



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERIA COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
PROCESADORA DE CANGREJO (UCIDES OCCIDENTALIS) Y DE JAIBA AZUL
(CALLINECTES SAPIDUS) EN LA COOPERATIVA 6 DE JULIO DEL CANTÓN
NARANJAL.**

Autoras:

Alvarado Romero Martha Andreina

Bonete Tigre Rosa Ángela

Tutora:

Ec. Evelin Arteaga

Milagro, Abril del 2013

Ecuador

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICADO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado, cuyo título es: **“Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cangrejo (*ucides occidentalis*) y de jaiba azul (*callinectes sapidus*) en la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal”**. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería Comercial.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Expuesto por las egresadas:

-Alvarado Romero Martha Andreina

C.I. 0928429331

-Bonete Tigre Rosa Ángela

C.I. 0704613256

Milagro, a los 19 días del mes de abril del 2013

Ec. Evelin Arteaga A.
TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras, Martha Andreina Alvarado Romero y Rosa Ángela Bonete Tigre declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto de: **“Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cangrejo (*Ucides occidentalis*) y de jaiba azul (*Callinectes sapidus*) en la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal”** es de propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; además que parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 19 días del mes de abril del 2013

Martha Andreina Alvarado Romero
C.I. 0928429331

Bonete Tigre Rosa Ángela
C.I. 0704613256

CERTIFICADO DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis que ha sido fruto de mucho esfuerzo y dedicación, a:

Dios

Por darme el regalo de la vida, la paciencia, la inteligencia y sobre todo la fortaleza para haber culminado con éxito el presente proyecto a pesar del dolor tan grande que me aflige por haber perdido a uno de los seres más importantes de mi vida.

A mi padre

Por haber sido el mejor padre del mundo, por haber trabajado incansablemente para que yo tenga una buena educación y nunca me falte nada. Papito de mi vida donde quiera que estés te dedico este proyecto con todo mi amor y espero que te sientas orgulloso de mí, nunca te voy a olvidar, trataré siempre de seguir tus buenos ejemplos para ser una triunfadora como tú.

A mi madre

Por haberme apoyado durante todo este proceso, por ser un ejemplo de lucha y perseverancia y sobre todo por ser una madre comprensiva y cariñosa.

A mis amigos

En igual forma, quiero dedicar la presente tesis a mis compañeros de clase, con los que compartimos tantos momentos buenos y malos, tantas tensiones, preocupaciones y satisfacciones, pero sobre todo se lo dedico a Shirly Pérez y María Fernanda Murillo, por haber sido más que mis amigas, mis hermanas del alma, por haber estado a mi lado en los mejores y peores situaciones de mi vida y porque a pesar de nuestros caracteres tan distintos siempre fuimos muy unidas, también a mis mejores amigos Gabriel Paz y Alan Gracia porque con sus ocurrencias me regalaron muchos momentos de alegría.

Martha Alvarado Romero

DEDICATORIA

Estoy feliz porque ahora me siento satisfecha de haber culminado una meta más en mi vida, a pesar de todas las voces negativas que recibí, las luchas que enfrente, los fracasos que pase, me hicieron madurar y me siento muy contenta de haber vencido todo esto. Por tal motivo quiero dedicar este triunfo.

A Dios

A ese ser todo poderoso que a pesar de muchas palabras negativas él siempre me animo dándome palabras positivas, ánimo y fuerzas para continuar. Realmente es muy glorioso saber la sabiduría que él me ha dado para llegar hasta aquí. Lo único que puedo decirte Dios es que te amo y que tu estas sobre todas las cosas en primer lugar en mi vida y que pase lo que pase no te voy a dejar porque tú eres mi razón de vivir.

A mis padres

Luis Bonete y Delia Tigre por el apoyo brindado incondicionalmente ya que han sido el pilar para que yo pueda cumplir con mi meta, gracias por su comprensión y por haber depositado toda su confianza en mí, es la herencia más grande que mis padres me han dado.

A mi familia

Porque han sido mis amigos y compañeros a la vez, han estado conmigo apoyándome, mi eterna gratitud por su motivación y apoyo.

Son muchas las personas que forman parte de mi vida profesional a las que me gustaría agradecer por sus consejos, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

A todos ustedes les dedico este proyecto.

Rosa Ángela Bonete Tigre

AGRADECIMIENTO

Para concluir esta tesis fue necesario recorrer un camino muy largo y lleno de muchos obstáculos que cada vez dificultaban más el proceso, en ocasiones sentí el deseo de darme por vencida, sobre todo por las pruebas tan difíciles que tuve que pasar en mi vida personal durante este tiempo, pero no abandone mis sueños a pesar del dolor y la desesperación que sentía en mi interior y sé que si lo logre fue por las fuerzas que Dios me dio, por lo cual le agradezco infinitamente.

También deseo agradecer a mis padres porque han sido el pilar fundamental de mi vida, me han apoyado durante todos mis estudios, y sé que siempre confiaron en mis capacidades y por ellos he dado mi mejor esfuerzo durante todo el desarrollo del proyecto.

Pero en especial le agradezco profundamente a mi padre por darme su amor, cariño, comprensión, y ayuda hasta el último día de su vida.

De igual forma agradezco a todos los docentes que tuve a lo largo de los 9 semestres, por transmitirme todos sus conocimientos y experiencias.

En forma muy especial agradezco a la Economista Evelyn Arteaga, por habernos sabido guiar con paciencia durante todo el desarrollo de la tesis.

Además deseo expresarle mi agradecimiento a mi novio Ítalo Valverde Castro, por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida y por darme muchos ánimos para haber podido culminar la presente tesis.

Martha Alvarado Romero

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis es un esfuerzo en la cual, directamente, participaron tres personas, leyendo, opinando, corrigiendo, acompañándome en los momentos tristes y en los momentos de felicidad.

Agradezco a la Economista Evelyn Arteaga por la paciencia y por la dirección de este trabajo. También agradezco a la familia Alvarado Romero por abrirme las puertas de su casa y permitirme hacer todo el proceso de elaboración de la Tesis.

Gracias también a mis queridos compañeros, que me apoyaron y me permitieron entrar en sus vidas estos tres años de convivir dentro y fuera del salón de clase, Andreina, Liliana, Fátima, Jonathan, Lourdes, Mayra, y a todos gracias.

A mis abuelitos y mi tía por compartir los mejores y peores momentos de mi vida, A mis padres que a pesar de la distancia siempre estuvieron atentos a mis necesidades.

Gracias a todos.

Rosa Ángela Bonete Tigre

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autoría del Proyecto realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cangrejo (*Ucides occidentalis*) y de jaiba azul (*Callinectes sapidus*) en la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, abril del 2013

Martha Andreina Alvarado Romero
C.I. 0928429331

Bonete Tigre Rosa Ángela
C.I. 0704613256

INDICES

A. PÁGINAS PRELIMINARES:

Carátula	i
Certificado Aceptación del tutor	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Certificado de la defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Cesión de derecho de las autoras a la UNEMI	ix
Índice General	x
Índice de cuadros	xiii
Índice de figuras	xviii
Resumen	xxiv

B.- TEXTO

Introducción	1
--------------	---

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	5

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO	
2.1.1 Antecedentes históricos	7
2.1.2 Antecedentes referenciales	8
2.1.3 Fundamentación	13
2.2 MARCO LEGAL	56
2.3 MARCO CONCEPTUAL	71
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	
2.4.1 Hipótesis General	73
2.4.2 Hipótesis particulares	73
2.4.3 declaración de variables	73
2.4.4 Operacionalización de las variables	74

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	76
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	78
3.2.1 Características de la población	78
3.2.2 Delimitación de la población	78
3.2.3 Tipo de muestra	79
3.2.4 Tamaño de la muestra	79
3.2.5 Proceso de selección	80
3.3 LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS	
3.3.1 Métodos teóricos	80
3.3.2 Técnicas e Instrumentos	82
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	82

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	83
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUTIVO, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	108
4.3 RESULTADOS	109
4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	110

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1 TEMA	112
5.2 JUSTIFICACIÓN	112
5.3 FUNDAMENTACIÓN	113
5.4 OBJETIVOS	115
5.5 UBICACIÓN	116
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	122
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	145
5.7.1 Actividades	165
5.7.2 Recursos, análisis financiero	168
5.7.3 Impacto	187
5.7.4 Cronograma	188
CONCLUSIONES	189
RECOMENDACIONES	190

C.- MATERIALES DE REFERENCIA:

Bibliografía	191
Lincografía	192

ANEXOS

Anexo 1: Formato de la encuesta aplicada en el cantón Naranjal	197
Anexo2: Acuerdo Ministerial N° 241 emitido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca el 5 de julio del 2010	198
Anexo 3: Acuerdo Ministerial No. 016 del Ministerio de Comercio Exterior y Subsecretaría de Recursos pesqueros	203
Anexo 4: Formato de declaración de impuesto de patente municipal	204
Anexo 5: Formato de permiso de cuerpo de bomberos	205
Anexo 6: Registro de empleadores en el Instituto ecuatoriano de seguridad social	206
Anexo 7: Modelo de Carta al banco para pedir la apertura de cuenta de integración de capital	207
Anexo 8: Modelo de solicitud enviada al presidente de la Asociación 6 de Julio, para conseguir el permiso para poder realizar el Estudio en cuestión.	208
Anexo 9: Formulario del RUC 01 – A	209
Anexo 10: Formulario del RUC 01 – B	210

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Clasificación de los artrópodos	14
Cuadro 2: Principales nutrientes del cangrejo	24
Cuadro 3: Vitaminas del cangrejo	25
Cuadro 4: Minerales del cangrejo	25
Cuadro 5: Aminoácidos del cangrejo	25
Cuadro 6: Clasificación de las empresas por su tamaño	27
Cuadro 7: Diferencia entre eficiencia y eficacia	31
Cuadro 8: Conceptos de niveles organizacionales	32
Cuadro 9: Clasificación de los objetivos por el alcance del tiempo	38
Cuadro 10: Proceso administrativo en los 3 niveles organizacionales	51
Cuadro 11: Población de Naranjal distribuida entre sus parroquias rurales y urbanas	52
Cuadro 12: Población de Naranjal dividida por grupo de edades y género	52
Cuadro 13: Distribución de la población del cantón Naranjal por raza, etnia o costumbres	53
Cuadro 14: PEA del Cantón Naranjal de 12 años en adelante distribuida por sector Industrial	53
Cuadro 15: PEA del cantón Naranjal de 12 años en adelante por rama de actividades	54

Cuadro 16: Principales cultivos del cantón Naranjal	54
Cuadro 17: Índice de analfabetismo de los habitantes del cantón Naranjal por género	55
Cuadro 18: Nivel de educación de los habitantes del cantón Naranjal según el censo del 2010	55
Cuadro 19: Población de Naranjal con NBI	56
Cuadro 20: Operacionalización de las variables	74
Cuadro 21: Población de Naranjal de los sectores urbanos y rurales de edades entre 20 y 65 años distribuido por género	79
Cuadro 22: Muestra de los habitantes e Naranjal por género	80
Cuadro 23: Número de personas encuestadas en Naranjal	83
Cuadro 24: Frecuencia de consumo de cangrejo.	84
Cuadro 25: Consumo de jaiba azul en el cantón Naranjal	86
Cuadro 26: Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en el Cantón Naranjal	88
Cuadro 27: Habitantes de Naranjal que han consumido pulpa de cangrejo ya extraída que venden en lata, funda o tarrina	90
Cuadro 28: Habitantes del cantón Naranjal que han consumido la pulpa de la jaiba azul extraída que se vende en lata, funda o en tarrinas.	92
Cuadro 29: Opiniones sobre la satisfacción que les genera el producto pulpa de cangrejo	94
Cuadro 30: Opiniones sobre la satisfacción que les genera el producto – pulpa de jaiba	96

Cuadro 31: Personas que volverían a comprar el producto pulpa de cangrejo o de jaiba	98
Cuadro 32: Proceso productivo ejecutado en sitios no adecuados ocasiona daños en la salud de los consumidores	100
Cuadro 33: Falta de tecnificación afecta la calidad del producto	102
Cuadro 34: Opiniones sobre los precios de los productos	104
Cuadro 35: Número de personas encuestadas que consumirían pulpa de cangrejo procesada en una empresa local.	106
Cuadro 36: Verificación de las hipótesis planteadas	110
Cuadro 37: Activos con los que contará la planta procesadora de cangrejo y de jaiba	119
Cuadro 38: Análisis FODA de la Industria Costanol S.A.	147
Cuadro 39: Estrategias competitivas FO, FA, DO, DA, de la Industria Costanol S.A	148
Cuadro 40: Lista de precios de las diferentes presentaciones de Rey Cangrejo	160
Cuadro 41: Lista de precios de las diferentes presentaciones de Rey Jaiba	161
Cuadro 42: Personal de la Industria Costanol	168
Cuadro 43: Variaciones	168
Cuadro 44: Inversión en activos fijos de la propuesta	169
Cuadro 45: Depreciación de los Activos Fijos de Costanol S.A.	170

Cuadro 46: Detalle de Gastos de la Industria Costanol S.A.	171
Cuadro 47: Cantidad de materia prima - Cangrejo Azul y Cangrejo Rojo	172
Cuadro 48: Cantidad de materiales – Tarrina	172
Cuadro 49: Cantidad de materiales – fundas	173
Cuadro 50: Materiales etiquetas y bandejas	173
Cuadro 51: Cantidad de rollos Strech film y de recargas de gas industrial	174
Cuadro 52: Detalles de costos mensuales de materiales	174
Cuadro 53: Detalles de costos anuales de materiales	175
Cuadro 54: Costo de la Mano de Obra directa	175
Cuadro 55: Costos directos anuales	176
Cuadro 56: Presupuesto de ventas por mes de la Industria Costanol S.A.	176
Cuadro 57: Presupuesto de Ingresos de la Industria Costanol S.A.	177
Cuadro 58: Inversión de la propuesta	178
Cuadro 59: Financiamiento de la propuesta	178
Cuadro 60: Tasa de préstamos del Banco del Fomento	179
Cuadro 61: Préstamo Bancario de la propuesta	179
Cuadro 62: Tabla de amortización mensual	179

Cuadro 63: Tabla de amortización anual	180
Cuadro 64: Punto de equilibrio	180
Cuadro 65: Estado de pérdidas y Ganancias de la Industria Costanol	182
Cuadro 66: Flujo de caja proyectado de la propuesta	183
Cuadro 67: Balance General de la propuesta	184
Cuadro 68: Índices Financieros de la propuesta	185
Cuadro 69: Diagrama de Gantt de la propuesta	188

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Presentación de la carne de cangrejo en lata “Cangrejo Manglar”	12
Figura 2: Presentación de la carne de jaiba en tarrina de la empresa Alprojansa	13
Figura 3: Características externas del cangrejo	15
Figura 4: Cangrejo Hembra Ovada, Desovada y Vacía	21
Figura 5: Clasificación de las empresas u origen de capital	28
Figura 6: Clasificación de las empresas por su actividad económica.	29
Figura 7: Clasificación de las empresas por Régimen jurídico	29
Figura 8: Mapa conceptual de las áreas funcionales de la empresa	30
Figura 9: Los 3 niveles de la administración, la operación y la ejecución.	32
Figura 10: Elementos del proceso administrativo	33
Figura 11: Modelo administrativo de George Terry	33
Figura 12: Modelo del proceso administrativo de Henry Fayol	33
Figura 13: Modelo del proceso administrativo de Agustín Reyes Ponce	34
Figura 14: Clasificación de los presupuestos.	41

Figura 15: Frecuencia de consumo de cangrejo de los hombres del cantón Naranjal	84
Figura 16: Frecuencia de consumo de cangrejo de las mujeres del cantón Naranjal	84
Figura 17: Frecuencia de consumo de cangrejo de los habitantes del cantón Naranjal	85
Figura 18: Hombres Consumo de Jaiba azul	86
Figura 19: Mujeres que han consumo de Jaiba azul	86
Figura 20: Consumo de pulpa de azul en el cantón Naranjal	87
Figura 21: Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en los hombres	88
Figura 22: Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en las mujeres	88
Figura 23: Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en el Cantón Naranjal	89
Figura 24: Habitantes del cantón Naranjal del género masculino que han consumido la pulpa de cangrejo extraída que se vende en lata o en tarrinas.	90
Figura 25: Habitantes del cantón Naranjal del género femenino que han consumido la pulpa de cangrejo extraída que se vende en lata o en tarrinas.	90
Figura 26: Consumo de pulpa de cangrejo que se vende en tarrina o en lata en el Cantón Naranjal en el año 2012.	91
Figura 27: Hombres que han consumido la pulpa de la jaiba ya extraída.	92

Figura 28: Mujeres que han consumido la pulpa de la jaiba ya extraída.	92
Figura 29: Habitantes del cantón Naranjal que han consumido la pulpa de la jaiba ya extraída	93
Figura 30: Opinión de los hombres sobre la satisfacción que les genera el producto pulpa de cangrejo	94
Figura 31: Opinión de las mujeres sobre la satisfacción que les genera el producto pulpa de cangrejo	94
Figura 32. Opinión de los consumidores sobre la satisfacción que les genera el producto pulpa de cangrejo	95
Figura 33: Opinión de los hombres sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de jaiba.	96
Figura 34: Opinión de las mujeres sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de jaiba.	96
Figura 35: Opinión sobre la satisfacción que les genere el producto – pulpa de jaiba.	97
Figura 36: Opinión de los hombres sobre volver a consumir los mencionados productos	98
Figura 37: Opinión de las mujeres sobre volver a consumir los mencionados productos	98
Figura 38: Opinión de los consumidores en general sobre volver a consumir los mencionados productos	99

Figura 39: Opiniones de los hombres sobre el proceso productivo	100
Figura 40: Opiniones de las mujeres sobre el proceso productivo.	100
Figura 41: Opiniones de los consumidores sobre el proceso productivo	101
Figura 42: Opiniones de los hombres sobre la falta de tecnificación	102
Figura 43: Opiniones de las mujeres sobre la falta de tecnificación	102
Figura 44: Opiniones de los consumidores en general sobre la falta de tecnificación	103
Figura 45: Opiniones de los hombres sobre el precio de los productos.	104
Figura 46: Opiniones de las mujeres sobre el precio de los productos.	104
Figura 47: Opiniones de los consumidores en general sobre el precio de los productos.	105
Figura 48: Número de hombres encuestados que consumirían la pulpa del cangrejo y jaiba procesada en una empresa local	106
Figura 49: Número de mujeres encuestadas que consumirían la pulpa del cangrejo y jaiba procesada en una empresa local	106
Figura 50: Número de personas encuestados que consumirían la pulpa del cangrejo y jaiba procesada en una empresa local	107

Figura 51: Mapa del cantón Naranjal	116
Figura 52: Croquis para llegar a la Industria Costanol S.A	117
Figura 53: Plano de la planta procesadora de cangrejo y de las oficinas de Costanol	120
Figura 54: Fachada de la industria Costanol S.A	121
Figura 55: Organigrama de la Industria Costanol S.A.	123
Figura 56: Fases para la creación de Costanol S.A	135
Figura 57: Diagrama de flujo del proceso productivo de Costanol S.A.	144
Figura 58: Modelo de las fuerzas de Porter de La Industria Costanol	149
Figura 59: Logotipo de la Industria Costanol S.A.	156
Figura 60: Logotipo de la línea de productos de la Industria Costanol S.A.	156
Figura 61: Slogan de la línea de productos Rey	157
Figura 62: Logotipo del producto pulpa de cangrejo de la línea Rey de la Industria	157
Figura 63: Logotipo del producto pulpa de jaiba de la línea Rey de la Industria	157
Figura 64: Presentación en funda de la pulpa de cangrejo completo	158
Figura 65: Presentación en funda de la pulpa de jaiba completa.	158

Figura 66: Presentación en tarrina de la pulpa de cangrejo completo y de jaiba.	158
Figura 67: Etiqueta de la tarrina de pulpa de cangrejo completo	159
Figura 68: Etiqueta de la tarrina de pulpa de jaiba completa	159
Figura 69: Presentación de la pulpa de las patas gordas del cangrejo	159
Figura 70: Presentación de las patas gordas de la jaiba	159
Figura 71: Fan Page Oficial en Facebook de Rey Cangre	162
Figura 72: Modelo de publicación en el diario	163
Figura 73: Hojas volantes	164
Figura 74: Valla publicitaria	165
Figura 75: Punto de equilibrio	181
Figura 76. Análisis de costos	181

RESUMEN

Hace aproximadamente 6 años se comenzó a ejecutar el proceso de la extracción y venta de la pulpa del cangrejo y de la jaiba, en la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal, la mayor parte de las mujeres que habitan en este sector se dedican a este negocio, pero a pesar del largo tiempo que llevan en él, aun no podido lograr tecnificar sus procesos ni adquirir un sitio con las instalaciones adecuadas para ejecutar el mismo en forma cómoda y mucho más higiénica, ya que, se limitan a trabajar artesanalmente, dentro de sus propios hogares y vender los productos en tarrinas, sin marca, ni registro sanitario, todo esto provoca que oferten a las personas un producto de deficiente calidad que podría hasta a llegar a afectar la salud de los consumidores, el problema es evidente pero se corroboró, mediante la técnica denominada encuesta que se les aplicó a informantes calificados y a través de los diferentes tipos de investigación que se utilizaron para profundizar más el tema en cuestión, entre los que destacan la descriptiva, la cuanti – cualitativa y la correlacional, gracias a las cuales se pudo determinar claramente el problema y proponer la solución más factible, que en este caso sería la creación de una planta procesadora de cangrejo y jaiba en la cooperativa 6 de julio, donde su fuerza laborar este correctamente capacitada para realizar cada una de las actividades o fases que comprende el proceso de producción, además de que tengan pleno conocimiento sobre las normas de higiene y de calidad que se deben aplicar para elaborar este tipo de productos y sobre el manejo eficiente de los recursos de la empresa, la misma que retribuirá todo el trabajo y el buen desempeño de cada uno con un sueldo fijo, beneficios que por ley les corresponden e incentivos, con lo cual sepretende que todos los miembros de la empresa trabajen de la mejor manera y así juntos poder conseguir los objetivos planteados. En el análisis financiero se comprobó que el negocio podría llegar a ser rentable si se lo maneja aplicando todos los fundamentos administrativos y ejecutando el proceso productivo en forma tecnificada, para conseguir un producto de excelente calidad y evitar egresos innecesarios por causa de desperdicio de recursos.

Palabras claves: Extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba, Conocimientos administrativos y operativos, baja rentabilidad, proceso tecnificado.

ABSTRACT

About 6 years ago it began to run the process of extraction and sale of pulp crab and crab, in the cooperative Canton July 6 Orangery, most of the women living in this area are devoted to this business, but despite the long time they take it, though not able to achieve or acquire processes technify a site with adequate facilities to execute the same in a comfortable and more hygienic as they are limited to work by hand, within of their own homes and sell the products in tubs, no brand, no health registry, this causes people who offer a product of poor quality that could even come to affect the health of consumers, the problem is obvious but confirmed, using the technique called survey was applied to informants and through the different types of research that were used to deepen the subject matter, among which are descriptive, quantitative - qualitative and correlational, thanks to which could pinpoint the problem and propose the most feasible solution, which in this case would be the creation of a processing plant crab and crab in the cooperative July 6, where his labor force is properly trained to perform each of the activities or phases comprising the production process, plus they have full knowledge of hygiene and quality to be applied to develop these products and the efficient management of company resources, the same as recompense all the work and the good performance of each with a steady paycheck, benefits they are entitled by law and incentives, which is intended for all members of the company work in the best way and together to achieve the objectives. In financial analysis it was found that the business could become profitable if handled applying all administrative foundations and running under technical production process, to achieve a product of excellent quality and avoid unnecessary expenses due to waste of resources.

Keywords: Pulp Extraction crab and crab, administrative and operational skills, low profitability, process tech.

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2007, en la Cooperativa 6 de julio del Cantón Naranjal, se viene desarrollando artesanalmente el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo rojo y de la jaiba azul (en tiempo de veda del cangrejo) y se la comercializa principalmente en restaurantes, hoteles, despensas y en las calles de Naranjal y cantones aledaños.

Al principio era una sola persona la que se dedicaba a esta labor, pero con el paso del tiempo fue apareciendo la competencia y ahora en día son aproximadamente 30 mujeres que habitan en el mencionado sector, las que se dedican al negocio de extracción y venta de la pulpa del cangrejo rojo y jaiba azul, pero a pesar del largo tiempo que ha transcurrido, ninguna de ellas ha logrado hacer que su negocio prospere, debido que no han sido lo suficientemente emprendedoras como para adquirir un préstamo que les permitan obtener instalaciones y herramientas adecuadas para realizar de mejor manera el proceso de producción, además su falta de iniciativa e innovación les ha impedido darle una mejor presentación al producto, ni tampoco buscar la forma de capacitarse en sobre todo las normas básicas de higiene con las que se deben elaborar productos de consumo humano, estos factores contribuyen para que sus productos tengan una calidad deficiente y por ende no satisfagan las necesidades del consumidor, por otra parte, el hecho de no llevar un registro exacto de ingresos y egresos y el alto nivel de desperdicios que tienen de materia prima les obliga a ofertar sus productos a precios altos, esta situación en conjunto con la mala presentación del producto provoca que las ventas se vayan disminuyendo y que este negocio no les resulte muy rentable

Cabe destacar que la mala manipulación de productos tan delicados como lo son la pulpa del cangrejo y la jaiba puede llegar a tener consecuencias graves, debido a que si no se procesan adecuadamente o no se los conserva a temperaturas altas, estos tienden a dañarse y proliferarse en ellos bacterias que pueden perjudicar seriamente a la salud de los consumidores, por ello, es importante que este tipo de productos solo sean elaborados por empresas serias, en lugares adecuados y con los instrumentos que se necesitan.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El cantón Naranjal es importante para el desarrollo económico del Ecuador debido a que cuenta con varios destinos turísticos, entre los que tenemos: Reservas Ecológicas, Cerro de hayas, Camino del Inca, Centro Shuar de Aguas Termales, etc., además es considerado una zona agrícola y ganadera, porque en él se cultiva cacao, tabaco, caña de azúcar, arroz, café y una gran variedad de frutas y en sus amplios pastizales se cría ganado vacuno y caballar. Por otra parte, Naranjal es conocido por ser una importante zona de reproducción de crustáceos, ya que, cuenta con 3 grandes manglares, de los cuales se abastece principalmente de cangrejo y jaiba a muchas ciudades del Ecuador. Pero además hace aproximadamente 5 años se comercializa dentro de Naranjal y en lugares aledaños, la pulpa de cangrejo y jaiba que proviene de los pequeños negocios establecidos en la cooperativa 6 de julio, debido a que es el único sector de dicho cantón donde se efectúa el proceso de extracción de la pulpa de dichos crustáceos, surgiendo el problema de que ejecutan la producción en sitios que no están debidamente adecuados para garantizar que el procesamiento de la materia prima se lo realiza en un ambiente totalmente higiénico lo que provoca daños en las salud de los consumidores, como descomposición intestinal, fiebre, intoxicación, etc.

Además la calidad del producto es deficiente debido a que lo elaboran artesanalmente, es decir, no cuentan con un proceso tecnificado.

Otro punto importante es que esta labor la realizan personas que no están capacitados para hacerlo, por lo cual, no utilizan eficientemente la materia prima lo que ocasiona que no puedan ofertar sus productos a precios más económicos.

Por otra parte, el hecho de que el producto tenga una mala presentación, no cuente con registro sanitario ni con marca, hace que el consumidor en muchos casos prefiera abstenerse de consumirlo, porque este le produce desconfianza.

Pronóstico

Cabe destacar que si se sigue comercializando la pulpa del cangrejo y la jaiba que se procesa artesanalmente, y que durante su producción no se cumplen con las normas de higiene y calidad que este tipo de productos requiere, por ser de consumo humano, se seguirá poniendo en riesgo la salud de los consumidores.

Además los restaurantes que ofrecen platillos a base de mariscos dentro y fuera del cantón Naranjal y que compran la pulpa del cangrejo y de la jaiba proveniente de la cooperativa 6 de julio tarde o temprano tendrán inconvenientes con la calidad del producto, por lo que peligrará el buen nombre de su negocio y su demanda disminuirá.

Control del pronóstico.

Para salvaguardar la salud de las personas que les gusta elaborar y consumir platillos exóticos y deliciosos a base de pulpa de cangrejo o de jaiba, es necesario, que exista una empresa, que brinde al consumidor un producto de excelente calidad que sea fabricado bajo estrictas normas de higiene y que se comercialice a un precio competitivo.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Litoral o Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjal

Sector: Rural – Cooperativa 6 de julio

Área: Producción

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué forma la salud de los consumidores de pulpa de cangrejo y de jaiba se ve afectada como consecuencia de que ningún negocio, del Cantón Naranjal, dedicado a la extracción y venta de pulpa de los crustáceos mencionados, cuente con un sitio debidamente adecuado que garantice que el procesamiento de esta materia prima se dé en un ambiente higiénico?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿Cómo influye la ausencia de un proceso tecnificado en la deficiente calidad del producto?

¿Qué impacto tiene sobre el aprovechamiento eficiente de la materia prima y sobre el nivel de precios del producto, el hecho de que las personas que realizan el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba no estén correctamente capacitadas para ejecutarlo?

¿De qué manera la mala presentación del producto influye para que las personas se abstengan de consumirlo?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio sobre la forma de extracción y venta de pulpa de cangrejo y de jaiba, en el Cantón Naranjal, considerando factores como la higiene y procesamiento de materia prima y su incidencia en la salud de los consumidores de éstos crustáceos.

OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Determinar de qué manera afecta a la salud de los consumidores el hecho de que ningún negocio dedicado a la extracción y venta de pulpa de cangrejo y de jaiba que existe en Naranjal cuente con un sitio debidamente adecuado que garantice que el

procesamiento de la materia prima se lo efectúa en un ambiente totalmente higiénico, a través de una investigación de campo aplicando encuestas dirigidas a informantes calificados, con la finalidad de salvaguardar el bienestar físico de los habitantes del cantón Naranjal y sectores aledaños.

Objetivos Específicos de Investigación

Establecer cómo influye la ausencia de un proceso tecnificado en la deficiente calidad del producto

Analizar qué impacto tiene sobre el aprovechamiento eficiente de la materia prima y sobre el nivel de precios del producto, el hecho de que las personas que realizan el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba no estén correctamente capacitadas para ejecutarlo

Determinar de qué manera la mala presentación del producto influye para que las personas se abstengan de consumirlo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El Cantón Naranjal, es conocido nacionalmente por sus zonas turísticas, su excelente gastronomía, pero sobre todo porque cuenta con tres manglares donde se reproducen una gran cantidad de cangrejos rojos y jaibas azules, por lo que desde mucho tiempo atrás la venta de estos crustáceos ha venido siendo una de sus principales actividades económicas, pero aproximadamente hace cinco años, en búsqueda de nuevas oportunidades gran parte de los moradores de la Cooperativa 6 de Julio se están dedicando a extraer la pulpa del cangrejo rojo y venderla precocina en tarrinas y en tiempo de veda realizan el mismo proceso con la jaiba azul, surgiendo el problema de que por no contar con instalaciones e instrumentos adecuados esta actividad se la realiza en forma poco higiénica, lo que pone en riesgo el bienestar físico de los consumidores.

La presente investigación es de vital importancia, ya que, servirá para salvaguardar la salud de los consumidores de la pulpa del cangrejo y de la jaiba, mediante la elaboración de estos productos bajo las normas de higiene necesarias y con la tecnificación adecuada para ofertar productos de excelente calidad, con una presentación llamativa y con el registro sanitario correspondiente, lo cual dará total

confianza al consumidor de que estos no afectará de ninguna manera su bienestar, lo que a su vez estimulará para que se incremente la demanda, ya que, más personas se atrevan a adquirir estos productos, logrando introducir los mismos a nuevos mercados.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

En el año 2007, La señora Piedad Barrera se percató de que había mucho desperdicio de cangrejos, ya que, por el largo camino que recorrían desde el manglar hasta sus puntos de comercialización muchos cangrejos llegaban con sus patas desmembradas o tenían un tamaño muy reducido por lo que no eran atractivos para la venta y los cangrejeros procedían a botarlos, en vista de esta situación ella recogía los cangrejos rechazados, los cocinaba y les extraía la pulpa, para posteriormente venderla en tarrinas, al principio esta actividad no tuvo mucha rentabilidad, porque había muy poca demanda, pero con el pasar del tiempo, a las personas, especialmente a los dueños de restaurantes donde se prepara ensalada de cangrejo u otros platos típicos que incluyen la carne del mismo, les fue llamando la atención y adquirían el producto, porque les ahorra tiempo y dinero. A medida que la actividad se fue volviendo más rentable, muchas otras mujeres se fueron dedicando a ella, especialmente las esposas de los cangrejeros, al comienzo para todas realizar la extracción de la pulpa de este crustáceo fue bastante difícil, por lo que no sabían cómo hacerlo y a la falta de instrumentos adecuados utilizaban un trinche y un mazo.

Ahora en día son más de 30 señoras las que se dedican a procesar, extraer y vender la carne del cangrejo, ellas compran el cangrejo a un precio preferencial (\$6

el atado y la venden su pulpa en Naranjal, Machala y Milagro, especialmente en hoteles, restaurantes y frigoríficos

Estas mujeres fueron incluidas en la Asociación de Cangrejeros 6 de Julio, la misma que ha venido ganando el reconocimiento de los actores locales y autoridades y que tiene la concesión para el manejo y conservación del manglar por 10 años.

Los miembros de la Asociación de cangrejeros son muy disciplinados por lo que cumplen con todos los lineamientos que establece la ley y las regulaciones nacionales (vedas), ya que, caso contrario los infractores son sancionados. Por lo que en el tiempo de veda del cangrejo *Ucides occidentalis*, los cangrejeros se dedican a la venta de pescados de distintas clases y en algunos casos las mujeres realizan la extracción de la pulpa de la jaiba, por ser un producto muy parecido al cangrejo rojo.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Primera Referencia

Los Señores: Carlos Cabrera León, Antonio Tumbaco Freire y Marco Noblecilla Borja, estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral en su proyecto de: "Evaluación técnica financiera para la instalación de una planta procesadora de cangrejo", proponen que dicha planta sea dividida en dos secciones: el área sucia y el área limpia y que se aplique la siguiente metodología de procedimiento para extraer la pulpa del cangrejo:

1. Antes de la llegada de la materia prima (cangrejos), la planta es íntegramente desinfectada.
2. Los cangrejos son llevados directamente al área sucia donde se los coloca en un recipiente que tiene pequeños orificios en la parte inferior, se los lava con agua potable y se agita el recipiente de tal forma que toda el agua sucia salga, quedando limpio el producto.
3. Se los introduce vivos en una olla con agua hirviendo sin adicionar condimentos y se los deja allí hasta que el agua vuelva a hervir y se forme espuma, luego de lo cual son inmediatamente retirados y enfriados con agua a temperatura ambiente. De esta forma se logra obtener rápidamente una temperatura del musculo entre

55°C y 60°C, lo cual es ideal para la correcta cocción de los crustáceos, ya que, este choque térmico favorece la separación entre la carne y el exoesqueleto.

4. Cuando el producto este frio se lo pasa a un mesón donde se lo desmenuza y se clasifica sus partes en: patas gordas, patas flacas, dedos, pecho o pechuga, grasa y hepatopáncreas y cada parte se los coloca en un recipiente a temperatura ambiente. Por otra parte, las uñas, las coxas y el carapacho son desechados.
5. Se vuelve a lavar todo el producto y se lo enfría con hielo, acto seguido se lo traslada al área limpia.
6. En el área limpia se realiza la extracción de la pulpa de cada una de las partes del cangrejo, las mujeres que realizan esta actividad, lo hacen con guantes, mascarillas, delantales y gorros para el pelo.
7. Luego se pesa y se empaca la carne
8. Se coloca la etiqueta donde contiene la marca, el registro sanitario y la información nutricional y posteriormente se ubica el producto en grandes congeladores, donde permanecerán hasta que se realice la comercialización.

Segunda Referencia

Los Señores Carlos Quevedo Mendoza, Diana Lara Avilés y Noelia Muñoz Álvarez, estudiantes de la Escuela superior politécnica del litoral, previo a la obtención del título de Ingenieros en Gestión Empresarial Internacional, presentaron el proyecto de exportación de jaiba, donde hacen un relato de las características de este recurso natural, de su hábitat y biología, y sobre todo analizan que dicho producto es poco apetecido en el Ecuador, pero tiene mucha relevancia en otros países del mundo como en Estados Unidos, por lo que ello, se transforma en una oportunidad de negocio para el país, además acotan que son muy pocas las empresas ecuatorianas que se dedican al negocio de la exportación de la pulpa de la jaiba y que muchas de estas empresas no realizan dicho proceso, sino que, compran a terceros el producto para ellos comercializarlo en el exterior.

Por otra parte, ubican como una gran ventaja el hecho de que la jaiba no tiene un periodo de veda por lo que la producción seria constante.

El proceso de la extracción de la pulpa de la jaiba, en el mencionado proyecto consiste en:

- **Lavado e Inmersión**

Luego de recibir las jaibas se procederá a ser enjuagadas antes de realizar la inmersión, para retirar cualquier impureza o residuo que pueda tener e inmediatamente pasa a ser procesada para brindar un producto fresco de calidad.

La inmersión consiste en sumergir al producto durante una hora en agua a temperaturas bajas, renovando constantemente el agua, hielo y cloro para mantener la higiene del proceso.

- **Cocción**

A medida que el proceso anterior avanza se las envía para su inmediata cocción en la autoclave, que es una maquina industrial que realiza la cocción mediante vapor. El cocido a vapor es el sistema más recomendado, por conservar mejor las propiedades de la carne y permitir una duración más larga del producto, aunque el costo de la instalación y del equipo es más elevado.

El buen éxito del proceso depende de la calidad de la materia prima y ésta de la procedencia y la manipulación de las jaibas antes de llegar a la planta. En la planta, las jaibas son clasificadas por sexos, y se eliminan las jaibas muertas, para asegurar la calidad de la carne que se va a producir.

