



**RCS**

**Depósito legal ppi 201502ZU4662**

Esta publicación científica en formato  
digital es continuidad de la revista impresa  
Depósito Legal: pp 197402ZU789  
ISSN: 1315-9518

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
**Vol. XXVI.**

**Número 4, 2020**

# Revista de Ciencias Sociales



Esta publicación científica en formato  
digital es continuidad de la revista impresa  
Depósito Legal: pp 197402ZU789  
ISSN: 1315-9518

# Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena – Ecuador

Álvarez Acosta, Roxana\*  
Núñez Guale, Linda\*\*  
Calderón Pineda, Fausto\*\*\*  
Mendoza Tarabó, Efrén\*\*\*\*

## Resumen

Ecuador cuenta con recursos estratégicos que facilitan la producción y comercialización de bienes y servicios que, a la vez incrementan la economía del mercado nacional. En la provincia de Santa Elena existen pocas empresas direccionadas a la transformación de materia prima, sin embargo, posee beneficios que favorecen el desarrollo de nuevos emprendimientos. En este sentido, se plantea como objetivo analizar los procesos de producción y comercialización de productos que empleen como materia prima principal la curtidumbre de piel de pescado, en la provincia de Santa Elena-Ecuador. La investigación surge como proyecto factible, analizando la propuesta desde la sustentabilidad que la concreción del proyecto traiga para la región. Es una investigación descriptiva-proyectiva, en la que se abordan 3 cantones de la provincia (Salinas, La libertad y Santa Elena), de una población de 308.693 personas, se seleccionan con muestreo estratificado por Cantón y parroquias aquellas a encuestar. Los resultados indican que es viable el emprender la producción de tales productos por la aceptación que tendrán en el mercado. Se concluye, que la consolidación de estas empresas en el mercado de Santa Elena, será favorable, no solo para quien emprenda, sino también para la comunidad en general, por la sustentabilidad asociada al proyecto.

**Palabras clave:** Producción; comercialización; proyecto factible; piel de pescado; Ecuador.

\* Magíster en Gestión Empresarial. Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización Finanzas. Docente de la Universidad Península de Santa Elena, Ecuador. E-mail: [ralvarez@upse.edu.ec](mailto:ralvarez@upse.edu.ec) [roxanalvarez1979@hotmail.com](mailto:roxanalvarez1979@hotmail.com)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4782-6630>

\*\* PhD(c) en Ciencias de la Administración – Argentina. Magíster en Administración de Empresas, especialidad Talento Humano. Magíster en Gerencia Educativa. Ingeniera Comercial. Docente Titular de la Universidad Península de Santa Elena, Ecuador. E-mail: [lnunez\\_ing@hotmail.com](mailto:lnunez_ing@hotmail.com)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6935-0768>

\*\*\* Magíster en Administración de Empresas, énfasis en Negocios Internacionales. Ingeniero Comercial. Docente y Director del Centro de Investigación, Emprendimiento e Innovación, de la Universidad Península de Santa Elena, Ecuador. E-mail: [fcalderon@upse.edu.ec](mailto:fcalderon@upse.edu.ec)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5425-1057>

\*\*\*\* Magíster en Planificación Turística. Magíster en Gerencia Educativa. Licenciado en Turismo y Hotelería. Docente Titular en la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. E-mail: [emendoza@upse.edu.ec](mailto:emendoza@upse.edu.ec)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1315-5170>

Recibido: 2020-06-04 · Aceptado: 2020-08-22

# *Production and commercialization of fish skin tannery products, Santa Elena – Ecuador*

## **Abstract**

Ecuador has strategic resources that facilitate the production and commercialization of goods and services that, at the same time, increase the economy of the national market. In the province of Santa Elena there are few companies directed to the transformation of raw materials, however, it has benefits that favor the development of new ventures. In this sense, the objective is to analyze the production and marketing processes of products that use fish skin tanning as their main raw material, in the province of Santa Elena-Ecuador. The research emerges as a feasible project, analyzing the proposal from the sustainability that the realization of the project brings to the region. It is a descriptive-projective investigation, in which 3 cantons of the province (Salinas, La Libertad and Santa Elena) are approached, out of a population of 308,693 people, those to be surveyed are selected with a stratified sampling by Canton and parishes. The results indicate that it is feasible to undertake the production of such products due to the acceptance they will have in the market. It is concluded that the consolidation of these companies in the Santa Elena market will be favorable, not only for those who undertake, but also for the community in general, due to the sustainability associated with the project.

**Keywords:** Production; commercialization; feasible project; fish skin; Ecuador.

## **Introducción**

Ecuador cuenta con recursos estratégicos para facilitar la producción y comercialización de bienes y servicios y de esta forma, incrementar la economía del mercado nacional. A la vez, trabaja en potenciar su desarrollo, a partir de una economía activa, en la que se propicien actividades productivas sustentables en beneficio de las comunidades que forman parte de los diferentes cantones y provincias del país, “garantizando la sostenibilidad de sus recursos, con lo que la creación de empleo, producto de una economía en crecimiento se vuelve imperativo” (Lalama y Bravo, 2019, p.13), así como la preservación del medio ambiente.

