificación : [https://www.aenor.es/aenor/certificacion/procesos/proceso\\_certificacion\\_aenor.asp#.WQIYJNQ1\\_IU](https://www.aenor.es/aenor/certificacion/procesos/proceso_certificacion_aenor.asp#.WQIYJNQ1_IU)
- Auditorías. (29 de Abril de 2017). *Bureau Veritas Formacion*. Obtenido de Bureau Veritas Formación:

[http://www.bureauveritasformacion.com/auditorias\\_segun\\_el\\_estandar\\_GLOBALGAP\\_FH\\_version\\_5-2053.aspx](http://www.bureauveritasformacion.com/auditorias_segun_el_estandar_GLOBALGAP_FH_version_5-2053.aspx)

Biosabor. (13 de Octubre de 2016). *Biosabor*. Obtenido de Biosabor:

<http://www.biosabor.com/certificaciones/>

Botanical-Online. (14 de Octubre de 2016). *Botanical-Online*. Recuperado el 28 de Abril de 2017, de Botanical-Online: <http://www.botanical-online.com/chayotes.htm#>

Bureau Veritas. (12 de Junio de 2015). *Bureau Veritas*. Recuperado el 16 de Abril de 2017, de Bureau Veritas: [http://www.bureauveritas.com.mx/services+sheet/service\\_sheet\\_14781](http://www.bureauveritas.com.mx/services+sheet/service_sheet_14781)

Business Assurance. (15 de Diciembre de 2016). *DNV GL Business Assurance*. Obtenido de DNV GL Business Assurance: <https://www.dnvgl.com.mx/services/fssc-22000-sistema-de-certificacion-en-inocuidad-alimentaria-5161>

Cancino, L. (24 de Julio de 2013). *usapeec*. Obtenido de usapeec.:

[http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades\\_de\\_mercado\\_para\\_el\\_valor\\_agregado.pdf](http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado.pdf)

Cellucci, M. (16 de 05 de 2014). *Batión Digital*. Obtenido de Batión Digital:

<http://ar.bastiondigital.com/notas/articular-para-el-desarrollo-local>

Centty, D. B. (12 de Octubre de 2010). *Eumed*. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de Eumed:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/UNIDADES%20DE%20ANALISIS.htm>

Consultorio de Comercio Exterior. (26 de Septiembre de 2016). *Consultorio de Comercio Exterior*.

Obtenido de Consultorio de Comercio Exterior:

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/09/29/barreras-no-arancelarias/>

Crece Negocios. (20 de Febrero de 2017). *Crece Negocios*. Obtenido de Crece Negocios:

<http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>

Definición ABC. (12 de 03 de 2016). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:

<https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

Economía. (11 de Agosto de 2013). *economiaes.com*. Obtenido de economiaes.com:

<http://economiaes.com/comercio/internacional-mercado.html>

Economía Express . (20 de Julio de 2016). *Economía Express* . Obtenido de Economía Express :

<http://www.economiaexpress.com/las-certificaciones-de-calidad-como-acceso-a-mercados-internacionales/>

Emprendedores. (20 de 03 de 2016). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores:

<http://www.emprendedores.es/gestion/certificados-de-calidad>

- Espinoza, R. (16 de Enero de 2015). *robertoespinosa.es*. Obtenido de robertoespinosa.es: <http://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- F.A.O. (29 de Agosto de 2012). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Recuperado el 05 de Abril de 2017, de Food and Agriculture Organization of the United Nations: <http://www.fao.org/docrep/004/ad094s/ad094s03.htm>
- Fonseca, P. (10 de 02 de 2014). *Instituto Nacional de Contadores Publicos*. Obtenido de Instituto Nacional de Contadores Publicos: <http://www.incp.org.co/incp/document/para-entender-el-concepto-de-consumidor-final-se-debera-dirigir-a-la-definicion-de-usuario-que-establece-el-estatuto-del-consumidor/>
- FSSC 22000. (01 de Agosto de 2013). *FSSC 22000*. Recuperado el 26 de Abril de 2017, de FSSC 22000: <http://www.fssc22000.com/documents/home.xml?lang=en>
- FSSC 22000. (28 de Enero de 2017). *FSSC 22000*. Obtenido de FSSC 22000: <http://www.fssc22000.com/documents/standards/downloads.xml?lang=en>
- Global G.A.P. (12 de Junio de 2010). *Global G.A.P.* Recuperado el 29 de Enero de 2017, de Global G.A.P.: <http://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/history/>
- Global G.A.P. (12 de Noviembre de 2015). *Global G.A.P.* Recuperado el 21 de Abril de 2017, de Global G.A.P.: <http://www.globalgap.org/es/for-producers/crops/FV/>
- Global GAP. (2 de Marzo de 2016). *globalgap.org*. Obtenido de globalgap.org: <http://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p./>
- Gómez, I. (10 de Agosto de 2013). *Hedera Consultores*. Obtenido de Hedera Consultores: <http://hederaconsultores.blogspot.com/2013/10/como-conseguir-certificado-iso-9001.html>
- Guía de la Calidad. (14 de Julio de 2016). *guiadelacalidad.com*. Obtenido de guiadelacalidad.com: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/mejora-continua>
- Infoagro. (11 de Septiembre de 2011). *Infoagro*. Obtenido de Infoagro: [http://www.infoagro.com/noticias/2011/11/19091\\_cultivo\\_certificado\\_gap.asp](http://www.infoagro.com/noticias/2011/11/19091_cultivo_certificado_gap.asp)
- Instituto de Salud Pública de Chile. (27 de Enero de 2016). *Instituto de Salud Público de Chile*. Obtenido de Instituto de Salud Pública de Chile: <http://www.ispch.cl/inocuidad-alimentaria>
- International Dynamic Advisors. (06 de 06 de 2017). *International Dynamic Advisors*. Obtenido de International Dynamic Advisors: <http://www.intedya.com/internacional/273/noticia-certificaciones-que-abren-mercados.html>

