



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Estrategia de certificación de calidad ISO 9001-2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas.**

**VALDIVIEZO PINTADO KERLY GABRIELA  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ALVAREZ REYES CRISTHIAN RODRIGO  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA  
2022**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Estrategia de certificación de calidad ISO 9001-2015 para aumentar  
la competitividad en el mercado local e internacional de la marca  
Chocodamas.**

**VALDIVIEZO PINTADO KERLY GABRIELA  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ALVAREZ REYES CRISTHIAN RODRIGO  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA  
2022**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**ANÁLISIS DE CASOS**

**Estrategia de certificación de calidad ISO 9001-2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas.**

**VALDIVIEZO PINTADO KERLY GABRIELA  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**ALVAREZ REYES CRISTHIAN RODRIGO  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**CAPA TEJEDOR MARCELA ETELVINA**

**MACHALA  
2022**

# PROYECTO DE TITULACIÓN - CRISTHIAN\_KERLY

*por* Cristhian Rodrigo Alvarez Reyes

---

**Fecha de entrega:** 01-sep-2022 12:49p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1890783263

**Nombre del archivo:** PROYECTO\_DE\_TITULACI\_N.doc (1.28M)

**Total de palabras:** 17577

**Total de caracteres:** 95015

# PROYECTO DE TITULACIÓN - CRISTHIAN\_KERLY

## INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[contables.edu.pe](http://contables.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Universidad de Málaga - Tii

Trabajo del estudiante

1%

3

Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD

Trabajo del estudiante

<1%

4

[adjo-utan.xyz](http://adjo-utan.xyz)

Fuente de Internet

<1%

5

[www.veterinariargentina.com](http://www.veterinariargentina.com)

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

<1%

7

[repositorio.upla.edu.pe](http://repositorio.upla.edu.pe)

Fuente de Internet

<1%

8

[pt.scribd.com](http://pt.scribd.com)

Fuente de Internet

<1%

9

[mineco.gob.gt](http://mineco.gob.gt)

Fuente de Internet

<1 %

10

delfino.cr  
Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, ALVAREZ REYES CRISTHIAN RODRIGO y VALDIVIEZO PINTADO KERLY GABRIELA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado Estrategia de certificación de calidad ISO 9001-2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



---

ALVAREZ REYES CRISTHIAN RODRIGO  
0750515090



---

VALDIVIEZO PINTADO KERLY GABRIELA  
0750510687

## **RESUMEN**

El desarrollo del presente proyecto de investigación tiene como intención diseñar una estrategia de certificación que aumente la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas perteneciente a la Asociación de Productores Agropecuarios Piñas. El proyecto se ambienta en la actualidad, considerando referencias y antecedentes sobre la gestión de la calidad y procesos de comercialización de derivados de cacao. El diseño presentado, se lleva a cabo teniendo en cuenta el análisis interno y externo de la empresa, información que se aprovechará para la creación de estrategias beneficiosas para la empresa. De igual manera, con la aplicación los métodos empíricos a la asociación, se logró determinar que uno de sus principales inconvenientes para incrementar sus ingresos y la demanda de sus productos es la ausencia de certificaciones que respalden y demuestran la inocuidad y calidad en los procesos de producción, en base a ello se estableció el objetivo de la investigación, aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 mediante la implementación de una estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015. Con respecto a la metodología, se utilizó un alcance explicativo transformador para la implementación de certificación de calidad. Además, el análisis de los resultados permitió generar un aporte práctico que aborda cuestiones como, el análisis FODA de la empresa, los procesos previos a la implementación, documentos obligatorios de la norma, cotizaciones, además del alcance y limitaciones, así mismo se tomó a consideración la opinión de los socios de ASOPROAPI, quienes acogieron favorablemente la propuesta planteada sobre la aplicación de la norma ISO 9001:2015 en un futuro. Finalmente se concluyó que la implementación de la estrategia de certificación de calidad favorece enormemente el desempeño de la asociación, mejorando sus procesos de producción.

### **PALABRAS CLAVES:**

Certificación de calidad, Competitividad, Estrategia, Implementación, ISO 9001:2015



## **ABSTRACT**

The purpose of this research project is to design a certification strategy to increase the competitiveness in the local and international market of the Chocodamas brand belonging to the Asociación de Productores Agropecuarios Piñas. The project is set in the present, considering references and background on quality management and marketing processes of cocoa derivatives. The design presented is carried out taking into account the internal and external analysis of the company, information that will be used for the creation of beneficial strategies for the company. Similarly, with the application of empirical methods to the association, it was determined that one of the main drawbacks to increase their income and demand for their products is the absence of certifications that support and demonstrate the safety and quality in production processes, based on this the objective of the research was established, to increase competitiveness in the local and international market of the brand Chocodamas in 2022 by implementing a strategy of quality certification ISO 9001:2015. Regarding the methodology, a transformative explanatory scope was used for the implementation of quality certification. In addition, the analysis of the results allowed generating a practical contribution that addresses issues such as the SWOT analysis of the company, the processes prior to implementation, mandatory documents of the standard, quotations, as well as the scope and limitations, and the opinion of ASOPROAPI's partners, who welcomed the proposal made on the application of ISO 9001:2015 in the future. Finally, it was concluded that the implementation of the quality certification strategy greatly favors the association's performance, improving its production processes.

### **Keywords**

Quality certification, Competitiveness, Strategy, Implementation, ISO 9001:2015

## ÍNDICE GENERAL

	pág.
REPORTE DE SIMILITUD	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE GENERAL	6
LISTA DE TABLAS DE CONTENIDO	9
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	9
LISTA DE ABREVIATURA Y SÍMBOLOS	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	14
1.1 Antecedentes Históricos	15
1.1.1 Industrialización	16
1.1.2 Primeros Sistemas	16
1.1.3 Calidad Total	16
1.1.4 Norma ISO 9000	17
1.1.5 Norma ISO 9001:2015	17
1.2 Antecedentes Conceptuales y Referenciales	18
1.2.2 Derivados del Cacao	18
1.2.3 Gestión de calidad	19
1.2.4 Certificaciones de Calidad	20
1.2.5 Certificaciones para el Cacao	20
1.2.5.1 Beneficios de la Norma ISO 9001	21
1.2.5.2 Estructura de Metodologías y Estrategias	22
1.3 Antecedentes Contextuales	23
1.3.1 Descripción Física	24

1.3.2 Producción y precios del cacao en el mundo	25
1.3.3 Asociación de Productores Agropecuarios Piñas ASOPROAPI	26
1.3.4 Primeros Resultados	27
1.3.4.1 Estudio de documento	28
1.3.4.2 Entrevista	29
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA</b>	<b>29</b>
2.1 Tipo de Investigación	30
2.2 Paradigma o Perspectiva General	31
2.3 Población y Muestra	31
2.3.1 Describir otras Poblaciones	33
2.3.2 Determinar el Tipo de Muestra	34
2.4 Métodos Teóricos	34
2.5 Métodos Empíricos	35
2.6 Métodos Estadísticos	35
<b>CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>	<b>36</b>
3.1 Fundamentación teórica para la investigación explicativa transformadora	37
3.1.1 Teorías de certificación de calidad	37
3.1.2 Importancia de implementar una certificación de calidad	39
3.1.3 Principios de la ISO 9001	39
3.1.4 Alcance de la certificación ISO 9001:2015	40
3.2 Análisis de resultado	41
3.2.1 Entrevista	41
3.2.2 Encuesta	43
3.2.3 Observación	54
3.2.4 Discusión de los instrumentos aplicados	55
3.3 Aporte práctico	56
3.3.1 Objetivo de la propuesta	56
3.3.2 Análisis FODA	56
3.3.3 Análisis interno	57

3.3.3.1 Capacidad de Producción	57
3.3.3.2 Capacitación del personal	58
3.3.3.3 Área, Institución y Organismo Introdutor	58
3.3.4 Análisis externo	59
3.3.4.1 Procesos previos a la aplicación de la certificación	59
3.3.4.2 Documentos y registros de la Norma ISO 9001	62
3.3.4.4 Estrategias de Certificación ISO 9001-2015: ASOPROAPI	65
3.3.5 Alcance y limitaciones	67
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>68</b>
4.1 Discusión de la investigación	68
4.2 Impactos positivos de la implementación	70
4.2.1 Impacto Social	70
4.2.2 Impacto Económico	70
4.3 Proyección de Resultados Esperados	70
4.4 Posibilidades de aplicación de los resultados	71
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>72</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>81</b>
Anexo A. Certificación de autorización por parte de ASOPROAPI	82
Anexo B. Balance General y Estado de Resultado	83
Anexo C. Guía de Entrevista	85
Anexo D. Guía de Encuesta	87
Anexo E. Guía de Observación	87
Anexo F. Evidencia de aplicación de los instrumentos	92
Anexo G. Cotizaciones de Certificadoras	93

## LISTA DE TABLAS E ILUSTRACIONES

### LISTA DE TABLAS

	pág.
<b>Tabla 1.</b> <i>Beneficios de las normas ISO 9001.</i>	21
<b>Tabla 2.</b> <i>Estructura de las Estrategias para implementar ISO 9001.</i>	22
<b>Tabla 3.</b> <i>Provincia de El Oro.</i>	25
<b>Tabla 4.</b> <i>Resumen de producción de cacao a nivel mundial.</i>	25
<b>Tabla 5.</b> <i>Datos Generales de ASOPROAPI.</i>	32
<b>Tabla 6.</b> <i>Lista de Socios de ASOPROAPI.</i>	32
<b>Tabla 7.</b> <i>Directiva de la Asociación ASOPROAPI.</i>	33
<b>Tabla 8.</b> <i>Principios de la ISO 9001.</i>	39
<b>Tabla 9.</b> <i>Alcance de la Certificación ISO 9001:2015.</i>	40
<b>Tabla 10.</b> <i>Análisis FODA.</i>	56
<b>Tabla 11.</b> <i>Procesos previos a la aplicación de la certificación.</i>	58
<b>Tabla 12.</b> <i>Documentos y registros para la obtención de la certificación ISO 9001.</i>	61
<b>Tabla 13.</b> <i>Cotización para implementación de la Certificación ISO 9001:2015.</i>	63
<b>Tabla 14.</b> <i>Estrategias de Certificación ISO 9001-2015: ASOPROAPI.</i>	64

### ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	pág.
<b>Ilustración 1.</b> <i>Planta de Derivados de Cacao.</i>	24
<b>Ilustración 2.</b> <i>Provincia de EL ORO.</i>	24
<b>Ilustración 3.</b> <i>Precio Internacional Trimestral del Cacao.</i>	26
<b>Ilustración 4.</b> <i>Cuánto tiempo lleva en la asociación.</i>	44
<b>Ilustración 5.</b> <i>La característica diferenciadora del producto.</i>	45
<b>Ilustración 6.</b> <i>Política de calidad para el proceso de producción o elaboración.</i>	46
<b>Ilustración 7.</b> <i>Sistema de gestión de calidad en los procesos de producción.</i>	47
<b>Ilustración 8.</b> <i>Ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa.</i>	48
<b>Ilustración 9.</b> <i>La certificación de calidad permitirá identificar un nicho de mercado internacional.</i>	49
<b>Ilustración 10.</b> <i>Certificación de calidad.</i>	50
<b>Ilustración 11.</b> <i>La empresa sería más competitiva con una certificación de calidad.</i>	51
<b>Ilustración 12.</b> <i>Socios de acuerdo con implementar una certificación de calidad.</i>	52

**LISTA DE ABREVIATURA Y SÍMBOLOS**

**INEC:** *Instituto Nacional de Estadística y Censos.*

**ICCO:** *Organización Internacional de Cacao.*

**USD:** *Dólar Estadounidense.*

**SGC o QMS:** *Sistema de Gestión de la Calidad (Quality Management System).*

**ISO:** *International Organization for Standardization (Organización Internacional de Normalización).*

**PDCA:** *Plan, Do, Check, Act (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).*

**ASOPROAPI:** *Asociación de Productores Agropecuarios Piñas.*

**FODA:** *Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.*

**PEST:** *Político, Económico, Social y Tecnológico.*

**CCN:** *Colección Castro Naranjal 51.*

**TIC:** *Tecnologías de la Información y la comunicación.*

**MIPRO:** *El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.*

**MAGAP:** *Ministerio Agricultura y Ganadería.*

**SAE:** *Servicio de Acreditación Ecuatoriana.*

**NQA:** *Organismo de Certificación Global.*

**EPS:** *Economía popular y solidaria.*

**AFC:** *Agricultura familiar campesina.*

**AENOR:** *Asociación Española de Normalización.*

**ACG:** *America Certification Group.*

## INTRODUCCIÓN

Desde la antigüedad, el cacao ha sido una fruta valiosa en el mercado internacional, además cabe señalar que el Ecuador es productor y exportador de cacao. En el año 2020 se registraron 590.579 hectáreas de superficie con cultivos del fruto antes mencionado, 527.347 cosechadas, 327.903 producidas y 327.415 vendidas, conforme datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021). Por años ha sido generador de grandes divisas para la economía ecuatoriana y el sustento de miles de familias, el producto ecuatoriano es uno de los más exportados, posicionándose en el tercer lugar en la lista de países exportadores, teniendo una producción del 7% a nivel mundial según la Organización Internacional de Cacao (ICCO, 2021).

El presente proyecto de investigación tratará un tema relevante e importante para hacer posible la comercialización a nivel internacional de los productos de la marca Chocodamas, porque los mercados extranjeros son altamente exigentes en cuanto a la calidad, debido a que tienen especial cuidado con la salud de su población, aumentando la satisfacción de los clientes, mejorando la confianza de los usuarios. Pero no solo es la calidad del producto final, la demanda extranjera requiere que exista alta calidad en todos los procesos involucrados en la fabricación del bien a consumir, debido a esto, solicitan a sus proveedores que cuenten con distintas certificaciones para respaldar la calidad del producto, por tal razón el alcance del contenido de investigación: Estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca chocodamas en el 2022.

En el 2020 los cuatro principales mercados que compraron cacao ecuatoriano y sus derivados fueron con \$69 millones Países Bajos, con \$125 millones Malasia, Indonesia y Estados Unidos ocupan los dos primeros puestos con \$193 millones y \$198 millones respectivamente (MIPRO, 2021). Por tanto, se recalca la gran relevancia y novedad científica que el emprendimiento Chocodamas cuente con certificaciones, logrando la competitividad en el mercado local e internacional y que actué bajo normas de calidad, con el propósito de conseguir la competitividad de la organización en el mercado nacional y en el extranjero.

Sin contar la comercialización de petróleo, la principal actividad económica del Ecuador es la agricultura, uno de los productos cultivados que mayores ingresos generan al país es el cacao que se exporta como materia prima, posteriormente en el exterior es transformada

en derivados de cacao, sin embargo, a pesar de que existen diversos emprendedores dedicados a la elaboración de productos a base de cacao, no son competitivos en el mercado nacional por la oferta internacional. Con lo mencionado anteriormente, se plantea la problemática del proyecto de investigación ¿Cómo aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022? Evidenciando que el proyecto con fines de titulación se presenta con la temática la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas, delimitando el objeto de estudio como los procesos de comercialización de derivados del cacao.

Además, las causas que originan el problema son: falta de certificaciones de calidad internacionales y nacionales, desconocimiento en el proceso de certificación, débil inversión de capital, poca fidelización del cliente y escaso posicionamiento del producto en otros mercados. Por todo lo anterior, el objetivo de la investigación es: Aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 mediante la implantación de una estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015. Gorotiza y Romero (2021) mencionan que para conseguir el desarrollo de una empresa es necesario implementar una estrategia de gestión de calidad por la ISO 9001:2015 que optimice los procesos de distribución y comercialización. Corroborando la importancia de la investigación y validando la problemática presentada sobre la implementación de la norma ISO 9001:2015. Es importante mencionar que el campo de acción de la investigación es la gestión de la calidad.

El sistema de gestión de la calidad promueve la ejecución planificada de las actividades, apoyándose en la dirección de la organización, realizando esfuerzos de mejora continua para superar las expectativas del cliente, mediante los requisitos legales, reglamentos aplicables para mejorar continuamente la eficacia (Bravo, 2019). Según MAGAP (2021) en la última década, Ecuador ha logrado un crecimiento de 168% en exportaciones de cacao en grano, posicionándose como el principal proveedor de América Latina y ocupando el cuarto puesto en el mundo. Por otro lado, la hipótesis a defender es: Si se implementa una estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015, entonces aumenta la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

La metodología utilizada se define como un estudio de caso, en el que se emplean fuentes bibliográficas, información de sitios web corporativos y publicaciones nacionales e internacionales. Se señalan los métodos teóricos y empíricos mediante los instrumentos



que se utilizan para obtener información sobre la empresa, estos son: la entrevista, encuesta, guía de observación. Además, se expone el estudio estadístico por medio del método matemático porcentual. De igual manera, los resultados de la investigación se analizan por medio de la aplicación de los métodos empíricos para validar la problemática presentada, identificando las limitaciones y futuras direcciones de la investigación que se considerarán útiles para la asociación identificándose en la discusión de los resultados.

Tras el análisis de la información recopilada durante la investigación, tanto de artículos científicos, como de los datos obtenidos al aplicar los instrumentos de investigación a la empresa. Se puede destacar que teóricamente la hipótesis planteada si se cumple. La Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI) es una empresa que está en crecimiento por lo que la aplicación de un SGC es mucho más sencilla a comparación de empresas grandes. Además, el cien por ciento de los socios están de acuerdo en aplicar una certificación de calidad en el futuro. Por otro lado, se recomienda a la empresa que todos los procesos, avances y mejoras realizadas en el proceso de producción tengan evidencia documentada, para facilitar la implementación del QMS.

El documento de investigación está estructurado en cuatro capítulos.

**Capítulo 1:** Se estructura los antecedentes de la investigación desde los históricos, conceptuales y referenciales, por último, los contextuales en el cual se determina la situación actual de la temática. Por consiguiente, se menciona la evolución de la gestión de la calidad y las diferentes características gnoseológicas, metodológicas, económicas sobre los procesos de comercialización de los derivados del cacao y los primeros resultados, los cuales se los obtuvo por medio de la entrevista realizada a la representante legal de la empresa, la Sra. Verónica Aguilar. En estos resultados se analizan los aspectos, enfoques o direccionamientos de la investigación, por medio del estudio de documentos relativos al balance general y estado de resultado.

**Capítulo 2:** Se contextualiza el tipo de investigación mediante el análisis de las categorías de estudio para la coherencia teórico-metodológica del proyecto de titulación. Además, se considera un paradigma cuantitativo para dar respuesta a las interrogantes presentadas al transcurso de la investigación y dar respuesta a la hipótesis planteada, también se menciona la población y muestra de ASOPROAPI. Asimismo, se hace referencia a los métodos teóricos, empíricos y estadísticos.

**Capítulo 3:** Se desarrollan los fundamentos teóricos sobre el aporte práctico de la investigación que abarca teorías, principios de la norma ISO. Además, se realiza el análisis de resultado, donde se efectúan los análisis de los instrumentos aplicados a la población de ASOPROAPI, en la discusión de resultado se valora la situación que fue examinada para la ejecución del aporte práctico, asimismo se desarrolla una matriz FODA para materializar las estrategias de certificación de calidad bajo la norma ISO 9001:2015.

**Capítulo 4:** La realización de la discusión del aporte práctico planteado por los investigadores para mejorar o aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas mediante la implementación de la certificación ISO 9001:2015.

## **CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

En este capítulo se desarrollarán los antecedentes de la investigación donde se especifica la evolución de la gestión de calidad. Además, la caracterización gnoseológica, metodológica y económica de los procesos de comercialización de los derivados del cacao y finalmente el análisis gnoseológico y metodológico de la gestión de calidad.