En ese sentido, Ecuador establece en sus planes de desarrollo, particularmente en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida (República del Ecuador, 2017), nueve Objetivos Nacionales, sobre la base de la sustentabilidad ambiental y el desarrollo

territorial. En sus objetivos Nacionales, específicamente en el eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad, se plantea como objetivo 5, impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Apoyados en este objetivo, es fundamental la dinamización del mercado laboral mediante:

Tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional. (República del Ecuador, 2017, p.80)

Lo anterior justifica el desarrollo de

esta investigación orientada al estudio de procesos esenciales como la producción y comercialización; ambos orientados a responder a los lineamientos establecidos en los planes de desarrollo de la nación. En lo que respecta a los procesos de producción, colocan en relieve labores productivas, que sitúan a flote saberes artesanales característicos de regiones particulares del país. La producción exige transformaciones físicas de materia prima, para la obtención de productos tangibles destinados a la satisfacción de necesidades de los mercados, sean estos locales, nacionales o mundiales. En esta oportunidad, la materia prima estaría representada por curtidumbre de piel de pescado, obtenida directamente en la provincia de Santa Elena en Ecuador.

Ahora bien, considerando que toda actividad productiva, da pie a la obtención de productos concretos, es importante el estudio de procesos de comercialización, los cuales permiten dar salida a los bienes generados a partir de las transformaciones suscitadas en el ámbito productivo, a la vez que permite su colocación en los mercados, para su compra y utilización posterior. Es importante destacar que, a pesar de que en la provincia de Santa Elena son pocas empresas direccionadas a la transformación de materia prima, por no poseer la tecnología adecuada, la localidad desarrolla actividades pesqueras, que proveen la materia prima para el desarrollo de actividades productivas. Esta ventaja, ofrece posibilidades de triunfar sobre todo en el ámbito industrial.

Por ello, se propone esta investigación, para el abordaje de los procesos de producción y comercialización, orientando su estudio, desde la factibilidad del desarrollo de un proyecto de producción y comercialización de productos derivados de la curtidumbre de pescado en la provincia Santa Elena en Ecuador, analizando la propuesta desde la sustentabilidad, que la concreción del proyecto traiga para la región. La investigación ofrecerá hallazgos que contribuirán al desarrollo de comunidades autóctonas del Ecuador, artesanos y emprendedores, quienes han identificado las potencialidades existentes en este sector en particular. Lograr la articulación entre la

cosecha, la producción y comercialización de productos de utilidad para la comunidad, se convierte en un propósito importante para la provincia, en el ámbito de la piscicultura.

Con respecto a la metodología a emplear, se está en presencia de una investigación descriptiva-proyectiva, en la que se abordan tres cantones de la provincia de Santa Elena: Salinas, La libertad y Santa Elena. Se parte de una población de 308.693 personas, de las cuales se seleccionan a partir de un muestreo estratificado por Cantón y parroquias, las personas a encuestar para determinar por un lado, la producción de dichos productos, y por otro, la aceptación de estos en el mercado.

El proyecto pretende inicialmente demostrar la aceptación por parte de la comunidad de implementar una fábrica de procesamiento de piel de pescado. Actualmente, en el mercado ecuatoriano no existen empresas que realicen esta actividad. Se plantea que una vez transformada la piel, esta servirá para la producción de calzado para mujer, accesorios y sombreros.

En este sentido, se realizaron entrevistas a los artesanos de la zona norte de la provincia, con el objeto de establecer la aceptación que tendría la piel de pescado ya tratada como material para la elaboración de sus productos. En términos generales, la recolección de información ayuda a determinar aspectos relevantes sobre el producto; la demanda existente y potencial; así como, la oferta y su predisposición a utilizar la piel de pescado tratada.

## **1. Potencialidades productivas en la provincia de Santa Elena en Ecuador**

En Ecuador, la actividad pesquera tiene muchas posibilidades de triunfar sobre todo en el ámbito industrial, debido a la gran riqueza que posee dentro de sus mares, ofrece abundancia de especies de interés comercial (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2019). Al respecto, la piscicultura, es uno de los sectores de producción de más rápido

crecimiento, esencial para la alimentación de los seres humanos.

De igual manera, en Ecuador, la producción acuícola se caracteriza por las exportaciones que realiza a distintos países; atendiendo con esto demandas internacionales que concretan la venta de productos obtenidos de la pesca, agregando valor al mismo, en el sentido, que se realizan procesos adicionales que incluyen limpieza, fileteado y tratamientos añadidos a los productos que se obtienen. Este procesamiento adicional, permite obtener desechos o sobrantes como la piel de pescado, que puede ser empleada en otros procesos de producción como materia prima básica.

La provincia de Santa Elena, se encuentra ubicada en la costa oeste de Ecuador. Como ciudad ecuatoriana, representa una urbe pequeña en cuanto a territorio, pero es una de las más pobladas del Cantón Santa Elena. Es llamada “Capital del Mar y la Tierra”, posee según el Censo (2010) una población de 205.969 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2019), lo que la convierte en la trigésima segunda ciudad más poblada del país. Las actividades principales desarrolladas en la provincia de Santa Elena, son el comercio, la pesca y el turismo; el primero apoyado en la actividad pesquera y el turismo, recibiendo en sus balnearios alrededor de 80 mil turistas por temporada. La península tiene algunos puertos pesqueros: Santa Rosa, San Pedro y Chanduy, los más importantes centros de la zona, potenciales económicos que antes eran administrados desde la Provincia del Guayas.

A pesar del dinamismo de la provincia y sus cantones en el sector comercial, pesquero y turístico, no se ha dado impulso necesario al turismo comunitario; quedándose únicamente en la construcción de cabañas comunitarias, creadas por iniciativas de Organización No Gubernamental, cuyo financiamiento proviene de España; las mismas son adecuaciones de viviendas familiares que prestan servicio de alojamiento a un precio accesible a los turistas que visitan la Ruta del Spondylus (Borbor, 2014). Al respecto, sostienen Ordoñez y Ochoa (2020) que: “La pluriculturalidad y

multiétnicidad de la población autóctona de Ecuador, sumadas con sus múltiples atractivos como alta biodiversidad y endemismo, clima, gastronomía y paisajes variados” (p.181-182), fomenta el turismo comunitario como un modelo de desarrollo alternativo.