- Isotools. (19 de 10 de 2015). *Isotools*. Obtenido de Isotools:  
<https://www.isotools.org/2015/10/19/principales-requisitos-para-obtener-un-certificado-de-calidad-iso-9001/>
- isotools. (16 de Enero de 2016). *isotools.com*. Obtenido de isotools.com:  
<https://www.isotools.org/soluciones/procesos/mejora-continua/>
- ISO-9001:2015. (18 de Septiembre de 2016). *ISO-9001:2015*. Obtenido de ISO-9001:2015:  
<https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9001>
- Ipyme.org. (25 de Julio de 2016). *Ipyme.org*. Obtenido de Ipyme.org:  
<http://planempresa.ipyme.org/InfGeneral/Paginas/PlanEmpresa.aspx>
- Jiménez, D. (25 de Julio de 2013). *pymesycalidad20.com*. Obtenido de pymesycalidad20.com:  
<http://www.pymesycalidad20.com/como-alcance-de-la-certificacion-iso-9001.html>
- Logística Inversa. (02 de marzo de 2014). *upct.es*. Obtenido de upct.es:  
<https://www.upct.es/~gio/trazabilidad.htm>
- López, R. (03 de Febrero de 2010). *Economía Internacional*. Obtenido de Economía Internacional:  
<http://economaiinternacionaladmon.blogspot.com/2010/02/26-barreras-no-arancelarias.html>
- López, L. (07 de Julio de 2016). *PROCOMER.com*. Recuperado el 01 de Febrero de 2017, de PROCOMER.com: <http://www.procomer.com/es/noticias/certificaciones>
- Marketing Directo. (29 de Noviembre de 2015). *Marketing Directo*. Obtenido de Marketing Directo: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/consumidor-final>
- Merca. (15 de 04 de 2015). *Merca*. Obtenido de Merca: <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Mora, A. (15 de Marzo de 2017). *PROCOMER*. Recuperado el 27 de Abril de 2017, de PROCOMER:  
<http://www.procomer.com/es/noticias/outsource2lac-2017>
- Mora, C. (23 de Noviembre de 2016). *tropifoods*. Obtenido de tropifoods:  
<http://www.tropifoods.com>
- Normas9000. (18 de Junio de 2011). *Normas9000*. Recuperado el 24 de Abril de 2017, de Normas9000: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>
- Organización Mundial de la Salud. (16 de Noviembre de 2016). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud:  
[http://www.who.int/topics/food\\_safety/es/](http://www.who.int/topics/food_safety/es/)

- Ortiz, R. (16 de Octubre de 2008). *frutasdecalidad*. Recuperado el 01 de Febrero de 2017, de frutasdecalidad: <http://frutasdecalidad.blogspot.com/>
- Pérez Porto, A. G. (2012). *Definicion.de*. Recuperado el 14 de Marzo de 2017, de Definicion.de: <http://definicion.de/cuestionario/>
- Piedra, Á. (8 de Febrero de 2017 ). *PROCOEMR*. Obtenido de PROCOMER: <http://www.procomer.com/es/noticias/fruitlogistica>
- PROCOMER. (06 de Mayo de 2014). *PROCOMER*. Recuperado el 28 de Abril de 2017, de PROCOMER: <http://www.procomer.com/es/acerca/quienes-somos>
- PROCOMER. (07 de Julio de 2016). *PROCOMER*. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de PROCOMER: <http://www.procomer.com/es/noticias/certificaciones>
- PROCOMER. (15 de Enero de 2017). *PROCOMER*. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de PROCOMER: <http://www.procomer.com/es/acerca-de>
- PROCOMER. (13 de Enero de 2014). *PROCOMER.COM*. Obtenido de PROCOMER.COM: <http://www.procomer.com/es/acerca/quienes-somos>
- PROCOMER. (13 de Noviembre de 2015). *Procomer.com*. Obtenido de Procomer.com: <http://www.procomer.com/es/acerca-de>
- PYME. (16 de Octubre de 2016). *pyme.go*. Obtenido de pyme.go: <http://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Quadralia. (18 de Abril de 2016). *Quadralia*. Obtenido de Quadralia: [http://www.quadralia.com/servicios/trazabilidad-de-producto/#.WVSWCIQ1\\_IU](http://www.quadralia.com/servicios/trazabilidad-de-producto/#.WVSWCIQ1_IU)
- Rainforest Alliance. (09 de Octubre de 2012). *Rainforest Alliance*. Recuperado el 16 de Abril de 2017, de Rainforest Alliance: <http://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/marks/rainforest-alliance-certified-seal>
- Rainforest-alliance. (17 de Agosto de 2014). *Rainforest-alliance*. Obtenido de Rainforest-alliance: <http://www.rainforest-alliance.org/lang/es/work/agriculture>
- Red Informativa. (8 de Febrero de 2017). *PROCOMER*. Obtenido de PROCOMER: <http://www.procomer.com/es/noticias/fruitlogistica>
- Red Latinoamericana de Investigadores. (26 de 09 de 2010). *Red Latinoamericana de Investigadores*. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de Red Latinoamericana de Investigadores: <http://www.redilacg.org/chayote-cr>
- Significados. (17 de 09 de 2015). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/normativa/>

Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador. (23 de 07 de 2013). *Definiciones del SIISE*.  
Obtenido de Definiciones del SIISE: [www.siise.gob.ec](http://www.siise.gob.ec)

Sistema de Gestión. (12 de agosto de 2015). *Sistema de Gestión*. Obtenido de Sistema de Gestión:  
<http://www.sgs.co/es-ES/Health-Safety/Quality-Health-Safety-and-Environment/Quality/Quality-Management-Systems/ISO-9001-Certification-Quality-Management-Systems.aspx>

Soto, B. (14 de Mayo de 2016). *gestion.org*. Obtenido de *gestion.org*:  
<https://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/6001/que-son-las-pymes/>

Universidad de Cádiz. (28 de Noviembre de 2015). *Universidad de Cádiz*. Obtenido de Universidad de Cádiz:  
[http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com\\_content&view=article&id=163:toma-de-decisiones&catid=55:com](http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=163:toma-de-decisiones&catid=55:com)

Valenciano, J. (08 de Octubre de 2015). *redilacg.org*. Obtenido de *redilacg.org*:  
<http://www.redilacg.org/chayote-cr>

Vázquez, H. (07 de 07 de 2011). *Over*. Obtenido de Over: [https://es.over-blog.com/Sistema\\_de\\_gestion\\_de\\_la\\_calidad\\_Que\\_certificaciones\\_existen-1228321767-art171478.html](https://es.over-blog.com/Sistema_de_gestion_de_la_calidad_Que_certificaciones_existen-1228321767-art171478.html)

## APÉNDICE

### Apéndice 1: Instrumento aplicado en la presente investigación

#### Universidad Internacional de las Américas

Entrevista: Certificación GLOBAL G.A.P. y su aporte al desarrollo comercial internacional de la producción de chayote costarricense, al primer trimestre 2017.

Estimado (a):

La presente entrevista forma parte del trabajo investigativo para optar por el grado de licenciatura universitaria en la Universidad Internacional de las Américas. La cual tiene una duración máxima de respuesta de 10 minutos. Todos los datos que sean proporcionados son con fines académicos. Agradeciendo de antemano su colaboración en proporcionar su conocimiento.

1. ¿Qué tan importante es contar con la certificación Global G.A.P.?

2. ¿Cuáles mercados solicitan más la certificación Global G.A.P.?
3. ¿Es suficiente la certificación Global G.A.P. para competir en los mercados internacionales?
4. ¿Cómo logran certificarse las empresas exportadoras de chayote costarricense?
5. ¿Cómo beneficia la certificación Global G.A.P., a las empresas exportadoras de chayote costarricense?
6. ¿Qué valor agregado le genera a las empresas exportadoras de chayote costarricense, obtener la certificación Global G.A.P.?
7. ¿Conoce usted las acciones planteadas por el gobierno, para incentivar la certificación Global G.A.P.?
8. ¿Son suficientes las acciones planteadas por parte del Gobierno, para promover la certificación Global G.A.P.?
9. ¿Qué otras acciones pueden plantear el Gobierno para incentivar la certificación Global G.A.P.?

**Apéndice 2: Formulario aplicado en evaluaciones de la certificación GLOBAL G.A.P.**

# GLOBALG.A.P.

## **Lista de Verificación del Sistema de Gestión de Calidad - Todos los Ámbitos (si corresponde, incluye el Subámbito de Frutas y Hortalizas con la sección de Manipulación del Producto)**

VERSIÓN 5.0 EN ESPAÑOL

EDICIÓN 5.0-2\_JULY2016 (En caso de duda, consulte la versión en inglés.)

OBLIGATORIO A PARTIR DE: 1 JULIO 2016

### **Copyright**

© Copyright: GLOBALG.A.P. c/o FoodPLUS GmbH, Spichernstr. 55, 50672 Colonia, Alemania. Sólo se permite la copia y distribución en su forma original, sin alteraciones.

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



**DECLARACIÓN SOBRE POLÍTICAS DE INOCUIDAD ALIMENTARIA** Un productor podrá usar esta plantilla o cualquier otro formato para cumplir con AF 15.1

**NOMBRE DE LA EMPRESA**

**NOMBRE DEL ADMINISTRADOR/ DU**

**FIRMA:**

**FECHA:**

Nos comprometemos a asegurar la implementación y el mantenimiento de la inocuidad alimentaria en todos nuestros procesos de producción hasta el momento en que esto se logra de la siguiente manera:

1. CUMPLIMIENTO E IMPLEMENTACIÓN DE LA LEGISLACIÓN RELEVANTE
2. IMPLEMENTACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS Y CERTIFICACIÓN BAJO LA NORMA GLOBALG.A.P. PARA ASEGURAMIENTO INTEGRADO DE

Todo nuestro personal recibió formación en temas de inocuidad alimentaria e higiene (véase Capítulo AF.3). El personal es controlado estrictamente para asegurar de que se implementen las prácticas.

