

CARRERA DE CICLO CORTO: COMERCIO AGROPECUARIO



Título: “Procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos”

Autora: Liutmila Díaz Moreno

Tutor: MSc. Raúl Oriel Palmero Berberena

Año 2025



Hago constar que el presente trabajo fue realizado en la Universidad de Cienfuegos Sede "Carlos Rafael Rodríguez" como parte de la culminación de los estudios en la Especialidad de Técnico Superior en Comercio Agropecuario autorizando a que el mismo sea utilizado por las organizaciones e instituciones para los fines que estime conveniente. No podrá este trabajo ser presentado a eventos, ni publicado sin la aprobación del centro.

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' and 'R' followed by a horizontal line.

Firma del AUTOR

Los que abajo firmamos, certificamos que el presente trabajo ha sido revisado según acuerdo de la Dirección de nuestro centro y que el mismo cumple con los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' and 'R' followed by a horizontal line.

Información Científico Técnica

Nombre, apellidos y firma

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' and 'R' followed by a horizontal line.

Firma del TUTOR

PENSAMIENTO

"El comercio agropecuario no solo es un motor económico, sino también un puente entre la producción sostenible y la seguridad alimentaria. A través de prácticas justas y responsables, podemos fomentar el desarrollo rural y mejorar la calidad de vida de las comunidades agrícolas."

Dedicatoria:

Dedico esta tesina a mi querida madre, hermana y al padre d mi niña quienes siempre han sido mi fuente de inspiración y apoyo incondicional, les agradezco por su amor y sacrificio siendo el motor impulsor para perseguir mis sueños. También dedico este trabajo a mis compañeros de estudio, que fueron el pilar fundamental en este viaje, brindándome su aliento y motivación en cada paso del camino. A cada uno de mis profesores principalmente a mi tutor por la paciencia que tuvieron conmigo y dedicación y a mis hijos q tienen un lugar especial, sin todos ustedes, este logro no habría sido posible."

Agradecimientos:

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido a la realización de esta tesina. En primer lugar, agradezco a mi tutor Raúl Oriel Palmero Berberena, por su invaluable apoyo, orientación y dedicación a lo largo de este proceso. Su conocimiento y entusiasmo han sido una fuente constante, también a los profesores Neldis Cordero Fernández y Andrés Martínez Rodríguez dedicando su tiempo y empeño para guiarnos en nuestro trabajo

Agradezco también a mis compañeros de investigación y estudios, por las discusiones enriquecedoras y el ambiente de colaboración que hemos creado juntos. Su apoyo ha sido fundamental para superar los desafíos que se presentaron.

No puedo olvidar a mi familia, quienes me han brindado su amor y comprensión en cada paso de este camino. Gracias por ser mi pilar y por creer en mí.

Mi último agradecimiento, pero no menos importante es para todas las personas q de una forma u otra pertenecen a esta universidad, (Carlos Rafael Rodríguez), por proporcionar los recursos y el espacio necesarios para llevar a cabo esta investigación.

A todos ustedes, ¡gracias!

RESUMEN

La correcta planificación del proceso de comercialización es uno de los principales elementos para las empresas exportadoras, de ahí que el presente trabajo tenga como objetivo proponer un procedimiento documentado, según los requisitos establecidos por la familia de normas ISO 9000, para la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos. Para ello se tomó de referencia la metodología propuesta por la NC ISO 10013/2021. El procedimiento diseñado facilitó el establecimiento de las normas generales y los procedimientos técnicos, metodológicos y de organización del proceso de exportación de Ají Chile Habanero, según los requerimientos de los clientes y demás partes interesadas. Como parte de la investigación, también se realizó un análisis del funcionamiento de la entidad con énfasis en el proceso de comercialización.

Palabras claves: Comercialización, Exportación, Procedimiento, Sistema de Gestión de la Calidad, Ají Chile Habanero.

ABSTRACT:

Correct planning of the marketing process is one of the main elements for exporting companies. Therefore, the objective of this work is to propose a documented procedure, according to the requirements established by the ISO 9000 family of standards, for the export of Habanero Chili Peppers at the Cienfuegos Collection Company. For this purpose, the methodology proposed by ISO 10013/2021 was taken as a reference. The designed procedure facilitated the establishment of general standards and technical, methodological, and organizational procedures for the Habanero Chili Pepper export process, according to the requirements of clients and other interested parties. As part of the research, an analysis of the entity's operations was also carried out with emphasis on the marketing process.

Keywords:

Marketing, Export, Procedure, Habanero Chili Peppers

ÍNDICE

	Página
Resumen.....	
.....	
Índice.....	
.....	
Introducción.....	1
.....	
Capítulo I. Propuesta metodológica para el diseño de un procedimiento documentado	4
.....	
1.1 Consideraciones teóricas sobre el comercio internacional.....	4
1.1.1 Características del comercio internacional	5
.....	
1.2 El Comercio Internacional del Ají Chile Habanero	8
.....	
1.3 Caracterización de la empresa Acopio Cienfuegos	9
.....	
1.4 Descripción de la metodología propuesta por la NC 10013/2021 para documentar procedimientos de los SGC	11
.....	
Conclusiones del capítulo	15
.....	
Capítulo II. Diseño de un procedimiento para la exportación de ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos	16
.....	
2.1 Procedimiento documentado para el para la exportación de Ají Chile Habanero en la empresa acopio Cienfuegos	16
.....	
Conclusiones del capítulo	21
.....	
Conclusiones.....	22
.....	
Recomendaciones.....	22
.....	
Bibliografía.....	23
.....	
Anexos	

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El comercio es tan antiguo como la civilización humana, y su origen estuvo estrechamente relacionado con la agricultura. No ha habido época en la historia de la humanidad en la que esta actividad no haya estado presente, en mayor o menor medida. Actualmente, el comercio de productos agropecuarios constituye una parte importante de la actividad económica general en muchos países y desempeña un papel fundamental en la producción nacional de alimentos y en la generación de empleos. Sobre el tema la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2022) plantea que:

El sistema de comercio desempeña asimismo un papel muy importante en la seguridad alimentaria mundial, al garantizar, por ejemplo, que los mercados mundiales podrán cubrir el déficit temporal o prolongado de productos alimenticios ocasionados por adversas condiciones climáticas y de otro tipo. (p.1)

Dentro de los productos agropecuarios destacan los denominados “productos frescos”, por su alta demanda durante todo el año. Esta demanda tiene un incremento sostenido a medida que las personas y las instituciones priorizan la nutrición y los alimentos cultivados localmente. Pero los procesos de globalización e interconexión de las economías a nivel mundial hacen que la demanda de los diferentes tipos de mercancías traspase las fronteras. Actualmente los gustos de los consumidores se han diversificado considerablemente, lo que ha generado un creciente comercio internacional de productos frescos. Cuba no escapa a esta realidad. Sus fértiles tierras y su tradición agrícola la convierten en un país con muchas potencialidades para participar de este negocio. Uno de los cambios fundamentales asumidos por el modelo económico cubano, en los últimos años, es la diversificación de las exportaciones; y en este contexto un producto ha sobresalido por su aceptación en el mercado internacional, es el caso del Ají Chile Habanero.

La industria mundial del Ají Chile Habanero crece constantemente, impulsada por la creciente demanda de platos picantes y deliciosos de diversas cocinas. Según el portal Sphericalinsights.com (2025), para 2025, se prevé que la demanda de chile se dispare, impulsada por factores como los cambios en los hábitos alimenticios, el aumento de la renta disponible y la creciente popularidad de los condimentos y las comidas procesadas a base de chile. El consumo de chile es especialmente frecuente en zonas donde la cocina picante tiene importancia cultural, como Asia, Latinoamérica y algunas partes de África. Sin embargo, los mercados en expansión de Europa y Norteamérica también muestran un aumento

INTRODUCCIÓN

en la demanda de productos con Chile, debido a las tendencias en la globalización de los gustos culinarios y la expansión de la industria alimentaria étnica.

Situación problemática

La Empresa de Acopio de Cienfuegos obtuvo la facultad para realizar Comercio Exterior en 2021 y desde entonces los productos frescos como el Ají Chile Habanero, la guayaba, el mamey, la piña y el aguacate se han posicionado como uno de sus principales rubros exportables. Se trata de productos de alta demanda en diversos mercados que han ganado, cada vez más espacio por las dinámicas gastronómicas que se trasladan entre países que tienen migraciones con costumbres alimentarias que privilegian estos productos. De todos los productos que exporta la entidad objeto de estudio, el Ají Chile Habanero es que el presenta mayor demanda y permanencia en el mercado.

