

NOVIEMBRE 2018 - NÚMERO 7

# kiwa

Magazine América Latina

**Flavio Alzueta**  
Vicepresidente de GLOBALG.A.P.

**EL SUMMIT LLEGA A  
AMÉRICA LATINA**

**ADD-ON FSMA DE  
GLOBALG.A.P.**

**NUEVA OFERTA DE KIWA:  
CERTIFICACIONES ISO**



# EL RETO DE ABASTECER A MERCADOS CADA VEZ MÁS EXIGENTES

DÍA TRAS DÍA, HAY MÁS PERSONAS QUE FRENTE AL ESTANTE DE UN SUPERMERCADO SE PREGUNTAN: “¿CÓMO FUE OBTENIDO ESTE PRODUCTO? ¿ES AMIGABLE CON EL AMBIENTE? ¿ES RESPETUOSO CON LAS PERSONAS A SU ALREDEDOR?”

Esta creciente masa crítica está imponiendo nuevos modelos de producción y de consumo, modelos que exigen buenas prácticas y nuevas destrezas, incluso tecnológicas.

Entre esos nuevos modelos, encontramos una experiencia que aglutina altos valores ambientales y sociales, en un producto que fusiona el aceite de coco dominicano y el progreso de la mujeres de grupos vulnerables.

## LAS BUENAS PRÁCTICAS

Se extienden por todos los ámbitos de la producción. El sector veterinario ecuatoriano no escapa de estas exigencias, mientras que RSPO continúa trabajando para incrementar el porcentaje de aceite de palma sostenible que se comercializa en el mundo. Y el banano, al ser una de las frutas que más se consume en el planeta, está presente en los espacios de consumo ético y en el diario quehacer de la organización colombiana del ramo.

Atentos a las normativas gubernamentales, el módulo complementario GLOBALG.A.P.-FSMA, viene para guiar a los agricultores en sus evaluaciones con la FDA. Pero si lo que interesa es adoptar un sistema de gestión de la calidad para los diferentes ámbitos de su empresa, la normativa ISO ofrece variadas soluciones.

## DIGITALIZACIÓN 4.0

Si usted observa el cielo de Costa Rica, tal vez descubra unos extraños objetos voladores, no son ovnis ni aves desconocidas, solo son drones que están haciendo su trabajo. Es que la tecnología gana más espacios y la agroindustria 4.0 ya es una realidad. Para estar a tono con esa realidad, hemos actualizado nuestra página web, así usted podrá

disfrutar de una experiencia de navegación sencilla y agradable, mientras se informa sobre nuestras novedades y servicios.

## EVENTOS

“A grandes desafíos, grandes respuestas”, parece ser el mensaje de la comunidad GLOBALG.A.P., reunida en Lima-Perú, en la Conferencia mundial más importante del sector agroindustrial, Summit 2018.

Y con ese mismo mensaje, participamos en la BIOFACH América Latina, la más importante vitrina del sector orgánico. Este año fuimos testigos de un sustancial crecimiento de este evento y compartimos con miles de personas que, como nosotros, apuestan por un mundo más sostenible.

¡EL RETO ES GRANDE Y EMOCIONANTE!

Eduardo Zapater  
Gerente de Operaciones para América Latina



## FSMA - GLOBALG.A.P. RESOLVIENDO DUDAS

FSMA ES UN MÓDULO COMPLEMENTARIO (ADD-ON) DE LA NORMA MUNDIAL PARA LAS BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS, GLOBALG.A.P. ES VOLUNTARIO Y LO PUEDEN UTILIZAR TANTO LOS PRODUCTORES DE LOS ESTADOS UNIDOS, COMO AQUELLOS PRODUCTORES QUE ESTÁN EXPORTANDO O PREVEN EXPORAR A DICHO MERCADO Y QUE CUENTAN CON UN CERTIFICADO VIGENTE DE GLOBALG.A.P. DE ASEGURAMIENTO INTEGRADO DE FINCAS (IFA).

Este módulo complementario es una guía para que los agricultores puedan implementar en sus campos las reglas para la inocuidad Alimentaria (PSR por sus siglas en inglés), establecidas en la Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos (FSMA).

## ADAPTADAS LAS DIFERENCIAS

Las diferencias existentes entre GLOBALG.A.P. IFA y FSMA PSR, han sido adaptadas principalmente en los puntos de control y criterios de cumplimiento del módulo complementario. De esta manera, el usuario puede identificar los requisitos extras y realizar los ajustes necesarios para implementarlos. Para mayor efectividad, es muy importante que el productor realice una buena implantación de la norma y del Add-on y que tenga un sólido sistema de registros que respalden el total cumplimiento de los puntos de control.

## AUDITORÍA CONJUNTA

Hay que considerar que la certificación con el módulo complementario FSMA - GLOBALG.A.P., no asegura ni garantiza el cumplimiento de la normativa norteamericana, ya que la única entidad autorizada para determinar esto, es la Dirección General de Alimentos y Fármacos (FDA) de los Estados Unidos.

Las auditorías para el módulo complementario FSMA, se realiza conjuntamente con la de GLOBALG.A.P. IFA, salvo para los productores que hayan sido inspeccionados en GLOBALG.A.P. IFA entre el 1 de enero y el 30 de abril del 2018, en cuyo caso se puede realizar una evaluación documental. Si usted desea mayor información sobre este módulo complementario, no dude en contactarnos.

