



Universidad de Guayaquil

Instituto Superior de Postgrado en Ciencias
Internacionales

“Dr. Antonio Parra Velasco”

Maestría en Negociación y Comercio Internacional

Modalidad Presencial

LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD COMO HERRAMIENTA DE
PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

Tesis presentada como requisito para obtener el Grado de
Magíster en Negociación y Comercio Internacional

Autoras:

Econ. Gutiérrez Candela Glenda Mariana

Econ. Gutiérrez Candela María Elizabeth

Tutor:

Econ. Hidalgo Ortega Miguel, MSc.

GUAYAQUIL-ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Programa de Maestría nombrado por el Director del Instituto de Postgrado en Ciencias Internacionales “Dr. Antonio Parra Velasco” de la Universidad de Guayaquil.

CERTIFICO

Que he anunciado el informe del trabajo científico con el título “La Certificación de la Calidad como Herramienta de Promoción del Comercio Exterior” presentado por las maestrantes Eco. Glenda Mariana Gutiérrez Candela y Eco. María Elizabeth Gutiérrez Candela, con cédula de identidad No 0917205452 y 0917205494. Como requisito previo para optar por el Grado Académico de Magíster en Negociación y Comercio Internacional.

Tutor:

Econ. Miguel Hidalgo Ortega, MSc.

Guayaquil, Abril de 2013

AUTORIA

Los pensamientos, ideas, opiniones y la información obtenida a través de este trabajo de investigación son de exclusiva responsabilidad de las autoras quienes suscriben:

Eco Glenda M. Gutiérrez Candela
C. I. 0917205452

Eco. Ma. Elizabeth Gutiérrez Candela
C. I. 0917205494

Guayaquil, Abril 2013

ÌNDICE GENERAL

	Pág.
CARÀTULA	i
CARTA DE ACEPTACIÒN DEL TUTOR	ii
AUTORIÀ	iii
ÌNDICE GENERAL	iv
ÌNDICE DECUADROS	v
ÌNDICE DE GRÀFICOS	vi
ÌNDICE DE ANEXOS	vii
RESUMEN	ix
INTRODUCCIÒN	1

CAPÌTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2 Ubicación del Problema en su contexto	2
1.3 Causas y Consecuencias del Problema	2
1.4 Delimitación del Problema	3
1.5 Evaluación del Problema	3
1.6 Formulación del Problema	3
1.7 Objetivos de la Investigación	3
1.7.1. Generales	3
1.7.2 Específicos	4
1.8 Justificación e Importancia de la Investigación	4

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes del Estudio	5
2.2	Fundamentos Teórica	6
2.2.1	Calidad	6
2.2.2	Sistema de Gestión de Calidad	7
2.2.2.1	Fases de Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad	7
2.2.2.2	Ventajas de Implementar un Sistema de Gestión de Calidad	8
2.2.3	Sistema de Gestión Ambiental	9
2.2.3.1	Fases de Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental	9
2.2.3.2	Ventajas de Implementar un Sistema de Gestión Ambiental	10
2.2.4	Normas ISO 9000	11
2.2.4.1	Normas ISO 9001	13
2.2.4.2	Beneficios de la Norma ISO 9001	14
2.2.4.3	Requisitos para la certificación de calidad de gestión ISO 9001	14
2.2.5	Normas ISO 14000	18
2.2.5.1	Normas ISO 14001	20
2.2.5.2	Beneficios de la Norma ISO 14001	20
2.2.5.3	Requisitos para la certificación de calidad de gestión	21
2.3	Glosario de Términos	25

CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1	Análisis e Interpretación de Resultados	28
3.1.1	Las exportaciones de productos primarios e industrializados	28
3.1.2	Las exportaciones petroleras y no petroleras	34
3.1.3	Las exportaciones por principales áreas económicas, continentes y países	42
3.1.4	Las exportaciones por principales productos	44

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones	55
4.2 Recomendaciones	56

CAPÍTULO V: PROPUESTA

5.1 Presentación	57
5.1.1 Propuesta	57
5.2 Justificación	57
5.3 Objetivos	58
5.4 Fundamentación	59
5.4.1 Bases Legales	59
5.4.2 Instituciones Participantes	59
5.4.3 Responsabilidades Específicas de las Instituciones Participantes	60
5.4.4 Etapas de Ejecución del Programa de Capacitación	61
5.4.5 Flujograma del Programa de Capacitación	63
5.4.6 Programación Detallada	64
 BIBLIOGRAFÍA	 69
ANEXOS	72