Ante estos escenarios, se debe trabajar bajo esfuerzos armónicos por potenciar el turismo rural comunitario, como mecanismos de desarrollo social para las comunidades involucradas. Adicionalmente, potenciar desarrollos importantes a nivel de emprendimientos direccionados a la transformación de materia prima; es decir, la creación de empresas no solo comerciales, ni de servicios, sino también empresas industriales, cuyo objetivo sea la transformación de materia prima, en aras de obtener productos finales destinados a la satisfacción de necesidades locales, y porque no, con capacidad de exportación.

En ese sentido, Mayer, et al. (2020) manifiestan que “a partir del emprendimiento, se genera la innovación necesaria para reemplazar la producción actual, por otra con mayor valor agregado que genere riqueza y abone al crecimiento de las economías” (p.108); convirtiéndose, tal y como lo señalan Paz, et al. (2020) en “entes promotores de cambio social y ser impulsores de desarrollo” (p.163); destacando como aspectos de envergadura “el hecho de que se orientan a lograr un desarrollo social y económicamente sustentable, que permita generar empleo y mejorar la calidad de vida de personas así como familias en situación de vulnerabilidad económica y social” (Barbetti, 2020, p.274).

Al respecto, en el sector industrial en Santa Elena, existen pocas empresas, siendo la principal razón el no disponer de tecnología adecuada para ello. No obstante, en la provincia, se presentan grandes oportunidades que favorecen el desarrollo de nuevos emprendimientos. Ante estos argumentos, el presente estudio indaga acerca de la creación de una empresa en la provincia, que se dedique a la transformación de piel de pescado (curtiembre de piel de pescado) para obtener productos artesanales como sombreros,

calzados y *souvenirs*, entre otros, que puedan ser comercializados en los mercados locales, nacionales e internacionales.

A partir de estas ideas de emprendimiento, se potenciarán interconexiones y desarrollos importante en la zona y entre los artesanos que hacen vida en ella, quienes aportarían a la provincia y a la comunidad, con el desarrollo de actividades sustentables, mejorando su situación no solo económica, sino también su calidad de vida. La empresa producirá cuero, contribuyendo al cuidado del medio ambiente (evitando el desecho de la piel) y a la generación de empleo; por ende, para la ejecución del proyecto se debe conocer la situación actual del mercado, la oferta existente y el estudio de los potenciales clientes.

En este sentido, Ecuador presenta grandes riquezas marinas y las coloca a disposición para el consumo de la población, por lo que resulta de interés el estudio de factibilidad de productos derivados de curtidumbre de piel de pescado y su aceptación en el mercado de Santa Elena, fortaleciendo con ello, el desarrollo económico de la región y del país.

## **2. Proceso de producción para productos de curtidumbre de piel de pescado**

Antes de detallar los sistemas de producción requeridos para la obtención de productos derivados de curtidumbre de piel de pescado, es necesario precisar algunos aspectos teóricos sobre los procesos de producción, los cuales atendiendo definiciones genéricas (El pequeño Larousse y el Diccionario de la lengua española), se refieren a un conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial, necesarias para fabricar o transformar materias primas en manufacturadas (Indurain, 2013; Real Academia Española; 2019).

Un proceso de producción, representa un grupo de actividades en las que participan insumos, que, al hacer uso de máquinas o

tecnología, personas o fuerza de trabajo, herramientas, entre otros, son transformados y adquieren valor, compilado en un bien (producto), que se ofrece a los mercados para que sean adquiridos por los clientes (Krajewsky y Ritzman, 2000; Fernández, Avella y Fernández, 2006; Meleán-Romero, Bonomie-Sánchez y Rodríguez-Medina, 2008).

Otros autores como Rodríguez, et al. (2002); y, Chase, Aquilano y Jacobs (2005), establecen que el proceso productivo se refiere a la utilización de recursos operacionales, que permiten transformar entradas o insumos en un resultado deseado (bienes y servicios) con un mayor valor para la empresa que los insumos originales. Para Tawfik y Chauvel (1993), la producción es la adición de valor a un bien, producto o servicio por efecto de una transformación, es decir, consiste en modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades.

Sobre la base de las evidencias teóricas expuestas anteriormente, donde autores como Tawfik y Chauvel (1993); Sipper y Bulfin (1998); Krajewsky y Ritzman (2000); Davis, Aquilano y Chase (2001); y, Fernández, et al. (2006), exponen que los procesos productivos están caracterizados por la capacidad para “agregarle valor” a unos recursos, a través de algunas actividades hasta la obtención del producto final.

En este sentido, el sistema de transformación se constituye por fuerzas productivas que están en interacción dentro de un proceso de trabajo realizado dentro de los límites del sistema, interrelacionadas a través de determinadas relaciones técnicas de producción o patrón tecnológico, con el fin específico de obtener uno o más bienes de transformación o artesanales (Molero, Guerrero y Martínez, 2007)

Luego de precisar y concretar la esencia de un proceso de producción, se identifican tres aspectos esenciales: 1) Insumos o materias primas; 2) procesos de transformación; y, 3) productos con valor para los mercados. Así se detallan estos aspectos en el proceso de producción para productos de curtidumbre

de piel de pescado, realizando una breve caracterización de la incidencia del desarrollo previo de la actividad en el ambiente

## **2.1. Materia prima e insumos básicos**

Actualmente, en Santa Elena - Ecuador, toneladas de pieles de pescado son desechadas o utilizadas para elaborar harina de pescado, a pesar de que representa una materia prima abundante con características positivas que garantizan la calidad para ser utilizada en un proceso de manufactura. Posee durabilidad, resistencia, flexibilidad y variedad para ser confeccionada en diversos productos que formarían parte de las prendas de vestir de la sociedad.