Más información: [Inmaculada.Lluesma@kiwa.es](mailto:Inmaculada.Lluesma@kiwa.es)



Inma Lluesma

# SIN DIGITALIZACIÓN NO HAY MERCADO

LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL ESTÁ EN MARCHA Y SE LA HA DENOMINADO DIGITALIZACIÓN 4.0, EL NOMBRE FUE PROPUESTO POR EL GOBIERNO ALEMÁN, QUE PLANTEA UN CAMBIO ORGANIZATIVO Y UNA NUEVA FORMA DE EJECUTAR LOS PROCESOS EN LAS INDUSTRIAS A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN. DIALOGAMOS CON JÖRG ZEHNLE, GERENTE GENERAL DE LA CÁMARA DE INDUSTRIAS Y COMERCIO ECUATORIANO-ALEMANA (AHK, POR SUS SIGLAS EN ALEMÁN), SOBRE LOS DESAFÍOS QUE TIENEN LAS EMPRESAS EN LATINOAMÉRICA PARA PONER EN MARCHA PROCESOS INNOVADORES QUE SE EJECUTEN A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA.

El cambio del modelo de gestión empresarial tradicional a uno que incorpora las nuevas tecnologías, permite aumentar la eficiencia y la producción, generando paralelamente muchos más puestos de empleo. Para Jörg Zehnle, es un mito que la tecnología acabe con la mano de obra humana.

## NECESARIA PARA COMPETIR EN EL MERCADO

Justamente la agroindustria y la industria 4.0 son áreas productivas donde los procesos de digitalización aportan importantes ventajas y resultados. El gerente general de la AHK, destaca tres: aumentar la eficiencia, bajar las plagas en los cultivos y acceder a nuevos mercados.

Para ejemplificar esta realidad, explica que actualmente con instrumentos 4.0 se puede manejar la producción y operación de una empresa mediante un teléfono celular y desde cualquier punto del mundo, ahorrando tiempo y recursos.

*"Quien no entra en la digitalización sale del mercado. Lo hemos visto en las tres últimas revoluciones industriales. Si esto no ocurre hoy, ocurrirá mañana", asegura.*

## EXIGENCIA EN AUMENTO

Además recuerda que los mercados internacionales son cada vez más exigentes, donde la calidad de producción es determinante para mantenerse. En este contexto, la digitalización 4.0 puede ser un importante aliado para lograr nuevas oportunidades y competir en nuevos mercados.

*"Europa tiene mucho que ofrecer y es un socio estratégico muy potente en innovación y competitividad. En muchos puntos, Europa puede apoyar y acompañar el desarrollo de América Latina"* resalta Zehnle.

**Más información:** [AmericaLatina@kiwa.lat](mailto:AmericaLatina@kiwa.lat)



Jörg Zehnle



Foto Summit de GLOBALG.A.P. Lima

## LATINOAMÉRICA ACOGE EL SUMMIT DE GLOBALG.A.P.

DEL 5 AL 7 DE NOVIEMBRE DEL 2018, UNA VEZ MÁS SE HA REUNIDO TODA LA COMUNIDAD DE MIEMBROS DE GLOBALG.A.P., CON MOTIVO DEL SUMMIT, LA CONFERENCIA INTERNACIONAL QUE ABORDA LOS ÚLTIMOS DESARROLLOS EN SEGURIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LOS ALIMENTOS, LAS BUENAS PRÁCTICAS EN AGRICULTURA Y ACUICULTURA, ASÍ COMO EL FUTURO DE LA INDUSTRIA. EN ESTA OCASIÓN LA CITA BIANUAL HA SIDO ESPECIAL YA QUE SE HA CELEBRADO, POR PRIMERA VEZ, EN NUESTRO CONTINENTE, CONCRETAMENTE EN LIMA. FLAVIO ALZUETA, VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR DE MÁRKETING DE GLOBALG.A.P., NOS DESVELA EN ESTA ENTREVISTA LAS CLAVES DE ESTE IMPORTANTE EVENTO.

Summit de GLOBALG.A.P. en Lima

### ¿Cómo ha sido la historia de Summit?

El Summit es la conferencia global más importante para la industria alimentaria, se realiza cada dos años en un país diferente cada vez. Los primeros encuentros los hicimos en Europa, debido a que allí está la mayor parte de miembros y productores certificados con GLOBALG.A.P. Después, buscamos nuevas sedes, y en el 2014, llevamos el encuentro a Abu Dhabi, Oriente Medio, con un éxito extraordinario, ya que contamos con el apoyo del gobierno, la participación de connotados conferencistas y una mayor presencia de delegaciones de los países asiáticos.

En 2016 estuvimos en Ámsterdam y para el GLOBALG.A.P. SUMMIT 2018 hemos elegido Lima, la capital peruana. Con la colaboración de la

Asociación de Gremios de Productores Agrarios del Perú, AGAP, y PromPerú, es la primera vez que la conferencia se desarrollará en Latinoamérica.

### ¿Cuáles fueron los principales motivos para traer el evento a esta región?

Latinoamérica es una región en la cual estamos creciendo mucho. La gente quiere aprender y está muy dispuesta a hacer las cosas bien. Perú lidera ese crecimiento, seguido por Chile, Colombia, República Dominicana. Todos los países latinoamericanos tienen productos certificados con GLOBALG.A.P., inclusive Surinam e Islas Guadalupe.

La idea al hacerlo en Latinoamérica es para acercar este mega evento a más personas de la región, ya

## "LATINOAMÉRICA ES UNA REGIÓN EN LA CUAL ESTAMOS CRECIENDO MUCHO. LA GENTE QUIERE APRENDER Y ESTÁ MUY DISPUESTA A HACER LAS COSAS BIEN."

carácter general y otros muy específicos enfocados en cuestiones acuícolas y florícolas, todas de mucho interés.

Han participado ponentes de todo el mundo, que además han integrado distintas sesiones, de acuerdo con sus conocimientos. Todo aquel que haya asistido ha recibido mucha información de calidad, además de un importante nivel de networking, donde habrá podido ampliar su red de contactos y detectar potenciales clientes. Los espacios de receso, almuerzo y cena se han diseñado para que los participantes se puedan interrelacionar de manera más informal en ambientes propicios para establecer relaciones comerciales.