Los cuerpos legales vigentes en Cuba relacionados con la actividad de exportación, están dispersos y no aluden al proceso comercial sino tangencialmente. Es por ello que, a pesar de la demanda creciente del Ají Chile Habanero, no siempre las partes interesadas en el proceso de exportación dominan todas las regulaciones y pasos establecidos. Del mismo modo la Empresa Acopio Cienfuegos no cuenta con procedimientos estandarizados para esta actividad. Esta situación provoca que con frecuencia se omitan pasos importantes, lo que ha generado señalamientos por partes de las autoridades competentes e insatisfacción en los clientes.

A la situación descrita se une el hecho de que la Empresa de Acopio Cienfuegos labora en la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), por tanto se requiere de procedimientos que cumplan con las exigencias de la familia de normas ISO 9000.

Problema de investigación

¿Cómo contribuir a la mejora del proceso de exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos?

Idea a defender

La propuesta de un procedimiento documentado, según los requisitos establecidos por la familia de normas ISO 9000, contribuirá a mejorar del proceso de exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos.

INTRODUCCIÓN

Objetivo general:

- Proponer un procedimiento documentado, según los requisitos establecidos por la familia de normas ISO 9000, para la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos.

Objetivos específicos

1. Caracterizar el proceso de exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos.
2. Diseñar un procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos.

Metodología utilizada:

Para el desarrollo de la investigación se emplean métodos y técnicas que le aportan el rigor necesario para fundamentar las cuestiones de la exportación del Ají Chile Habanero dadas por normativas básicas

Se combina una serie de técnicas y herramientas que facilitan la obtención de datos para el análisis del objeto de estudio, asimismo se consulta una amplia bibliografía nacional e internacional que constituye la base para su desarrollo. A continuación, se describe los seleccionados:

Se combina una serie de técnicas y herramientas que facilitan la obtención de datos para el análisis del objeto de estudio, asimismo se consulta una amplia bibliografía nacional e internacional que constituye la base para su desarrollo. A continuación, se describen los seleccionados:

Teóricos:

1. Histórico-lógico: Permitió conocer la evolución y desarrollo del fenómeno objeto de estudio, así como, establecer las tendencias y regularidades en cuanto a la estrategia a seguir.
2. Análisis y síntesis: Se hace una revisión y búsqueda de información, condujo a la selección de los aspectos significativos que conformaron el cuerpo del informe final de la investigación.
3. Inducción-Deducción: Se utilizó en aquellos aspectos que permitieron a partir de conceptos generales, formular los específicos con los cuales se desarrolló la estrategia de trabajo de la investiga

Empíricos:

1. Análisis documental: Contempla la revisión de informes y bibliografía en general y facilitó el desarrollo del diagnóstico actual de la Empresa Acopio Cienfuegos.

INTRODUCCIÓN

2. Método estadístico: En el análisis de la información, para comprobar la existencia de regularidades mediante la comparación de opiniones y resultados alcanzados con la aplicación de los instrumentos

Estructura de la investigación

En el Capítulo I se definen las principales consideraciones teóricas sobre el comercio internacional, con énfasis en la comercialización de Ají Chile Habanero. También se realiza una caracterización de la entidad objeto de estudios y se realiza una descripción de la metodología propuesta por la NC 10013/2021, para documentar procedimientos de los Sistemas de Gestión de la Calidad. El Capítulo II contiene los resultados prácticos de la investigación, mediante la aplicación de la metodología expuesta en el capítulo precedente. En cada apartado se mencionan las técnicas de investigación empleadas para obtener la información que se presenta. El trabajo finaliza con un conjunto de conclusiones y recomendaciones en función de los objetivos definidos. También se incluyen las referencias de la bibliografía consultada, así como los anexos que complementan los resultados de la investigación.

CAPÍTULO I. PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO DOCUMENTADO

En el presente capítulo se desarrollan las principales consideraciones teóricas relacionadas con el comercio internacional y la comercialización del Ají Chile Habanero. También se realiza una caracterización de la entidad objeto de estudio y se describe la metodología propuesta por la NC 10013/2021 para documentar procedimientos de los SGC, la cual servirá de base para dar cumplimiento a los objetivos de la presente investigación.

1.1 Consideraciones teóricas sobre el comercio internacional

A criterio del autor Ramos (2023) el comercio exterior, también conocido como comercio internacional, se refiere al intercambio de bienes y servicios entre diferentes países. Agrega el autor de referencia que este tipo de comercio es fundamental para las economías abiertas, ya que permite a los países obtener productos que no producen internamente a cambio de aquellos que sí producen en abundancia. Implica tanto a las importaciones como a las exportaciones. Las importaciones son bienes y servicios que un país introduce desde el extranjero, mientras que las exportaciones son aquellos que se venden a otros países. Este intercambio puede incluir una variedad de productos, desde bienes de consumo como ropa y electrónicos, hasta materias primas y servicios como turismo y consultoría.

Durante las últimas décadas el comercio internacional sufrió grandes cambios estructurales producto de la revolución tecnológica, la creciente importancia del sector de servicios dentro de la economía y el fortalecimiento de los vínculos entre este factor y el comercio, y la tecnología e inversión. Aunado a estos factores, se encuentra el creciente interés de los países en desarrollo en participar en el comercio internacional y el resurgimiento de suscribir acuerdos que integren las economías nacionales en economías supranacionales integradas o globalizadas, con la finalidad de establecer grandes bloques económicos a fin de lograr mejores y mayores ventajas competitivas.

Por otro lado Águila & Díaz (2022) afirman que el comercio exterior ha evolucionado a través de los tiempos, y con ello las nuevas formas de hacer negocios internacionales. Los constantes cambios socio-económicos y políticos indican que ninguna economía está fuera de este proceso evolutivo del comercio. Sin embargo, su participación debe mantener un adecuado equilibrio entre las políticas proteccionistas y liberales de manera que los participantes alcancen los mayores beneficios del intercambio comercial.

1.1.1 Características del comercio internacional

En la actualidad la mayoría de los países han abierto su economía al comercio internacional. Existen acuerdos entre países que les permiten realizar transacciones entre ellos, así como el intercambio de distintos bienes y servicios. Gracias a estos intercambios o entradas y salidas de mercancía se genera un flujo de divisas. Las Aduanas se encargan de controlar la entrada y salida de bienes en la frontera, así como de la aplicación de impuestos o tasas que están impuestos por la ley. Además, este organismo público verifica el cumplimiento de las normativas. Para el autor Ramos (2023) el objetivo principal del comercio internacional es obtener una ventaja en la oferta de una determinada empresa con respecto al resto de competidores, aprovechando las eficiencias derivadas de la especialización y la experiencia para ofrecer un mejor producto o servicio en términos de calidad y precio.

Existe coincidencia en la bibliografía consultada al señalar que para facilitar el intercambio de bienes y servicios fuera de la frontera entre diferentes países, estos deben suscribirse a convenios que les ayuden a agilizar los procesos de intercambio y es muy común que se afilien a organismos relacionados con el comercio exterior como es el caso de:

- Organización Mundial del Comercio (OMC) que establece las normas que rigen el comercio entre países
- Organización Mundial de Aduanas (OMA) mejora la eficacia de las administraciones aduaneras de los países que forman parte de ella.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) resuelve problemas económicos y sociales ayudando a incrementar el nivel de esperanza de vida. Mantiene la estabilidad financiera y contribuye al desarrollo de la economía mundial, así como a la expansión del comercio mundial.
- Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) es la única agrupación intergubernamental relevante en el mundo que opera sobre la base de la no obligatoriedad de sus decisiones.
- Otros organismos importantes incluyen el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), y la Organización Mundial de la Salud (OMS)

El comercio exterior es un componente clave de la economía global, y su dinámica se ve influenciada por diversos países, regiones y rutas comerciales. Según Ramos (2023) los principales países en el Comercio Exterior son:

CAPÍTULO I

- Estados Unidos: Es uno de los mayores importadores y exportadores del mundo, con un comercio diversificado que incluye tecnología, maquinaria, productos agrícolas y servicios.
- China: Conocido como "la fábrica del mundo", China es el principal exportador global, enviando productos manufacturados a diversas regiones, especialmente a América del Norte y Europa.
- Alemania: Destaca en la exportación de maquinaria, vehículos y productos químicos, siendo un líder en la Unión Europea.
- Japón: Famoso por su tecnología avanzada, Japón es un importante exportador de automóviles y electrónica.
- Países Bajos: Actúa como un *hubo* logístico en Europa, facilita el comercio entre diferentes países gracias a su infraestructura avanzada y políticas comerciales favorables.

