



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección
de Empresas.**

**Certificados de calidad
Aplicación en el sector
agroalimentario:**

Presentado por:

Sergio Olmedo Cocho

Tutelado por:

M^a Valle Santos Álvarez

Valladolid, 10 de Enero de 2020

RESUMEN

En la actualidad, la calidad para la competitividad de las empresas es cada vez más importante. El incremento continuo de la calidad en los procesos de una entidad conduce al cumplimiento de los objetivos establecidos, por lo que implementar un sistema de gestión de la calidad es una alternativa segura y de excelentes resultados para cualquier organización. Dentro de las distintas estrategias relacionadas con la gestión de la calidad que puede desarrollar una organización, en los últimos tiempos ha adquirido especial relevancia la implantación y certificación de sistemas de calidad.

Ante el creciente interés de los consumidores por el medio ambiente sugiere la oportunidad en el mercado de aprovechar por parte de las empresas certificaciones ecológicas, con la finalidad de consolidar su situación y establecerse como organizaciones más competitivas. A lo largo de este trabajo se analizarán los distintos certificados de calidad a los que pueden optar las empresas, ilustrando principalmente los certificados ecológicos, así como sus beneficios e inconvenientes que puede conllevar su implementación. Por otro lado, se estudia distintas aplicaciones de certificados ecológicos en diferentes empresas del sector agroalimentario, analizando la influencia de estos certificados en los beneficios de la empresa y en la persecución de sus objetivos.

Palabras clave: calidad, estrategia, certificación, diferenciación, sector agroalimentario.

ABSTRACT

Nowadays, the quality for the competitiveness of companies is increasingly important. The continuous increase of the quality in an entity's processes leads to the fulfillment of established objectives, so implementing a quality management system is a safe alternative with excellent results for any organization. Within the different strategies related to quality management that an organization can develop, in recent times the implementation and certification of quality systems has become especially relevant.

In view of the growing interest of consumers in the environment, it suggests the opportunity in the market to take advantage of ecological certifications by companies, in order to consolidate their situation and establish themselves as more competitive organizations. Throughout this work, the different quality certificates that companies can opt for will be analyzed, illustrating mainly the ecological certificates, as well as their benefits and inconveniences that their implementation may entail. On the other hand, different applications of ecological certificates are studied in different companies in the agri-food sector, analyzing the influence of these certificates on the company's profits and on the pursuit of its objectives.

Keywords: quality, strategy, certification , differentiation, agri-food sector.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. DEFINICION CALIDAD.....	7
2.1. Sistema gestión de calidad _____	10
2.2. Estrategia empresarial ante la dificultad para valorar la calidad de los productos _____	11
3. CERTIFICADOS DE CALIDAD.....	12
3.1. Definición _____	12
3.2. Elementos de una certificación _____	12
3.3. Tipología _____	¡Error! Marcador no definido.
3.4. Proceso de certificación _____	14
3.5. Ventajas que proporciona un certificado de calidad. _____	15
4. CERTIFICADOS DE CALIDAD ECOLOGICOS.....	19
4.1. Definición de calidad en el sector agroalimentario _____	19
4.2. Dificultades en valorar la calidad de los productos ecológicos _____	20
4.3. Que organismos acreditan los certificados ecológicos _____	¡Error! Marcador no definido.
5. TIPOS DE CERTIFICADOS ECOLÓGICOS	25
5.1. Sellos vinculados con el territorio _____	25
5.2. Sellos vinculados con el espacio donde operan _____	26
5.3. Sellos vinculados con el método productivo _____	27
5.4. Sellos vinculados al proceso productivo _____	28
6. APLICACIÓN DE LOS CERTIFICADOS DE CALIDAD ECOLOGÍCOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO.	29
6.1. Aceite alquería de camarillas _____	29
6.2. Huerta Luis San José _____	31
6.3. Campofrío _____	33
7. CONCLUSIONES	35

8. BIBLIOGRAFÍA.....	37
----------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y GRÁFICOS

Figura 2.2.1 Evolución del sistema de gestión de la calidad	10
---	----

Figura 3.3: Tipos de certificaciones.....	14
---	----

Figura 3.4.1: Fases en el proceso de certificación	15
--	----

Figura: 9.1: entidades certificadoras ecológicas por CC.AA	23
--	----

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la importancia que tiene la calidad para la competitividad de las empresas es cada vez mayor debido a que vivimos en un mundo globalizado donde cada vez los retos empresariales son mayores. El incremento continuo de la calidad en los procesos de una entidad conduce al cumplimiento de los objetivos establecidos, por lo que implementar un sistema de gestión de la calidad es una alternativa segura y de excelentes resultados para cualquier organización.

Los clientes por un lado, demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta de productos, los clientes tienen cada vez más dificultades para poder escoger aquellos productos que más les satisfacen sus necesidades o exigencias (información asimétrica). Los fabricantes, ante la escasez de su demanda particular, buscan diferenciar sus productos de los de la competencia mediante indicadores de calidad para un mejor reconocimiento en el mercado.

Dentro de las distintas estrategias relacionadas con la gestión de la calidad que puede desarrollar una organización, en los últimos tiempos ha adquirido especial relevancia la implantación y certificación de sistemas de calidad.

En algunos mercados la certificación no es tanto un valor añadido para la empresa que la obtiene como un requisito para competir (aunque sea voluntaria y siempre quede una parte del mercado para las empresas no certificadas), ya que son exigidas o valoradas positivamente por consumidores finales, grandes clientes industriales o administraciones públicas en los contratos y licitaciones públicas.

Ante el creciente interés de los consumidores por el medio ambiente sugiere la oportunidad en el mercado de aprovechar por parte de las empresas certificaciones ecológicas, con la finalidad de consolidar su situación y establecerse como organizaciones más competitivas. A lo largo de este trabajo se analizarán los distintos certificados de calidad a los que pueden optar las empresas, ilustrando principalmente los certificados ecológicos, así como sus beneficios e inconvenientes que puede conllevar su implementación. Por otro lado, se estudia distintas aplicaciones de certificados ecológicos en diferentes empresas del sector agroalimentario, analizando la influencia de estos

certificados en los beneficios de la empresa y en la persecución de sus objetivos.

Para su consecución, se han utilizado dos metodologías, principalmente, que son las siguientes:

-Búsqueda y análisis de publicaciones sobre certificados de calidad, observando las diferentes categorías, ventajas y beneficios, analizando especialmente los certificados ecológicos en el sector agroalimentario, donde existen menos estudios referente a estos certificados debido a que han irrumpido en mayor medida en la actualidad

-Realización de análisis y consultas con personal cualificado y con directivos de empresas que han llevado a cabo estas estrategias para su empresa, exponiendo dichos casos en las aplicaciones empresariales del presente trabajo.

2. CALIDAD

2.1. Definición

Para iniciar la investigación acerca de los certificados de calidad, es necesario poder entender y desarrollar el concepto de “calidad”.

El concepto de calidad ha ido evolucionando a la par que lo ha hecho la economía desde la aplicación de la idea a conceptos industriales hasta su aplicación a empresas de servicios en general (Albacete, 2004, 2007). Existe una gran variedad de formas de concebirla, de forma que cada persona puede concebir el término de calidad de una manera sesgada.

Autores como Juran (1951), Deming (1989) o Crosby (1987) han sido considerados por muchos autores como los grandes teóricos de la calidad. Sus definiciones y puntos de vista han significado el punto de partida de muchas investigaciones.