- **Enfriamiento**

Al terminar la cocción el producto es llevado hacia la cámara de enfriamiento con el fin de que llegue pronto a bajas temperaturas y con esto la carne caliente se contraiga y sea más sencillo y limpio el desprendimiento de la carne durante el despulpado.

- **Almacenamiento Refrigerado**

Permanecerá almacenada la jaiba hasta el día siguiente a temperaturas inferiores de 0° C para su conservación y luego se procederá al despulpado.

- **Despulpado**

El producto una vez que este frío es distribuido en las mesas para proceder a su despulpado manual, realizado por personal especializado mediante pinzas. Por ser un punto crítico, su acceso será restringido para precautelar la higiene y cumplir con las buenas prácticas de manufactura.

Antes del despulpado se separan a las jaibas que mejor características tengan para cada línea de producción, y las que no cumplan dichos estándares irán a la línea Culinary, que es el 100% de extracción de carne. Al mismo tiempo se procederá a colocar la pulpa en los recipientes en que van a ser envasadas.

- **Invasado**

La pulpa seleccionada se coloca en un envase de polietileno de baja densidad a atmósfera normal y sellado hermético. Los envases serán recogidos para su inspección de calidad, como revisión de características como la integridad de músculo, presencia de agua, huesos, olor, color, temperatura.

- **Almacenamiento Refrigerado del Producto Terminado**

Luego del envasado del producto por sus respectivas líneas, se procede al almacenamiento en la cámara de cero grados para esperar a la empresa de distribución para su posterior traslado.

- **Embarque y Distribución**

Por medio de un bróker de carga se procederá al envío del producto hacia Estados Unidos, con el Incoterm que mejor se adaptaba a las necesidades de la compañía y del importador que fue el FOB.

Tercera Referencia

En la investigación realizada por el Instituto Nacional de Pesca del Ecuador sobre los aspectos pesqueros biológicos y socioeconómicos de la captura del cangrejo rojo (*Ucides Occidentalis*) en los manglares del Ecuador, se detalla lo siguiente:

El cangrejo rojo es un recurso que se prohíbe exportar, es decir, solo es para el consumo interno, debido a que son objeto de sobre explotación.

Existe una gran demanda de cangrejo rojo en especial en la ciudad de Guayaquil que es abastecido principalmente por los cangrejos que se capturan en las localidades de Mondragón, Puná, El Guasmo y Puerto Roma.

La cooperativa 6 de julio de Naranjal, Balao y Puerto Jelí atienden la demanda de cangrejo de Tulcán, Latacunga, Riobamba Babahoyo y Ambato

A parte de la venta del cangrejo vivo, en los últimos años, se está efectuando la comercialización de la pulpa del cangrejo, este proceso se realiza en cangrejales,

pero también la ejecutan en forma artesanal mujeres y niños de las localidades 6 de julio, Puerto Roma y Puerto Bolívar, esta actividad la realizan en las noches, ya que, aprovechan los cangrejos que no fueron vendidos durante el día, posterior a la extracción de la carne del cangrejo la envasan en unas tarinas y las congelan para venderlas al día siguiente.

Actualmente Mi Comisariato y Supermaxi han incursionado en la venta de la carne del cangrejo en distintas presentaciones como en funda de medio y un kilogramo, tarinas de una libra o enlatados.

Una de las empresas que se dedica a vender carne de cangre rojo o de la especie *Ucides occidentalis* enlatada es “Marerosa S.A.” ubicada en Manabí con más de once años de experiencia, cuenta con la confianza y el respaldo de sus clientes, siendo su grupo objetivo las personas de nivel socio económico medio alto y alto, cuenta con una marca registrada como “cangrejo manglar” y cada semana expende un promedio de 250 cajas de latas de cangrejos. Marerosa vende carne enlatada de cangrejo en dos presentaciones, las dos contienen 175 g., la diferencia radica en que la lata que tiene una banda azul tiene carne desmenuzada y cuesta \$ 2,00; y la lata de banda amarilla es carne solo de patas gordas y tiene un costo de \$5,32

Figura 1. Presentación de cangrejo en lata “Cangrejo Manglar”



Fuente: Informe de Instituto Nacional de Pesca del Ecuador

La empresa “Alprojansa S.A” se dedica a comercializar la carne de cangrejo azul o callinectes *sapidus* más conocido como jaiba azul, en forma pasteurizada en terrinas de 1 libra, el proceso de pasteurizado da absoluta confianza al consumidor de que la carne está libre de bacterias, por otra parte, el producto es envasado y etiquetado con rigurosas normas de higiene y seguridad.

Figura 2. Presentación de la carne de cangrejo en terrinas de la empresa Alprojansa



Fuente: Informe de Instituto Nacional de Pesca del Ecuador

Los productos de estas 2 empresas cuentan con registro sanitario y la certificación INEN, lo que garantiza una excelente calidad del producto.

El problema de esta actividad es que existen personas o asociaciones que también se dedican a realizarla, sin contar con los respectivos permisos y a pesar de esto el mercado también es abastecido por estos productos que no cuentan con registro sanitario, ni con certificaciones del INEN, ni ningún documento que abalice la calidad del producto, con esto se afecta a los productores formales, otro punto que agrava la situación es que en ciudades especialmente de la Región Sierra se está comercializando pulpa de cangrejo y pasta de cangrejo peruano de mala calidad.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación científica

Artrópodos

Según Gerard Tortora, Berdell Funke y Cristine Case los artrópodos son: “Animales caracterizados por cuerpos segmentados, esqueletos externos duros y patas articuladas. Con casi 1 millón de especies, este es el filo más numeroso del reino animal”¹.

Rodrigo Estrella los define como: “Invertebrados con patas articuladas, de aquí su nombre artros= articulación y podos = pie”².

¹ TORTORA, Gerard, FUNKE, Berdell, CASE, Cristine: *Introducción a la microbiología*, Panamericana, p. 377

² ESTRELLA, Rodrigo: *Ciencias Naturales*, Radmandí, p. 93

¿Cómo se presentan internamente los artrópodos?

Según Rodrigo Estrella los artrópodos internamente se presentan de la siguiente manera:

Aparato Digestivo: tienen un tubo digestivo conectado con la cavidad bucal, de donde se desprenden apéndices para recoger y masticar el alimento; en la boca hay glándulas salivares. Luego de la boca sigue la faringe, el esófago, el estómago y el intestino, para terminar en el ano.

Aparato Respiratorio: La respiración es branquial, tanto en los artrópodos acuáticos como en los crustáceos y, traqueal en los artrópodos terrestres, como los arácnidos.

Sistema circulatorio: La circulación sanguínea es abierta; todo el cuerpo está lleno de sangre impulsada por un corazón y recogida por arterias, que la llevan a las distintas partes del animal, desde las cuales retorna al corazón.

Sistema excretor: las sustancias de desecho, del trabajo del animal, son excretadas por tubos que van al exterior o hacia el intestino. Los crustáceos tienen glándulas de excreción llamadas glándulas verdes, que lleva la sustancia excretada hacia los apéndices y de aquí al exterior.

Sistema nervioso: Posee una masa cerebral o ganglio cerebroide. De aquí salen nervios que van a los apéndices de la boca y otros nervios que van al resto del cuerpo. El sistema nervioso es muy desarrollado, lo que permite al animal recibir estímulos luminosos y diferenciar movimientos a través de los ojos, percibir efectos sonoros a través de membranas o tímpanos y diferenciar sabores³.

Clasificación de los artrópodos

Cuadro 1. Clasificación de los artrópodos

Clase de artrópodos	Número de patas	Otras características	Ejemplos
Insectos	Seis (tres pares)	Presentan antenas	Escarabajo, Mosca, Mariposa, saltamontes.
Miriápodos	Muchas	Presentan antenas	Escolopendra, Ciempiés, Milpiés.
Crustáceos	Diez (cinco pares)	Presentan antenas, el primer par de patas puede estar transformado en pinzas, la mayoría vive en el agua.	Centollo, Gamba, Percebe, Galera, Cangrejo de río, Langostino.
Arácnidos	Ocho (cuatro pares)	Sin antenas, los apéndices anteriores están unidos a glándulas de veneno	Alacrán, escorpión, tarántula, Opilliom

Fuente: www.profes.net

³ ESTRELLA, Rodrigo,: op. cit., p. 94

Crustáceos

El subphylum crustacea es uno de los grupos más amplios del Phylum Arthropoda. El subphylum está dividido en varias clases, las más importantes de las cuales son Malacostraca y Cirripedia. La clase Malacostraca incluye a los cangrejos de ríos y de mar, langostas y camarones. Entre las características típicas de los malacostráceos están: un cuerpo dividido en dos sectores (uno que combina la cabeza y el tórax y se llama cefalotórax, y un abdomen); un exoesqueleto (esqueleto externo) con una gran placa (caparazón) que cubre el cefalotórax; ojos compuestos pedunculados y dos pares de antenas.⁴

¿Qué son los cangrejos?

Son crustáceos del orden de los decápodos que pertenecen a la familia de los artrópodos, están emparentados con las langostas, se caracterizan por tener un caparazón externo duro que cubre cabeza y tórax formando un cefalotórax que protege al suave cuerpo que existe debajo de él, cuentan con 5 pares de patas, el primer par de patas locomotoras se ha convertido en un par de pinzas muy afiladas que usan para protegerse y para capturar sus alimentos.

Los cangrejos caminan de lado por la forma curvada de sus patas, lo que les permite ingresar en pequeños agujeros y grietas.

Características externas del cangrejo



Fuente: EL UNIVERSO: *Enciclopedia visual Seres Vivos*, Santillana, p. 90

⁴ EL UNIVERSO: *Enciclopedia visual Seres Vivos*, Santillana, p.90

Especies de cangrejos

Alrededor del mundo existen más de 4.000 especies que se las puede denominar como cangrejos, de éstas un gran número viven dentro o cerca del agua, otras solo van al agua para reproducirse. A pesar de que algunas especies viven dentro del agua no son grandes nadadores sino que se desplazan por el fondo sobre sus patas, en ciertos casos pueden transitar fuera del agua y hasta trepar árboles o palmeras.

Entre las principales especies de cangrejos tenemos:

- Cangrejo Peludo
- Ucides Occidentalis (Cangrejo de Manglar)
- Cangrejo Aroa
- Cangrejo Ermitaño
- Bogavante
- Periclemenes Amethysteus
- Cangrejo Blanco
- Parthenope angulifrons
- Cangrejo olla
- Cangrejo Herradura
- Cangrejo de los Cocoteros
- Cangrejo limpiador
- Cangrejo Aralla
- Cangrejo Azul
- Cangrejo Buey de Mar
- Cangrejo chino con Mitones
- Cangrejo Pedrero
- Cangrejo de Bengala
- Cangrejo Arenicola
- Cangrejo común Europeo
- Cangrejo Decorador
- Cangrejo Enmascarado
- Cangrejo Fantasma
- Cangrejo Felpudo
- Cangrejo Gigante de Japón
- Cangrejo Piedra
- Cangrejo terrestre
- Cangrejo Violinista.

Sistema Circulatorio de los Cangrejos

Hemocele es la principal cavidad de su cuerpo, tienen un aparato circulatorio de tipo abierto mediante el cual es impulsada la sangre por un corazón que se sitúa en posición dorsal, del cual sale una red de vasos que va dirigida a todos los puntos del cuerpo del cangrejo.

Sistema Digestivo

El sistema digestivo de los cangrejos está constituido por un tubo recto, que contiene una especie de trituradora gástrica en forma de molleja, la cual la emplea para desmenuzar los alimentos, también posee un par de glándulas digestivas que segregan los jugos digestivos y absorben los alimentos. Tienen una estructura excretora que cumple la misma función que los riñones.

Cuentan con un cerebro que tiene forma de ganglios que se aproxima a los órganos sensoriales, también tiene una serie de ganglio y nervios importantes bajo su intestino.

Proceso de muda del caparazón del cangrejo

El cangrejo pasa un por una fase llamada muda, en la cual se deshace de su caparazón o exoesqueleto porque este no puede crecer, cuando llega a este proceso el *Ucides Occidentalis* se entierra y tapa su hueco.

Al interior del cangrejo crece otro caparazón blando y generalmente de color blanco que al llegar ha determinado tamaño obliga al cangrejo a salir de su exoesqueleto exterior y quedarse con su nuevo caparazón que es más grande que el anterior pero que le lleva algún tiempo volverse duró, por lo que el cangrejo se torna gelatinoso y de un color lechoso y por lo tanto no le ofrece la protección que necesita, por lo que en este tiempo opta por pasar desapercibido.

Durante el proceso de muda de caparazón el cangrejo puede regenerar alguna pinza que haya perdido pero esta será más pequeña que la anterior. Por otra parte, por este periodo el cangrejo no puede ser consumido porque produce sustancias químicas que provocan daños en la salud como descomposición intestinal, vómito y dolores abdominales

***Ucides Occidentalis* (Cangrejo Rojo o Cangrejo de Manglar)**

Taxonomía

Según Ortmann (1897), la taxonomía del cangrejo rojo es la siguiente:

Phylum: Artrópoda

Clase: Malacostraca

Orden: Decápoda

Familia: Ocypodidae

Género: Ucides

Especie: Occidentalis

N. C.: UcidesOccidentalis

N. V.: Cangrejo rojo

Biología del Cangrejo Rojo

El nombre científico del cangrejo rojo es *Ucides occidentalis*, proviene de la familia de los Ocypodidae, es del orden de los decápodos porque cuenta con 10 patas, sus regiones branquiales hinchadas y fuertemente proyectadas hacia los lados, con sus cámaras branquiales bien delimitadas, en las cuales se albergan 5 branquias por cada una, cuenta con un caparazón o exoesqueleto externo segmentado, formado por quintina, impregnado de carbonato cálcico, que puede llegar a medir de 8 a 10 cm en cangrejos adultos.

Tiene un cefalotórax ovalado que puede ser de color rojo – grisáceo o gris – azulado y sus márgenes laterales rojo – anaranjado, generalmente sus pinzas son de color rojo oscuro y su región ventral café o blanca, tiene un pedúnculo ocular robusto.

Existe diferencia entre el cangrejo macho y hembra, ya que, los machos son más grandes y los quelípedos son extremadamente largos, algo asimétricos, con numerosos tubérculos y espinas, tienen más pelos y el cefalotórax es más ancho y con una forma distinta que el de la hembra.

Los cangrejos rojos pueden llegar a vivir hasta trece años.

Importancia ecológica del cangrejo rojo

Según el Instituto Nacional de Pesca del Ecuador: “El Cangrejo Rojo (*Ucides Occidentalis*) constituye parte sustancial en la dinámica del ecosistema del Manglar,

cuya función principal es formar parte de la cadena trófica y reducir la materia orgánica”⁵.

Twilley (1996) demostró que: El valor ecológico que tiene la predación de los cangrejos sobre las hojas frescas caídas del manglar lo que reduce la cantidad de materia orgánica que sale desde los mangles hacia los sistemas estuarinos e incrementa el reciclaje del nitrógeno en los suelos de los manglares⁶

Se dice que el cangrejo recicla la materia orgánica porque se alimenta de los restos que quedan del deterioro de animales y plantas, especialmente de las hojas de mangle que caen al piso, éstas son acumuladas en las madrigueras de los cangrejos durante todo el año.

Su importante ecológica también radica en la contribución que este tiene con la oxigenación de los suelos durante la construcción de sus madrigueras, ya que, en este proceso realizan la remoción y aireación del fango, dando paso al intercambio de gases en el sustrato, mediante esta actividad se impulsa a la descomposición de la materia orgánica por bacterias aeróbicas, equilibrando la dinámica ecológica del sistema.

Fases Previas a la reproducción del Cangrejo

- **Precortejo**

Esta etapa consiste, en las frecuentes entradas y salidas de los cangrejos de sus madrigueras, no por motivo de búsqueda de alimentos, este proceso ocurre 4 semanas antes del cortejo nupcial.

- **Cortejo Nupcial**

Esta etapa dura aproximadamente 2 días y consiste en que machos y Hembras abandonan sus madrigueras para realizar el acto copulativo. Este proceso se debe dar en un ambiente de absoluta tranquilidad y sin ningún tipo de ruidos, ya que si lo hubiera se estropearía el acto sexual, porque los cangrejos se separarían inmediatamente y buscarían refugio.

⁵ INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: *Boletín Científico y Técnico*, p.38

⁶Twilley Robert: *Litter dynamics in riverine mangrove forests in the Guayas river estuary, Ecuador*

Para que la copula se lleve a cabo primero el cangrejo macho corteja a la hembra que este sexualmente madura, primero el macho la rodea, luego de éste estímulo sexual los dos se colocan frente a frente y simulan un abrazo que consiste en cruzar sus quelas encima de su cefalotórax, acto seguido, la hembra abre su abdomen y el macho la penetra en los orificios genitales de ella, con sus pleópodos copulatorios

Proceso de reproducción del cangrejo *Ucides occidentalis*

Este tipo de cangrejo posee dimorfismo sexual externo, tienen fecundación sexual interna, el apareamiento de los cangrejos se da normalmente en la temporada de lluvias de la zona ecuatorial. Durante la cópula el macho mediante los conductos espermáticos de sus órganos copuladores transfiere espermatozoides hacia el receptáculo seminal de la hembra, donde pueden permanecer viables durante más de un año. La formación de óvulos se realiza varios días después del apareamiento.,

Las hembras poseen 4 pares de pleópodos, que están recubiertos por finas y numerosas setas, que en su interior contendrán la masa ovífera de las hembras ovadas, mientras que el macho presenta solo un par de pleópodos de consistencia dura, bien desarrollados y adaptados para la fecundación

Los espermatozoides que se encuentran en el receptáculo seminal de la hembra fecundan a los óvulos cuando pasan por las aberturas de estas bolsas para luego adherirse a los pleópodos por medio de una secreción mucosa y se alojan ahí hasta que eclosionan.

Es importante mencionar que los cangrejos machos durante la fase de reproducción cambian el color de su exoesqueleto de un verde – violáceo a un amarillo intenso.

Los huevos de los cangrejos de manglar o cangrejos rojos son redondos, pequeños y forman una masa compacta, son semejantes a un racimo de uvas, se adhieren a los pleópodos de la hembra gracias a una sustancia pegajosa cementante que es segregada por la membrana de ellos. Al principio estos huevos son de tono morado intenso, con el paso del tiempo se vuelven de color pálido marrón claro.

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de pesca revela que: Durante la fase de incubación la hembra permanece en su madriguera tapada hasta que su instinto de preservación le indique el momento apropiado para salir de su madriguera y depositar sus huevos al agua. Es evidente que la actividad reproductiva del cangrejo roja es estacional, con un solo pico reproductivo registrado durante la temporada de lluvias del litoral Ecuatoriano; sin embargo, también se ha podido observar que anomalías de tipo climático afectan el comportamiento reproductivo de esta especie⁷.

La eclosión se realiza en 6 semanas, las megalopas o pequeñas larvas transparentes pueden llegar a medir hasta 4 mm y permanecen bajo los cuidados y protección de su madre durante varias semanas, durante ese tiempo experimentan 2 mudas ya que incrementan rápidamente su tamaño, cuando empiezan a valerse por sí mismo abandonan a su madre. Durante los primeros seis meses tendrán que sufrir por lo menos 4 mudas más y alcanzarán un tamaño promedio de 5 cm.

El Instituto Nacional de Pesca del Ecuador estableció una escala donde se determinar el nivel de masa ovífera (huevos) en el cangrejo hembra: "ovada (con muchos huevos), desovada (con residuos de huevos) y vacía (ausencia de huevos)"⁸

Figura 4. Cangrejo Hembra Ovada, Desovada y Vacía



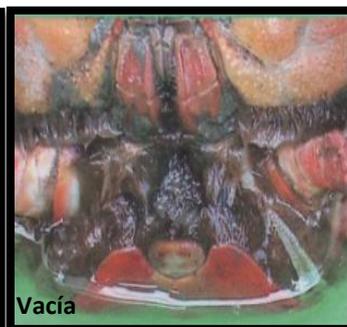
Ovada

Fuente: Instituto Nacional de Pesca



Desovada

Fuente: Asociación de cangrejeros 6 de julio



Vacía

Cabe recalcar que cada hembra puede desovar hasta 250.000 huevos, pero solo llegan a convertirse en adultos el 5%.

En la Costa Ecuatoriana la época de reproducción de esta especie va desde enero a febrero de cada año, este proceso coincide con las etapas de lluvia.

⁷ INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: *Boletín Científico y Técnico*, p.44

⁸ INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: op. cit., p.40

Por otra parte, según estudios del Instituto Nacional de pesca: La fase reproductiva de los cangrejos hembras es interrumpida cuando los recolectores de cangrejos realizan sus faenas de extracción, debido al movimiento brusco originado por las pisadas y la remoción constante del lodo en el momento de la extracción; que muchas veces no se realiza manualmente, sino a través de una varilla de hierro de aproximadamente un metro de longitud, con un mango en un extremo y una curvatura en forma de “u” en el otro, provocando un estrés a las hembras que se encuentran cercanas a las madrigueras donde se extraen los machos⁹.

Hábitat de la Especie

El hábitat natural de estos crustáceos es conocido como manglares. Los manglares son bosques que se encuentran en zonas costeras, se forman alrededor de lagunas, esteros o cerca de desembocaduras de ríos, en los que se encuentran distintas especies de mangles, estas especies se sitúan sobre terrenos fangosos o arcillosos y son resistentes a la salinidad del agua.

En lo manglares habitan un gran número de especies de animales, estos tienen mucha relevancia económica, social y ecológica porque son elementos indispensables para los ciclos reproductivos de muchas especies que tienen gran importancia para el sector pesquero, por otra parte, los manglares evitan la salinización de los suelos, son pieza clave para mantener la calidad del agua, regulan los procesos hidrológicos, mitiga los efectos de huracanes. En ellos se refugian animales silvestres que son muy atractivos para las personas, por lo que se convierte en una gran oportunidad de desarrollo para las industria del turismo y ellos se pueden realizar extensas investigaciones científicas, y además que se han convertido en el lugar de trabajo de cientos de personas que venden ciertas especies de animales que en ellos habitan.

Los árboles y plantas que se encuentran en los manglares tienen la capacidad de adaptarse a diferentes condiciones de salinidad del agua dulce hasta el agua hipersalina, por estos se los denomina plantas halófilas.

Temporada de veda

Según el acuerdo ministerial # 016: Actualmente, las medias regulatorias para el recurso cangrejo rojo *Ucides Occidentalis* (Orman, 1987) y Cangrejo Azul *Cardisoma crassum* (Smith, 1870), prohíben la captura,

⁹Ibíd, p.44

transporte, tenencia, procesamiento y comercialización interna y externa entre el 15 de enero y el 15 de febrero de cada año, lapso durante el cual se producen actividades de reproducción, y; entre el 15 de agosto y el 15 de septiembre de cada año, durante el cual el recurso cangrejo entra en una etapa de muda, condición en la cual no es apto para el consumo humano¹⁰.

Jaiba azul

El nombre científico de la jaiba azul es *Callinectes sapidus*, el mismo que es un crustáceo decápodo cuyo cuerpo está recubierto de un exoesqueleto verde oscuro y tiene 5 pares de patas o pleópodos. Los machos tienen un color gris azulado, en las patas por lo cual, se les ha dado el nombre de jaiba azul, mientras que las hembras tienen en las punta de las patas un color rojizo – anaranjado.

Su primer par de patas son 2 pinzas o quelas que les sirven para defenderse y alimentarse, mientras que sus patas traseras, tienen forma de palas, por lo cual reciben el nombre de patas natatorias, lo que les permite moverse con facilidad en el agua para coger sus presas o escapara de sus depredadores y en muchos casos también les sirve para enterrarse en el fango

Como el resto de los crustáceos, las jaibas son ovíparas, se estima que la fecundidad de una hembra de tamaño normal es de 70.000 a 2.000.000 de huevos.

Su hábitat es en costas tropicales y templadas manglares, lagunas, esteros, desembocaduras de ríos, que tengan una temperatura mínima de 18° C. y máxima de 23 ° C.

Esta especie tiene un tiempo de vida entre 3 y 8 años.

La carne de la jaiba es muy saludable, ya que tiene muchos nutrientes, es rica en proteínas, tiene bajo contenido de colesterol y está casi exenta de carbohidratos.

Tipo de reproducción de la Jaiba azul

Son organismos dioicos con dimorfismo sexual externo e interno. Su reproducción presenta características especiales puesto que las hembras sólo se aparean una vez en su vida y lo hacen cuando una hembra inmadura va a pasar a hembra madura. Las hembras listas para la muda de reproducción liberan una feromona para atraer al macho, estos tienden a competir entre sí y el que es aceptado asume una acción protectora colocándose detrás de ella y sosteniéndola con sus muelas y patas

¹⁰ INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: op. cit.,p.38

ambulatorias, la lleva durante varios días debajo de él hasta que la hembra está lista para mudar, se separan y antes de que se endurezca el nuevo caparazón se unen nuevamente y empieza la cópula por su parte ventral, después de realizada la cópula, los machos se quedan junto a la hembra y continúan arrullándola hasta que el carapacho endurece de nuevo.

Las jaibas copulan entre 5 y 12 horas, el esperma es guardado en el receptáculo seminal, de la hembra, el que permanece viable en ella hasta un año. Cada hembra tiene un par de ovarios; uno de los ovarios madura completamente dos meses después de la cópula, los óvulos son fecundados con parte de los gametos del espermatóforo y ocurre la fecundación de los huevos. El esperma restante es utilizado para garantizar futuras fecundaciones. La hembra retiene los huevos fecundados en su abdomen durante semanas hasta que eclosionan. Esta especie tiene un alto poder reproductor (700 mil a 2 millones de huevos) y un índice de supervivencia bajo.

Después de realizada la cópula las hembras migran hacia las zonas de mayor influencia marina donde las salinidades son altas y estables, porque la regulación osmótica en las hembras es menos eficiente que en los machos y que las larvas requieren de salinidades altas para la eclosión de los huevos.¹¹

Propiedades nutricionales del Cangrejo

Tablas de información nutricional del cangrejo

La cantidad de nutrientes que se encuentran reflejados en las siguientes tablas corresponden a 100 gramos de carne de cangrejo.

Cuadro 2. Principales nutrientes del cangrejo

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácidofítico	0 g.	Fosfocolina	0 mg.
Grasas saturadas	0,69 g.	Grasas monoinsaturadas	1,13 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	2,18 g.
Agua	75,40 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	5,10 g.
Calorías	124 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	0 g.	Proteínas	19,50 g.
Colesterol	100 mg.	Purinas	0 mg.
Fibra insoluble	0 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	0 g.	Zeaxantina	0 ug.

Fuente: <http://alimentos.org.es/nutrientes-cangrejo>

¹¹ ECURED: *Jaiba azul*, disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Jaiba_azul

Cuadro 3. Vitaminas del cangrejo

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fólico añadido	0 ug.	Vitamina A	0 ug.
Alfa caroteno	0ug.	Vitamina B1	0,10mg.
Alfatocoferol	0 mg.	Vitamina B12	0ug.
Beta caroteno	0 ug.	Vitamina B2	0,15 mg.
Beta criptoxantina	0 ug.	Vitamina B3	6,30 mg.
Betatocoferol	0 mg.	Vitamina B5	0,35 ug.
Caroteno	0 ug.	Vitamina B6	0,30mg.
Deltatocoferol	0 mg.	Vitamina B7	0ug.
Folatos alimentarios	20 mg.	Vitamina B9	20 ug.
Gammatocoferol	0 g.	Vitamina C	0 mg.
Niacina preformada	1,8 mg.	Vitamina E	0 ug.
Retinol	0 ug.	Vitamina D	2,30 mg.
Tocoferoles totales	0 mg.	Vitamina K	0,04 ug.

Fuente: <http://alimentos.org.es/nutrientes-cangrejo>

Cuadro 4. Minerales del cangrejo

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Aluminio	0 ug.	Fósforo	160 mg.
Azufre	0 mg.	Hierro	1,30 mg.
Bromo	0 ug.	Yodo	40 mg.
Calcio	30 mg.	Magnesio	48 mg.
Zinc	3,80mg.	Manganeso	0,15 mg.
Cloro	0 mg.	Níquel	0ug.
Cobalto	0 ug.	Potasio	270 mg.
Cobre	0,66 mg.	Selenio	37,40 ug.
Cromo	0 ug.	Sodio	370 mg.
Flúor	0 ug.		

Fuente: <http://alimentos.org.es/nutrientes-cangrejo>

Cuadro 5. Aminoácidos del cangrejo

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido aspártico	1679 mg.	Leucina	1546 mg.
Ácido glutámico	3323 mg.	Lisina	1696 mg.
Alnina	1103 mg	Mationina	548 mg.
Arginbina	1701 mg.	Prolina	642 mg.
Cistina	217 mg.	Serina	767 mg.
Fenilalanina	823 mg.	Tirosina	648 mg.
Glicina	1175 mg.	Treonina	788 mg.
Hidroxiprolina	0 mg.	Triptofano	270 mg.
Histidina	395 mg.	Valina	946 mg.
Isoleucina	944 mg.		

Fuente: <http://alimentos.org.es/nutrientes-cangrejo>

Los aminoácidos se combinan y forman las proteínas.

El cangrejo cuenta con 19.50 g. de proteínas por cada 100 g. de cangrejo.

Beneficios de consumir carne de cangrejo

La abundancia de yodo que se puede encontrar en este alimento, es beneficioso para nuestro metabolismo, regulando nuestro nivel de energía y el correcto funcionamiento de las células. Además, el yodo del cangrejo, ayuda a cuidarnos por dentro, regulando nuestro colesterol. Al ser un alimento rico en yodo, también ayuda a procesar los hidratos de carbono, fortalecer el cabello, la piel y las uñas.

El alto contenido en zinc del cangrejo facilita a nuestro organismo la asimilación y el almacenamiento de la insulina. El zinc que contiene este alimento, contribuye a la madurez sexual y ayuda en el proceso de crecimiento, además de ser beneficioso para el sistema inmunitario y la cicatrización de heridas y ayuda a metabolizar las proteínas. Al ser rico en zinc, este alimento también ayuda a combatir la fatiga e interviene en el transporte de la vitamina A a la retina.

El aporte energético de 100 gramos de cangrejo es aproximadamente un 4% de la cantidad diaria recomendada de calorías que necesita un adulto de mediana edad y de estatura media que realice una actividad física moderada.

Nuestro cuerpo usa las proteínas del cangrejo para construir los tejidos que forman nuestros músculos. Estas proteínas también son útiles y necesarias para mantener nuestros músculos ya que sin un aporte adecuado de proteínas, como las que proporciona el cangrejo, nuestra masa muscular se debilitaría y reduciría paulatinamente¹².

Fundamentación Empresarial

Empresas:

La empresa es el ente donde se crea riqueza. Ésta permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros o técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración, que son en diferentes grados, los motivos de ganancias de utilidad social y de servicio.¹³

Las empresas son indudablemente importantes para el desarrollo económico y social de todos los países, así como la familia es la célula de la sociedad, la empresa es el centro de la actividad económica.

¹² ANONIMO: *Cangrejo*, <http://alimentos.org.es/cangrejo>.

¹³ VALERO, Rodrigo y colaboradores: *Formación empresarial* (2011), Pearson, p. 6

Existen varias ventajas que demuestran la trascendencia de las empresas; entre las más importantes se destacan:

1. Crean fuentes de trabajo
2. Satisfacen las necesidades de la comunidad al producir bienes y servicios socialmente necesarios.
3. Promueven el desarrollo económico y social al fomentar la inversión.
4. Son una fuente de ingresos para el sector público mediante la recaudación de impuestos.
5. Propician la investigación y el desarrollo tecnológico.
6. Proporcionan rendimientos a los inversionistas.¹⁴

Clasificación de las empresas

A lo largo del tiempo se han realizado importantes avances científicos, tecnológicos, económicos, etc., por lo cual han surgido diferentes tipos de empresas, que se las puede clasificar en base a los siguientes criterios: Por su Finalidad, Por el Tamaño, Por la Actividad Económica, Por su Filosofía y valores, Por su Régimen jurídico y Por la Tecnología que aplican.

Cuadro 6. Clasificación de las empresas por su tamaño

Sector	Tamaño de la empresa	Número de empleados
Industria	Micro	1 – 30
	Pequeña	31 – 100
	Mediana	101 – 500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1 – 5
	Pequeña	6 – 20
	Mediana	21 – 100
	Grande	Más de 100
Servicios	Micro	1 – 20
	Pequeña	21 – 50
	Mediana	51 – 100
	Grande	Más de 100

Fuente: VALERO, Rodrigo y colaboradores: *Formación empresarial* (2011), Pearson, p. 8

¹⁴ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administration* (2008), p. 61

Por su filosofía y valores

De acuerdo a su filosofía y compromiso con la sociedad la empresa puede ser:

Lucrativa: Cuando su finalidad es obtener rendimiento y utilidades financieras; o

No lucrativas: Como su nombre lo indica tiene como fin último el bienestar social y no persigue ningún tipo de lucro....

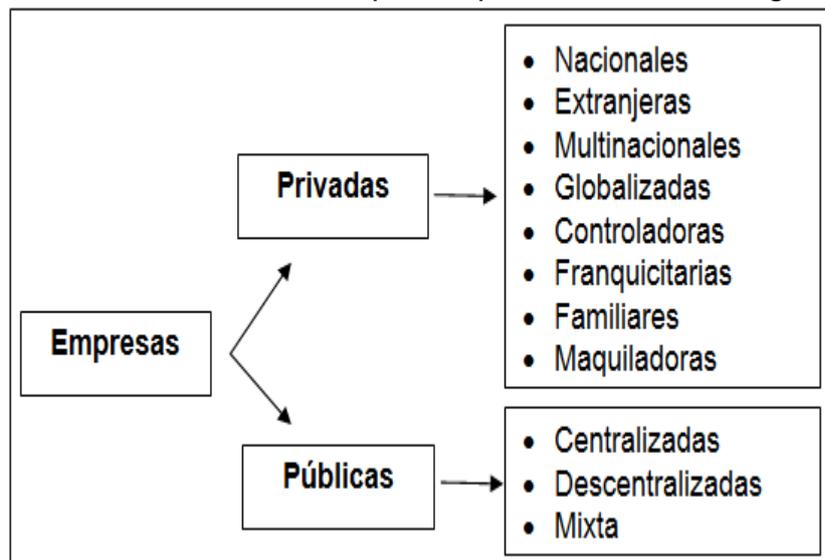
En relación con su cultura organizacional y con su filosofía o principios las empresas pueden ser orgánicas u orientas al cliente, y tradicionales o mecanicistas.¹⁵

Por su finalidad

Privadas: En la empresa privada el capital es propiedad de inversionistas y su finalidad es la obtención de utilidades.....

Públicas: En las organizaciones públicas el capital pertenece al estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social y proporcionar servicio a la comunidad.¹⁶

Figura 5. Clasificación de las empresas por su finalidad u origen de capital



Fuente:ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administration* (2008), p. 63

Por su tecnología

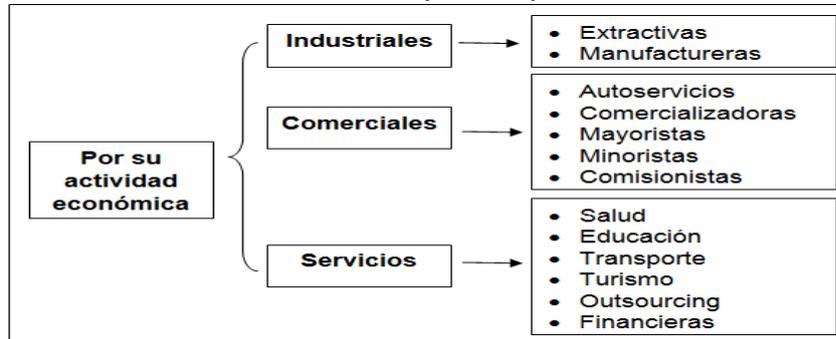
Las empresas se clasifican de acuerdo a su nivel de tecnificación en el proceso de producción en: Alta tecnología, Media tecnología, Tradicionales y Artesanales.

¹⁵ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administration* (2008), p. 65

¹⁶Ibid., pp. 62, 63

Por su actividad económica

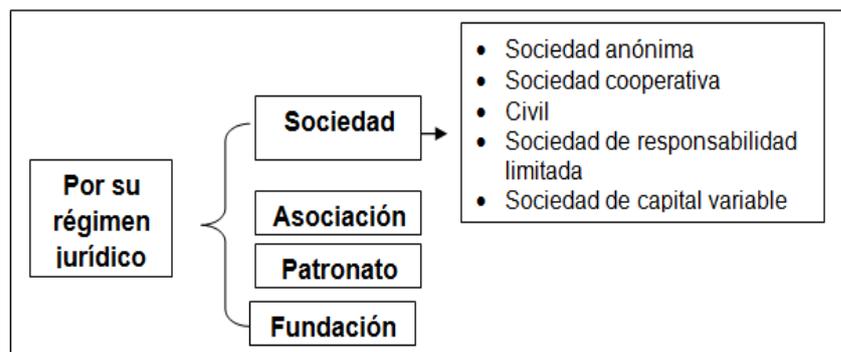
Figura 6. Clasificación de las empresas por su actividad económica



Fuente:ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administración* (2008), p. 65

Por su Régimen jurídico

Figura 7. Clasificación de las empresas por régimen jurídico



Fuente:ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administración* (2008), p 66.

Recursos de una empresa

Los recursos de las empresas son: Recursos financieros, Recursos Humanos, Recursos Materiales y Recursos Tecnológicos.

Recursos Financieros

Son los elementos monetarios con los que dispone la empresa para ejecutar sus decisiones; estos provienen de las aportaciones de los socios, las utilidades y las ventas, así como las acciones, créditos y emisiones de valor.¹⁷

Recursos Materiales

Son todos los bienes tangibles que pertenecen a la empresa, por ejemplo: terrenos, edificios, maquinarias, instalaciones, equipos, instrumentos, materias primas y auxiliares, productos en proceso y terminados, etc.