Los tiempos actuales en el comercio exterior están moldeando el panorama global y presentan tanto oportunidades como desafíos para las empresas y países. En un estudio realizado por la OMC, referenciado en el portal de la Escuela Europea de Dirección y Empresa (2025), se han identificado las tendencias principales que se anticipan hasta el año 2030:

- Digitalización y Comercio Electrónico: La digitalización sigue siendo una fuerza transformadora en el comercio internacional. La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción del comercio electrónico, y se espera que continúe su crecimiento. Las plataformas en línea, los pagos digitales y la logística automatizada son claves para la expansión de mercados internacionales,
- Sostenibilidad y Comercio Verde: Las preocupaciones sobre el cambio climático han impulsado el crecimiento del comercio sostenible. Los consumidores buscan productos fabricados de manera responsable y con un menor impacto ambiental. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles pueden obtener ventajas competitivas, y se prevé que los acuerdos comerciales que priorizan la sostenibilidad se vuelvan más comunes.
- Geopolítica y Nuevas Alianzas Comerciales: Las tensiones geopolíticas están influyendo en el comercio internacional, llevando a la formación de nuevas alianzas comerciales. Estos acuerdos bilaterales y regionales están ganando importancia en un contexto de debilitamiento del multilateralismo, lo que requiere que las empresas se adapten a cambios en regulaciones y aranceles.
- Inteligencia Artificial y Automatización: La inteligencia artificial y la automatización están revolucionando las cadenas de suministro y la logística. Estas tecnologías mejoran la eficiencia operativa y reducen

costos, aunque también plantean desafíos relacionados con la pérdida de empleos y la necesidad de habilidades tecnológicas en la fuerza laboral.

- Regulaciones Aduaneras y Digitalización de Trámites: A medida que el comercio internacional se vuelve más complejo, las regulaciones aduaneras están evolucionando. La digitalización de los trámites aduaneros busca agilizar el flujo de mercancías a través de las fronteras, aunque la armonización de regulaciones entre países sigue siendo un desafío.

Las normativas y regulaciones del comercio exterior son esenciales para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre países, ya que aseguran que se cumplan ciertos estándares y procedimientos. Algunas de sus principales normativas, referenciadas por Ramos (2023), son:

- Organización Mundial del Comercio (OMC): Establece normas multilaterales que buscan promover la libre circulación de bienes y servicios. Entre sus principios destacan la no discriminación y el trato nacional.
- Reglamentos de la Unión Europea (UE): La UE tiene su propio conjunto de regulaciones para el comercio exterior, incluyendo el Reglamento (UE) 2021/821, que establece un régimen de control de exportaciones de productos de doble uso.
- Tratados de Libre Comercio (TLC): Acuerdos como el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) establecen reglas específicas para el comercio entre estos países, incluyendo disposiciones sobre acceso a mercados y protección de la propiedad intelectual.
- Normas Sanitarias y Fitosanitarias: Estas regulaciones aseguran que los productos importados cumplan con los estándares de salud y seguridad del país importador.
- Incoterms: Son términos comerciales internacionales que definen las responsabilidades de compradores y vendedores en el proceso de entrega de mercancías.

Se puede resumir que la importancia actual del comercio exterior está en impulsar el crecimiento económico y el desarrollo de los países, permitir a las empresas expandir su alcance más allá de las fronteras nacionales, además de acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio. Brinda, además, la posibilidad de crecer, diversificar sus ingresos y aprovechar economías de escala. Al permitir que los países se especialicen en la producción de bienes y servicios en los que tienen ventajas comparativas, el comercio exterior aumenta la productividad y genera eficiencias. Esto se traduce en productos más competitivos y precios más bajos para los consumidores. La competencia generada por el comercio exterior estimula la innovación y la mejora continua de productos y servicios. Además, facilita la transferencia de conocimientos y buenas prácticas entre países,

impulsando el desarrollo de nuevas tecnologías. Al ampliar los mercados y las oportunidades de negocio, el comercio exterior promueve la diversificación económica. Esto reduce la dependencia de sectores específicos y contribuye a la estabilidad económica al disminuir la exposición a shocks localizados.

La autora de esta investigación considera que el comercio exterior es crucial en la actualidad porque facilita el crecimiento económico, la innovación, la diversificación y el acceso a recursos y mercados globales. A medida que la economía mundial se vuelve cada vez más interconectada, la capacidad de participar efectivamente en el comercio internacional será un factor clave para el éxito de los países en el siglo XXI.

1.2 El Comercio Internacional del Ají Chile Habanero

La industria mundial del chile crece constantemente, impulsada por la creciente demanda de platos picantes de diversas cocinas, en el Anexo 1.1 se muestra una caracterización general del producto según la compilación realizada por González (2024). Para 2025, según el portal Perica Insights (2025), se prevé que la demanda de chile se incremente, impulsada por factores como los cambios en los hábitos alimenticios, el aumento de la renta disponible y la creciente popularidad de los condimentos y las comidas procesadas a base de chile. El consumo de chile es especialmente frecuente en zonas donde la cocina picante tiene importancia cultural, como Asia, Latinoamérica y algunas partes de África. Sin embargo, los mercados en expansión de Europa y Norteamérica también muestran un aumento en la demanda de productos con chile, debido a las tendencias en la globalización de los gustos culinarios y la expansión de la industria alimentaria étnica. A continuación se listan los países mayores consumidores de chile en el mundo

- India
- México
- Tailandia
- Indonesia
- Estados Unidos
- Corea del Sur
- Vietnam
- Brasil

Los cambios en los gustos de los consumidores, así como la creciente popularidad de las cocinas picantes como la india, la tailandesa, la mexicana y la coreana, impulsan la demanda mundial de chile. A medida que los viajes internacionales y la cultura gastronómica digital introducen nuevas sensaciones en la vida de las personas, crece la preferencia por las comidas con chile. Para adaptarse a los nuevos gustos de los consumidores, los restaurantes de comida rápida, los

puestos callejeros de comida y las empresas de alimentos envasados han integrado el chile en sus ofertas. Además, el creciente impacto de las influencias culinarias y las tendencias en redes sociales que presentan retos de comida picante han contribuido a un aumento en la demanda mundial de chile.

El rápido crecimiento de la industria alimentaria, así como el auge del sector minorista, ha impulsado un mayor consumo de chile. El chile es un ingrediente común en salsas, condimentos, y platos preparados, lo que lo convierte en un producto básico en la producción de alimentos procesados. La proliferación de supermercados, tiendas de comestibles en línea y plataformas de comercio electrónico ha aumentado la accesibilidad, permitiendo a los consumidores obtener fácilmente una amplia gama de productos a base de chile. Además, las innovaciones en el almacenamiento en frío y la logística de la cadena de suministro han mejorado la distribución de chiles frescos y secos en los mercados mundiales, lo que garantiza la disponibilidad durante todo el año.

Señala el portal Spherical Insights (2025) que los principales países exportadores en el año 2024, según cifras de Trade Map, fueron: España (718 531 t), México (1 114 502 t), Países Bajos (418 478 t), Estados Unidos de América (131 518 t). El análisis realizado por el portal de referencia permite concluir que los principales países en su condición de país exportador y re-exportador de Ají picante son: Estados Unidos de América, Francia, España y Canadá. Las exportaciones mundiales alcanzaron la cifra de 3 765 865 toneladas, con un valor de 7 545 696 USD. La tasa de crecimiento anual en valores durante 2019-2024 fue del 5% y 2% en cantidad, mientras que la tasa de crecimiento anual aumentó un 15%. Los principales países importadores fueron Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Canadá.

Según datos del Trade Map en el 2024 Cuba exportó 72 toneladas de esta partida arancelaria por un valor de 310 000 USD. Los mercados principales de Cuba son: Francia, Canadá y Países Bajos. Debe tenerse muy presente, que durante los meses de verano estos países se autoabastecen y exportan sus excedentes. El Polo Exportador de Acopio Cienfuegos exportó, en 2024, 17.8 toneladas de Ají Chile a Mercados de Canadá, Francia y Reino Unido, principalmente; por un valor de 38 000 USD.