### **1.1 Antecedentes Históricos**

El antecedente histórico hace referencia a lo que es la gestión de calidad, la cual se va a tomar en consideración para la aplicación de las certificaciones de calidad y a la par valorando su evolución. De este modo, se estudia la información relevante para la toma de decisiones, ayudando a entender los parámetros que se debe examinar para que la empresa al momento de implementar la certificación ISO 9001:2015 mejore su proceso de comercialización de derivados de cacao y aumentar su competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas.

El sistema de gestión de calidad es considerado un instrumento para las empresas que quieren que sus bienes cumplan con los más altos estándares de calidad manteniendo la satisfacción de los clientes. Goetsch y Davis (2014) el (SGC) es un mecanismo fundamental para mejorar la gestión de los procesos, la observación, aseguramiento y el progreso de la calidad de una institución empresarial.

En cambio, Deming (1986) menciona que la calidad es la transformación de las factibilidades y perspectivas a un futuro de los compradores de forma mensurable y medible, convirtiéndose en el único camino para proyectar y evolucionar los bienes que los consumidores estén dispuestos a pagar por su completa satisfacción. Juran (1961) entiende cualitativamente que no hay defecto posible cómo atrasos en la venta, falta de atención al cliente, cuentas imperfectas, anulación de acuerdos de compraventa.

La calidad es la satisfacción de los requisitos, donde el sistema es la preparación, la norma sin defectos y la medida es el precio de la no conformidad. Su aporte significativo es contener un sistema orientado a la gestión de la calidad se basa en la agrupación de normas, realmente se regula con la norma ISO 9001 versión 2015 (Crosby, 1994). Sin embargo, para Ishikawa (1997) la calidad absoluta es la ganancia de los bienes de una

empresa, beneficioso y agradable para los clientes, es decir, que esta característica es grata para los consumidores donde el análisis investigativo de los procesos manufactureros.

### **1.1.1 Industrialización**

Históricamente, la calidad ha sido un fundamento de estudio y exploración, y desde la Sublevación Industrial, las particularidades de calidad se han probado mediante reconocimientos para detectar defectos en los bienes y agregar estándares y dimensiones de calidad. Luego, entre 1930 y 1949, el control estadístico utilizando herramientas y métodos estadísticos se introdujo en el control de calidad (Chang, 2016).

### **1.1.2 Primeros Sistemas**

Entre 1959 y 1979 se trabajó para asegurar la calidad, con énfasis principal en la concertación de varios actores durante el periodo de productividad. Se cuida toda la serie de producción y todos los involucrados en el control ayudan a resolver cuestiones y brechas, desde la gestión hasta el control de calidad, la definición de procedimientos y el desarrollo del procedimiento de calidad. Desde la década de los 80, la gestión estratégica de la calidad se centró en la explotación de conveniencias, mejorando la contienda y la competitividad mediante la combinación del plan estratégico y las metas y objetivos de investigación (Rodríguez et al., 2010).

### **1.1.3 Calidad Total**

Desde la década de 1990, sólo los países que tienen un control de calidad verdaderamente estricto y aplican ISO 9000 y otros estándares de calidad y sistemas de certificación pueden tener un lugar en el siglo XXI. Por lo tanto, la década de 1990 siempre ha sido la mejora continua de la calidad de la energía y la gestión de la productividad. El nuevo siglo y el comienzo del nuevo milenio, el mundo tendrá una base específica para la competitividad en la globalización de la calidad, y solo los países que tengan la capacidad de demostrar que tienen calidad podrán ofrecer en el mercado mundial.

#### **1.1.4 Norma ISO 9000**

La norma ISO proviene de la Organización Internacional de Normalización (ISO). Fue fundada en 1947 y tiene su sede en Ginebra, Suiza.

La Organización Internacional de Normalización se estableció como un consorcio sin fines de lucro de varios organismos nacionales de normalización existentes. Entre sus subsidiarias, desde su creación, ha habido un total de 165 economías nacionales participantes, que representan el 98% de la población mundial y más del 97% del INB mundial.

El origen de la norma ISO 9000 se formuló dentro del llamado Enfoque de Ingeniería Orientada al Producto. En 1994, ISO publicó la primera revisión de la norma. Incluso si se relajan algunos requisitos, las pautas técnicas se mantienen en la proposición de la norma. Las versiones de 1987 y 1994 de la norma ISO 9000 son normas para los sistemas de garantía de calidad, mientras que las versiones de 2000 se proporcionan como directrices para los sistemas de gestión de la calidad. Por medio de la emisión de la norma ISO 9001 en el año 2000, se inició una alteración penetrante, desde la perspectiva de la calidad, de los seguros del SGC (Ruiz, 2004).

#### **1.1.5 Norma ISO 9001:2015**

La norma ISO 9001:2015 ofrece un modelo de SGC diseñado para lograr una mayor impresión y éxitos para los consumidores y los stakeholders. El entorno organizacional es fundamental para el desarrollo y accionamiento. También incluye consideraciones de exposición para lograr la finalidad de la cualidad en la empresa. Las condiciones del modelo se agrupan de 0 a 10 puntos, siguiendo el ciclo (PDCA), reforzando una perspectiva basada en procesos (Fontalvo, 2018).

Tras el transcurso del tiempo, las procesiones, patrones y paradigmas que han avanzado desde diversos campos, están desarrollando planes de crecimiento que son más sostenibles. En relación con esto, los dos aspectos son continuos y transversales; la primera es que el cambio es inevitable y parte del diario, y la segunda es que por muy alto que se alcance o se mejore un nivel de calidad, siempre es posible encontrar oportunidades de mejora (Hernández, 2018).

## **1.2 Antecedentes Conceptuales y Referenciales**

A continuación, se presentan las caracterizaciones gnoseológicas, económicas del proceso de comercialización de los derivados del cacao, además, se analiza las propiedades gnoseológicas y metodología de la gestión de calidad. Primordialmente se debe dejar claro el concepto de gnoseología, para entender este punto. Salles (2021) indica que la gnoseología también conocida como teoría del conocimiento es una creencia que alcanza la verdad haciendo manifestación de dicha capacidad, ya que sin manifestación no se daría el conocimiento, así mismo es considerada una de las ramas más importantes de la filosofía, cuya finalidad es el estudio del conocimiento.

### **1.2.1 Comercialización de Cacao en Ecuador**

La comercialización de cacao ha estado presente en el país desde hace cientos de años y ha sido el sustento para las familias que se dedican a esta actividad además ha logrado posicionarse en el mercado extranjero por su rico sabor y aroma. Morales et al. (2018) argumenta que se ha reflejado un alza en los precios en los últimos años debido a la demanda del mercado internacional y la cualidad del cacao ecuatoriano en su mayoría fino y de aroma. Sin embargo, a pesar de la gran demanda que tiene en el extranjero los precios que se pagan a los productores no son rentables para solventar los costos de producción y cubrir sus necesidades en otras palabras;

La mayoría de los productores de cacao tienden a tener problemas para cubrir los gastos de sus necesidades básicas, pese a que la demanda de cacao a nivel mundial está en constante crecimiento, ya que este grano es un producto muy valorado en el mercado extranjero (Montenegro y Navarro, 2021). Tomando en cuenta las versiones de los autores antes mencionados la comercialización de cacao en el Ecuador sería muy rentable para los productores si se pagarán a precios justos tomando en cuenta que la demanda que tiene en el mercado internacional.

### **1.2.2 Derivados del Cacao**

Los derivados del cacao son el resultado de un procedimiento que se le da al cacao para obtener diferentes productos de la misma materia prima como: “la pasta o licor, la manteca, la torta y el polvo de cacao” en cuanto a su comercialización y venta (Morales et al., 2022). El precio de los granos de cacao y sus derivados industriales depende del

precio de las canastas de productos en todo el mundo, con un pequeño margen para los actores de la cadena de suministro según el área de producción y la calidad (Guzmán y Chire, 2019).

Como lo mencionaron anteriormente los autores citados el cacao se consume de diferentes maneras, es decir se obtienen los subproductos del cacao y de estos se pueden obtener otros productos finales para comercializar como: dulces, coberturas, barras de chocolate ya sea dulce, semi dulce o amargo, de igual manera se suelen hacer combinaciones con leche, nueces, maníes, entre otros granos secos y frutas, también se elaboran bombones, helados, tortas, etc. Así mismo se le da uso cosmético a la manteca de cacao en la fabricación de cremas, shampoos, jabones, perfumes, maquillaje entre otros productos.

De un solo producto se pueden obtener infinidad de preparaciones lo cual se vuelve una oportunidad comercial ya que no solo ofrecen la materia prima, sino que la demanda del mercado les permite ofrecer también el cacao con un valor agregado y por ello también se obtendrían un mayor margen de ganancia. Sin embargo, como lo comenta Guzmán y Chire (2019) los precios tanto del cacao como de sus derivados depende de su comercio a nivel mundial, es decir que mientras más competitivos y de calidad sean los productos mejores serán los precios que obtendrán.

### **1.2.3 Gestión de calidad**

Como lo mencionan, Choez y Moreira (2020) un aspecto elemental del efecto de los objetivos de calidad para las empresas de la naturaleza que sean es la gestión de calidad. Ormaza y Guerrero (2021) dicen que los principios de calidad total se han aplicado en empresas de todo el mundo, desde las grandes industrias, hasta los pequeños negocios, ya sean estos de bienes o de servicios, con el propósito de mejorar el rendimiento y competitividad empresarial.

En efecto como lo dicen los autores antes citados la ejecución SGC en las empresas les permite ser más competitivas en el mercado y contribuye con el desarrollo de la misma es por ello que actualmente las empresas optan por implementar estrategias de calidad puesto que, aunque sea fuerte la inversión que requiere los beneficios a largo plazo son una ventaja competitiva para la empresa.

#### **1.2.4 Certificaciones de Calidad**

Las certificaciones de calidad son un respaldo documentado que tienen las empresas donde se verifica que estas están cumpliendo correctamente con la normativa del sistema de calidad. SAE (2018) menciona que la certificación es un documento que demuestra que, en los procesos empresariales, la gestión, productos o servicios se cumple con los requisitos establecidos en una norma o reglamento.

Por otro lado, Avansis (2020) afirma que el certificado de calidad es un instrumento que organismos neutrales conceden a las empresas para respaldar y garantizar la capacidad y actividad de las que han sido beneficiadas al cumplir ciertas normas y estándares.

Efectivamente obtener certificaciones de calidad no es obligatorio para las empresas, pero realmente es un mecanismo que genera competitividad en el mercado ya que a través de un certificado las empresas pueden demostrar que su producto cumple con todas las normas y estándares de calidad por consiguiente esto le da una ventaja competitiva frente a su competencia tanto en el mercado local como en el internacional.

#### **1.2.5 Certificaciones para el Cacao**

Según Carrión et al. (2021) Las certificaciones con normas de producción agrícola son un mecanismo que evidencia el cumplimiento de las prácticas correctas, lo que implica el reconocimiento del producto y relacionarlo con características específicas en términos de eficiencia. Por otro lado, nos dice Gómez et al. (2019) la posibilidad de crecimiento sostenible y éxito del cacao debe estar sincronizada con la utilización de materia prima de calidad, la innovación y la satisfacción de las preferencias de los consumidores.

Tanto para los productores como para las empresas que compran el cacao resultan beneficiosas las certificaciones que avalen la calidad del producto de esta manera las empresas pagarían un precio justo a los productores por recibir un producto de calidad con el que realizarán los diferentes productos elaborados para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores, puesto que la calidad del producto empieza desde el cultivo de acuerdo con lo expresado por los autores anteriormente mencionados.



### 1.2.5.1 Beneficios de la Norma ISO 9001

En cuanto a las normas ISO y sus beneficios se han encontrado varias fuentes que hablan de ello una de ellas es:

**Tabla 1**

*Beneficios de las normas ISO 9001.*

<b>Beneficios de las normas ISO 9001</b>	
Credibilidad e imagen de la empresa.	Las normas ISO son un organismo internacionalmente reconocido, es por ello que la aplicación de la misma en una empresa le da credibilidad y prestigio, además que le da una ventaja competitiva.
Satisfacción del cliente.	El sistema de gestión de calidad de las normas ISO, tiene entre sus principios mejorar la satisfacción de los clientes, la calidad de los productos ayuda a que la empresa logre cumplir con las expectativas de los clientes y fidelizarlos.
Integración de los procesos	La norma ISO 9001 permite que los procesos se integren y así minimizar deficiencias, errores y pérdidas durante los procesos por otro lado maximiza el rendimiento y ahorro de recursos.
Toma de decisiones basada en pruebas	Al aplicar las ISO 9001 durante cierto tiempo, se puede constatar de los cambios como la eficiencia de los recursos y ahorro en costos, lo cual se debe tomar en cuenta para la toma de decisiones.
Mejora continua	La mejora continua es un importante principio de la norma ISO 9001 que toda empresa tiene que tener presente para que todos los colaboradores deben trabajar en equipo y avanzar hacia una misma dirección.
Compromiso de los empleados	Los resultados de la aplicación de la norma ISO 9001 no solo depende de la correcta utilización de los recursos sino también de los colaboradores, cuando estos son tomados en cuenta en

	los procesos de mejora, aumenta la motivación y por ende el rendimiento.
--	--

**Nota.** Qualite, 2015; Kantan Software, 2019; Carrillo, 2018

Como se ha podido constatar con la información anterior, varios autores coinciden en los beneficios que puede traer la implementación de la norma ISO a una organización que fluye desde el área de gobernanza e incluye al cliente interno y externo siendo estos dos últimos fundamentales para el éxito de la implementación de la norma ISO, ya que los altos mandos deben tener en cuenta las necesidades del cliente y la motivación, compromiso de los colaboradores.

### 1.2.5.2 Estructura de Metodologías y Estrategias

**Tabla 2**

*Estructura de Metodologías y Estrategias para implementar ISO 9001.*

<b>Componentes</b>	<b>Función</b>
<b>Planeación Estratégica:</b>	Se sugiere revisar la norma ISO 9001 y adaptarla conforme a la estrategia. La visión y misión se realiza mediante este proceso, sin dejar de lado las metas de la asociación para establecer el camino que seguirá la organización.
<b>Análisis PEST:</b>	Es el análisis de las condiciones políticas, económicas, sociales, ambientales y tecnológicas. Esta herramienta nos permite categorizar el análisis por temas de nuestro interés.
<b>Análisis FODA:</b>	Como todas las organizaciones saben, este método se enfoca en el reconocimiento interno, buscando fortalezas y debilidades organizacionales y externas, tratando de anticipar las amenazas y las posibilidades que puedan ocurrir.
<b>Análisis de los stakeholders:</b>	Gracias a este instrumento se puede reconocer a los grupos de interés de la empresa y permitirnos determinar los niveles de interés de cada persona y su impacto en

	nuestra organización. En resumen, se identifican los estos stakeholders y se determinan las planificaciones inevitables para captar al cliente y lograr tomar decisiones en función de la situación actual.
<b>Definición del alcance:</b>	Como lo menciona la norma 9001:2015, el seguimiento de la empresa debe estar documentado, auditado por la institución.
<b>Mapeo y documentación de proceso:</b>	Si el proceso no está bien definido, se debe reformular la sucesión. De esta forma, mediante el mapeo de procesos, es posible identificar toda la evolución de una empresa y conectarlas entre ellas. Es la base para definir el documento QMS, lo que permite un seguimiento y una mejora continua.
<b>Relaciones entre procesos:</b>	El propósito de esta herramienta es analizar las relaciones existentes entre los diferentes procesos implementados en la organización.

**Nota.** En la tabla se observa que para implementar con éxito el SGC de acuerdo con las condiciones de la ISO 9001:2015, es importante comprender los métodos y las herramientas que tenemos a nuestra disposición. Iniciando desde el planteamiento de estrategias, analizar los aspectos internos como externos para tener una mayor eficiencia hasta las relaciones entre los procesos donde se analiza las relaciones entre los diferentes procesos de una empresa.

### 1.3 Antecedentes Contextuales

Los antecedentes contextuales nos ayudan a determinar la situación actual de la competitividad en el mercado nacional e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 desde la descripción física de la asociación hasta la presentación de los primeros resultados, donde se puede evidenciar que se han utilizado dos métodos empíricos, la entrevista y estudio de documento, estos resultados validan la situación de la problemática presenta en el proyecto.

### 1.3.1 Descripción Física

El presente trabajo se desarrollará con ASOPROAPI que se encuentra situada en el sitio Damas de la parroquia Saracay perteneciente al cantón Piñas de la provincia de El Oro. Esta provincia austral del país cuenta con una superficie de 5.791,85 km<sup>2</sup> que equivale al 2,15% de la superficie del territorio nacional, es una zona de tierra fértil y productiva, se encuentra ubicada geográficamente al suroeste del Ecuador y limita al sur la provincia de Loja y el país Perú, al norte las provincias de Guayas y Azuay, al este las provincias de Azuay y Loja y al oeste con Perú y el Océano Pacífico (GAD El Oro, 2021).

#### Ilustración 1

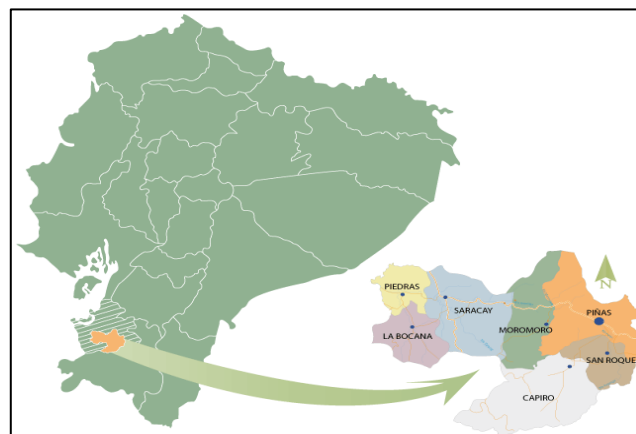
*Planta de Derivados de Cacao.*



Nota. Piñas.gob.ec

#### Ilustración 2

*Provincia de EL ORO.*



Nota. Piñas.gob.ec

**Tabla 3***Provincia de El Oro.*

<b>FUNDACIÓN:</b>	<b>23 DE ABRIL DE 1884</b>
<b>Capital:</b>	Machala
<b>Extensión:</b>	5766.68 Km2
<b>Población:</b>	600.659 Hab
<b>Prefecto/a:</b>	Clemente Bravo

**Nota.** Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador.

En la tabla se refleja información sobre la provincia de ubicación de la asociación ASOPROAPI, con la que se trabajará el presente proyecto de investigación. En el último censo realizado en el año 2010 el Oro cuenta con habitantes totales de 600.659 de los cuales 296.297 son mujeres y 304.362 son hombres (INEC, 2010).

La localidad El Oro posee tierra fértil para la agricultura y sus habitantes no desaprovechan este privilegio constancia de ello es que su principal fuente de ingresos es la exportación de plátano, cacao, café, camarones, frutas tropicales y ganadería; por lo tanto, durante las celebraciones departamentales se realizan exhibiciones agrícolas, exhibiciones mineras, festivales del café y la "Expo Mundial del Banano", reconocida internacionalmente (Ministerio de Turismo, 2021).