¹⁷ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: op. cit., p. 65

Recursos Humanos

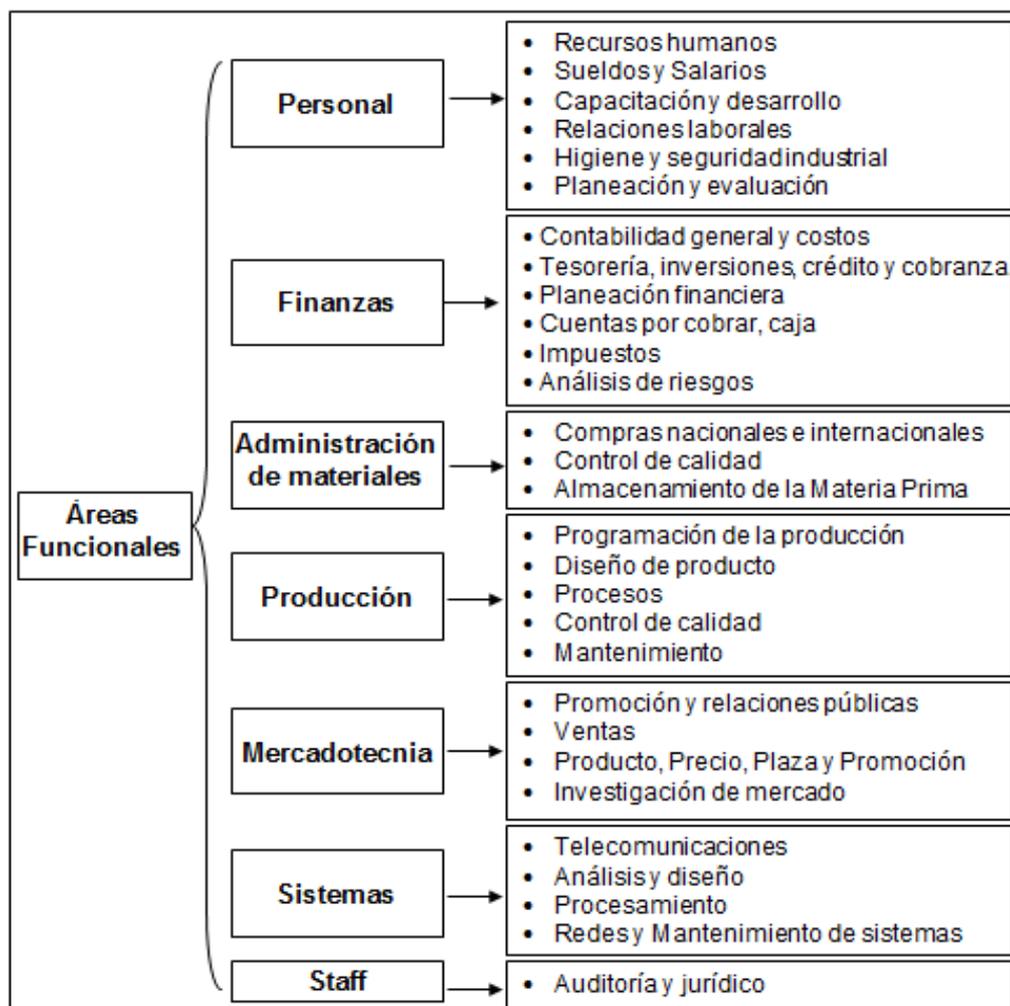
Es el conjunto de personas que trabajan en los distintos departamentos y cargos de una empresa, poseen conocimientos, cualidades, experiencias, habilidades, capacidades, valores y competencias, por lo que son esenciales para la consecución de los objetivos.

Recursos Tecnológicos

Son la aplicación del conocimiento científico al desarrollo de actividades prácticas y sistemas tales como: maquinaria, equipos, instrumentos y procesos, es decir, son el conjunto de conocimientos técnicos, procedimientos y métodos de trabajo utilizado en las organizaciones..... Sirven para incrementar la eficiencia en el trabajo, la racionalización y la especialización.¹⁸

Áreas Funcionales de una empresa

Figura 8. Mapa conceptual de las áreas funcionales de una empresa



Fuente: ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administration* (2008), p. 71

¹⁸Ibíd., pp. 69

Administración

Es la manera de utilizar los diferentes recursos de las empresas con la finalidad de cumplir con sus metas y objetivos. Existen varias personalidades que dieron definiciones de administración entre las que tenemos:

Massie y Douglas: Proceso mediante el cual un grupo de personas dirige las acciones de otras, para alcanzar objetivos comunes.

Kreitner: Proceso de trabajar con otras personas para alcanzar con eficiencia objetivos organizacionales, gracias al uso eficiente de recursos limitados en un ambiente variable.

Silk: Coordinación de todos los recursos a través del proceso de planear, organizar, dirigir y controlar, para alcanzar objetivos establecidos.

Koontz y O'Donnell: Creación de un ambiente eficaz para que las personas trabajen en grupos organizacionales formales.

Donnelly, Gibson e Ivancevich: Contempla las actividades de una o más personas para coordinar la de otras personas que consiguen fines que no pueden ser alcanzados por una sola persona

Certo: Proceso de consecución de objetivos organizacionales mediante la combinación del trabajo con personas, y de las personas, con otros recursos organizacionales.¹⁹

El administrador en el desempeño de sus funciones debe conseguir que todo el personal que trabaja en la empresa realice cada una de las actividades que comprenden su función en forma eficaz y eficiente, ya que la eficiencia es muy necesaria dentro de una empresa pero no es suficiente, siempre debe ir de la mano con la eficacia para conseguir todos los objetivos empresariales.

Cuadro 7. Diferencias entre eficiencia y eficacia

Eficiencia	Eficacia
Realizar las tareas de manera correcta	Realizar las tareas necesarias
Preocuparse por los medios	Preocuparse por los fines
Enfatizar en los métodos y procedimientos	Enfatiza en los objetivos y resultados
Cumplir los reglamentos internos	Alcanzar las metas y los objetivos
Entrenar y aprender	Saber y conocer
Jugar fútbol con habilidad	Ganar el partido de fútbol
Saber luchar	Ganar la guerra
Ser puntual en el trabajo	Agregar valor y riqueza a la organización

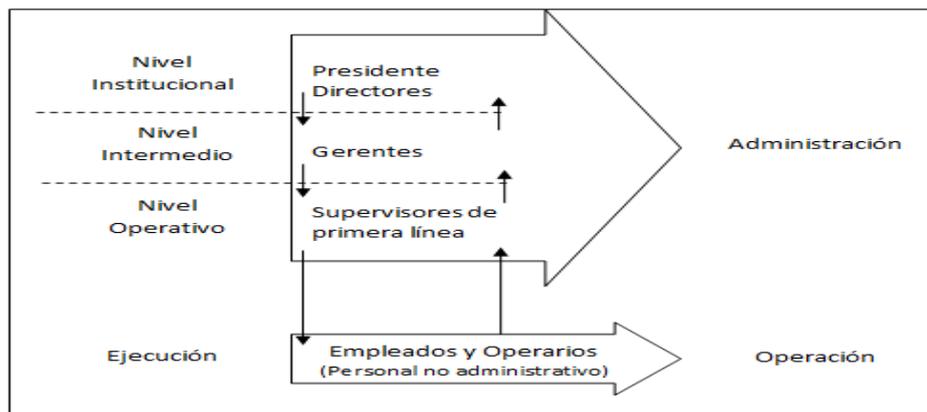
Fuente: CERTO, Samuel: *Administración moderna*, Pearson educación, 2001

¹⁹CERTO, Samuel: *Administración moderna*, Pearson educación, 2001

Niveles Organizacionales:

Existen 3 niveles organizaciones: El nivel Institucional, el nivel intermedio y el nivel operativo, cabe destacar que en cada uno de estos niveles el papel del administrador es diferente.

Figura 9. Los tres niveles de la administración, la operación y ejecución



Fuente: CERTO, Samuel: *Administración moderna*, Pearson educación, 2001

Cuadro 8. Conceptos de los Niveles Organizacionales

Nivel	Concepto
Institucional	Es el nivel administrativo más elevado de la organización y está constituido por el presidente y los directores que conforman la alta administración y toman las principales decisiones de la organización.... Este nivel es el más periférico de la organización, pues está en contacto directo con el ambiente externo... recibe el efecto de los cambios y las presiones ambientales. Recibe el nombre de nivel estratégico porque responde por la definición del futuro del negocio en conjunto. El administrador debe poseer visión estratégica para definir la misión y los objetivos fundamentales del negocio.
Intermedio	Nivel administrativo que articula internamente el nivel institucional con el nivel operacional de la organización. Es el nivel del medio campo y está conformado por los gerentes. Recibe el nombre de nivel gerencial o táctico y funciona como una capa amortiguadora de los impactos ambientales, pues recibe las decisiones globales tomadas en el nivel institucional y las transforma en programas de acción para el nivel organizacional. Interpreta la misión y los objetivos fundamentales del negocio y los traduce en medio de acción cotidianos para que el nivel operativo pueda transformarlos en ejecuciones. En este nivel el administrador debe tener visión táctica.
Operacional	Es el más interno de la organización y constituye la base inferior del organigrama. Administra la ejecución la realización de las tareas y actividades cotidianas. En este nivel, el administrador debe poseer visión operacional

Fuente: CERTO, Samuel: *Administración moderna*, Pearson educación, 2001

Proceso Administrativo

Es el conjunto de etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, misma que se interrelacionan y forman un proceso integral. El proceso administrativo está constituido por cuatro funciones fundamentales que son: planeación, organización, dirección y control, que son los medios por los cuales administra el gerente.²⁰

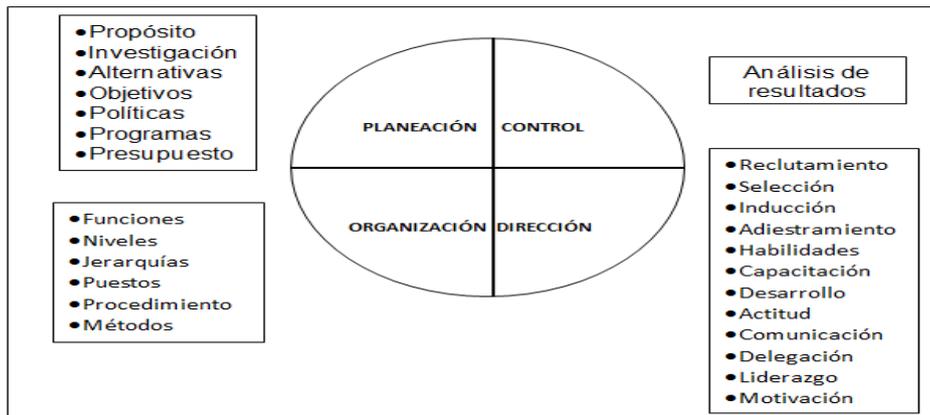
Figura 10. Elementos del proceso administrativo



Fuente: VALERO, Rodrigo y colaboradores: *Formación empresarial* (2011), Pearson, p. 127

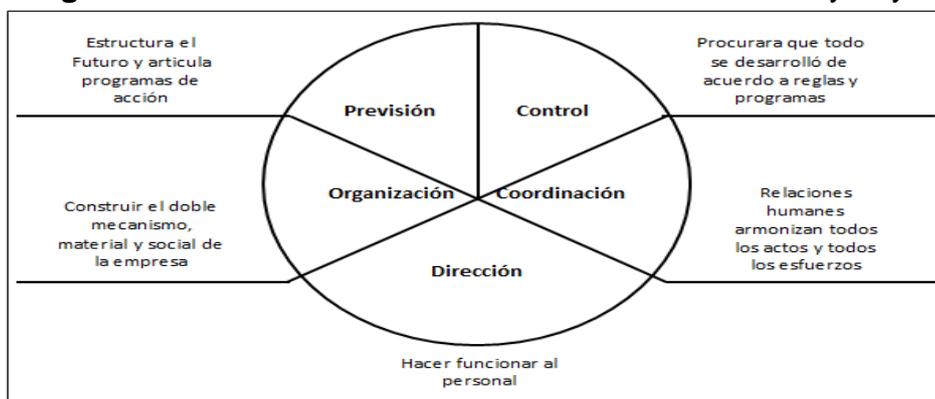
El proceso o modelo administrativos varía según el autor:

Figura 11. Modelo Administrativo de George Terry



Fuente: Folleto de Fundamentación Administración del Instituto Superior Vicente Rocafuerte

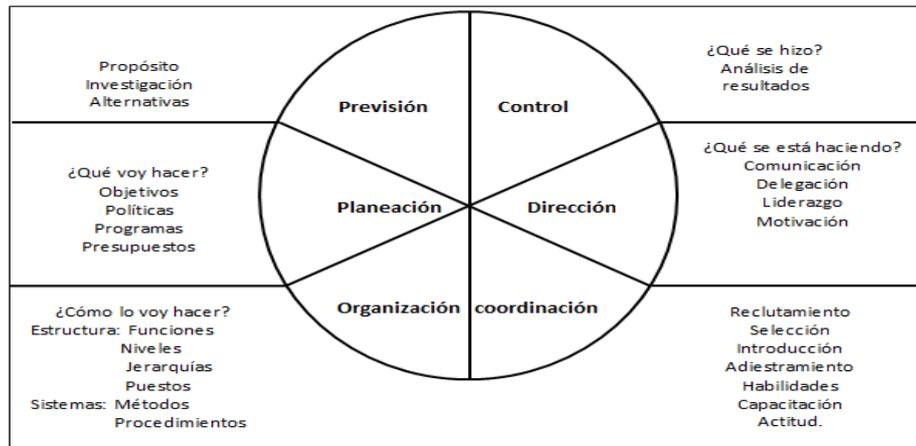
Figura 12. Modelo del Proceso Administrativo de Henry Fayol



Fuente: Folleto de Fundamentación Administración del Instituto Superior Vicente Rocafuerte

²⁰ VALERA, Rodrigo y colaboradores: op. cit., p. 126

Figura 13. Modelo del Proceso Administrativo de Agustín Reyes Ponce



Fuente: Folleto de Fundamentación Administración del Instituto Superior Vicente Rocafuerte

Funciones del proceso administrativo

✓ Planeación

La planeación es la primera función administrativa, debido a que en ella se define lo que la empresa pretende realizar en el futuro y como debe de hacerlo, además se decide sobre los recursos y tareas que se necesitaran para la consecución de los objetivos, es decir, el administrador, en vez de dejar todo al azar o a la suerte, se basa en un plan, en un método, en una estrategias, etc., para lograr alcanzar las metas anheladas.

Al planificar es necesario tener en cuenta los siguientes principios:

- **Factibilidad:** Todo lo planeado debe ser posible de lograr, tomando en cuenta todos los recursos y limitaciones de la empresa.
- **Objetividad y Cuantificación:** Al momento de planear no se puede basar en opiniones subjetivas, sino en información real y exacta, por lo tanto se debe utilizar datos objetivos provenientes de estudios de mercado, estadísticas, cálculos probabilísticos, modelos matemáticos, etc.
- **Flexibilidad:** Al realizar la planificación se debe establecer márgenes de holgura, de tal forma que se pueda tomar nuevos cursos de acción para ajustarse fácilmente a ciertas condiciones que son producto de situaciones imprevistas.

- **Unidad:** En las empresas debe existir varios planes específicos que deben integrarse con el plan general, ya que, todo los esfuerzos de la organización, tienen que ir enfocados a alcanzar un mismo objetivo general
- **Del cambio de estrategias:** Si con un plan no se logra alcanzar en un tiempo prudente los objetivos y metas que se desea, es necesario rehacerlo completamente, es decir, cambiar de estrategias, programas, políticas, procedimientos y presupuesto.

Los planes “Son el resultado del proceso de planeación y pueden definirse como diseños o esquemas detallados de lo que habrá de hacerse a futuro, y las especificaciones necesarias para realizarlos”.²¹

Los planes se clasifican según el tiempo establecido de su duración en:

Corto Plazo: El tiempo de duración del plan es menor o igual a un año

Mediano Plazo: El plan tendrá una duración de uno a 5 años

Largo Plazo: El plan durará más de 5 años

Dentro de la planeación se debe considerar:

- **Filosofía Corporativa**

Misión:

La misión empresarial debe responder a la pregunta de ¿Cuál es nuestra razón de ser?, forma parte fundamental de la identidad de la empresa.

Se debe lograr que la declaración de la misión sea clara y precisa para que sirva como punto de referencia y motivación para todos los integrantes de la organización.

Lastimosamente en muchas empresas, se crea la misión, pero no se trabaja en función de ella.

Peter Drucker advierte algo sobre lo cual se debe meditar: “El que a la misión empresarial rara vez se le dé la adecuada atención, tal vez sea la única y principal causa del fracaso empresarial”.²²

²¹ INSTITUTO SUPERIOR TECNICO “VICENTE ROCAFUERTE”: *Fundamentos de administración (2007)*

Existen varias características fundamentales que debe tener la misión de una empresa:

- Debe ser clara y comprensible para todos los miembros de la empresa.
- No debe ser muy limitada que llegue a limitar el accionar de los miembros de la empresa, pero tampoco debe ser muy amplia que llegue a provocar confusiones sobre lo que hace la empresa.
- Debe distinguir a la empresa de otras similares.²³

Para formular la misión de una empresa, podemos tomar en cuenta los siguientes elementos:

- clientes: ¿quiénes son nuestros clientes?
- productos: ¿cuáles son nuestros principales productos o servicios?
- mercado: ¿cuáles son nuestros mercado?
- tecnología: ¿cuál es nuestra tecnología?
- interés por el crecimiento: ¿nos interesamos por alcanzar objetivos económicos?
- filosofía: ¿cuáles son nuestras creencias, valores o principios?
- capacidades: ¿cuál es nuestra diferenciación o nuestra ventaja competitiva?
- interés por la imagen pública: ¿nos preocupamos por asuntos sociales, comunitarios o ambientales?
- interés por los empleados: ¿nos interesamos por nuestros trabajadores?²⁴

Visión:

La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar hacer? Implica un enfoque de largo plazo basado en una precisa evaluación de la situación actual y futura de la industria, así como el estado actual y futuro de la organización bajo análisis.

Generar una visión implica entender la naturaleza del negocio en el que esta la organización, fijar un futuro retador par sí mismo y entender la capacidad de difundir, para que sirva de guía y motivación a los empleados en la búsqueda del establecimiento de la visión de la organización, el primer paso consiste en diferenciar aquello que no debería cambiar de aquello susceptible de ser modificado.²⁵

En la visión se indica claramente en que pretende convertirse o transformarse la empresa en un tiempo determinado, es decir, a que propósito va dirigido todos los esfuerzos de los administradores y el personal en general.

²² D'ALESSIO, Fernando: *El proceso estratégico un enfoque de gerencia (2008)*, Pearson, p.62

²³ CRECE NEGOCIOS.COM: *Visión de una empresa (2011)*, <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>

²⁴ Idem.

²⁵ D'ALESSIO, Fernando: op. cit., p.61

Una buena visión de empresa, debe tener las siguientes características:

- Debe ser positiva, atractiva, alentadora e inspiradora, debe promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- Debe estar alineada y ser coherente con los valores, principios y la cultura de la empresa.
- Debe ser clara y comprensible para todos, debe ser entendible y fácil de seguir.
- No debe ser fácil de alcanzar, pero tampoco imposible.
- Debe ser retadora.
- Debe ser ambiciosa, pero factible.
- Debe ser realista, debe ser una aspiración posible, teniendo en cuenta el entorno, los recursos de la empresa y sus reales posibilidades.²⁶

Los Gerentes o administradores de las empresas para formular su visión deben tener en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?
- ¿Cuál es la imagen futura que queremos proyectar de nuestra empresa?
- ¿Hacia dónde queremos llegar?
- ¿Hacia dónde nos dirigimos?²⁷

Valores

Los valores de una organización pueden ser considerados como las políticas y directrices más importantes: norman, encausan el desempeño de sus funcionarios, y constituyen el patrón de actuación que guía el proceso de toma de decisiones. Los valores establecen la filosofía de la organización al representar claramente sus creencias, actitudes, tradiciones, y su personalidad.²⁸

✓ Objetivos Empresariales

Son resultados a los que los directivos y todo el personal de una empresa pretenden llegar. Son de vital importancia para el éxito empresarial, ya que, constituyen la base sobre la cual se analizan y ejecutan los procedimientos y todos los cursos de acción a seguir y se convierten en fuente de motivación para todos los integrantes de una organización.

Característica de los objetivos empresariales:

- **Medibles:** Los objetivos deben tener un límite de tiempo para ser alcanzados y deben ser cuantitativos.

²⁶ CRECE NEGOCIOS.COM: *Visión de una empresa* (2011), <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>

²⁷ Idem.

²⁸ D'ALESSIO, Fernando: op. cit., p.68

- **Claros:** Los objetivos no deben ser ambiguos, para evitar que estos tengan varias interpretaciones erróneas, por lo que deben estar clara y precisamente definido.
- **Alcanzables:** Se deben establecer los objetivos teniendo en cuenta la capacidad de la empresa, es decir, evaluando los recursos con los que cuenta.
- **Desafiantes:** Debe ser un verdadero reto alcanzar ese objetivo, pero sin salirse de la realidad, tampoco debe ser algo sencillo, que no involucre mucho esfuerzo.
- **Coherentes:** Deben ir acorde con la misión, visión, políticas, cultura y valores de la organización.

Clasificación de los Objetivos

Por su naturaleza los objetivos se clasifican en:

Objetivo General: En él se expresa las metas que la empresa desea alcanzar en función de su misión y en función del análisis de la situación actual de la empresa y del entorno en el que desarrolla sus actividades. Estos objetivos deben ser globales para toda la empresa y a largo plazo.

Objetivos Específicos: Son metas a corto plazo necesarias para alcanzar el objetivo general, deben ser concretos y estar expresados en tiempo y cantidad.

Clasificación de los objetivos por el alcance del tiempo

Cuadro 9. Clasificación de los objetivos por el alcance del tiempo

Objetivo	Tipo	Concepto
A largo plazo	Estratégicos	Son objetivos a nivel de la organización, sirven para definir el rumbo de la empresa. Se hacen generalmente para un periodo de cinco años, y tres como mínimo. Cada objetivo estratégico requiere una serie de objetivos tácticos.
A mediano plazo	Tácticos	Son objetivos a nivel de áreas o departamentos, se establecen en función de los objetivos estratégicos. Se hacen generalmente para un periodo de uno a tres años. Cada objetivo táctico requiere una serie de objetivos operacionales.
A corto plazo	Operacionales	Son objetivos a nivel de operaciones, se establecen en función de los objetivos tácticos. Se hacen generalmente para un plazo no mayor de un año.

Fuente: CRECE NEGOCIOS.COM: *Los Objetivo de empresa*, <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>

✓ Estrategias

Las estrategias son acciones que se ejecutan con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados, tienen cierto grado de complejidad debido a que se necesita de mucho análisis e investigación para adoptar las estrategias precisas y de bastante esfuerzo, preocupación y habilidad para ponerlas en marcha de tal modo que funcionen como se lo espera.

Las estrategias empresariales son los medios para alcanzar los fines u objetivos, utilizando la menor cantidad de recursos y tiempo, pero para ello, las estrategias deben ser claras de tal forma que todos los miembros de la organización pueden entenderlas, no deben ir en contra de los valores, principios y cultura de la empresa y sobre todo tienen que ser razonables y factibles.

✓ Políticas

Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa.²⁹

Dentro de las políticas deben existir las normas de la empresa, las mismas que son reglas o mandatos precisos y específicos que determinan el comportamiento, las tareas, las actividades y las actitudes que deberán tener todo el personal que integra la empresa para poder llevar a cabo el cumplimiento de una política organizacional.

Las políticas se pueden clasificar en generales y específicas. Las generales son de alto impacto e importancia se aplican a todos los niveles de la organización. Las específicas se aplican a determinados procesos. Por otra parte las políticas también se pueden clasificar en:

Principales: Son aquellas emitidas por los altos niveles de la organización y proporcionan una forma conductual de dirigirla.

²⁹ MEDINA, Mariana: *Política organizacional, concepto y esquema en la empresa*, 2012, <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa.htm>

Secundarias: Son aquellas que se formulan por estamentos superiores y que se aplican a todas las áreas de la organización.

Externas: Son aquellas emitidas fuera y sobre las cuales no tiene control la organización, pero que de una u otra forma afectan al desarrollo normal de la misma.

Por áreas: Son aquellas formuladas por cada jefe de área o departamento.

Operativas: Aquellas en las cuales se involucran decisiones a cada unidad de operación, las cuales deben ser aplicadas de acuerdo a las disposiciones establecidas para cada área.

Tácticas: Son aquellas que por costumbre en su aplicación a pesar de no estar por escrito, se convierten de obligatorio cumplimiento.³⁰

Fases de la creación e implementación de una política

Fase I: Diseño y desarrollo de la política, en la cual se contempla desde la necesidad, definición, hasta su redacción.

Fase II: Validación y aprobación de la política, se procede a realizar las revisiones y ajustes requeridos, para su posterior aprobación por parte de los involucrados.

Fase III: Divulgación a todos los niveles de la organización, consiste en formalizar a todos los miembros de la organización la vigencia y aplicación de la misma.

Fase IV: Mantenimiento de la política en cuanto a cumplimiento y vigencia, se refiere a los ajustes o actualizaciones que requiera dicho instrumento, se recomienda hacer revisiones y/o actualizaciones al menos una vez por año.³¹

✓ Programas

En los programas de una empresa se establecen la secuencia de actividades específicas que deben de realizarse para la consecución de los objetivos y el tiempo que se requiere para ejecutar dichas actividades y todos los eventos involucrados.

Existen programas estratégicos o generales, tácticos y operativos.

En los programas estratégicos se establecen todas las actividades de la empresa, en los tácticos se fijan las actividades para cada área de la organización y las actividades para cada unidad se establecen en los programas operativos.

³⁰ BUITRAGO, Jorge: *Presupuesto*, Tunja, Ediciones Uniboyacá, 2002

³¹ MEDINA, Mariana: *Política organizacional, concepto y esquema en la empresa*, 2012,

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa.htm>

✓ Procedimientos

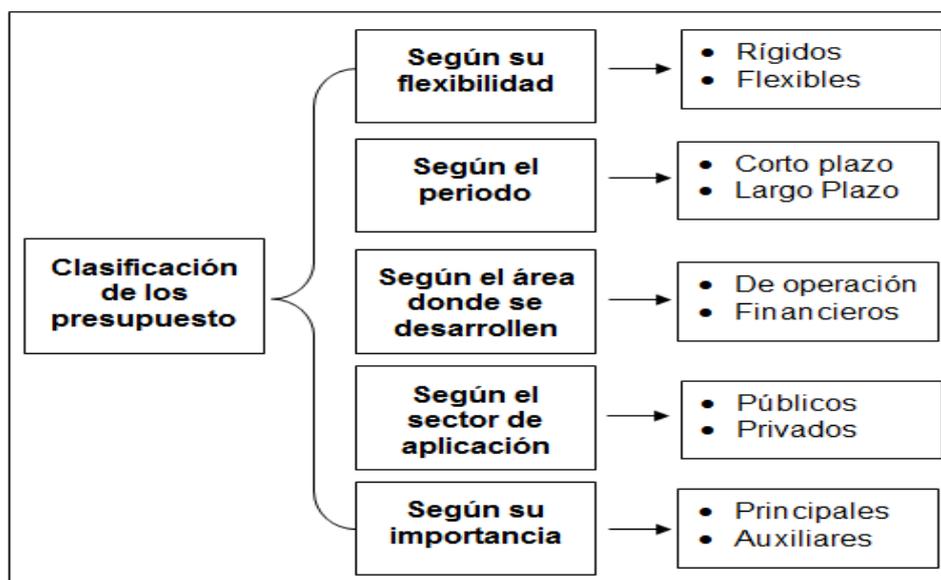
Se pueden definir como “una secuencia consecutiva de actividades encaminadas a desarrollar un fin establecido o como acciones comunes lógicas secuenciales en tiempo y espacio que son contenidas y se desarrollan tradicionalmente”.³²

✓ Presupuesto

El presupuesto es un esquema general y/o específico, que por anticipado determina en términos monetarios y/o no monetarios, el origen y asignación de los recursos de la empresa en un periodo establecido.

Para Munch Galindo el presupuesto es: “Una proyección de datos estimados de manera ordenada que me permite prever con anticipación, los posibles resultados de la gestión de la gerencia basados en la elaboración de datos numéricos para un periodo determinado”.³³

Figura 14. Clasificación de los presupuestos



Fuente: BUITRAGO, Jorge: *Presupuesto*, Tunja, Ediciones Uniboyacá, 2002

- **Presupuesto estático o Rígido:** No considera variables como los aspectos sociales, políticos, económicos jurídicos y culturales, las mismas que no son controladas por la empresa y que por su causa se pueden presentar imprevisto

³² BUITRAGO, Jorge: *Presupuesto*, Tunja, Ediciones Uniboyacá, 2002

³³ Idem.

que no podrán ser correctamente tratados, ya que este tipo de presupuesto no permite hacer ajustes.

- **Presupuesto Flexible o Variable:** Este tipo de presupuesto si se puede adaptar a las características de cada situación, circunstancia o momento, además que son elaborados para diferentes niveles de actividades y en función del tamaño de estas muestran los estados de ingresos y egresos
- **Presupuesto a corto plazo:** Son elaborados para un periodo menor de un año, en el cual se debe cumplir con todas las políticas y objetivos de la empresa.
- **Presupuesto a largo plazo:** Se desarrollan para un periodo superior de 3 años y por lo general este tipo de presupuesto es para grandes empresas.
- **Presupuestos de Operación:** Se incluye la presupuestación de todas las actividades del siguiente periodo para el cual se está desarrollando el presupuesto y cuyo contenido se resume por lo general en el estado de resultados proyectado.
- **Presupuestos Financieros:** Es una valiosa herramienta que nos permite proyectar una estructura financiera para la organización.
- **Presupuesto del Sector Público:** Mediante ellos se puede medir el valor de las actividades, inversión y necesidades todo ello en términos monetarios, de las empresas del estado.
- **Presupuesto del Sector privado:** El desarrollo de los presupuestos para las empresas privadas depende del tipo de actividades que la empresa realice y de los recursos que estas utilicen.
- **Presupuestos Principales:** Son aquellos que muestran un resumen de todos los presupuestos de la organización.
- **Presupuestos Auxiliares:** En ellos se presenta analíticamente todas las operaciones estimadas por cada uno de los departamentos de la empresa.

Etapas para la elaboración de un presupuesto

Según Burbano Ruiz, las etapas para elaborar un presupuesto son la preiniciación, elaboración, ejecución, control y evaluación

- **Preiniciación:** Esta etapa inicia en el último trimestre del año, en ella se analizan los resultados y todos los factores que han influido para el que el funcionamiento de la empresa haya sido o no favorable, con el fin de plantearse nuevos objetivos para el próximo año.
- **Elaboración:** Se comienza a elaborar el presupuesto unos 35 o 50 días antes de que acabe el año, el mismo que debe aprobar la gerencia y tomando en cuenta los programas de cada departamento, es decir, cada departamento debe planear sus actividades para el próximo año.
- **Ejecución:** Es la llamada puesta en marcha del presupuesto, en ella se debe repartir responsabilidades para todo los miembros de la organización para que mediante el esfuerzo conjunto se puedan cumplir con las metas propuestas.
- **Control:** Sirve para verificar que todo se esté desarrollando según lo planeado, lo cual permite tomar medidas correctivas en el caso que las cosas no marchen acorde a lo deseado.
- **Evaluación:** Cuando el periodo presupuestado acabe debe emitirse un informe donde se explique y análisis los resultados obtenidos.

✓ **Organización**

En la organización se buscan los recursos y medios necesarios para llevar a cabo la planeación. Esta función administrativa se relaciona con la designación de tareas y responsabilidades, establecimiento de autoridad y asignación de recursos necesarios para que los trabajadores puedan realizar cada una de sus labores, todo esto con el fin de conseguir los objetivos fijados.

Principios para establecer una organización racional:

1. **Del objetivo:** Todas las actividades establecidas en la organización deben tener relación directa con los objetivos, metas y propósitos empresariales.

2. **Especialización:** El trabajo se subdividirá en una serie de actividades que estarán lógicamente relacionadas y claramente delimitadas, ya que, entre menor sea el campo de acción de cada persona más eficiente, eficaz y efectivo será su desenvolvimiento.
3. **Jerarquía:** Se debe establecer rangos o niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la empresa
4. **Paridad de autoridad y responsabilidad:** La autoridad o el poder de un individuo dentro de una organización deben ir a la par con su nivel de responsabilidad, es decir, entre más autoridad tenga una persona más responsabilidades debe tener con la empresa y el manejo de la misma.
5. **Unidad de Mando:** Cada empleado deberá recibir instrucciones solo de un superior, es decir, cada subordinado tendrá solo un jefe inmediato y debe seguir sus instrucciones, para evitar así la confusión de los empleados.
6. **Difusión:** Toda la autoridad y responsabilidades que genere un cargo o puesto de trabajo dentro de una empresa, ponerse por escrito y publicarse, de tal forma que todos los empleados sepan con exactitud cuáles son las actividades y funciones que deben desarrollar, para no interferir ni malograr el trabajo de su compañero.
7. **Amplitud o tramo de control:** Un jefe o un ejecutivo no puede tener a su cargo a un número extenso de subordinado, porque le será complicado dirigirlos y controlarlos eficazmente lo que provocaría inconvenientes en la empresa.
8. **De la coordinación:** En una organización el equilibrio en todas sus actividades es de vital importancia, todo el esfuerzo, trabajo, etc., de cada área, departamento y funcionario deben ir acorde con el objetivo general que persigue la empresa.
9. **Continuidad:** Es necesario que la estructura de una empresa se mantenga, se mejore o se ajuste según lo exija las condiciones del medio ambiente en las que se desarrollan sus actividades.

Estructura Organizacional

La estructura organizacional es el ámbito en el que se desenvuelve la empresa de acuerdo con el cual todas las actividades y funciones que en ella deben realizarse, son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas con la finalidad de alcanzar todos los objetivos planteados.

Kast y Rosenzweig consideran a la estructura como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización.³⁴

Strategor en 1988 dijo que la Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad. Por su parte **Mintzberg** en 1984 definió a la Estructura organizacional como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.³⁵

Organización Formal

Se puede definir a la estructura organizacional formal como el bosquejo de la empresa que está establecido de modo oficial, es decir, que está legalmente documentada. Esta estructura se ve reflejada en el organigrama empresarial y está constituida por cada una de las partes que componen a la organización y todas las relaciones que las asocian, incluyendo las actividades, tareas, manuales de funciones, responsabilidades, relaciones de autoridad y dependencia, asignación de recursos, etc.

Organigrama: “Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una *empresa* u *organización* que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría”.³⁶

División de trabajo

Dividir el trabajo es desglosar una actividad en varias tareas o pasos, de tal forma que ésta no dependa de un solo individuo, sino que se ejecute entre varias

³⁴ GROSS, Manuel: *Conceptos sobre estructura organizacional*, 2010, <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/801220/Conceptos-sobre-la-Estructura-Organizacional.html>

³⁵ UNIVERSIDAD DE CHAMPAGNAT- PORTAL DE ESTUDIANTES DE RECURSOS HUMANOS: *Teoría de la Organización – La estructura organizacional*, 2002, <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-estructura-organizacional.htm>

³⁶ FLEITMAN, JACK: *Negocios exitosos*, McGraw-Hill, 2000. P. 246

personas, con la finalidad de que cada una de estas personas se especialice en la tarea que le corresponde y de esa forma se realicen todas las actividades con eficiencia y eficacia.

Departamentalización

Se entiende por departamentalización la acción de organizar la actividad empresarial por departamentos.

Departamento es un área, división o sucursal específica de la empresa donde se agrupan distintas funciones y trabajos que desarrollan las personas asignadas al mismo y en el que una persona desempeña tareas directivas y ejerce su autoridad.... La departamentalización es la actividad de formalizar la distribución del trabajo en departamentos con el fin de coordinar sus relaciones.³⁷

Tipos de Departamentalización

- **Departamentalización Funcional o por funciones:** Es básicamente reunir o agrupar actividades afines a la función principal
- **Departamentalización por productos:** Se agrupan las actividades o tareas por las diferentes líneas de productos que tenga una empresa.
- **Departamentalización geográfica:** Se realiza la departamentalización tomando como base la zona donde está ubicada la empresa.
- **Departamentalización por clientela:** Por lo general este tipo de departamentalización se lo realiza en empresas realizadas al comercio y consiste en el agrupamiento de actividades basándose en las características que tengan en común los compradores o clientes.
- **Departamentalización por procesos:** Agrupamiento de actividades de acuerdo a las distintas etapas de un proceso por lo general de fabricación de productos.

³⁷ LAGUENS, Julián: *Estructura de la Organización – Departamentalización*, https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:YoXRJNMHPEKJ:www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT33.pdf+departamentalizacion&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEEsiw5YgKaG3XfBk_tBenN-I_8W-gHaLJ81kyxdr2NopHbr56P8TMdJ1PrVOaXGKKxWbHPQ3KwjXnWCKTDzkWLjTiGbefXTzvVupjNdvY1jXrJRg46qvtKV6QwOs9D8FcZexaW6h3&sig=AHIEtbQ6wstiYpVUfh3bIK0pV9VF2dileQ

Jerarquización

Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.

Los niveles jerárquicos establecidos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen.

La jerarquización implica la definición de la estructura de la empresa por medio del establecimiento de centros de autoridad (comunicación) que se relacionen entre sí con precisión.

Los niveles jerárquicos establecidos dentro de cualquier grupo social deben ser los mínimos e indispensables y se debe definir claramente el tipo de autoridad (lineal, funcional y/o Staff) de cada nivel.³⁸

Poder y Autoridad

El poder es el talento o la capacidad que una persona posee para lograr influir en las acciones de otra.