A continuación vamos a comentar las definiciones más extendidas y con mayor aceptación a lo largo del tiempo

Deming define calidad como: “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad, adecuado a las necesidades del mercado”. Para este autor, el principal objetivo de la empresa debe ser la permanencia en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de obtener una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Juran y Gryna (1993) definen calidad como una adecuación al uso. Esta ilustración implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

Crosby (1987) define la calidad como una conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos.

Para Ishikawa (1988) la calidad se define como: “el arte de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor”.

Reeves y Bednar (1994) revisaron el concepto de calidad concluyendo que no existe una definición universal y global de la misma, sino básicamente se extiende a cuatro tipos de definición:

✚ Calidad como excelencia:

Calidad se delimita como “lo mejor” en sentido absoluto. Término abstracto y confuso que no orienta a la organización hacia donde debe llevar su gestión arriesgándose a ser distinta a la concepción que tendrían los clientes.

✚ Calidad como valor:

En este caso se segmenta el concepto según el tipo de cliente. “Calidad es lo mejor para cada tipo de consumidor”. (Feigenbaum 1951, en García, 2001). Un producto tendrá mayor calidad si el cliente percibe un mayor valor al comprarlo. Esta forma de definir la calidad tiene la ventaja de que compatibiliza por un lado la eficacia, respecto al mercado y por otro lado, la eficiencia económica interna.

✚ Calidad como ajuste a las especificaciones:

Este concepto se centra en el producto final, ajustándose a un patrón preestablecido. Calidad significa asegurar que el producto final es tal como se ha determinado, en base a unas especificaciones previas.

✚ Calidad como respuesta a las expectativas de los clientes:

Calidad como percepción del cliente. Reconoce la importancia de los gustos e intenciones de los consumidores a la hora de establecer los parámetros que decretan la calidad de un producto o servicio. Se enfoca hacia el exterior de la organización, siendo muy sensible ante cualquier modificación del entorno.

Posee un claro componente subjetivo debido a que en numerables ocasiones el cliente carece de expectativas, al tratarse de productos innovadores o poco habituales. La principal ventaja es la dependencia de los consumidores que son, en última instancia, los que hacen la valoración última del servicio consumido. El principal inconveniente es la subjetividad y la consecuente dificultad de medición.

Podemos concluir que la calidad se define como “Un proceso de mejoramiento continuo, donde todas las áreas de las empresas participan activamente en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad”.

2.2. Sistema gestión de calidad

Dentro de las organizaciones, se implanta una estrategia para garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante el mantenimiento permanente de la calidad.

El sistema de gestión de Calidad Total (TQM) se definió por primera vez por Feigenbaum en los años 50 como “un eficaz sistema que integra el desarrollo de la calidad, su mantenimiento y los esfuerzos de lo diferentes grupos en una organización para mejorarla y así, permitir que la producción y los servicios se realicen en los niveles más económicos permitiendo la satisfacción del cliente”

En un primer momento se habla de control de calidad, siendo la primera etapa en la gestión de la calidad. Se basa en técnicas de inspección aplicadas a la producción. Posteriormente nace el “aseguramiento de la calidad”, fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado.

Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de mejora continua y que incluye las dos fases anteriores.

Figura 2.2.1 Evolución del sistema de gestión de la calidad



Fuente: Universidad de Guanajuato

En la década de los 80 Europa empezó a consolidar el aseguramiento de la calidad, mediante el apoyo de los estados a la certificación según normas ISO 9000, mientras en Japón existía el premio Deming a la calidad total (1951) y en Estados Unidos se empezaba a hablar del premio Malcon Baldrige (1987). En la última década Europa también ha comenzado a asimilar los conceptos de calidad total y se ha creado un premio europeo según el llamado modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia Empresarial) (1991).

Recogiendo las distintas definiciones y su constante evolución, un sistema de gestión a la calidad es parte del sistema de la organización enfocada en el logro de los resultados guardando relación con los objetivos de la calidad. Proporciona confianza, tanto interna como externa, sobre la capacidad de la organización para ofrecer productos y servicios que satisfagan los requisitos de forma coherente siendo el marco de referencia para la mejora continua de la calidad, con objeto de incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas.

2.3. Estrategia empresarial ante la dificultad para valorar la calidad de los productos

Como hemos podido reflexionar, la calidad es una condición indispensable que debe de tener cualquier producto o servicio comercializado para conseguir un rendimiento y una rentabilidad positiva en las empresas, en un mercado cada vez más competitivo y exigente. No solo se exige que el producto final sea de gran calidad como se podría demostrar con su exquisito sabor, sus características exitosas o únicas, sino que en la actualidad cada vez se exige en mayor medida unos estándares mínimos de calidad por parte de clientes y proveedores en todo el proceso productivo o en algunos casos, en ciertas zonas geográficas.

A la hora de asegurar la calidad en sus productos, las empresas recurren a determinadas acciones planificadas que dan la confianza necesaria a los consumidores. Estas acciones se resumen a las siguientes:

- Documentar como se va a desarrollar el proceso productivo del producto.
- Evaluar cómo y por qué se hacen los productos de esa manera.
- Registrar los resultados para mostrar que se han llevado a cabo como se planteaba. Todo ello para establecer la confianza del cliente.

Todas estas acciones se emplean con los certificados de calidad. Tienen la misión de transmitir al mercado que sus productos cumplen con las exigencias y normativas establecidas por consumidores e instituciones, aumentando así la confianza con los consumidores, proveedores y otros agentes externos de la empresa.

3. CERTIFICADOS DE CALIDAD

3.1. Definición

Un certificado de calidad es la vía que verifica que un determinado bien o servicio cuenta y cumple con los requisitos mínimos de calidad requerida. Se trata de una certificación que da una institución independiente y externa a la empresa que lo solicita.

Las empresas obtienen estos certificados con el objetivo de mejorar su competitividad frente a las empresas rivales, acceder a determinados clientes que exigen un sistema de calidad certificado, así como mejorar su nivel de confianza y prestigio tanto a clientes como a proveedores.

3.2. Elementos de una certificación

Los certificados de calidad contienen distintos elementos que los forman. Es indispensable que consten los siguientes elementos:

- ✚ Un periodo de validez. Normalmente los certificados de calidad tienen un periodo de validación de 1 a 2 años.
- ✚ Detalle de los productos o servicios a los que se aplica y sobre los que tiene valor.

- ✚ Norma de referencia que se ha usado como elemento de examen de la calidad del producto o servicio. En este apartado se explicarán y detallarán las características del mismo.
- ✚ La entidad u organismo de certificación que lo ha emitido, así como información acerca del fabricante u organización que posee dicho certificado de calidad

3.3. Tipología

Dependiendo de lo que se quiera certificar, la parte empresarial que se desee potenciar, el sector, o el ámbito del mercado en que se mueve una organización, deberá optar por un certificado u otro. A continuación se detallan los principales certificados de calidad que se obtienen:

- ✚ Certificación de sistemas: Consiste en manifestar mediante un documento formal la verificación que dichas políticas, procedimientos e instrucciones se ajustan a las restricciones establecidas en la norma de referencia. La certificación de sistemas puede extenderse al conjunto de una organización, o restringirse a algunas de sus actividades.
- ✚ Certificación en personas: Documento que avala los conocimientos y las habilidades de una persona para ejecutar ciertas actividades. Las personas certificadas pueden inscribirse en el registro correspondiente, para acreditar su capacidad contrastada por la entidad certificadora.
- ✚ Certificación en productos: Definidos como la salida o el resultado de un proceso, verificado mediante una serie de pruebas o ensayos de que sus propiedades y características son conformes a las especificaciones técnicas establecidas en una norma técnica, pública o privada.