### 1.3.2 Producción y precios del cacao en el mundo

**Tabla 4***Resumen de producción de cacao a nivel mundial.*

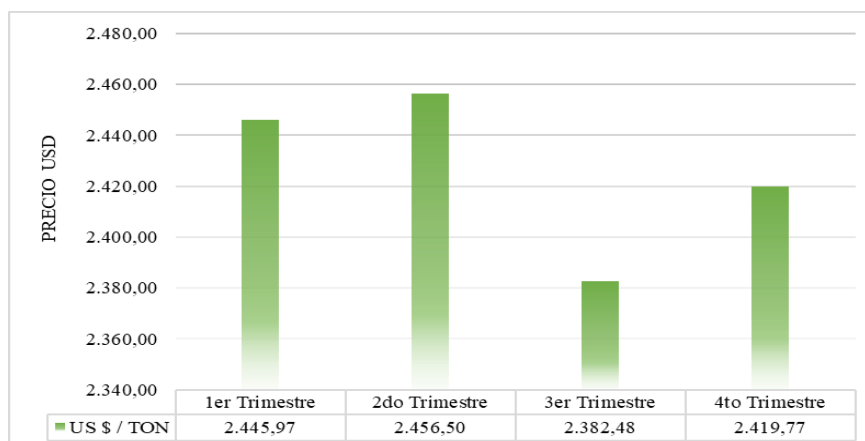
<b>Año Cacaotero</b>	<b>Miles de toneladas</b>	
Octubre – Septiembre	2019 - 2020	2020 - 2021
Producción Mundial	4 735	5 175

**Nota.** ICCO- Organización Internacional de Cacao

Se puede observar los miles de toneladas de producción de cacao anual desde octubre a septiembre en los años del 2019-2020 se refleja 4.735 toneladas y en el periodo de 2020-2021 5.175 toneladas.

### Ilustración 3

#### *Precio Internacional Trimestral del Cacao.*



**Nota.** ICCO- Organización Internacional de Cacao

Como se representa en las tablas anteriores según datos de la Organización Internacional de Cacao (ICCO) la producción a nivel mundial en el 2020 y 2021 ha registrado un aumento en comparación con la producción 2019-2021, en cuanto a los precios se puede notar que el segundo trimestre ha sido el más rentable mientras que en el tercer trimestre las cifras cayeron, para finalizar el año los precios se fueron recuperando siendo el precio actual alrededor de 2419,77 USD.

#### **1.3.3 Asociación de Productores Agropecuarios Piñas ASOPROAPI**

El presente trabajo de investigación se realiza para la asociación ASOPROAPI, la misma que emite el certificado de constancia para tomar información, datos relevantes para desarrollar este proyecto. En sus inicios la asociación empezó sus actividades como empresa legalmente constituida desde el año 2015 sin embargo ya venían laborando desde hace aproximadamente 8 años atrás liderada por su actual representante legal la señora Verónica Aguilar.

*(Ver anexo 1)*

El grupo de trabajo inició con tan solo 5 mujeres quienes se incentivaron a elaborar elaborados de cacao para luego venderlos a sus familiares y conocidos con el apoyo de la fundación Maquita que es una organización que busca promover la estilo de vida de las

personas en situación de vulnerabilidad del Ecuador y para lograrlo, esta entidad de economía social y solidaria fomenta la producción sostenible, el comercio justo y la asociatividad haciendo práctica de principios humanos como la equidad (Fundación Maquita, 2021). Esta organización también les colaboró con la compra de la maquinaria para realizar los elaborados con el 50% del capital y el resto la asociación es así como se impulsaron a crecer y también ganaron conocimientos en cuanto a los productos que se podían obtener a partir del cacao.

Actualmente, la asociación ya cuenta con su propia planta que la adquirieron con inversiones de los socios de la misma para realizar sus productos y con maquinaria que les facilita y ahorra tiempo en la elaboración de los mismos. Cuentan con su marca comercial llamada CHOCODAMAS que con el pasar de los años ha obtenido reconocimiento entre sus clientes.

**Misión:** Hemos asumido el compromiso y la responsabilidad de representar, defender y promover las actividades productivas como asociación de CHOCODAMAS proporcionado a la provincia El Oro productos elaborados con el mejor cacao de la zona, fino aroma y 100% orgánico que cumplan con las expectativas de nuestros clientes.

**Visión:** Todos los que participamos en la asociación de CHOCODAMAS, tenemos como meta común, lograr que la misma se consolide como una empresa de mayor prestigio y tradición a nivel nacional e internacional en la elaboración y comercialización de productos artesanales derivados de cacao fino de aroma.

#### **1.3.4 Primeros Resultados**

Se presenta la evidencia empírica de los primeros resultados a través de la entrevista realizada a la Sra. Verónica Aguilar, directora de la Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI). Además, se hizo utilización de unos de los tipos de instrumentos de investigación el cual es el estudio de documento, donde se analizó el Estado de Resultados y el Balance General de la empresa en el periodo del 2020.

*(Ver Anexo 2).*

#### **1.3.4.1 Estudio de documento**

Las características del estudio de documentos son dinámicas, ya que permite que el contenido del documento se represente de manera diferente al documento original, lo que da como resultado la generación de nuevos documentos. Es decir se realiza un análisis de diferentes fuentes. También por ser social, tiene como objetivo facilitar la prestación de servicios de información a los usuarios (Salazar y Tobón, 2018).

En el Balance General de la empresa ASOPROAPI desde el 1 de enero al 31 de diciembre del 2020, podemos encontrar las cuentas de activos, pasivo y el patrimonio del año ya mencionado, por esto trabajamos bajo este balance por que la empresa se encuentra elaborando el documento correspondiente a los datos del año 2021. La empresa en el 2020 tuvo en la cuenta de Activos Corrientes \$13.999,93, de las cuentas de Efectivo y banco, en cambio en la cuenta No Corriente presenta un valor de \$13.442,10 correspondiente a Terreno, Planta y equipos y Depreciación de activos fijo. En cambio, en Pasivo corriente no presentan registro de deuda en la cuenta por pagar. Por último, el patrimonio de la empresa es de \$14.824,42.

Esta información es analizada por los autores del proyecto para conocer el estado financiero de la empresa y saber si la asociación tiene el recurso económico considerado para la implementación de la certificación de calidad ISO 9001 versión 2015. Dentro del estado de resultado de la empresa encontramos las cuentas de ingreso correspondiente a \$1.163,90 de las cuentas de ingresos por ventas, administrativos y sociales y otros ingresos.

Por otro lado, encontramos la cuenta de gastos teniendo un valor de \$1.488,27 de las cuentas de gastos de administración y ventas, gastos de personal y socios, gastos generales. Se puede decir que la empresa no cubre sus gastos por completo, así que sería complicado generar otros gastos. Pero la empresa tiene la voluntad y necesita una certificación de calidad, se deja claro que la empresa ya tiene certificaciones en base a las legislaciones nacionales, a pesar de que cuentas con ellas, no tiene un mayor crecimiento en el mercado local, entonces lo que la empresa busca es una certificación de calidad internacional para que sea atractivos los productos tanto nacional como en el exterior.



### **1.3.4.2 Entrevista**

Una entrevista se define como una charla con un propósito, no solo los hechos de la conversación sino obtener información relevante sobre un tema (Díaz et al., 2013).

De la entrevista realizada a los directivos de la asociación, sobre aspectos internos de la misma que son relevantes para el proyecto de investigación se obtuvo opiniones, criterios, intenciones, actitudes, necesidades e intereses sobre la implementación de certificaciones de calidad. En primera, se extrajo que es importante para la asociación implementar estrategias que generen valor agregado a la marca, a fin de posicionarse en el mercado nacional como en el internacional. El catálogo de productos que ASOPROAPI ofrece son: Pasta de Cacao, Crema de Chocolate, Choco manís, Manteca de Cacao, entre otros. Trabajan con materia prima de calidad, que según estudios realizados al suelo donde se cultiva el cacao está libre de cadmio.

Además, los entrevistados coinciden en que necesitan certificaciones de calidad, son una ventaja competitiva, tanto en el mercado nacional, como en el internacional y están dispuestos a implementar certificaciones en el futuro. Se pudo constatar que poseen los recursos necesarios para la implementar (SGC). Cuenta con una planta propia y maquinaria donde se realizan los procesos de producción, así mismo, cuenta con un patrimonio de \$150.000 dólares. En cuanto al recurso humano son 17 socios de los cuales actualmente seis colaboradores en el área de producción.

En este capítulo se desarrollaron los antecedentes de la investigación donde se mencionó la evolución de la gestión de calidad, sin dejar de lado, la caracterización gnoseológica, metodológica y económica de los procesos de comercialización de los derivados de cacao y de la gestión de calidad. Además, se nombró los beneficios y las estrategias para implementar una certificación de calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2015. Dentro de los antecedentes contextuales se planteó la situación actual de la asociación, desde la descripción física hasta la presentación de los primeros resultados los cuales se obtuvieron al realizar una entrevista con la representante legal de asociación ASOPROAPI la Sra. Verónica Aguilar.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

El capítulo dos menciona el tipo de investigación que se considera para este trabajo de titulación desde su finalidad hasta su nivel de generalidad. Sin dejar de lado, el paradigma de la investigación, la población y muestra, finalmente se mencionan los métodos históricos, empíricos y estadísticos en relación a la asociación ASOPROAPI para analizar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas.

### **2.1 Tipo de Investigación**

El tipo de Investigación relacionada con la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 según su finalidad es aplicada, según su objetivo gnoseológico es explicativa transformadora, según su contexto es de campo, según el control de las variables es experimental, según orientación temporal es longitudinal, y según su nivel de generalidad es estudio de la situación específica.

El concepto de investigación aplicada se basa en fundamentos epistemológicos e históricos, el estudio y comprensión de las líneas que conforman una realidad social compleja y dinámica. En definitiva, la finalidad de la investigación aplicada es resolver algún problema o planteamiento, centrarse en la investigación y potenciar el conocimiento para su aplicación en la vida real (Naidorf et al., 2019).

Al investigar un fenómeno de manera explicativa y transformacional, es posible determinar la relación de causa y efecto entre dos cosas. Esto puede ayudar a las personas a descubrir qué causó un efecto particular y cómo evolucionó hasta su etapa actual (Becerra y Moya, 2010).

El trabajo de campo es la recopilación de datos de fuentes primarias para comprender mejor un propósito específico. Este proceso se utiliza para interactuar con las personas en su entorno natural y recopilar datos cualitativos (Lara, 2011).

La investigación experimental se realiza, con el propósito de obtener datos mediante la experimentación, para posteriormente hacer una comparación con las variables que se mantienen constantes, así mismo como resultado de este proceso de experimentación se pueden encontrar las causas y determinar los efectos del problema que se está estudiando. En el presente trabajo se realiza una investigación experimental, puesto que se lleva a cabo un método científico y se realiza la fundamentación teórica.

La investigación longitudinal, es un método que ejecuta un estudio observacional a fin de compilar datos cuantitativos y cualitativos, para ello se realiza un procedimiento donde se da seguimiento a determinados individuos o situaciones que están siendo objeto de estudio, Esto se da durante un largo periodo de tiempo y es así que se obtiene información de los cambios que se han dado o se pueden dar en un futuro. En este trabajo se da una investigación longitudinal porque se inicia desde la problemática hasta la discusión de los resultados, es decir se ha recopilado datos durante el transcurso de toda la investigación.

## 2.2 Paradigma o Perspectiva General

El tipo de Investigación relacionada con la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 se desarrolla desde un paradigma cuantitativo.

La investigación cuantitativa que depende directamente del presente, se conoce como positivismo. Este modelo afirma que existe un hecho objetivo (fijo) que puede ser estudiado por investigadores que intentan comprender las causas de los fenómenos naturales. Los investigadores se esfuerzan por ser lo más objetivos posible en su búsqueda del conocimiento, utilizando procesos organizados y disciplinados que les permitan comprobar por sí mismos las ideas del observador, la naturaleza de los fenómenos que son objeto de estudio.

## 2.3 Población y Muestra

La Asociación a la cual direccionamos el proyecto de investigación se encuentra en el sitio Damas, con el nombre ASOPROANI, cuenta con 17 socios los cuales serán el total de nuestra de la población, estos son:

**Tabla 5**

*Datos Generales de ASOPROAPI.*

<b>DATOS GENERALES DE ASOPROAPI</b>	
<b>Razón Social:</b>	<b>Asociación de Productores Agropecuarios Piñas ASOPROAPI</b>
<b>RUC:</b>	0791778581001
<b>Estado:</b>	Activo

<b>Fecha de inicio:</b>	25/05/2015
<b>Contribuyente:</b>	Persona jurídica
<b>Lleva contabilidad:</b>	Si
<b>Sector:</b>	Privado
<b>Dirección:</b>	Camarones Vía A Damas s/n Finca del Señor Carlos Espinoza
<b>Correo electrónico (email):</b>	<a href="mailto:choco.damas@hotmail.com">choco.damas@hotmail.com</a>
<b>Teléfono celular:</b>	0993469293
<b>Teléfono convencional:</b>	No disponible
<b>Provincia:</b>	El Oro
<b>Cantón:</b>	Piñas
<b>Parroquia:</b>	Saracay
<b>Código CIU:</b>	C 107311

**Nota.** ASOPROAPI – Chocodamas

En la tabla se puede observar los datos generales de la asociación, desde el registro único de contribuyente hasta donde se encuentra situada la organización.

## Tabla 6

*Lista de Socios de ASOPROAPI.*

<b>LISTA DE SOCIOS DE ASOPROAPI</b>			
<b>N°</b>	<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>N° de Cédula</b>	<b>Fecha de Ingreso</b>
1	Aguilar Feijoo Verónica María	0703231977	05-03-2015
2	Espinoza Vargas Carlos Manuel	0700070329	05-03-2015
3	García Sánchez Cinthia Guadalupe	0923121917	05-03-2015
4	Granda Encalada Fanny Florinda	0701101206	31-10-2017
5	Loayza Aguilar Andrea María	0705914950	15-08-2018
6	Loayza León Marielita Del Carmen	0702354127	05-03-2015
7	Loayza Loayza Ángel Polivio	0700640345	05-03-2015
8	Martínez Loayza Huber Guillermo	0702258070	05-03-2015
9	Melendres Carlos Alberto	0601026727	05-03-2015
10	Melendres Romero Mercedes Elizabeth	0703411819	05-03-2015
11	Ordoñez Loayza Esther Judith	0701152233	05-03-2015
12	Romero Toledo Marcia Mercedes	0701877565	05-03-2015
13	Ruilova Balcázar Ofelia Leticia	0702737586	05-03-2015
14	Ruilova Balcázar Raúl Vinicio	0701661506	05-03-2015

15	Tene González Herman Francisco	0703305136	05-03-2015
16	Tene González Marlon Patricio	0703502047	05-03-2015
17	Zambrano Pereira Norma Judith	0700891708	05-03-2015

**Nota.** ASOPROAPI - Chocodamas

En la tabla se presenta el número de socios de la asociación ASOPROAPI, donde se puede observar que son 17 socios, se expone el documento de identificación y fecha de ingreso.

### 2.3.1 Describir otras Poblaciones

Entre las otras poblaciones antes mencionadas se encuentran los trabajadores de la ASOCIACIÓN que se desempeñan en las distintas áreas como se muestra en la tabla.

**Tabla 7**

*Directiva de la Asociación ASOPROAPI.*

<b>DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN ASOPROAPI</b>				
<b>N°</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>N° de Cédula</b>	<b>Fecha de Nombramiento</b>	
<b>Administrador/A</b>				
1	Aguilar Feijoo Verónica María	0703231977	01-02-2020	
<b>Presidente/A</b>				
1	Granda Encalada Fanny Florinda	0701101206	2 años	
<b>Secretaria/O</b>				
1	García Sánchez Cinthia Guadalupe	0923121917	2 años	
<b>Vocales de la Junta Directiva</b>				
1.	<b>Principal</b>	Granda Encalada Fanny Florinda	0701101206	2 años
2.	<b>Principal</b>	García Sánchez Cinthia Guadalupe	0923121917	2 años
3.	<b>Principal</b>	Zambrano Pereira Norma Judith	0700891708	2 años
1.	<b>Suplente</b>	Martínez Loayza Huber Guillermo	0702258070	2 años
2.	<b>Suplente</b>	Ruilova Balcazar Raúl Vinicio	0701661506	2 años
3.	<b>Suplente</b>	Tene González Marlon Patricio	0703502047	2 años
<b>Vocales de la Junta de Vigilancia</b>				
1.	<b>Principal</b>	Loayza Aguilar Andrea María	0705914950	2 años
1.	<b>Suplente</b>	Ruilova Balcázar Ofelia Leticia	0702737586	2 años

**Nota.** ASOPROAPI - Chocodamas

Se puede examinar en la tabla los miembros de la asociación responsable de cada área de autoridad, desde la administración general hasta las designaciones de vocales de junta directiva y de vigilancia de la organización.

### **2.3.2 Determinar el Tipo de Muestra**

El proyecto de investigación con fines de titulación toma en cuenta la muestra desde un enfoque probabilístico, para el estudio o la determinación en la toma de decisión se considera toda la población en este proyecto de investigación.

### **2.4 Métodos Teóricos**

Estos pueden revelar relaciones importantes entre objetos de investigación que no son directamente observables, desempeñando así importantes funciones epistemológicas, interpretando conceptualmente los datos empíricos descubiertos, construyendo y desarrollando teorías (Del Sol Fabregat et al., 2017).

- **El método histórico-lógico** para la evolución de la gestión de la calidad en el proceso de comercialización de los derivados del cacao en relación a la competitividad en el mercado local e internacional de la marca chocodamas en el 2022.
- **El método analítico-sintético e inductivo-deductivo** para caracterizar gnoseológica, económicamente el proceso de comercialización de los derivados del cacao. Sin dejar de lado, caracterizar gnoseológica y metodológicamente la gestión de calidad. Además, valorar la situación actual del tema de estudio, y finalmente valorar teóricamente las estrategias de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad de la marca Chocodamas en el 2022.
- **El método hipotético-deductivo** dentro del proyecto de investigación: Valoración de las manifestaciones externas del problema científico relacionadas al tema de investigación, hasta la deducción de conclusiones como resultado de la corroboración de la incidencia de la implementación de una estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015.
- **El método de abstracción-concreción** desde valorar la situación actual del tema en discusión, la construcción del marco teórico sobre el proceso de comercialización de los derivados del cacao y la gestión de calidad, hasta la fundamentación, elaboración y modelación teórica de la estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015 para

aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

- **La modelación teórica** para la fundamentación, elaboración y corroboración teórica de la estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.
- **El método sistémico** para elaborar las estrategias de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

## **2.5 Métodos Empíricos**

Cualquier método de investigación científica comienza con la conciencia del tema de la investigación y sus conexiones con el problema que se estudia, el resultado previsto y la tarea específica. A continuación, los investigadores deben poner en funcionamiento las variables, lo que significa que deben identificar indicadores para medir o evaluar (Rojas et al., 2018).

Los métodos empíricos que se utiliza en la investigación para medir la valoración de la situación actual de la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 y el criterio de experto para valorar teóricamente de las estrategias de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas siendo la guía de observación, encuestas y entrevistas el método de medición.

## **2.6 Métodos Estadísticos**

Los métodos estadísticos apoyan o complementan el proceso de enseñanza, ayuda e investigación, por lo que es importante su aplicación en la formación de pregrado y posgrado (Martínez et al., 2015).

Para interpretar las estadísticas de este proyecto se utilizará el método Matemático Porcentual, específicamente para evaluar la situación actual de la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022 y valorar teóricamente las estrategias de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

En este capítulo se mencionó el tipo de investigación desde su finalidad hasta su nivel de generalidad, además, el paradigma de la investigación la cual se determinó que es cuantitativa, la población y muestra de la asociación ASOPROAPI, por último, se nombró los métodos históricos, empíricos y estadísticos de la investigación para analizar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas.



## **CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En el tercer capítulo se plantea la fundamentación teórica de la investigación para defender el aporte práctico de este trabajo. Donde se nombran teorías, importancia, principios, sobre la certificación de la calidad, también, se realiza un análisis FODA para conocer aspectos internos y externos de la empresa y determinar sus puntos efectivos y desfavorables. Sin dejar de lado, el estudio de resultado, donde se respondieron a las preguntas planteadas por los investigadores para analizar los aspectos relevantes a fin de implementar la certificación ISO 9001:2015 por medio de los instrumentos aplicados a la población este proceso o evaluación se aborda en la discusión de los instrumentos.