DURANTE LA PRODUCCIÓN

**NOMBRE(S)**

**DESIGNACIÓN:**

**REEMPLAZO(S):**

En caso de ser otra la persona responsable DURANTE LA COSECHA (CULTIVOS) PARA ASEGURAR QUE SÓLO SE COSECHEN PRODUCTOS INOCUOS DE ACUERDO A LA NORMA:

**NOMBRE**

**DESIGNACIÓN:**

**REEMPLAZO(S):**

En caso de ser otra la persona responsable DURANTE LA MANIPULACIÓN DEL PRODUCTO PARA ASEGURAR QUE SE CUMPLAN LOS PROCEDIMIENTOS DE DESPACHO DE ACUERDO A LA NORMA:

**NOMBRE:**

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



#### MANIPULACIÓN DEL PRODUCTO

(PARA LA OPCIÓN 2 o para la OPCIÓN 1 PRODUCTOR MULTISITIO CON SGC)

\* Referencia a HIGIENE EN LAS ACTIVIDADES DE COSECHA Y POSTCOSECHA (MANIPULACIÓN DEL PRODUCTO) de IFA - LISTA DE VERIFICACIÓN DEL MÓDULO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

NOTA: Las Obligaciones Menores comprendidas en FV.5 se convierten en Obligaciones Mayores cuando la inspección se lleva a cabo en forma central (el centro de manipulación de producto lo utiliza más de un productor).

Sí = Cumple totalmente con los requisitos

No = No se cumple para nada con los requisitos o sólo parcialmente.

Esta sección sólo corresponde para el Subámbito de FRUTAS Y HORTALIZAS y cuando se aplica la Manipulación del Producto en forma cer

Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV.5	HIGIENE EN LAS ACTIVIDADES DE COSECHA Y POSTCOSECHA (MANIPULACIÓN DEL PRODUCTO)					
	<i>Esta sección sólo se aplica a la manipulación del producto en forma central en Opción 2 y Opción 1 productor multisitio con SGC.</i>					
FV 5.1	Principios de Higiene (consulte el Anexo FV.1 Guía GLOBALG.A.P. - Peligros Microbiológicos)					