Hemos tenido visitas al campo y a distintas empresas, porque la gente que viene al evento también quiere aprovechar para conocer productores y proveedores.

### ¿Qué actores sociales han estado presentes en el Summit de Lima?

Principalmente la industria: compradores, distribuidores, productores y sus correspondientes representantes. Han estado algunas de las grandes empresas y supermercados de Europa y Asia. También nuestros socios, a través de sus delegados.

Han asistido empresas como Koppert, una multinacional holandesa de las más innovadoras en investigación y desarrollo de sistemas biológicos que aportan soluciones naturales y seguras para mejorar los cultivos y la producción. Ellos, junto con el número de Bayer, han participado en una sesión sobre cómo parar el exceso de pesticidas en los productos. En un momento en el que todo el mundo habla de la fusión de Bayer y Monsanto, es importante conocer cómo esa alianza afectará a la industria en general, ya que muchos productores a nivel global dependen de sus productos y tecnología.

El presidente de Perú estuvo inaugurando el evento y sus Ministros de Agricultura y de Comercio Exterior integraron una de las mesas. Además, contamos con más de setenta ponentes y más de cuatrocientas

cinquenta delegaciones que representan a más de cuarenta países.

### ¿Qué nivel de interés ha despertado la conferencia entre la gente del sector?

El Summit siempre ha tenido muy buena aceptación. La gente se ha organizado para asistir. En muchos casos lo han hecho a través de las asociaciones de productores y exportadores, pero también ha contado con el interés por parte de algunas entidades gubernamentales que promueven la participación de las delegaciones de sus países.

África y Asia siempre están presentes, sin importar el lugar en dónde se haga la conferencia. Es que este es un escenario estratégico para ver las tendencias y saber hacia dónde se encamina el sistema, si es necesaria una readaptación o si surgen nuevos temas de discusión. Por otra parte, el nivel de los oradores es muy alto, porque queremos garantizar que la gente obtenga contenidos relevantes.

### Considerando que el Summit despierta el interés del sector gubernamental, ¿cuál es la postura de los gobiernos respecto a la necesidad de que la producción agrícola esté basada en buenas prácticas?

Depende de cada país, pero todo el mundo tiene claro que es necesario implantarlas. Sin algunas prácticas básicas, no podríamos pensar en sostenibilidad, y todos sabemos que estamos frente a un momento complicado porque se empiezan a acabar algunos recursos, se han contaminado otros, aumenta la población... Pronto habrá más demanda de comida y otros bienes, y la realidad nos ofrecerá menos de lo que ahora tenemos. Si no somos más inteligentes en la forma de gestionar los recursos, tendremos más problemas de los que ya existen. Ante este panorama, algunos gobiernos han definido su propia normativa interna, algunos adoptan nuestro sistema completo o parte de él, porque se dan cuenta que la ventaja de nuestro contenido es que lo desarrolla la propia industria.

que así resulta mucho más accesible, incluso a nivel de costes.

### ¿Cuáles son los principales objetivos del Summit 2018?

Por un lado, crear oportunidades para los nuevos mercados. Nuestro sistema garantiza que los productos bajo certificación GLOBALG.A.P., han sido producidos de manera responsable, para asegurar en el bienestar de los consumidores.

Por otra parte, queremos generar nuevas oportunidades de negocios, para que los productores certifi-

cados por nuestro sistema, tengan acceso a otros mercados. El propósito del Summit es demostrarle a toda la industria que la certificación GLOBALG.A.P. garantiza el acceso de más consumidores a productos seguros, responsablemente producidos.

### ¿Qué es lo más destacado que el Summit 2018 ha ofrecido a los participantes?

Ha habido mucho contenido y conocimiento, porque este es un foro que reúne a profesionales de todo el mundo para que compartan sus perspectivas y comenten sobre temas relacionados con la agricultura y acuicultura. Se han tocado una variedad de tópicos de



# KIWA.COM TODA AMÉRICA A UN CLICK

KIWA ASUME CON DETERMINACIÓN LOS DESAFÍOS DEL MUNDO MODERNO Y ACTUALIZA SU PÁGINA WEB. EL OBJETIVO: QUE LOS USUARIOS PUEDAN DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA DE NAVEGACIÓN AGRADABLE Y SENCILLA, MIENTRAS SE INFORMAN ACERCA DE TODOS LOS SERVICIOS Y NOVEDADES DE KIWA PARA AMÉRICA LATINA.

La página web de Kiwa ha sido diseñada y organizada de manera que los usuarios puedan acceder de manera fácil y rápida a las diferentes secciones. Ahí encuentran información clara y precisa sobre los servicios ofertados, los sectores de mercado abarcados, información acerca de la empresa y las más relevantes noticias para todos los países de América Latina.

### UNA SOLA IMAGEN

Desde el pasado mes de junio en [www.kiwa.com/lat/es](http://www.kiwa.com/lat/es) se presenta una imagen corporativa sólida y unificada, con acceso a cada una de las oficinas de Kiwa BCS en los diferentes países latinoamericanos. Esto permite que nuestros clientes nos identifiquen, se informen y nos contacten fácilmente. De esa manera se les procura la mejor calidad de servicio a los

productores, procesadores y exportadores que desean llegar con sus productos a los mercados internacionales.

### NUEVOS SERVICIOS PARA NUEVOS SECTORES

Conforme con nuestro principio de actualización y mejora permanente, implementamos nuevas certificaciones internacionales que, además del sector agrícola, abarcan otros sectores igual de importantes como: agua, comercio, minería, infraestructura, petróleo y muchos más. Kiwa.com se actualiza regularmente para mantener oportunamente informada a la clientela de la compañía acerca de las nuevas acreditaciones, servicios y otros contenidos de interés.