### **3.1 Fundamentación teórica para la investigación explicativa transformadora**

Tras el transcurso de la investigación se propone ayudar a la asociación ASOPROAPI a ser más competitiva en el mercado local e internacional con la marca Chocodamas, mediante el aporte práctico de diseñar una estrategia para implementar la certificación de calidad, bajo la norma ISO 9001:2015 en el 2022. Además, se utilizarán métodos empíricos para obtener datos reales y confiables. Los resultados permiten identificar las estrategias para ayudar a los propietarios de la asociación a ser más competitivos en los mercados en los que desea incursionar con la implementación de la certificación de calidad en el 2022.

#### **3.1.1 Teorías de certificación de calidad**

La acreditación y certificación de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es una determinación estratégica para toda organización, condicionada por diferentes necesidades y objetivos. Algunas empresas lo hacen porque quieren mejorar los procesos y operaciones de sus espacios, otras porque quieren adaptarse al entorno, y algunas lo hacen para mejorar el rendimiento y la eficiencia de su espacio, también hay quienes quieren configurarlo en su sistema operativo (NQA, 2022).

Las certificaciones son métodos de verificación que realizan terceros. Las certificaciones son proporcionadas por inspectores externos que no tienen ningún incentivo económico en los acuerdos que verifican. Estas personas son conocidas como auditores. Verificar la calidad de un producto o servicio involucra un proceso llamado certificación comercial. Regularmente los organismos de certificación comercial manejan mucha competencia de

otras organizaciones, algunas de ellas suelen perder contratos por solicitar demasiados requisitos estrictos a sus clientes. Cuando una parte externa verifica la calidad de un proveedor, se denomina verificación externa. Esto se debe a que la verificación de terceros no garantiza automáticamente la objetividad o la ausencia de conflictos de intereses (ISO, 2022). También es necesaria una auditoría interna cuando por primera vez una institución verifica la calidad de un proveedor (Chacón y Rugel, 2018).

Por otro lado, Mercader et al. (2022) mencionan que a partir de la implantación de un SGC se ha dado una serie de mejoras para la organización como el planteamiento de objetivos, la concreción de estrategias para la misma, el desarrollo de indicadores de seguimiento, mayor seguridad en el trabajo con las utilización de listas de comprobación, la estandarización de protocolos y procesos, la implementación de actividades para la mejora continua y refuerzo de los puntos débiles del SGC, de igual manera permite conocer las necesidades, exigencias y grado de satisfacción, tanto de los clientes externos como internos.

De igual manera, Chacón y Rugel (2018) mencionan que la programación estratégica y la política de calidad debe ajustarse a los transcurso y métodos, para impactar positivamente a los miembros de la empresa y a las partes interesadas. Así mismo en un estudio realizado por Medina et al. (2019) en una universidad se obtuvo que los auditores internos de la misma consideran que han experimentado una mejora de un 70, 3% y un 69% en la productividad y competitividad de la institución respectivamente, esto ha permitido evidenciar en el incremento de la capacidad de respuesta y aprovechamiento de recursos.

Igualmente, Acosta et al. (2017) muestra cómo la implementación de un sistema de gestión estratégica puede ayudar a mejorar la gestión centrada en los procesos. Por otro lado un estudio realizado por Deza, et al (2020) a empresas arequipeñas en Perú dio como resultado que las empresas que mejores condiciones y procesos de gestión tienen son las que se encuentran certificadas, a diferencia de las que no cuentan con ninguna certificación, en la investigación resalta los puntos positivos en cuanto a calidad referente a la certificación, se pueden percibir beneficios como la mejora en la documentación, en el SGC, una mejor selección de los proveedores, en la conciencia ambiental del entorno de la empresa. Finalmente, Garbanzo (2016) expresa que la gestión estratégica juega un papel importante en el funcionamiento eficaz de las organizaciones y las convierte en

instituciones inteligentes para cumplir con los altos estándares de calidad en los procesos de producción y transformándose en una mejor empresa en función al público objetivo.

### 3.1.2 Importancia de implementar una certificación de calidad

Una certificación es un documento que respalda que la empresa está cumpliendo con los requisitos exigidos en una norma de tal manera proporciona credibilidad, confianza, competitividad y reconocimiento, demostrando que los productos o servicios que se ofrecen cumplen con las expectativas de la demanda y por consiguiente gozará de beneficios comerciales (Araya y Pizarro, 2020).

Obtener la certificación ISO 9001:2015 no es obligatorio por el gobierno nacional y las empresas pueden decidir adquirirla o no, de manera libre. Es precisamente esta característica de no obligatoriedad lo que le da el plus a esta certificación, puesto que no todos los negocios la tienen, y que la empresa desee implementar un SGC para obtener esta certificación, proyecta que se está esforzando por ofrecer un mejor producto y cumplir con las expectativas de los consumidores (Alzate et al., 2019). Tras lo mencionado la importancia de una certificación para ASOPROAPI es que le dará una ventaja competitiva en el mercado, impulsará la mejora continua, obtendrá reconocimiento, tanto nacional como internacional, además que se optimizarán los gastos e incrementarán los ingresos (ISO, 2022).

### 3.1.3 Principios de la ISO 9001

La norma ISO 9001 consta de una agrupación de elementos de una empresa que trabajan intercomunicados con el fin de generar políticas, procesos de calidad y objetivos para lograr la finalización de la calidad Cruz et al. (2017). Con la implementación de esta norma se quiere lograr alcanzar sus siete principios fundamentales para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

**Tabla 8**

*Principios de la ISO 9001.*

<b>Principio:</b>	<b>Descripción</b>
<b>Enfoque al Cliente</b>	Todas las empresas dirigen sus productos o servicios a los clientes, es por ello que las actividades de la empresa se orientan a satisfacer sus exigencias y requerimientos para cumplir con las expectativas de su mercado.

<b>Liderazgo</b>	El buen funcionamiento de una empresa se ve reflejado por las habilidades y competencias de los dirigentes, su liderazgo debe asegurar el bienestar de la misma incentivando a los colaboradores que se involucren para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.
<b>Compromiso del personal</b>	El cliente interno es fundamental para la empresa ya que sin ellos no sería posible el funcionamiento de la misma, es por ello que deben ser competentes, estar motivados y comprometidos a la mejora continua para la creación de valor.
<b>Enfoque en los procesos</b>	Para que una empresa sea correctamente funcional, con mayor eficiencia y eficaz, es importante que las actividades se gestionan, se entiendan y alineen e integren para que funcionen como un sistema coherente.
<b>Mejora Continua</b>	La norma ISO 9001 considera que todo es mejorable, es por ello que con el planteamiento de su SGC sugiere una mejora constante y continua.
<b>Toma de decisiones basadas en la evidencia</b>	Para la toma de decisiones se utiliza la evidencia (análisis y evaluación de datos), logrando la eficacia en la toma de decisiones para obtener los resultados esperados.
<b>Gestión de relaciones</b>	Es importante que la empresa establezca una buena relación con las partes interesadas como los proveedores para pactar un beneficio mutuo, para ofrecer los mejores servicios a sus clientes y consumidores finales.

**Nota.** Gomez, 2015

En la tabla 8 se describen los ocho principios de gestión de calidad de la norma ISO, que van desde el enfoque al cliente hasta la gestión de relaciones. Es importante que la alta dirección tenga presente estos principios, para alcanzar los objetivos planteados, y hacer mejoras constantes que direccionen a que la empresa se desarrolle.

### 3.1.4 Alcance de la certificación ISO 9001:2015

**Tabla 9**

*Alcance de la Certificación ISO 9001:2015.*

<b>Certificación ISO 9001:2015</b>		
<b>Total, certificados</b>	916 842	
<b>Total, sitios</b>	1 298 666	
<b>Comparación</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
	883 521	916 842
<b>Top 5 Países con más certificaciones</b>	<b>País</b>	<b>N° de certificaciones</b>

1.	China	324 621
2.	Italia	91 493
3.	Alemania	49 349
4.	Japón	32 287
5.	India	32 287

**Nota.** ISO, 2022

En la tabla anterior se aprecia el alcance que tiene la norma ISO 9001 en el mundo ya que solo en el año 2020 han otorgado 916.842 en 1.298.666 sitios. En comparación con el año 2019, el número de certificaciones va en ascenso. Por otro lado, se presenta un ranking de los 5 países que más certificaciones han obtenido con la Norma ISO 2001:2015, liderando el país asiático China con 324.621 certificaciones, seguido por Italia, Alemania, Japón e India.

### 3.2 Análisis de resultado

#### 3.2.1 Entrevista

Se realizó una entrevista a la Sra. Verónica Aguilar, representante legal de la Asociación ASOPROAPI, donde se realizaron las siguientes preguntas:

**Pregunta 1.** ¿Cómo surgió la idea de formar esta asociación?

Considerando que el sitio Damas de la parroquia Saracay cantón Piñas, es una zona productiva de la materia prima cacao, menciona la Sra. Verónica Aguilar, surge la necesidad de crear fuentes de trabajo y una oportunidad de generar empleo para las personas de los alrededores que se dedican a la producción de cacao, debido a los precios bajos de la venta del grano y a la asociatividad. Con la llegada a este sitio de la fundación Maquita se logró impulsar la idea de darle un valor agregado, creando en el año 2015 el primer micro-emprendimiento, promoviendo la asociatividad y el comercio justo.

**Pregunta 2.** ¿Cuántos años lleva este emprendimiento y cuáles son los productos que ofrece?

El emprendimiento empezó hace 10 años, constituyéndose legalmente hace 7 años, empezando con el emprendimiento denominado CHOCODAMAS. En la actualidad cuenta con un catálogo de cuatro productos estos son: pasta de cacao, crema de chocolate, manteca de cacao, choco maníes, dos de ellos tienen notificación sanitaria. Este año

lograron conseguir una certificación de la Economía Popular y solidaria (EPS), la certificación de la Agricultura Familiar Campesina (AFC).

**Pregunta 3.** ¿Por qué cree que los consumidores prefieren sus productos?

La Sra. Verónica Aguilar, cree que es la marca la característica primordial que el consumidor prefiere al momento de comprar su producto, porque la asociación es más reconocida por su marca a nivel provincial, y un poco a nivel nacional. Por ejemplo, ya son reconocidos cuando asisten a ferias locales, convenios de negocios, lo que identifica es su logo y la calidad de los productos ofertados por su variabilidad de ofrecer productos libres de químicos, totalmente artesanal de alta calidad.

**Pregunta 4.** ¿Cuáles son las principales ciudades que demandan sus productos?

La venta de los derivados de cacao que oferta la asociación ASOPROAPI tiene como destinatarios a clientes de diferentes ciudades de la provincia, por ejemplo: Santa Rosa, Piñas, Machala, entre otros sectores. Además de realizan ventas a otras provincias del país, estas son bajo pedido, ya sea porque visitaron la provincia de El Oro y se tocaron con el producto o por conocidos de los miembros de la asociación.

**Pregunta 5.** ¿La asociación cuenta con alguna política de calidad para el proceso de producción o elaboración de sus productos?

En cuanto a una política de calidad como tal, la empresa no tiene, pero la producción principalmente es a base de cacao nacional, por su mayor calidad y aroma. Sin embargo, la cosecha de este tipo de cacao no es todo el año, es decir, hay temporadas en las que no se recolecta, y hay que sustituir con el cacao Colección Castro Naranjal 51 (CCN).

**Pregunta 6.** ¿Considera usted que la ausencia del sistema de gestión de calidad en la empresa disminuye las ventas?

Con respecto al Sistema de Gestión de Calidad, se obtuvo que las bajas ventas si se pueden atribuir a la ausencia de un SGC, ya que si un producto carece de calidad no podrá competir en el mercado, aunque el precio del mismo sea muy bajo, expresó la representante de ASOPROAPI.

**Pregunta 7:** ¿Cree que es necesario implementar un sistema de gestión de calidad?

La Sra. Verónica Aguilar aportó que este sistema es necesario ya que da garantía al consumidor que está adquiriendo un producto de calidad respaldado con las certificaciones, e incluso se puede vender a un precio un poco más elevado.

**Pregunta 8:** ¿Considera que las aplicaciones de calidad son una inversión o un gasto?

La empresa también considera que un SGC es una inversión, ya que el capital invertido es recuperable, la competitividad mejora y por ende los ingresos aumentan.

**Pregunta 9:** ¿Cree que la estrategia de certificación de calidad en los procesos permitirá identificar un nicho de mercado en internacional? ¿Conoce acerca de las certificaciones de calidad?

La entrevistada mencionó que sí, ya que le ayudaría a darse a conocer en el mercado nacional e internacional bajo la marca de la asociación, esta certificación le dará apertura para ser más competitivos ante la competencia. Además, expresó que si tiene conocimientos sobre las certificaciones de calidad, la cual ayuda en la gestión de los procesos.

**Pregunta 10:** ¿Considera que la empresa sería más competitiva con una certificación de calidad? ¿Piensa adquirir certificaciones de calidad en un futuro?

La Sra. Verónica Aguilar, argumenta que la asociación con una certificación de calidad en los procesos sería más competitiva y diferenciarse de la competencia, ya que todos no cuentan con esta certificación que abre camino a darse a conocer. Si estarías de acuerdo como asociación de implementar la certificación de calidad bajo la norma ISO 9001:2015.

### **3.2.2 Encuesta**

**Pregunta 1.** ¿Cómo surgió la idea de formar parte de la asociación ASOPROAPI?

Se obtuvieron diferentes opciones ya que algunos se ingresaron a la asociación por motivación familiar, para mejorar su estabilidad económica y tener una formación comercial. El 55% de los encuestados concuerdan en que ingresaron a la asociación ASOPROAPI como productores de cacao ya que ellos cuentan con cultivos de cacao

siendo la materia prima para poder elaborar los derivados que se comercializan actualmente y querían conocer más sobre este emprendimiento.

En cambio, el 30% se integraron a la empresa por incentivo de sus familiares ya que se sentían apoyados e impulsados para emprender y alcanzar sus metas u objetivos, generando un mayor bienestar familiar y dejando un legado para sus parentescos. Además, vieron la oportunidad de generar una superación personal y conocimiento sobre el negocio, transformando así aspectos de su vida, teniendo otros pensamientos y generando fuentes de trabajo para personas de la zona, haciendo que las familias de los alrededores generen ingresos y no abandonen sus residencias por una mejor estabilidad económica. El 15% de los encuestados mencionan que el motivo por el cual ingresaron a la empresa tiene que ver más con la asociatividad empresarial para formarse e implementar nuevas estrategias en conjunto mejorando la comercialización de la materia prima. De este modo, se mejora el trabajo caracterizado en una autonomía de gerencia responsable de la asociación, teniendo precios justos que beneficie a los proveedores miembros de la asociación y en sí al negocio en conjunto.

**Pregunta 2.** ¿Cuántos integrantes existen en la asociación?

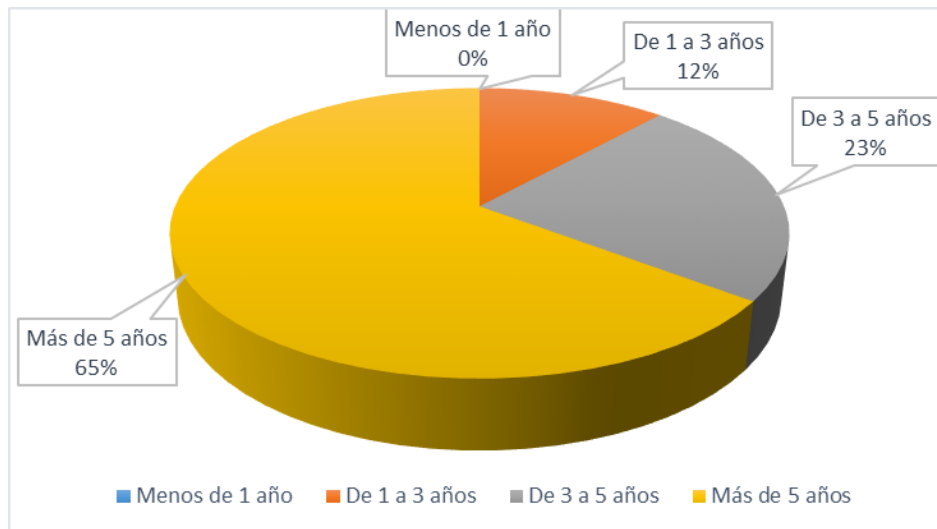
El número de socios de ASOPROAPI es de 17 personas, algunos de ellos venden la materia prima a la asociación a un precio establecido internamente que beneficie a todos. Los otros miembros trabajan en la elaboración, por su conocimiento de la receta de producción, los demás, los socios externos con ayuda económica.



**Pregunta 3.** ¿Cuántos años llevan trabajando en este emprendimiento?

#### **Ilustración 4**

*Cuánto tiempo lleva en la asociación.*



**Fuente:** resultado de la encuesta

#### **Interpretación:**

Las respuestas obtenidas a esta pregunta son conformes se detalla: el 65% de los miembros de la asociación tienen más de cinco años en el negocio, el 32% lleva en el emprendimiento de 3 a 5 años y de 1 a 3 años solo el 12% de los miembros tienen este periodo de ingreso, es decir que la mayoría de socios pertenecen a la misma por un largo periodo de tiempo.

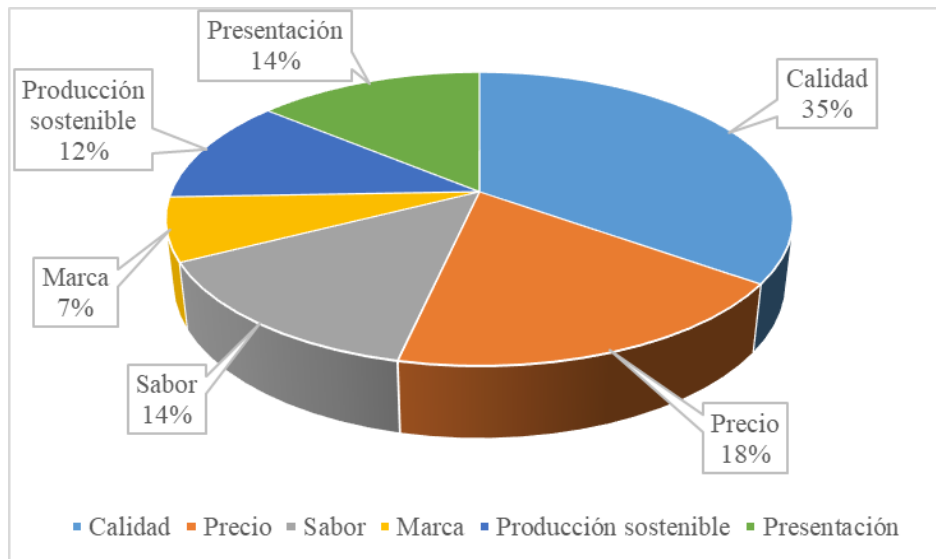
**Pregunta 4.** ¿Cuáles son los productos que ofrecen?

El 100% de los encuestados mencionan que el negocio ofrece cuatro productos como: pasta de cacao, manteca de cacao, crema de cacao, choco maní que se los comercializa en varias ciudades de las provincias de la región costa del país bajo pedido.