1.3 Caracterización de la empresa Acopio Cienfuegos

Según, consta en su archivo legal, la Empresa de Acopio de Cienfuegos fue creada mediante la Resolución No 718 del 17 de septiembre de 1988 por el ministro de la Agricultura, subordinada a la Unión Nacional de Acopio, en la actualidad Grupo Empresarial de Acopio. Su Objeto Social autoriza a comercializar productos agrícolas, ganado menor y carbón vegetal. La entidad tiene la Misión de contribuir, a través del acopio y la comercialización de productos agropecuarios y

CAPÍTULO I

forestales, a la satisfacción de la demanda, con eficiencia y eficacia, teniendo como destino: exportaciones, ventas en fronteras, sustitución de importaciones, industria, consumo social, ventas mayoristas y minoristas en la red de Mercados Agropecuarios. Por su parte la Visión prevé posicionar a Acopio Cienfuegos como empresa moderna y eficiente, reconocida en el mercado internacional, el turismo, la industria nacional y el consumo social por los altos estándares de calidad que alcanza en la comercialización mayorista y minorista de un variado surtido de producciones agropecuarias y forestales. Entre los principales cambios que se plantea la Empresa Acopio Cienfuegos para integrarse al nuevo Modelo de Gestión Empresarial están:

- Incremento y diversificación de las exportaciones.
- Nuevas formas de administración de locales, donde se incorporan dos nuevas modalidades en la administración: los mercados agropecuarios y arrendamiento a formas de gestión no estatal.
- La introducción de tecnologías para cierre de ciclos productivos con envases y empacados que permite ofertar productos de alta gama y de exportación.
- Comercio electrónico a través de canal *online* para mercados mayoristas y minoristas.

Actualmente la empresa se encuentra en un proceso de análisis con el objetivo de mejorar la satisfacción de las demandas de alimentos provenientes directamente del campo, a la vez que se persigue la necesaria soberanía alimentaria aspirada como meta para el país. Se realizan esfuerzos para potenciar la sustitución de importaciones y la generación de nuevos rubros exportables, además de los indicadores transversales de generación de empleos, protección de indicadores de género, medioambientales. También se trabaja en función de fortalecer la visión y figura de Acopio como comercializador mayorista, más que minorista de la provincia. Todo ello exige elevar las competencias internas para una mejor planificación, ejecución y control de la concertación de la demanda con productores locales, la dotación tecnológica para dar valor agregado a estas producciones y nuevos canales de comercialización de las mismas. Estos nuevos procesos requieren de innovación, investigación y ciencias para asegurar una gestión eficiente y eficaz de los procesos. Para dar respuesta a estos requerimientos la entidad se trazó como objetivo el diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad según las normas ISO 9000.

Para atender la actividad de Comercio Exterior la empresa Acopio Cienfuegos creó en octubre de 2023 la UEB Polo Import Export. La entidad tiene la siguiente plantilla aprobada:

- 1 especialista APROBADO en Compra Venta Internacional.
- 3 especialistas como Aspirantes en Compra Venta Internacional

- 1 especialista en Inteligencia Comercial.
- 2 especialistas en finanzas internacionales
- 1 Apoderado de aduana.
- 1 Asesora Jurídica (Contratada)

Se cuenta con una Cartera de Clientes y Proveedores que incluye 64 empresas extranjeras. Existe un total de 36 contratos registrados y firmados, de ellos son 9 sin iniciativa y 27 con iniciativa contractual. La estrategia de exportación vigente está concebida con productos como: Carbón vegetal, ají chile habanero, aguacate, boniato, piña, mamey y otros en los que se trabaja en la actualidad como es el caso del pepino, ají pimiento, lima persa, rábano, coco y berenjena.

1.4 Descripción de la metodología propuesta por la NC 10013/2021 para documentar procedimientos de los SGC

Los SGC, según las regulaciones establecidas por las normas internacionales de la familia ISO 9000, requieren que sus procedimientos estén documentados. Para ello el Comité Técnico de Normalización NC/ CTN 56 de Gestión de la Calidad y Aseguramiento de la calidad preparó la NC 10013/2021 “Sistemas de gestión de la calidad — orientación para la información documentada”. Esta norma proporciona directrices para el desarrollo y mantenimiento de la documentación necesaria para asegurar un SGC eficaz, adaptado a las necesidades específicas de la organización. Además esta norma puede ser utilizada para documentar otros sistemas de gestión diferentes al de la familia ISO 9000, por ejemplo los sistemas de gestión ambiental y los de gestión de la seguridad.

Una organización tiene flexibilidad en la manera en que selecciona la documentación de su SGC. Cada organización individual debe desarrollar la cantidad de documentación que necesite para demostrar la eficacia de la planificación, operación, control y mejora continua de su sistema de gestión de la calidad y de sus procesos. La documentación del SGC puede relacionarse con las actividades totales de una organización o con una parte seleccionada de esas actividades; por ejemplo, los requisitos especificados que dependen de la naturaleza de los productos, procesos, requisitos contractuales, reglamentaciones gubernamentales o de la propia organización.

La NC 10013/2021 establece que la estructura y formato de los procedimientos documentados (en papel o medios electrónicos) estarán definidos de las siguientes maneras: texto, diagramas de flujo, tablas, una combinación de éstas, o por cualquier otro método adecuado de acuerdo con las necesidades de la organización. Los procedimientos, según la norma de referencia, deben contener la información necesaria y cada uno de ellos una identificación única, es decir un código propio. También los procedimientos documentados deben hacer referencia a Instrucciones de trabajo que definan cómo se desarrolla una actividad y los

CAPÍTULO I

mismos generalmente describen actividades que competen a funciones diferentes, mientras las instrucciones de trabajo se aplican a las tareas dentro de una función. Dentro del boletín se define claramente la estructura del procedimiento como sigue:

- El título: Para identificar claramente el procedimiento documentado.
- El propósito de los procedimientos documentados: El propósito debe estar bien definido.
- Referencias normativas: Hace referencias a las principales normas aplicables a al proceso que se describe.
- El alcance: Se debe describir el alcance del procedimiento documentado, se incluyen las áreas que cubre y las que no.
- Término y definiciones: Resulta necesario incluir las principales definiciones relacionadas con el proceso para facilitar la comprensión de este por parte de todas las partes interesadas¹.
- Responsabilidad y autoridad: Se establecen la responsabilidad y autoridad de las funciones del personal y/o de la organización, así como sus interrelaciones asociadas con los procesos y las actividades descritas en el procedimiento. Para mayor claridad, estas pueden ser descritas en el procedimiento en forma de diagramas de flujo y textos descriptivos, según sea apropiado.
- Descripción de actividades: Se explica que el nivel de detalle varía en dependencia de la complejidad de las actividades, métodos utilizados, nivel de habilidades y formación necesario para que el personal logre llevar a cabo las actividades. Independientemente del nivel de detalle, los aspectos que a continuación se relacionan deberían considerarse cuando sean aplicables:
 - Definición de las necesidades de la organización, sus clientes y proveedores.
 - Descripción de los procesos mediante texto y/o diagramas de flujo relacionados con las actividades requeridas.
 - Establecimiento de qué debe hacerse, por quién o por qué función de la organización; por qué, cuándo, dónde y cómo.
 - Descripción de los controles del proceso y de las actividades identificadas.
 - Definición de los recursos necesarios para el logro de las actividades (en términos de personal, formación, equipos y materiales).

¹ Clientes, proveedores, trabajadores, propietario, organismos de control y sociedad en general.

CAPÍTULO I

- Definición de la documentación apropiada relacionada con las actividades requeridas.
- Definición de los elementos de entrada y resultados del proceso.
- Definición de las mediciones a tomar.

Los aspectos previstos por la norma para ser incluidos en el procedimiento tienen una complejidad diversa. Algunos son tan sencillos como definir un título, mientras otras generan complejidades tales como la definición de las actividades que integran el proceso y los controles necesarios para darle seguimiento al proceso. Por tanto se considera oportuno asumir la propuesta de Espino (2014) de crear un equipo de trabajo para que documente el proceso objeto de estudio, en este caso la exportación de Ají Chile Habanero. El equipo de trabajo debe estar integrado por especialistas² de las distintas áreas relacionadas con el proceso que se pretende documentar. En todos los casos se considerará la calificación y experiencia que tengan los candidatos y la voluntad para participar de la investigación. El número de integrantes debe ser impar para tomar decisiones por mayoría, si se presenta algún tema polémico. En este caso se propone escoger 5 Especialistas.