La producción de cuero de pescado se presenta como una alternativa adicional para la producción de nuevos productos, siendo el cuero de piel de pescado una materia prima elaborada de manera artesanal; es decir, se trabaja el cuero de pescado a mano, desinfectado con químicos y las herramientas necesarias, garantizando un producto exclusivo. Las ventajas que tiene el cuero de pescado, es poseer un grosor adecuado, moldeable y duradero, características importantes para poder ser empleado en procesos de producción posteriores.

Desde el punto de vista ambiental y de salud pública, el tratamiento y procesado de pieles y cueros de animales, amerita ciertas exigencias, pues representan procesos que puede originar un notable impacto sobre el medio ambiente. La principal preocupación pública, con respecto a las fábricas de curtidos, han sido tradicionalmente los olores y la contaminación del agua a causa de los vertidos no tratados. Generalmente los efluentes de las curtiembres presentan variaciones de pH (entre 2,5 y 12,0), lo que afecta considerablemente la vida acuática de las corrientes receptoras; sin embargo, los efluentes de curtiembres descargados a una red de alcantarillado provocan incrustaciones de carbonato de calcio y gran deposición de sólidos en las tuberías.

Recientemente se han planteado otras cuestiones por el creciente uso de productos químicos sintéticos como plaguicidas, disolventes, tintes, agentes de acabado y nuevos productos químicos de procesado, que crean problemas de toxicidad y persistencia.

En ese sentido, Díaz (2019) sostiene que el hombre, en su ambición por crear, innovar y perfeccionar, ha venido extrayendo de la naturaleza, los recursos renovables y no renovables, sin la adecuada reflexión, sobre la repercusión que genera hacia su propia salud, expectativas de vida así como la permanencia de las especies en el planeta. Por lo cual, tal como lo manifiestan Cevallos, Urdaneta y Jaimes (2019) “son fundamentales los principios de especificidad de sitios, interacciones múltiples, agrobiodiversidad y policultivos; así como los enfoques de analogía con ecosistemas naturales, multiespeciación y facilitación; diversificación espacial y temporal, así como efectos integradores de las técnicas de producción” (p.174), de manera eficiente para la preservación del medio ambiente.

Así, estando en conocimiento de que las aguas residuales contienen contaminantes procedentes de los cueros, productos de su descomposición y productos químicos, se asumen, en este ámbito, medidas destinadas a controlar la contaminación, con impactos medioambientales secundarios (McCann, 1998), entre otras varias soluciones agotadas que se utilizan para la preparación del cuero y durante el proceso de curtido.

El desarrollo de estos procesos de curtidumbre de pescado, contrae de igual forma riesgos para la salud, sin embargo, estos se presentan por accidentes y manejo inadecuado de los insumos químicos que se emplean en el proceso de producción de cueros, así como por un mal manejo de los residuos al interior y fuera de la planta industrial.

En este sentido, se relata el proceso de manejo y manipulación de la materia prima antes mencionada. Se precisa el proceso previo de limpieza y desinfección, realizado por artesanos de la comunidad de Santa Elena, de manera que esta quede totalmente apta para

el inicio de labores de producción:

**1. Limpieza de las pieles:** Esta actividad implica el descongelamiento de las pieles; la remoción de residuos de carne y grasa del lado carnal, con una cuchara o cuchillo, realizando esta actividad con total cuidado para evitar cortar o dañar la piel.

**2. Remojo:** Durante esta etapa del proceso, se colocan en el fulón agua sobre el peso de la piel; posteriormente se agrega la cantidad apropiada de tenso activo sobre el peso de la piel y se agita bien para diluir todo y colocar las pieles dentro. Una vez preparada el agua de remojo, se introducen las pieles por un lapso de una hora y luego, se retiran y se lavan las pieles. Si la piel adquiere un aspecto lechoso, es recomendable remover las escamas con una cuchara, en caso de que estas no hayan salido durante el proceso de remojo.

**3. Encalado:** Se coloca la cantidad de agua adecuada sobre el peso de la piel, se agrega hidróxido de calcio, soda barrilla leve, tenso activo y se mezcla bien, de manera que se puedan colocar las pieles. Se remoja por 2 horas y se procede a retirar así como lavar las pieles. Deben tener un aspecto translúcido o transparente.

**4. Desencalado:** En esta fase se coloca en el fulón la cantidad de agua sobre el peso de la piel, se agrega desencalante, se retira y escurren las pieles.

**5. Purga:** En esta fase del proceso, se coloca en el fulón la cantidad de agua sobre el peso de la piel, enzimas, tensoactivo, desencalante. Debe quedar bien resbaladiza, rodar por una hora; retirar y lavar la piel. Su aspecto vuelve al estado normal.

**6. Desengrase:** En esta fase, se coloca en el fulón la cantidad de agua sobre el peso de la piel, kerosene, tensoactivo y se procede a mezclar bien todos los químicos. Se colocan las pieles dentro, se remojan una hora, se retiran y se lavan las pieles. Durante este proceso, se retira el olor de la piel.

**7. Piquelado:** Se coloca en el fulón la cantidad de agua sobre el peso de la piel, se agrega sal fina y se mezcla bien. Se colocan las pieles dentro, se dejan rodar por 30 minutos.