La autoridad es un tipo de poder, este proviene de la posición que una persona ocupa dentro de la empresa y la potestad que tenga esta para tomar decisiones que afecten positiva o negativamente a otras personas.

Fuentes de poder

- **Poder legítimo:** Es el poder que una persona tiene por el puesto que ocupa dentro de la jerarquía de la empresa y la aceptación del poder o de la autoridad de una persona por parte de los demás miembros de la organización.
- **Poder del experto:** Este poder proviene de las capacidades, habilidades, cualidades, destrezas, experiencias, etc., que posee una persona
- **Poder de referencia:** Este poder surge de la admiración que unas personas sienten por la forma de ser, las cualidades, actitudes y aptitudes de otra y que los lleva a querer imitarlos en ciertas cosas.
- **Poder coercitivo:** Este poder es resultado del temor que una persona ejerce sobre los demás miembros de la organización, que cumplen con sus órdenes por miedo a represarías.

³⁸ INSTITUTO SUPERIOR TECNICO "VICENTE ROCAFUERTE": *Fundamentos de administración (2007)*

- **Poder de recompensa:** Las personas siguen órdenes de otra o cumplen sus deseos por el beneficio que esta pueda otorgarles.

Organización Informal

A la estructura organizacional informal se la puede definir como las relaciones sociales que nacen en forma natural entre los integrantes de la organización, debido al trato o a la convivencia que tienen diariamente dentro de la empresa, a la afinidad en objetivos personales o forma de pensar en ciertos aspectos, etc.

✓ **Dirección**

En este punto del proceso administrativo se pone en marcha todo lo que fue planeado y organizado, en esta función se busca influir y motivar a los empleados en general para que trabajen con todo el empeño posible y orientarlos para que desarrollen correctamente sus actividades de tal forma que se pueda lograr alcanzar los objetivos establecidos.

Principios de la Dirección

- **De la armonía del objeto o coordinación:** Se busca que los objetivos departamentales o por área de trabajo vayan de la mano al objetivo general de la empresa, para así lograr su cumplimiento.
- **Impersonalidad de Mando:** Mediante la dirección se debe verificar que ningún jefe o persona que posea autoridad abuse de su poder o mezcle sus asuntos personales con los laborales.
- **De la supervisión directa:** Se trata de que todo jefe trate con absoluto respeto a sus subordinados, les brinde apoyo, los motive, escuche sus inconformidades dentro del trabajo y busque soluciones rápidas pero efectivas ante cualquier eventualidad.
- **De la vía jerárquica:** Se refiere a la importancia de respetar los canales de comunicación entre los distintos niveles organizacionales de la empresa establecidos en la estructura formal de la misma.

- **De la resolución del conflicto:** Es de vital importancia que se resuelva a la brevedad posible todos los problemas que aparezcan dentro de la empresa, especialmente los conflictos entre el personal que amenacen con destruir la armonía con la que se trabaja dentro de la organización.
- **Aprovechamiento del conflicto:** Se debe aprovechar la experiencia que el administrador o jefe departamental adquirió con el manejo del problema y con las estrategias aplicadas para la resolución del mismo, para estar preparado en caso de que aparezcan nuevas circunstancias desagradables.

Liderazgo

“Liderazgo es influencia, esto es, el arte o proceso de influir en las personas para que se esfuercen voluntariamente en el cumplimiento de las metas grupales.”³⁹

Un verdadero líder debe usar con responsabilidad, eficiencia y eficacia su poder, debe tener la capacidad de entender y respetar los diferentes puntos de vistas y estados de ánimo de las personas, además debe provocar admiración y ser un modelo a seguir, una fuente de inspiración para los demás.

Motivación

Motivar es una labor fundamental y compleja dentro de la dirección empresarial, puesto que mediante la motivación se logra que los empleados realicen sus actividades con empeño y dedicación, es decir, se los impulsa para que den su mayor y mejor esfuerzo, para que sientan que realmente vale la pena entregar todo de sí por una empresa que los recompensa en forma justa en proporción a su desempeño laboral.

Comunicación

Es un proceso con una importancia bastante relevante dentro del proceso de dirección empresarial, ya que, mediante la comunicación se transmite la información necesaria a todos los niveles organizacionales, sin ello, no se podría trabajar en

³⁹ INSTITUTO SUPERIOR TECNICO “VICENTE ROCAFUERTE”: *Fundamentos de administración (2007)*

conjunto para el logro del objetivo general, ya que este y los métodos, políticas, estrategias, etc. para alcanzarlo no estarían socializados entre todo el personal.

Para que exista la comunicación deben haber un emisor, uno o varios canales de comunicación y uno o varios receptores. La comunicación dentro de la empresa se puede dar en forma vertical, es decir, cuando se transmite una información o una orden que viene dada desde el nivel superior hacia los demás niveles hasta llegar al último nivel o puede darse una comunicación horizontal entre los niveles de jerarquía semejante, en cualquiera de los casos la comunicación puede ser verbal o escrita.

Tipos de dirección

- **Dirección autoritaria:** Se da cuando la cúpula de la empresa o las personas con el mayor jerárquico emiten órdenes y esperan que estas sean obedecidas sin que los subordinados hagan preguntas ni emitan sus opiniones.
- **Dirección paternal:** Se aplica por lo general en pequeñas empresas y se trata de que los directores de las mismas pretenden crear un ambiente familiar y evitan a toda costa sancionar por alguna falta a sus empleados, en ocasiones estos abusan de la buena fe y la paciencia de sus jefes y se vuelven irresponsables.
- **Dirección indiferente:** Se da cuando el jefe no se hace cargo de sus responsabilidades sino que prefiere delegarlas a otros subordinados, se puede decir que es una posición cómoda.
- **Dirección democrática:** Los directores o jefes toman en cuenta las opiniones de sus subordinados, siempre y cuando esto sea posible, procuran que los empleados se sientan realmente parte importante de la empresa.

✓ **Control**

Dentro de esta función administrativa, se monitorea, se supervisa y se evalúa el desempeño organizacional para corroborar que todas las tareas se estén realizando de acuerdo con lo planificado, organizado y dirigido, con la finalidad de conocer si todos los esfuerzos individuales y colectivos están dando los resultados esperados para en caso de no ser así se realice a tiempo ajustes correctivos.

Importancia del control

Dentro del proceso administrativo el control juega un papel muy importante debido a que mediante este se evalúa que las estrategias, los métodos, etc. se ejecuten de acuerdo a lo planeado y que estén dando los resultados que se espera, para que caso contrario se puedan tomar medidas correctivas que permitan evitar a tiempo perdidas tanto de recursos, como de posición en el mercado, poder sobre los proveedores y consumidores, credibilidad de marca e imagen de productos o empresarial, rentabilidad, etc.

Cuadro 10. Proceso administrativo en los tres niveles organizacionales

Nivel de actuación	Planeación	Organización	Dirección	Control
Institucional	Planeación estratégica. Determinación de los objetivos organizacionales	Diseño de la estructura organizacional	Dirección general. Políticas y directrices de personal	Controles globales y evaluación del desempeño organizacional
Intermedio	Planeación y asignación de recursos	Diseño departamental. Estructura de los órganos y equipos. Normas y procedimientos	Gerencia y recursos. Liderazgo y motivación	Controles tácticos y evaluación del desempeño departamental
Operacional	Planes Operacionales de acción cotidiana	Diseño de cargos y tareas. Métodos y procesos de operación	Supervisión de primera línea	Controles operacionales y evaluación del desempeño individual.

Fuente: Idalberto Chiavenato. Administración: teoría, procesos y práctica, Sao Paulo, Mark Books, 1994, p. 168.

Fundamentación Socioeconómica

El cantón Naranjal se encuentra ubicado al suroeste de la provincia del guayas, limita al norte con los cantones Duran y el Triunfo, al este con las provincias de Cañar y Azuay y al oeste con el Golfo de Guayaquil.

Población del cantón Naranjal

Según el censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el cantón está habitado por un total de 69.012 personas

División de la población del cantón Naranjal entre sus parroquias rurales y su parroquia urbana

Cuadro 11. Población de Naranjal distribuida entre sus parroquias rurales y urbanas

Parroquias	Número de Habitantes	Porcentaje
Jesús María	6.427	9,31%
San Carlos	6.516	9,44%
Santa Rosa de Flandes	5.444	7,89%
Taura	10.786	15,63%
Naranjal	39.839	57,73%
Total	69.012	100%

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Del total de los moradores de dicho cantón el 53,07% (36.625 personas) corresponde a hombres y el 46,93% (32.387 personas) corresponde a mujeres.

División de la población por rango de edad y género

Cuadro 12. Población de Naranjal dividida por grupo de edades y por género

Grupo de edad	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Menores de un año	751	1,09%	673	0,98%	1.424	7,56%
1 a 4 años	3.362	4,87%	3.173	4,60%	6.535	6,27%
5 a 9 años	3.845	5,57%	3.829	5,55%	7.674	5,20%
10 a 14 años	4.134	5,99%	3.783	5,48%	7.917	4,63%
15 a 19 años	3.615	5,24%	3.408	4,94%	7.023	3,75%
20 a 24 años	3.411	4,94%	3.007	4,36%	6.418	3,12%
25 a 29 años	3.142	4,55%	2.774	4,02%	5.916	2,33%
30 a 34 años	2.797	4,05%	2.419	3,51%	5.216	1,87%
35 a 39 años	2.354	3,41%	1.971	2,86%	4.325	1,31%
40 a 44 años	1.980	2,87%	1.611	2,33%	3.591	0,82%
45 a 49 años	1.780	2,58%	1.413	2,05%	3.193	0,55%
50 a 54 años	1.409	2,04%	1.181	1,71%	2.590	0,28%
55 a 59 años	1.208	1,75%	947	1,37%	2.155	0,11%
60 a 64 años	911	1,32%	698	1,01%	1.609	0,02%
65 a 69 años	711	1,03%	579	0,84%	1.290	0,01%
70 a 74 años	517	0,75%	388	0,56%	905	1,31%
75 a 79 años	326	0,47%	237	0,34%	563	0,82%
80 a 84 años	216	0,31%	163	0,24%	379	0,55%
85 a 89 años	104	0,15%	88	0,13%	192	0,28%
90 a 94 años	42	0,06%	31	0,04%	76	0,11%
95 a 99 años	8	0,01%	8	0,01%	16	0,02%
Más de 100	2	0,00%	6	0,01%	8	0,01%
Total	36.625	53,07%	32.387	46,93%	69.012	100%

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Composición étnica del cantón Naranjal

Según el censo realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) dentro del cantón Naranjal viven personas que pertenecen a distintas etnia, como se lo ve reflejado en el siguiente cuadro:

Cuadro 13. Distribución de la población del Cantón Naranjal por Raza, etnia o costumbres

Etnia	# de personas
Indígena	456
Afroecuatoriano/a o Afrodescendiente	4.180
Negro/a	632
Mulato/a	1.182
Montubio/a	7.503
Mestizo/a	51.112
Blanco/a	3.776
Otro	171
Total	69.012

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Población económicamente activa de Naranjal

De las 69.012 personas que habitan en Naranjal solo el 40.33%, es decir, 27.832 personas pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA) de 12 años en adelante

PEA del cantón Naranjal distribuida por sectores

Cuadro 14. PEA del Cantón Naranjal de 12 años en adelante distribuida por sector Industrial

Sector	# de personas
Sector Primario	14.798
Sector Secundario	2.040
Sector Terciario	8.302
No declarado	2.036
Trabajador Nuevo	656
Total	27.832

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

PEA del cantón Naranjal distribuida por rama de actividades

Cuadro 15. PEA del Cantón Naranjal de 12 años en adelante - por rama de actividad

Actividad	# de personas
Agricultura, Ganadería, silvicultura y pesca	14.770
Explotación de minas y canteras	28
Industrias Manufactureras	957
Construcción	1.012
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	12
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	59
Comercio al por mayor y menor	3.560
Transporte y almacenamiento	1.004
Actividades de alojamiento y servicio de comida	759
Información y comunicación	108
Actividades financieras y de seguro	46
Actividades Inmobiliarias	10
Actividades profesionales científicas y técnicas	136
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	346
Administración pública y defensa	466
Enseñanza	566
Actividades de atención de la salud humana	217
Artes entretenimiento y recreación	66
Otras actividades de servicios	345
Actividades de los hogares como empleadores	673
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	
No declarado	2036
Trabajo nuevo	656
Total	27.832

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Los datos proporcionados por el INEC revelan que la mayor parte de personas pertenecientes a la PEA de Naranjal trabajan dentro del sector primario debido principalmente a que este cantón es una zona agrícola donde se cultiva una variedad de productos.

Cuadro 16. Principales Cultivos del Cantón Naranjal

Cultivo	UPAs	Superficie Sembrada
Arroz	806	12.958
Frejol Tierno	41	37
Maíz duro seco	511	1.132
Sandía	14	64
Banano	275	13.189
Cacao	2.207	15.574
Café	32	22
Caña de azúcar	32	6.667
Mango	28	715
Maracuyá	138	343
Palma africana	-	50
Plátano	301	345

Fuente: III censo Nacional Agropecuario – Datos Guayas
INEC – MAG – SICA 2000

Gracias a los extensos pastizales del cantón Naranjal se da la crianza principalmente del ganado vacuno y caballar, de lo cual sobreviven varias familias del mencionado cantón. Por otra parte, se practica la silvicultura debido a la existencia de diversos manglares, bosques y cerros donde habitan grandes árboles entre ellos los mangles, además un gran número de personas se dedican a la pesca especialmente de camarones y del crustáceo *Ucides occidentalis* o más conocido como el cangrejo rojo, este último constituye una especie de bastante importancia socio – económica no solo para el cantón sino para todo el Ecuador, debido que para muchos representa su única fuente de ingresos. En Naranjal, específicamente en la cooperativa 6 de julio existe uno de los Manglares, más importante del país, ya que, en él se capturan significativas cantidades de cangrejos anualmente.

Por otra parte, los habitantes de Naranjal también encuentran fuentes de ingresos en los atractivos turísticos que existe dentro de la cabecera cantonal y sus parroquias, entre los que tenemos: las Aguas termales de la comunidad Shuar, el centro de rescate de animales Hcda. Jambelí, La Reserva Ecológica Manglares Churute, Bosque protector Cerro de Hayas, Hacienda Cañas, Camino Real del Inca, Piedras de abrigo del camino real del Inca, El puente del Inca, Termas Comunidad Shuar y La Etnia Shuar Naranjal.

Nivel de educación de los Habitantes del Cantón Naranjal

Cuadro 17. Índice de Analfabetismo de los habitantes del cantón Naranjal por género

	Hombres		Mujeres		Total
	Numero	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Analfabetismo	2.195	54,57%	1.827	45,43%	4.022

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Cuadro 18. Nivel de educación de los habitantes del cantón Naranjal según el censo del 2010

Alternativas	Hombre		Mujer	
	Numero	Porcentaje	Numero	Porcentaje
Ninguno	2.498	3,62%	2.112	3,06%
Centro de alfabetización	173	0,25%	262	0,38%
Preescolar	559	0,81%	511	0,74%
Primaria	18.088	26,21%	13.899	20,14%
Secundaria	8.371	12,13%	8.357	12,11%
Educación Básica	2.947	4,27%	2.767	4,01%
Bachillerato	1.401	2,03%	1.471	2,13%
Ciclo Post Bachillerato	221	0,32%	207	0,30%
Superior	1.366	1,98%	1.649	2,39%
Postgrado	41	0,06%	69	0,10%
Se ignora	1.077	1,56%	952	1,38%

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

Se puede observar que hasta el año 2010 la mayor parte de habitantes de Naranjal solo tiene una Instrucción primaria y que en pleno siglo XXI en dicho cantón aún existen personas que no cuentan con ningún nivel de educación, es decir, que son analfabetas. Por otra parte, se apreció porcentajes bajos de individuos que tienen un nivel de educación superior o por lo menos que hayan concluido su bachillerato.

Población de Naranjal con Necesidades Básicas Insatisfechas

Cuadro 19. Población de Naranjal con NBI

Parroquias	Población no pobre	Porcentaje	Población pobre	Porcentaje
Naranjal	13.526	34,4%	25.827	65,6%
Jesús María	823	12,9%	5.571	87,1%
San Carlos	1.030	15,9%	5.460	84,1%
Santa Rosa	569	10,6%	4.817	89,4%
Taura	361	3,6%	9.738	96,4%

Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC)

2.2 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Art. 33.-El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 43.-El Estado garantizará a las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia los derechos a:

1. No ser discriminadas por su embarazo en los ámbitos educativo, social y laboral.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de

monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

LEY DE PESCA Y DESARROLLO PESQUERO DEL ECUADOR

Art. 1.- Los recursos bioacuáticos existentes en el mar territorial, en las aguas marítimas interiores, en los ríos, en los lagos o canales naturales y artificiales, son bienes nacionales cuyo racional aprovechamiento será regulado y controlado por el Estado de acuerdo con sus intereses.

Art. 2.- Se entenderá por actividad pesquera la realizada para el aprovechamiento de los recursos bioacuáticos en cualquiera de sus fases: extracción, cultivo, procesamiento y comercialización, así como las demás actividades conexas contempladas en esta Ley.

Art. 43.- Son obligaciones de las personas naturales o jurídicas que ejerzan cualquiera de las actividades determinadas en este Título:

- a) Capturar sólo las especies bioacuáticas cuya pesca esté permitida;
- b) Sujetarse a la reglamentación sobre tamaño, períodos de veda y otras disposiciones relacionadas con la protección de los recursos, manejo de los mismos y la técnica, higiene y calidad de la producción;

- c) Facilitar, a los funcionarios que controlan la actividad pesquera, el libre acceso a sus instalaciones, naves, muelles y cualquier otra dependencia, proporcionándoles la información que requieran para el cumplimiento de sus obligaciones;
- d) Utilizar los equipos o sistemas aconsejados por la técnica para evitar la contaminación ambiental;
- e) Llevar la contabilidad general y la de costos industriales en los casos pertinentes y permitir que sean examinadas por las correspondientes autoridades del Estado; y,
- f) Los demás que determinan la ley, los reglamentos y regulaciones sobre la materia.

Art. 44.- Prohíbese:

- a) La pesca con métodos ilícitos tales como el empleo de materiales tóxicos, explosivos y otros cuya naturaleza entrañe peligro para la vida humana o los recursos bioacuáticos, así como llevar a bordo tales materiales;
- b) Destruir o alterar manglares;
- c) Instalar viveros o piscinas en zonas declaradas de reserva natural;
- d) Conducir aguas servidas, sin el debido tratamiento, a las playas y riberas del mar, ríos, lagos, cauces naturales y artificiales u ocasionar cualquier otra forma de contaminación;
- e) Abandonar en las playas y riberas o arrojar al agua desperdicios u otros objetos que constituyen peligro para la navegación, la circulación o la vida;
- f) Llevar a bordo o emplear aparejos o sistemas de pesca diferentes a los permitidos;
- g) Utilizar las embarcaciones de pesca para fines no autorizados, excepto en circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito; y,
- h) Vender o transbordar a barcos no autorizados, parte o la totalidad de la pesca. La venta del producto de la pesca se hará en tierra o en puertos habilitados.

Art. 51.- El Instituto Nacional de Pesca al elaborar el Plan Nacional de Investigación Pesquera actuará en coordinación con el Instituto Oceanográfico de la Armada y con otros entes públicos afines, según el caso.

Art. 71.- Las infracciones a lo dispuesto en los artículos 24, 38, 39, 40, 43, literales a), b), d) y e), y 44, literales a) y g) serán sancionadas con multa de dos a diez remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general y prisión de quince a sesenta días, o con una de estas penas solamente.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario. Contrato de

Adhesión.- Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirirlo o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Abusiva.- Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad Engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Servicios Públicos Domiciliarios.- Se entiende por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicios de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable, u otros similares.

Distribuidores o Comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detalle, bienes destinados finalmente a

los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

Productores o Fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art. 7.- Infracciones Publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras; y,

4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

Art. 9.- Información Pública.- Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen

Art. 14.- Rotulado Mínimo de Alimentos.- Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Valor nutricional;
- h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones;
- j) Precio de venta al público;
- k) País de origen; y
- l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado

LEY ORGÁNICA DE SALUD DEL ECUADOR

VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO

Art. 129.- El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de producción, importación, exportación,

almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.

La observancia de las normas de vigilancia y control sanitario se aplican también a los servicios de salud públicos y privados, con y sin fines de lucro, autónomos, comunitarios y de las empresas privadas de salud y medicina prepagada.

Art. 130.- Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

Art. 131.- El cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura, almacenamiento, distribución, dispensación y farmacia, será controlado y certificado por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 132.- Las actividades de vigilancia y control sanitario incluyen las de control de calidad, inocuidad y seguridad de los productos procesados de uso y consumo humano, así como la verificación del cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios en los establecimientos dedicados a la producción, almacenamiento, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos señalados.

Art. 133.- La autoridad sanitaria nacional podrá delegar a los municipios, dentro de sus funciones, el ejercicio de las acciones necesarias para el control sanitario, quienes las realizarán de acuerdo con las disposiciones y normas emitidas por dicha autoridad.

Art. 134.- La instalación, transformación, ampliación y traslado de plantas industriales, procesadoras de alimentos, establecimientos farmacéuticos, de producción de biológicos, de elaboración de productos naturales procesados de uso medicinal, de producción de homeopáticos, plaguicidas, productos dentales, empresas de cosméticos y productos higiénicos, están sujetos a la obtención, previa a su uso, del permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 135.- Compete a la autoridad sanitaria nacional autorizar la importación de todo producto inscrito en el registro sanitario, incluyendo muestras médicas y aquellos destinados a consumo interno procedentes de zonas francas.

No se autorizará la importación de productos, ni aún con fines promocionales, si previamente no tienen el registro sanitario nacional, salvo las excepciones determinadas en esta Ley.

Art. 136.- Las materias primas para elaboración de productos sujetos a registro sanitario, no requieren para su importación cumplir con este registro, siempre que justifiquen su utilización en dichos productos.

DEL REGISTRO SANITARIO

Art. 137.- Están sujetos a registro sanitario los alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación. Las donaciones de productos sujetos a registro sanitario se someterán a la autorización y requisitos establecidos en el reglamento que para el efecto dicte la autoridad sanitaria nacional.

Art. 138.- La autoridad sanitaria nacional a través de su organismo competente, Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez, quien ejercerá sus funciones en forma desconcentrada, otorgará, suspenderá, cancelará o reinscribirá el certificado de registro sanitario, previo el cumplimiento de los trámites, requisitos y plazos señalados en esta Ley y sus reglamentos, de acuerdo a las directrices y normas emitidas por la autoridad sanitaria nacional, la misma que fijará el pago de un importe para la inscripción y reinscripción de dicho certificado de registro sanitario, cuyos valores estarán destinados al desarrollo institucional, que incluirá de manera prioritaria un programa nacional de control de calidad e inocuidad posregistro.

La autoridad sanitaria nacional, ejercerá control administrativo, técnico y financiero del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez y evaluará anualmente los resultados de la gestión para los fines pertinentes.

El informe técnico analítico para el otorgamiento del registro sanitario, así como los análisis de control de calidad posregistro, deberán ser elaborados por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical, Dr. Leopoldo Izquieta Pérez, y por laboratorios, universidades y escuelas politécnicas, previamente acreditados por el

organismo competente, de conformidad con la normativa aplicable, procedimientos que están sujetos al pago del importe establecido por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 139.- El registro sanitario tendrá vigencia de cinco años, contados a partir de la fecha de su concesión. Todo cambio de la condición en que el producto fue aprobado en el registro sanitario debe ser notificado obligatoriamente a la autoridad sanitaria nacional a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez y, dará lugar al procedimiento que señale la ley y sus reglamentos.

Para el trámite de registro sanitario no se considerará como requisito la patente de los productos.

El registro sanitario de medicamentos no da derecho de exclusividad en el uso de la fórmula.

Art. 140.- Queda prohibida la importación, exportación, comercialización y expendio de productos procesados para el uso y consumo humano que no cumplan con la obtención previa del registro sanitario, salvo las excepciones previstas en esta Ley.

Art. 141.- El registro sanitario será suspendido o cancelado por la autoridad sanitaria nacional a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez, en cualquier tiempo si se comprobare que el producto o su fabricante no cumplen con los requisitos y condiciones establecidos en esta Ley y sus reglamentos o cuando el producto pudiese provocar perjuicio a la salud, y se aplicarán las demás sanciones señaladas en esta Ley.

En todos los casos, el titular del registro o la persona natural o jurídica responsable, deberá resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros, sin perjuicio de otras acciones legales a las que hubiere lugar.

Art. 142.- La autoridad sanitaria nacional a través de sus organismos competentes, realizará periódicamente controles posregistro de todos los productos sujetos a registro sanitario mediante toma de muestras para análisis de control de calidad e inocuidad, sea en los lugares de fabricación, almacenamiento, transporte, distribución o expendio.

Realizará además inspecciones a los establecimientos. Si detectare que alguna entidad comercial o industrial usare un número de registro sanitario no autorizado para ese producto, la autoridad sanitaria nacional suspenderá la comercialización del o los productos, sin perjuicio de las sanciones de ley.

Art. 143.- La publicidad y promoción de los productos sujetos a registro sanitario deberá ajustarse a su verdadera naturaleza, composición, calidad u origen, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios, lo cual será controlado por la autoridad sanitaria nacional.

Se prohíbe la publicidad por cualquier medio de medicamentos sujetos a venta bajo prescripción.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

IMPUESTO A LA RENTA

Art 1.- Objeto del Impuesto.- Establécese el Impuesto a la Renta Global que tengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente ley

Art. 2.- Concepto de renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

1.- Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios.

2.- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el art. 98 de la ley.

Art. 3.- Sujeto Activo.- El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del servicio de rentas internas.

Art. 4.- Sujeto Pasivo.- Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad pagaran el impuesto a la renta en base a los resultados que arroje la misma.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Aireación: es el traslado de oxígeno al realizar este proceso se mejora los ciclos biológicos en un estanque.

Asimétricos: significa que carecen de una forma, dimensiones o las partes de un cuerpo o figura, o de un conjunto.

Arco branquial: son arcos faríngeos situados en ambos lados, que se originan mediante el desarrollo embrionario de los animales.

Cefalotórax: es una parte del cuerpo de los cangrejos que está formado por la unión de la cabeza y el tórax.

Cirripedia: son grupos de crustáceos diferentes ya que muchas de las veces son confundidas con moluscos.

Decápodos: son tipos de crustáceos que tienen cinco pares de patas ya que las dos primeras son denominadas como pinzas.

Desovar: es cuando los cangrejos hembras sueltan sus huevos de sus hueveras.

Dimorfismo sexual externo: son variaciones de coloración o tamaño que se producen entre machos y hembras de una misma especie.

Estuarinos: son partes profundas y amplias de desembocadura de los ríos hacia el mar, está formada por un solo brazo ancho y profundo, en la cual existe especies vegetales.

Exoesqueleto: reviste toda la superficie de los animales artrópodos, cumple una función protectora de respiración para la eficiencia del aparato muscular.

Fecundación sexual interna: es un proceso que ocurre cuando el macho introduce los espermatozoides dentro del aparato reproductor de la hembra.

Ganglios cerebrales: es la acumulación de cuerpo de células nerviosas en el fondo del cerebro.

Hemocele: son espacios del cuerpo no revestidos, llenos de sangre

Hidrológicas: es una ciencia que se dedica al estudio de la distribución espacial y temporal.

Hipersalina: Es el medio en el cual la concentración de sal es más superior a la del agua del mar.

Órganos sensoriales: son órganos sensibles a varios tipos de energía que existen en el medio interno y externo que son transformados en impulsos nerviosos que se transmiten al cerebro.

Organigrama: Es la forma gráfica de la estructura de una empresa u organización.

Pedunculados: son ramitas que sostienen un fruto tras su fecundación tiene la estructura de un tallo que es el responsable de la sustentación de las flores o frutos.

Predación: es un proceso que lo realiza un individuo o una especie animal que caza a otro para subsistir.

Receptáculo seminal: es un sistema de reproductor femenino con muchos invertebrados que sirve para el ingreso y almacenamiento de espermatozoides.

Sustrato: es la superficie en la que vive un animal o una planta que está formada por factores bióticos y abióticos.

Salinización: es una recolección excesiva de sales, cloruros, sulfatos carbohidratos potasio, calcio y magnesio en suelos y aguas provocando el desgaste de esos recursos.

Taxonomía: se trata de los principios de la clasificación de los seres vivos.

Tubérculos: es la parte de un tallo que se engruesa y se desarrolla considerablemente tiene una función de propagación vegetativa.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La salud de los consumidores de la pulpa de cangrejo y de la jaiba se ve afectada como consecuencia de que ningún negocio, del Cantón Naranjal, dedicado a la extracción y venta de pulpa de los crustáceos mencionados, cuente con un sitio debidamente adecuado que garantice que el procesamiento de esta materia prima se dé en un ambiente higiénico

Hipótesis Particulares

La ausencia de un proceso tecnificado influye en la deficiente calidad del producto.

La poca capacitación que tienen las personas para ejecutar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo provoca que no puedan aprovechar eficientemente la materia prima y por ende que no puedan ofertar sus productos a precios más económicos.

La mala presentación del producto influye para que las personas se abstengan de consumirlo, ya que, les producen desconfianza.

2.4.3 Declaración de variables

➤ Variables Independientes

Sitio debidamente adecuado

Proceso tecnificado

Capacitación que tienen las personas

Presentación del producto

➤ Variables dependientes

Salud de los consumidores

Calidad del producto

Aprovechar eficientemente la materia prima

Ofertar sus productos a precios más económicos

Las personas se abstengan de consumirlo

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 20. Operacionalización de las Variables

Variab les	Definición	Indicadores	Medio de verif.
Sitio debidamente adecuado	Conocer el manejo de las empresas, como se constituyen, saber utilizar eficiente y eficazmente sus recursos, llevar un control de ingresos y gastos, conocer sobre programas de acción para la ejecución de la producción, seguridad e higiene industrial, etc.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Proceso tecnificado	Es realizar actividades sistemáticas basada en fundamentos técnicos y no empíricos, con maquinarias o instrumentos que faciliten y permitan realizar un proceso de mejor manera.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Capacitación que tienen las personas	Estar habilitado o tener los conocimientos adecuados para realizar bien una tarea.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Presentación del producto	Se refiere al aspecto a la imagen del producto.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Salud de los consumidores	Estado de bienestar físico y mental de los consumidores del producto, es decir, que este no tenga ningún efecto negativo sobre ellos.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Calidad del producto	Son los atributos, características o propiedades que hacen que un producto satisfaga las necesidades de los consumidores.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Aprovechar eficientemente la materia prima	Es utilizar de la mejor manera posible los materiales que la empresa posee para el proceso productivo, de tal manera que no existan desperdicios de los mismos.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas

Ofertar sus productos a precios más económicos	Es promocionar o vender bienes a precios accesibles o bajos, para obtener una mayor demanda.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas
Las personas se abstengan de consumirlo	Se da cuando las personas por desconfianza sobre la calidad del producto o por otros factores prefieran no comprarlo.	Análisis de las Encuestas	Cuestionario de encuestas

Fuente: Autoras

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Aplicada: La investigación aplicada está estrechamente ligada a la investigación pura, puesto que depende de sus hallazgos y aportaciones teóricas. Se utiliza este tipo de investigación cuando el objetivo del investigador es aplicar el conocimiento para resolver problemas de cuya solución depende el beneficio de los involucrados.

Este tipo de investigación la utilizamos en el desarrollo de la propuesta, porque en base a la información, hallazgo y aportaciones teóricas con respecto al tema que encontramos a lo largo de la investigación, logramos darle la solución más viable a la problemática.

Investigación Descriptiva: Este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las diversas situaciones e información predominante mediante la descripción exacta de las actividades, procedimientos, objetos y personas. Su objetivo no se limita a la recolección de datos sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Mediante esta investigación describimos más detalladamente las características y actividades que se realizan dentro del proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba, además de datos muy relevantes como el nivel de conocimiento de normas de higiene y la capacitación que tienen cada una de las personas que se dedica a dicha actividad en la Cooperativa 6 de Julio del Cantón Naranjal.

Investigación Explicativa: Conduce al investigador a un sentido de comprensión o entendimiento del fenómeno mediante la explicación del porqué de los hechos que conllevan a ese problema y cuáles son los efectos que produce dicho problema.

En base al estudio explicativo comprendimos a profundidad todas las fases del proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba que se realiza en la cooperativa 6 de julio del Cantón Naranja y las actividades que realizan para concretar su venta, y encontramos la solución más factible al problema de la baja rentabilidad de dicha actividad.

Investigación Bibliográfica: Se trata de explorar o consultar investigaciones, libros o cualquier documento que tenga valor científico, es decir, que su información provenga de fuentes fidedignas, para recopilar información sobre un determinado tema o problema.

Este tipo de investigación nos fue muy útil para recolectar información que nos permita tener un conocimiento más profundo de la problemática a la cual queremos darle solución, implementamos esta investigación principalmente para la elaboración de la fundamentación científica, empresarial y socioeconómica los antecedentes tanto referenciales como históricos y la elaboración del marco metodológico de la investigación.

Investigación de Campo: La investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objetos de estudio (Zorrilla. 1993:43).

A fin de conocer detalladamente las actividades que se realizan en el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba en la cooperativa 6 de julio y determinar los factores que influyen para que el producto tenga una calidad deficiente, además de conocer el nivel de satisfacción que generan dichos productos en los habitantes del Cantón Naranjal y validar todas nuestras hipótesis aplicamos encuestas a informantes calificados, es decir, hicimos investigación de campo en el momento en que fuimos al lugar donde ocurren los hechos.

Investigación Cuantitativa: Esta investigación nos permite examinar de manera científica y numérica datos fundamentales para el proceso investigativo, por lo general para aplicarla se necesita la ayuda de herramientas estadísticas.

Aplicamos la investigación cuantitativa en el momento que realizamos las encuestas y posteriormente tabulamos los datos, cabe destacar que del resultado de esta investigación dependió la verificación de la hipótesis.

Investigación Cualitativa: En esta investigación se emplean métodos de recolección de datos no cuantitativos, con el objetivo de describir la realidad como la perciben los protagonistas de la problemática o situación.

Hicimos uso de este tipo de investigación para analizar los datos recolectados en las encuestas y sacar conclusiones que nos ayudaron a tomar las mejores decisiones para la solución del problema.

Investigación Correlacional: Sirve para medir el grado de relación y la interacción que existe entre dos o más variables.

Utilizamos la Investigación correlacional para establecer relaciones de causa y efecto, con lo cual logramos formar variables y posteriormente realizar la formulación de las hipótesis.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población objeto de estudio, la conforman los habitantes del Cantón Naranjal y sus alrededores, Hombres y Mujeres, de sectores urbanos y rurales que tienen una edad entre 20 y 65 años.

3.2.2 Delimitación de la población

La población estimada es de 35.326 habitantes que cuentan con una edad entre 20 y 65 años, distribuida entre la cabecera cantonal de Naranjal y sus parroquias Jesús María, Santa Rosa de Flandes, San Carlos y Taura, considerando factores demográficos y geográficos.

Cuadro 21. Población de Naranjal de los Sectores Urbano Rurales de edades entre 20 a 65 años distribuida por género.

Género	#	%
Masculino	19.168	54,26
Femenino	16.158	45,74
Total	35.326	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

3.2.3 Tipo de muestra

Muestra no probabilística.-

“El método de muestreo no probabilístico no se basa en un proceso de azar sino que es el investigador el que elige la muestra. La elección puede realizarse de diferentes formas utilizando la información previa del investigador o buscando maneras sencillas de selección”⁴⁰

En la presente investigación, el tipo de muestra a que utilizamos para la primera población objeto de estudio es la no probabilística, puesto que hemos seleccionado a nuestra conveniencia para realizar las respectivas encuestas solo a los habitantes de la Cabecera Cantonal de Naranjal y sus parroquias Jesús María, Santa Rosa de Flandes, San Carlos y Taura, que tengan una edad entre 20 a 65 años.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población objeto de estudio es finita, ya que, por datos del censo de población y vivienda 2010 proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos podemos conocer el número de habitantes del cantón Naranjal que tienen las características que requerimos para la aplicación de las encuestas de nuestro proyecto.

$$\begin{aligned}
 \text{Formula} \quad n &= \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2}{Z^2} + p q} \\
 n: ? \quad N: 35.326 \quad p: 0.5 \quad q: 0.5 \\
 n &= \frac{(35.326) (0,5) (0,5)}{\frac{(35.326-1) 0,05^2}{1,96^2} + (0,5) (0,5)} = \frac{8.831,5}{22,99 + (0,05) (0,05)} \\
 n &= \frac{8.831,5}{23,24} = 380,01 \\
 n &= 380
 \end{aligned}$$

⁴⁰ GRANDE, Ildefonso y ABASCAL, Elena: *Análisis de Encuestas*, p. 69

La muestra materia de análisis es de 380 habitantes del Cantón Naranjal de su cabecera cantonal y sus parroquias, correspondiente al 1,0757% del total de la población estimada para nuestra investigación.

3.2.5 Proceso de selección

Es proceso de selección para la población objeto de estudio que utilizaremos es el de muestra por cuotas, en que estratificaremos la muestra por género, para establecer un análisis de los diferentes puntos de vistas tanto de hombres como de mujeres respecto a la problemática en estudio.

Cuadro 22. Muestra de los Habitantes del cantón Naranjal distribuida por genero

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	206	54,26%
Femenino	174	45,74%
Total	380	100%

Fuente: Autores

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Método Inductivo – Deductivo

La inducción es una forma de conocimiento por medio de la cual se pasa de conocimientos de hechos o casos particulares a un conocimiento general, que refleja lo que existe en común entre los fenómenos individuales. Por otra parte, la deducción se refiere a una forma de razonamiento mediante la cual vamos del conocimiento general de los hechos al conocimiento particular, a pesar de que las dos son excelentes herramientas deben utilizarse en conjunto para complementarse.