Dentro de cada certificación, existen organismos independientes que verifican y auditan los procesos que se llevan a cabo dentro de las empresas para poder otorgar dicha certificación.

Figura 3.3: Tipos de certificaciones



Fuente: Elaboración Propia.

Una vez analizado los diferentes tipos de certificaciones que existen en el mercado, en el desarrollo del trabajo me voy a enfocar y analizar las certificaciones de productos.

3.4. Proceso de certificación

El proceso para obtener la certificación varía según la certificación solicitada, pero en general, implica una verificación inicial al proyecto por parte del organismo certificador, para decretar si cumple o no los requisitos para alcanzar la certificación. En la siguiente figura se aprecia las distintas fases que transcurre en el proceso de certificación.

Figura 3.4.1: Fases en el proceso de certificación



Fuente: INCAP

Si los cumple, es publicada la certificación, y durante el período de validez de la misma, normalmente uno o dos años, se realizan visitas imprevistas para constatar que se siguen cumpliendo los criterios de producción fijados.

Si el proyecto no cumple los requisitos, el organismo certificador lo asesora en el plan que debe seguir para cumplirlos y poder acceder a la certificación.

Los productos que no puedan ser certificados después de la inspección pueden recibir una certificación que estipule que están en periodo de transición. Este periodo puede durar de 1 a 3 años, según las condiciones del terreno y la situación ecológica de la empresa.

3.5. Ventajas que proporciona un certificado de calidad.

Cuando una empresa decide someter sus productos a la certificación acreditada por parte de un organismo competente e independiente, obtiene una serie de importantes ventajas. Un certificado de calidad es un atributo incluido en la cadena de valor del producto o servicio (Steiner, 2004).

A continuación se pueden ver una serie de ventajas que adquieren las empresas cuando obtienen certificados de calidad, a nivel genérico, ya que cada sector tendrá unos certificados específicos con una serie de ventajas propias.

✚ Diferenciación de producto: Se ha convertido en una de las estrategias más utilizadas en el ámbito empresarial. Según Deming (1986) “la “revolución de la calidad” ha sido suscitada por las empresas debido a la retención de los clientes y el aumento de la cuota de mercado dependen en gran medida de la calidad de los productos y servicios ofrecidos”.

Debido a la gran oferta de productos que existen en el mercado, la diferenciación fomenta el aumento de las ventas en el momento en que nuevos consumidores informados escogen productos con atributos de valor diferenciadores.

Muchas empresas fabricantes se están viendo obligadas a introducir estas mejoras debido a las exigencias de proveedores o grandes empresas clientes. Por ejemplo, Ford y General Motors han exigido que todos sus proveedores tengan sus centros productivos certificados con la Norma ISO 14001.

✚ Incremento de la productividad y la eficiencia: El aumento de las inversiones en activos fijos específicos hace que diversos gastos (adaptar las instalaciones a criterios más estrictos) se vean recompensados con la reducción de costes que dicha producción generan. (Häversjö, 2000). Estos costes que se ahorra la empresa se resumen en los siguientes:

Costes de despilfarro originados por el mal uso de los recursos: Surge el concepto de eco eficiencia (producir más con menos). Originan la posibilidad de producir lo mismo con un consumo menor de recursos.

Costes legales: Se recogen tanto los costes originados por incumplir con la legislación vigente, como de sus costes derivados.

Costes de pérdida de imagen: Una reputación negativa del comportamiento de la empresa ante rasgos sociales, éticos y morales conlleva un rechazo de sus productos por parte de los consumidores.

- ✚ Mejora su Rentabilidad: Como consecuencia de la estrategia de diferenciación que obtiene la empresa al adquirir una certificación de calidad, las empresas tienen dos opciones:

Mantener los precios iguales a la competencia que no poseen un sello ecológico, observándose un aumento en el nivel de ingresos que podría más que compensar el aumento en los costes.

Aplicar un precio mayor, como resultado del aumento en sus costes, compensando la demanda de los consumidores preocupados por dichas exigencias, representando un nicho de mercado en el cual la empresa podría desarrollar su actividad.

- ✚ Mejora de la confianza: Una organización que obtiene una certificación garantiza que lo que produce o tramita lo realiza siempre de la misma manera. Así, el cliente que conoce su producto o servicio tiene la garantía de que ese proceso no se verá afectado ante cambios, a no ser que se incorpore una mejora en I+D o I+D+i.

Además, el hecho de que estas certificaciones tienen una caducidad exige a las organizaciones a estar en alerta constante para no empeorar la calidad de sus procesos.

- ✚ Apertura de nuevos mercados y aumento de sus exportaciones: Las empresas que poseen certificados de calidad en ámbito internacional hacen que puedan introducir productos en otros países que en muchos casos no se comercializan.

En los mercados internacionales, el hecho de que un producto sea fabricado en un país en desarrollo puede ser interpretado por los consumidores de los países más avanzados como que es un bien de calidad inferior (Bilkey, 1978). En este orden, la posesión de un certificado

de calidad constituye una buena medida para avalar su calidad en los distintos países extranjeros.

Estos beneficios dependerán del grado de interiorización de la norma de calidad, de las razones para certificarse, del nivel de compromiso de los empleados para cumplir los requisitos de la norma de calidad y del grado de compromiso con la mejora continua (Boiral, 2011).

La calidad no ejerce un efecto directo sobre el resultado global de la organización. Los factores intermedios a través de los que opera la calidad como son la productividad, la satisfacción del cliente o la imagen de la empresa, se ven influenciados por muchos otros factores que dificultan poder establecer una relación transparente entre la calidad y el resultado financiero (Hardie, 1998).

Los certificados también tienen efectos negativos para la empresa, conllevando en algunos casos una desventaja competitiva para estas. Para valorar y comprobar que un certificado de calidad reporta unos efectos más positivos que negativos, Hendrichs y Singhal (1997) llevaron a cabo un estudio en 600 compañías que habían obtenido algún premio a la calidad y compararon sus resultados quinquenales con los de otra serie de empresas del mismo sector y tamaño.

Sus resultados mostraban que las empresas que obtenían un premio a la calidad tenían mejores resultados financieros y por tanto la implantación de modelos de calidad resultaba rentable.

De los estudios se deriva que la calidad puede influir en el rendimiento de dos formas complementarias (Reed et al., 1996) por un lado a través de los procesos (efectos internos) lo que contribuirá a aumentar los niveles de competitividad y su rentabilidad al normalizar los procesos, reducción de residuos, servicio más eficaz y menos errores. Por otro, a través del mercado (efectos externos) (Brown et al., 1998; Singels et al., 2001; Yahya y Goh, 2001), la calidad afectará a la satisfacción del cliente y por lo tanto su demanda

lo que permitirá incrementar las ventas y cuota de mercado, y obtener mejor imagen.

Como conclusión, podemos observar que a corto plazo, la empresa tendrá que hacer grandes esfuerzos financieros para poder atender a estas inversiones, a largo plazo puede ser recompensada, obteniendo grandes ventajas competitivas y obteniendo un beneficio doble; por el lado de la empresa, una mayor rentabilidad económica (reducción de costes en producción y un producto por el cual el mercado está dispuesto a pagar un precio mayor) y por el lado de la demanda, una diferenciación de dicho producto.