Para acrecentar la misma solución, se agrega ácido fórmico o ácido muriático sobre el peso de la piel (disuelto en agua, colocar en 7. Rodar 30 minutos).

**8. Blanqueado:** En este proceso se procede a colocar blanqueador para cuero sobre el peso de la piel y se remoja por 30 minutos. Posteriormente, para acrecentar el mismo líquido, se agrega curtiente vegetal/tanino vegetal sobre el peso de la piel y se deja rodar por 2 horas. Se retira y coloca abiertas una encima de otra a descansar por mínimo 12 horas. En caso de dar continuidad al proceso después de las 12 horas de descanso, agregar fungicida, dejar rodar 30 minutos. Después almacenar en una bolsa plástica y herméticamente cerrada.

**9. Neutralización:** Durante esta etapa del proceso, se coloca en el fulón la cantidad de agua sobre el peso del cuero, se agrega bicarbonato de sodio sobre el peso del cuero y se procede a mezclar bien. Posteriormente, se introducen los cueros dentro, se remojan por 30 minutos, se retiran y se lavan.

**10. Recurtimiento / Teñimiento:** En la fase de recurtimiento, se colocan en el fulón la cantidad de agua sobre el peso del cuero, se agrega tanino sintético, tanino vegetal disuelto en un poco de agua, anilina y se procede a mezclar bien. Se introducen los cueros y se remojan por 30 minutos.

**11. Acrecentar 1:** La fase siguiente, requiere tanino vegetal leve sobre el peso del cuero y anilina sobre el peso del cuero. Se remojan por 30 minutos. Posteriormente, se prepara ácido fórmico o Ácido muriático, y se coloca en 3 veces por el eje hueco del fulón. De 10 en 10 minutos. Se deja actuar por 30 minutos más. Retirar y lavar el cuero.

**12. Engrase:** Se coloca óleo sulfitado y óleo sulfatado sobre el peso del cuero, suavizante y se mezcla bien todo.

**13. Acrecentado Final:** Exige ácido fórmico o ácido muriático disuelto en 200 ml de agua, colocar en 3 veces de 10 en 10 minutos. Rodar más de 30 minutos, retirar y lavar con agua abundante.

Los productos químicos utilizados,

pueden tener efectos en el suelo, pues todos los contaminantes de la curtición tienen un impacto sobre el suelo, y aunque este tiene cierta capacidad para neutralizar la carga contaminante recibida, los niveles de contaminación deben controlarse para evitar el daño de su estructura con la consecuente disminución de la producción agrícola y la aceleración de la erosión. Luego de este riguroso y delicado proceso de desinfección y puesta a punto, se obtiene la materia prima con las características necesarias para iniciar la confección de los productos que se han diseñado previamente

## **2.2. Proceso de transformación o producción**

Los procesos de producción desarrollados por artesanos, conservan saberes ancestrales, que resaltan la cultura de la región, a la vez de preservar conocimientos que pueden ser demostrados, transferidos y conservados como patrimonio de la región y del país. La elaboración de cada uno de los productos confeccionados, implica el diseño previo, que, acompañado por criterios de calidad definidos previamente, garantizan productos flexibles y duraderos. Cada uno de estos productos diseñados y fabricados, ofrecen oportunidades de negocios, así como fuentes de trabajo en beneficio de la comunidad; así como también contribuyen a reducir la contaminación del medio ambiente.

En ese sentido, la practicidad y accesibilidad del cuero, hacen que sea un recurso que se permita explotar de manera potencial debido a que la textura puede amoldarse al cuerpo fácilmente, adicionalmente es impermeable y sobre todo su peso es bajo, lo que es muy conveniente en comparación con los otros cueros; dichas ventajas hacen que el producto este en constante demanda por parte del cliente. Por tales argumentos, una vez tratada la materia prima, se inician procesos de producción sustentables y de interés para el desarrollo de la economía peninsular.

Los principales productos artesanales confeccionados son sombreros, calzados, *souvenirs*, entre otros. Cada uno de ellos, apoyado en mano de obra convencional, con saberes tradicionales, que compilan conocimientos como parte de la tecnología blanda incorporada al desarrollo de dichos procesos, permite desarrollar tejidos con la materia prima tradicional de los ecuatorianos, la paja toquilla, donde artesanos de la Provincia de Santa Elena se dedican a esta actividad, el cuero de piel de pescado se tejerá junto con la paja toquilla dándole color y contraste al producto.

De igual forma, desarrollan procesos que permiten diseñar y confeccionar diversidad de modelos de calzados que satisfacen gustos y deseos del mercado; zapatos de tacón alto, casuales cerrados, zapatos de niñas y zapatillas para hombre, fabricado con materiales como plantillas y piel del pescado de la mejor calidad puesto que los proveedores son los mejores a nivel nacional. Los diseños están basados en distintos colores en los diferentes modelos, con pieles de especies como la corvina, el robalo y el dorado, debido a que son las más utilizadas. Otra serie de productos representados por bisuterías, llaveros así como monederos, surgen a partir del empleo del cuero de pescado, garantizando flexibilidad y durabilidad.

## **2.3. Productos derivados y características de valor**

Para Córdoba (2011), el producto es el objeto capaz de satisfacer una necesidad en forma física o como un servicio, también sugiere que para hacer una evaluación del producto, se debe considerar los aspectos que indiquen el grado de diferenciación del producto, las especificaciones técnicas del producto para su producción y todas las características físicas del mismo.

En este caso, los principales productos resultantes son: Sombreros, zapatos, *souvenirs*, siendo necesario seguir ampliando la gama de

productos a ofrecer por estos emprendimientos que surgen a partir de materias primas benignas con el medio ambiente, por lo que resulta sustentable su fabricación y colocación en el mercado.