Para el desarrollo de nuestra investigación utilizamos el método inductivo – deductivo, con el cual logramos analizar las causas por las cuales en el cantón Naranjal solo se comercializa pulpa de cangrejo y de jaiba de deficiente calidad y los efectos negativos que dicho problema tiene sobre la salud de los consumidores con la finalidad de encontrar una eficiente solución para erradicar cada uno de las situaciones que generan la problemática.

Método Analítico – Sintético

Este método parte de la descomposición de los hechos que tienen que ver con el objeto de estudio, en cada una de sus partes con el objetivo de estudiarlas en forma individual, posteriormente todas las partes se integran para estudiarlas de manera integral.

Aplicamos directamente este método para realizar la problematización, ya que, empleamos la herramienta del árbol de problemas para realizar la descomposición del mismo, sacándole las causas que lo originan y los efectos que éstas generan, para luego de un proceso de análisis, interrelacionar y unificar todos sus elementos para una mejor comprensión de la situación y poder plantear claramente los objetivos que perseguimos con el desarrollo de esta investigación.

Método Hipotético – Deductivo

Este método consiste en la observación de un fenómeno, seguido de la creación de una hipótesis que explique dicho fenómeno, para luego deducir las consecuencias y llegar a conclusiones que deberán ser verificadas.

Utilizamos el método hipotético - deductivo para la formulación de nuestras hipótesis tanto la general, como las particulares, mediante el cual realizamos relaciones de causas y efectos que nos condujeron a la solución de la problemática en estudio.

Método Dialéctico

Según la filosofía griega clásica la dialéctica es un método que investiga la verdad mediante el examen crítico de las percepciones y teorías, cada una de las cuales, por su parte, pretende referirla.

Este método lo aplicamos en el momento de investigar la historia de cómo surgió la idea de extraer la pulpa del cangrejo en el sector de la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal.

3.3.2 Técnicas e instrumentos

Encuestas

Es una investigación realizada sobre una muestra, que se escoge entre un colectivo más amplio de personas, con el objetivo de formularles preguntas, mediante las cuales se pueda obtener los datos que se necesitan para el desarrollo de una investigación.

Este tipo de técnica nos ayudó a comprobarla real existencia del problema que nosotros percibimos, mediante la verificación de cada una de las hipótesis que hemos planteado.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICOS DE LA INFORMACIÓN.

Realizaremos el procesamiento de la información utilizando el programa Excel 2010 que viene en el paquete de Microsoft office, ya que podemos crear una tabla dinámica, la cual nos da la facilidad de ordenar los datos, filtrarlos, cambiar las estructuras de las filas y las columnas, además que nos permite insertar diferentes gráficos para visualizar e interpretar los resultados de una mejor manera.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Encuestas aplicadas a 380 habitantes del cantón Naranjal

Cuadro 23. Número de personas encuestadas del Cantón Naranjal

	Hombres	Mujeres	Total
Numero	206	174	380
Porcentaje	54%	46%	100%

Fuente: Autores

Los resultados de las encuestas realizadas a 380 moradores del Cantón Naranjal son los siguientes:

Pregunta #1: Con qué frecuencia usted consume cangrejo

Cuadro 24. Frecuencia de consumo de cangrejo de los hombres y mujeres que habitan en el cantón Naranjal en el año 2012.

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Frecuente	65	32%	56	32%	121	32%
A veces	109	53%	95	55%	204	54%
Rara vez	32	15%	23	13%	55	14%
Nunca	0	0	0	0	0	0%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

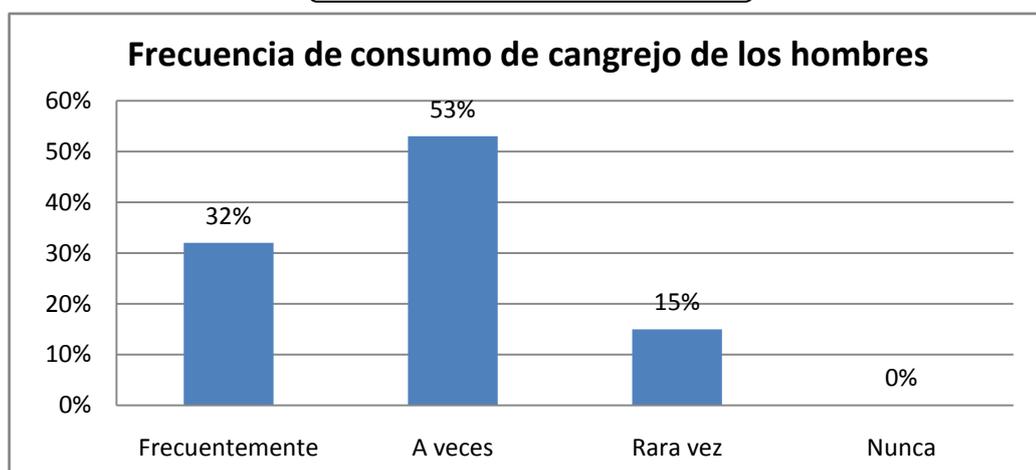


Figura 15. Frecuencia de consumo de cangrejo de los hombres que habitan en el cantón Naranjal en el año 2012. (Véase cuadro 24.)

Género: Femenino

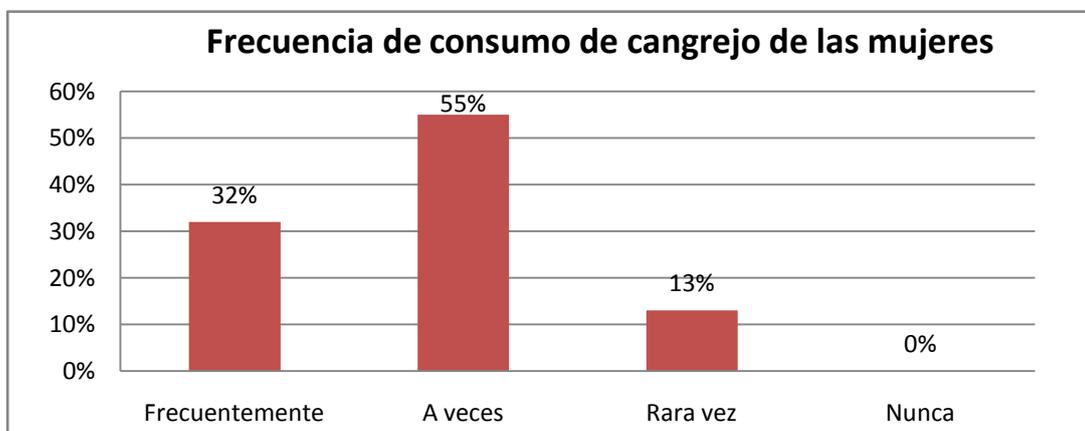


Figura 16. Frecuencia de consumo de cangrejo de las mujeres que habitan en el cantón Naranjal en el año 2012. (Véase cuadro 24.)

Resultado General

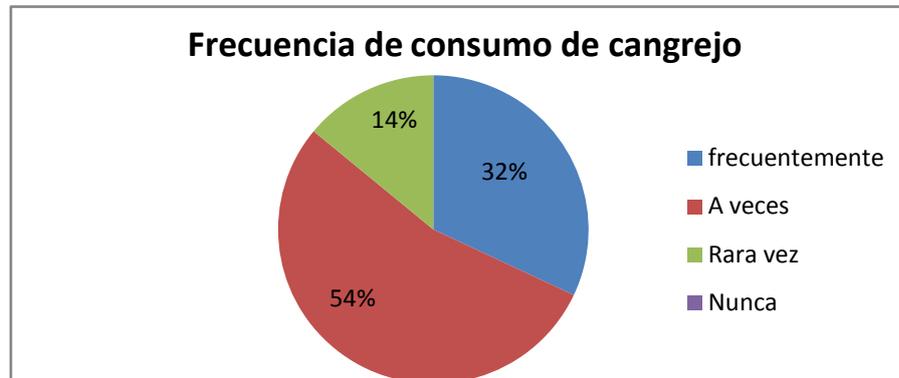


Figura 17. Frecuencia de consumo de cangrejo de los habitantes del cantón Naranjal en el año 2012 (Véase cuadro 24.)

Análisis

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los moradores del cantón naranjal se puede observar que de los 206 hombres encuestados: el 32% es amante del cangrejo ya que lo consume frecuentemente, mientras que el 53% se deleita con dicho crustáceo en menor frecuencia, pero si varias veces en el año, por otra parte el 15% restante expresó que en raras ocasiones consume cangrejo.

De las 174 mujeres encuestadas obtuvimos como resultado que el 32% consume con mucha frecuencia el cangrejo, el 55% lo consume con menor frecuencia y el 13% en raras ocasiones por lo que asumimos que no es de su agrado.

En general, el 54% de los 380 encuestados consumen asiduamente el cangrejo, el 32% lo consume repetidas ocasiones cada año y el 14% lo hace rara vez, por estos resultados se puede asegurar que el cangrejo es muy apetecido tanto por hombres como por mujeres y que son muy pocas las personas a las que no les gusta este crustáceo o que no lo han consumido.

Pregunta #2: ¿Ha consumido Jaiba Azul?

Cuadro 25. Consumo de jaiba azul en el cantón Naranjal

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	96	47%	78	45%	174	46%
No	110	53%	96	55%	206	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

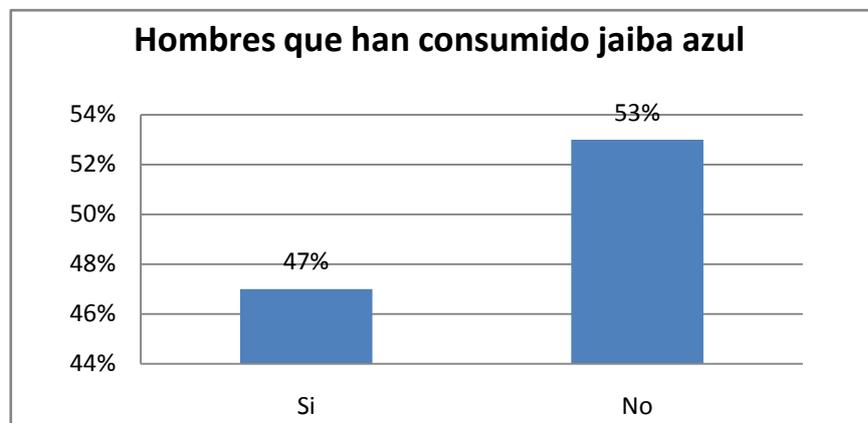


Figura 18. Hombres que han consumido la jaiba azul (véase cuadro 25.)

Género: Femenino

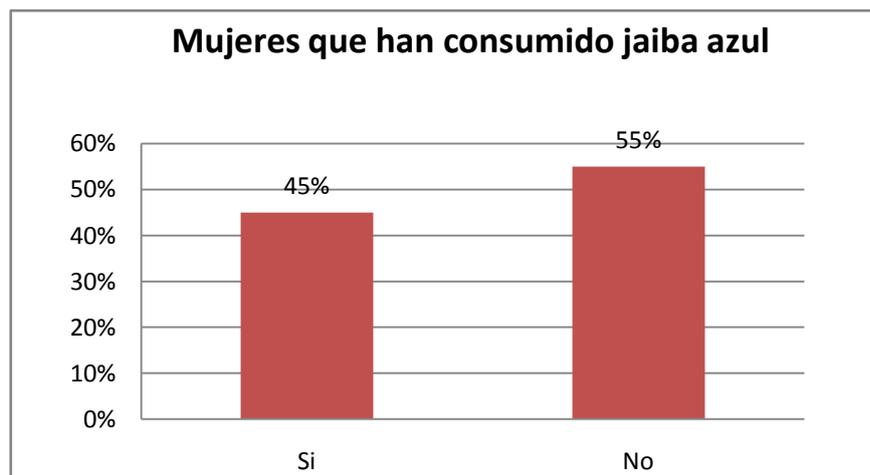


Figura 19. Mujeres que han consumo de Jaiba azul (véase cuadro 25.)

Resultado General

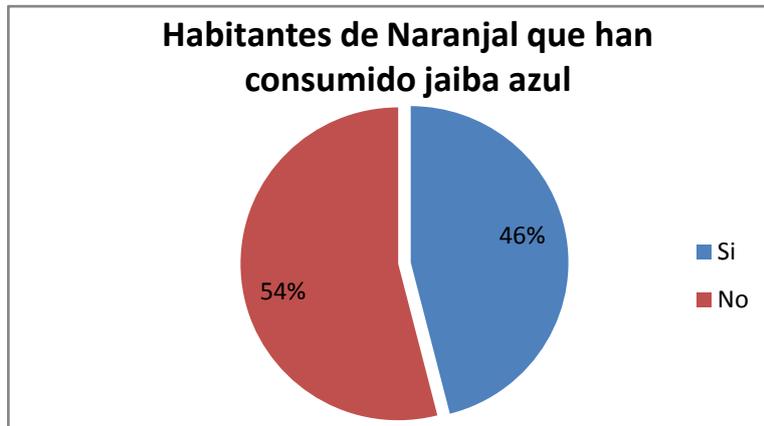


Figura 20. Habitantes de Naranjal que han consumido la jaiba azul (véase cuadro 25).

Análisis

De los 206 hombres a los que se les aplicó las encuestas, el 47% alguna vez en su vida ha consumido jaiba azul, mientras que el restante 53% afirma nunca haber comido este crustáceo.

En el caso de las mujeres, el 45 % de las 174 encuestadas ha probado la jaiba azul y el 55% restante nunca la ha consumido.

En general de los 380 encuestados solo 174 personas equivalente al 46% si ha comido jaiba azul, y 206 (54%) nunca la ha consumido.

Lo que quiere decir que la demanda de la jaiba azul es muy inferior a la del cangrejo rojo.

Pregunta #3: ¿Fue de su agrado la jaiba azul?

Cuadro 26. Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en el Cantón Naranjal

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	70	34%	68	39%	138	36%
No	26	13%	10	6%	36	10%
No han probado	110	53%	96	55%	206	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

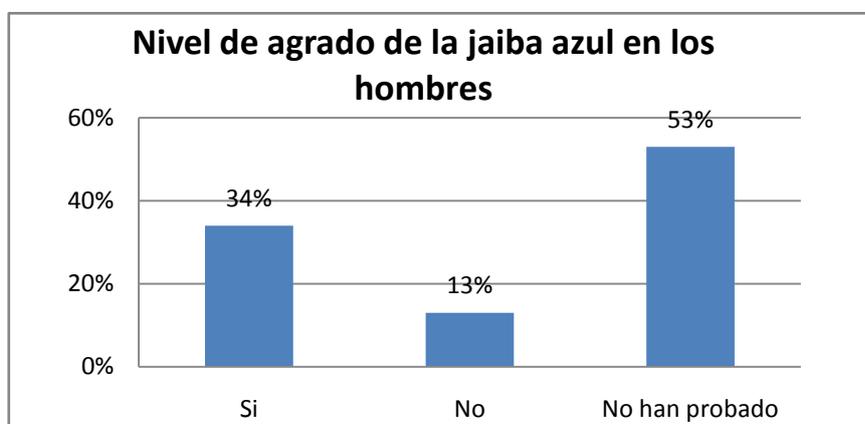


Figura 21. Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en los hombres del Cantón Naranjal (véase cuadro 26.)

Género: Femenino

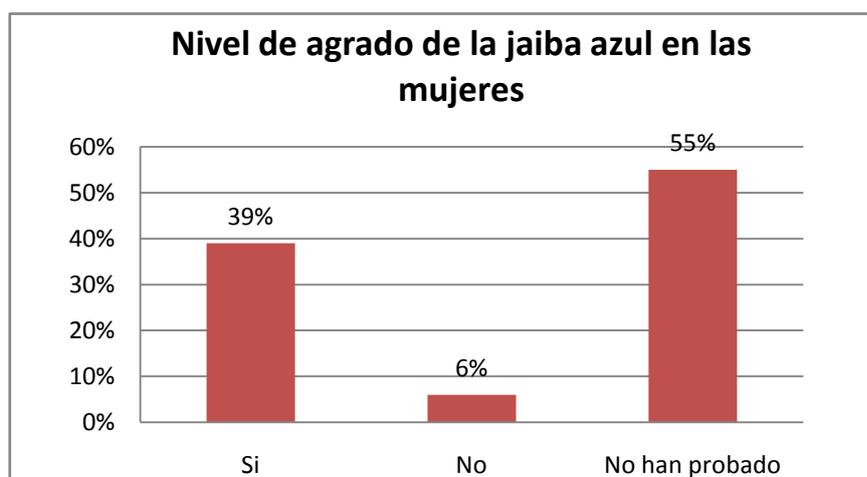


Figura 22. Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en las mujeres del Cantón Naranjal (véase cuadro 26.)

Resultado General

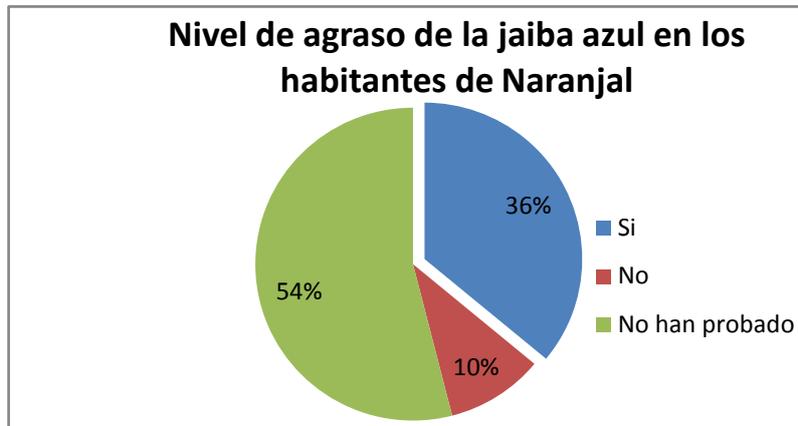


Figura 23. Nivel de aceptación que tiene la jaiba azul en el Cantón Naranjal (véase cuadro 26.)

Análisis

A 70 de los 96 hombres que afirman si haber probado la jaiba azul les pareció rico dicho crustáceo, mientras que a los 26 restante no les agrado su sabor.

De las 78 mujeres que han consumido la jaiba azul, 68 manifiestan que les gusto su sabor, en forma contraria opinaron las 10 restantes.

En general de todas las personas que han comido jaiba azul la mayoría (36%) si se deleitó con su sabor.

Pregunta # 4. ¿Ha consumido usted la pulpa del cangrejo que se vende ya extraída?

Cuadro 27. Habitantes del cantón Naranjal que han consumido la pulpa de cangrejo extraída que se vende en lata, funda o en tarrinas.

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	83	40%	92	53%	175	46%
No	123	60%	82	47%	205	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

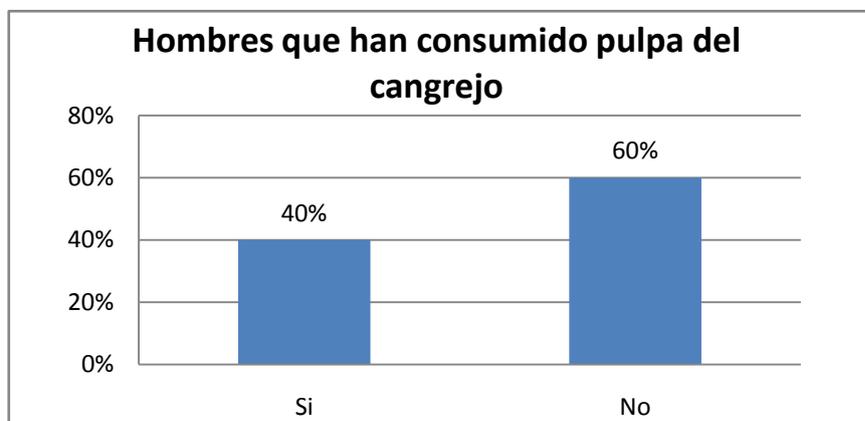


Figura 24. Habitantes del cantón Naranjal del género masculino que han consumido la pulpa de cangrejo extraída que se vende en lata o en tarrinas (véase cuadro 27).

Género: Femenino

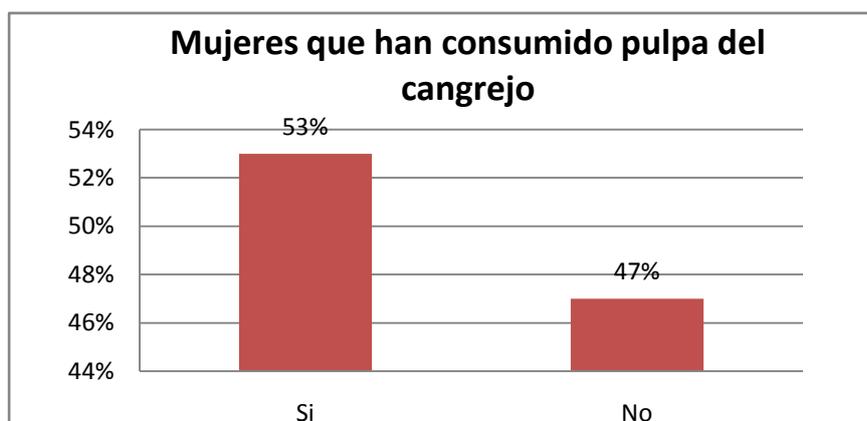


Figura 25. Habitantes del cantón Naranjal del género femenino que han consumido la pulpa de cangrejo extraída que se vende en lata o en tarrinas (véase cuadro 27).

Resultado General

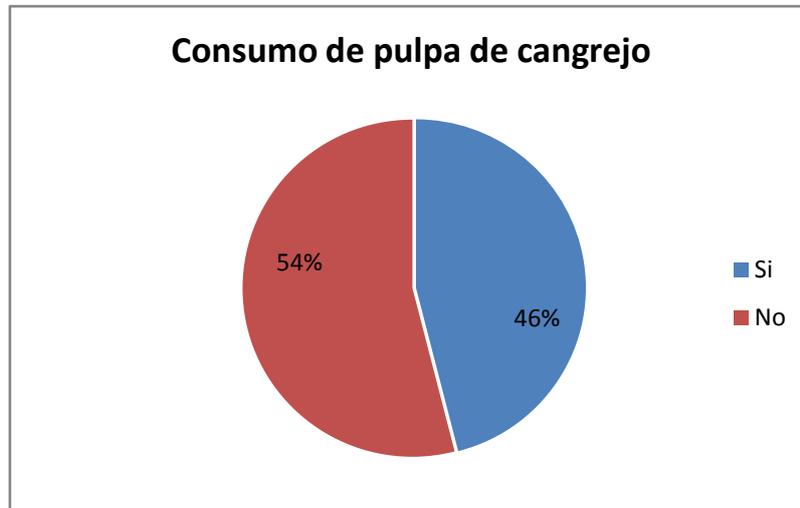


Figura 26. Consumo de pulpa de cangrejo que se vende en tarrina o en lata en el Cantón Naranjal en el año 2012 (véase cuadro 27).

Análisis

De las encuestas efectuadas a los hombres en el cantón Naranjal se puede observar que el 40% de ellos si ha consumido la pulpa del cangrejo extraída que la venden en tarrinas o en lata, mientras que el 60% asegura que nunca ha consumido dicho producto.

Por otra parte del 100% de las mujeres encuestadas, el 53% expresan que han consumido la pulpa del cangrejo ya extraída y el 47% revela que no la ha consumido.

Tenemos como resultado que el 46% de todos los encuestados en alguna ocasión ha consumido el producto antes mencionado y que el 54% no ha consumido este producto.

Pregunta # 5. ¿Ha consumido usted la pulpa de la jaiba azul ya extraída?

Cuadro 28. Habitantes del cantón Naranjal que han consumido la pulpa de la jaiba azul extraída que se vende en lata, funda o en tarrinas.

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	12	6%	16	9%	28	7%
No	194	94%	158	91%	352	93%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

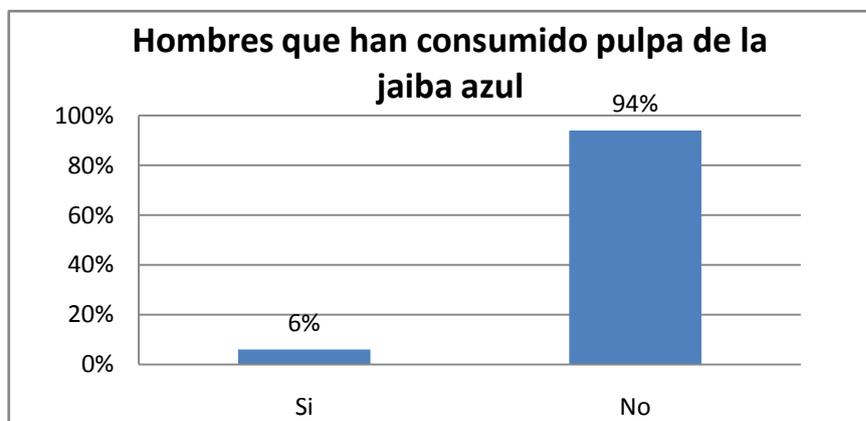


Figura 27. Hombres que han consumido la pulpa de jaiba ya extraída que se vende en lata o en tarrinas (véase cuadro 28).

Género: Femenino

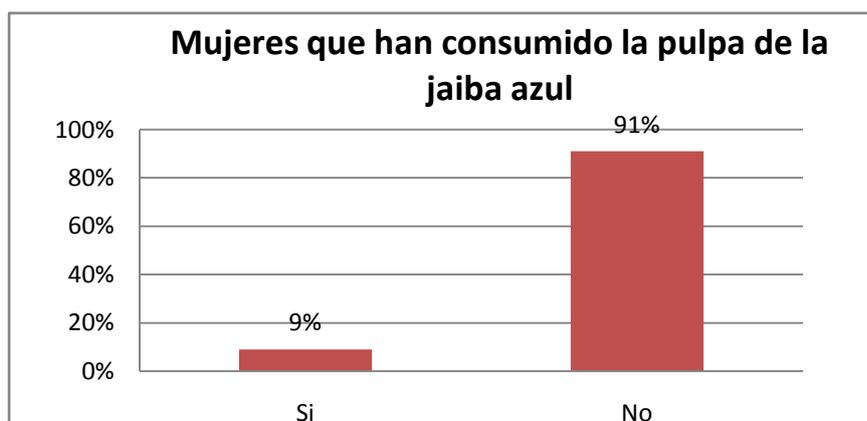


Figura 28. Mujeres que han consumido la pulpa de jaiba extraída que se vende en lata o en tarrinas (véase cuadro 28).



Figura 29. Habitantes del cantón Naranjal que han consumido la pulpa de la jaiba azul extraída (Véase cuadro 28).

Análisis

El resultado revela que de los 206 hombres encuestados solo 12, es decir, el 6% en alguna ocasión ha consumido la pulpa de la jaiba ya extraída, mientras que los 194 restantes correspondientes al 94%, afirman nunca haber probado dicho producto.

Del 100% de las mujeres encuestadas, solo el 9% han consumido la pulpa de la jaiba ya extraída y el 91% reveló que no ha comprado ese producto.

Tenemos como resultado que el 7% de todos los encuestados en alguna ocasión ha consumido el producto antes mencionado y que el 93% no ha consumido este producto.

Pregunta #6: ¿Se siente satisfecho con la calidad y presentación del producto – pulpa de cangrejo?:

Cuadro 29. Opinión sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de cangrejo.

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	21	10%	28	16%	49	13%
No	62	30%	64	37%	126	33%
Desconoce	123	60%	82	47%	205	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

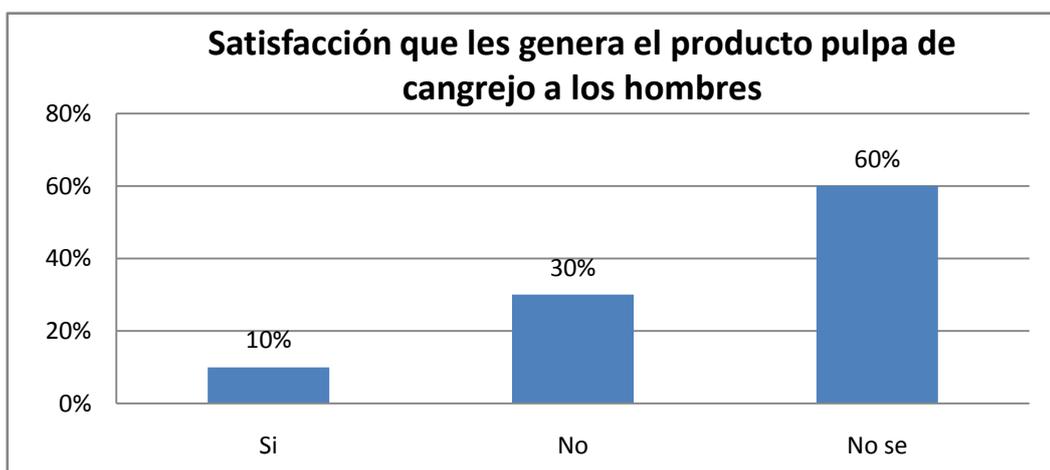


Figura 30. Opinión de los hombres sobre la satisfacción que les genera el producto pulpa de cangrejo (véase cuadro 29).

Género: Femenino

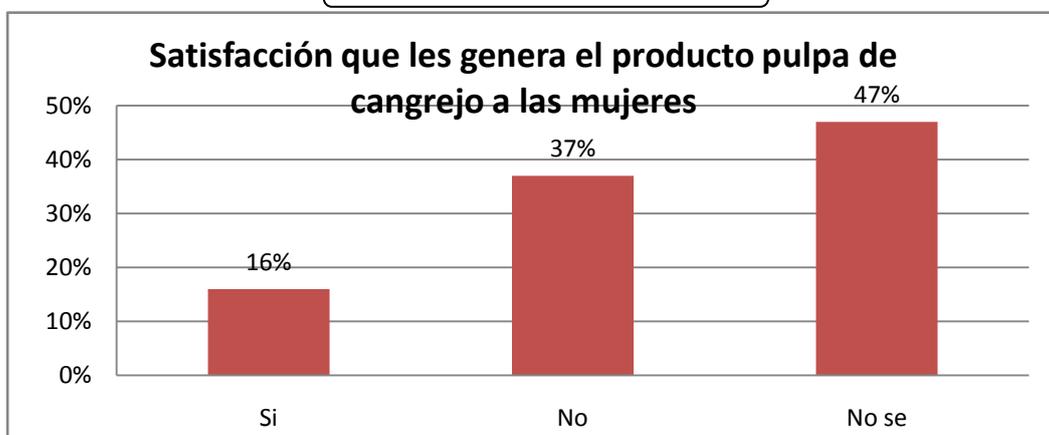


Figura 31. Opinión de las mujeres sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de cangrejo (véase cuadro 29).

Resultado General

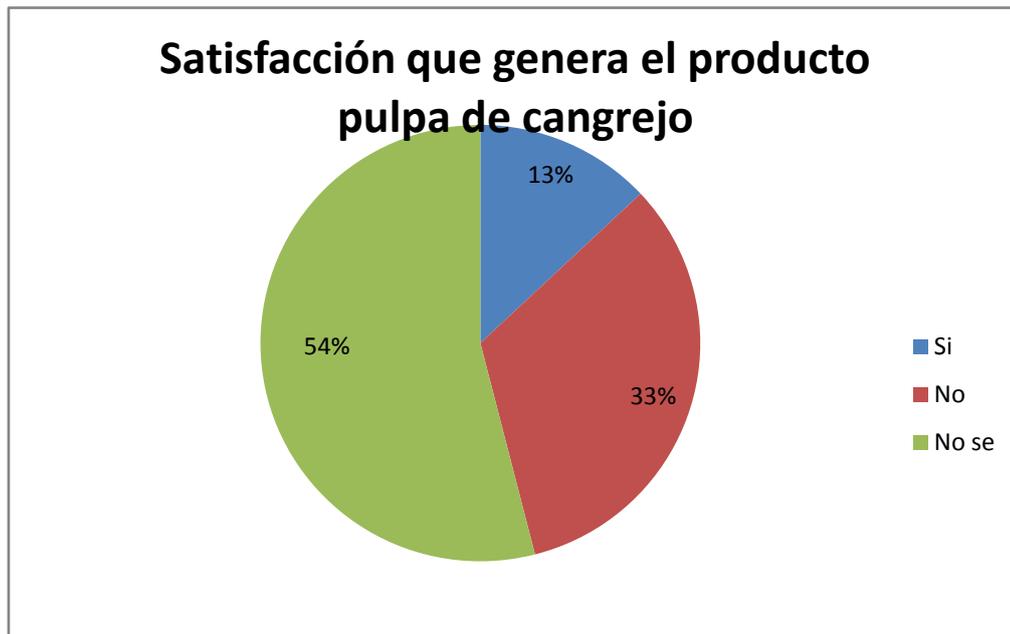


Figura 32. Opiniones de los consumidores de la pulpa de cangrejo sobre la satisfacción que les genera el producto (Véase cuadro 29)

Análisis

21 de los 83 hombres encuestados que si han consumido la pulpa del cangrejo ya extraída expresan que están satisfechos con dicho producto, mientras que el 62 no se encuentran conformen con el mismo.

Por otra parte, de las 92 mujeres que han consumido el producto, solo el 28 se encuentran satisfechas con la pulpa de cangrejo extraída que han probado, en cambio las 64 restante piensan el producto no cumple con sus expectativas.

En general, de las 175 personas que si han probado la pulpa del cangrejo ya extraída, 49 opinan que su calidad si es aceptable para ellos, por el contrario las 126 personas restantes opinan que la calidad del producto es deficiente.

Pregunta #7: ¿Se sintió satisfecho con la calidad y presentación del producto– pulpa de jaiba?:

Cuadro 30. Opinión sobre la satisfacción que les genere el producto – pulpa de jaiba.

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	2	1%	1	1%	3	1%
No	10	5%	15	8%	25	6%
Desconoce	194	94%	158	91%	352	93%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

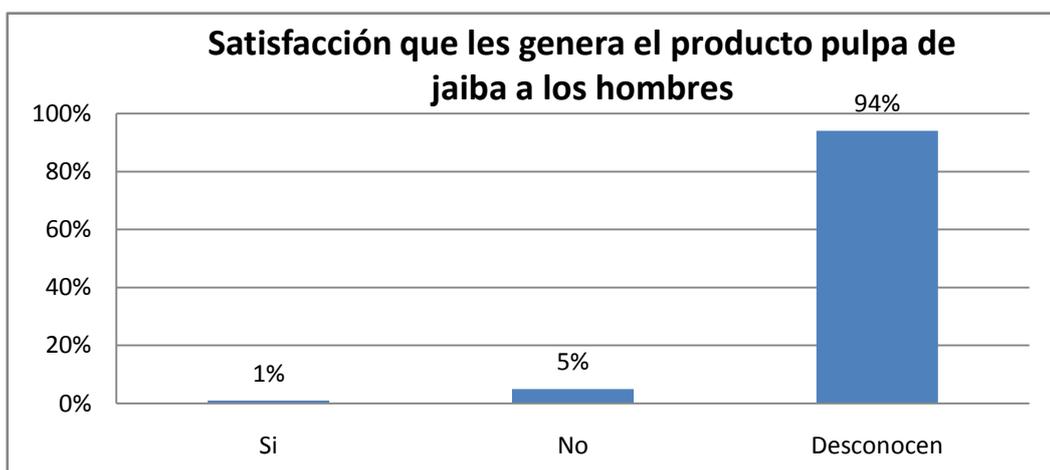


Figura 33. Opinión de los hombres sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de jaiba (véase cuadro 30).

Género: Femenino

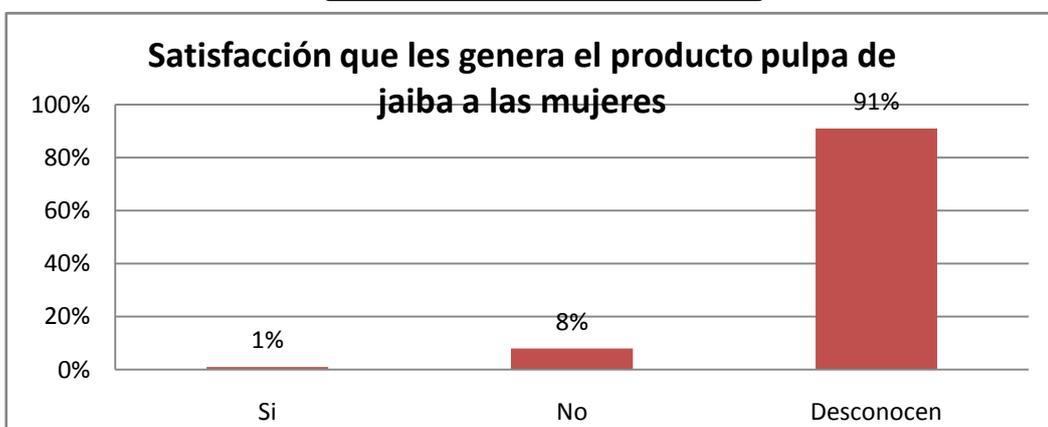


Figura 34. Opinión de las mujeres sobre la satisfacción que les genere el producto pulpa de jaiba (véase cuadro 30).