INDICE DE TABLAS

No	Título	Pág.
1.1	Ecuador: Exportaciones de productos primarios. Periodo 2003-2011.	29
1.2	Ecuador: Exportaciones de productos industrializados. Periodo 2003-2011.	30
1.3	Ecuador: Exportaciones de productos principales. Periodo 2003-2011.	32
1.4	Ecuador: Exportaciones petroleras. Periodo 2003-2011.	34
1.5	Ecuador: Exportaciones no petroleras. Periodo 2003-2011.	36
1.6	Ecuador: Exportaciones de productos tradicionales. Periodo 2003-2011.	37
1.7	Ecuador: Exportaciones de productos no tradicionales. Periodo 2003-2011.	39
1.8	Ecuador: Exportaciones por grupo de productos. Periodo 2003-2011.	40
1.9	Ecuador: Exportaciones por principales áreas económicas, continentes y países. Periodo 2003-2011	42
2.1	Ecuador: Evolución de las exportaciones de banano. Periodo 2003-2011.	44
2.2	Ecuador: Evolución de las exportaciones de camarón. Periodo 2003-2011.	46
2.3	Ecuador: Evolución de las exportaciones de cacao y Elaborados. Periodo 2003-2011.	48
2.4	Ecuador: Evolución de las Exportaciones de atún y pescado. Periodo 2003-2011.	50
2.5	Ecuador: Evolución de las exportaciones de café y Elaborados. Periodo 2003-2011	52
2.6	Ecuador: Evolución de las exportaciones de flores naturales Periodo 2003-2011.	53

INDICE DE GRÀFICOS

No	Título	Pág.
1.1	Ecuador: Exportaciones de productos primarios. Periodo 2003-2011.	29
1.2	Ecuador: Exportaciones de productos industrializados. Periodo 2003-2011.	31
1.3	Ecuador: Exportaciones de productos principales. Periodo 2003-2011.	33
1.4	Ecuador: Exportaciones petroleras. Periodo 2003-2011.	35
1.5	Ecuador: Exportaciones por no petroleras. Periodo 2003-2011.	36
1.6	Ecuador: Exportaciones de productos tradicionales. Periodo 2003-2011.	38
1.7	Ecuador: Exportaciones de productos no tradicionales. Periodo 2003-2011.	39
1.8	Ecuador: Exportaciones por grupo de productos. Periodo 2003-2011.	41
1.9	Ecuador: Exportaciones por principales áreas económicas, continentes y países. Periodo 2003-2011	42
2.1	Ecuador: Evolución de las exportaciones de banano. Periodo 2003-2011.	45
2.2	Ecuador: Evolución de las exportaciones de camarón. Periodo 2003-2011.	47
2.3	Ecuador: Evolución de las exportaciones de cacao y elaborados. Periodo 2003-2011.	49
2.4	Ecuador: Evolución de las exportaciones de atún y. pescado. Periodo 2003-2011.	50
2.5	Ecuador: Evolución de las exportaciones de café y elaborados. Periodo 2003-2011	52
2.6	Ecuador: Evolución de las exportaciones de flores naturales Periodo 2003-2011.	54

ÌNDICE DE CUADROS

No	Título	Pág.
1.1	Modelo de implementación de un Sistema de Gestión de Calidad SGC	8
1.2	Modelo de implementación de un Sistema de Gestión Ambiental.	10
1.3	Familia ISO 9000.	13
1.4	Requisitos ISO 9001.	15
1.5	Familia ISO 14000	21
1.6	Requisitos ISO 14001	23
1.7	Flujograma del Programa de Capacitación	67

ÌNDICE DE ANEXOS

No	Título	Pág.
1.1	Ecuador: Exportaciones de Productos Primarios. Periodo 2003-2011.	70
1.2	Ecuador: Exportaciones de Productos Industrializados. Periodo 2003-2011.	71
1.3	Ecuador: Exportaciones No Petroleras. Periodo 2003-2011.	72
1.4	Ecuador: Exportaciones No Petroleras de Productos Primarios No Tradicionales. Periodo 2003-2011.	73
1.5	Ecuador: Exportaciones No Petroleras de Productos Industrializados No Tradicionales. Periodo 2003-2011.	74
1.6	Ecuador: Exportaciones hacia América Periodo 2003-2011.	75
1.7	Ecuador: Exportaciones hacia Europa. Periodo 2003-2011.	76
1.8	Ecuador: Exportaciones hacia Asia, África, Oceanía y Otros Países NEP. Periodo 2003-2011.	77

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
INSTITUTO DE POSTGRADO EN CIENCIAS INTERNACIONALES
DR. ANTONIO PARRA VELASCO

MAESTRÍA EN NEGOCIACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL

RESUMEN

**LA CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD COMO HERRAMIENTA DE
PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR**

La calidad se ha convertido en una herramienta fundamental y estratégica para que las empresas sean competitivas, siendo una de sus mayores preocupaciones mejorarla y asegurarla en sus procesos, productos y servicios. Obtener certificaciones de calidad permite acceder a nuevos mercados de tipo local o internacional. Además establece mejoras que permiten que las industrias conozcan las necesidades y exigencias de los consumidores.

Palabras claves: Calidad, Herramienta Fundamental y competitiva.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
INSTITUTO DE POSTGRADO EN CIENCIAS INTERNACIONALES
DR. ANTONIO PARRA VELASCO

MAESTRÍA EN NEGOCIACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL

SUMMARY

QUALITY CERTIFICATION AS A TOOL OF FOREIGN TRADE PROMOTION

The quality has become an essential and strategic tool for enterprises to be competitive, remain one of the greatest concerns improve and secure in their processes, products and services. Obtaining quality certificates allows you to access new markets of type local or international. In addition provides for improvements that allows the industries know the needs and demands of consumers.

Keywords: Quality, competitive and fundamental tool.