Una vez definido los certificados de calidad, en el presente trabajo vamos a realizar una investigación de los certificados que se otorgan en el sector agroalimentario, especialmente los que se llevan a cabo con los productos ecológicos.

4. CERTIFICADOS DE CALIDAD ECOLOGICOS

4.1. Definición de calidad en el sector agroalimentario

En el sector agroalimentario, el concepto de calidad es un término complejo que se delimita en base a la satisfacción de las preferencias del consumidor final, incluyendo conceptos de muy distinto signo relacionados con la seguridad alimentaria, la sostenibilidad, el medio ambiente, bienestar animal o los valores nutricionales entre otros.

Los clientes y el mercado tienen gran dificultad para realizar una valoración adecuada de esos atributos. Por ello, las empresas recurren en mayor medida a certificados de calidad para poder valorar y fomentar dichos atributos. Para analizar el concepto de calidad en los productos alimentarios, se pueden distinguir las siguientes categorías (Ablan, 2000; Niño de Zepeda y Echevarri, 2001):

- Seguridad alimentaria: En esta categoría, un producto con calidad es aquel que está exento de elementos perjudiciales para la salud, sin

fertilizantes, alimentos hormonados etc. Estándares mínimos de seguridad controlados por administraciones públicas u organismos competentes.

- Calidad nutricional: Se hace referencia a la aptitud de los alimentos y las materias primas con las que son elaborados los productos, basándose principalmente en la aportación de nutrientes, proteínas etc. Este factor ha tomado gran relevancia como consecuencia de la información y consecución de los clientes en realizar una dieta saludable y equilibrada.
- Calidad en referencias a atributos de valor: Estos atributos diferencian a los productos de una manera más especial, llegando a considerar a un producto como especial o incluso único por poseer dicho atributo. Resalta en dicha mención el color o el sabor de los alimentos.

La difícil valoración para el cliente de todos esos atributos hace necesario la utilización de determinados sellos ecológicos que puedan dar validez a sus productos y permitan visibilizar que sus productos gozan de las características señaladas.

4.2. Dificultades en valorar la calidad de los productos ecológicos

Las principales dificultades están relacionadas en la valoración y reconocimiento de los productos ecológicos por parte de los clientes. Estos agentes consideran que las empresas venden estos productos bajo una imagen que no es la real. Las empresas venden productos convencionales con una definición falsa y con una elevación del precio para mejorar así sus beneficios.

Gran parte de la población no son capaces de reconocer los valores excepcionales del producto o desconocen si dichos productos o servicios cumplen con las exigencias medioambientales. Por lo tanto, para que el consumidor esté dispuesto a adquirir productos ecológicos, es imprescindible que los reconozca como productos de mayor calidad y, sobre todo, que tenga

confianza en la veracidad de las características ecológicas del producto (Montoro y Castañeda 2005).

Otro de los inconvenientes es la excesiva publicidad que se hace de estos productos, en muchos casos, con palabras técnicas que muchos ciudadanos no llegan a comprender (nuevo detergente sin fosfatos). Provoca una gran confusión para los consumidores y como consecuencia una desconfianza en dichos productos. Como señala Minetti (2002) “la confianza es la certeza que el consumidor le asigna a su evaluación sobre el producto, por lo cual es muy importante la información recibida, así como también el conocimiento que tenga el consumidor del producto” (Minetti, ob. cit., pág. 109).

4.3. Organismos de acreditación: certificados ecológicos.

Un certificado es un documento que contiene la acreditación de que un producto o servicio de una organización que ha sido verificado previamente por el organismo que lo expide, en la mayoría de los casos por un organismo independiente a la organización que lo solicita.

Uno de los elementos relevantes a tener en cuenta en cualquier proceso de certificación es precisamente quien lo realiza. Se trata de evaluar el cumplimiento de cualquier organización o producto de los estándares que se hayan fijado, además de verificar mediante auditorias imprevistas que estos se siguen cumpliendo.

Este es uno de los puntos de mayor complicación dentro de todo proceso de certificación, puesto que dependiendo de cómo se lleven a cabo todas las acciones se tendrá mayor seguridad sobre la veracidad de la certificación o sello.

Sin ánimo de ser exhaustivos, se presenta una tipología de sistemas de certificación presentes en el sector agroalimentario. Los epígrafes no son excluyentes entre sí, de forma que un sistema de certificación puede clasificarse en cada uno de los tipos propuestos.

- Sistemas públicos o privados: Tiene relación con la naturaleza jurídica de la autoridad de certificación, como ejemplo podemos tomar la indicación geográfica protegida, controlada por las comunidades europeas de índole público, y por otro lado, la organización ECOHAL, de carácter privada.

La diferencia principal se caracteriza en que las certificaciones públicas son más genéricas, más flexibles en referencia a la normativa y por lo tanto generan un menor atractivo empresarial.

Dentro de los organismos certificadores privados, existen estándares privados genéricos y específicos.

Los genéricos tienen la flexibilidad suficiente para ser adaptados por cada empresa a sus necesidades comerciales. En este apartado cabe destacar la Norma ISO 9000 un conjunto de normas de control de calidad y gestión de calidad. Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Los específicos, nacen con la vocación de servir los intereses específicos de un sector o producto. A su vez, algunos son promovidos por los productores (Ejemplo: sello BDIH) y otros por los distribuidores (Ejemplo: Sello: Eu organic bio logo)

En España, el control de las certificaciones se ha transferido a las comunidades autónomas. En cada comunidad, la administración pública tiene la decisión de permitir a organizaciones de índole privado o público para la concesión de certificados ecológicos.

Figura: 9.1: entidades certificadoras ecológicas por CC.AA



Fuente: Bioecoactual

En España, INTERECO es la entidad pública para la promoción y el desarrollo de la agricultura ecológica, asociación sin ánimo de lucro que agrupa a las certificadoras públicas, valorando que “La naturaleza pública de las certificadoras las constituye en patrimonio de toda la ciudadanía, en coherencia con el sector estratégico que constituye la agricultura ecológica y por tanto una alimentación sana y de calidad.”

La certificadora española especializada en Producción Ecológica, privatizada es CAAE , la entidad que más hectáreas bio certifica en Europa con más de 1.000.000 hectáreas, incluye algunos de los principales productores españoles, como son: Andalucía y Castilla la Mancha

- **Sistemas obligatorios o voluntarios:** En principio los sistemas de certificación a los que nos estamos refiriendo son de carácter voluntario, pero algunos sistemas se convierten en obligatorios cuando se quieren acceder a determinados canales de comercialización cumpliendo los requisitos mínimos de seguridad alimentaria, medio ambiente etc. Ejemplo: EUREP-GAP. (Sistema de certificación elaborado por minoristas europeos de la UE, Noruega y Suiza).

Las certificaciones voluntarias son llevada a cabo por entidades independientes de la parte que está interesada en adquirir dicha certificación para asegurar que un producto, proceso o servicio esta auditado de forma objetiva cumpliendo la normativa. Es el mecanismo más recomendable y responde a las necesidades y demanda de los consumidores. Garantizando mejores productos y su salida al mercado nacional e internacional (Mercado, 2007).

Dentro de las certificaciones voluntarias se pueden distinguir en:

- ❖ Los que se basan en las características del proceso productivo: agricultura ecológica y especialidades tradicionales garantizadas. (Demeter)
- ❖ Los que se basan en el origen del producto o el lugar de realización de los procesos productivos: Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas

En la práctica, este sistema de aseguramiento suele ser privado en su totalidad, pero no es descartable la participación de la Administración en alguno de sus componentes. Por ejemplo, el estándar puede ser público, pero el control y certificación privado; o el estándar privado, con una participación pública en el control e inspección (Golan et al., 2000).