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.1.1	¿Se ha realizado una evaluación de riesgos de higiene para la cosecha, el proceso de transporte dentro de la granja y las actividades de postcosecha, incluida la manipulación del producto?	<p>Existe una evaluación de riesgos de higiene documentada que abarca los contaminantes físicos, químicos y microbiológicos, el derrame de fluidos corporales (por ejemplo, vómitos, sangre) y las enfermedades humanas transmisibles, adaptada a los productos y procesos. Deberá cubrir todas las actividades de cosecha y manipulación del producto llevadas a cabo por el productor, así como el personal, los efectos personales, el equipo, la vestimenta, el material de empaquetado y el almacenamiento del producto (también al almacenamiento de corta duración en la granja).</p> <p>La evaluación de riesgos de higiene se deberá ajustar a las actividades de la granja, los cultivos y el nivel técnico del negocio y deberá revisarse cada vez que los riesgos cambien y al menos una vez al año. Sin opción de N/A. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.</p>	Mayor			
FV 5.1.2	¿Existen procedimientos e instrucciones de higiene documentados para los procesos de cosecha y postcosecha incluida la manipulación del producto (incluso cuando tiene lugar directamente en la parcela, sector o invernadero), diseñados para prevenir la contaminación del cultivo, del área de producción del cultivo, de las superficies de contacto del alimento y del producto cosechado?	<p>Hay procedimientos de higiene documentados para el proceso de cosecha y postcosecha, basados en la evaluación de riesgos. Estos procedimientos deberán incluir el evaluar si los trabajadores se encuentran en condiciones de regresar al trabajo después de una enfermedad. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.</p>	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.1.3	¿Se han implementado procedimientos e instrucciones de higiene para las actividades de cosecha y postcosecha, incluida la manipulación del producto?	<p>La operación deberá nombrar al director de la granja u otra persona competente como responsable de la implementación de los procedimientos de higiene por parte de todos los operarios y visitantes.</p> <p>Cuando la evaluación de riesgos determine que deberá usarse una vestimenta específica (por ejemplo, bata, delantal, mangas, guantes, calzado –ver Anexo FV 1, 5.4.2), esta deberá limpiarse cuando se ensucie al punto de convertirse en un riesgo de contaminación, y deberá mantenerse y guardarse en forma eficaz.</p> <p>No hay evidencias a la vista de que no se hayan respetado los procedimientos e instrucciones de higiene. Sin opción de N/A. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.</p>	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.1 4	¿Han recibido los operarios formación específica sobre higiene antes de la cosecha y de la manipulación del producto?	Deberá haber evidencia de que los operarios han recibido una introducción específica y una formación anual sobre los procedimientos de higiene para las actividades de cosecha y de manipulación del producto. Los operarios deberán recibir formación, mediante instrucciones escritas (en los idiomas apropiados) y/o ilustraciones, para prevenir la contaminación física (como caracoles, piedras, insectos, cuchillos, restos de frutas, relojes, teléfonos móviles, etc.), microbiológica y química del producto durante la cosecha. Deberán estar disponibles los registros de la formación y la evidencia de asistencia. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.1.5.	¿Se exhiben claramente carteles que comuniquen las instrucciones básicas de higiene a los operarios y visitantes, incluyendo por lo menos las instrucciones del lavado de manos antes de volver al trabajo, para los operarios?	Deberá haber carteles visibles exhibidos en los lugares relevantes con las principales instrucciones de higiene, e incluir instrucciones claras sobre la necesidad del lavado de manos antes de manipular los productos. Los operarios que manipulan productos listos para su consumo deberán lavarse las manos antes de comenzar el trabajo, después de usar los sanitarios, después de manipular material contaminado, después de fumar o comer, después de los descansos, antes de retomar al trabajo y en cualquier otro momento en que las manos puedan convertirse en una fuente de contaminación. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.1.6.	¿Se restringe el fumar, comer, masticar y beber a áreas específicas separadas de las áreas de cultivos y los productos?	Se restringe el fumar, comer, masticar y beber a áreas específicas alejadas de los cultivos en espera de cosecha, y nunca se permite en las áreas de manipulación del producto o de almacenamiento, salvo que la evaluación de riesgos de higiene indique otra cosa. (Beber agua es la excepción). Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
<b>FV 5.2.</b>	<b>Instalaciones sanitarias</b>					
FV 5.2.3	Los operarios que manipulan el producto en el campo o en una instalación ¿tienen acceso a sanitarios limpios e instalaciones para el lavado de manos en las inmediaciones de su trabajo?	El equipamiento de lavado de manos, con jabón no-perfumado y agua para lavar y desinfectar las manos y medios para el secado de las manos, deberá estar accesible y cerca de los sanitarios (tan cerca como sea posible sin que haya peligro potencial de contaminación cruzada). Los operarios deberán lavarse las manos antes de comenzar el trabajo, después de usar los sanitarios, después de usar un pañuelo, después de manipular material contaminado, después de fumar, comer o beber, después de los descansos, antes de retornar al trabajo y en cualquier otro momento en que las manos puedan convertirse en una fuente de contaminación. Cuando la manipulación tenga lugar en una instalación, los sanitarios deberán mantenerse en un buen estado de higiene y no deberán abrir directamente hacia el área de manipulación del producto, excepto si la puerta es de cierre automático. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (si/no)	N/A	Justificación
FV 5.2.4	¿Los recipientes de las cosechas se utilizan exclusivamente para el producto? ¿Estos recipientes, las herramientas y el equipo empleados para la cosecha son apropiados para su uso y se limpian, mantienen y pueden proteger al producto de la contaminación?	Los recipientes de cosecha reutilizables, las herramientas de cosecha (por ejemplo, tijeras, cuchillos, podadoras, etc.) así como el equipamiento de cosecha (maquinaria) están limpios y correctamente mantenidos. Se ha establecido un plan documentado de limpieza (y, cuando lo indique la evaluación de riesgos, de desinfección) para prevenir la contaminación del producto.. Los recipientes de productos cosechados sólo se utilizan para el producto cosechado (por ej. no se usan para contener agroquímicos, lubricantes, aceites, sustancias químicas de limpieza, desechos vegetales u otros, herramientas, bolsas, etc.). Aplicable para la cosecha.	Mayor			
FV 5.2.5	¿Hay vestuarios adecuados para los operarios?	Los vestuarios deberían utilizarse para el cambio de ropa y de otras prendas de protección externas, según la necesidad. Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.	Recom.			
FV 5.2.6	Cuando es necesario de acuerdo al riesgo, ¿se mantienen y limpian los vehículos y cualquier equipo usados para el transporte del producto cosechado dentro de la granja?	Los vehículos de la granja usados para la carga y el transporte del producto cosechado dentro de la granja se limpian y mantienen para prevenir la contaminación del producto (por ejemplo, suelo, polvo, estiércol animal, derrames, etc.). Aplicable para la cosecha.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (si/no)	N/A	Justificación
<b>FV 5.3</b>	<b>Calidad del agua</b>					
FV 5.3 1	Si se utiliza hielo (o agua) durante las actividades relacionadas con la cosecha o la refrigeración, ¿cumple las normas microbiológicas del agua de bebida y se manipula bajo condiciones sanitarias con el fin de prevenir la contaminación del producto?	Todo el hielo o el agua utilizados en relación a la cosecha o la refrigeración deberá estar al nivel microbiano del agua potable y deberá manipularse bajo las condiciones sanitarias que prevengan la contaminación del producto. La única excepción es el caso de los campos de arándanos que se cosechan por inundación, en las que los productores deberán garantizar al menos que el agua no es una fuente de contaminación microbiológica. Aplicable para la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.	Mayor			
<b>FV 5.4.</b>	<b>Áreas de empaquetado y Almacenamiento</b>	(N/A cuando no hay empaquetado y/o				
FV 5.4 1	¿Está el producto cosechado protegido de la contaminación?	Todo el producto cosechado (independientemente de si está almacenado a granel o envasado) deberá protegerse de la contaminación. En el caso del producto directamente empaquetado y manipulado en el campo, deberá retirarse del campo durante el día (no se conservará en el campo durante la noche en condiciones de aire libre), de acuerdo con los resultados de la evaluación de riesgos de higiene de la cosecha. Si el producto se almacena por un período corto en la granja, deben cumplirse los requisitos relativos a la inocuidad alimentaria. Aplicable para almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.4.2	¿Se mantienen en condiciones limpias e higiénicas todos los puntos de recolección, almacenamiento y distribución del producto empaquetado, también aquellos en el campo?	Todos los almacenes y centros de manipulación de producto, tanto dentro como fuera de la granja y el equipamiento, (por ejemplo las líneas de procesado y la maquinaria, las paredes, los suelos, las áreas de almacenamiento, etc.), deberán limpiarse y/o conservarse para prevenir la contaminación de acuerdo a un plan de limpieza y mantenimiento que especifique una frecuencia mínima establecida. Se deberán mantener registros de la limpieza y del mantenimiento. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.4.3	¿Son los materiales del empaquetado apropiados para el uso? ¿Se usan y almacenan en condiciones limpias e higiénicas como para prevenir que se conviertan en una fuente de contaminación?	El material de empaquetado utilizado deberá ser apropiado para la inocuidad alimentaria de los productos a empaquetar. Para prevenir la contaminación posterior del producto, los materiales de empaquetado (incluyendo las cajas reutilizables) se almacenarán antes de su uso en una zona limpia e higiénica. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.4.5	¿Se almacenan los agentes de limpieza, lubricantes, etc. para prevenir la contaminación del producto?	Para evitar la contaminación química del producto, los productos de limpieza, los lubricantes, etc. se deberán almacenar en un área segura para tal fin, lejos del producto. Aplicable para manipulación en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.4.6	Los productos de limpieza, lubricantes, etc. que puedan entrar en contacto con el producto, ¿están autorizados para su uso en la industria alimentaria? ¿Se siguen correctamente las instrucciones de la etiqueta?	Hay documentación (por ejemplo, una mención específica en la etiqueta u hoja de datos técnicos) que autoriza el uso en la industria alimentaria de productos de limpieza, lubricantes, etc. que puedan entrar en contacto con el producto. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.4.7	Las carretillas elevadoras y los otros medios de transporte a motor, ¿se limpian, mantienen en buen estado y son del tipo adecuado para evitar la contaminación del producto a través de sus emisiones?	Los medios de transporte internos se deberían mantener de tal manera que se evite la contaminación del producto, prestando especial atención a las emisiones de humo. Las carretillas autoelevadoras y los otros carros de transporte deberían ser eléctricos o a gas. Aplicable para manipulación en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Recom.			
FV 5.4.8	¿El producto rechazado y contaminado no se introduce en la cadena de suministro? ¿Se controla efectivamente el material de desecho de manera que no represente un riesgo de contaminación?	El producto que representa un peligro microbiano para la inocuidad alimentaria no se cosecha, o se elimina. El producto rechazado y los residuos de materiales se almacenan en áreas designadas y separadas que se limpian y desinfectan periódicamente para prevenir la contaminación de los productos. La limpieza y/o desinfección periódica de dichas áreas se hace de forma rutinaria según un programa de limpieza. Sólo se aceptan el producto rechazado y los residuos acumulados a lo largo del día. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.4.9	¿Se usan lámparas anti-rotura y/o con un mecanismo de protección en las áreas de clasificación, pesado y almacenamiento de los productos?	Las bombillas y accesorios de iluminación suspendidos sobre el producto o el material utilizado en el manejo del producto, son anti-rotura o están protegidos por un mecanismo con el propósito de prevenir la contaminación del producto alimentario en caso de rotura. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.4.10	¿Hay disponibles procedimientos por escrito para el manejo del vidrio y del plástico claro duro?	Existen procedimientos por escrito para el manejo de roturas de vidrio y/o de plástico claro duro, que podrían ser una fuente de contaminación física y/o daño al producto (por ejemplo en invernaderos, en la manipulación del producto, en las áreas de preparación y almacenamiento). Aplicable a la cosecha, la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y el almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
<b>FV 5.5 Control de la temperatura y la humedad</b>						
FV 5.5.1	¿Se mantienen y documentan (cuando corresponde) los controles de temperatura y humedad?	Cuando los productos se almacenen, ya sea en la granja o en un centro de manipulación, se deberán mantener y documentar los controles de temperatura y humedad (cuando sea necesario para cumplir con los requisitos de calidad y también con la atmósfera controlada del almacenamiento). Aplicable para manipulación en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
<b>FV 5.6</b>	<b>El control de plagas</b>					
FV 5.6.1.	¿Se ha establecido un sistema para controlar y corregir las poblaciones de plagas en las áreas de empaquetado y almacenamiento?	Los productores deberán implementar medidas, adaptadas a la condición de la granja, para controlar las poblaciones de plagas en las áreas de empaquetado y almacenamiento. Sin opción de N/A. Aplicable para manipulación en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.6.2	¿Existe evidencia visual de que el proceso de control y de corrección de plagas es eficaz?	La evaluación visual muestra que el proceso de control y de corrección de plagas es eficaz. Sin opción de N/A. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
FV 5.6.3.	¿Se conservan registros detallados de las inspecciones de control de plagas y de las acciones tomadas?	Los controles son programados y se dispone de registros de las inspecciones de control de plagas y de los planes de seguimiento adoptados. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación, y almacenamiento/refrigeración.	Mayor			
<b>FV 5.7.</b>	<b>Lavado postcosecha (N/A cuando no hay lavado postcosecha)</b>					
FV 5.7.1.	El suministro de agua para el lavado final del producto ¿es potable o ha sido declarada adecuada por la autoridad competente?	El agua ha sido declarada potable por las autoridades competentes y/o se ha llevado a cabo un análisis de agua en el punto de entrada a la maquinaria de lavado durante los últimos 12 meses. Los niveles de los parámetros analizados se encuentran dentro de los umbrales aceptados por la OMS o las autoridades competentes los aceptan y consideran seguros para industria alimentaria. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.7.2.	Si se recircula el agua del lavado final del producto ¿se filtra el agua y se controla rutinariamente el pH, la concentración y los niveles de exposición a desinfectantes?	Si el agua se recircula para lavar el producto final, deberá filtrar y desinfectar y el pH, la concentración y los niveles de exposición a desinfectantes deberán vigilarse rutinariamente. Se lleva registro de esto. Deberá haber un sistema de filtrado efectivo para sólidos y suspensiones, con una limpieza rutinaria, documentada y programada, de acuerdo al ratio de uso y al volumen de agua. Si no es posible registrar el retrolavado automático de los filtros y los cambios de dosis realizados por inyectores automáticos de desinfectante, deberá haber un procedimiento o política por escrito que explique este proceso. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.	Mayor			
FV 5.7.3.	¿Es adecuado el laboratorio que analiza el agua?	El análisis de agua para el lavado del producto lo realiza un laboratorio con acreditación vigente en ISO 17025 o su equivalente nacional, o por un laboratorio que pueda demostrar mediante documentación que se encuentra en proceso de obtener dicha acreditación. Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.	Recom.			
FV 5.8.	Tratamientos postcosecha (N/A cuando no ha habido tratamientos postcosecha). Aplicable para la manipulación en el campo y en el centro de manipulación.					