Resultado General

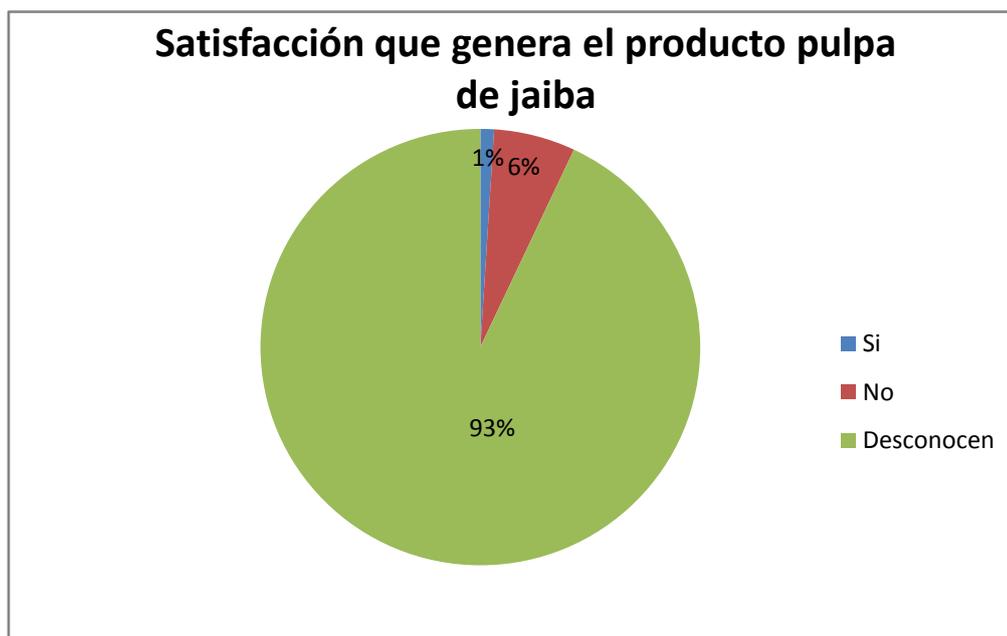


Figura 35. Opinión sobre la satisfacción que les genere el producto – pulpa de jaiba.
(Véase cuadro 30)

Análisis

De los 12 hombres encuestados que si han consumido la pulpa de la jaiba ya extraída, apenas 2 expresaron que el producto si cubrió sus expectativas, por lo contrario los otros 10 manifestaron su insatisfacción por la calidad del producto.

Por otra parte, solo 1 de las 16 mujeres que han probado al antes mencionado producto están satisfechas con su calidad y las 15 restantes expresaron que no les causo una impresión positiva.

En general, 3 personas encuestadas que si han consumido la pulpa de la jaiba si están satisfechas con el producto, mientras que las 25 restantes afirman que este no ha sido de su completo agrado.

Pregunta #8: ¿Volvería a consumir los productos pulpa de cangrejo y pulpa de jaiba?:

Cuadro 31. Las personas que volverían a comprar pulpa de cangrejo o de jaiba

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	21	10%	28	16%	49	13%
No	62	30%	64	37%	126	33%
No se	123	60%	82	47%	205	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

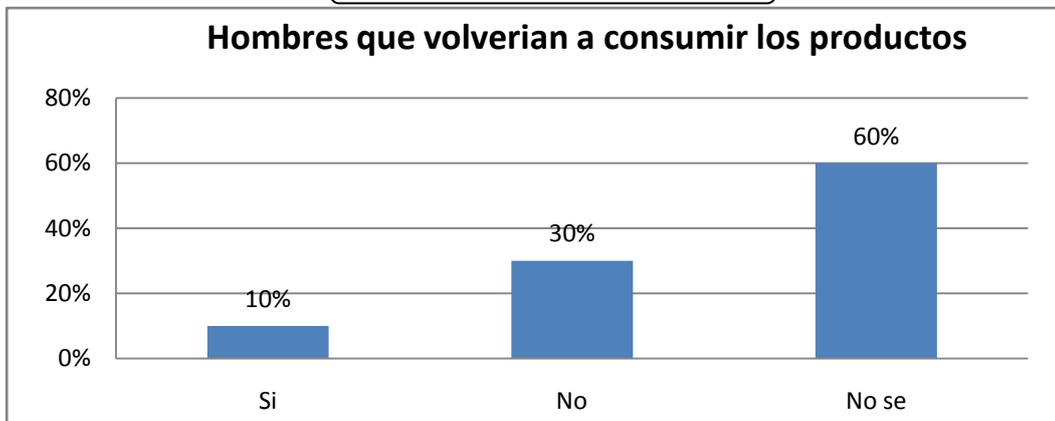


Figura 36. Opinión de los hombres sobre volver a consumir los productos (véase cuadro 31).

Género: Femenino

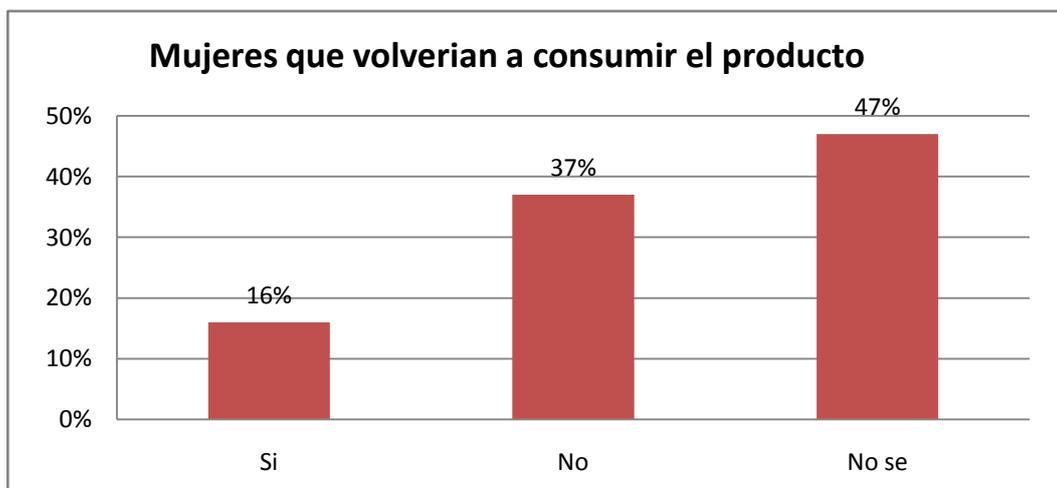


Figura 37. Opinión de las mujeres sobre volver a consumir los productos (véase cuadro 31).

Resultado General

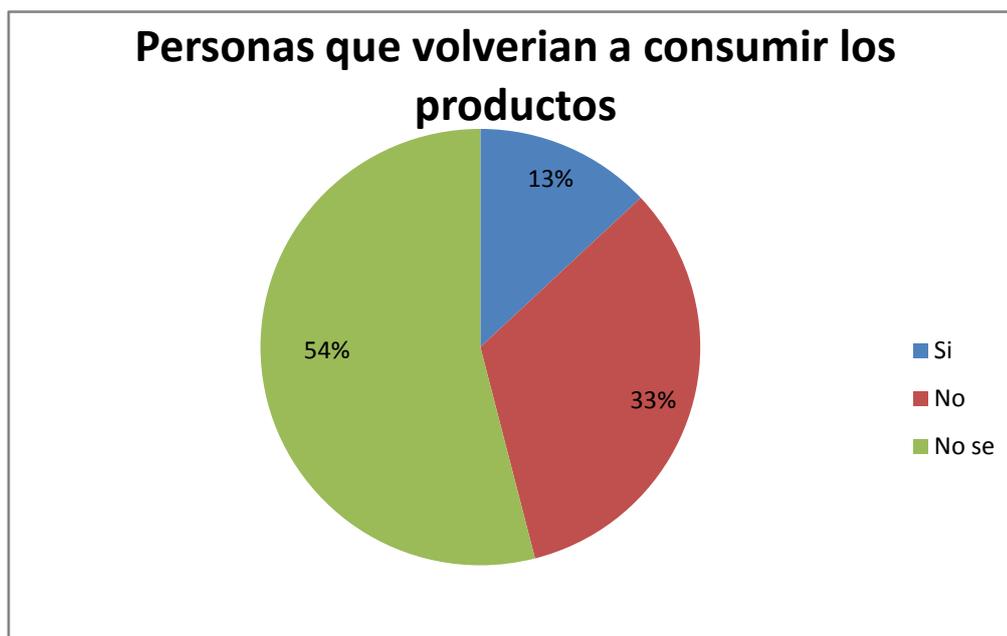


Figura 38. Opiniones en general sobre volver a consumir los productos (Véase cuadro 31)

Análisis

De los 83 hombres encuestados que si han consumido la pulpa del cangrejo o de jaiba ya extraída, 21 afirman que si volverían a consumirla puesto que les agrado, mientras que 62 revelan que no piensan volver a consumir esos productos porque no les agradaron.

Por otra parte, de las 92 mujeres que han consumido los productos, solo el 28 dicen que si volverían a consumir la pulpa de cangrejo y jaiba ya extraída que han probado, en cambio las 64 restante afirman que no volverán a comprar esos productos por su mala calidad.

En general, de las 175 personas que si han probado la pulpa del cangrejo ya extraída, 49 opinan que si volverían a consumir esos productos, por el contrario las 126 personas restantes que no están dispuestos adquirir de nuevo esos productos.

Pregunta #9: ¿Cree usted de que por el hecho de realizar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y de la jaiba en sitios que no están debidamente adecuados para garantizar un ambiente totalmente higiénico se afecte a la salud de los consumidores?

Cuadro 32. Proceso productivo ejecutado en sitios no adecuados ocasiona daño en la salud de los consumidores

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	190	92%	165	95%	355	93%
No	16	8%	9	5%	25	7%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

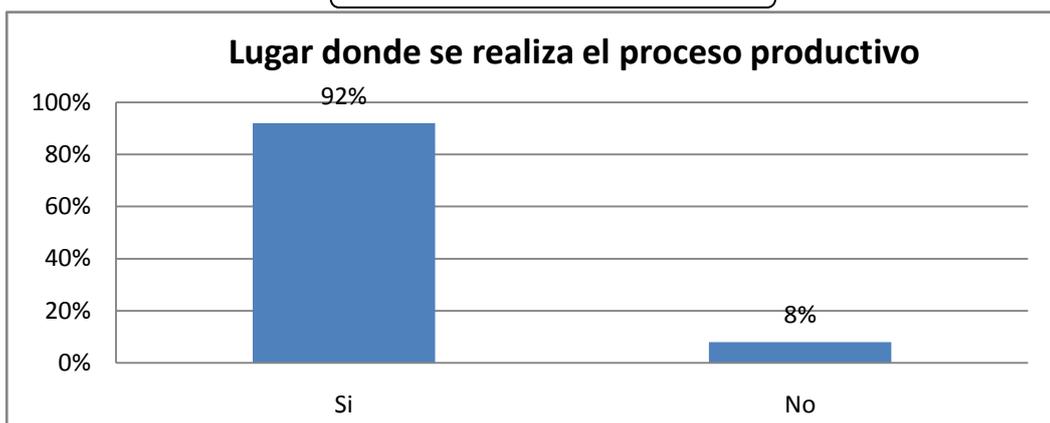


Figura 39. Hombres opinan sobre el proceso de producción (véase cuadro 32).

Género: Femenino



Figura 40. Mujeres opinan sobre el proceso de producción (véase cuadro 32).

Resultado General

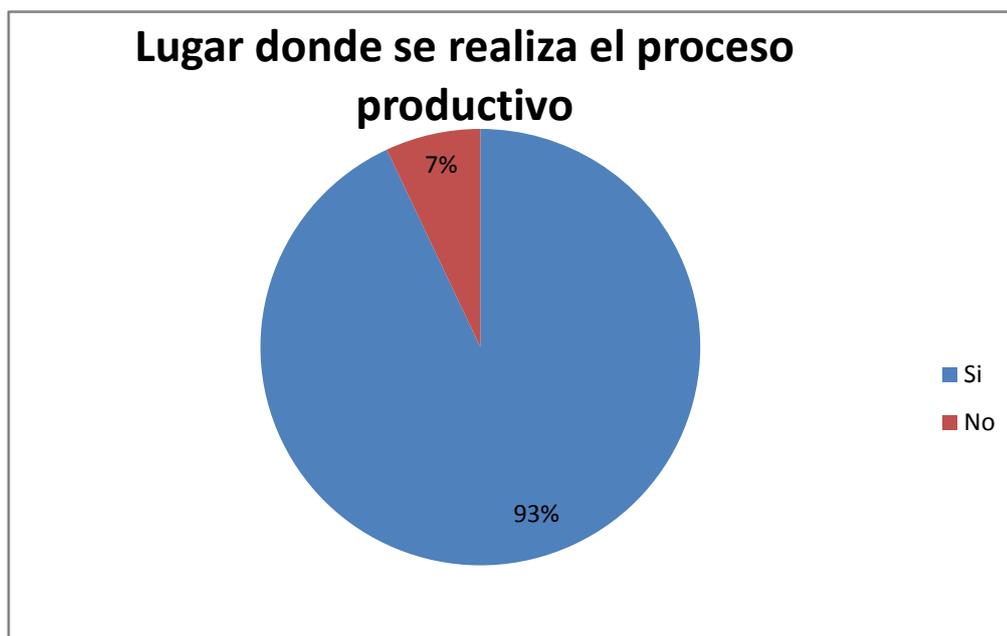


Figura 41. Opiniones en general sobre el proceso de producción(Véase cuadro 32)

Análisis

Del total de los hombres encuestados el 92% opina que si afecta a la salud de los consumidores el hecho de que el proceso de extracción de la pulpa del cangrejo y de la jaiba se lo realice en lugares que no estén debidamente adecuados, por otra parte para el 8% restante este factor es irrelevante.

En el caso de las mujeres el 95% afirma que si influye en la salud de los consumidores que el producto sea elaborado en sitios poco higiénicos y el 5% opina que eso nada tiene que ver con el bienestar físico del consumidor.

En general el 93% coincide con que si se afecta a la salud de los consumidores si se realiza este tipo de procesos de producción en lugares que no tienen la infraestructura que garantice la higiene y el 7% restante opina totalmente lo contrario.

Pregunta #10: Considera usted que la falta de tecnificación para realizar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba influye en la deficiente calidad del producto:

Cuadro 33. Falta de tecnificación afecta la calidad del producto

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	190	92%	165	95%	355	93%
No	16	8%	9	5%	25	7%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

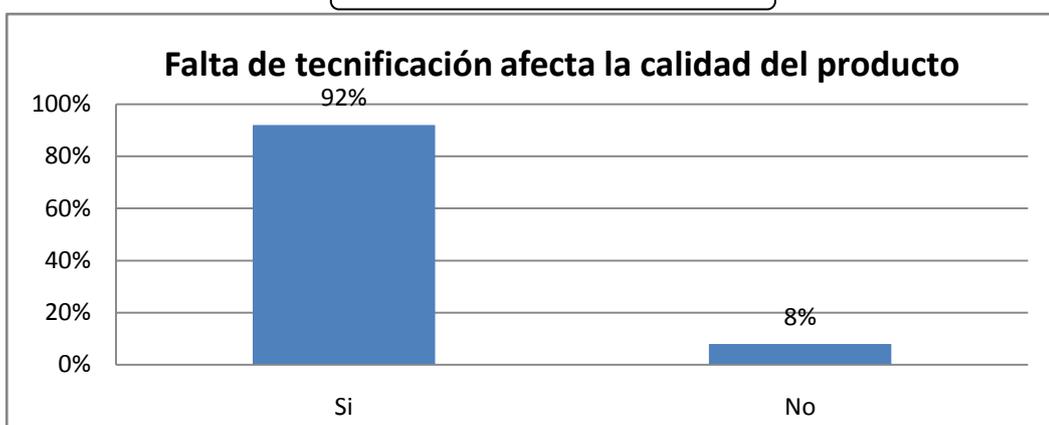


Figura 42. Hombres opinan sobre la falta de tecnificación (véase cuadro 33).

Género: Femenino

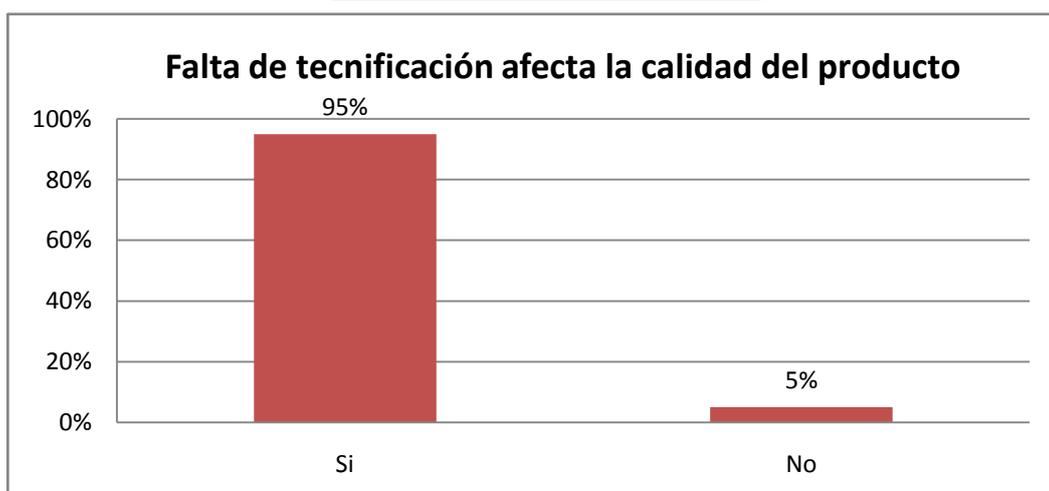


Figura 43. Mujeres opinan sobre la falta de tecnificación (véase cuadro 33).

Resultado General



Figura 44. Opiniones en general sobre la falta de tecnificación(Véase cuadro 33)

Análisis

Del total de los hombres encuestados el 92% opina la falta de tecnificación en el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba si afecta su calidad y el 8% piensa que no es necesario tener un proceso tecnificado para ofrecer un buen producto al público,

En el caso de las mujeres el 95% afirma que la falta de tecnificación influye negativamente sobre la calidad del producto, mientras que el 5% consideran que realizando el producto artesanalmente también se puede conseguir que este sea de buena calidad.

En general el 93% coincide con que la falta de tecnificación influye para que el producto tenga una calidad deficiente, mientras que el 7% opina que no tiene nada que ver una cosa con la otra.

Pregunta #11: Para usted los precios de estos productos son:

Cuadro 34. Opiniones de las personas encuestadas sobre el precio de los productos

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Altos	48	23%	62	35%	110	29%
Medios	22	11%	13	8%	35	9%
Bajos	13	6%	17	10%	30	8%
Desconocidos	123	60%	82	47%	205	54%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres en el cantón Naranjal

Género: Masculino

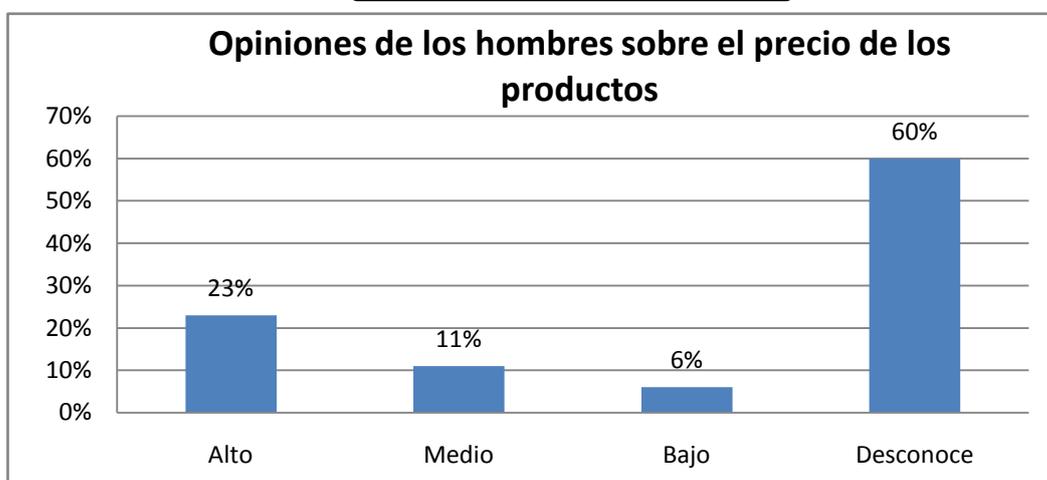


Figura 45. Opiniones de los hombres sobre el precio de los productos (véase cuadro 34)

Género: Femenino

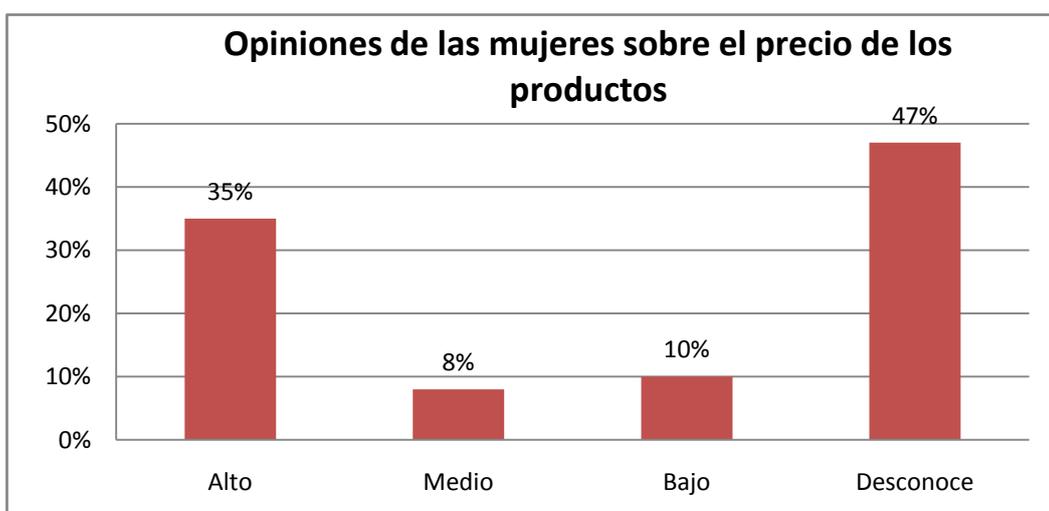


Figura 46. Opiniones de las mujeres sobre el precio de los productos (véase cuadro 34).

Resultado General

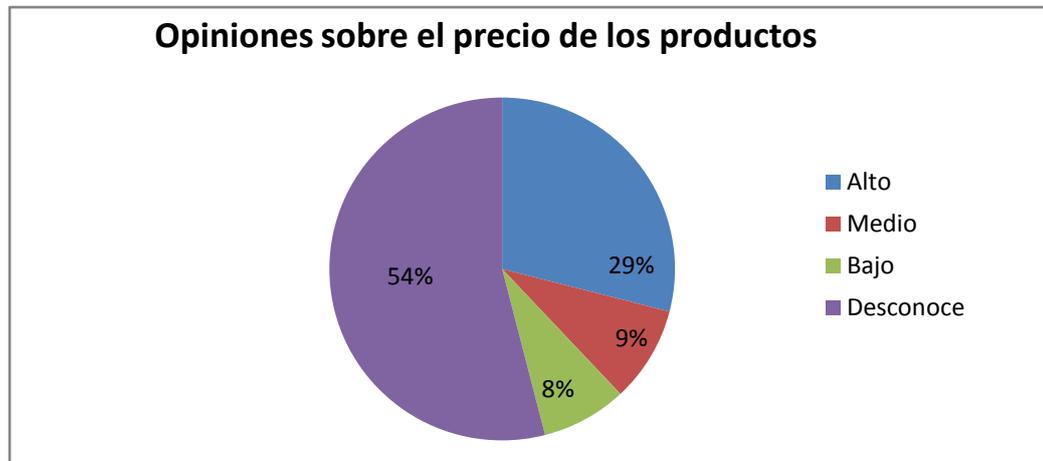


Figura 47. Opiniones de los consumidores sobre el precio de los productos. (Véase cuadro 34).

Análisis

El 23% de los hombres opinan que el precio de dichos productos es alto y por lo contrario un 6% de hombres creen que el precio es bajo, es decir, desde su punto de vista o tal vez su nivel económico o sus posibilidades de consumo el producto es barato, mientras que un 11% opina que el precio es medio, es decir, no consideran que tienen un precio elevado o exagerado pero tampoco que sea barato.

En el caso de las mujeres el 8% opinan que el precio es medio o se lo puede catalogar como normal o justo, mientras que el 10% opinan que el producto tiene un precio relativamente bajo y por último para el 35% restante el precio es alto, es decir, para ellas este producto es caro.

El 54% de todos los encuestados desconocen el nivel de precios de los productos porque nunca los han consumido, del 46% restante el 29% creen que los precios son elevados, para el 9% los precios están en un nivel aceptable y por lo contrario un 8% opinan que los precios son bajos.

Pregunta # 12: ¿Consumiría la pulpa de cangrejo y de jaiba procesada por una empresa local?

Cuadro 35. Número de personas encuestadas que consumirían la pulpa de cangrejo y jaiba procesada en una empresa local

Alternativas	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Si	201	98%	171	98%	372	97%
No	5	2%	3	2%	8	2%
Total	206	100%	174	100%	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada a hombres y mujeres del cantón Naranjal

Género: Masculino

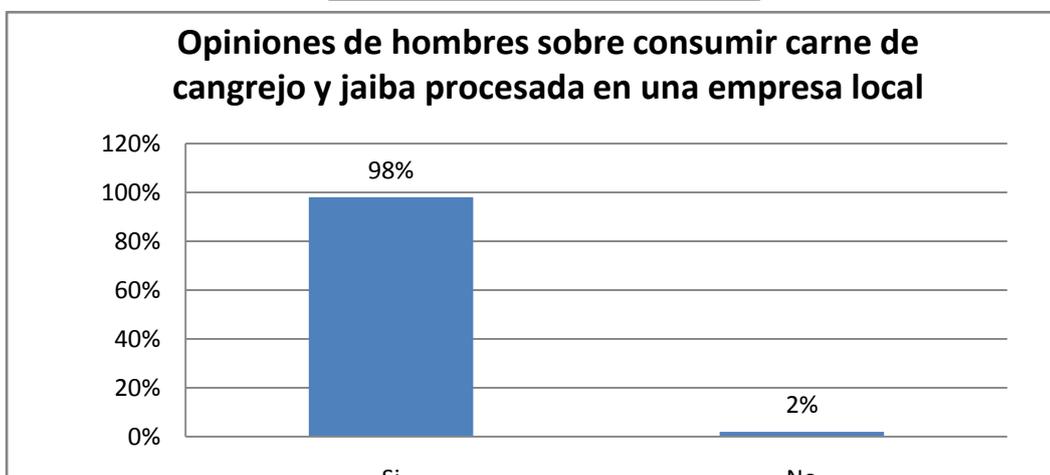


Figura 48. Número de hombres encuestados que consumirían la pulpa de cangrejo y jaiba procesada en una empresa local (véase cuadro 35).

Género: Femenino

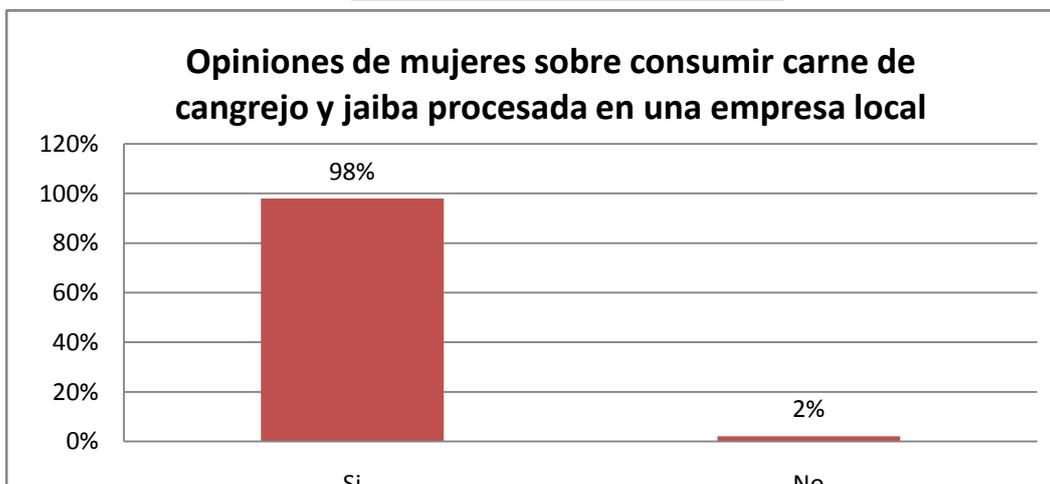


Figura 49. Número de mujeres encuestadas que consumirían la pulpa de cangrejo y jaiba procesada en una empresa local (véase cuadro 35).

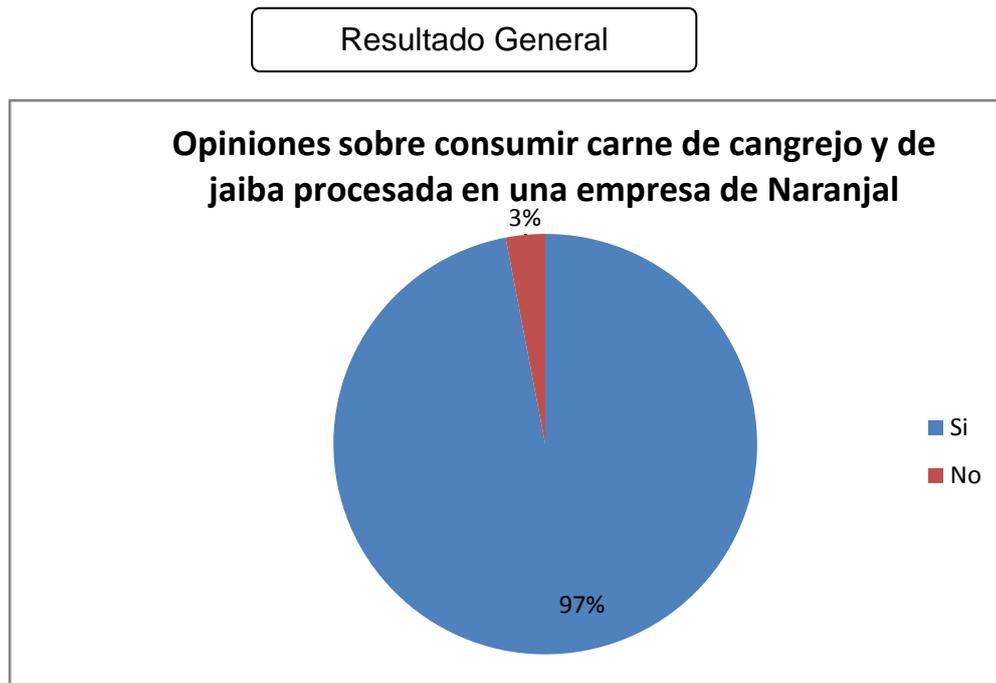


Figura 50. Número de personas encuestadas que consumirían la pulpa de cangrejo procesada en una empresa local (véase cuadro 35).

Análisis

De los 206 hombres encuestados 201, es decir, el 98% del total de ellos si estarían dispuestos a consumir pulpa de cangrejo o de jaiba que haya sido extraída y procesado por una empresa que este dentro del cantón Naranjal, por otro lado los 5 hombres restantes (2%) expresan que ellos preferirían no consumir dichos productos si proviene de una empresa local.

En el caso de las mujeres, de las 174 encuestadas el 97% expreso que si comprarían pulpa de cangrejo o de jaiba en cualquiera de sus presentaciones que sea procesada y vendida por una empresa local, por lo contrario un 3% de mujeres no la consumiría.

En forma genera, de los 380 encuestados entre hombres y mujeres es mínimo el porcentaje de personas que no adquiriría el producto si proviene de una empresa de la localidad, pero en forma satisfactoria observamos que la gran mayoría de personas si consumiría la pulpa de cangrejo o jaiba ya extraída y procesada por una empresa de Naranjal.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

La investigación efectuada por los señores Carlos Cabrera León, Antonio Tumbaco Freire y Marco Noblecilla Borja en su proyecto de evaluación técnica y financiera para la implementación de una planta procesadora de cangrejo, donde ellos analizan la situación socio económica de los habitantes del cantón Balao que se dedican a la captura del cangrejo Rojo y el objetivo de la ejecución de su propuesta, es que estos individuos puedan aprovechar de mejor manera el mencionado recurso natural, por lo que, proponen formar una empresa que se dedique al proceso de la extracción de su pulpa y posterior comercialización, con lo cual esperan mejorar el nivel de vida de dichas personas y contribuir con el desarrollo económico del cantón, además de que a lo largo de su investigación hicieron un análisis de las empresas que compiten en el mercado, de las restricciones legales especialmente sobre la veda del cangrejo y también expusieron un proceso tecnificado detallado, además elaboraron un plan estratégico para la distribución y venta de su producto, un análisis financiero, donde detallaron su inversión en activos, sus costos fijos y variables y los precios de venta al consumidor de las distintas presentaciones de sus productos y llegaron a la conclusión de que el proyecto es rentable, debido a que su VAN es positivo y que su TIR es del 75%, mucho mayor que su tasa de descuento que fue considerada del 20%., muy superior a los resultados del rendimiento de nuestro proyecto, debido principalmente a que tanto su inversión, como los gastos considerados mensualmente son menores en casi un 50%, además de que ellos plantean ejecutar su proyecto con capital propio.

Por otra parte, los señores Carlos Quevedo Mendoza, Diana Lara Avilés y Noelia Muñoz Álvarez, en su proyecto de exportación de jaiba, además de hablar de las características de dicho crustáceo y de las actividades que desarrollarán para efectuar el proyecto, reflejan claramente que la demanda de la jaiba es muy inferior a la del cangrejo rojo, es decir, este crustáceo no es muy apetecido en el Ecuador, pero si en muchos otros países del mundo especialmente en Estados Unidos, además analizan que son solo 4 las empresas ecuatorianas que se dedican a exportar este crustáceo y que las mismas no tienen una gran capacidad productiva.

4.3 RESULTADOS

El supuesto desde el cual se inició la investigación fue que la circulación o comercialización de pulpa de jaiba y cangrejo proveniente de pequeños negocios establecidos en la cooperativa 6 de julio del Cantón Naranjal está afectando a la salud de los consumidores debido a que ninguno de ellos cuentan con un lugar debidamente adecuado que garantice un ambiente totalmente higiénico, es decir, los dueños de estos negocios no se han preocupado por adquirir un local amplio donde puedan desarrollar el proceso productivo de una mejor forma, por lo que se conforman o se limitan a desarrollar la actividad dentro de sus propios hogares donde tanto la materia prima como el producto terminado está en contacto, no solo con la persona que realiza el proceso, sino con todos los miembros de la familia.

Otro de los problemas detectados es que muchas personas prefieren abstenerse de consumir este tipo de producto, porque tienen una mala presentación, no tiene marca ni cuenta con registro sanitario, lo que les genera desconfianza en cuanto a su calidad.

En el transcurso de la investigación se pudo comprobar que la mayoría de los encuestados consumen con mucha frecuencia el cangrejo, pero una gran parte de los mismos, no han probado la pulpa del cangrejo ya extraída en ninguna de sus presentaciones y los que lo han hecho no están conformes o satisfechos con su calidad, además menos de la mitad ha consumido la jaiba azul, y no a todos les agrada su sabor, por otra lado, es una mínima cantidad de personas que ha adquirido la pulpa de la jaiba ya extraída y la mayoría de ellos no se quedaron conformes con su calidad y presentación, por lo que un gran porcentaje de personas afirma que no volvería a consumir los mencionados productos, además muchos de los encuestados piensan que los precios de estos productos son altos y están de acuerdo con que la falta de un sitio adecuado para procesar la pulpa de cangrejo o de jaiba y la ausencia de tecnificación son causas directas de la deficiente calidad de los productos y de que estos afecten a la salud de los consumidores, por último en forma casi absoluta los encuestados afirmaron que si estarían dispuestos a consumir la pulpa del cangrejo y de la jaiba, procesadas en una empresa de la localidad, si está ofrece las garantías necesarias de calidad.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Cuadro 36. Verificación de las hipótesis planteadas

Hipótesis	Verificación
<p>La salud de los consumidores de la pulpa de cangrejo y de la jaiba se ve afectada como consecuencia de que ningún negocio, del Cantón Naranjal, dedicado a la extracción y venta de pulpa de los crustáceos mencionados, cuente con un sitio debidamente adecuado que garantice que el procesamiento de esta materia prima se dé en un ambiente higiénico</p>	<p>La presente hipótesis se la puede verificar mediante el resultado de la pregunta 9, ya que, un gran porcentaje de encuestados opinan que si se afecta a la salud de los consumidores si se procesa productos tan delicados como la pulpa del cangrejo y de la jaiba en lugares no adecuados que no garanticen un ambiente libre de bacterias.</p>
<p>La ausencia de un proceso tecnificado influye en la deficiente calidad del producto.</p>	<p>Esta hipótesis es corroborada gracias a los resultados de las preguntas 10, 6 y 7, ya que, en la décima pregunta la mayor parte de los encuestados afirmaron que uno de los factores más importantes por lo cual se da una deficiente calidad del producto pulpa de cangrejo y de jaiba es porque este es procesado sin tecnificación, además la sexta y séptima pregunta la mayoría de encuestados expreso su inconformidad con la calidad y presentación de estos productos.</p>
<p>La poca capacitación que tienen las personas para ejecutar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo provoca que no puedan aprovechar eficientemente la materia prima y por ende que no puedan ofertar sus productos a precios más económicos</p>	<p>El resultado de la pregunta 11 revela que un gran porcentaje de porcentaje de encuestados opina que el precio con el cual se comercializa los mencionados productos son altos, lo que corrobora la presente hipótesis.</p>

<p>La mala presentación del producto influye para que las personas se abstengan de consumirlo, ya que, les producen desconfianza.</p>	<p>De acuerdo a las respuestas que obtuvimos en la pregunta 4 y 5 son muchas las personas encuestadas que aún no han consumido la pulpa del cangrejo y mucho menos la pulpa de la jaiba, lo cual se lo atribuimos principalmente a su mala presentación, además en la octava pregunta la mayoría de personas que si han consumido dichos productos afirmaron que no volverían a consumirlo, puesto que para ellos no cumplen con la calidad necesaria.</p>
---	--

Fuente: Autoras

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cangrejo (*Ucides occidentalis*) y Jaiba azul (*Callinectes sapidus*) en la Cooperativa 6 de Julio del Cantón Naranjal.