La implementación por parte de las administraciones públicas de estándares mínimos de calidad origina ciertos problemas:

La fijación del estándar: Si los fija la industria o el propio sector su nivel de exigencia puede no ser óptima (Leland, 1979). En consecuencia, el nivel de exigencia del estándar tiene efectos sobre el bienestar.

A la fijación de un estándar suele seguir la desaparición del mercado de productos de baja calidad que no lo cumplen y un aumento de los precios.

Esto puede originar una pérdida de bienestar para el grupo de consumidores de los productos retirados (Shapiro, 1983). En sentido contrario, puede ocurrir

que al reducir el abanico de características del producto se incremente la competencia, lo que beneficia a todos los consumidores (Ronne, 1991).

En relación a este último apunte, Bockstael (1984) ha demostrado que los estándares reducen el bienestar tanto de compradores como de vendedores. Matizando este resultado, Chambers y Pick (1994) llegan a la conclusión de que, en presencia de comercio internacional, el país que impone los estándares mínimos puede salir beneficiado, dado que actúan como barreras no arancelarias al comercio.

5. TIPOS DE CERTIFICADOS ECOLÓGICOS

Dentro de los distintos sistemas de certificación, en el presente apartado vamos a desarrollar los principales sellos ecológicos que existen en el mercado enfocándonos en las certificaciones de productos.

Los sellos ecológicos se pueden diferenciar en función de las características que presentan los productos, el origen de producción, su modelo productivo etc. A continuación se enumeran los principales sellos que operan en la actualidad.

5.1. Sellos vinculados con el territorio

Las empresas que obtienen estos sellos pretenden diferenciar su producto contrastando las cualidades excepcionales que tienen sus bienes en relación a su aroma, sabor etc. Estos sellos crean un vínculo de confianza entre el consumidor, el producto y el lugar de donde es originario.

5.1.1. Denominaciones de origen protegida

Se designa el nombre a un producto cuya producción, transformación y elaboración deben realizarse en una región geográfica determinada, con unos conocimientos específicos reconocidos y comprobados. El vínculo geográfico debe estar presente en las tres fases señaladas anteriormente.

Son reguladas a nivel europeo mediante el Reglamento 479/2008, que las incluye dentro de la mención DOP. Es la propia Comisión la encargada de aprobar la creación y registro comunitario de una nueva Denominación de Origen.

Un ejemplo muy conocido es la del queso roquefort, un queso azul francés de leche coagulada de oveja procedente de la región de Causses del Aveyron.

5.1.2. Indicación Geográfica Protegida:

Garantiza que el producto que lleva este sello presenta un vínculo con el medio geográfico en al menos una de las etapas de su desarrollo: producción, transformación o elaboración.

El organismo responsable de realizar la expedición del sello y su control es el mismo que las denominaciones de origen protegidas. Como ejemplo podemos tomar el lechazo de Castilla y León.

5.2. Sellos vinculados con el espacio donde operan

5.2.1. Ecolabel (etiqueta ecológica europea)

Este sello ecológico es conocido como la etiqueta ecológica europea; es de carácter voluntario que busca la identificación de productos sostenibles, reduciendo los efectos ambientales adversos en comparación con otros productos de su misma categoría. La etiqueta Ecolabel se extiende a todo aquel producto industrial sostenible, exceptuando los productos alimenticios, bebidas y productos farmacéuticos.

La entidad normalizadora es la Comisión Europea a través del Reglamento 1980/20003. En cada comunidad autónoma existe una entidad (Consejería de fomento y medio ambiente) encargada del otorgamiento de la certificación.

5.2.2. Consejo Catalán de la Producción Agraria Ecológica

Organismo bajo la tutela del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural de Cataluña. Certifica que los productos

vegetales ecológicos sean productos cultivados sin abonos ni pesticidas de síntesis química. En el caso de los productos animales, se certifica que hayan sido alimentados con productos ecológicos y criados en condiciones regladas.

5.3. Sellos vinculados con el método productivo

Estos productos están ligados a un método peculiar en su producción. Poseen alguna cualidad determinada o una característica que los diferencia de otros productos de la misma categoría.

Esta clasificación tiene una amplia gama de certificados en los que se expondrán los más llamativos y más notorios.

5.3.1. Demeter

Es un sello de agricultura internacional particular: identifica los productos de la agricultura biodinámica, enfoque holístico de la agricultura en la cual la vitalidad es la prioridad. Este sello indica que el producto registrado no es simplemente un producto ecológico, sino que fortalece valores sociales y busca la igualdad, entre el planeta, la tierra y el ser humano.

El destino principal es la exportación y los productos más producidos y demandados son frescos, frutas, verduras y vino.

Demeter cuenta con un organismo regulador en cada país donde opera. Para las organizaciones que operan en España, el certificado Demeter se puede obtener a través de la Asociación de Agricultura Biodinámica de España. Como ejemplo podemos tomar los espárragos de la empresa Huerta Luis San José.

5.3.2. Especialidad tradicional garantizada

Certifica que el producto que acarrea este sello exhibe una composición tradicional o está manufacturado según un método de producción tradicional.

El modo de registro, que podrá ser iniciado únicamente por agrupaciones de productores, se lleva a cabo en dos períodos, ante las autoridades nacionales y

posteriormente ante la Comisión Europea si el solicitante pertenece a un país de la Unión Europea. Si es instado por una agrupación de un tercer país, directamente ante la Comisión. Como ejemplo podemos tomar los panellets.

5.3.3. V-label

Esta certificación distingue a los productos que se elaboran sin ningún componente de origen animal, destinado a la población que persigue una dieta vegetariana o vegana.

A nivel europeo existe la European Vegetarian Union promotora del certificado *V-Label*. Esta es una organización que promueve la colaboración y cooperación entre numerosas organizaciones europeas relacionadas con el veganismo y el vegetarianismo. En España, desde la Unión Vegetariana Española, realiza la concesión de este distintivo en el mercado español, de forma unificada junto con el resto de países del entorno europeo. Como ejemplo podemos tomar los artículos “Vegalia” de la empresa Campofrío.

5.4. Sellos vinculados al proceso productivo

Estos sellos nos están indicando que en alguna fase del proceso productivo se ha llevado a cabo medidas acorde con la protección del medio ambiente, componentes libre de pesticidas o elementos tóxicos.

En este apartado es donde encontramos un mayor número de sellos ecológicos, debido a que no es necesario que se cumpla la protección al medio ambiente en todo el proceso, sino que basta con una parte del mismo.

5.4.1. Ángel azul alemán

Certificación que se otorga a los productos que cumplen con los criterios propios de reducción del impacto ambiental en las etapas de fabricación y reciclaje, embalaje, uso, emisión, recogida y desecho. Además de los criterios ambientales, incorpora los de calidad, seguridad, consumo de energía y otros. Es una de las etiquetas con mayor prestigio a nivel mundial en cuanto a exigencia de criterios se refiere. Controlado por el instituto alemán de

certificación y garantía de calidad (proporciona evaluaciones y certificaciones de sistemas de gestión y procesos de cualquier tipo).