Más información: [Brian.Montenegro@kiwa.lat](mailto:Brian.Montenegro@kiwa.lat)



Brian Montenegro



# BANANO COLOMBIANO PARA EL MUNDO

EL BANANO OCUPA EL TERCER LUGAR ENTRE LOS PRODUCTOS COLOMBIANOS DE EXPORTACIÓN. EN EL 2017 SE REGISTRARON ALREDEDOR DE CINCUENTA MIL HECTÁREAS DE CULTIVO Y NOVENTA Y OCHO CON CUATRO MILLONES DE CAJAS DE FRUTA COLOCADAS PRINCIPALMENTE EN LA UNIÓN EUROPEA (75%), ESTADOS UNIDOS Y ASIA. EL CRECIMIENTO DEL SECTOR BANANERO COLOMBIANO SE HA IDO FRAGUANDO A TRAVÉS DE LOS AÑOS Y CON EL RESPALDO DE SU ASOCIACIÓN GREMIAL.

Augura es una entidad sin ánimo de lucro, creada en 1963, como Asociación de Agricultores y Ganaderos de Urabá, para acompañar las primeras siembras masivas de banano para exportación. Con el tiempo ha cambiado varias veces su nombre, hasta que en 1994, al trascender en su papel de interlocutor con el Gobierno Nacional, se convirtió en la Asociación de Bananeros de Colombia. A pesar de los cambios en su razón social, su primer nombre, Augura, se ha conservado y posicionado a nivel nacional e internacional.

### EL ROL DE AUGURA

Representa a la industria bananera exportadora colombiana ante entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras. Agrupa a productores y comercializadoras de las regiones de Urabá, Magdalena y La Guajira. Forma parte de la Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC, que es la máxima asociación gremial agropecuaria a nivel nacional. Se enfoca en la investigación para el mejoramiento del sector y la transferencia de tecnología, promueve el desarrollo de las regiones

en las que opera, brindando atención en salud, apoyo a la educación, la recreación y la economía.

### MOTOR ECONÓMICO Y CERTIFICACIONES

Solo en Urabá, existen más de treinta mil hectáreas de cultivo de banano, que generan veinticinco mil empleos directos y setenta y cinco mil indirectos, beneficiando a cien mil familias que derivan su sustento de la actividad bananera, convirtiéndose en verdadero motor de desarrollo social y económico de la región.

El cultivo de banano demanda de buenas prácticas agrícolas, ambientales, de manufactura, responsabilidad social empresarial, entre otras. La mayoría de las fincas afiliadas a Augura trabajan con certificación GLOBALG.A.P., porque es un sello que promueve las buenas prácticas y tiene alta aceptación y credibilidad en el exterior.

Más información: [Alejandro.Franco@kiwa.lat](mailto:Alejandro.Franco@kiwa.lat)



Alejandro Franco

# ACEITE DE COCO QUE LLEGA MUY ALTO



Foto SoloCoco

CLARKE'S ORGANICS, ES UNA JOVEN EMPRESA FAMILIAR QUE OPERA EN SAN PEDRO DE MACORÍS, REPÚBLICA DOMINICANA, Y QUE A PARTIR DE UN PRODUCTO MUY DOMINICANO, COMO ES EL COCO, GENERA PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD Y DESTACADO VALOR SOCIAL.

La empresa nació con la idea de aportar un alto valor agregado a un producto noble y versátil como es el aceite de coco. Lo que la familia Dalet nunca imaginó fue que su empresa daría un giro inesperado el mismo día que empezaron las entrevistas para seleccionar personal. La realidad dominicana hizo que el 80% de aspirantes fueran madres solteras menores de veinticinco años, con tres y hasta siete hijos a su cargo. Todas vivían una situación similar: sin estudios ni experiencia laboral; muchas carecían de un techo propio, útiles escolares y medicinas para sus hijos; no disponían de servicios sanitarios y en sus hogares faltaban los más indispensables enseres.

## SENTIDO SOCIAL Y COMERCIO JUSTO

La empresa decidió trabajar exclusivamente con ellas. En ese momento contrató a doce empleadas -ahora emplea a cien-, les brindó entrenamiento y horarios flexibles. En el 2014 lanzó al mercado SoloCoco, aceite de coco virgen orgánico, bajo el sello de comercio

justo FAIRTSA, Fair Trade Sustainability Alliance. Un año más tarde y bajo el mismo estándar, presentó SoloCoquette, una marca de productos para el cuidado personal, basados en el aceite de coco.

## UN CRECIMIENTO IMPRESIONANTE

Las dos marcas se distribuyen en los mercados de más de diez países, entre ellos Alemania, Francia y el más importante supermercado de productos orgánicos de los Estados Unidos.

La venta de SoloCoco ha generado fondos para medicinas, cirugías, educación y otras importantes mejoras en la calidad de vida de sus empleadas, a la vez que su historia y concepto de transformación social se han difundido ampliamente, obteniendo varios de los más importantes galardones y reconocimientos a niveles nacional e internacional

Más información: [Gerardo.Navarro@kiwa.lat](mailto:Gerardo.Navarro@kiwa.lat)



Gerardo Navarro

# ECUADOR BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL VETERINARIO

LOS ANIMALES ESTÁN ESTRECHAMENTE LIGADOS A LOS SERES HUMANOS, YA PARA DISFRUTE DE SU COMPAÑÍA, PARA OBTENER UN BENEFICIO ECONÓMICO O COMO FUENTE DE ALIMENTACIÓN. ESTA REALIDAD HACE QUE SEAN NECESARIAS NORMATIVAS Y RESOLUCIONES QUE GARANTICEN EL BIENESTAR DE LOS ANIMALES Y, EN CONSECUENCIA, EL DE LAS PERSONAS. EN ESTE MARCO, ECUADOR HA IMPLEMENTADO EL "INSTRUCTIVO PARA LA CERTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA Y/O ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS DE USO VETERINARIO".