**Pregunta 5.** ¿Cuál cree que es la característica diferenciadora de su producto que el consumidor prefiere?

### **Ilustración 5**

*La característica diferenciadora del producto.*



**Fuente:** resultado de encuesta

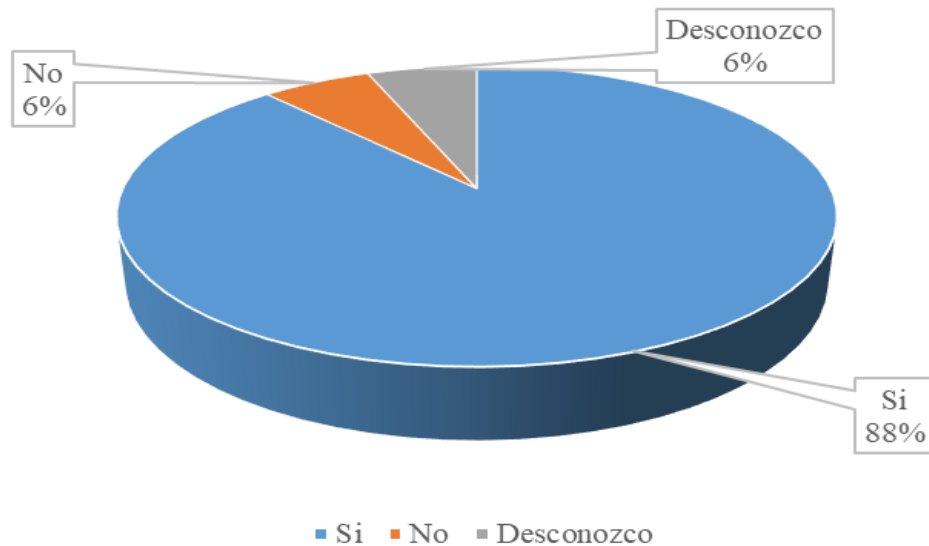
### **Interpretación:**

El 53% de los encuestados consideran que la calidad y el precio son las principales cualidades que los clientes considera para consumir los productos, el 28% dicen que es el sabor y la presentación son las características diferenciadoras en la elección del consumidor, con el 19% la singularidad diferenciadora del producto que el cliente prioriza al momento de compra es la producción sostenible y la marca. Por lo tanto, los encuestados consideran que la calidad y precio son las cualidades que el consumidor toma en cuenta para la compra de los derivados de cacao.

**Pregunta 6.** ¿La asociación ASOPROAPI cuenta con alguna política de calidad para el proceso de producción o elaboración de sus productos?

### **Ilustración 6**

*Política de calidad para el proceso de producción o elaboración.*



**Fuente:** resultado de encuesta

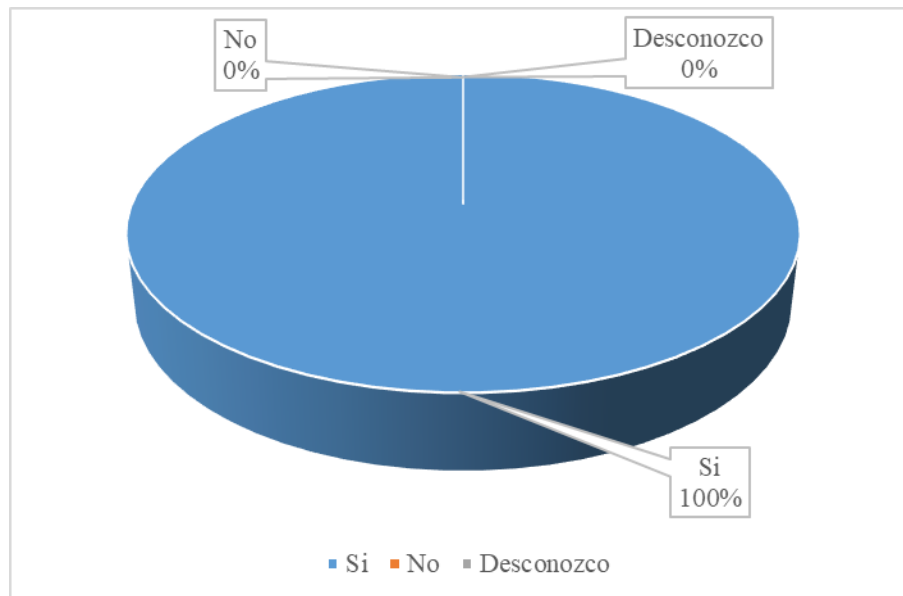
### **Interpretación:**

En esta gráfica se da respuesta a la pregunta de que, si la asociación cuenta con alguna política de calidad para el proceso de producción de sus productos, en la cual, el 88% de los encuestados responden a que, si cuenta con políticas de calidad en los diferentes procesos, pero el 12% de los evaluados no tienen conocimiento si la empresa cuenta o no con una política de calidad en los diversos procedimientos para obtener el producto final. Se puede decir que la mayoría de los socios encuestados de la asociación sí sabe sobre la política de calidad en los procesos de producción y elaboración de los derivados de cacao.

**Pregunta 7.** ¿Cree Ud. Necesario implementar un sistema de gestión de calidad, en los procesos de producción de los derivados de cacao?

### **Ilustración 7**

*Sistema de gestión de calidad en los procesos de producción.*



**Fuente:** resultados de encuesta

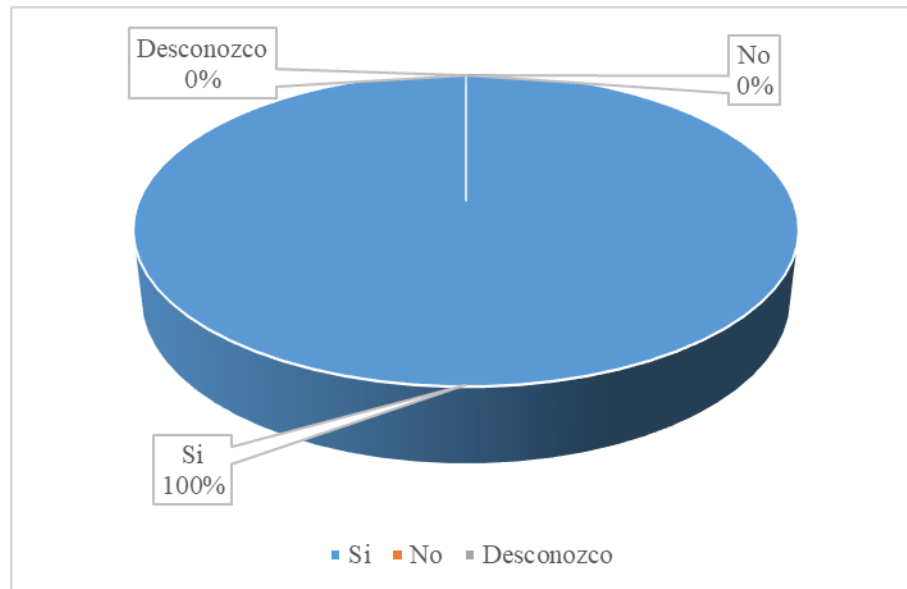
### **Interpretación:**

El 100% de los encuestados consideran necesario implementar un sistema de gestión de calidad, con el propósito de asegurar cada desarrollo, que se realice con la misma metodología, la misma información, habilidades y controles que se usen o apliquen de manera consistente en los diversos procesos, desde el de producción hasta el de elaboración de los derivados de cacao.

**Pregunta 8.** ¿Considera que la ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa, influye en las ventas a nivel nacional?

### **Ilustración 8**

*Ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa.*



**Fuente:** resultado de encuesta

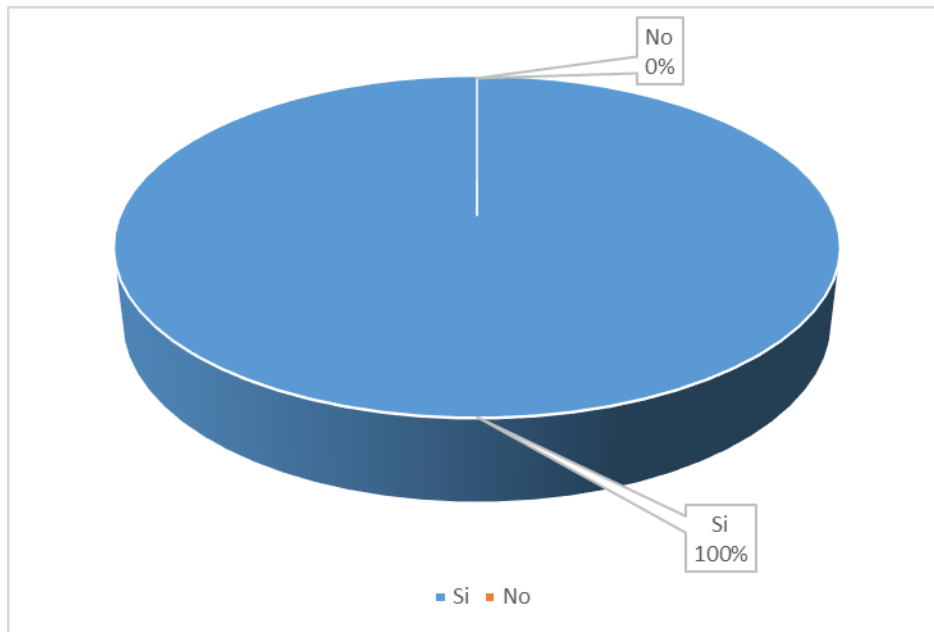
### **Interpretación:**

Como se puede observar la gráfica muestra que el 100% de los encuestados consideran que la ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa, si influye en las ventas nacionales, ya que se el sistema de calidad afecta a la satisfacción del cliente y principalmente en el logro de los resultados deseados por la asociación. Se puede decir que la ausencia de no tener este sistema genera un impacto negativo en aspectos internos como externos.

**Pregunta 9.** ¿Considera que la estrategia de certificación de calidad en los procesos, permitirá identificar un nicho de mercado internacional para el posicionamiento de la marca?

### Ilustración 9

*La certificación de calidad permitirá identificar un nicho de mercado internacional.*



**Fuente:** resultado de encuesta

### Interpretación:

En la gráfica se muestra el resultado de la pregunta donde el 100% de los encuestados consideran que una estrategia de certificación de calidad en los procesos de producción, elaboración, si permitirá identificar un nicho de mercado internacional para el posicionamiento de la marca Chocodamas de la Asociación de Productores Agropecuarios Piñas, ubicados en el sitio Damas de la parroquia Saracay, Piñas.

**Pregunta 10.** ¿Considera que las certificaciones de calidad son una inversión o un gasto?  
¿Por qué?

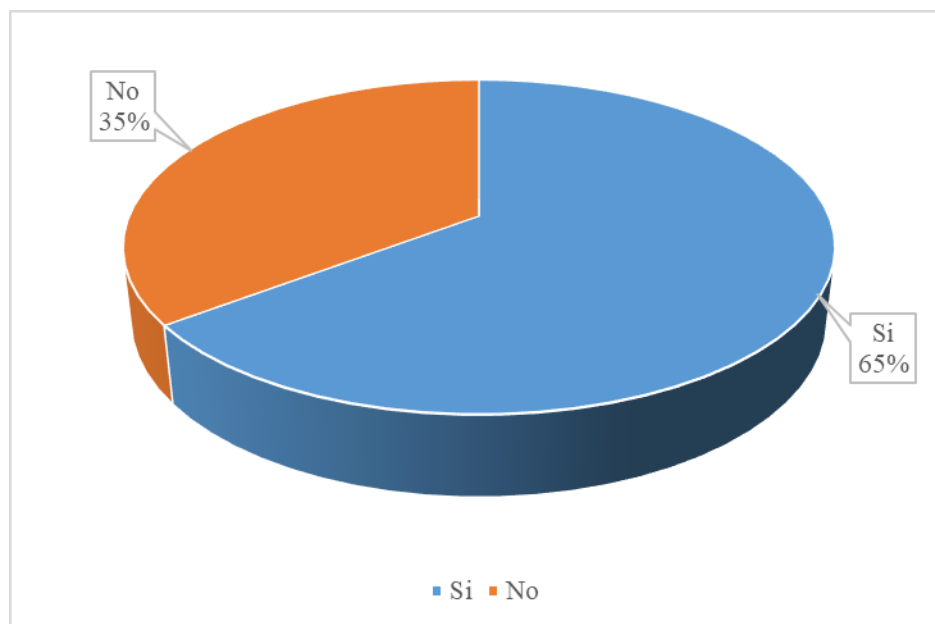
El 100% de los encuestados mencionan que es una inversión a pesar de la alteración que podría tener en el transcurso de la obtención de la certificación, la cual le dará mayor reconocimiento a la asociación a nivel nacional e ir entrando en el mercado local, subiendo su rentabilidad, sus ventas y reputación, dando paso a que se exporte los derivados de cacao de la empresa a mercados internacionales. Se puede decir, que todos

están en la misma línea de obtener mayor rentabilidad y reconocimiento de la marca a nivel local, siempre viendo hacia el futuro de identificar un nicho de mercado internacional para expandirse a diferentes partes del mundo.

**Pregunta 11.** ¿Conoce acerca de las certificaciones de calidad?

### **Ilustración 10**

*Certificación de calidad.*



**Fuente:** resultado de encuesta

### **Interpretación:**

En la gráfica se muestra el resultado donde el 65% de los encuestados mencionan que sí conocen sobre las certificaciones de calidad. En cambio, el 35% de las personas que realizaron el cuestionario mencionan que no saben que es una certificación de calidad ya que son adultos mayores. Se observa que la mayoría de la asociación tiene conocimiento sobre lo que son las certificaciones, en la siguiente pregunta se desarrolla mejor, las opiniones sobre este tema.

**Pregunta 12.** Si su respuesta es sí ¿Cuál es su opinión sobre ellas?

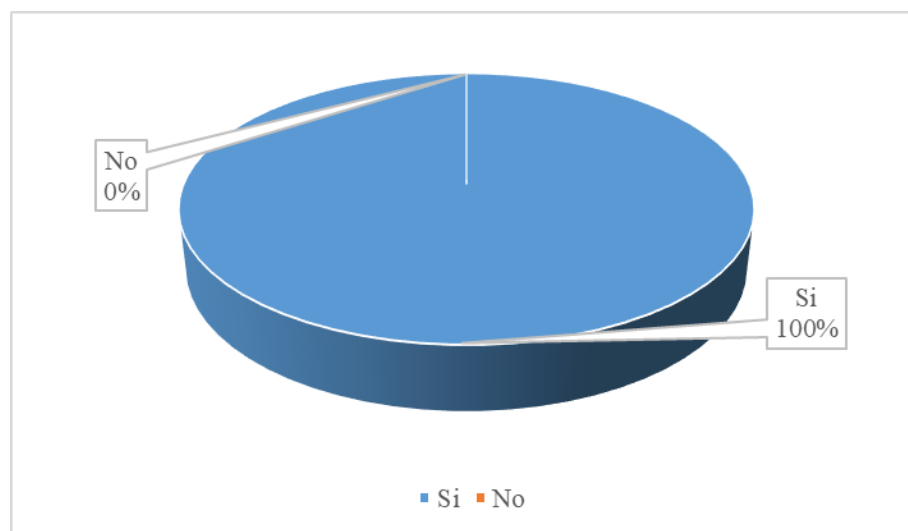
El 65% de los encuestados, donde mencionan que las certificaciones de calidad es un elemento estratégico para poder acceder a los mercados en todos los aspectos desde lo geográfico hasta sectoriales. Además, dicen que esta ayuda a la seguridad donde se cumplen los controles en los diferentes procesos de una empresa, mencionan que conocen

sobre la ISO 9001 la cuál es un modelo el cual varias organizaciones de todo el mundo la implementan en sus sistemas de gestión de calidad. Sin deja de lado, que consideran que estas certificaciones le garantizan un mejor procedimiento para el ingreso al mercado internacional.

**Pregunta 13.** ¿Considera usted, que la empresa sería más competitiva si implementa una certificación de calidad?

### **Ilustración 11**

*La empresa sería más competitiva con una certificación de calidad.*



**Fuente:** resultados de encuesta

### **Interpretación:**

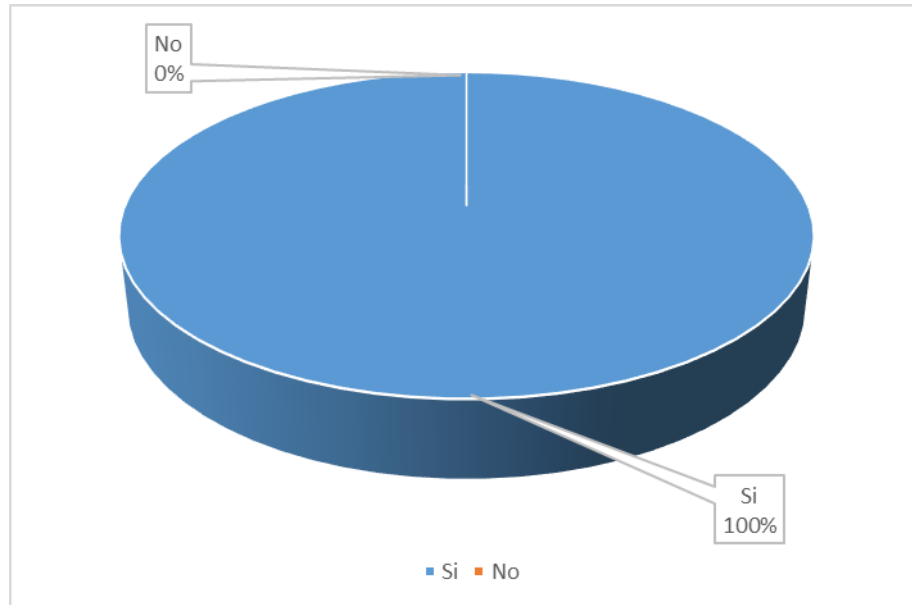
El 100% de los encuestados mencionan que sí lo estarían, ya que le generaría beneficios a la asociación, aumentando su inventario, ingresos y reconocimiento en el mercado local. Se puede decir, que todos los que realizaron el cuestionario están de acuerdo en la implementación de una certificación de calidad, específicamente la ISO 9001.



**Pregunta 14.** ¿Estaría de acuerdo que la empresa implemente una certificación de calidad en un futuro?

**Ilustración 12**

*Socios de acuerdo con implementar una certificación de calidad.*



**Fuente:** resultado de encuesta

**Interpretación:**

El 100% de las personas que realizaron el cuestionario respondieron que sí estarían de acuerdo que se implemente la certificación la cual ayudará a ser más competitivos y generar mayor beneficio para cada uno de los socios de la asociación. Por así decirlo, todos consisten en que la implementación de la certificación de calidad ocasiona mayor ganancia y solventar las necesidades económicas, por la que están pasando actualmente.

### 3.2.3 Observación

#### Ilustración 13

*Instalaciones de la Asociación ASOPROAPI.*



**Nota.** Agricultura El Oro (2021)

#### **Procedimiento:**

Los investigadores fueron a las instalaciones de la Asociación ASOPROAPI, ubicada en el sitio Damas de la parroquia Saracay en Piñas, para conocer la situación de la empresa mediante la guía de observación. Al momento de llegar a las instalaciones se pudo observar que la infraestructura es de una planta, donde se visualiza al llegar las diversas áreas, con la que cuenta la asociación. Por ejemplo: oficina, área sanitaria, departamentos de exhibición o venta, producción, almacenamiento, terminado y empaque y cuenta con un área social. Es decir, que si existen áreas en las instalaciones la cuales son necesarias para la implementación de la certificación, aunque le falta varios espacios, la empresa sabe de este inconveniente, pero siempre mira hacia un futuro y estaría dispuesta a generar más departamentos para obtener la certificación.

En cambio, con la primera condición de la guía, al ingreso al establecimiento en el lado derecho, se visualiza el equipo de protección sanitario, para los visitantes a las instalaciones. La producción del producto, actualmente se la realiza bajo pedido, pero si

se elabora un promedio de 50 unidades de cada uno de los artículos que vende la asociación. El proceso de la elaboración tarda aproximadamente dos horas desde el tostado hasta el empaque del producto, teniendo establecido un tiempo para cada proceso, llevando a cabo el segundo apartado de la guía.

La materia prima que se utiliza para la elaboración de los derivados de cacao que comercializa la empresa es de alta calidad, trabajan casi siempre con el cacao fino de aroma el cual tiene un proceso minucioso y cuidadoso en todo su proceso de cultivo, cosecha hasta el secado del mismo, en el proceso de manufactura cada colaborador está comprometido a realizar bien su trabajo teniendo un control de calidad durante todo el proceso de producción de los derivados de cacao para que sean de calidad y sin errores de fabricación. Pero, no se realiza un control de calidad del producto final ya que este tiene un procedimiento artesanal, por esto los miembros encargados de la producción mantienen el proceso cuidadosamente del producto para evitar fallas en la fabricación del producto.