### 3. Mercadeo y comercialización de productos derivados de curtidumbre de piel de pescado

El mercadeo directo se ha convertido en un factor de diferenciación de las organizaciones frente a la competencia que existe. En los últimos años, este tipo de *marketing* ha experimentado un mayor crecimiento en las empresas; emergiendo así, como una herramienta muy poderosa para poder comunicarse con sus públicos. El mercadeo, pone a disposición un conjunto de técnicas que facilitan el contacto con las personas de forma inmediata y suscitan una reacción individual; tiene el objeto de promover productos y servicios o de comunicar un mensaje de manera efectiva. Es desarrollado por medios que interactúan en forma directa con el consumidor, tal como: Venta personal y publicidad tendiente a obtener respuesta directa del consumidor

Por otra parte, en relación al proceso de comercialización, de acuerdo con Meleán y Velasco (2017), la comercialización de

productos representa un proceso fundamental para dar salida a los bienes obtenidos, bien sea para su disposición en mercados finales o para su incorporación en otras cadenas productivas. Para las autoras, el proceso de comercialización permite el traslado de productos de un punto principal a otros definidos por la organización. De acuerdo con Aponte, González y González (2013) este proceso, inicia desde el lugar donde se encuentra el producto final hasta los lugares de venta, donde es almacenado y posteriormente adquirido por el consumidor.

Ahora bien, se precisan en esta sección aspectos centrales en ambos casos, es decir, cómo desde el mercadeo se dan a conocer los productos derivados de curtidumbre de piel de pescado y la forma más prudente para colocarlos en los mercados seleccionados para ello. Realizando algunas proyecciones, considerando aspectos esenciales del mercadeo, se resaltan:

#### 3.1. Mercados y posicionamiento

Con el fin de obtener la población que sería objeto del estudio, se realizó la segmentación de los habitantes de cada uno de los lugares escogidos, considerando aspectos demográficos, geográficos y psicográficos, tal como se pueden apreciar en la Tabla 1.

**Tabla 1**  
**Segmentación del mercado de la Provincia de Santa Elena**

Segmentación Geográfica	Resultados	
Datos Demográficos	Edad de la población	Entre 15 - 64 años
	Género	Masculino y Femenino
	Nivel de Ingresos	Salario Básico \$386,00
	Ciclo de vida	Juventud-adultez
Información Psicográfica	Clase social	Baja - Media
	Estilo de Vida	Moderno
Aspectos Conductuales	Beneficios buscados	Protección, Comodidad, calidad, estilo, diferentes modelos, autenticidad.
Tamaño de la población	Habitantes	308.693

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

Ahora bien, este mercado, según los datos del Censo del año 2010 (INEC, 2019), la población de la provincia de Santa Elena es de 308.693 habitantes, divididos por cantones como se muestra como sigue en la Tabla 2.

**Tabla 2**  
**Población Santa Elena por Cantón y género**

CANTÓN	Número de habitantes por Cantón	Datos por género	
		Mujeres	Hombres
La Libertad	95.942	47.912	48.030
Salinas	68.675	33.239	35.436
Santa Elena	144.076	70.680	73.396
<b>Total</b>	<b>308.693</b>	<b>151.831</b>	<b>156.862</b>

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

En la determinación del mercado meta, en el INEC se muestra que la población comprendida entre 15 a 64 años, de ambos géneros representa un porcentaje de 60,90% de la población total. Para la proyección se consideró el 2% de incremento anual, considerando el 2010 como año base, hasta el año 2017 (ver Tabla 3).

**Tabla 3**  
**Mercado Potencia de Santa Elena**

Mercado Potencial Santa Elena	Total habitantes
Población de hombres y mujeres entre 15 a 64 años	187.252
Porcentaje de mujeres y hombres de Santa Elena	187.252 x 60,90%
Mujeres y hombres entre 15 a 64 años	113.955,51
Población proyectada de mujeres y hombres entre 69 años (incremento poblacional 14% al 2017)	113.955,51 + 14%
<b>Población del 2010-2017</b>	<b>129.909,28</b>

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

Una vez considerados los datos anteriores, se establece que el mercado potencial a cubrir es de aproximadamente 129.909 personas. La comercialización del producto que se ofertará, se elaborará de acuerdo a la necesidad que demanda el

consumidor, donde las posibles líneas a producir finalmente son sombreros, *souvenirs* y calzados. Para la obtención del Mercado Meta, se estima el 50% al mercado potencial (ver Tabla 4).

**Tabla 4**  
**Mercado Meta**

Mercado Meta	Cantidad
Mercado potencial 50%	129.909,28*50%
Mercado meta	64.954,64

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

### 3.2. Precio

En el *marketing*, el precio es considerado una variable fundamental. La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte de los fabricantes, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de productos vendidos, aunque no guarde una relación directa con los beneficios que obtienen. Si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero que esto repercuta en los beneficios dependerá de la adecuada determinación y equilibrio entre las denominadas «áreas de beneficios» (Muñiz y Muñiz, 2016).

De acuerdo a la calidad de los productos que se oferta, es indispensable tener muy claro que se busca fijar precios que ayuden con el propósito de la empresa. En estas circunstancias, la determinación del precio estará basada bien sea en los costos incurridos, en los precios de los mercados, en la demanda

fundamentalmente. Se deben tomar en cuenta los diferentes cambios que puede sufrir un precio por diversos motivos, por lo cual siempre se tratará de obtener un mayor margen de ganancia considerando los diversos gastos que conlleva.