5.2 JUSTIFICACIÓN

El cangrejo rojo o *Ucides occidentalis* es un producto muy apetecido alrededor de todo el país y la Jaiba azul o *Callinectes sapidus* es su principal reemplazo en el tiempo de su veda, además de ser un recurso muy apreciado en muchos países, especialmente en Estados Unidos.

Estas dos especies de crustáceos gozan de una indiscutible importancia socio – económica, ya que, muchas personas se dedican a su captura y comercialización e inclusive en la actualidad se está desarrollando un modelo de negocios que consiste en procesar el cangrejo y la jaiba para extraerle la pulpa y venderla en tarrinas, latas o fundas, pero este producto no ha logrado posicionarse en el mercado, debido a que son muy pocas las empresas que ejecutan esta actividad, por lo que sus productos solo llegan a ciertas ciudades del país y para muchos aún es desconocido, por otra parte, el mencionado proceso también lo realizan personas dentro de sus propios hogares en forma artesanal y sin contar con registro sanitario ni ninguna certificación que avale su calidad, lo que genera la desconfianza y la abstención del consumidor.

Partiendo de las situaciones expuestas y del estudio realizado a través de las encuestas acerca de la deficiente calidad de la pulpa de cangrejo y jaiba que se comercializa en Naranjal y cantones aledaños y que proviene de los pequeños negocios establecidos en la cooperativa 6 de julio, se le atribuye esta problemática principalmente a la falta de un sitio con la infraestructura adecuado y a la ausencia de tecnificación para desarrollar esta actividad, además de que se evidencia el poco interés de sus dueños para buscar la manera de lograr que sus negocios crezcan y sus procesos mejoren y así no afectar el bienestar de los consumidores y que su demanda y rentabilidad aumente.

Por otra parte, se constató que aún son muchas las personas que nunca han consumido la pulpa del cangrejo y de jaiba ya extraída y los que si la han probado en su mayoría no están 100% conformes con su calidad y presentación.

Por tales motivos, se considera esencial crear una planta procesadora de cangrejo Ucides occidentales y de jaiba azul *Callinectes sapidus* en la Cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal, que ofrezca a los consumidores productos frescos, sanos, de excelente calidad, con una presentación llamativa y con todas las certificaciones que avalen su calidad, para que así le dé plena confianza a los consumidores, de que estos, no afectarán su salud, además se busca contribuir con el desarrollo socio – económico de la mencionada cooperativa y del cantón en general, ofreciendo fuentes de trabajo estables y con remuneración justa, además de todos los beneficios que por ley correspondan, a quien deseen formar parte de la empresa.

5.3 FUNDAMENTACION

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de correlación y análisis de datos e información acerca de los clientes competidores y el mercado, esto incluye a ayudar a crear un plan de negocio, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios ya existentes y expandirse a nuevos mercados. Este estudio se utiliza para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, vasado en variables como el género la edad, ubicación y nivel de ingresos.⁴¹

⁴¹ EMPRENDEDORES: *Estudio de mercado*,: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

FODA

El FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.⁴²

Planes estratégicos

El Plan Estratégico es un documento que recoge las principales líneas de acción, es decir, la estrategia, que una organización se propone seguir en el corto y mediano plazo. Este plan se redacta en función de los principales objetivos que la organización pretende y en él se especifican las políticas y líneas de actuación concretas orientadas a los objetivos e intervalos de tiempo precisos que deben ser cumplidos para cada una de las acciones propuestas.⁴³

Las cinco fuerzas de PORTER

Las cinco fuerzas definen la estructura de rentabilidad de un sector al determinar cómo se distribuye el valor económico que crea. Ese valor podría ser profundizado mediante la rivalidad entre competidores existentes, pero también puede debilitarse debido al poder de los proveedores y el poder de los compradores, o puede ser limitado por la amenaza de nuevos entrantes o la amenaza de sustitutos.⁴⁴

Marketing Mix

Es un conjunto de estrategias de marketing que se mezclan o combinan para lograr que un producto o servicio, tenga el nivel de ventas, la aceptación del público el posicionamiento que la empresa desea.

Los elementos que se combinan son: Producto o Servicio, Precio, Plaza o Distribución y Promoción o publicidad, a los cuales se lo denomina las cuatro P.

Estados Financieros

Son documentos o informes a través de los cuales se puede conocer la situación financiera real de una empresa, los recursos con los que cuenta, su nivel de endeudamiento, los resultados obtenidos durante el periodo, el aumento o la disminución de sus ingresos o de sus egresos, además mediante el análisis de estos documentos, los administrador, especialmente el administrador financiero debe

⁴² EMPRESA MATRIZ FODA: *Que es una matriz FODA*, 2011, <http://www.matrizfoda.com/home.html>

⁴³ UNIVERSIDAD DE MALAGA: *Plan estratégico*, <http://www.infouma.uma.es/planestrategico/que.htm>

⁴⁴ PORTER, Michael: *Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2506526>

tomar las mejores decisiones de inversión, de financiamiento y de operación según las necesidades de la empresa.

Los Índices Financieros

Los ratios financieros son indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) y sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. Teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores que dan origen a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero, la empresa y su funcionamiento.⁴⁵

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta.

Crear una planta procesadora de cangrejo y jaiba en la cooperativa 6 de julio del cantón Naranjal mediante el desarrollo de actividades que permitan su funcionamiento y bajo la aplicación de un proceso tecnificado y de las más estrictas normas de higiene con la finalidad de ofrecerle al consumidor un producto de excelente calidad, que no afecte su salud.

5.4.2 Objetivo Específicos de la propuesta.

1. Constituir legalmente nuestra empresa mediante el cumplimiento de todos los trámites y disposiciones pertinentes.
2. Establecer una estructura organizacional bien definida, donde cada persona sepa con exactitud cuáles son las funciones y actividades que debe desarrollar en su cargo, a fin de asegurar el buen funcionamiento de toda la empresa.
3. Establecer un manual de procesos para el desarrollo de las actividades de planta.
4. Hacer un análisis FODA de nuestra empresa para establecer estrategias que nos permitan mantener nuestras fortalezas y aprovechar nuestras

⁴⁵NOTAPOSITIVA : *Ratio Financiero*,

http://www.notapositiva.com/diccionario_gestao/dicgestsp/racio_financeiro.htm

oportunidades, eliminar nuestras debilidades y hacerle frente a nuestras amenazas.

5. Hacer un análisis del sector industrial y definir nuestro mercado objetivo para desarrollar las estrategias necesarias para obtener el posicionamiento deseado.
6. Desarrollar estrategias mediante la utilización del Marketing Mix.

5.5 UBICACIÓN

Ubicación de nuestra empresa

Nuestra empresa estará ubicada en la Cooperativa 6 de Julio perteneciente al Cantón Naranjal, solar # 1 entrada principal.

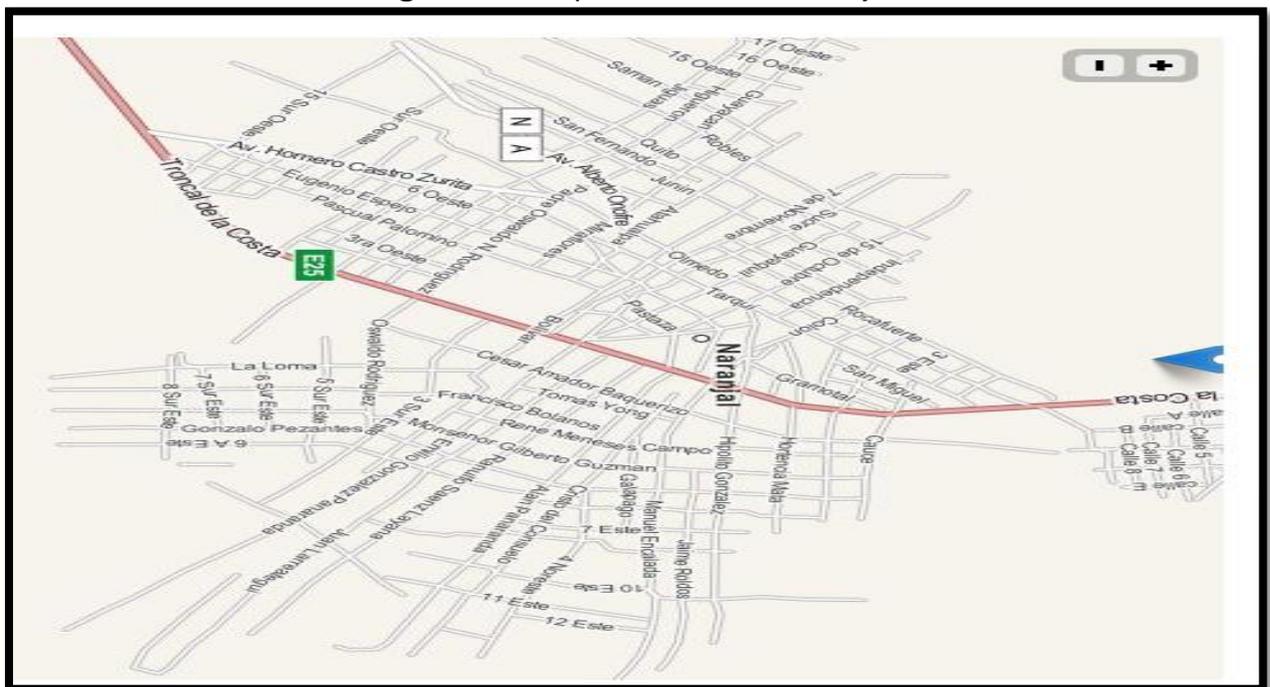
País = Ecuador

Provincia = Guayas

Cantón = Naranjal

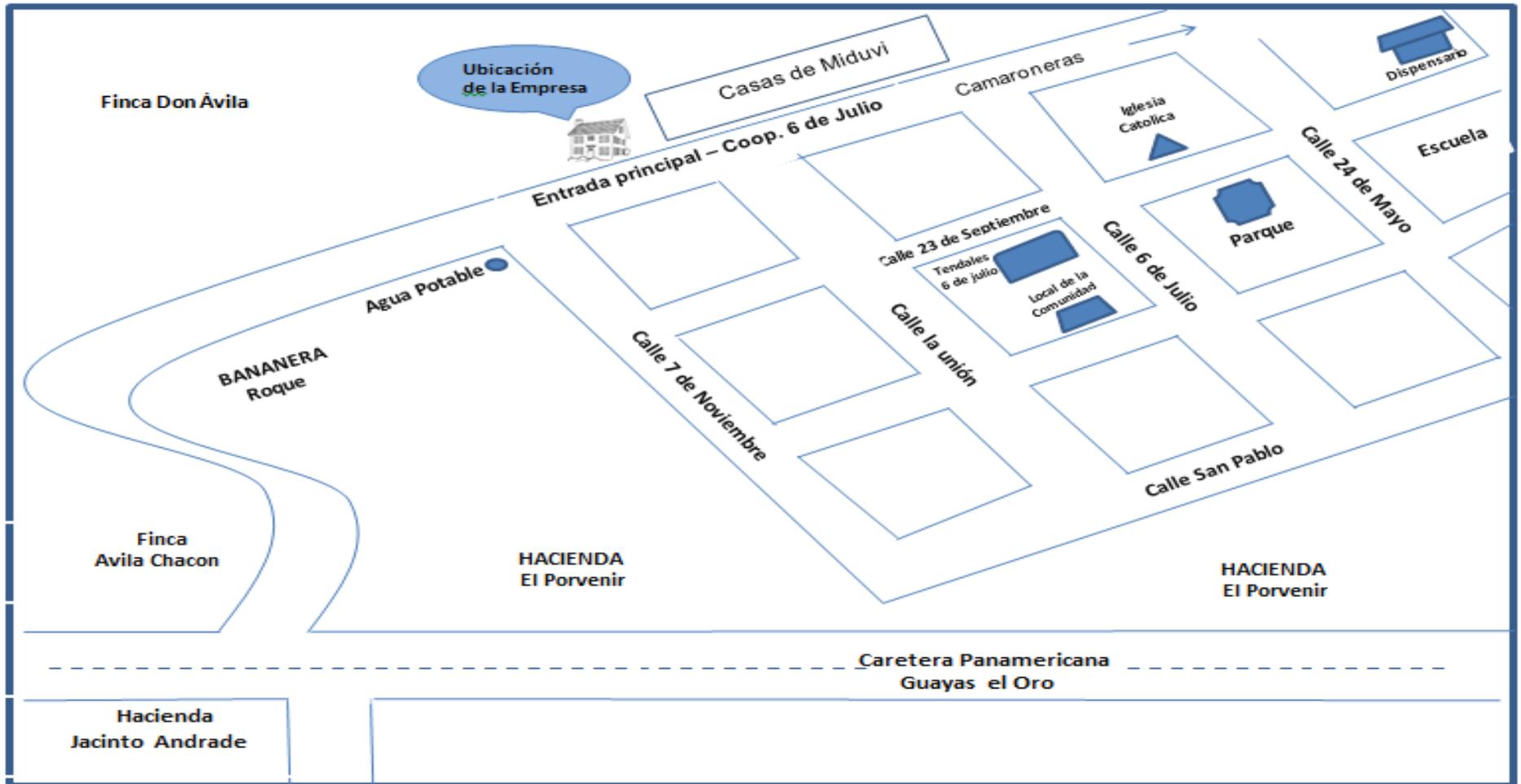
Dirección = Cooperativa 6 de Julio.

Figura 51. Mapa del cantón Naranjal



Fuente: Google Maps

Figura 52. Croquis para llegar a la Industria Costanol S.A.



Fuente: Autoras

La planta procesadora de cangrejo y jaiba se constituirá como una Sociedad Anónima, debido a que tendrá 2 accionistas principales, y con el paso de tiempo puede incrementar su número de acuerdo al requerimiento de capital.

Infraestructura

Para llevar a cabo la presente propuesta es necesario que la planta donde se realizará la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba esté debidamente dividido, en las áreas de: desembarque y almacenamiento temporal de materia prima; lavado ; cocción; clasificación de las partes del cangrejo y jaiba; extracción de la pulpa; empacado; refrigeración; embalaje y despacho del producto, área de depósito de desperdicios, además de que para la comodidad de todos los obreros habrá baños y vestidores de hombres y mujeres y una pequeña cafetería, todo esto, con el objetivo de fomentar un ambiente cómodo confortable e higiénico para poder cumplir con el objetivo de tener un producto de excelente calidad. Por otra parte, debe haber un espacio adecuado, donde trabaje el personal administrativo, el cual se dividirá en 4 oficinas: una para el gerente general, otra para el contador, para el jefe de marketing y ventas, jefe de planta y servicios adicionales y la última para los 2 vendedores, además de un lugar amplio para la secretaría y de igual forma contará con cafería y baños.

Distribución de Mobiliarios, Equipos y Herramientas que se utilizará la empresa

Los mobiliarios, equipos y herramientas que se utilizará en el desarrollo de las distintas actividades que se ejecutarán en la Planta procesadora de cangrejo y jaiba y en las oficinas administrativas de la misma, están constituidas en bienes tangibles e intangibles, tales como: equipos de oficina, bases de datos, muebles y encerres.

A continuación de detalla alguno de los recursos que se utilizará en la empresa:

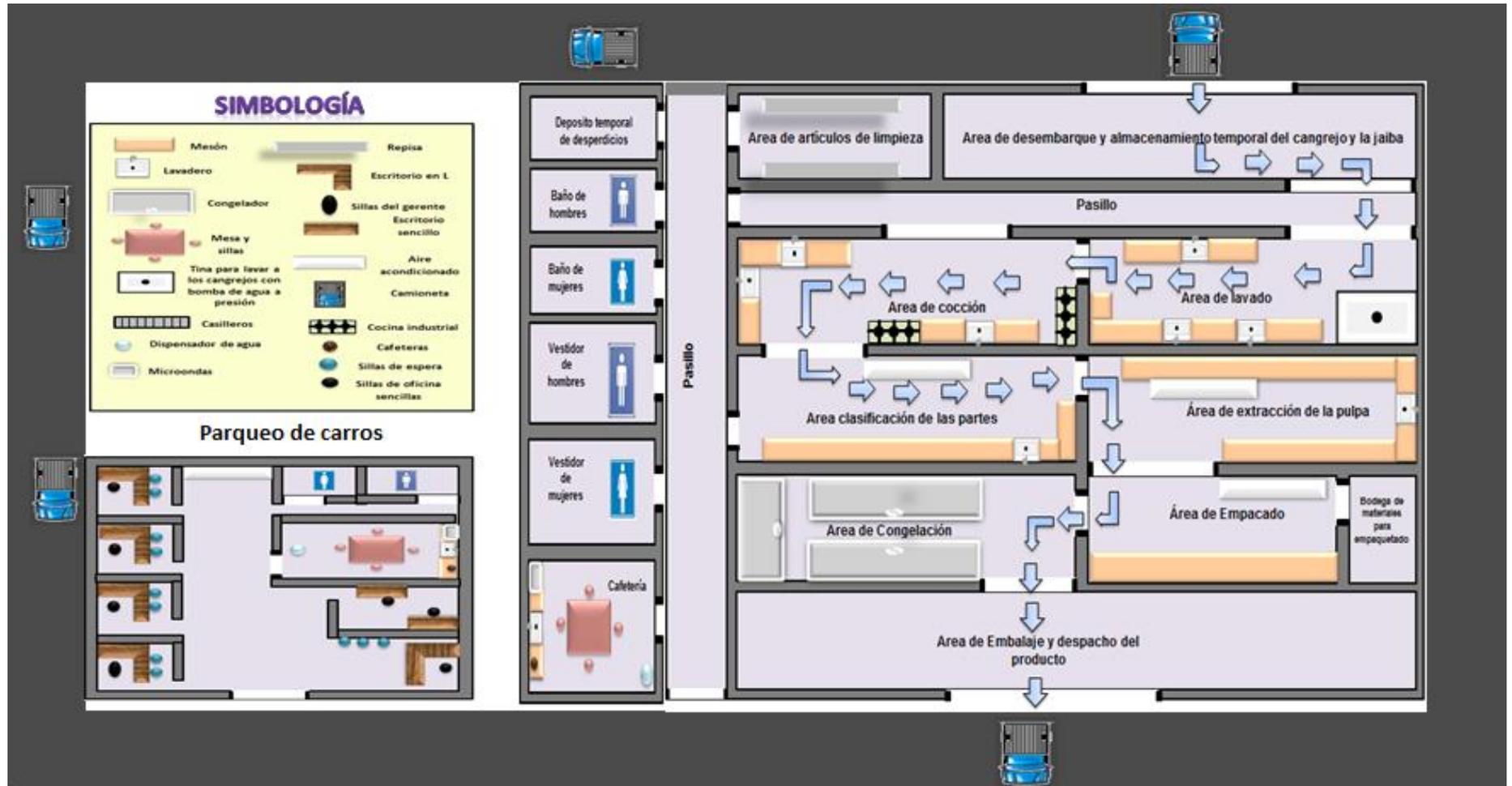
Cuadro 37. Activos con los que contará la planta procesadora de cangrejo

ACTIVOS FIJOS	
CANTIDAD	DESCRIPCION
	MUEBLES Y ENSERES
4	Separadores de oficina largos sencillos
5	Separadores de oficinas sencillos
6	Sillas giratorias para oficina
5	Escritorios en L con archivador de 3 cajones
2	Escritorios sencillos
1	Silla de gerencia magistral
11	Sillas para clientes y proveedores
2	Mesas de plásticas para cafetería
8	Sillas plásticas
4	Inodoros con lavamanos
12	Tachos de basura
2	Extintores de incendio PQS tipo ABC de 20 lb.
2	estanterías metálicas 5 bandejas de altura regulable
2	Microondas
2	Cafeteras Oster
2	Dispensadores de agua
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES
	EQUIPOS DE OFICINA
1	Acondicionador de aire Split LG de 24000 BTU
3	Acondicionador de aire Split LG de 12000 BTU
4	Teléfonos
1	Telefax
4	Perforadoras
4	Sellos
4	Grapadoras
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN
4	Computadoras de mesa de 500 Gb DD y 4 Gb RAM
1	Impresora Matricial EPSONLX - 300
1	Software contable
1	Lector de tarjeta de crédito
1	Impresora Multifunción EPSON
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS
1	Hidrolavadora mediana
5	Atarrayas de piola gruesa
6	Cepillos
3	Cuchillos jamoneros
4	Ollas de aluminio gigantes
2	Cocinas industriales de 2 quemadores extra grande
2	cilindros de gas industrial de 45 kilos (usados)
20	Gavetas de plástico
4	Recipientes cernideros de plástico
8	Bandejas de acero inoxidable
9	lavaderos para cocina
9	grifos
2	Martillos forma buck pequeño de acero inoxidable
2	Escalpelos de acero inoxidable
12	Cucharas pequeñas de acero inoxidable
4	Balanzas digitales
1	Esterilizador pequeño
12	Fecheros manuales
5	Máquinas para sellar fundas plásticas en forma manual
3	Congeladores horizontales de 18 pies
1	Planta eléctrica grande
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS
	VEHICULOS
1	Camioneta pequeños con sistema de refrigeración
	TOTAL VEHICULOS
	EDIFICIO
1	Planta procesadora
	TOTAL DE EDIFICIO
	TERRENO
1	Terreno

Fuente: Inversión en activos fijos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Figura 53. Plano de la planta procesadora de cangrejo y de las oficinas de Costanol S.A.



Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Figura 54. Fachada de la industria Costanol S.A



Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Ventajas y Desventajas que genera el hecho de que la empresa esté ubicada en la cooperativa 6 de julio del Cantón Naranjal

Ventajas

- Los proveedores del cangrejo *Ucides occidentalis* son del mismo sector.
- Los proveedores de la jaiba azul son de Santa Rosa que es un lugar cercano a la Cooperativa 6 de julio.
- Por la cercanía de la empresa al lugar donde se capturan los cangrejos y las jaibas estos no llegan maltratados
- Se dará preferencia a las personas de las mencionadas cooperativas para que sean la fuerza laboral de la empresa, para lograr que el personal este cerca de la Planta Procesadora, para no tener inconvenientes de impuntualidad.
- Existe un tendal cerca para arrojar los desperdicios sin afectar el medio ambiente.

Desventajas

- El lugar está alejado de las vías de acceso principales a la ciudad (carretero),
- Fallas constantes de energía en la cooperativa 6 de julio
- Caminos vecinales en mal estado

Razón social

La planta procesadora de cangrejo y jaiba llevará por nombre:

INDUSTRIA COSTANOL S.A.

5.6 ESTUDIO DE FACIBILIDAD

ASPECTO ADMINISTRATIVO

Dentro de una empresa la parte administrativa es de vital importancia, puesto que en ella se encierran los procesos de planificación, organización, dirección y control

empresarial, que se desarrollaran en los distintos niveles institucionales y que ameritan la participación eficaz de todo el personal, debido a que de la correcta ejecución de los mencionados procesos depende en gran parte el éxito del negocio.

La principal función administrativa es utilizar en forma correcta, medida y con efectividad todos los recursos de la empresa, en especial, saber aprovechar todos los conocimientos, iniciativas, destrezas, ideas, disposición, etc. de todo el personal que labora dentro de la empresa, por lo que, se debe crear una estructura organizacional bien definida, además de elaborar detalladamente el manual de las funciones y actividades que se deberán ejecutar por cada cargo.

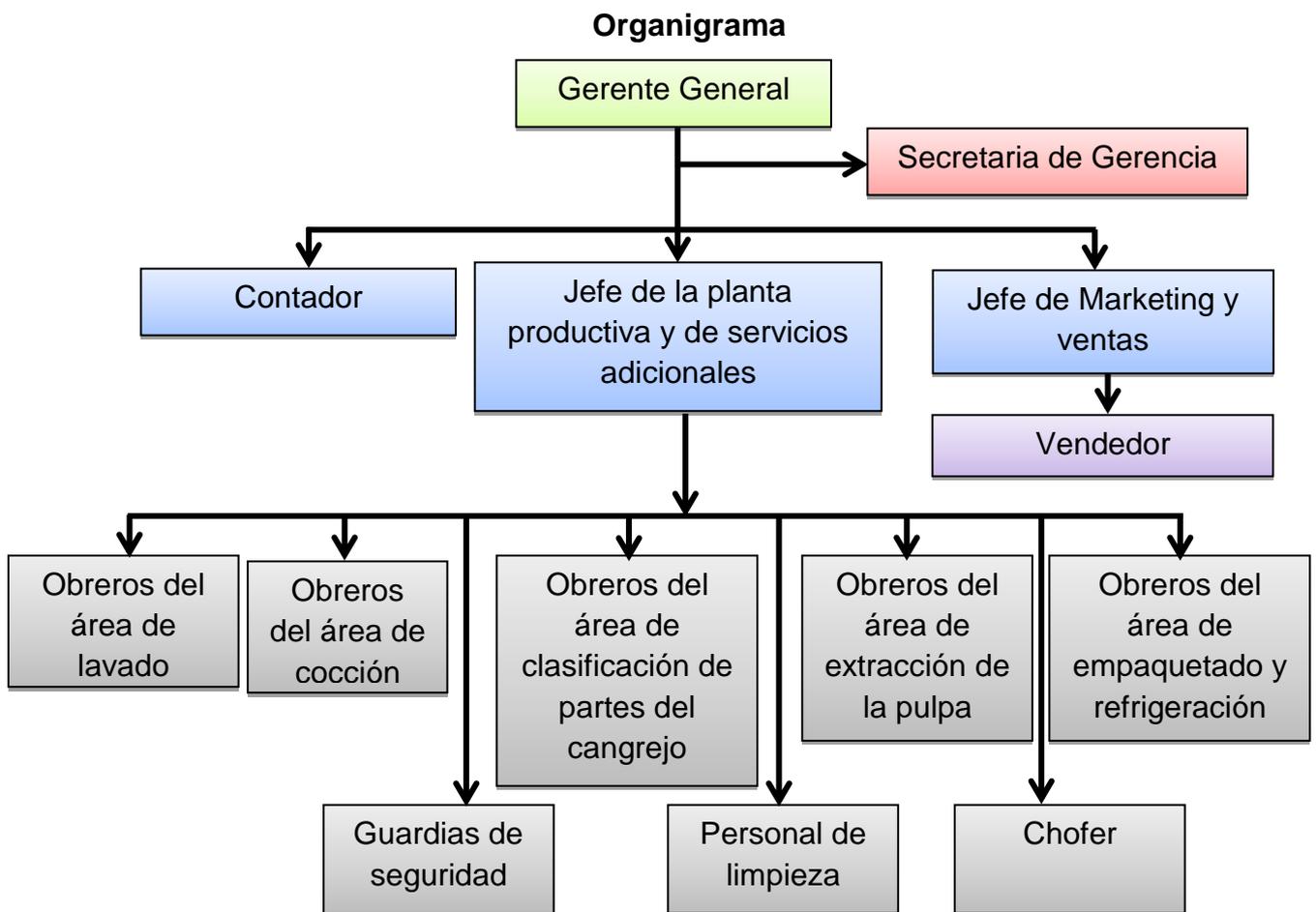


Figura 55. Organigrama de la Industria Costanol S.A.

Manual de Funciones

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Gerente General
Jefe inmediato:	Accionistas
Número de personas a su cargo:	Cuatro (4)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legal, judicial y extrajudicialmente de la empresa. • Fijar las políticas operativas, administrativas y de calidad. • Responsabilizarse ante los accionistas del resultado de las operaciones del desempeño organizacional. • Supervisar el cumplimiento de todas las políticas y procedimientos orientados al cumplimiento de los objetivos de la empresa. • Reclutar y seleccionar el personal idóneo para cada cargo. • Integrar al personal • Desarrollar el plan estratégico • Supervisar la ejecución las estrategias. • Realizar cada cierto tiempo el análisis FODA de la empresa y el de las 5 fuerzas de Porter en conjunto con todo el personal administrativo. • Elaborar y entregar los Manuales de Funciones • Elaborar el Manual de procedimientos • Evaluaciones constantes del personal. • Tomar las decisiones de inversión y financiamiento en conjunto con el contador. • Negociar con los proveedores y clientes. 	
Requisitos de educación:	Ingeniero Comercial, Economista o Administrador de empresas.
Requisitos de experiencia:	2 años de experiencia profesional como administrador de alguna empresa.
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Emprendimiento • Creatividad
Edad:	De 26 a 50 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Secretaria General
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de llamadas • Monitoreo de la página de la empresa y de las redes sociales en las que tenga cuenta la empresa. • Manejo de la Caja Chica • Realizar oficios, memorándums y todos los documentos que el Gerente, Contador o Jefe de Marketing requieran. • Contactar a los proveedores y a los clientes cuando la Gerencia lo requiera. • Asistir a las reuniones de la Junta directiva de la empresa y tomar nota de todas las decisiones y resoluciones que en ellas se tomen. 	
Requisitos de educación:	Bachiller en Secretariado ejecutivo
Requisitos de experiencia:	2 año de experiencia
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio de Windows 8, Microsoft Word, Excel y Power Point e Internet. • Excelente en la redacción de oficios y documentos. • Buena ortografía. • Entusiasta, dinámica, ágil. • Cordial para atender a las personas. • Buena expresión verbal y escrita. • Organizada
Edad:	De 22 a 40 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Contador
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del software contable de la empresa. • Elaborar los estados financieros para el año fiscal y realizar su respectivo análisis mediante los Razones financieras y demás métodos. • En conjunto con el Gerente General tomar decisiones de operación, inversión y financiamiento. • Elaborar anualmente el presupuesto general para Costanol S.A. • Responsable de todo el recuso financiero de la empresa. • Llevar el control de los costos variables y fijos para efectos de la producción • Realizar la correspondiente tributación del Impuesto a la Renta al S.R.I. • Hacer el efectivo el pago de los proveedores empresa. • Elaborar mensualmente los roles de pago de la empresa. • Monitorear constantemente las cuentas bancarias de la empresa. 	
Requisitos de educación:	Ingeniero en Contaduría Pública o Economista
Requisitos de experiencia:	2 años de experiencia profesional manejándolas finanzas de una empresa
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad y seriedad en la ejecución de todas las actividades. • Capacidad para realizar presupuesto • Manejo eficiente de los equipos de computación.
Edad:	De 26 a 50 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Jefe de Marketing y ventas
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a su cargo:	2
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un amplio plan de marketing, que sea flexible para poder enfrentar los imprevistos • Elaborar las estrategias de penetración al mercado • Realizar el análisis estratégico de Marca • Poner en marcha las estrategias de fortalecimiento y aprovechamiento de la Marca • Establecer la estrategia de fijación de precio del producto • Analizar el grado de sensibilidad que tienen los consumidores al precio • Analizar a los competidores. • Elegir los canales de distribución más adecuados para el producto. • Analizar constantemente las tendencias actuales de los consumidores. • Realizar el Marketing Mix • Efectuar el análisis del ciclo de vida del producto • Relacionista público de la Industria Costanol S.A. • Análisis constante del mercado. • Diseño de la ruta de entrega del producto. 	
Requisitos de educación:	Ingeniero en Marketing o egresado de dicha carrera
Requisitos de experiencia:	2 años de experiencia profesional
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Creativo e Innovador. • Buena presencia
Edad:	De 22 a 50 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Vendedor
Jefe inmediato:	Jefe de marketing y ventas
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener contacto con los clientes • Encargado de las negociaciones con los clientes • Receptar las órdenes de compra • Facturar • Realizar el informe al jefe de planta solicitándole las unidades de producto que necesita por lo menos con 48 horas de anticipación, para que todo esté listo a tiempo. • Realizar el despacho del producto. 	
Requisitos de educación:	Ingeniero en Marketing
Requisitos de experiencia:	2 años de experiencia profesional
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Creativo e Innovador. • Buena presencia
Edad:	De 26 a 50 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Jefe de la Planta Productiva y de servicios adicionales
Jefe inmediato:	Gerente General
Número de personas a su cargo:	Cuarenta (37)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades de todo el personal que está a su cargo. • Supervisar que todos los subordinados estén desarrollando en forma correcta cada una de sus funciones. • Verificar que los empleados cuenten con todos los instrumentos necesarios para desarrollar sus actividades. • Elaborar informes de las actividades realizadas • Supervisar que toda la actividad productiva se desarrolle bajo estrictas normas de higiene. • Realizar los pedidos de materia prima a los proveedores. • Encargado de la seguridad e higiene industrial de todo el personal. • Realizar informes al gerente sobre algún desperfecto en instrumentos, herramientas o aparatos de la planta. • Encargado de explicarle la ruta de entrega al chofer. • Comunicarle inconvenientes de la ruta de entrega de productos al jefe de marketing. 	
Requisitos de educación:	Segundo año de la carrera de Ing. Comercial
Requisitos de experiencia:	1 año de experiencia
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo eficiente de la computadora. • Tratar en forma cordial y atenta a las personas. • Buena presencia
Edad:	De 22 a 40 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Guardia de Seguridad
Jefe inmediato:	Jefe de Planta y servicios adicionales
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Procurar el orden y la seguridad de toda la empresa. • Permitir el ingreso a la empresa solo del personal autorizado. • En caso de que se vaya la luz, conectar de inmediato la planta de energía para que el producto no se descongele. • Constatar que las alarmas de seguridad funcionen a la perfección. • En caso de incendio o alguna anomalía de inmediato llamar a los bomberos o a la autoridad que corresponda. • Manejo de las llaves de todas las puertas de la empresa, por lo que es el encargado de abrir las puertas al comienzo de las labores y de cerrar todo al final de la jornada. • Realizar las actividades que le solicite ejecutar su jefe inmediato. 	
Requisitos de educación:	Bachiller
Requisitos de experiencia:	1 año de experiencia en el área de seguridad de empresas
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de armas. • Perfecta salud física y mental. • Honrado • Defensa personal. • Buena presencia. • Puntual
Edad:	De 20 a 40 años
Sexo:	Masculino

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Personal de limpieza
Jefe inmediato:	Jefe de Planta y servicios adicionales
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpia tanto al comienzo con al termino de las actividades, todas las áreas de la planta, así como las oficinas. • Realizar un aseo integral a los baños tanto de hombres como de mujeres. • Al termino de las actividades de la planta procesadora de cangrejo, poner en sacos todas las fundas plásticas que están en el área de desechos amarrarlas fuertemente y ubicarlas en el carro que se las llevara al tendal donde serán depositadas. • Realizar las tareas que le asigne su jefe inmediato. 	
Requisitos de educación:	Bachiller
Requisitos de experiencia:	Ninguna
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Buen estado de salud física • Puntual. • Responsable • Respetuoso • Honrado • Ágil
Edad:	De 18 a 40 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Chofer
Jefe inmediato:	Jefe de Planta y servicios adicionales
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Repartir los pedidos del producto siguiendo las rutas establecidas. • Antes de comenzar el recorrido revisar las condiciones del carro para evitar inconvenientes. • Asegurarse de que el sistema de refrigeración del carro este en optimo estado para que el producto no se dañe en el transcurso del camino. • Hacer informe sobre algún inconveniente de la ruta de entrega o sobre algún daño o problema del carro al jefe de planta. 	
Requisitos de educación:	Bachiller con licencia tipo C
Requisitos de experiencia:	2 años
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none"> • Buen estado de salud física • Puntual. • Responsable • Respetuoso • Honrado • Ágil
Edad:	De 20 a 40 años
Sexo:	Indistinto

Industria Costanol S.A.	
Manual de Funciones	
Denominación del cargo:	Obreros
Jefe inmediato:	Jefe de Planta y servicios adicionales
Número de personas a su cargo:	-----
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que toda su área de trabajo esté limpia y totalmente desinfectada. • Al término de la jornada dejar todos los instrumentos, el mesón, ollas, gavetas, etc. limpios y listos para utilizar al siguiente día de trabajo. <p>Personal del área de desembarque y almacenamiento temporal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constatar que los proveedores entreguen completo el pedido. • Verificar que los cangrejos y jaibas lleguen en buen estado. • Coger los cangrejos y jaibas que pasaran inmediatamente al área de lavado y los demás ubicarlos correctamente en el área de almacenamiento temporal. • Lavarlos primero con la hidrolavadora. • Matarlos con el cuchillo jamonero. • Cepillarlos en las partes donde aún tengan lodo o suciedad. • Pasar todas las unidades de cangrejo y jaiba al área de cocción <p>Personal del área de cocción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar que los cangrejos y jaibas estén absolutamente limpios. • Introducir el cangrejo y la jaiba en agua hirviendo y dejarlo allí hasta que el agua vuelva a hervir y este en el punto exacto de cocción. • Sacar al cangrejo y la jaiba y enfriarlos con agua a temperatura ambiente. • Pasarlos al área de desmenuzado. <p>Personal del área de desmenuzado y clasificación de partes del cangrejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desprender con cuidado cada una de las partes del cangrejo y de la jaiba. • Clasificar cada parte y ponerla en las gavetas de plástico. • Utilizar guantes para realizar su actividad. • Pasar las partes del cangrejo y jaiba ya clasificadas al área de extracción de la pulpa. <p>Personal del área de extracción de la pulpa del cangrejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esterilizar todas las herramientas que se utilizarán durante el proceso • Extraer la pulpa de la forma más delicado posible con el fin de que no se desbarate, es especial la pulpa de las patas gordas. • Clasificar en: pulpa de patas gordas, patas flacas, molleja y caparazón • Pasar toda la pulpa al área de empaquetado y refrigeración. 	

Personal de empaquetado y refrigeración

- Colocar en las fundas gruesas con el logotipo del producto en el siguiente orden de abajo hacia arriba: la pulpa de la molleja, la pulpa de las patas flacas, la pulpa de las patas gordas tratando de que no se desbaraten y en la por último la gordana pero esta, dentro de otra funda que será fina y pequeña y sellar bien con la maquina manual
- Colocar la pulpa en tarrinas, en el mismo orden anterior.
- Colocar las patas gordas especiales en las bandejas en grupo de 14 o de 7 patas y colocar encima el plástico de embalaje corroborando que quede bien sellado el producto.
- Pegar las etiquetas en las tarrinas y sobre las bandejas de las patas gordas.
- Ubicar las fundas, tarrinas y bandejas cuidadosamente en los congeladores.
- Informar al jefe de la planta cuando existan pocas unidades de fundas, tarrinas, bandejas y etiquetas para que él proceda a realizar el pedido a los proveedores.