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.8 1	¿Se cumplen todas las instrucciones de la etiqueta?	Existen procedimientos claros y documentación disponible (por ejemplo, registros de aplicación de biocidas en postcosecha, ceras, fitosanitarios) que demuestran que se cumplen las instrucciones de la etiqueta de los productos químicos aplicados al producto.	Mayor			
FV 5.8 2	¿Están todos los biocidas, ceras y productos fitosanitarios que se aplican sobre el producto en la postcosecha oficialmente registrados en el país de uso?	Todos los biocidas, las ceras y los productos fitosanitarios utilizados sobre el producto en la postcosecha están registrados oficialmente o autorizados por la administración competente del país de aplicación. Su uso está aprobado en el país de aplicación y específicamente sobre el producto tratado y cosechado según indican las etiquetas de los biocidas, las ceras y los productos fitosanitarios. Si no existe un programa de registro oficial, debe consultarse la Guía GLOBALG.A.P. correspondiente (CB, Anexo 3 PPP Uso de productos fitosanitarios en países que permiten la Extrapolación), así como el Código Internacional de Conducta para la Distribución y Utilización de Plaguicidas (FAO).	Mayor			
FV 5.8 3	¿Existe una lista actualizada de los productos fitosanitarios postcosecha que se aplican y cuyo uso está aprobado sobre el producto cultivado?	Se dispone de una lista actualizada (que incluye cualquier cambio en la legislación local y nacional en lo referente a biocidas, ceras y fitosanitarios) de los nombres comerciales (incluyendo la sustancia activa) que se emplean como productos fitosanitarios postcosecha en los cultivos producidos en la granja en los últimos 12 meses bajo GLOBALG.A.P. Sin opción de N/A.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.8 4	¿Puede la persona técnicamente responsable de la aplicación de productos fitosanitarios postcosecha demostrar su formación y conocimiento en lo referente a aplicación de biocidas, ceras y productos fitosanitarios?	La persona técnicamente responsable de las aplicaciones postcosecha de biocidas, ceras y productos fitosanitarios puede demostrar un nivel suficiente de competencia y conocimiento a través de títulos oficiales o certificados reconocidos nacionalmente.	Mayor			
FV 5.8 5	El agua utilizada para los tratamientos postcosecha, ¿es potable o la autoridad competente la ha declarado adecuada?	Las autoridades competentes han declarado que el agua es adecuada y/o se llevó a cabo en los últimos 12 meses un análisis del agua en el punto de entrada a la maquinaria de lavado. Los niveles de los parámetros analizados se encuentran dentro de los umbrales aceptados por la OMS o las autoridades competentes los aceptan y consideran seguros para industria alimentaria.	Mayor			
FV 5.8 6	¿Se almacenan los biocidas, las ceras y los productos fitosanitarios utilizados en el tratamiento postcosecha, en un lugar separado del producto y de otros enseres?	Para evitar la contaminación química del producto, los biocidas, las ceras y los productos fitosanitarios, etc. se conservan en un área segura, designada para tal fin, separada del producto.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