Las maquinarias utilizadas en el proceso de preparación de los derivados de cacao se encuentran en buenas condiciones para la transformación de la materia prima, estas son: tostadora, descascaradora, peladora, refinadora, las cuales tienen un mantenimiento constante, es decir, después de cada utilización se limpian y desinfectan. Se puede decir que todo el proceso de elaboración de los artículos se realiza en orden, como lo mencionamos anteriormente se inicia desde el tostado hasta el empaque el producto teniendo así, sinergia entre sí, las condiciones del producto final son aptas para la venta, pero como se nombró al inicio de este análisis se realizan ventas por pedidos, manteniendo poco inventario.

### **3.2.4 Discusión de los instrumentos aplicados**

En base a las respuestas de los instrumentos utilizados para la obtención de información se puede concluir que la empresa tiene sus inicios hace 10 años y legalmente 7 años, primero con el emprendimiento chocodamas y luego con la asociación ASOPROAPI. Surge la idea por la necesidad de generar un nuevo ingreso y darle un valor agregado al cacao ya que es el principal producto cultivado en la zona. Actualmente la empresa cuenta con notificación sanitaria de dos productos, la pasta de cacao y crema de chocolate, pero además elaboran otros productos como, manteca de cacao y choco maníes. Por otro lado, recientemente adquirieron una certificación de la EPS y la certificación de la AFC.

Los consumidores prefieren más la calidad y el precio de los productos ofertados, a nivel provincial y nacional, aunque la calidad también tiene gran influencia ya que es un producto orgánico y libre de químicos. De igual manera los mercados a los que venden sus productos a nivel nacional son las ciudades: Piñas, Santa Rosa, Machala, pero también se suele enviar por pedido a otras ciudades. En cuanto a una política de calidad como tal, la empresa no cuenta con una, pero la producción principalmente es a base de cacao nacional, por su mayor calidad y aroma, sin embargo, la cosecha de este tipo de cacao no es todo el año, es decir hay temporadas en las que no se da, y hay que sustituir con el cacao CCN.

Con respecto al Sistema de Gestión de Calidad, se obtuvo que las bajas ventas si se pueden atribuir a la ausencia de un SGC, ya que si un producto carece de calidad no podrá competir en el mercado, aunque el precio del mismo sea muy bajo, por otro lado, se considera que este sistema es necesario ya que da garantía al consumidor que está adquiriendo un producto de calidad respaldado con las certificaciones, e incluso se puede vender a un precio un poco más elevado. La empresa también considera que un SGC es una inversión, ya que el capital invertido es recuperable, la competitividad mejora y por ende los ingresos aumentan. ASOPROAPI es consciente que la calidad y las certificaciones que garanticen la misma, son un factor importante en la competitividad tanto nacional como internacional y es por ello que si se proyectan adquirir certificaciones de calidad en el futuro.

### **3.3 Aporte práctico**

#### **3.3.1 Objetivo de la propuesta**

Diseñar una estrategia de certificación de calidad en los procesos y funciones de ASOPROAPI para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

#### **3.3.2 Análisis FODA**

**Tabla 10**

*Análisis FODA.*

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
● Infraestructura, local y equipos propios.	● Apoyo de Maquita.

- 
- Cuentan con escritura pública notariada.
  - Buena acogida por parte de los consumidores y posibles consumidores.
  - Se cuenta con fincas de cacao productivas.
  - Grupos de trabajo, productores y con actitud.
  - Capacidades instaladas.
  - Reconocidos y posicionados a nivel local (provincial).
  - Cuenta con capital propio para la operación comercial.
  - Buena gestión de los actuales dirigentes.
  - Producto de mayor calidad por capacitaciones.
  - Cumplimiento y orden administrativo.
  - Participación y mujeres dirigentes.

- Regulación de precios.
- Precio nacional.
- Apoyo de Gad Provincial, MAGAP.
- Certificación de Fincas.
- Apoyo de Empresas Privadas.
- Intercambio de Experiencias.
- Conocimiento del punto de equilibrio.
- Implementación de certificación de calidad.

---

#### **DEBILIDADES**

---

#### **AMENAZAS**

- 
- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Poco ejercicio de la asociatividad.</li> <li>● No se cuenta con espacio para captación y procesos de secado.</li> <li>● Poca fidelidad de los productores para vender su producto.</li> <li>● Desconocimiento del proceso de exportación.</li> <li>● No cuenta con certificaciones de calidad.</li> <li>● ASOPROAPI no está legalizado en el centro de acopio.</li> <li>● Poca publicidad.</li> <li>● Desconocimiento del SGC.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Presencia de transnacionales.</li> <li>● Los intermediarios dañan el mercado y la calidad del cacao.</li> <li>● Los intermediarios no aplican los principios de precio y peso justo.</li> <li>● Los intermediarios no facturan y no pagan impuestos.</li> <li>● El Estado (SRI) no aplica normativa a intermediarios.</li> <li>● Tendencias desfavorables en el mercado.</li> <li>● Competencia consolidada en el mercado.</li> </ul> |
|--|--|

---

**Nota.** ASOPROAPI

ASOPROAPI constantemente analiza la situación de la empresa a través de la aplicación de una matriz FODA, para determinar su situación empresarial, conocer tanto los puntos positivos como negativos, mejorar directa o indirectamente y lograr su desarrollo.

### **3.3.3 Análisis interno**

#### **3.3.3.1 Capacidad de Producción**

La empresa no tiene un mercado para vender su producto, por eso se produce y mantiene poca cantidad de productos en stock, por otro lado, la capacidad de producción es de 5000

pastas de cacao mensuales, 3000 cremas de chocolate, estos dos son los productos que cuentan con notificación sanitaria.

Actividad de cada colaborador en el área de producción:

- 1) **Cacao:** Todos participan.
- 2) **Tostado:** Dos colaboradores.
- 3) **Descascarillado:** Un colaborador.
- 4) **Molido:** uno o dos colaboradores.
- 5) **Refinado:** Un colaborador para colocar la mezcla en la máquina.
- 6) **Moldeado:** Dos personas, una para pesar y otra para moldear.
- 7) **Empacado:** Tres personas, una para enfundar, otra para sellar y otra para empacar.

Estas son las actividades que se realizan en el área de producción, aunque la empresa no cuenta con un organigrama de actividades documentado.

### **3.3.3.2 Capacitación del personal**

Los miembros de ASOPROAPI y los colaboradores en la elaboración de los derivados del cacao, a lo largo de su trayectoria desde su creación han sido capacitados, tanto para el cultivo, mantenimiento, cosecha y secado de la materia prima, como en los procesos para la producción de los diferentes productos que ofrecen, esto gracias a la ayuda de la fundación Maquita que ha estado apoyándolos desde sus inicios. De igual manera, la participación en ferias y concursos nacionales ha contribuido a la mejora y crecimiento de la marca CHOCODAMAS con el objetivo de hacerse más conocida.

### **3.3.3.3 Área, Institución y Organismo Introdutor**

La Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI) aplica varias estrategias en sus áreas de producción hasta la venta de los derivados de cacao, tales como: Capacitación del personal, trabajan con materia prima de calidad, específicamente con el Cacao Fino de Aroma, responsabilidad social, entre otras. Esta política le ayuda a generar un valor agregado a la asociación, a pesar de ser una pyme tiene una visión hacia el futuro y no solo nacional sino internacional, gracias a la implementación de la certificación ISO 9001 versión 2015 la organización aumentará su competitividad a nivel

local como en el exterior. Siendo los socios los responsables de autorizar la implementación del proyecto de investigación.

### 3.3.4 Análisis externo

#### 3.3.4.1 Procesos previos a la aplicación de la certificación

Para aplicar para la certificación de calidad ISO 9001:2015 antes tenemos que seguir algunos pasos para cumplir con los requisitos que están en la norma, a continuación, se detallará el paso a paso:

**Tabla 11**

*Procesos previos a la aplicación de la certificación.*

No	Actividad	Descripción
1	<b>Determinar la propuesta</b>	La propuesta debe dar solución a un problema, el presente proyecto de investigación propone la implementación de un sistema de gestión de calidad que durará aproximadamente 6 meses, para la posterior certificación.
2	<b>Presentación y Sustentación de la propuesta a la Dirección General</b>	Se tratarán los beneficios del sistema, presupuestos, los requisitos, actividades que se deben realizar, para posteriormente plantear los objetivos, el alcance y las responsabilidades de cada colaborador.
3	<b>Comunicación al personal</b>	Tratar con el personal lo que se desea realizar, hacerles saber de igual manera los beneficios y responsabilidades que tendrán, para que se sientan comprometidos con el crecimiento y desarrollo de la empresa, para lograr los resultados esperados.
4	<b>Planificación</b>	Se debe determinar un líder, los grupos de trabajo y los responsables de cada uno de estos, para el progreso de la implantación del SGC.

<p><b>5</b> <b>Elaboración de la información documentada</b></p>	<p>Se deben elaborar los documentos y registros obligatorios como lo requiere la norma.</p>
<p><b>6</b> <b>Capacitación al personal involucrado en el proceso</b></p>	<p>Esto se hace para brindar la información necesaria y los objetivos a alcanzar, el líder es el encargado de esta inducción y debe hacerlo de tal manera que logre el compromiso por parte de los colaboradores, de igual manera para que estén más inmersos en el tema del sistema de gestión de calidad y la certificación ISO 9001:2015 el líder puede programar cursos, y brindar capacitaciones de auditoría interna.</p>
<p><b>7</b> <b>Planificación de los recursos físicos</b></p>	<p>Determinar recursos físicos necesarios para la implementación, estos pueden ser equipo de computación, equipo de oficina, muebles de oficina, materiales de oficina, etc.</p>
<p><b>8</b> <b>Evaluación de la situación actual de la empresa</b></p>	<p>La evaluación se realiza en aspectos tanto internos como externos, para analizar los requisitos con los que cumple la empresa y cuales le harían falta, para cumplir con la norma y obtener la certificación se la realiza mediante el Análisis FODA.</p>
<p><b>9</b> <b>Determinar los objetivos</b></p>	<p>Lo que se va a realizar, mediante qué herramientas y lo que se quiere lograr.</p>
<p><b>10</b> <b>Plan de trabajo</b></p>	<p>Se plantean las actividades a realizar durante todo el proceso, como los manuales, los procedimientos, registros y formularios, de igual manera establecer la fecha en las que se comenzarán a realizar estas actividades.</p>
<p><b>11</b> <b>Implementación del SGC</b></p>	<p>Se pone en acción todos los pasos antes planificados, en este punto ya se lleva a cabo la elaboración de los documentos antes mencionados y luego se da la implementación, que empieza con una socialización entre los dirigentes y el personal, posteriormente se da inicio a las actividades que han venido planificando y así se lleva a</p>



	cabo el proyecto tomando los debidos registros documentados para evidencia del SGC.
<b>12 Auditorías internas</b>	Se realizan para constatar, si se está cumpliendo con todas las actividades y por ende alcanzando los objetivos, los encargados son un grupo de personal capacitado de la misma empresa. Posteriormente se da una reunión con los ejecutivos de la empresa para analizar los resultados obtenidos en las auditorías internas.
<b>13 Certificadora - Cotización</b>	Debe estar la aprobación de los gerentes, ya que se debe cancelar los costos necesarios para las auditorías y el costo de la certificación.
<b>14 Auditoria Externo</b>	Una vez realizada la revisión de la documentación y requisitos obligatorios, se debe realizar las últimas inspecciones de los apartados que estaban erróneos.
<b>15 Obtención de Certificación</b>	Si los resultados de las auditorías son positivos y después del análisis de los Directivos llegan a la conclusión de que cumplen con todos los requisitos de la norma, que el sistema de gestión de calidad ha sido planteado correctamente se tomará la decisión de contactar a la certificadora.

---

**Nota.** ISO 9001:2015

Obtener una certificación ISO puede parecer complicado, sin embargo, con el análisis de sus cláusulas es sencillo realizar una guía con los pasos a realizar para obtener la certificación, como se puede observar en la tabla anterior, donde se proponen doce pasos que van desde determinar la propuesta hasta la obtención de la certificación ISO 9001:2015.

### 3.3.4.2 Documentos y registros de la Norma ISO 9001

Tabla 12

*Documentos y registros para la obtención de la certificación ISO 9001.*

<b>Cláusula ISO 9001:2015</b>	<b>Documentos Obligatorios</b>
<b>4.3</b>	Alcance del Sistema de Gestión de la Calidad
<b>5.2</b>	Política de Calidad
<b>6.2</b>	Objetivos de Calidad y la Planificación para lograrlos
<b>8.4.1</b>	Procedimiento para el Control de los Procesos, Productos y Servicios Suministrados Externamente (procesos subcontratados)
<b>Registros Obligatorios</b>	
<b>7.1.5.1</b>	Registro de Mantenimiento y Calibración de Equipos de Seguimiento y Medición
<b>7.2</b>	Registro de Competencia
<b>8.2.3.2</b>	Registro de Revisión de los Requisitos de Producto/Servicio
<b>8.2.3.2</b>	Registro de Nuevos Requisitos para Producto o Servicio
<b>8.3.3</b>	Registro de Entradas para el Diseño y Desarrollo
<b>8.3.4</b>	Registro de Controles de Diseño y Desarrollo
<b>8.3.5</b>	Registro de Salidas de Diseño y Desarrollo
<b>8.3.6</b>	Registro de Cambios de Diseño y Desarrollo
<b>8.4.1</b>	Registro de Evaluación de Proveedor Externo
<b>8.5.1</b>	Registro de Características de Producto/Servicio
<b>8.5.3</b>	Registro de Cambios en Propiedad del Cliente
<b>8.5.6</b>	Registro de Cambios en Producción y Provisión de Servicio
<b>8.6</b>	Evidencia de la Conformidad de Producto/Servicio
<b>8.7.2, 10.2.2</b>	Registro de No Conformidad

<b>9.1.1</b>	Información de la Evaluación del Desempeño
<b>9.2.2</b>	Programas y Resultados de Auditorías Internas
<b>9.3</b>	Resultados de la Revisión por parte de la Dirección
<b>10.2.2</b>	No Conformidades y Acción Correctiva
<b>Documentos y registros no obligatorios para la obtención de la certificación ISO 9001</b>	
<b>Cláusula ISO 9001:2015</b>	<b>Documentos no Obligatorios</b>
<b>4.1, 4.2</b>	Determinar el Contexto de la Organización y Partes Interesadas
<b>6.1.</b>	Procedimiento para abordar Riesgos y Oportunidades
<b>7.2, 7.3</b>	Procedimiento para Competencia, Capacitación y Concienciación
<b>7.5</b>	Procedimiento para el Control de Documentos y Registros
<b>8.2</b>	Procedimiento de Ventas
<b>8.3</b>	Procedimiento para el Diseño y Desarrollo
<b>8.5</b>	Procedimiento para la Producción y Prestación de Servicios
<b>8.5.4</b>	Procedimiento para Depósito
<b>9.1.2</b>	Procedimiento para Medir la Satisfacción del Cliente
<b>9.2</b>	Procedimiento para la Auditoría Interna
<b>9.3</b>	Procedimiento para la Revisión por parte de la Dirección
<b>10.2</b>	Procedimiento para la No Conformidad y Acción Correctiva

**Nota.** Advisera Expert Solutions Ltd, 2022

En la tabla anterior se observa los documentos y registros obligatorios y no obligatorios que se pueden encontrar en las diferentes cláusulas que contiene la norma ISO 9001:2015, cabe recalcar que estos se adaptan a cada empresa, es decir que, si la empresa no realiza cierta actividad que requiera registro o documento clasificado como obligatorio, solo lo omite.

### 3.3.4.3 Cotización para la implementación de la ISO 9001:2015

En la búsqueda de presupuestos para la implementación y certificación ISO 9001:2015, se ha contactado a cuatro certificadoras, AENOR Ecuador, Cotecna Inspection, America Certification Group y Icontec Internacional, de las cuales solo se recibió respuesta de dos. Por otro lado, también se cotizó una asesoría para la implementación del SGC ISO 9001:2015.

**Tabla 13**

*Cotización para implementación de la Certificación ISO 9001:2015.*

	<b>ACG</b>	<b>Forma de Pago</b>	<b>AENOR</b>	<b>Forma de Pago</b>
<b>Certificación</b>	\$2. 800	50% aceptación de propuesta. 50% -10 días antes de la auditoría.	\$ 1.150	40% aceptación de propuesta 60% previo a la auditoría
<b>Auditoría 1 anual</b>	\$ 2.184	100% -10 días antes de la auditoría.	\$ 560	100% previo a la auditoría
<b>Auditoría 2 anual</b>	\$ 2.184	100% - 10 días antes de la auditoría.	\$ 560	100% previo a la auditoría
<b>Total</b>		<b>\$ 7 318</b>		<b>\$ 2 420</b>
Asesor/a		\$ 3 000		\$ 3 000
Viáticos		\$ 150		\$ 150
<b>Total</b>		<b>\$ 10 318</b>		<b>\$ 5 420</b>

Como se puede observar en la tabla anterior el costo de la certificación ISO 9001:2015, en la certificadora America Certification Group ACG es de \$ 7 318, la forma de pago con esta certificadora es del 50% con la aceptación de la propuesta y el otro 50% diez días antes de la auditoría, para la certificación, las auditorías de seguimiento anuales se pagarán el 100% diez días hábiles antes de la auditoría, sumado al costo del asesor para la implementación del SGC y los viáticos en total costaría \$10 318.

Por otro lado, la certificadora AENOR (Asociación Española de Normalización) tiene un costo menos elevado que la anterior, de \$2 420, donde la certificación es de \$ 1 150 y dos auditorías de seguimiento anuales de \$ 560 cada una, la forma de pago es el 40% con la

aceptación de la propuesta y el 60% previo a la auditoría, las auditorías de seguimiento anuales se facturan el 100%. El total sumado al costo del asesor y los viáticos sería de \$5.420.

### 3.3.4.4 Estrategias de Certificación ISO 9001-2015: ASOPROAPI

**Tabla 14**

*Estrategias de Certificación ISO 9001-2015: ASOPROAPI.*

<b>Estrategias</b>	<b>Descripción</b>
<b>Implicación de la Alta Dirección</b>	<p>Describir en detalle por qué se desea establecer un SGC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La empresa debe identificar y definir las partes interesadas y alinearlas con sus objetivos estratégicos.</li> <li>- Algunos ejemplos de objetivos estratégicos para la alta gerencia estos pueden ser: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser más eficientes y efectivos, producir servicios y productos que deleiten a los clientes.</li> <li>- Mejorar la comunicación y la moral dentro de la organización, reducir costos y riesgos.</li> <li>- Aumentar la confianza de los stakeholders.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Establecer procesos y objetivos de calidad para la asociación.</b>	<p>Hacer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ver el modelo de negocio y análisis, describir los pasos que sigue la empresa para completar los procesos específicos.</li> <li>- Asegurar que los objetivos y procesos estratégicos definidos agreguen valor.</li> <li>- Cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001.</li> </ul>
<b>Asegurar el cumplimiento de los estándares de la norma ISO 9001.</b>	<p>Para hacer esto, la organización debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer los requisitos ISO-9001 y los procesos y actividades comerciales.</li> <li>- Determinar cómo y qué partes del sistema cumplen los requisitos.</li> <li>- Usar la documentación relevante disponible como guía para cualquier tema dado en el SGC</li> <li>- Auditorías internas periódicamente, cada tres meses.</li> </ul>

<b>SGC debe aplicarse al área de producción de la organización y examinar sus resultados.</b>	<p>Para continuar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisiones gerenciales mensuales sobre la implementación de la ISO 9001 y sus resultados.</li> <li>- Identificar debilidades del SGC para la elaboración de planes de acción.</li> </ul>
<b>Administrar y valorar los resultados del Sistema ISO 9001.</b>	<p>Para hacer esto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medir los resultados de los objetivos comerciales y del sistema.</li> <li>- Centrarse en la capacidad del sistema para satisfacer a los clientes y partes interesadas.</li> <li>- Medir la madurez del sistema.</li> <li>- Mantener el sistema actualizado con monitoreo de desempeño, autoevaluación o auditorías internas.</li> </ul>
<b>Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001.</b>	<p>Luego de confirmar que el SGC cumple con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 y es válido en la organización, se debe comunicar con el organismo de certificación para iniciar el proceso de certificación.</p> <p>Después de obtener la certificación ISO 9001, el mantenimiento es obligatorio. Esta certificación puede servir para presentar al público y crear una comunidad positiva ya que informa la calidad de sus productos.</p>
<b>Mejora continua</b>	<p>Para mantener el sistema siempre adecuado y actualizado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundamentada en las auditorías realizadas anualmente a ASOPROAPI.</li> <li>- Elaboración de un programa de mejora continua.</li> </ul>

**Nota.** Dominguez, 2018

En la tabla se muestran las estrategias que la organización debe considerar para la implementación de la certificación de calidad, bajo la norma ISO 9001:2015, para estimar los beneficios es necesario conocer el estado actual de la organización, cómo se pretende o se quiere que esté en el futuro y cuánto se va a ganar con ello. Si se hace este análisis se podrán conocer los beneficios del sistema.