Un aspecto importante, para lograr los objetivos de la investigación, lo es la definición de las técnicas y herramientas a aplicar para recopilar, procesar y presentar la información necesaria para documentar el proceso. Este aspecto queda definido en la siguiente tabla.

Tabla 1.1 Técnicas y herramientas a aplicar para recopilar, procesar y presentar la información

No	Aspecto a documentar según la NC 10013/2021	Técnica o herramienta a emplear
1	Título	Consulta a Especialistas
2	Objetivo	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos y Consulta a Especialistas
3	Nivel de acceso	Consulta de documentos
4	Alcance	Consulta de documentos
5	Referencias normativas	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos y Consulta a Especialistas
6	Término y definiciones	Consulta de documentos
7	Responsabilidad y autoridad	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos y Consulta a Especialistas
8	Descripción de actividades	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos, Observación participativa y

² Estos especialistas pueden ser obreros, técnicos o dirigentes que participan de manera directa o indirecta del proceso de Comercialización.

CAPÍTULO I

		Consulta a Especialistas. Con la información resultante se elaborará un diagrama de flujos.
9	Especificaciones de calidad	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos, Observación participativa y Consulta a Especialistas. Con la información resultante se elaborará una matriz de riesgos.
9	Registros	Entrevista no estructurada, Consulta de documentos y Consulta a Especialistas

Fuente: Elaboración propia

Según plantea la norma de referencia la organización puede decidir que algunos de los aspectos anteriores sea más apropiado incluirlos en una instrucción de trabajo. Los registros relacionados con las actividades descritas en el procedimiento documentado deben definirse en esta sección del procedimiento o en otra u otras secciones relacionadas. Los formularios que se utilicen para estos registros deben estar identificados. Debe estar establecido el método requerido para completar, archivar y conservar los registros. Este aspecto reviste una gran importancia ya que garantiza la trazabilidad del proceso.

Los anexos deben contener información de apoyo al procedimiento documentado, tales como tablas, gráficos, diagramas de flujo y formularios. Antes de la emisión, los procedimientos como todo documento relativo al SGC deben ser revisados por el personal autorizado para asegurar la claridad, exactitud, adecuación y estructura apropiada. Los usuarios de los documentos también deben tener la oportunidad de evaluar y comentar sobre la facilidad de uso de los documentos y sobre si los mismos reflejan las prácticas reales. La liberación de los documentos debe ser aprobada por la dirección responsable de su implementación. Cada copia debe tener evidencia de esta autorización de su liberación y tiene que conservarse evidencia de la aprobación de los documentos.

Destaca la NC ISO 10013/2021 que la documentación del SGC debe ser desarrollada por aquellas personas involucradas en los procesos y actividades. Esto conducirá a un mejor entendimiento de los requisitos necesarios y proporciona al personal un sentido de compromiso y propiedad. La revisión y utilización de los documentos y referencias existentes pueden reducir significativamente el tiempo para desarrollar la documentación del SGC. Sirve además de ayuda para identificar aquellas áreas donde las insuficiencias del SGC necesitan ser consideradas y corregidas.

Considera el autor Espino (2014) que la complejidad que tiene la elaboración de un procedimiento según los parámetros descritos hace recomendable la creación

CAPÍTULO I

de un grupo de trabajo integrado por especialistas relacionados con el proceso que se describe.

Conclusiones del capítulo

1. El comercio exterior impulsa el crecimiento económico y el desarrollo de los países al permitir a las empresas expandir su alcance más allá de las fronteras nacionales mediante el acceso a nuevos mercados y genera nuevas oportunidades de negocio.
2. La Empresa Acopio Cienfuegos enfrenta el reto de cumplir con los estándares establecidos para el comercio exterior para satisfacer las exigencias de los clientes extranjeros.
3. La metodología propuesta por la NC ISO 10013: 2021 para documentar procedimientos de los SGC resulta la más adecuada a las características y necesidades de la de entidad objeto de estudio.

CAPÍTULO II. DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO PARA LA EXPORTACIÓN DE AJÍ CHILE HABANERO EN LA EMPRESA ACOPIO CIENFUEGOS

En este capítulo se desarrolla la metodología expuesta en el capítulo precedente para diseñar el procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero en la entidad objeto de estudio. En cada apartado se mencionan las técnicas de investigación empleadas para obtener la información que se presenta. El capítulo concluye con una breve explicación de los resultados alcanzados por la aplicación del procedimiento elaborado como parte de la presente investigación.

3.1 Procedimiento documentado para el para la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos

A continuación se desarrollan cada uno de los apartados propuestos por la NC ISO 10013: 2021 para documentar procedimiento. A partir de la descripción realizada en el epígrafe 1.3 se decidió formar un equipo de trabajo integrado por los siguientes especialistas:

Tabla 2.1. Equipo de trabajo

	Labor que desempeña	Experiencia en el cargo
1	Director UEB Polo Import Export	5 años
2	Especialista en Comercio Exterior	5 años
3	Especialista en Comercio Exterior	3 años
4	Especialista en Inteligencia Comercial	2 años
5	Especialista en Gestión de la Calidad	3 años

Fuente: Elaboración propia

Título

Sobre la base del consenso alcanzado en las entrevistas realizadas al Equipo de trabajo (Especialistas) se decidió el siguiente título: “Procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero”.

Objetivo

A partir de los criterios emitidos por los directivos y especialistas en las entrevistas realizadas se definió como objetivo el siguiente objetivo:

- Establecer las normas generales y los procedimientos técnicos, metodológicos y de organización del proceso de exportación de Ají Chile Habanero.

Como objetivos complementarios se definen los siguientes:

CAPÍTULO II

- Mejorar la eficiencia en el cultivo y beneficio de Ají Chile Habanero.
- Incentivar el encadenamiento productivo entre las partes interesadas en el proceso de exportación del Ají Chile Habanero.

Nivel de acceso

Según el criterio de los Especialista se otorga acceso de **SOLO LECTURA** a todo el personal de la Empresa que lo requiera para su consulta. En el caso de las modificaciones se autoriza a los Especialistas Comerciales y de Calidad de la Empresa y la UEB Polo Import Export.

Alcance

Para definir el alcance del procedimiento se acudió a la consulta de los siguientes documentos:

- Organigrama de la entidad
- Contratos con clientes
- Documentos normativos de los Ministerios de la Agricultura y la Industria Alimentaria

Como resultado quedó definido el siguiente alcance:

- El presente procedimiento es aplicable a la UEB Polo Import/Export de la Empresa Acopio Cienfuegos.

Referencias normativas

Mediante la consulta de documentos y la entrevista al Equipo de trabajo se determinó que las principales referencias normativas para el buen desempeño del proceso son:

- NC-ISO 9000: 2015 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario.
- NC-ISO 9001: 2015 Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos.
- NC ISO 10013: 2021 Sistemas de gestión de la calidad — Orientación para la información documentada.
- NC 143: 2021. Código de Prácticas. Principios Generales de Higiene de los Alimentos. (ONN).
- NC 1131: 2016. Ají Picante. Especificaciones.
- NC 843: 2011. Frutas y vegetales frescos. Términos y definiciones.
- Resolución No. 30/2018. Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. Procedimiento para el control del cumplimiento de las regulaciones técnicas en los productos de importación y exportación.
- Resolución No. 220/2022. Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. "Metodología general para realizar las operaciones de comercio exterior de mercancías."