Vigente desde junio del 2017, establece procedimientos, disposiciones técnicas y administrativas para el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura, en aquellos establecimientos que fabriquen, formulen, comercialicen, importen o exporten productos farmacológicos, biológicos, cosméticos y alimentos para animales.

## PROTOCOLO DE SEGURIDAD

De esta manera se garantiza que las empresas sigan protocolos de seguridad, para que las mascotas y los animales de manejo productivo posean una salud idónea y no se conviertan en fuente de contaminación para la salud humana. Así se garantiza productos veterinarios inocuos, mascotas sanas, alimentos de origen animal no contaminados, balanceados y suplementos que aseguren la nutrición animal y productos de calidad en el mercado nacional e internacional.

## AGROCALIDAD ES EL ENTE RESPONSABLE

La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, AGROCALIDAD, es el ente responsable de la implementación de esta normativa. Al ser una regulación de implementación reciente, muchas empresas aún no se han certificado, pero el plazo para la certificación en buenas prácticas de manufactura y agropecuarias, BPM/BPA, para empresas registradas, es antes del 31 de diciembre de este año. La información está disponible en la página web de AGROCALIDAD, o es proporcionada directamente a las empresas en el momento en que se registran ante dicho ente.

AGROCALIDAD, además de capacitar a los auditores de las empresas certificadoras, cuenta con un equipo de auditores propios para realizar las inspecciones, y hasta hace poco, eran los únicos autorizados para desarrollar dicha actividad.

Más información: [Patricio.Ajitimbay@kiwa.lat](mailto:Patricio.Ajitimbay@kiwa.lat)



Patricio Ajitimbay





# DRONES Y PIÑA UNA "JUGOSA" COMBINACIÓN

Foto INCASA

LA PIÑA OCUPA EL TERCER LUGAR ENTRE LOS PRODUCTOS QUE COSTA RICA EXPORTA AL MUNDO. LA FRUTA QUE SE CULTIVA EN CUARENTA Y CUATRO MIL QUINIENTAS HECTÁREAS DE SUELO TICO, ALCANZÓ UNA PRODUCCIÓN DE CASI TRES MILLONES DE TONELADAS EN EL 2016. AHORA, CON AYUDA DE LA TECNOLOGÍA, ESTE CULTIVO PROMETE MUCHO MÁS.

La deliciosa piña requiere una cantidad importante de mano de obra, que debe trabajar bajo altas condiciones de temperatura y humedad, provocando un fuerte desgaste físico. El uso y manejo de recursos como suelo y agua es otro gran desafío, ya que las necesidades hídricas de la piña son elevadas, especialmente en las etapas más sensibles del cultivo. El control de plagas, enfermedades y malezas es otro aspecto que reclama gran atención.

## TECNOLOGÍA QUE FACILITA EL TRABAJO

La agricultura de precisión se ha convertido en una valiosa aliada que permite aligerar las exigentes demandas de la piña. Así, la tecnología interviene desde la planificación del cultivo hasta la cosecha misma. Los drones pueden trazar curvas de nivel, recopilar imágenes que permiten una mejor planificación del uso del suelo y del agua, garantizando

un manejo adecuado para prevenir la erosión.

## SUPERVISIÓN AÉREA

Mediante cámaras infrarrojas es posible realizar conteos de semilla y verificar el estado de la plantación. Además, los drones proporcionan posicionamiento exacto, hora, condiciones climáticas, entre otros datos de gran utilidad, que facilitan el trabajo de los agricultores.

La información obtenida puede ser almacenada en las plataformas virtuales. Combinada con la información que se obtiene en tiempo real, facilita las auditorías y queda disponible para análisis e investigaciones posteriores, las mismas que contribuirán a una mejor gestión del cultivo y de los recursos.

Más información: [Humberto.Gonzalez@kiwa.lat](mailto:Humberto.Gonzalez@kiwa.lat)



Humberto González



Foto Biobrazil Fair BIOFACH

# BIOFACH AMÉRICA LATINA: LA VITRINA DE LOS ORGÁNICOS

LA BIOFACH AMÉRICA LATINA, EVENTO QUE OCURRE DURANTE EL MES DE JUNIO DE CADA AÑO, DE MODO PARALELO A LA BIO BRAZIL FAIR, ES EL ACONTECIMIENTO MÁS IMPORTANTE PARA EL SECTOR ORGÁNICO DEL PAÍS Y DEL CONTINENTE. CONCENTRA A LO LARGO DE CUATRO DÍAS A AGRICULTORES, INDUSTRIALES, CERTIFICADORES, CONSULTORES, NUTRICIONISTAS, AUTORIDADES GUBERNAMENTALES, Y OTRAS PERSONAS PREOCUPADAS POR CREAR UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE.

Para la edición de 2018 se contó con una nueva ubicación, el Pavilhão (Pabellón) do Anhembi, en São Paulo, una estructura mucho más amplia para mayor comodidad de expositores y visitantes.

## IMPORTANTE CRECIMIENTO

La BIOFACH-América Latina este año ha presenciado un crecimiento expresivo en sus números: ciento setenta y cinco expositores y más de cuarenta mil visitantes, lo que representa un crecimiento del 60% con relación al año anterior. Entre el público que asistió recibimos a representantes de Bolivia, Perú, Chile, Colombia, República Dominicana, México y Estados Unidos, además de varios países europeos y de Asia. Kiwa BCS Brasil participó con stand propio y reunió a su equipo para atender a todos los clientes y asistentes interesados.

## DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA

El director de la oficina, Marcelo Farias, destacó que "para sostener una sociedad cada vez más globalizada

y más consciente de la necesidad de acceder a alimentos saludables, se está desarrollando fuertemente la agricultura orgánica".

En Brasil ya son más de quince mil proyectos con certificación para el mercado nacional. "La agricultura orgánica, que fue muy tímida en los años noventa, conocida apenas en las ferias locales, ahora está conquistando las vitrinas en los mayores pabellones de nuestras metrópolis, y la BIOFACH-América Latina es una muestra de eso", añadió Farias.