Nº	Punto de Control	Criterios de Cumplimiento	Nivel	Cumple (sí/no)	N/A	Justificación
FV 5.8 7	¿Se mantienen todos los registros de tratamientos postcosecha e incluyen los criterios mínimos listados abajo? Identificación de los cultivos cosechados (es decir, el lote del producto) La ubicación Las fechas de aplicación El tipo de tratamiento Nombre comercial del producto y sustancia activa La cantidad de producto	La siguiente información se consigna en todos los registros de las aplicaciones postcosecha de biocidas, ceras y productos fitosanitarios: Lote del cultivo cosechado y tratado. El área geográfica, el nombre o referencia de la granja o sitio de manipulación del cultivo cosechado donde se realizó el tratamiento. Las fechas exactas (día/mes/año) de las aplicaciones. Tipo de tratamiento utilizado en las aplicaciones de producto (por ejemplo, pulverización, empapamiento, fumigación, etc.). El nombre comercial completo (incluyendo la formulación) y la sustancia activa o el organismo beneficioso, con su nombre científico. Se deberá registrar la sustancia activa o se deberá poder vincular el nombre comercial con la materia activa. La cantidad de producto aplicado en peso o volumen por litro de agua u otro medio portador. Sin opción de N/A.	Mayor			
	¿Se conservan registros de todas las aplicaciones de productos fitosanitarios y además incluyen los siguientes criterios?					
FV 5.8 8	¿El nombre del operario?	El registro de las aplicaciones de biocidas, ceras y productos fitosanitarios al producto cosechado incluye el nombre del operario que ha realizado las aplicaciones fitosanitarias.	Mayor			
FV 5.8 9	¿La justificación de la aplicación?	El registro de las aplicaciones de biocidas, ceras y productos fitosanitarios, incluye el nombre común de la plaga o enfermedad tratada.	Mayor			