CAPÍTULO II

Término y definiciones

Según la consulta de documentos realizada los términos y definiciones propios del proceso de Exportación de Ají Chile Habanero y de uso más frecuente en la entidad son los siguientes:

- Comercialización: Conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.
- Exportación: Conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización.
- Incoterm: (International Comercial TERMS) regulan los costos, los riesgos, las obligaciones de las partes que participan del comercio internacional y el punto de entrega de la mercancía.
- Procedimiento documentado: Conjunto de actividades encaminadas a la planeación, generación y valoración de los documentos de la entidad, en cumplimiento con el contexto administrativo, legal, funcional y técnico.
- Productos frescos: Productos agropecuarios perecederos.
- Representante aduanal: Funcionario encargado de realizar los trámites establecidos por la Aduana General de la República, generalmente pertenece a una Agencia Transitaria.
- Agencia Transitaria: Entidad encargada de procesar las exportaciones en puertos y aeropuertos
- También se consideran aplicables los términos y definiciones establecidos en la NC 843: 2011

Responsabilidad y autoridad

La definición de las responsabilidades y autoridad es el resultado de la consulta de los siguientes documentos:

- NC ISO 9000-2015. Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario
- NC ISO 9001-2015. Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos
- Perfiles de cargo
- Organigrama de la entidad
- Contratos con clientes
- Documentos normativos de los Ministerios de la Agricultura y la Industria Alimentaria

Como complemento se empleó la tormenta de ideas para garantizar la inclusión de actividades propias de la entidad que no están contenidas en los documentos consultados. A continuación se detallan las responsabilidades de los actores que participan del proceso de Comercialización:

Director:

- Dirigir, organizar y controlar la correcta aplicación del proceso de exportación.
- Controlar la aplicación de los dispuesto en el presente procedimiento
- Identificar oportunidades de mejora en los procesos

CAPÍTULO II

Especialista en Compra y Venta Internacional:

- Tramitar permisos de exportación
- Evaluar parámetros de calidad de los productos según regulaciones establecidas y requisitos pactados en el contrato.
- Presentar ante las Autoridades Aduanales, los documentos previstos en las disposiciones vigentes
- Tramitar certificación de calidad con organismos acreditados
- Exigir a los productores o suministradores los certificados de calidad establecidos
- Acordar, con los productores nacionales, aquellas obligaciones referidas a la gestión de la calidad y garantía de las mercancías
- Verificar que los productos cumplan requisitos técnicos establecidos
- Gestionar las No Conformidades según procedimiento establecido

Especialista de Calidad:

- Verificar la calidad de todos los productos recibidos.
- Elaborar los documentos correspondientes a las No Conformidades detectadas (diferencia de precios y calidad) y lo referente a los expedientes de reclamaciones.
- Realizar muestreo a los productos en las empresas y productores suministradores.
- Seleccionar la muestra de productos a revisar para comprobar si coincide la calidad con el certificado de conformidad que acompaña la factura de compra.
- Evaluar a los proveedores.
- Procesar información referente al desempeño del proceso de exportación

Aspectos económicos

Según el consenso de los Especialistas consultados para la comercialización de Ají Chile Habanero, desde el punto de vista económico, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El establecimiento de la ficha de costo como requisito indispensable para el comienzo de la actividad de acopio, beneficio y comercialización del Ají Chile Habanero
- Lo regulado y aprobado para el pago a los productores y obreros del sistema.
- Los precios y tasas establecidos para la producción del Ají Chile Habanero, así como el pago a los productores, cuando corresponda según lo pactado.

El precio de compra al productor se realiza según el cálculo de la ficha de costo de la empresa. Luego de realizado el beneficio, pueda colocarse en el mercado como un producto competitivo.

CAPÍTULO II

Descripción de actividades

Mediante la consulta de documentos, la observación participante se definieron las actividades que se muestran en el Anexo 2.1.

Especificaciones de calidad del Ají Chile Habanero

- Características Técnicas: Los chiles se cosechan cuando alcanzan un grado apropiado de desarrollo de conformidad con los criterios peculiares de la variedad y la zona en que se producen y cuando la piel alcanza su mayor brillo.
- Calidad Selecta (Extra): fruto de 50-30 gramos. Primera Calidad: de 25 a 20 gramos por fruto y Segunda Calidad: menor de 20 gramos, tercera calidad cualquier gramaje sin pedúnculo.
- Requisitos de calidad:
 - Estar enteros, con pedúnculo (tallo), siempre y cuando el corte esté limpio y la piel adyacente no presente daños;
 - Estar sanos y exentos de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptos para el consumo;
 - Ser de consistencia firme;
 - Eestar limpios y prácticamente exentos de cualquier materia extraña visible;
 - Eestar prácticamente exentos de plagas y daños causados por ellas, que afecten al aspecto general del producto;
 - Eestar exentos de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica;
 - Estar exentos de cualquier olor y/o sabores extraños;
 - Exentos de daños causados por bajas y/o altas temperaturas.
- Almacenados: en locales limpios, secos, libres de sustancias y de microorganismos que puedan afectar su calidad y cumpliendo los parámetros para su conservación.
- Conservación: 10 °C
- Humedad relativa: de 90% a 95%

En el proceso de exportación de Ají Chile Habanero se consideran riesgos el incumplimiento de las características identificadas. Por tanto, estas características serán controladas en cada una de las etapas descritas, según las funciones de cada uno de los actores implicados.

Registros

Se consideran registros del presente procedimiento los siguientes:

- Registro de facturas (Anexo 2.2)

- Registro de No Conformidades (Anexo 2.3)
- Registro de quejas y reclamaciones de los clientes (Anexo 2.4)
- Estadísticas del proceso (Anexo 2.5)

3.2 Resultados de la aplicación del procedimiento elaborado para Exportación del Ají Chile Habanero por la Empresa Acopio Cienfuegos

Al cierre de mayo 2025 se han exportado 19.217,92 kg para 47.000,79 USD. Se apertura primera operación por el Aeropuerto de Cienfuegos el pasado 22 de mayo con una tonelada de Ají Chile Habanero con destino a Montreal. Con esta nueva vía de trasportación, se lograron varias metas:

- Apertura de nuevo cliente directo en nuevo mercado, Montreal, sin el uso de *broquers* o *traders*.
- Disminución de km de transportación, que a su vez disminuye riesgos de la carga al estar expuesta durante su traslado del área de beneficio hasta almacenes aduanales para su exportación.
- Incremento del precio por kg de venta

Es importante señalar que la Empresa no compra el producto para exportarlo, solo presta el servicio de exportación al productor nacional, conectándolo con el mercado internacional para la exportación, por lo que los gastos logísticos y de operaciones en territorio nacional son asumidos por el productor íntegramente, percibiendo por el servicio una tarifa fija asociada al ingreso total de la venta.

A partir de los satisfactorios resultados alcanzados en la comercialización internacional del Ají Chile Habanero la entidad se propone desarrollar los siguientes productos:

- Mamey de la empresa EMA Café, en el mes de Mayo 2024 se realizó el envío de muestras al mercado Canadiense, logrando vender 50 kg, la operación no progresa pues el precio de venta no resulta competitivo en este mercado esperando mejores resultados en el 2025.
- Piña Roja Española productor privado, se enviaron muestras al mercado Canadiense, el cliente aceptó el producto, pero no se concreta la compra venta, pues el producto se vio afectado por intensas lluvias y alto grado de maduración.
- Guayaba enana roja se trabaja para el envío de muestras a Montreal y Toronto
- Boniato Inivit 2016, productores privados, se enviaron en febrero muestras no comerciales a Londres, el cliente acepta el producto, las cosechas recogidas no responden al estándar de calidad esperado, por lo que las ventas están detenidas, se continua insistiendo en un producto que responda al estándar comercial solicitado por el cliente extranjero

CAPÍTULO II

5. Aguacate, (Empresa EMA Café con productores privados), se enviaron muestras y hemos enviado dos embarques discretos de 80 kg a Montreal. Se realizó venta de 455 kg a la compañía The Cuban food en Londres. Además se enviaron muestras a la Feria de Madrid en España, con muy buena aceptación.
6. Salsa picachile (EPIA), se trabaja en envío de muestra para Holanda (cliente BAKA WOJO). Se reciben intenciones de nuevo cliente Coreano
7. Néctar y jugos de frutas (MiPyme Tropizum – Municipio Palmira), para Enero del 2025 está prevista la puesta en marcha, y comenzar la comercialización de estos productos en el Mercado internacional.

Conclusiones del capítulo

1. El procedimiento redactado respeta fielmente lo establecido por la NC ISO 10013: 2021 y proporciona, a todas las partes interesadas, la información necesaria para gestionar las exportaciones de Ají Chile Habanero.
2. Los registros y controles propuestos como parte del procedimiento redactado permiten gestionar adecuada el procedimiento objeto de estudio.

CONCLUSIONES

1. La caracterización desarrollada permitió comprobar la factibilidad de la comercialización de Ají Chile Habanero en el mercado internacional por parte de la entidad objeto de estudio.
2. La comercialización de Ají Chile Habanero tiene amplias potencialidades de desarrollo en el mercado internacional y erigirse en una fuente importante de ingresos en divisas para el país.
3. El procedimiento diseñado facilita la exportación de Ají Chile Habanero en la Empresa Acopio Cienfuegos y es compatible con el Sistema de Gestión de la Calidad que está en proceso de diseño en la entidad.