A partir de aquí se inicia un nuevo año de arduo trabajo, ya que en junio del 2019, Kiwa BCS una vez más estará presente en este evento, enfocando sus esfuerzos a incrementar los resultados obtenidos en el presente año y ampliar su alcance en Brasil y toda América Latina, con su servicio de calidad.

Más información: [Marcelo.Farias@kiwa.lat](mailto:Marcelo.Farias@kiwa.lat)



Marcelo Farias

# CERTIFICACIONES ISO, NUEVA OFERTA DE KIWA PARA AMÉRICA LATINA



EXTENDEMOS NUESTRO CATÁLOGO DE SERVICIOS Y AMPLIAMOS LA OFERTA DE SOLUCIONES GLOBALES DE CERTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO PARA NUESTROS CLIENTES, MEDIANTE AUDITORÍAS DE CERTIFICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD: LAS NORMAS ISO.

Estas son normas elaboradas por comités técnicos internacionales promovidos por la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), que establecen pautas generales para abordar un tema específico. Implementar un sistema de gestión basado en una norma ISO, dota de una serie de herramientas que han demostrado ser eficaces para ayudar a la alta dirección a gestionar su empresa y tomar decisiones fundamentadas en datos.

## NORMAS ISO

ISO 9001:2015, es la herramienta de gestión de la calidad más extendida en el mundo, debido a que mejora los procesos y elimina los costes de la "no calidad", logra una mayor implicación de los profesionales para conseguir un trabajo bien hecho y de forma sostenible, refuerza la convicción a la hora de transmitir el compromiso con la calidad a todos los públicos de una organización.

Por su parte, la ISO 14001:2015, se enfoca en la gestión ambiental y sus beneficios pueden resumirse en tres: transmite compromiso de forma directa y creíble, se obtienen beneficios económicos gracias a la optimización en el consumo de energía, materias primas y agua, y mejora los procesos y reduce riesgos

legales.

La certificación de la ISO 45001:2018 acredita que las empresas e instituciones han implantado un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, que ayuda a prevenir riesgos laborales y aumentar la productividad, cumplir con la legislación correspondiente y fomentar una cultura de la prevención.

Por último, la norma ISO 22000:2018 se centra en la gestión de seguridad alimentaria, por medio de un sistema integrado y coherente que garantiza la inocuidad de los productos a lo largo de toda la cadena alimentaria hasta el punto de venta para el consumo final.

## AMPLIAMENTE ACREDITADOS

Desde Kiwa, nuestros servicios de certificación se realizan con acreditación ACCREDIA, firmante del Acuerdo Mutuo de Reconocimiento de European Accreditation (EA), International Accreditation Forum (IAF), así como International Accreditation Laboratory Cooperation (ILAC).

Más información: [Diego.Herranz@kiwa.lat](mailto:Diego.Herranz@kiwa.lat)



Diego Herranz

# GLOBALG.A.P. - FSMA DESDE MÉXICO AL MUNDO



LA LEY DE MODERNIZACIÓN DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA DE LOS ESTADOS UNIDOS, FSMA, HA ESTABLECIDO FUERTES CONTROLES Y EXIGENCIAS SOBRE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN EN EL MERCADO ANGLOSAJÓN. LOS AGRICULTORES NORTEAMERICANOS Y DE OTROS PAÍSES, CUYOS PRODUCTOS TIENEN A LOS EE.UU. COMO DESTINO, HAN DEBIDO TOMAR MEDIDAS ENCAMINADAS A CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES DE ESTA LEY. UN CASO PARTICULAR ES EL DE MÉXICO, YA QUE AL COMPARTIR FRONTERA CON LOS ESTADOS UNIDOS, ESTE TAMBIÉN SE CONVIERTE EN SU PRINCIPAL SOCIO COMERCIAL Y DESTINO DE CASI EL 80% DE SU PRODUCCIÓN.

A la larga lista de productos tradicionales (aguacate, chile, tomate, pepino, pimiento, espárrago, berries, frutas tropicales, etc.), se suma ahora la demanda por alimentos no convencionales como lichi, rambután, hierbas aromáticas, nueces, chía, moringa, quínoa, jengibre, y otros productos que aportan grandes beneficios a la salud.

## DEMANDAS DE LOS CONSUMIDORES

"El consumidor actual demanda alimentos que le otorguen garantías, seguridad, confianza y que al mismo tiempo sean saludables, accesibles y amigables con el medioambiente, coincidiendo así con la legislación y con las buenas prácticas, como las que promueve la certificación GLOBALG.A.P.", explica el Key Account Manager de GLOBALG.A.P. en México, Marco Villegas.

Ante esta nueva realidad, el equipo de GLOBALG.A.P. y el Grupo Técnico Nacional de Estados Unidos, durante 2017 desarrollaron el módulo adicional FSMA,

con la finalidad de abordar los puntos de control de la Regla sobre Seguridad de Productos de la ley norteamericana.

## EL MEJOR EQUIPO POSIBLE

Teniendo en cuenta las necesidades del sector agrícola, este año, GLOBALG.A.P., ha conformado un equipo de personas talentosas a nivel global (Key Account Manager / Technical Key Account Manager), "con la finalidad de proveer información de primera mano a los productores y facilitar el entendimiento de la iniciativa GLOBALG.A.P. a los diversos niveles de la cadena de valor", añade Villegas.

Las personas interesadas en este tema, también pueden recurrir a los organismos de certificación como Kiwa BCS, organismo acreditado y aprobado para el alcance de la norma de referencia.