Básicamente, las políticas de precios de una empresa determinan la manera en que se comportará ésta en cuanto a precio de introducción en el mercado, descuentos por compra en volumen o pronto pago, promociones, comisiones, ajustes de acuerdo con la demanda, entre otros. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción, entrar con un precio bajo en comparación con la competencia, o bien, no buscar a través del precio una diferenciación del producto y, por lo tanto, entrar con un precio similar al de la competencia.

Asimismo, es recomendable establecer políticas claras en cuanto a descuentos por pronto pago o por volumen, así como en las promociones, pues constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores (Zikmund, et al., 2014). En el caso de la investigación, al indagar en los mercados potenciales, sobre el precio que usted estaría dispuesto a pagar por un par de zapatos diseñado con piel de pescado, se tienen los siguientes resultados, evidenciados en la Tabla 5.

**Tabla 5**  
**Precio de un par de zapatos diseñado con piel de pescado**

Precio	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Entre \$25 a \$30	61,59%	85
Entre \$30 a \$50	31,16%	43
De \$50 en adelante	5,07%	7
No respondieron	2,17%	3
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>138</b>

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

Para conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el calzado con diseños de piel de pescado, los encuestados nos demostraron que su precio potencial a los que están prestos es de \$25 a \$30, siendo este receptado por un 61,59%, debido a que su situación económica no es tan buena, esta seguida por un 31,16% que estaría dispuesto a pagar de \$30 a \$50; y tan solo un 5,07% podría pagar más de \$50. Lo importante entonces sería conocer, si este precio cubre los costos asociados a la fabricación de este tipo de productos.

### **3.3. Canales y niveles de comercialización: Modalidades de distribución**

La distribución y puntos de venta de los productos, hacen referencia a la manera en que los mismos son distribuidos hacia el mercado, o los diversos puntos de ventas en donde estos estarán a disposición de los consumidores directos, como también serán distribuidos a diversas plazas o locales. Es necesario determinar el tipo de canal que se utilizará para la distribución, y así seleccionar los puntos de venta óptimos que permitirán la salida con una edad aproximada de 15 años en adelante, sean estos hombres o mujeres, siendo este segmento de mercado quien estará dispuesto a adquirir los productos.

Luego de la información recopiladas, es el cantón La Libertad, el lugar seleccionado para la venta de los productos, por el simple hecho de que es una zona estratégica donde existe mayor flujo de personas y abundante comercio. En esta localidad, las empresas dispondrán de canales de distribución directo con los consumidores, de tal manera que no habrá intermediarios, lo que traerá consigo la ventaja de obtener un mayor control, mayor posibilidad de promoción e información del producto y competencia. La probabilidad de detectar los diversos cambios que se puedan ir dando en el mercado, es la ventaja de mayor importancia porque mantendría una evaluación permanente, con la finalidad de que

las ventas aumenten de acuerdo a la estrategia y promociones que se implementen.

### **3.4. Estrategias de promoción y publicidad**

Las actividades que buscan informar y persuadir al público objetivo o consumidor para que adquiera determinado producto o servicio incluyen el uso de publicidad, *marketing* directo, entre otras. El objetivo fundamental de la estrategia es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto que se ofrece.

La publicidad ecuatoriana empieza a explotar las redes sociales como una estrategia para llegar a nuevos nichos de mercado y mejorar las ventas de los productos. Se ofrecen piezas publicitarias, videos, juegos, concursos, entre otros, como otras alternativas para no solo colocarlos en vallas publicitarias, televisión, radio y medios impresos. La promoción por *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Tumblr*, *LinkedIn*, *Google My Business*, *YouTube*, *Páginas Web*, *Blogs*, Correos electrónicos y *WhatsApp*, es también importante.

El objetivo es que los usuarios puedan interactuar con las marcas y que se multiplique el mercado. Solo en Ecuador las cuentas de *Facebook* superan los 3,5 millones y los *twitter* bordean los 350.000. Esas cifras y la creciente penetración de la *Internet* en el país, se convirtieron en un aliado potencial de la publicidad multimedia, sin mencionar las demás aplicaciones de redes sociales constantemente usadas por la sociedad.

Se deberá considerar también la marca, como aspecto que identifica a un producto del resto en el mercado, con ella se compite, siendo el elemento más importante de la empresa, su principio es el cuidado del medio ambiente, utilizando un material desechado por los pescadores artesanales, por los comerciantes y por los ciudadanos consumidores de algunas especies de peces. En estos casos, se establece un plan para la introducción de los productos en el mercado, tal como se muestra en la Tabla 6.

**Tabla 6**  
**Plan de introducción al mercado**

Plan de introducción al mercado	Número de días	Meses
Promoción y publicidad	10 días	2 meses
Utilización de redes sociales	5 días	2 meses
Página web y Facebook	5 días	1 mes
Creación de Trípticos y tarjetas de presentación	10 días	1 mes
Elaboración de ofertas	7 días	2 meses
Incentivar a los vendedores	5 días	1 mes
Amplitud de los productos	15 días	1 mes

**Fuente:** Elaboración propia

## Conclusiones

La investigación realizada permite identificar oportunidades de desarrollo de una comunidad como es el caso de la provincia Santa Elena de Ecuador, la cual, actualmente, presenta potencialidades, para el desarrollo de actividades derivadas de la pesca desarrollada en sus zonas costeras.

El desarrollo de proyectos factibles, redundan en el bienestar social y económico de las comunidades, por un lado, se fortalecen actividades de producción y comercialización de productos autóctonos, y por el otro, se aporta al desarrollo social de las mismas, incluida la calidad de vida de sus habitantes. A partir de la investigación, pueden surgir emprendimientos factibles y sustentables para la provincia de Santa Elena, aspectos estos que sumarán al desarrollo del país.