5.4.2. Aenor Conform Bienestar Animal

El certificado de Bienestar Animal AENOR Conform documenta que las empresas cumplen con las exigencias del modelo AENOR de bienestar animal, desarrollado junto al Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA) y basado en el referencial Welfare Quality principal referente europeo en materia de bienestar animal. Este sello avala que los animales explotados no han sufrido y han sido criados en unas condiciones dignas basándose en cuatro pilares: buena alimentación, buen alojamiento, buen estado de salud y comportamiento apropiado.

Operadores de la compañía AENOR son los encargados de auditar el proceso productivo en colaboración con el IRTA, evaluación pormenorizada que se envía al organismo europeo Welfare Quality, responsable en última instancia de conceder la certificación.

6. APLICACIÓN DE LOS CERTIFICADOS DE CALIDAD ECOLÓGICOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO.

Para conocer mejor el funcionamiento de los certificados de calidad, en especial los sellos ecológicos, vamos a analizar en profundidad alguna de las empresas que en la actualidad poseen alguno de estos sellos ecológicos.

6.1. Aceite alquería de camarillas

Primera organización dentro del sector del aceite de oliva en conseguir el certificado denominación de origen protegido junto con el sello Demeter.

Ubicada en el valle de la sierra del Segura, de Cazorla y las Villas donde dicho entorno hace que se potencie el sabor del aceite de oliva, mezclado con pinceladas afrutadas.

La empresa lleva varios años comercializando sus productos con la certificación Demeter. Para el directivo, obtener el certificado Demeter significa:

“tener un sentido de equilibrio de los ecosistemas, evitando en lo posible tratamientos con productos externos a la propia finca, creando lo que se conoce como “organismo granja”. Una perfecta integración entre tierra, cosmos, plantas, animales y el hombre, con la realización de las labores y tratamientos con un calendario celeste y terrestre”

Posteriormente, la organización ha implementado la certificación denominación de origen Sierra del Segura. Con esta nueva certificación, la empresa persigue su objetivo de profundizar en la diferenciación de su producto y hacerlo más competitivo, siendo un sector muy concentrado con unos productos poco diferenciados.

Uno de los motivos por el cual ha perseguido la certificación denominación de origen es su exportación a Alemania, que ya comercializaba mediante el certificado Demeter y ponen en gran valor esta diferenciación. “Aquí trata de no solo ser bueno, sino ofrecer un producto diferente, y la familia Talón lo estamos haciendo” afirma el director de la empresa.

Uno de los principales objetivos que enmarca la empresa con los certificados de calidad es incrementar los volúmenes de exportación. Gracias a la certificación Demeter, la empresa ha incrementado su cuota de mercado un 27% debido a que Alemania, principal socio por la certificación Demeter, es el quinto país importador de aceite de oliva.

Una desventaja competitiva que tienen las empresas españolas productoras de aceite de oliva es la consideración de productos de baja calidad, observando que dichos aceites se mezclan con los originados en Italia para darle sabor al producto. Esta empresa con la obtención del sello denominación de origen hace que esta distinción por su parte se vea de forma positiva ante los ojos de otros países y facilite la estrategia de expansión a mercados internacionales.

En la actualidad, esta empresa está enfocando su expansión comercial hacia EEUU, debido a que está muy poco desarrollado el producto en dicho territorio. Existen datos en los que se aprecia un crecimiento exponencial del producto en estos últimos años, especialmente en el 2018, pasando de un 2,2% a un 43,3%

de penetración en los hogares. Por lo tanto la empresa deberá evaluar si los aranceles serán la barrera de entrada problemática en dicho territorio o en cambio, podrán acceder a este territorio con grandes beneficios.

6.2. Huerta Luis San José

Situada en Tudela del Duero, Valladolid, en una confluencia de valles donde el paisaje se abre para que se unan el río Duero y el Pisuerga siendo una tierra rica con mucha tradición productos tradicionales.

La empresa se inicio en el terreno de la agricultura ecológica con el sello ecológico Demeter. Explicando Luis, director de la empresa que su iniciación en la agricultura ecológica fue expresamente por convicción, no por vender sus productos a un precio mayor.

Su interés en dicho certificado viene porque comparte los valores que promulga Demeter, orientado la producción a una comunión entre la tierra, los animales y los humanos.

Demeter, como cualquier otro sello ecológico, tiene una gran exigencia en ámbito normativo para poder conceder su sello. El director general, enmarca que a pesar de la excesiva normativa, los costes derivados de obtener la certificación, principalmente los trámites burocráticos, fue lo más sofocante, debido a que “hay que realizar un gran número de trámites, solicitudes y descripciones de su proceso productivo y producto, tanto en España como en organismos Alemanes para poder obtener la certificación, conllevando a una gran pérdida de tiempo y recursos económicos”.

Una de las características más destacables de la certificación es que Demeter es la exigencia de utilizar ganado en el proceso productivo. El papel del ganado en la certificación es muy importante ya que persigue obtener sinergias entre la tierra y lo que aportan los animales al campo, persiguiendo la comunión de la tierra con los animales.

Demeter imponía para la elaboración de preparados biodinamicos, una preparación de abono animal, junto con plantas silvestres, cereales y

leguminosas que se fusionan con el producto a elaborar para obtener una mayor “fuerza planetaria”.

La empresa obtuvo una propuesta de una empresa distribuidora alemana al cumplir notablemente con las exigencias de la certificación y su enriquecimiento productivo. Ante esta propuesta, el director indica que “esta empresa estuvo muy interesada en adquirir nuestros productos, donde íbamos a obtener unos grandes beneficios y sin tener que realizar grandes esfuerzos”.

Ante esta propuesta, la empresa formó parte de dicha distribuidora, algo que al poco tiempo de vender en Alemania observó que les pagaban prácticamente el mismo precio que un producto bio o convencional.

Su empresa además, debía de pasar por otras dos empresas para que llegasen dichos productos a los establecimientos alemanes, margen que se redujo claramente. En primer lugar tenía que pasar por una empresa de conservas ubicada en Navarra y posteriormente se enviaba a un distribuidor catalán, que se encargaba de transportar la producción a Alemania.

Durante los primeros años la empresa mantuvo la certificación pese a no cumplir las expectativas iniciales- En Alemania se vendían los productos que en nuestro país los clientes rechazaban por su corte. Durante una exportación hacia Alemania, bajo la responsabilidad de la empresa catalana, los productos llegaron en malas condiciones y se puso en el foco a su empresa, por lo que ante esta situación, la empresa retiró la certificación Demeter.

El director de la empresa expresa muy descontento como “muchas empresas distribuidoras europeas vienen a España a buscar productos Demeter como consecuencia de las grandes ventajas climatológicas y de entorno y así producir a precios más baratos y obtener las distribuidoras más beneficios”.

A pesar de su experiencia, la empresa no considera la certificación Demeter como negativa, destaca aspectos positivos, donde señala “La certificación Demeter también está bien, siempre que encuentres quién la valore debido a que en España es desconocida y en Europa se aprovechan de dicha situación. Me quedo con todos los conocimientos que he aprendido en la agricultura

biodinámica y que puedo aplicar en mis campos para ayudar a la producción, a la sanidad de los cultivos y a la calidad”.

Como conclusión, la empresa no avala que con la certificación Demeter se han incrementado su volumen de ventas o de clientes, pero lo que si expone es que la manera de producir impuesta por dicha certificación, le ha conllevado a realizar una producción mucho más sana, más rica en sabores y en una riqueza de técnicas productivas.

6.3. Campofrío

Campofrío es una empresa multinacional perteneciente al sector de la alimentación, filial de la empresa mexicana Sigma Foods, con sede en Alcobendas, pero de origen burgalés, en España.