Más información: [Mexico@kiwa.lat](mailto:Mexico@kiwa.lat)



Marco Villegas



# LOS BENEFICIOS DE CERTIFICACIÓN RSPO

LA MESA REDONDA SOBRE EL ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE (RSPO POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) ES UNA ORGANIZACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO QUE PRETENDE UNIR A TODOS LOS SECTORES DE LA INDUSTRIA DEL ACEITE DE PALMA Y GRUPOS INTERESADOS: PRODUCTORES, DISTRIBUIDORES, FABRICANTES Y ONGS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES.



RSPO 8-0200-17-100-00

Quizá se preguntarán... ¿cuáles son los beneficios de certificarse RSPO? Esta es una certificación que demuestra un fuerte compromiso con la producción de aceite de palma sostenible y quienes la obtienen pueden ser más competitivos en los mercados internacionales. En los últimos años, hay un continuo crecimiento en la demanda de productos que se obtienen sin causar daños al medio ambiente, con buen trato a los trabajadores y de forma amigable con la sociedad.

## ACREDITACIÓN EN 2018

Kiwa recibió acreditación RSPO para Principios y Criterios, y para Cadena de Suministro, por parte de ASI (Accreditation Services International), en marzo de 2018, con alcance geográfico para Brasil, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá y Perú.

En Septiembre 2018, recibimos auditoría de vigilancia por parte de ASI con resultados satisfactorios para mantener nuestra acreditación. Ya contamos con productores, empresas procesadoras y comercializadoras certificadas en Colombia y Ecuador y esperamos llegar en corto tiempo a los demás países.

## IMPORTANTE CRECIMIENTO

En América Latina la certificación RSPO ha tenido un importante crecimiento en los últimos años. En las perspectivas de crecimiento de RSPO, se calcula que para el año 2020, el 50% de aceite de palma de América Latina cumplirá con RSPO. A decir de Francisco Naranjo, Director de RSPO Latinoamérica, "El futuro es alentador y dependerá de mantener vivo el compromiso de todos los actores para que se concreten y den frutos en el mediano y largo plazo".

De tres mil ciento noventa y nueve miembros, contabilizados a nivel mundial en diciembre de 2016, al cierre de octubre 2018 este número se había incrementado hasta los cuatro mil sesenta. Y esa membresía abarca a todos los agentes del sector, desde agricultores, extractores de aceite, empresas procesadoras y comercializadoras, fabricantes de bienes de consumo y minoristas de productos de aceite de palma, pasando por instituciones financieras y ONGs ambientales y sociales de muchos países.

## IMPORTANTE PRODUCCIÓN

En la misma fecha, en América Latina, registramos ciento veintidós mil doscientas cuarenta y siete hectáreas, que producen quinientas sesenta y tres mil doscientas doce toneladas de aceite crudo de palma sostenible con certificación de Principios y Criterios (P&C) y setenta y cuatro empresas con Certificación en Cadena de Suministro (SCC).

Más información: [Cesar.Riascos@kiwa.lat](mailto:Cesar.Riascos@kiwa.lat)



César Riascos



# NUEVA VERSIÓN PARA BRC

EL PASADO MES DE AGOSTO SE PUBLICÓ LA VERSIÓN 8 DE BRC. EL NUEVO ARTICULADO ENTRARÁ EN VIGOR EN FEBRERO DE 2019 POR LO QUE LAS AUDITORIAS QUE SE LLEVEN A CABO A PARTIR DE ESA FECHA SE REALIZARÁN BAJO LA BRC V8.

La asociación de minoristas británicos (BRC por sus siglas en inglés) en la nueva versión incorpora algunos cambios relevantes. A continuación repasamos los cambios de mayor relevancia.

## AUDITORÍAS INTERNAS

Respecto de las auditorías internas, se establece la necesidad de realizar cuatro distribuidas a lo largo del año. Las frecuencias de auditorías de cada área se establecerán en función de un análisis de riesgo, pero cada área se debe auditar al menos anualmente.

## DEFENSA ALIMENTARIA

En cuanto a la defensa alimentaria (food defense), se deberá realizar una evaluación documentada de riesgos relativa a las amenazas de contaminación deliberada (sabotajes). Como resultado se establecerá un plan que deberá ser revisado al menos anualmente. Por lo que respecta a los procesos subcontratados, se deberá disponer de un certificado de alguna nor-

ma GFSI (de las siglas en inglés de Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria), como por ejemplo BRC o IFS, o bien de una auditoría realizada al proveedor que deberá cumplir una serie de requisitos que la norma define.

## VIGILANCIA AMBIENTAL

También se desarrollarán programas de vigilancia ambiental en función del riesgo de organismos patógenos u organismos de descomposición que incluyan como mínimo las zonas de producto abierto y /o listo para el consumo.

Cabe también reseñar el nuevo capítulo 8 que agrupa todos los requisitos para las zonas de alto riesgo, alto cuidado o alto cuidado a temperatura ambiente. Además de los cambios reseñados se han incorporado otros cambios de menor importancia en algunos requisitos.

Más información: [Belen.Barber@kiwa.es](mailto:Belen.Barber@kiwa.es)

# AUDITORÍA DE COMERCIO ÉTICO PARA EL SECTOR BANANERO

CADA DÍA SON MÁS LOS CONSUMIDORES QUE SE INFORMAN ANTES DE ELEGIR LOS PRODUCTOS QUE LLEVARÁN A SU MESA. QUIEREN ASEGURARSE DE QUE LA CADENA DE SUMINISTRO TIENE UN BAJO NIVEL DE RIESGO. EL CUIDADO AMBIENTAL, EL BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES, EL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS DE TODAS LAS PERSONAS VINCULADAS A LA CADENA DE SUMINISTRO, SON ALGUNOS DE LOS ASPECTOS QUE DETERMINAN LA ELECCIÓN DE UNA U OTRA MARCA. SEDEX ES UNA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE MEMBRESÍA SIN FINES DE LUCRO QUE SIMPLIFICA REALIZAR NEGOCIOS QUE BENEFICIAN A TODOS. LA AUDITORÍA DE COMERCIO ÉTICO DE MIEMBROS DE SEDEX (SMETA, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) ES UNO DE LOS FORMATOS DE AUDITORÍA ÉTICA MÁS UTILIZADOS EN EL MUNDO.