Traducción al español. En caso de duda, consulte la versión en inglés.



<b>Resumen y Conclusión</b>						
<b>1. Inspección de los Miembros del Grupo de Productores/ Sitios de Producción</b>						
<b>1.1 Lista de los miembros/ sitios de producción inspeccionados</b>						
Utilice otras hojas si es necesario						
N°	Fecha	Nombre del productor/ sitio de producción	Módulos cubiertos	Anunciada/ Seguimiento	Lista de incumplimientos por productor/sitio de producción inspeccionado.	Auditor/inspector OC
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
<b>2. Aceptación del informe por el auditado</b>						
Fecha	Nombre de la persona responsable (auditor) Firma					
<b>3. Nombre y dirección del Auditor</b>						
Fecha	Nombre del Auditor	Firma				
Estado del informe (por ejemplo, final, no final - pendiente correcciones, otros):						
Anexos a este informe (por ejemplo, formulario de no-conformidades):						
<b>4. Revisión del Informe de la Auditoría/Inspección por parte del Evaluador Técnico del OC</b>						
Fecha	Nombre del Certificador/Evaluador	Firma				

### Apéndice 3: Certificado GLOBAL G.A.P.

<b>Logotipo OC<sup>1</sup></b>	<b>Símbolo del OA marca de acreditación<sup>2</sup></b> No. de Organismo de Acreditación: xxx <sup>3</sup>
--------------------------------	---

GGN: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx<sup>4</sup>  
 Número de registro del productor/grupo de productores (desde el OC) /  
 Esquema homologado xxxxxxxx<sup>5</sup>

## GLOBALG.A.P.<sup>®</sup>

### CERTIFICADO

De acuerdo al  
 Reglamento General GLOBALG.A.P.<sup>®</sup> Versión 7  
 Opción X<sup>6</sup>

Emitido a favor de  
 Grupo de productores/ Productor  
 Nombre de la empresa, Dirección<sup>9</sup>

País de producción<sup>10</sup>

El anexo contiene detalles de los productores y de los sitios de producción / centros de manipulación de productos incluidos en el ámbito de este certificado.<sup>11</sup>

El Organismo de Certificación [Nombre de la Empresa] declara que la producción de los productos mencionados en este certificado cumple con este programa:

Logotipo del Esquema (AMC) <sup>12</sup>	<b>Versión de la Norma de Puntos de Control y          Criterios de Cumplimiento<sup>13</sup></b>
--	---

Los documentos normativos de [nombre de la Norma] se reconocen como equivalentes con los documentos normativos de GLOBALG.A.P. © [Nombre y versión] de acuerdo con el procedimiento de homologación de GLOBALG.A.P.®14

Producto <sup>15</sup>	Número GLOBALG.A.P. del certificado del producto <sup>16</sup>	Otras columnas con específicos del ámbito, subámbito o del producto (ver la descripción abajo) <sup>17</sup>	Número de productores/ sitios de producción <sup>18</sup>	Producción paralela <sup>19</sup>	Propiedad paralela <sup>19</sup>

Fecha de la emisión (fecha de impresión del certificado): xx/xx/xxxx<sup>20</sup>

Válido a partir de: xx/xx/xxxx<sup>21</sup>  
 Válido hasta: xx/xx/xxxx<sup>22</sup>

<b>Autorizado por<sup>23</sup></b> <hr style="width: 80%; margin: 5px auto;"/> Fecha de la decisión de certificación: xx/xx/xxxx <sup>24</sup>
--

El estado actual de este certificado siempre figura en: <http://www.globalgap.org/search><sup>25</sup>

Datos de contacto del OC<sup>26</sup>  
 Nombre de la empresa, Dirección (incluyendo correo electrónico)