Los procesos de producción a desarrollar, se constituyen en primera instancia, proyectos factibles vistos desde la sustentabilidad que representan, incorporar materias primas sustentables, que deben ser tratadas apoyados en la utilización de productos químicos y procesos detallados para posterior utilización. En estos casos, deben emprenderse estrategias

que mitiguen los impactos generados a nivel de suelos, aguas, ambientes y en la sociedad en general, potenciando prácticas sostenibles en estos procesos. Asimismo, se colocan en práctica saberes ancestrales que pueden ser transferidos a la población que se incorpore en el proyecto de producción, preservando modos de hacer autóctonos de éstos pueblos.

En lo que respecta a la fase de mercadeo y comercialización, se identificaron mercados potenciales y segmentos de mercado meta en los cuales pueden ser comercializados los productos derivados, entre ellos, sombreros calzados y *souvenirs*, los cuales deben irse diversificando en tipos y cantidad. Se muestran algunas estrategias, que permitirán su introducción en el mercado, valiéndose de redes sociales como uno de los medios más económicos y de mayor impacto en los actuales momentos en el mundo.

Finalmente, como futuras líneas de investigación, se aspira continuar profundizando en la investigación y desde la academia ofrecer apoyo para dar a conocer estos proyectos altamente beneficiosos para la sociedad en general. Resaltar costumbres y tradiciones, desde un trabajo manual valorado altamente en las comunidades rurales,

apostando al desarrollo local tan anhelado por los pueblos latinoamericanos.

## Referencias bibliográficas

- Aponte, B. J., González, A. J., y González, Á. D. (2013). Fases de la cadena de suministro de las empresas avícolas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 18(64), 685-708.
- Barbetti, P. A. (2020). Promoción de emprendimientos y autoempleo para jóvenes en políticas y programas de Argentina. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 272-286. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31324>
- Borbor, P. D. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangué, parroquia Colonche del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador.
- Cevallos, M., Urdaneta, F., y Jaimes, E. (2019). Desarrollo de sistemas de producción agroecológica: Dimensiones e indicadores para su estudio. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 172-185.
- Chase, R. B., Aquilano, N. J., y Jacobs, F. R. (2005). *Administración de la producción y operaciones: Para una ventaja competitiva*. McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Davis, M., Aquilano, N., y Chase, R. (2001). *Fundamentos de dirección de operaciones*. Tercera Edición. McGraw-Hill.
- Díaz, P. G. (2019). Relación costo-beneficio de sistemas de gestión ambiental en empresas manufactureras venezolanas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 143-155.
- Fernández, E., Avella, L., y Fernández, M. (2006). *Estrategia de producción*. 2da. Edición. McGraw-Hill Interamericana, S.A..
- Indurain, J. (Ed.) (2013). *El pequeño Larousse ilustrado 2013*. Larousse
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC (2019). *Censo poblacional Ecuador. Población y demografía*. INEC. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Krajewsky, L. J., y Ritzman, L. P. (2000). *Administración de operaciones: Estrategia y análisis*. Quinta Edición. Pearson Educación
- Lalama, R., y Bravo, A. (2019). América Latina y los objetivos de desarrollo sostenible: Análisis de su viabilidad. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(E-1), 12-24. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v25i1.29591>
- Mayer, E. L., Blanco, F. J., Alonso, M. Á., y Charles, J. A. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 107-127. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31314>
- McCann, M. (Dir.) (1998). Cueros, pieles y pescado. En J. M. Stellman (Ed.), *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo (Tomo III)* (cap. 88). OIT. <https://bit.ly/373ZD01>
- Meleán, R., y Velasco, J. (2017). Proceso de comercialización de productos derivados de la ganadería bovina doble propósito. *Revista Negotium*, 13(37), 47-61.
- Meleán-Romero, R., Bonomie-Sánchez, M.

- E., y Rodríguez-Medina, G. (2008). Procesos productivos de la industria avícola zuliana: Fases de alimento, engorde y beneficio. *Revista de la Facultad de Agronomía*, 25(1), 160-184.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial de Colombia (2006). *Guía ambiental para la industria del curtido y preparado de cueros*. <https://acortar.link/obwqW>
- Molero, T., Guerrero, R., y Martínez, E. (2017). Caracterización del sistema de producción de uva de vino en el municipio Mara, estado Zulia. Venezuela. *Revista de la Facultad de Agronomía*, 24(2), 343-366.
- Muñiz, R., y Muñiz, V. (2016). *Marketing en el siglo XXI*. Centro de Estudios Financieros.
- Ordoñez, A., y Ochoa, P. (2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 180-191. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32433>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2019). *Papel de la FAO en la acuicultura*. Desarrollo de la acuicultura. FAO. <http://www.fao.org/aquaculture/es>
- Paz, A. I., Salóm, J. A., García, J., y Suarez, H. B. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 161-174. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31317>
- Real Academia Española (2019). Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/>
- República del Ecuador (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Consejo Nacional de Planificación (CNP), Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades. <https://bit.ly/2UZZW6m>
- Rodríguez, G., Balestrini, S., Balestrini, S., Meleán, R., y Rodríguez, B. (2002). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, VIII(1), 135-156.
- Sipper, D., y Bulfin, R. L. (1998). *Planeación y control de la producción*. Editorial McGraw- Hill.
- Tawfik, L., y Chauvel, A. (1993). *Administración de la producción*. McGrawHill de México, S.A.
- Zikmund, W., D'Alessandro, S., Winzar, H., Lowe, B., Babin, B. J. (2014). *Marketing research*. Cengage Learning Australia.