Muchas empresas están utilizando SMETA para gestionar sus actividades sobre derechos laborales, salud y seguridad, entorno y ética comercial, ya que aquí se comparte datos de responsabilidad sobre cadenas de suministro y es usada por más de cincuenta mil afiliados en más de ciento cincuenta países.

estándares al brindar información sobre la relación entre los productores y los consumidores. Las empresas que no prestan atención a sus prácticas de abastecimiento quedan expuestas a múltiples riesgos, que incluyen costos humanos, degradación ambiental y el problema de perder clientes como resultado del daño a su reputación. Encuestas de opinión pública han revelado la creciente influencia de los valores personales en el comportamiento de compra.

## MÁS SOSTENIBILIDAD

En banano como en cualquier otro cultivo, los orígenes de los productos son ahora el centro de atención. Con el aumento del consumismo ético, más clientes han comenzado a prestar mayor atención a las posturas de las marcas en cuanto a cuestiones de sostenibilidad. Abordar de forma colectiva los problemas que afectan a todo el sector, puede acelerar el ritmo de cambio de una manera rentable.

Más información: [Esteban.Diaz@kiwa.lat](mailto:Esteban.Diaz@kiwa.lat)

## SMETA

## IMPORTANCIA PARA EL SECTOR BANANERO

En los países Latinoamericanos, el sector bananero es uno de los mayores exportadores de fruta fresca. Hoy, las expectativas hacia las empresas productoras de frutas están evolucionando y aumentando. No basta con entregar buenos productos, con una buena calidad, un buen precio y una buena disponibilidad, sino que debe hacerse de manera que los procesos no dañen a las personas ni al medio ambiente.

## CLIENTES EXIGENTES

Las etiquetas y las certificaciones son elementos adicionales que pueden contribuir a elevar los



Esteban Díaz



Belén Barber

# KIWA-BCS: LA UNIÓN DE DOS LÍDERES

LA FUSIÓN ENTRE KIWA Y BCS HA DADO COMO RESULTADO UNA EMPRESA LÍDER PARA LA INSPECCIÓN Y CERTIFICACIÓN EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN, CON CAPACIDAD DE DAR UNA MUY AMPLIA GAMA DE SERVICIOS, TANTO ORGÁNICOS COMO DE CORTE CONVENCIONAL, ASÍ COMO OTROS PRODUCTOS DE INSPECCIÓN AMPLIAMENTE RECONOCIDOS Y DEMANDADOS. LO QUE EN LA PRÁCTICA SUPONE UN CENTRO ÚNICO DE SUMINISTRO DE CERTIFICACIÓN ALIMENTARIA. LA PRESENCIA EN LA REGIÓN SE CONCRETA A TRAVÉS DE UNA EXTENSA RED DE OFICINAS:

## Ecuador Of. Regional para América del Sur

C: Patricio Ajitimbay  
T: + 593 3 2 994 020  
Ecuador@kiwa.lat

## Brasil

C: Marcelo Farias  
T: + 55 48 3307 6384  
Brasil@kiwa.lat

## Colombia

C: Luis Alejandro Franco  
T: + 57 1 881 5963  
Colombia@kiwa.lat

## México

C: Humberto González  
T: + 52 333 6404 597  
Mexico@kiwa.lat

## Perú

C: Diego Herranz  
T: + 51 1 221 56 33  
Peru@kiwa.lat

## Alemania

C: Juan García  
T: + 49 (0) 911 42439-0  
info@kiwa.de

## Costa Rica Of. Regional Centroamérica

C: Humberto González  
T: + 506 2241 2794  
CostaRica@kiwa.lat

## Chile

C: Federico Codina  
T: +56 9 9637 3750  
Chile@kiwa.lat

## Cuba

C: Alberto Bahamonde  
T: + 537 879 2024  
Cuba@kiwa.lat

## Paraguay

C: Patricio Ajitimbay  
T: + 593 3 2 994 020  
Paraguay@kiwa.lat

## Rep. Dominicana

C: Gerardo Navarro Flores  
T: + 1 809 724 2770  
RepublicaDominicana@kiwa.lat

## España

C: Juan Cardona  
T: + 34 (0) 963 120 710  
Info@kiwa.es



## Kiwa Magazine América Latina se basa en Kiwa Magazine de Kiwa N.V.

Kiwa N.V. es una organización internacional presente en más de 50 países. Posee oficinas en la mayoría de países europeos y latinoamericanos. También está presente en el continente asiático y en el africano. Da trabajo a más de 4.000 personas. Kiwa es líder en servicios de inspección para sectores relacionados con el agua y el gas, así como para la construcción, energías renovables, salud, transportes, tecnología, etc. Mantiene una posición privilegiada en el sector de la alimentación.



[www.linkedin.com/company/kiwa](http://www.linkedin.com/company/kiwa)

## Editor

Kiwa BCS Ecuador

Av. Daniel León Broja y Diego de Ibarra  
Edificio Mall del Centro, Piso 5 - Riobamba - Ecuador  
T: +593 3 2 994 020 F: +593 3 2 994 021  
Ecuador@kiwa.lat / [www.kiwa.lat](http://www.kiwa.lat)

## Coordinación periodística

Brian Montenegro y José Vicente Morant

## Redacción

Martha Bravo

## Diseño y maquetación

José Ramón Tarazona

## Fotografías

Kiwa-BCS, SoloCoco, INCASA

## Impresión

Editext Industria Gráfica

La copia de artículos o parte de los mismos, no está permitida sin consentimiento previo y por escrito de Kiwa América Latina.

[www.kiwa.lat](http://www.kiwa.lat)



@KiwaLatAm