RECOMENDACIONES

1. El diseño del procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero no termina aquí, es este un proceso continuo y por lo tanto se debe actualizar periódicamente de acuerdo a las necesidades de la entidad y los requerimientos de los clientes y los organismos reguladores.
2. Divulgar los resultados y experiencias obtenidas durante el proceso investigativo, mediante la participación en eventos científicos y otras actividades sobre el tema como: consultas teóricas y metodológicas a los profesionales que se involucren con la especialidad.
3. Emplear los resultados de esta investigación como material de capacitación de los directivos y trabajadores de la Empresa Acopio Cienfuegos.

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, A. & Díaz Macías, R. C. (2022). *Las Estrategias de Exportaciones en Cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S.A.* Universidad de Cienfuegos
- Cuba. Consejo de Estado. (2020). Decreto Ley No. 9. *Inocuidad Alimentaria*. GOC-2020-675-076. <http://www.gacetaoficial.gob.cu>
- Cuba. Oficina Nacional de Normalización. (2021). *NC 143: 2021. Código de Prácticas. Principios Generales de Higiene de los Alimentos*. (ONN).
- Cuba. Oficina Nacional de Normalización (2015). *NC ISO 9000-2015. Fundamentos y vocabulario*. ONN
- Cuba. Oficina Nacional de Normalización (2015). *NC ISO 9001-2015. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos*. ONN
- Cuba. Oficina Nacional de Normalización (2015). *NC ISO 9004:2015. Sistema de Gestión de la Calidad. Recomendaciones para la mejora del desempeño*. ONN
- Cuba. Oficina Nacional de Normalización (2021). *NC ISO 1013:2021. Sistemas de gestión de la calidad — Orientación para la información documentada*. ONN
- Cuba. Asamblea Nacional del Poder Popular. (2022). *Ley 148/2022 Ley de Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria y Nutricional (GOC-2022-754-077)*
- Cuba. Consejo de Ministros. (2022). Decreto 67/2022 *Reglamento de la Ley de Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria y Nutricional (GOC-2022-755-077)*. Consejo de Ministros.
- España. Escuela Europea de Dirección y Empresa. *Las tendencias del comercio internacional en 2025*. www.eude.com
- Espino Martínez, B. (2014). *Propuesta de procedimiento para el proceso de recreación en el Club Cienfuegos*. (Tesis de Grado). Universidad de Cienfuegos).
- Estados Unidos de América. Spherical Insights. (2025). *Principales países consumidores de Chile en 2025: demanda del mercado, factores clave de crecimiento y tendencias*. www.sphericalinsights.com
- González González, J.L. (2024). *Diagnóstico estratégico para la Exportación del Aji Picante Chile Habanero en la Empresa Agroindustrial Cítricos Arimao*. (Tesis de Grado). Universidad de Cienfuegos).
- Ramos, U. C. (2023). *Diplomado de Comercio Exterior. Módulo Comercio Internacional*. Habana. Manuscrito sin publicar.

Anexo 1.1. Caracterización cualitativa del Ají Chile Habanero

El Ají picante es la fruta de las plantas del género *Capsicum*. El género "Capsicum" es miembro de la familia de las "Solanácea", que incluyen el tomate, la papa, el tabaco y la petunia. El género "Capsicum" consiste de aproximadamente 22 especies silvestres y 5 especies domesticadas: "*Capsicum annuum*", "*Capsicum baccatum*", "*Capsicum chinense*", "*Capsicum pubescens*" y "*Capsicum frutescens*". El "*Capsicum*" (ají) es endémico al hemisferio occidental y la distribución pre-colombina de este rubro se extendía desde la frontera sur de los EE.UU. a las zonas templadas de Sur América. El *Capsicum* es un pequeño matorral perenne que, en climas óptimos para este fruto, puede sobrevivir una década o más.

Dentro de la especie *Capsicum chinense* encontramos las siguientes variedades (*Naga*, *Habanero*, *Datil* y *Scotch Bonnet*). El nombre de la variedad en ocasiones difiere en dependencia del país de origen. En este caso se hace referencia a la variedad habanero por las dos tesis siguientes:

- Viene de un cacique taíno llamado Habaguanex, quien controlaba toda la Isla en el tiempo que llegaron los españoles.
- Por la localización de esta variedad de ají picante en la sabana de Yucatán, que le llamaban Chille Sabanero, donde al trasladarse a Cuba, se le cambia el nombre por Habanero.

a) Origen del Ají Chile Habanero:

El chile habanero proviene de las tierras bajas de la cuenca Amazónica y de ahí se dispersó a Perú durante la época prehispánica. La distribución también se dirigió hacia la cuenca del Orinoco (ubicada actualmente en territorios de Colombia y Venezuela) hacia Guyana, Surinam, la Guyana Francesa y las Antillas del Caribe.

Se ha sugerido que la introducción prehispánica del chile habanero en el Caribe se debió a migraciones indígenas de agricultores y alfareros procedentes de Sudamérica, pertenecientes a grupos arahuacos, quienes viajaron por las Antillas menores hasta llegar a Puerto Rico, La Española (República Dominicana y Haití), Jamaica y Cuba, entre los años 250 d. C. y 1000 d. C.

Al Chile Habanero, también se le dice en otros países, Chile Congo, Chile Porrón, Chile Chocolate y Ají Chombo, todo dependerá del país donde estés, pero recuerda que, si este es muy picante, definitivamente estas comiendo un Chile Habanero

b) Otras características del producto: Chile Habanero (*Capsicum chinense*)

Los ejemplares inmaduros del chile habanero son de color verde, pero su color varía en la madurez. Un habanero maduro es comúnmente de 2-6 cm (1-2½ pulgadas) de extenso.

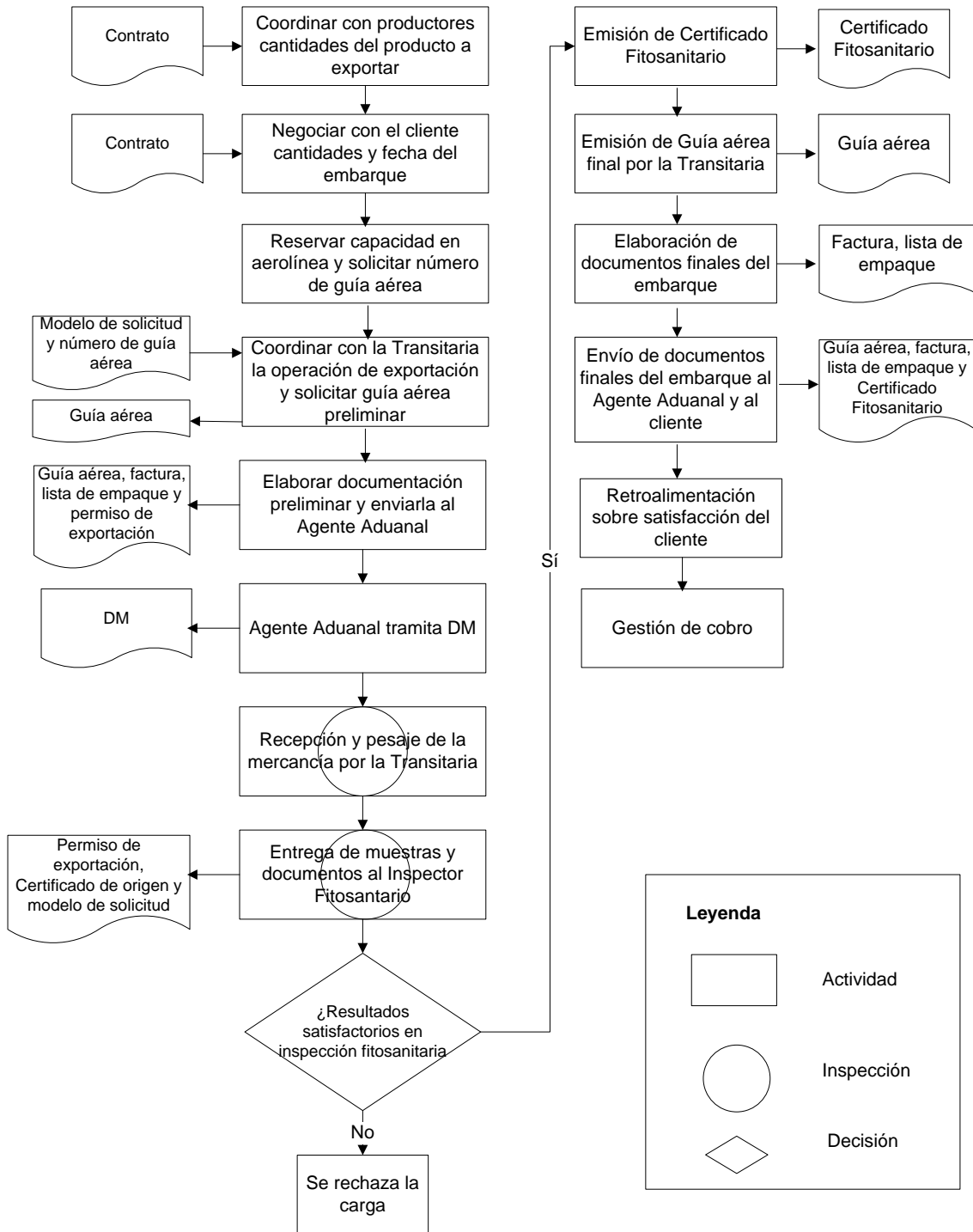
- Variedades: Ají Picante Chile Habanero rojo y amarillo.