En España opera por medio de la compañía Campofrío España, que aporta el 40% de facturación del grupo. Es la principal empresa en Europa en elaboración de productos cárnicos y una de las mayores empresas del mundo en el sector.

La empresa a través de los diferentes sellos que obtiene que se expongan a continuación, persigue claramente una estrategia de diferenciación, con el objetivo de satisfacer a la gran mayoría de clientes, adaptándose a sus exigencias y flexibilizar los productos disponibles por parte de Campofrío.

Para demostrar su compromiso, en 2017 la empresa lanza al mercado una nueva gama de productos bajo el nombre de “Vegalia”, una amplia gama de productos destinados para los clientes flexitarianos, que promueve el consumo alternativo de proteínas vegetales. Todos los productos “Vegalia” cuentan con la certificación V-Label de la European Vegetarian Union (EVU), asociación europea que certifica que son aptos para vegetarianos, celíacos e intolerantes a la lactosa lo que facilita su inclusión en cualquier tipo de dieta.

Además de obtener la certificación V-label que le proporciona una diferenciación de productos y una clara intención de satisfacer a todo el

abanico de clientes, en 2018, Campofrío es la primera empresa del sector cárnico en obtener una certificación de bienestar animal, la certificación AENOR conform. Se trata de un certificado que, mediante la observación directa, audita todo el ciclo productivo, basándose en la evaluación de 4 principios: buena alimentación, buen alojamiento, buen estado de salud y comportamiento apropiado para las necesidades de la especie, desde la explotación ganadera hasta el envasado y etiquetado final del producto, asegurando así el bienestar animal y la trazabilidad hasta el consumidor final.

El certificado de AENOR Conform ha originado la apertura de mercado hacia otros países europeos gracias a su mejora de la imagen. Además, ha incrementado su volumen de ventas en los países donde ya operaba la empresa. Esto se refleja en un incremento del crecimiento en la facturación fuera de España en un 48%

Campofrío con la introducción de estos dos certificados se ha visto beneficiado positivamente debido a que en la actualidad cada vez hay más diversidad de dietas y una mayor preocupación por el bienestar animal.

En palabras del CEO de Campofrío, “esta apertura de clientes nos ha hecho crecer, mejorando en un 2,5% el crecimiento de las ventas de la empresa y centrándose en los consumidores vegetarianos, un incremento de la facturación de sus productos en un 20%”. “Queremos ser un operador alimentario global, no sólo cárnico, para satisfacer las necesidades del consumidor de una manera más sana y equilibrada. La base de la compañía seguirán siendo los productos cárnicos, pero vamos a potenciar la diversificación, impulsando fundamentalmente la innovación en los productos vegetarianos”.

Campofrío demuestra una vez más su reto por la innovación constante partiendo de la escucha directa, adaptándose a las tendencias de mercado y los consumidores para poder facilitarles las opciones preferidas para su alimentación.

7. CONCLUSIONES

Como hemos podido observar a lo largo de este trabajo, los certificados de calidad están tomando gran relevancia como consecuencia de la problemática que existe en la actualidad para valorar la calidad, ante la gran oferta de productos en el mercado y la continua desconfianza de los consumidores frente a ellos.

La implementación de un sistema de calidad permite mejorar la capacidad de la empresa para identificar, prevenir y controlar los peligros potenciales causantes de la contaminación del producto. En esta línea, la certificación de productos y servicios permite incrementar la confianza de los consumidores en su empresa, reforzar su imagen de marca y ampliar su mercado.

En algunos casos, la posesión de una certificación no es una prioridad competitiva, sino que se convierte en una prioridad calificadora de pedido, por cuanto que su posesión supone una condición previa para comerciar con determinados usuarios o en determinados mercados.

El creciente interés de los consumidores en base a la adquisición de bienes y servicios mas respetuosos con el medio ambiente origina para las empresas una oportunidad en el mercado, a través de la certificación ecológica de sus productos o servicios, con la finalidad de consolidar su situación y establecerse como organizaciones mas competitivas. Aporta valor añadido a los productos y servicio de una empresa y puede ser empleada como una potente herramienta de marketing.

Sin embargo, la contrapartida de este razonamiento no siempre es positiva, como hemos observado, muchas empresas tratan de beneficiarse de los valores ambientales que reportan las etiquetas ecológicas de forma incorrecta, sin que sus productos y servicios estén certificados por organismos independientes que verifiquen que realmente cumplen con lo que dicen ser.

Por tanto, para que un sistema de certificación alcance el éxito, su aplicación debe de desarrollarse de forma eficaz y controlada. Debe de garantizar ciertas ventajas económicas al sector empresarial para que resulte atractivo para las organizaciones.

Uno de los aspectos que me resulta importante destacar son los certificados que se centran en la realización del proceso productivo en una determinada zona geográfica. Estos sellos ayudan a los productores regionales a potenciar sus actividades, conservando las características propias de los espacios rurales, además, impulsa el reconocimiento de las singularidades de la comarca y, como consecuencia, favorece su reconocimiento a los consumidores

Desde mi punto de vista, la obtención de un certificado de calidad reporta más beneficios que inconvenientes. Aunque haya sectores donde pueda influir de forma peyorativa los certificados como por ejemplo industrias químicas, los certificados de calidad reportan numerables beneficios de los cuales cabe resaltar el incremento de la eficiencia y la productividad, como consecuencia de una reducción en los costes empresariales y manufacturar los productos con los recursos mínimos.

En los casos de aplicación que hemos podido estudiar, se puede concluir que los certificados ecológicos están tomando una relevancia notoria debido a la gran preocupación por el medio ambiente, lo que genera un gran atractivo por parte de las empresas. Podemos observar que los valores de exportación en las empresas estudiadas mejoraron considerablemente, en especial, la empresa de aceite alquería de camarillas. Donde el certificado ecológico y sobretodo la denominación de origen han abierto las puertas a los grandes países europeos, así como EEUU y China.

La evolución descrita es aplicable a grandes rasgos en el contexto europeo debido al ámbito comunitario de la legislación sobre seguridad alimentaria o de determinadas figuras de calidad como pueden ser las denominaciones de origen. En el ámbito estatal, el futuro tendrá ciertas especificaciones a mi parecer. El sector exportador de frutas y hortalizas deberá continuar con la adopción de aquellos sistemas exigidos por las cadenas de distribución. El resto de la agroindustria deberá adaptarse a aquellas certificaciones que exijan los consumidores, con el objetivo de ofrecer mayores niveles de seguridad alimentaria. Por otra parte, aquellas figuras de calidad ligadas al origen

geográfico o a la elaboración tradicional que no tengan el suficiente reconocimiento en los mercados encontrarán una oportunidad de acceso a los consumidores europeos en la certificación a través de importantes “marcas” como la norma ISO o similares.

8. BIBLIOGRAFÍA

Ablan E, 2000. Políticas de Calidad en el Sistema Agroalimentario Español. Agroalimentaria, N° 10: 63-72.

Aenor. (2015). ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de calidad-Requisitos. Madrid, España: Aenor

Bilkey, 1978 W.J. Bilkey An attempted integration of the literature on the export behavior of firms Journal of International Business Studies, 9 (1) (1978), pp. 33-46.

Bockstael N.E. (1984). The Welfare implications of Minimum-Quality Standards. American Journal of Agricultural Economics 66: 466-71

Boiral, O. (2011). Managing with ISO systems: Lessons from practice. Long Range Planning, 44: 197-220. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.lrp.2010.12.003>.