### **3.3.5 Alcance y limitaciones**

El presente proyecto de investigación analizará la posibilidad de la aplicación de un sistema de gestión de calidad y posterior certificación ISO 9001:2015 en ASOPROAPI, el SGC está proyectado a implementarse en los procesos de producción del emprendimiento Chocodamas. A causa de las limitaciones tanto de tiempo como de recursos económicos este trabajo únicamente tratará el análisis, la propuesta, y recursos necesarios para la implementación del sistema de gestión de calidad y posterior certificación ISO 9001:2015, a pesar de tener una respuesta positiva por parte de los socios ante la propuesta, la decisión de implementar será netamente de la empresa.

En el tercer capítulo se mencionó la fundamentación teórica de la investigación para defender el aporte práctico del trabajo con fines de titulación. Además, se nombra las teorías de otros autores sobre la certificación de calidad, importancia, principios de la norma ISO 9001 versión 2015 para la implementación de esta certificación, también, se realiza el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para conocer los aspectos internos y externos de la empresa y determinar sus puntos positivos y a la vez negativos. Sin dejar de lado, el estudio de resultado, donde se respondieron todas las preguntas planteadas por los investigadores para analizar los aspectos relevantes a fin de implementar la certificación de calidad por medio de los instrumentos aplicados a la población, Finalmente, se realizó la cotización de las certificadoras, y se generó el aporte práctico de la investigación, sin dejar de lado, el alcance y limitaciones de este trabajo con fines de titulación.

## **CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En este capítulo se realiza la discusión de los resultados obtenidos al transcurso de la investigación, se validan los impactos de la implementación del aporte práctico. Se examina la hipótesis planteada al inicio de la investigación, sin dejar de lado, responder la problemática empleada en el presente trabajo de estudio de caso. Finalmente, la posibilidad de aplicación de los resultados donde se exhiben los cuatro factores que se distinguen para la asociación ASOPROAPI.

### **4.1 Discusión de la investigación**

Hoy en día, las certificaciones de calidad es un punto diferenciador para cualquier empresa o institución que brinda un servicio o un bien, en el caso de la Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI) quiere implementar una certificación bajo la norma ISO 9001 versión 2015 para mejorar sus procesos de producción, por ello se plantea en el presente trabajo de investigación diseñar una estrategia de certificación de calidad para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas. Sin embargo, esta propuesta tiene una limitación, la cual solo se propone esta planificación de cómo obtener la certificación, donde se expone los procesos previos, documentos y requerimientos necesarios para las auditorías, las capacitaciones de producción como del personal, las cotizaciones de las certificadoras más accesibles y los pasos a seguir con el fin de implementar la certificación de calidad.

De acuerdo con la hipótesis planteada, Si se implementa una estrategia de certificación de calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2015, entonces aumenta la competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022. La certificación de calidad es la culminación del proceso en el que una organización asegura la producción de un producto o servicio de gestión, con base en criterios predeterminados que el organismo de certificación considera ideales (Sánchez et al., 2021).

Córdova et al. (2020) mencionan que la relación entre estrategia y competitividad se puede ver en las iniciativas planificadas a largo plazo, aquellas que toma una empresa para anticiparse a la competencia. Estas iniciativas planificadas relacionan la competitividad con el éxito de una empresa, y se traducen en posicionamiento en el mercado, aumento de ventas, etc. La oferta competitiva es algo que no está relacionado



con la empresa en sí, sino con el producto o servicio de la competencia (Díaz y Delgado, 2021).

Por otro lado, siguiendo con lo establecido por la norma ISO la asociación debe contar con la información documentada, es decir, que cada proceso de gestión se identifique. Para realizar esto, debe emplear un especialista sobre la gestión de calidad, quién preparará dichos informes para las auditorías de las certificadoras, las mismas que emitirán el certificado cuando validen que la empresa cuenta con los documentos y requisitos obligatorios para la obtención del certificado (Sánchez et al., 2021). La asociación ASOPROAPI está dispuesta a implementar esta propuesta de investigación en un futuro ya que no cuenta con los informes documentados actualmente, para llevar a cabo esta planificación debe partir desde los procesos previos para la obtención de la certificación, donde se especifica paso a paso lo que debe realizar la asociación con el fin de conseguir esta certificación de calidad.

Las certificaciones juegan un papel importante para las exportaciones ecuatorianas, sin importar en qué sector operen. Obtener la certificación es un desafío, pero ofrece enormes beneficios para las empresas, como un aumento de las ventas, la lealtad de los clientes y la entrada a nuevos mercados (Córdova et al., 2020).

Algunos de los estudios que analizan los beneficios de los estándares de calidad son controvertidos. Unas investigaciones exponen que los estándares de calidad tienen un impacto positivo en la productividad, la cadena de suministro, la participación de mercado, la mejora continua, la satisfacción del cliente, e incluso han dicho que las empresas internalizan mejor sus operaciones. Por otro lado, se menciona que los estándares de calidad tienen un efecto positivo en la rentabilidad y para otros autores no tienen ningún efecto en las ganancias (Quijía et al., 2021).

Varias empresas están certificadas por razones internas relacionadas con la mejora de su rentabilidad, productividad y eficiencia. Otras empresas están certificadas por razones externas, como la competencia y la presión del gobierno. Las empresas certificadas por razones internas terminan ganando más dinero que las empresas certificadas por razones externas (Soria et al., 2021). La razón por la que existe este debate es porque los estudios relacionados con la certificación no toman en consideración las razones detrás de la

decisión, ya que esas motivaciones podrían estar contribuyendo a la ganancia de las empresas (Huerta y Sandoval, 2018).

## **4.2 Impactos positivos de la implementación**

El presente proyecto generará un alcance positivo en el impacto tanto social como económico para la empresa y su entorno.

### **4.2.1 Impacto Social**

- La implementación de la norma ISO 9001:2015 ayuda a mejorar el compromiso de los miembros de la asociación ASOPROAPI.
- Mantener un control constante de la gestión de calidad, en base a los procesos de producción de la empresa.

### **4.2.2 Impacto Económico**

- La economía de la empresa ASOPROAPI tendrá un incremento en sus ingresos con la implementación de la certificación de calidad.
- Permitirá su posicionamiento en mercados internacionales.
- La certificación bajo la norma ISO 9001 versión 2015 permitirá que los socios de la asociación se empoderen de la gestión de cada uno de los procesos de producción.

## **4.3 Proyección de Resultados Esperados**

Los resultados esperados de este trabajo de investigación servirán como fuente de información para la asociación ASORPOAPI, puesto que en esta asociación hemos identificado una situación problemática que es una de las causas que le impiden ser competitiva tanto en el mercado local como internacional y esta es la falta de certificaciones, nuestra propuesta es la implementación de la Norma ISO 9001, versión 2015 puesto que esta tiene reconocimiento a nivel mundial “Hay más de un millón de empresas y organizaciones en más de 170 países certificadas con ISO 9001” (ISO, 2022). De igual manera el aporte práctico del presente trabajo de investigación servirá para otras empresas similares a ASOPROAPI que busquen tener una ventaja competitiva.

#### 4.4 Posibilidades de aplicación de los resultados

En cuanto a la viabilidad del presente trabajo de investigación tomamos en cuenta 4 factores con los que distinguimos la posibilidad que tiene de ser aplicado en ASOPROAPI.

- **Técnica:** hace referencia a los recursos, la empresa cuenta con maquinaria e infraestructura que le posibilita realizar los procesos de producción en un menor tiempo, de igual manera la materia prima que utiliza tiene alta calidad ya que según un estudio el suelo donde se cultiva el cacao presenta índices muy bajos de cadmio. En cuanto al recurso humano la empresa cuenta con 17 socios, pero por la baja producción que tienen actualmente solo laboran 6 mujeres.
- **Económica:** La empresa actualmente cuenta con un patrimonio de alrededor de 150 mil dólares, sin embargo, en cuanto a la infraestructura solo cuentan con una planta lo que le resultaría más económica la aplicación del sistema de gestión de calidad.
- **Temporal:** El tiempo estimado para la primera auditoría después de la implementación de la norma ISO 9001 es aproximadamente 6 meses, dependiendo de la organización.
- **Ética:** El presente trabajo fue elaborado a partir de la revisión literaria de diferentes fuentes que nos ayudaron a reunir la información necesaria, de igual manera tuvimos el aporte de la representante legal de la asociación ASOPROAPI quién nos brindó importante información y nos manifestó el problema de competitividad por el que está pasando. La información es viable y comprobable.

## CONCLUSIONES

- En virtud a lo argumentado en el presente trabajo de investigación, con la evidencia recolectada, a partir del estudio de artículos científicos que abordan el tema tratado, además de los datos obtenidos por medio de la encuesta, entrevista y guía de observación aplicados en la empresa, se ha logrado obtener interesantes análisis que son de utilidad para dar un aporte de investigación a la empresa objeto de estudio, así mismo da apertura para que próximos investigadores utilicen el presente trabajo como herramienta para futuros proyectos. Por otro lado, con la culminación de la investigación se ha evidenciado el potencial en el sector agrícola del Ecuador y el valor agregado que se le puede dar al cacao, como uno de sus principales productos de exportación.
- La Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI) con el emprendimiento CHOCODAMAS, generosamente permitió que la investigación se llevará a cabo en torno a la misma, la empresa se dedica a la elaboración y venta de derivados de cacao, sus productos son de calidad, puesto que su producción es artesanal, a pesar de ello se identificó, una baja rentabilidad en sus ventas, además que sus productos eran comercializados, solo en el mercado nacional específicamente a las ciudades de Piñas, Machala, Guayaquil, Quito, Loja, atribuyéndose la ausencia de una certificación que demuestre la calidad de los productos a sus consumidores y potenciales clientes. Por esta razón se propuso la investigación, para implementación de una estrategia de certificación de calidad ISO 9001:2015 para aumentar la competitividad en el mercado local e internacional de la marca.
- Tras la aplicación de los instrumentos de investigación, se consiguió corroborar que los socios de ASOPROAPI, coinciden en que una certificación internacional, dará el plus e impulso que la empresa necesita, para que sus ventas asciendan y su mercado objetivo se expanda. Así mismo quedó constancia con las declaraciones de los socios que están de acuerdo con la implementación de la norma ISO 9001 en un futuro. Se puede comprobar que tanto el objetivo cómo la hipótesis planteada al inicio de la investigación, si se logra cumplir, resultando beneficioso para la empresa, ya que la investigación realizada y finalizada, facilita la implementación de la norma en la empresa.

## **RECOMENDACIONES**

En base a los resultados recogidos luego del presente estudio, se pone a consideración del lector las siguientes recomendaciones:

- Justificar los avances y mejoras realizadas en el proceso de producción, teniendo evidencia documentada, para facilitar la implementación del SGC.
- Capacitar al personal de la empresa para la realización de auditorías internas, y evitarse un gasto con la contratación de un profesional externo.
- Realizar un organigrama de las funciones de cada colaborador dentro de la empresa, para optimizar el recurso humano y maximizar eficiencia.
- Investigar las necesidades y exigencias del mercado objetivo, con el fin de complacer al cliente, aplicando la mejora continua.
- Incentivar a que todos los socios y demás colaboradores, se involucren en las decisiones de mejora para la empresa.

## REFERENCIAS

- Acosta, L., Becerra, F. y Jaramillo, D. (2017). Sistema de Gestión Estratégica para la Gestión centrada en los Procesos de Producción. *Formación Universitaria*, 10(2), 103-112. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062017000200011&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062017000200011&script=sci_arttext)
- Advisera Expert Solutions Ltd. (Julio de 2022). *9001 Academy ISO 9001 Online Consultation Center* . Obtenido de IMPLEMENTE ISO 9001 SIN ESFUERZO: <https://advisera.com/9001academy/es/>
- Agricultura El Oro. (24 de junio de 2021). *Gobierno de la República del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería : <https://twitter.com/AgriculturaOro/status/1404525281990348805/photo/1>
- Alzate Ibáñez, A. M, Ramírez Ríos, J. F. y Bedoya Montoya, L. M. (2019). Modelo para la implementación de un sistema integrado de gestión de calidad y ambiental en una empresa siderúrgica. *Ciencias administrativas*, (13), 3-13. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e032>
- Araya Pizarro, S. C. y Araya Pizarro, C. R. (2020). Importancia de la certificación de calidad en la decisión de compra de productos agroalimentarios artesanales. *Innovar*, 30(77), 53-62. Epub November 20, 2020. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87430>
- Avansis. (4 de Agosto de 2020). *Certificados de Calidad. Qué son y cómo funcionan*. [https://www.avansis.es/calidad/certificados-de-calidad-que-son/#Que\\_son\\_los\\_certificados\\_de\\_calidad](https://www.avansis.es/calidad/certificados-de-calidad-que-son/#Que_son_los_certificados_de_calidad)
- Becerra, H. R. y Moya, R. A. (2010). Investigación-acción participativa, crítica y transformadora Un proceso permanente de construcción. *Revista Integra Educativa*, 3(2), 133-156. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1997-40432010000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1997-40432010000200005&script=sci_arttext)
- Bravo, A. B. (2019). Evolución del sistema de gestión de la calidad en los laboratorios de ensayo. *Revista de Salud Animal*, 41(2).

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0253-570X2019000200009&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0253-570X2019000200009&script=sci_arttext&tlng=en)

- Carrillo, J. L. (29 de mayo de 2018). *¿Qué beneficios se pueden obtener al implementar la norma ISO 9001? ISO 9001:2015?* Obtenido de Nueva Norma ISO. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/05/beneficios-implementar-la-norma-iso-9001/>
- Carrión Astudillo, J. M., Álvares Gavilanes, J. E., y Olivo Olivo, M. A. (2021). Calidad en los procesos de comercialización de cacao en marco de emergencia sanitaria COVID 19. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, VII(12), 111. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.422>
- Chacón, J. C., y Rugel, S. K. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. *Revista Espacios*, 39(50), 14. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Chang, J. F. (2016). Business process management systems: strategy and implementation. *Auerbach Publications*.
- Córdova, D. E., Loja, A. A. y Illescas, M. L. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 113-132. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>
- Crosby, P. B. (1994). La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad. Quality is free. The art of making quality certain. *Compañía Editorial Continental*.
- Cruz Medina F., L., López Días A. y Ruiz Cárdenas, C. (2017). Sistema de Gestión ISO 9001-2015: Técnica y Herramientas de Ingeniería de Calidad para su Implementación. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, 59-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6096091>
- Del Sol Fabregat, L. A., Tejeda Castañeda, E. y Mirabal Díaz, M. J. (2017). Los métodos teóricos: una necesidad de conocimiento en la investigación científico-pedagógica. *EDUMECENTRO*, 9(4), 250-253. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-28742017000400021&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742017000400021&lng=es&tlng=es).

- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*: Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology. Center for advanced engineering study. *Book*.
- Deza, W., Aparicio, J. y Hidalgo, J. (2020). Implementación de Sistemas Integrados de Gestión en empresas arequipeñas como herramientas de gestión. In *Crescendo*, 11(2), 207-224. Obtenido de: <https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.05>
- Díaz, B. L., Torruco, G. U., Mildred, M. H. y Varela, R. M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. <https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Díaz Canel, M. M. y Delgado Fernández, M. (2021). Gestión del gobierno orientado a la innovación: contexto y caracterización del modelo. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(1), 6-16.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000100006&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000100006&lng=es&tlng=es).
- Dominguez, S. (2018). *ISO 9001:2015*. Obtenido de ISO 9001: Estrategias para lograr el éxito del Sistema de Gestión de la Calidad. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/10/iso-9001-estrategias-exito-sistema-gestion-calidad/>
- GAP El Oro. (2021). *GAP Provincial de El Oro*. Obtenido de <https://www.eloro.gob.ec/ano-2021>
- Garbanzo, G. (2016). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Revista Educación*, 40(1), 67-87. [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-264420160001000067&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-264420160001000067&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Goetsch y Davis. (2014). *Quality management for organizational excellence*. *Scientific Research An Academic Publisher*.
- Gómez, R., Villanueva, S. y Henríquez, M. (2019). Tendencia mundial en la elaboración de productos derivados del cacao. *Revista INGENIERÍA UC*, 26(2), 217. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70760276010>



- Gómez, M. A. (2015). *Guía para la aplicación de UNE-EN ISO 9001:2015*. AENOR INTERNACIONAL, S.A.U.
- Gorotiza, G. L. y Romero, E. M. (2021). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001 2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(4), 270-294. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927020>
- Guzmán, J. y Chire Fajardo, G. (2019, Marzo). Evaluación de la cadena de valor del cacao (The obroma cacao l.) peruano. *Enfoque UTE*, 10(1). <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v10n1.339>
- Hernández, H.G., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6676025.pdf>
- Huerta, D. M. y Sandoval, G. S. (2018). Sistemas de calidad como estrategia de ventaja competitiva en la agroindustria alimentaria. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 15(1), 19-28. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722018000100019&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722018000100019&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Ishikawa, K. (1997). ¿Qué es el control total de calidad?: la modalidad japonesa. *Editorial Normal*.
- ISO International Organization for Standardization. (2022). *ISO Central Secretariat*. <https://www.iso.org/home.html>
- Juran, J. (1961). *Quality Control Handbook*. New York: McGraw-Hill. *book*.
- Kantan Software. (2019). *6 beneficios fundamentales de implementar ISO 9001*. Obtenido de Kantan Software. <https://www.kantansoftware.com/blog/6-beneficios-fundamentales-de-implementar-iso-9001/>
- Lara, S. (2011). Las vivencias estudiantiles del trabajo de campo y sus implicaciones pedagógicas. *Revista de Investigación*, 35(73), 195-218. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1010-29142011000200010&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142011000200010&lng=es&tlng=es)