Anexos

- Características técnicas: Se conoce que el fruto está apto para su cosecha cuando llega a su tamaño óptimo según la variedad y cuando la piel alcanza su mayor brillo.
- Envase: Cajas de cartón open top de \pm 3kgs
- Cómo se beneficia el ají: Una vez que el fruto tiene su madurez fisiológica, la cual se adquiere cuando logra el color homogéneo típico de la variedad, se recolectan separando el fruto de la planta preservando el pedúnculo a \pm 3 cm y se colocan en cajas plásticas o de cartón para su traslado hacia el centro de beneficio.
- Beneficio: Se revisa la firmeza de cada fruto, se limpian de polvo o cualquier sustancia visible, libre de cualquier afectación por plagas o daños mecánicos. Posteriormente se diferencian por su color y tamaño, dando como resultado tres calidades: Calidad Selecta, Primera Calidad y Segunda Calidad.
- Calidad: Calidad Selecta (Extra): fruto de 50-30 gramos. Primera Calidad: de 25 a 20 gramos por fruto y Segunda Calidad: menor de 20 gramos.
- Estacionalidad: Octubre a mayo
- Conservación: +10°C y 85-90% Humedad Período de anaquel: 10 días
- Cosecha: Esta se realiza según el mercado y destino Rayón, pintón y maduro (rojo y amarillo). Uno de los requerimientos principales para cosechar para la exportación es que siempre se cosechará con el pedúnculo verde.

Fuente: González (2024)

Anexo 2.1. Procedimiento para la exportación de Ají Chile Habanero



Fuete: Elaboración propia

Anexos

Anexo 2.2. Registro de facturas

REGISTRO DE FACTURAS 2025

No. Factura	Producto	Cliente	Productor	No Fact Productor	Cant de cajas	Peso neto (kg)	Importe	Fecha Factura	Fecha de recepción	Fecha de entrega	Observaciones	
Enero												
1	2	Ají Chile Haban	The Cuban Food	Jaime	1	85	255	1248.40	07/01/2025	13/01/2025	13/01/2025	
2	1	Ají Chile Haban	Mapaseb	Horquitas	5	62	186	11901.60	09/01/2025	13/01/2025	13/01/2025	
3	9	Ají Chile Haban	The Cuban Food	Jaime	2	35	105	5288.40	20/01/2025	21/01/2025	21/01/2025	
4	7	Ají Chile Haban	Mapaseb	Horquitas	14	51	153	9723.60	17/01/2025	20/01/2025	20/01/2025	
5	15	Ají Chile Haban	The Cuban Food	Jaime	3	48	144	7236.00	24/01/2025	27/01/2025	27/01/2025	
6	14	Ají Chile Haban	Mapaseb	Horquitas	28	47	141	8791.20	24/01/2025	31/01/2025	31/01/2025	
7	17	Ají Chile Haban	Mapaseb	Horquitas	29	52	156	9734.4	31/01/2025	31/01/2025	31/01/2025	
8	18	Ají Chile Haban	The Cuban Food	Jaime	4	64	192	9799.2	31/01/2025	31/01/2025	31/01/2025	

Fuete: Elaboración propia

Anexos

Anexo 2.3. Registro de No Conformidades

Proceso: _____ (1) Año: _____

N.	Acción de Control	Fecha acción control	Proceso / Área	Descripción de la NC.	Acciones		Fecha <u>cumpl.</u> real	Verificada por / Fecha
					C	AC		
(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)		(8)	(9)

Instrucciones para formalizar modelo Registro de Central de No Conformidades:

1. Se indicará el nombre del proceso.
2. Se indicara un número consecutivo,
3. Reflejar el nombre de la acción de control: auditoría, inspección, supervisión, control, visita, control integral, control estatal, auditoría financiera, retroalimentación del cliente, queja, reclamación, etc.
4. Indicar, día , mes y año, en que se realizó la acción de control interna o externa
5. Reflejar el nombre del proceso o área donde se detectó la no conformidad.
6. Describir de forma resumida la no conformidad.
7. Marcar con una cruz, las acciones que se adoptarán: corrección y acción correctiva
8. Indicar la fecha de cumplimiento real de cada acción propuesta.
9. Se indicara el nombre del funcionario que verificó la no conformidad y la fecha de la verificación.

Fuete: Elaboración propia

Anexos

Anexo 2.4. Registro de quejas y reclamaciones de los clientes

No.	Descripción de la queja	Datos del Cliente que la efectúa	Responsable de la investigación de la queja	Fecha límite para dar respuesta	Respuesta al cliente	Señalar si constituyen una no conformidad	Acciones correctivas

Fuente: Elaboración propia

Anexos

Anexo 2.5. Estadísticas del proceso

Factura	Nro. Embarque	Descripción de las Mercancías / Description of goods	Calidad	Lugar llenado	Cliente	País	Fecha de Llenado	AREOLINEA	Cantidad de caja	Cantidad Parlet	Unidad	Peso Neto / Net Weight	Precio USD	Factura USD	Factura CUP	Factura CUP Contabilid
Enero																
1	1	Aji Chile Habanero	Primera	Emp. Horquitas	Mapaseb	Canadá	09/01/2024	Sunwing	54		Kg	162.00	2.75	445.50	10,692.00	
			Tercera						8		Kg	24.00	2.10	50.40	1,209.60	
2		Aji Chile Habanero	Segunda	Productor Jaime.	The Cuban Food	Canadá	09/01/2024	Sunwing	54		Kg	162.00	2.15	348.30	8,359.20	
			Tercera						31		Kg	93.00	1.85	172.05	4,129.20	
7	2	Aji Chile Habanero	Primera	Emp. Horquitas	Mapaseb	Canadá	16/01/2025	Sunwing	43		Kg	129.00	2.75	354.75	8,514.00	
			Tercera						8		Kg	24.00	2.10	50.40	1,209.60	
9		Aji Chile Habanero	Segunda	Productor Jaime.	The Cuban Food	Canadá	16/01/2024	Sunwing	29		Kg	87.00	2.15	187.05	4,489.20	
			Tercera						6		Kg	18.00	1.85	33.30	799.20	
14	3	Aji Chile Habanero	Primera	Emp. Horquitas	Mapaseb	Canadá	23/01/2025	Sunwing	36		Kg	108.00	2.75	297.00	7,128.00	
			Tercera						11		Kg	33.00	2.10	69.30	1,663.20	
15		Aji Chile Habanero	Segunda	Productor Jaime.	The Cuban Food	Canadá	23/01/2024	Sunwing	39		Kg	117.00	2.15	251.55	6,037.20	
			Tercera						9		Kg	27.00	1.85	49.95	1,198.80	
17	4	Aji Chile Habanero	Primera	Emp. Horquitas	Mapaseb	Canadá	30/01/2025	Sunwing	40		Kg	120.00	2.75	330.00	7,920.00	
			Tercera						12		Kg	36.00	2.10	75.60	1,814.40	
18		Aji Chile Habanero	Segunda	Productor Jaime.	The Cuban Food	Canadá	30/01/2024	Sunwing	59		Kg	177.00	2.15	380.55	9,133.20	
			Tercera						5		Kg	15.00	1.85	27.75	666.00	
Total Enero									444			1,332.00		3,123.45	74,962.80	

Fuete: Elaboración propia