Brown, Alan; Van Der Wiele, Ton y Loughton, Kate (1998). Smaller enterprises experiences with ISO 9000. International Journal of Quality and Reliability Management, Vol. 15, No. 3, pp. 273-285.

Chambers R.G. Pick D.H. (1994). Marketing Orders as Nontariff Trade Barriers. American Journal of Agricultural Economics 76: 47-54

Demeter: <https://www.demeter.es>. [Consulta 15/10/2019].

Dimara, E. Petrou, A. Skuras, D. 2004. Agricultural policy for quality and producers evaluations of quality marketing indicators: a Greek case study. *Food Policy* 29. p. 485–506

Feigenbaum A.V. (1994). “Control total de la calidad” pág. 65-95

Fundación Entorno (1998). Libro Blanco sobre la gestión medioambiental en la industria española. Mundi Prensa, Madrid.

Ghobadian, Abby y Gallear, D.N. (1996). Total quality management in SMEs. *Omega. The International Journal of Management Science*, Vol. 24, No. 1, pp. 83-106.

Ghobadian, A.; Gallear, D. y Hopkins, M. (2007): “TQM and CSR nexus”, *International Journal of Quality and Reliability Management*, vol. 24, pp. 704-721.

Häversjö, T. (2000). The financial effects of ISO 9000 registration for Danish companies. *Managerial Auditing Journal*, 15(1/2): 47-52. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1108/02686900010304632>

Hendricks, Kevin B. y Singhal, Vinod R. (1996). Quality awards and the market value of the firm: an empirical investigation. *Management Science*, Vol. 42, No. 3, pp. 415-436.

Hernández Basilio, C. M. (1997): “Integración de ISO 14000 en ISO 9000”. *Qualitas Hodie*, mayo.

Ishikawa, K. (1988). ¿Qué es el control total de la calidad? La modalidad Japonesa (pág. 28)

Ishikawa, K. (1994): *Introducción al control de calidad*, Díaz de Santos, Madrid (pág. 18).

Juran, J. M. y Gryna, F.M. (1995): Análisis y planeación de la calidad. Del desarrollo Del producto al uso, McGraw-Hill, México.

Lee, P.K.C.; TO, W.M.; Yu, B.T.W. (2009). The implementation and performance outcomes of ISO 9000 in service organizations: an empirical taxonomy. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 26: 646-662. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1108/02656710910975732>

Leland, H. E. (1979). Quacks, Lemons and Licensing: A Theory of Minimum Quality Standards. *Journal of Political Economy* vol. 87 n°6: 1328-1346

Golan E. Kuchler F. Mitchel L. (2000). Economics of Food Labelling. Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report n°. 793.

Lo, C.K.Y.; Yeung, A.C.L.; Cheng, T.C.E. (2011). Meta-standards, financial performance and senior executive compensation in China: an institutional perspective. *International Journal of Production Economics*, 129: 119-126. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.09.011>

Maria Rebeca Seisdedos y Ana Maria Galindo (2015) “La certificación ecológica, sellos y su significado”. Disponible en: <https://www.ifeelmaps.com/blog/2014/05/la-certificacion-ecologica--sellos-y-su-significado>. [Consulta 10/10/2019].

Marta Gandarillas (2015) “Euro Hoja: La necesidad de los sellos de certificación ecológica” Disponible en: <https://www.bioecoactual.com/2015/09/08/la-necesidad-de-los-sellos-de-certificacion-ecologica/>. [Consulta 20/10/2019]

Mercado, C., 2007. Los ámbitos normativos, la gestión de la calidad y la inocuidad alimentaria: una visión integral. *Agroalimentaria* No24. P 119-131.

Minetti, Ana C. (2002), Marketing de alimentos ecológicos, Editorial Pirámide/Ediciones ESIC, Madrid.

Montoro, F., y Castañeda García, J. A. (2005). Determinantes de la disposición a pagar un sobreprecio por productos de agricultura ecológica.

Naveh, E.; Marcus, A. (2005). Achieving competitive advantage through implementing a replicable management standard: installing and using ISO 9000. *Journal of Operations Management*, 24(1): 1-26. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jom.2005.01.004>

Nayyar, P.R. (1990) "Information asymmetries: a source of competitive advantage for diversified service firms", *Strategic Management Journal*, 11, pp. 513-519.

Niño de Zepeda A, Godoy P y Echávarri V. 1999. Calidad como Opción Estratégica de Desarrollo Pecuario, en de Recursos Productivos a Alimentos: Estrategias de Calidad, págs. 1-11. Niño de Zepeda A, Echávarri V y Godoy P, editores. IICA / SAG.

Niño de Zepeda A y Echávarri V, 2001. Comunicación personal, 31.07.01. Asesores Subsecretaría de Agricultura. Santiago, Chile.

Oliveira, O. (2013). Guidelines for the integration of certifiable management systems in industrial companies. *Journal of Cleaner Production*, 57(15), 124-133.

Oriol Urrutia. (2019). Certificación ecológica en España: ¿Quién acredita que un producto es ecológico-biológico-orgánico? Disponible en:

<https://www.bioecoac.tual.com/2018/09/06/certificacion-ecologica-espana/>

[consulta: 29/10/2019]

Prajogo, D.I. (2011). The roles of firms' motives in affecting the outcomes of ISO 9000 adoption. *International Journal of Operations & Production Management*, 31(1): 78-100. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1108/01443571111098753>

Rahman, S. (2001). A comparative study of TQM practice and organisational performance of SMEs with and without ISO 9000 certification. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 18: 35-49. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1108/02656710110364486>.

Reed, Richard; Lemak, David y Montgomery, Joseph C. (1996). Beyond process: TQM content and firm performance. *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 1, pp. 173-202.

Ronnen U. (1991). Minimum quality standards, fixed costs and competition. *Rand Journal of Economics* 22 (4): 490-504

Sánchez García, M., Sanjuan, A. I., Gil Roig, J. M., Gracia Royo, A. y Soler, F. (2002). Estudio de preferencias de consumidores y distribuidores especializados respecto del producto ecológico. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 2, 93-114.

Santesmases, M (1998). *Marketing: conceptos y estrategias*. Editorial Pirámide, Madrid.

Shapiro C. (1983). Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations. *Quarterly Journal of Economics* 98, November: 659-679

Sellers-Rubio, Ricardo & Nicolau, Juan. (2001). La calidad y su impacto sobre la rentabilidad y la volatilidad. Working papers = Documentos de trabajo: Serie EC, Nº. 18, 2001.

Singels, Jeroen; Ruël, Gwenny y Van De Water, Henny (2001). ISO 9000 series certification and performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 18, No. 1, pp. 62-75.

Tsekouras, K., Dimara, E.; Skuras, D. (2002). Adoption of a quality assurance scheme and its effect on firm performance: a study of Greek firms implementing ISO 9000. *Total Quality Management*, 13: 827-41. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/0954412022000010163>

Van Rijswijk, W. Frewer, L. 2008. Consumer perceptions of food quality and safety and their relation to traceability. *British Food Journal*. Vol. 110 No. 10. p. 1034-1046.

Víctor M. Osorio (2019) “Campofrío pierde 68 millones por el deterioro de sus activos en Italia”. Disponible en: https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2019/06/14/5d029bfb5d_ea502_584710.html [consulta 12/11/2019]

Yahya, Salleh; Goh, Wee-Keat (2001). The implementation of an ISO 9000 quality system. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 18 No. 9, pp. 941-66.