- MAGAP. (2021). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-cacao-en-grano-de-america/>
- Martínez, J., Soler, S. F., Benet, M., González, V. y Iglesias, M. (2015). Consideraciones acerca de los métodos estadísticos y la investigación en salud. *Revista Médica Electrónica*, 37(5), 514-522.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1684-18242015000500010&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242015000500010&lng=es&tlng=es).
- Medina, Y., Rico, D. y Arévalo, J. (2019). Impacto de la implementación de ISO 9001 en la universidad: percepción auditor y líder. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E19), 28-41.  
<https://www.researchgate.net/publication/334389112>
- Mercader, M., Miralles, J., Perez, A., Nolasco, V., Antón, M. y Miras, M. (2022). Resultado de la implementación de un sistema de gestión de la calidad en base a la Norma ISO 9001: 2015 en una unidad de cuidados intensivos quirúrgica. *Revista Española de Anestesiología y Reanimación*.  
<https://doi.org/10.1016/j.redar.2021.09.013>
- Ministerio de Turismo. (21 de abril de 2021). *El Oro celebrará 137 Años de Provincialización*. Obtenido de Ministerio de Turismo.  
<https://www.turismo.gob.ec/el-oro-celebrara-137-anos-de-provincializacion/>
- MIPRO. (20 de Julio de 2021). *Inició Aromas del Ecuador – Edición Cacao, vitrina internacional con compradores de tres continentes*. Obtenido de Inició Aromas del Ecuador – Edición Cacao, vitrina internacional con compradores de tres continentes. <https://www.produccion.gob.ec/se-inicio-aromas-del-ecuador-edicion-cacao-vitrina-internacional-con-compradores-de-tres-continentes/>
- Montenegro Mantilla, R. E. y Navarro Pérez, P. J. (2021). *Estrategia de asociatividad para la comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región de San Martín*. Extraído del Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/13849>

- Morales, F. L., Carrillo, M. D., Ferreira, J. A., Peña, M. M., Briones, W. R. y Albán, M. N. (2018). Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*, 11(1), 63–69.  
<https://doi.org/10.18779/cyt.v11i1.222>
- Naidorf, J., Vasen, F., Alonso, M. (2019). Aunar criterios en un sistema fragmentado. Tensiones en torno a evaluación de la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico en el origen de los Proyectos de Desarrollo Tecnológico y Social. *EccoS Revista Científica*(49), 1-21. <https://doi.org/10.5585/EccoS.n49.13325>
- NQA, Organismo de Certificación Local. (23 de mayo de 2022). *Certificación ISO 9001 - ¿Qué es la norma ISO 9001?*. <https://www.nqa.com/es-es/certification/standards/iso-9001>
- Qualite. (2015). *Beneficios de implementar la ISO 9001 en tu empresa*. Obtenido de Qualite Consultores. <https://www.qualite.mx/blog/beneficios-de-implementar-la-iso-9001-en-tu-empresa>
- Quijia, J., Guevara, C. y Ramírez, J. (2021). Determinantes de la Productividad Laboral para las Empresas Ecuatorianas en el Periodo 2009-2014. *Revista Politécnica*, 47(1), 17-26. <https://doi.org/10.33333/rp.vol47n1.02>
- Rodríguez, A., Álvarez, A., Sosa, I., De Vos, P., Bonet, M. y Van der Stuyft, P. (2010). Inventario del clima organizacional como una herramienta necesaria para evaluar la calidad del trabajo. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 48(2), 177-196. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1561-30032010000200008&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-30032010000200008&lng=es&tlng=es).
- Rojas Plasencia, D. A., Vilaú Aguilar, Y. y Camejo Puentes, M. (2018). La instrumentación de los métodos empíricos en los investigadores potenciales de las carreras pedagógicas. *Mendive. Revista de Educación*, 16(2), 238-246. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-76962018000200238&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000200238&lng=es&tlng=es).
- Ruiz Canela J. (2004). La Gestión por Calidad Total en la Empresa Moderna. *México: ALFA OMEGA GRUPO EDITOR SA de CV.*, 67-81.  
<https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/13977/3/10141.pdf>

- Salazar, E. y Tobón, S. (2018). Análisis documental del proceso de formación docente acorde con la sociedad del conocimiento. *Revista Espacios*, 39(53).  
<http://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-17.html>
- Salles, J. C. (2021). A gnoseologia segundo Ernest Sosa. *Trans/Form/Ação*, 44, 63-96.  
<https://doi.org/10.1590/0101-3173.2021.v44dossier2.07.p63>
- Sánchez, J. C., Loor, G. Z., Black, W. E. R. y Sánchez, N. M. (2021). Gestión del conocimiento como recurso competitivo de las empresas de servicios bajo la Norma ISO 9001-2015. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 59-70.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149615>
- Sánchez Valdés, A., Nava Rogel, R. M., y Delgado Cruz, A. (2021). Motivaciones de empresas turísticas para certificarse en calidad. Evidencia empírica en el Estado de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 349-369.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29066223023>
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (17 de abril de 2018). *Certificaciones para demostrar y exigir calidad*. <https://www.acreditacion.gob.ec/certificaciones-demuestran-exigen-calidad/>
- Soria Barreto, K., Zuniga Jara, S., y Contreras, F. (2021). Empresas B en Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral. *Información tecnológica*, 32(3), 113-120. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000300113>
- Tontalvo, T. y De La Hoz, E. (2018). Diseño e Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en una Universidad Colombiana. *Formación universitaria*, 11(1), 35-44.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000100035>

# ANEXOS

## Anexo A. Certificación de autorización por parte de ASOPROAPI

### Asociación de Productores Agropecuarios "Piñas" "ASOPROAPI"



SITIO DAMAS- PARROQUIA SARACAY- CANTON PIÑAS- EL ORO- ECUADOR

Acuerdo Ministerial N.º SEPS - ROEPS-2015-901066 CON FECHA 30 DE ABRIL DEL 2015  
SITIO DAMAS- PARROQUIA SARACAY- CANTON PIÑAS- EL ORO- ECUADOR

#### CERTIFICADO DE AUTORIZACIÓN.

Yo MARÍA VERÓNICA AGUILAR FEIJOÓ con número de cédula **0703231977** representante legal de la Asociación de productores Agropecuarios Piñas ASOPROAPI mediante la presente doy autorización a CRISTHIAN RODRIGO ALVAREZ REYES con número de cédula **0750515090** y a KERLY GABRIELA VALDIVIEZO PINTADO **0750510687** estudiantes del séptimo semestre de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Técnica de Machala para que puedan tomar el nombre de la empresa y utilizarlo en su proyecto de investigación, de igual manera cualquier información (no confidencial ) que requieran acerca de la empresa.



María Verónica Aguilar Feijoó  
Representante legal de ASOPROAPI  
C.I. 0703231977  
Telf.: 0993469293

## Anexo B. Balance General y Estado de Resultado

*ASOCIACION DE PRODUCTORES*  
*ASOPROAPI*  
**BALANCE GENERAL**  
Del 1 de enero al 31 diciembre 2020

<b>ACTIVOS</b>			<b>13.999,93</b>
<b>CORRIENTES</b>			557,83
<b>EQUIVALENTES AL EFECTIVO</b>		557,83	
Caja	330,25		
Caja Chica	178,20		
<b>BANCOS</b>		49,38	
Coop. Jeep	49,38		
<b>CUENTAS POR COBRAR</b>		0,00	
Socios	0,00		
Clientes			
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>13.442,10</b>
<b>TERRENO</b>			4.960,00
Terreno		4.960,00	
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			8.482,10
MAQUINARIAS Y EQUIPOS		6.341,95	
CONSTRUCCIONES EN CURSO		3.056,12	
MUEBLES Y ENSERES		441,00	
<b>DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>		1.356,97	
(-) depreciacion de activos fijos	1.356,97	0,00	
<b>PASIVOS</b>			0,00
<b>CORRIENTE</b>			0,00
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>			0,00
Proveedores		0,00	
Otros Pasivos Corrientes		0,00	
<b>PATRIMONIO NETO</b>			14.824,42
<b>CAPITAL SOCIAL</b>			15.148,79
Aporte de los Socios		207,00	
Certificados de Aportacion		14.941,79	
<b>OTROS APORTES PATRIMONIALES</b>			-324,37
Resultados del Ejercicio Actual		-324,37	
Excedentes acumulados		0,00	
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			<b>14.824,42</b>
			-824,49

Sra. Veronica Aguilar  
Administardora de ASOPROAPI

Ing. Ana Beatriz Freire  
Reg. Nac. 1976870

*ASOCIACION DE PRODUCTORES ASOPROAPI*  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
 Del 1 de enero al 31 diciembre 2020

<b>INGRESOS</b>		<b>1.163,90</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>472,75</b>
Venta derivados del cacao	0,00	
Venta derivados del cacao sin factura	472,75	
<b>INGRESOS ADMINISTRATIVOS Y SOCIALES</b>		<b>691,00</b>
Cuotas para Gastos administrativos	171,00	
Ingresos adicionales	520,00	
Derecho de Ingresos	0,00	
<b>OTROS INGRESOS</b>		<b>0,15</b>
Intereses ganados	0,15	
Depreciacion de activos fijos	0,00	
<b>GASTOS</b>		<b>1.488,27</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	358,69	
<b>GASTOS DE PERSONAL Y SOCIOS</b>		
Materia Prima	358,69	
Arriendos de Bienes Inmuebles		
<b>GASTOS GENERALES</b>	1.129,58	
Servcios Basicos		
Sumnistros de Oficina	75,06	
Honorarios	60,00	
Notarios y Registradores	2,00	
Transportes y envios		
Suministros y Materiales	118,32	
Viaticos y Subsistencia		
Otros Gastos		
Mantenimientos		
Adecuacuacion y limpieza de terreno		
Gastos Varios	874,20	
Reinversion		
<b>Excedentes/Perdidas</b>		<b>-324,37</b>

Sra. Veronica Aguilar  
 Administradora de ASOPROAPI

Ing. Ana Beatriz Freire  
 Reg. Nac. 1976870



## Anexo C. Guía de Entrevista



### ENTREVISTA DE APLICACIÓN A LOS DIRECTIVOS DE LA ASOCIACIÓN ASOPROAPI

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA PROCESO DE TITULACIÓN LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR</b>
<b>ENTREVISTA</b>
<b>Tema:</b> La competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.
<b>Objetivo:</b> Obtener información sobre los conocimientos y opiniones de los directivos de ASOPROAPI acerca de la certificación ISO 9001:2015 en los diferentes procesos de producción de los derivados del cacao.
<b>Introducción</b>
La entrevista está dirigida a la directiva de la Asociación de Productores Agropecuario Piñas (ASOPROAPI).  La entrevista se define como “ <i>una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar</i> ”. Díaz-Bravo, et al, (2013)  El día de hoy, lunes 11 de julio del 2022 mediante esta entrevista buscamos obtener información sobre los conocimientos y opiniones de los directivos de ASOPROAPI acerca de la certificación ISO 9001:2015 en los diferentes procesos de producción de los derivados del cacao. Cabe recalcar que la información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos.
<b>Cuestionario:</b>

#### **Pregunta 1:**

¿Cómo surgió la idea de formar esta asociación y cuántos trabajan en la actualidad?

#### **Pregunta 2:**

¿Cuántos años lleva en este emprendimiento y cuáles son los productos que ofrecen?

#### **Pregunta 3:**

¿Por qué los consumidores prefieren sus productos? Marca, Calidad, Precio y otros.

#### **Pregunta 4:**

¿Cuáles son las principales ciudades que demandan sus productos?

#### **Pregunta 5:**

¿La asociación ASOPROAPI cuenta con alguna política de calidad para el proceso de producción o elaboración de sus productos?

**Pregunta 6:**

¿Considera Ud. que la ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa, disminuye las ventas a nivel nacional?

**Pregunta 7:**

¿Cree Ud. Necesario implementar un sistema de gestión de calidad, en los procesos de producción de los derivados de cacao?

**Pregunta 8:**

¿Considera que la estrategia de certificación de calidad en los procesos, permitirá identificar un nicho de mercado internacional para el posicionamiento de la marca?

**Pregunta 9:**

¿Considera que las certificaciones de calidad son una inversión o su gasto?

¿Conoce acerca de las certificaciones de calidad? Por ejemplo: la certificación ISO 9001-2015.

**Pregunta 10:**

¿Considera que la empresa sería más competitiva si implementa una certificación de calidad?

¿Piensa adquirir certificaciones en un futuro?

Anexo D. Guía de Encuesta



ENCUESTA DE APLICACIÓN A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN  
ASOPROAPI

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA</b> <b>PROCESO DE TITULACIÓN</b> <b>LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR</b>
<b>ENCUESTA</b>
<b>Tema:</b> La competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.
<b>Objetivo:</b> Obtener información sobre los conocimientos y opiniones de los socios de ASOPROAPI acerca de la certificación ISO 9001:2015 para implementarla en los diferentes procesos de producción de los derivados del cacao, mediante el método empírico de la encuesta.
<b>Introducción:</b> Según Malhotra (2018) menciona que <i>el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.</i>  Buenos días queridos miembros de la asociación ASOPROAPI, reciban un cordial saludo, Somos estudiantes de la Universidad Técnica de Machala de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la carrera de Comercio Exterior, nos podrían ayudar realizando la siguiente encuesta con el fin de obtener información sobre los conocimientos acerca de la certificación ISO 9001:2015 para implementarla en los diferentes procesos de producción de los derivados del cacao, completando esta breve encuesta nos ayudará a obtener los mejores resultados. De antemano agradecemos su colaboración.

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Oficio:** \_\_\_\_\_

Responda las siguientes preguntas, desde su punto de vista:

**1. ¿Cómo surgió la idea de formar parte de la asociación ASOPROAPI?**

.....  
.....  
.....

**2. ¿Cuántos integrantes hay en la asociación?**

.....

**3. ¿Cuántos años llevan trabajando en este emprendimiento?**

- Menos de 1 año
- De 1 a 3 años
- De 3 a 5 años

Más de 5 años

**4. ¿Cuáles son los productos que ofrecen?**

.....  
.....  
.....

**5. ¿Cuál cree que es la característica diferenciadora de su producto que el consumidor prefiere?**

- Calidad
- Precio
- Sabor
- Marca
- Producción sostenible
- Presentación
- Otro .....

**6. ¿La asociación ASOPROAPI cuenta con alguna política de calidad para el proceso de producción o elaboración de sus productos?**

- Si
- No
- Desconozco

**7. ¿Cree Ud. Necesario implementar un sistema de gestión de calidad, en los procesos de producción de los derivados de cacao**

- Si
- No
- Desconozco

**8. ¿Considera Ud. que la ausencia de un sistema de gestión de calidad en la empresa, influye las ventas a nivel nacional?**

- Si
- No
- Desconozco

**9. ¿Considera que la estrategia de certificación de calidad en los procesos, permitirá identificar un nicho de mercado internacional para el posicionamiento de la marca?**

- Si
- No

**10. ¿Considera que las certificaciones de calidad son una inversión o su gasto? ¿Porqué?**

.....

.....

.....

**11. ¿Conoce acerca de las certificaciones de calidad?**

- Si
- No

**12. Si su respuesta es sí ¿Cuál es su opinión sobre ellas?**

.....

.....

.....

**13. ¿Considera usted, que la empresa sería más competitiva si implementa una certificación de calidad?**

- Si
- No

¿Porqué?

.....

.....

**14. ¿Estaría de acuerdo que la empresa implemente una certificación de calidad en un futuro?**

- Si
- No

¿Por qué?

.....

.....



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
**PROCESO DE TITULACIÓN**  
**LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**

GUÍA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES  
AGROPECUARIOS PIÑAS (ASOPROAPI)

**GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**Tema:** La competitividad en el mercado local e internacional de la marca Chocodamas en el 2022.

**Objetivo:** Conocer los procesos de elaboración de los derivados del cacao de la asociación de productores agropecuarios Piñas (ASOPROAPI), con la finalidad de recolectar información (datos) necesarios.

La guía de observación es el instrumento que permite al observador situarse de manera sistemática en aquello que realmente es objeto de estudio para la investigación; también es el medio que conduce la recolección y obtención de datos e información de un hecho o fenómeno (Cortez y Salcedo, 2019).

**Institución donde se realiza:** Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI)

**Lugar:** Sitios Damas – Piñas

**Fecha:** --

**Evaluador:** Cristhian Alvarez – Kerly Valdiviezo

Analice y evalúe lo siguiente, según su punto de vista:

N°	ACCIONES A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIÓN
<b>Condiciones Físicas de la Empresa</b>				
1	Cumple con los requisitos de bioseguridad al ingresar a las instalaciones de la empresa.			
2	Cumple uniformemente con los tiempos para cada actividad.			
3	Existen áreas - departamentos relacionadas con la implementación de la certificación.			
4	La materia prima y otros insumos son conservados en óptimas condiciones.			
5	Se realiza un control de calidad durante la producción.			
6	Se realiza un control de calidad del producto final.			
7	Las condiciones de la maquinaria y equipos son aptas para la producción.			
8	Implementan equipos tecnológicos en los procesos.			

9	Los diferentes procedimientos de producción tienen sinergia entre sí.			
10	Identifican los productos elaborados en condiciones aptas para la venta.			

**Comentarios:**

.....

.....

.....

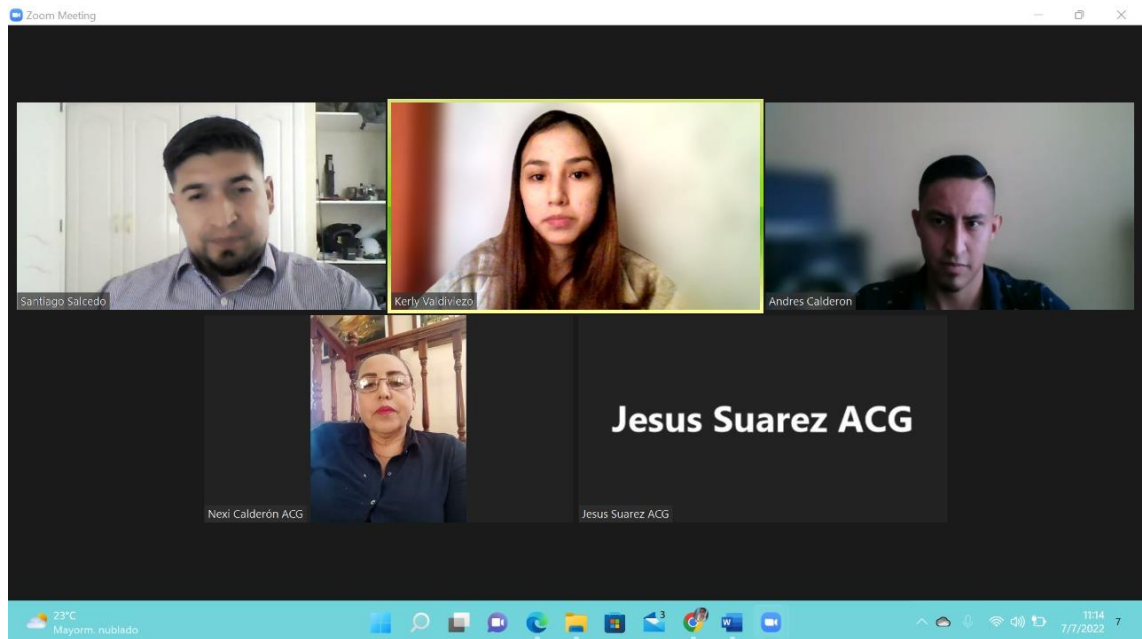
.....

## Anexo F. Evidencia de aplicación de los instrumentos





## Anexo G. Cotizaciones de Certificadoras



**AENOR**  
Confía



## ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PIÑAS - ASOPROAPI

Oferta para la certificación conforme a UNE-EN ISO 9001:2015



Quito D.M. 12 de julio de 2022

Señores

**ASOPROAPI  
EL ORO**

**Presente. -**

*Agradecemos la oportunidad que nos brindan para ofrecer nuestros servicios de Certificación a su Empresa.*

*El presente documento determina nuestra oferta formal del costo para el proceso de Certificación.*

**NOTA: EL PRESENTE DOCUMENTO NO INVOLUCRA QUE EL CLIENTE SE ENCUENTRE CERTIFICADO NI EN PROCESO DE CERTIFICACIÓN, ES ÚNICAMENTE UNA COTIZACIÓN ECONÓMICA, NO TIENE VALIDEZ PARA UNA LICITACIÓN.**