Requisitos de educación:	Ninguno
Requisitos de experiencia:	Ninguno
Habilidades o Actitudes:	<ul style="list-style-type: none">• Ágil• Buena salud física y mental
Edad:	De 18 a 50 años
Sexo:	
Personal del área de desembarque y almacenamiento temporal	Masculino
Personal del área de cocción.	Masculino
Personal del área de desmenuzado y clasificación de partes del cangrejo	Femenino
Personal del área de extracción de la pulpa del cangrejo	Femenino
Personal de empaquetado y refrigeración	Femenino

ASPECTOS LEGALES

Figura56. Fases para la creación de Costanol S.A.



Constitución de una empresa

1. Decidir qué tipo de compañía se va a constituir.

2. Escoger el nombre de la empresa y reservarlo en la Superintendencia de compañías.

Se reserva el nombre de la empresa mediante una solicitud que se le envía a la Superintendencia de Compañías solicitándole que apruebe la reserva de Denominación para constituir la compañía en la que se propone tres alternativas.

El funcionario de la Superintendencia de Compañías le entregará un oficio “Absolución de denominaciones”, el mismo que es la garantía de la reserva del nombre.

3. Abrir la cuenta de integración de capital

Requisitos:

Para obtener una cuenta de integración de capital en el Banco del Pacífico debe presentar los siguientes documentos:

- Absolución de denominaciones
- Carta de la empresa que solicite la integración de capital con el detalle de los socios y aportes de cada uno.
- Copias de cédulas y papeletas de votación a color de los socios.
- Una referencia personal (verbal)
- Planilla actual de pago de servicios
- Formula de declaración de licitud de fondos y transacciones para el caso de inversiones de integración de capital por transacciones que superen los \$1.000,00.
- Entrevista inicial para especificar la fuente de ingresos.
- Depósito inicial que será congelado por 180 días, para sociedades anónimas \$800, y para compañías limitadas \$400,00.

Este trámite es inmediato y los requisitos varían de acuerdo a las políticas de la entidad financiera.

4. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía.

Solicitar en cualquier Notaría la escritura de constitución de la empresa, con el respectivo borrador o minuta elaborado previamente por un abogado.

Requisitos:

- Copias de cédulas y papeletas de votación de los socios de la compañía

- Aprobación del nombre de la empresa por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de haber aperturado una cuenta de integración de capital.
- Minuta para constituir la compañía
- Pago de sus honorarios al Notario

5. Solicitar la aprobación de la escritura de constitución de la compañía

La escritura de constitución de la empresa tiene que ser aprobada por la Superintendencia de compañías para que tenga validez.

Requisitos:

- Presentar en la Superintendencia de Compañías el certificado de la cuenta de integración de capital
- 3 copias de la escritura de constitución de la compañía
- Oficio de un abogado pidiendo la aprobación de la escritura de constitución de la compañía.

6. Resolución de la aprobación de la escritura de la compañía

Retirar las Escrituras de Constitución de la compañía aprobadas con extracto y la resolución aprobatoria de las Escrituras o en su defecto un oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de compañías luego de esperar las 48 horas de ley.

7. Ejecutar las disposiciones de la resolución

Trámite:

- Publicar en el periódico de mayor circulación del domicilio de la empresa los datos indicados por la superintendencia de compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Realizar la Marginación de la Escritura de Constitución.
- Obtener la patente Municipal
- Certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.

Requisitos:

Para Realizar la **marginación de la Escritura de Constitución** se debe:

- Llevar las resoluciones de aprobación a la misma Notaría donde se celebró la escritura de constitución.

Patente Municipal:

El Patente Municipal es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto respectivo, el cual grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y que opere en el **Cantón Naranjal**.

El pago de este impuesto es de inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

Para la Obtención de la Patente Municipal por primera vez en el caso de personas jurídicas se necesita:

- Formulario de declaración del impuesto de patentes (original y copia).
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Escritura de constitución de la compañía (original y copia).
- Resolución de la Superintendencia de Compañías (original y copia).
- Copias de la cédula de ciudadanía y certificado de votación, nombramiento del Representante Legal.
- Copia del RUC

8. Inscribir las escrituras en el registro mercantil**Requisitos:**

- 3 copias de la Escritura de la constitución de la compañía con la marginada de las resoluciones.
- Periódico donde se publicó el extracto de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Patente Municipal y el Certificado de Inscripción otorgado por el Municipio.
- Copias de cédula y papeletas de votación de los socios de la empresa.

9. Realizarlos nombramientos de los directivos de la empresa e Inscribirlos en el Registro Mercantil

Establecer quiénes serán el representante legal y el administrador de la empresa y emitir sus respectivos nombramientos:

Requisitos:

Para inscribir los nombramientos en el registro mercantil se necesita:

- Copia de la escritura de constitución de la empresa.
- 3 copias de cada nombramiento

- Copias de cédulas y papeletas de votación del Representante Legal y el administrador de la empresa

10. Volver a ingresar los documentos a la Superintendencia de compañías

Se reingresan los documentos de la compañías para que la superintendencia para que la superintendencia de compañías los revise y posteriormente entregue los formularios del RUC 01A y 01B con sellos de recepción de la mencionada Institución, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

Requisitos:

Presentar en la Superintendencia de compañías:

- Copia de la Escritura de la constitución de la compañía debidamente inscrita en el registro mercantil.
- Un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa.
- Copia de los nombramientos inscritos en el registro mercantil y de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal y el administrador de la empresa.
- Formulario del RUC 01^a Y 01B lleno y firmado por el representante
- Copia de pago de luz, agua o teléfono del lugar donde se establecerá la empresa.

11. Sacar el RUC de la empresa.

Requisitos:

- Formulario RUC 01^a y 01B con sello de recepción de la superintendencia de compañías
- de la escritura de constitución de la compañía inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Pago del impuesto predial del lugar donde se establecerá la empresa a nombre de la misma o en contrato de arrendamiento y copia de planilla de luz, agua o teléfono a nombre de la empresa o del representante legal, o en su defecto, un documento firmado por el propietario del lugar donde la compañía ejecutará sus actividades, indicando que les cede el uso gratuito del lugar.

- Original y copia del cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales de la empresa; nómina de accionistas y oficio al banco (todos estos documentos los entrega la Superintendencia de compañías)
- En el caso de que el trámite no lo realice el representante legal de la compañía, este debe de firmar una carta autorizando a la persona que vaya a realizarlo.

12. Retirar la cuenta de integración de capital

Después de la obtención del RUC, este se lo debe presentar a la Superintendencia de compañías, para que esta emita a la empresa la autorización de retirar el valor que se depositó en el banco para aperturar la cuenta de integración de capital.

Requisitos:

- Carta de la Superintendencia de compañías donde le solicite al Banco correspondiente se devuelva de inmediato el dinero que la empresa depositó para aperturar la cuenta de integración de capital.
- Copia de cédula de todos los accionistas de la empresa y del representante legal de la misma.
- La empresa debe de emitir la solicitud de retiro de los fondos depositados.

13. Aperturar la cuenta bancaria a nombre de la compañía

Requisitos:

- Solicitud de apertura de cuenta para la empresa.
- Copia de cédula, papeleta de votación y de planilla de algún servicio básico de la o las personas que manejarán la cuenta.
- Realizar el depósito correspondiente

14. Seleccionar al personal y legalizar sus contratos de trabajo:

Requisitos:

- Solicitud de registro de contrato individual de trabajo en el formato que está a disposición en las oficinas del Ministerio de Relaciones Laborales o se lo puede descargar en la página www.mri.gov.ec.
- Contrato original de trabajo en 3 ejemplares.
- Copia de cédula y de papeleta de votación de trabajadores y empleador.
- Copia de RUC del empleador (en caso de ser una persona jurídica)

15. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral

Requisitos:

- Copia del RUC de la empresa
- Copia de Cédula de identidad, papeleta de votación y nombramiento del representante legal de la empresa
- Copia de contratos de trabajo legalizados en Ministerio de Trabajo
- Copia de último pago de agua, luz o teléfono.

16. Obtener el certificado de seguridad del cuerpo de bomberos de Naranjal

En esta ciudad es obligatorio obtener el certificado, para lo cual es necesario comprar un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. El cuerpo de bomberos del Cantón Naranjal realiza lo siguiente:

- La inspección del local donde va a ser la empresa.
- Una vez que ya esté listo el negocio y cumpla con todos los requisitos se debe llevar a las oficinas del Cuerpo de Bomberos de Naranjal una Copia del predio del año actual.

17. Obtener el permiso sanitario

El Permiso Sanitario es un documento emitido por la Administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud.

Para la obtención del Permiso Sanitario es necesario presentar en la Administración respectiva lo siguiente:

- Solicitud (formulario) de Permiso Sanitario.
- Copia de Cédula de Ciudadanía y de Votación del propietario del negocio.
- Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio).
- Comprobante de pago de patente anterior.
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año.
- Copia del RUC vigente.

- Permiso Sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes.
- Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras).

ASPECTO TÉCNICO

1. Limpiar y desinfectar todas las áreas de la planta
2. Desembarcar y revisar que el cangrejo y la jaiba llegue en buenas condiciones
3. Pasar primero 2 atados de cangrejo al área de lavado y dejar bien ubicado al resto en el área de almacenamiento temporal.
4. Ubicar al cangrejo en las atarrayas de piola gruesa y elevarlo sobre la tina de cemento para sacarle la mayor cantidad de lodo y suciedad con la hidrolavadora.
5. Matarlo incrustándole el cuchillo jamonero por la parte de los ojos.
6. Coger uno por uno y cepillarlo en las zonas donde se muestre presencia de suciedad.
7. Pasar el cangrejo ya limpio al área de cocción, donde se lo introducirá en ollas con agua hirviendo sin ninguna clase de condimento, y allí permanecerá hasta que el agua vuelva a hervir y comience hacer espuma.
8. Se ubica el cangrejo en los recipientes cernideros y se los enfría con agua a temperatura ambiente.
9. Posteriormente se lo pasa al área de desmenuzado y clasificación donde cuidadosamente se desprende cada una de sus partes y se los ubica respectivamente en las gavetas de acero inoxidable, las mismas que habrán: dos para patas gordas, dos para patas flacas, dos para mollejas y dos para carapachos, las mollejas deben ser lavadas con agua fría.
10. En la siguiente área ya empiezan a extraerle la pulpa del cangrejo, para lo cual, habrán 5 personas encargadas de realizar el proceso con las patas gordas utilizando los martillo en forma de buck de acero inoxidable, 5 personas se ocuparan de las patas flacas usando escalpelos de acero inoxidable, 4 personas más se encargarán de la molleja y por último 2 personas con cucharas pequeñas sacarán la grasa que tiene el cangrejo en el carapacho.
11. Se pasa toda la pulpa al área de empaquetado, donde habrán 5 personas que tendrán que coger cuidadosamente la molleja, la pulpa de las patas flacas,

luego la de las patas gordas y por último la grasa o gordana (metida en una funda fina) y ubicarla dentro de las fundas o tarrinas de las presentaciones 454g. y 227g, después tendrán que colocar las patas gordas especiales en las bandejas, en unas pondrán 14 y en otras 7 patas las sellaran con el plástico de embalaje y procederán a pegarle la etiqueta, al igual que a las tarrinas.

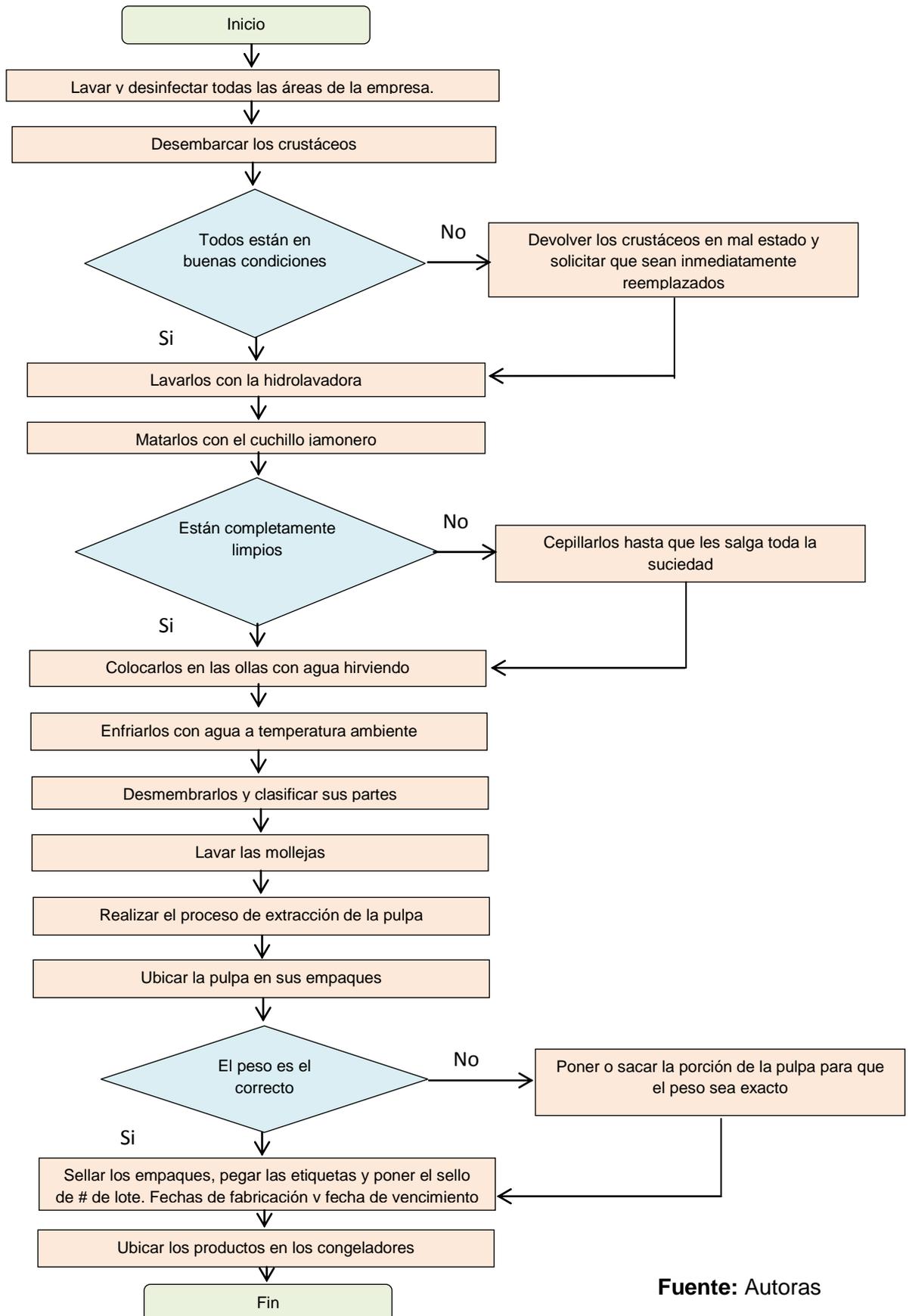
12. Todo el producto ya empaquetado se lo podrá dentro de los congeladores.

El mismo proceso se desarrollará con la jaiba.

Cabe recalcar que para ejecutar este proceso todas las personas además del uniforme utilizarán guantes de plástico gruesos, y a partir del área de desmenuzado, el personal tendrá que usar gorros, solo las obreras que realicen la extracción de la pulpa y el empaquetado deberán utilizar adicionalmente mascarillas.

Por otra parte antes y después de que terminen de realizar todo el proceso o cuando la ocasión lo amerite tienen que introducir los instrumentos en el esterilizador, para garantizar la higiene con que se ejecuta toda la actividad.

Figura 57. Diagrama de flujo del proceso productivo de Costanol S.A.



Fuente: Autoras

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta de crear una planta procesadora de cangrejo y jaiba en el Cantón Naranjal, ha sido planteada con el objetivo de ofrecer a los consumidores productos de excelente calidad, que hayan sido fabricado bajo estrictas normas de higiene para que no afecten su bienestar físico.

La empresa

Misión

Ser una empresa procesadora y de distribución de pulpa de cangrejo y jaiba, orientada a satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros consumidores, brindándoles un producto de calidad, fresco y confiable, apoyados en el compromiso de nuestro talento humano.

Visión

Convertirnos a mediano plazo en la más grande procesadora y distribuidora de pulpa de cangrejo y jaiba de la provincia del Guayas, con una importante participación y competitividad en el mercado, alcanzando el reconocimiento y preferencia de los clientes en base al cumplimiento de los estandartes de calidad con los que se elabora el producto, siendo este un referente a nivel nacional. Además de a largo plazo convertirnos en la principal empresa exportadora de pulpa de jaiba del Ecuador.

Valores corporativos

Todo el personal de la planta procesadora y de las oficinas de Industria Costanol S.A. desarrollan sus actividades basados en valores como:

Responsabilidad: Todo el personal de la Industria Costanol S.A. debe cumplir con seriedad, con entusiasmo y en el tiempo establecido con todas sus actividades.

Eficiencia: Nos preocupamos por utilizar siempre de forma adecuada todos los recursos de la empresa, para alcanzar nuestros objetivos y metas programadas.

Compromiso con el medio ambiente: La Industria Costanol S.A., cumple con las disposiciones de empacar correctamente la basura y depositarla en el tendal, con lo cual evitamos la proliferación de malos olores que afecten al ambiente.

Excelencia en la calidad del producto: Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes.

Honestidad y honradez: El talento humano de nuestra empresa realiza sus actividades siempre de forma transparente, respetando los recursos de la empresa, los bienes de sus compañeros y cumpliendo estrictamente con las políticas y disposiciones de sus superiores.

Respeto: En Costanol S.A., todos los empleados sin importar su nivel jerárquico deben de tratarse con mucha amabilidad, tolerancia y cortesía, además deben llevar a cabo las disposiciones de sus superiores de la mejor manera, y por otro lado, es el deber de los empleados de la planta ejecutar todas sus actividades bajo estrictas normas de higiene, con lo cual están respetando la salud de los consumidores.

Objetivos

1. Capacitar al personal en cada una de las actividades que encierre el proceso de producción para que todo sea realizado en forma eficiente y eficaz.
2. Procesar la materia prima bajo estrictas normas de higiene y calidad con la finalidad de desarrollar un excelente producto y poder conseguir el registro sanitario del mismo.
3. Otorgar a todo el personal un sueldo fijo, que sea justo, además de todo los beneficios de ley y de incentivos para conseguir que realicen su trabajo de la mejor manera.
4. Utilizar los recursos de la mejor manera con la finalidad de obtener egresos innecesarios y poder vender nuestro producto a un precio competitivo.
5. Lograr satisfacer a los clientes mediante la excelente calidad del producto.

Análisis FODA

El análisis FODA se realizará para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Industria Costanol S.A., a fin de desarrollar estrategias que nos permitan mantener y ampliar los puntos fuertes de la empresa, aprovechar todas las circunstancias, situaciones o momentos que puedan beneficiarla, además de eliminar sus puntos débiles y combatir toda situación que ponga en peligro su estabilidad y progreso.

Cuadro 38. Análisis FODA de la Industria Costanol S.A.

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa legalmente constituida. 2. Instalaciones y herramientas adecuadas para realizar cómodamente todo el proceso. 3. Cumplimiento de normas de higiene. 4. Producto con registro sanitario y marca. 5. Proceso de producción sencillo de ejecutar y con bajo nivel de desperdicio 6. Precio competitivo. 7. Alianzas con proveedores. 8. Empresa estructuralmente organizada. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pocas empresas dedicadas a esta actividad. 2. El cangrejo es muy apetecido por muchas personas. 3. Apoyo de instituciones financieras públicas o privadas para nuevas inversiones. 4. Los cangrejos y jaibas son capturados en manglares que están cerca de la empresa. 5. La competencia no ha llegado con su producto a nuevos mercados. 6. No existe una empresa líder en esta actividad, ya que no han tenido mayor trascendencia. 7. Posibles contratos con Alprojansa S.A. y con otras empresas dedicadas a comprar pulpa de jaiba para comercializarla en el exterior.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa asignación de recursos para publicidad. 2. Limitado capital de trabajo. 3. Alto nivel de endeudamiento. 4. Marca aun no posicionada en el mercado. 5. La empresa solo cuenta con un vehículo para la distribución del producto 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veda del cangrejo. 2. Inestabilidad política. 3. Inestabilidad económica. 4. Aparición de nuevos competidores. 5. Presencia de sustitutos (otros mariscos). 6. Preferencia de las personas por consumir el cangrejo entero por costumbres familiares. 7. Desastres climáticos. 8. Aparición de nuevos impuestos.

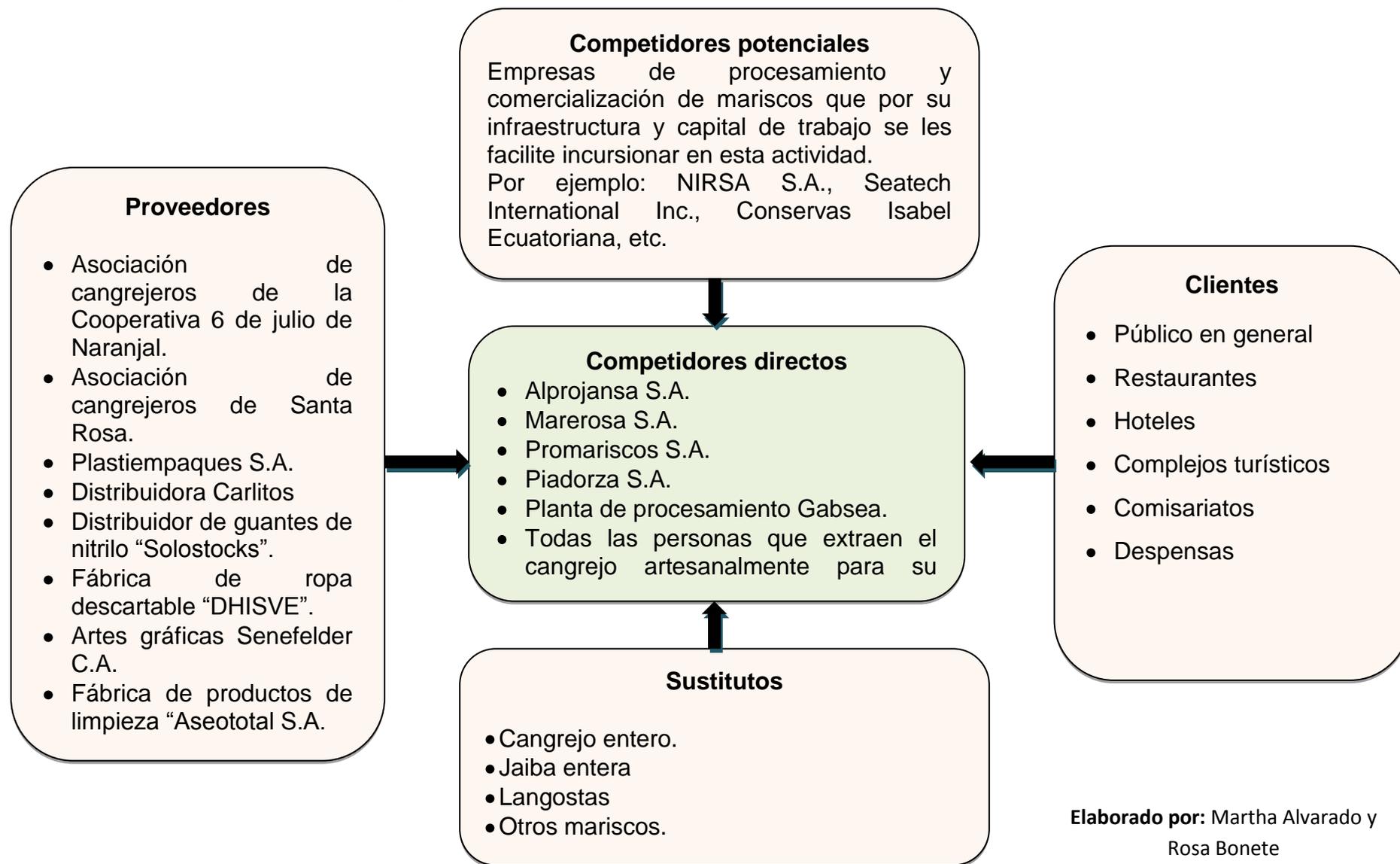
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 39. Estrategias competitivas FO, FA, DO, DA, de la Industria Costanol S.A.

Estrategias FO – FA –DO – DA	Fortalezas	Debilidades
	Empresa legalmente constituida	Escasa asignación de recursos para publicidad.
	Instalaciones y herramientas adecuadas para realizar cómodamente todo el proceso.	Limitado capital de trabajo.
	Cumplimiento de normas de higiene.	Alto nivel de endeudamiento.
	Producto con registro sanitario y marca.	Marca aun no posicionada en el mercado.
	Proceso de producción sencillo de ejecutar y con bajo nivel de desperdicio	La empresa solo cuenta con un vehículo para la distribución del producto
	Precio competitivo.	
	Alianzas con proveedores	
Empresa estructuralmente organizada		
Oportunidades	FO:	DO:
El cangrejo es muy apetecido por muchas personas.	Visitar los restaurantes, especialmente los que venden platillos a base de mariscos en el cantón Naranjal y de las ciudades cercanas para ofrecer el producto.	Dar a conocer el producto a los moradores de Naranjal y de ciudades aledañas mediante hojas volantes.
Apoyo de instituciones financieras públicas o privadas para nuevas inversiones.	Capacitar a todo el personal para que desarrolle cada una de sus actividades eficiente, eficaz y efectivamente.	Crear cuenta en redes sociales para promocionar el producto.
Los cangrejos y jaibas son capturados en manglares que están cerca de la empresa.	Empezar negociaciones con comisariatos.	Ofertar el producto en páginas web OXL
La competencia no ha llegado con su producto a nuevos mercados.	Ofrecer el producto en despensas y hoteles dentro y fuera de la ciudad	Cotizar con que empresa de transporte nos resulta más conveniente hacer el contrato del traslado del producto.
No existe una empresa líder en esta actividad, ya que no han tenido mayor trascendencia.	Llegar a acuerdos convenientes con los proveedores del cangrejo y jaiba.	Realizar cuñas publicitarias mediante medios de comunicación locales.
Pocas empresas dedicadas a esta actividad.	Evaluaciones al personal para medir su nivel de desempeño.	Manejo de inventarios de materia prima y materiales
Posible contrato con empresas dedicadas a comprar pulpa de jaiba para comercializarla en el exterior.	Ofrecer un precio preferencial para las empresas que compren grandes cantidades del producto	
	Distribución combinada	
Amenazas	FA:	DA:
Desastres climáticos.	Aprovechar la capacidad profesional de los empleados de la empresa para lograr ventajas competitivas.	Poner en marcha un plan de marketing.
Inestabilidad económica y política	Realizar planes de contingencia	Reinvertir el 70% de las utilidades de la empresa durante los primeros 4 años.
Presencia de sustitutos (otros mariscos).	Reducir en la medida de lo posible nuestros beneficios para hacerles frente a los nuevos competidores.	Centramos en la calidad y en el peso justo del producto.
Preferencia de las personas por consumir el cangrejo entero	Optimizar el tiempo de producción para reducir costos	Utilizar herramientas como Excel para llevar la contabilidad de la empresa, hasta adquirir el software apropiado.
Aparición de nuevos impuestos y nuevos competidores	Rediseñar la presentación del producto para captar la atención de los consumidores.	
Veda del cangrejo rojo		

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Figura 58. Modelo de las fuerzas de Porter de La Industria Costanol S.A.



Para realizar correctamente la planificación de la estrategia corporativa de la Industria “Costanol S.A.”, es necesario primero hacer un análisis de la situación externa de la empresa, mediante el estudio de la industria o sector al que pertenece, para lo cual, Michael Porter, propone utilizar 5 fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o segmento de mercado, con el fin de que la empresa pueda evaluar sus capacidades, recursos, objetivos, políticas, etc. frente a estas cinco fuerzas que determinan la competencia dentro de la industria.

Según el análisis Porter las cinco fuerzas son:

- Amenaza de entrada de nuevos competidores
- Rivalidad entre competidores existentes
- Productos sustitutos.
- Poder de negociación de los clientes.
- Poder de negociación de los proveedores.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Porter se refiere al ingreso potencial de nuevas empresas que fabriquen o vendan el mismo tipo de producto que el nuestro, pero esta amenaza depende principalmente de la atractividad del mercado o de la industria, la misma que se mide por el grado de dificultad que tienen los nuevos participantes para superar las barreras de entrada y por la rentabilidad que genera la actividad.

Las principales fuentes de barreras de entradas a una industria son:

- **Economías de escala:** Cuando las empresas ya existentes dentro de la industria producen en grandes cantidades y tienen un costo unitario bajo.
- **Diferenciación del producto:** Significa que los productos de las empresas ya constituidas cuentan con marca reconocida y lealtad de los consumidores.

- **Requerimiento de capital:** Los nuevos participantes para empezar a competir necesitan realizar grandes inversiones, lo que les generará un alto nivel de endeudamiento.
- **Acceso a los canales de distribución**
- **Políticas Gubernamentales**
- **Ventaja de costos independientes de escala:** Las empresas establecidas tienen ventajas gracias a la curva de aprendizaje, al poder que tienen sobre sus proveedores, su localización, los subsidios gubernamentales, etc.

Además la decisión de una nueva empresa de entrar o no a una industria también depende del nivel de agresividad con que las empresas ya establecidas hayan respondido anteriormente a esta amenaza, además de los recursos con los que cuenten dichas empresas.

Análisis:

En este caso, al ser pocas las empresas dedicadas a la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba y estas por lo general tener capital de trabajo, recursos e infraestructura limitada son pocas y fáciles de superar las barreras de entrada a esta industria, lo cual se convierte en una gran amenaza para “Industria Costanol” y para todas las empresas ya establecidas, sobre todo sería muy sencillo para una empresa grande como NIRSA S.A., Seatech International Inc., Conservas Isabel Ecuatoriana, etc. dedicados durante años al procesamiento de mariscos, ingresar y posicionarse rápidamente en el mercado, dejando prácticamente fuera del negocio a las empresas que ya estaban constituidas, debido a que cuentan con los recursos necesarios para invertir en equipos, herramientas y maquinarias que hagan que todo el proceso se realice en un menor tiempo y se aproveche de mejor manera la materia prima y por ende que sus costos sean bajos y tengan la posibilidad de ofrecer el producto a un precio insuperable, además que ya tienen marcas reconocidas, por lo que los consumidores probablemente van a preferir su producto por la confianza que les generaría.

Rivalidad entre competidores existentes

En esta fuerza Porter hace referencia a las empresas que ya se encuentran establecidas dentro de una industria y que compiten directamente porque ofrecen el mismo tipo de producto. El nivel de rivalidad entre los competidores dependerá básicamente del número de estos, es decir, entre más empresas competidoras mayor será la rivalidad que exista entre ellas, otro factor que intensifica la competencia es que se vaya reduciendo la demanda del producto.

La rivalidad dentro de la industria conlleva a que las empresas participantes literalmente se ataquen con estrategias que tienen que ser innovadoras para captar la atención de la mayor cantidad de consumidores y si estas no dan resultados rediseñarlas urgentemente para lo cual tienen que estar monitoreando permanente el mercado.

Análisis:

Se considera que el grado de rivalidad en este caso es bajo, debido principalmente a que no hay competidores directos dentro del mismo sector geográfico (Cantón Naranjal), y que son pocas las empresas Ecuatorianas que se dedican a ejecutar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba y son bastantes los mercados potenciales a los que se puede introducir el producto.

Por otra parte, se estima que si son muchas las personas que realizan el proceso artesanalmente y luego comercializan el producto principalmente en internet, en las calles, en las despensas y en sus propios hogares, pero no pueden generar mayor presión porque no tienen una gran capacidad de producción, y porque ni siquiera cuentan con marca ni registro sanitario.

Además las empresas Alprojansa y Piadorza, destinan la mayor cantidad de su producción de pulpa de jaiba al exterior, e inclusive Alprojansa tiene un contrato con una de las personas que realiza la extracción de la pulpa del cangrejo en la Cooperativa 6 de julio, para que le realice el mismo proceso pero con la jaiba, debido que al parecer su capacidad productiva no cubre su demanda, por lo que, sería una buena oportunidad de negocio hacer contratos con esta y otras empresas.

Poder de negociación de los proveedores

En este punto se analiza la capacidad de negociación que tienen los proveedores, la misma que depende principalmente del número de ofertantes de determinada materia prima que exista en un sector y también del número de compradores de ese insumo, ya que, si existe un reducido número de proveedores de un producto y un gran número de demandantes de ese bien, los proveedores tendrán un gran poder de negociación, ya que fácilmente podrán manipular los precios.

Además el poder de negociación de los proveedores también puede depender de si en el mercado de factores existen materias primas sustitutas y si estas tienen un alto o bajo costo. La situación para los compradores será más crítica si su proveedor tienen la capacidad de integrarse estratégicamente hacia adelante, lo que significaría que se convertirá en su competidor.

Análisis

La Industria Costanol S.A. para el desarrollo de sus actividades contará aproximadamente con 8 proveedores, siendo el principal de estos, la Asociación de cangrejeros de la cooperativa 6 de julio y la de Santa Rosa del cantón Naranjal, que serán las encargadas de abastecer de cangrejos y jaibas diariamente a la empresa, con las cuales se esperan llegar a buenos acuerdos y negociaciones justas porque a diario se les comprara importantes cantidades de crustáceo y así se les evitará tiempo y tendrá la tranquilidad que les genera la seguridad de que su producto si será adquirido.

Por otra parte se contará con Plastiempaques S.A., que proveerá de plástico de embalaje, fundas y tarrinas plásticas, además de Aseototal S.A. que suministrará productos de limpieza, Distribuidora Solostocks, Distribuidora Carlitos, Fábrica DHISVE y Artes gráficas Senefelder C.A que abastecerán a Industria Costanol de guantes de nitrilo, bandejas descartables lisas sin compartimiento, ropa descartable y etiquetas para las tarrinas respectivamente, se estima que ninguno de estos 6 proveedores tienen poder de negociación debido a que existen muchas otras empresas que ofertan estos productos.

Poder de negociación de los compradores

Hace referencia a la capacidad que tienen los consumidores, compradores o clientes para ejercer presión, sobre la calidad y los precios de un producto o servicio.

Cabe destacar que si los consumidores tienen un alto poder de negociación, la rentabilidad de la empresa o de las empresas que componen la industria será menor.

El poder de negociación de los consumidores se determina por:

- Tamaño y concentración de consumidores
- Mucha competencia en un mercado
- Existencia de productos sustitutos
- Rentabilidad de los compradores
- Calidad del servicio
- Si el comprador puede fabricar el producto por sí mismo
- Escases del producto
- Especialización del producto

Análisis:

En este caso para medir el poder de negociación de los consumidores (público en general) se tiene en consideración que son pocas las empresas que ponen a la venta la pulpa del cangrejo y de jaiba, pero a pesar de esto hay mucha oferta de este producto que proviene principalmente del mercado informal, por otra parte, existen varios productos sustitutos, siendo el principal el cangrejo entero, ya que la mayor parte de personas prefieren consumirlo de esta manera, por lo que para captar la atención de una parte importante de consumidores es primordial realizar mucha publicidad, lograr crear una presentación agradable y llamativa y promocionar los productos con precios muy competitivos.

Por otra lado, para Industria Costanol una parte importante de sus clientes serían los restaurantes, hoteles y complejos turísticos que ofrecen platillos a base de marisco y que si tienen realmente la necesidad de comprar la pulpa del cangrejo y de jaiba, para ahorrar tiempo, entonces el hecho de que el sustituto (cangrejo y jaiba entera) no cumpla con este requisito y que el producto de los mercados informales no brinde seguridad de calidad e higiene, le da muchas oportunidades de negocio a todas las empresas que se encuentran legalmente establecidas, pero lo que marcará la diferencia entre ellas será sus estrategias para acaparar compradores.

Otro grupo importante de clientes serian comisariatos, tiendas, mini market, etc. y se puede decir que entre más grande sean mayor poder de negociación tienen sobre la Industria Costanol, y por ser un producto nuevo que no es reconocido aún por los consumidores son ellos los que establecerán las reglas del contrato.

Productos sustitutos

Un bien se convierte en sustituto de otro cuando a pesar de ser distinto satisface la misma necesidad.

Un producto sustituto puede llegar a ser una gran amenaza para una empresa cuando este tiene un bajo costo y una calidad igual o mejor que la del bien que ella produce, por este motivo con mucha frecuencia las empresas que integran una industria están en constante competencia con las de otra industria.

Análisis:

En este caso se considera productos sustitutos principalmente al cangrejo entero, a la jaiba, a las langostas y a todos los crustáceos y mariscos que se encuentran en el Ecuador.

MARKETING MIX

La Industria Costanol S.A. en el afán de alcanzar los objetivos empresariales planteados ha decidido utilizar las herramientas tácticas controlables del marketing conocidas como las “cuatro P”:

- Producto y /o Servicio
- Precio

- Plaza
- Promoción

Producto: Es todo aquello tangible o intangible, que se oferta en un mercado para satisfacer las necesidades de las personas, para lo cual el producto debe tener ciertos atributos como: calidad, envase, marca, imagen del producto, imagen de la empresa que lo fabrica.

Logotipo de Industria Costanol S.A.

Figura 59. Logotipo de la Industria Costanol S.A.



Costanol es una Industria que se dedica al proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo (*Ucides occidentalis*) y de la jaiba azul (*Callinectes sapidus*) y las comercializa en varias presentaciones en su línea de productos denominada Rey.

Figura 60. Logotipo de la línea de productos de la Industria Costanol S.A.



Figura 61. Slogan de la línea de productos Rey



Figura 62. Logotipo del producto pulpa de cangrejo de la línea Rey de la Industria Costanol



Figura 63. Logotipo del producto pulpa de jaiba de la línea Rey de la Industria Costanol S. A.



Presentaciones del producto

Costanol S.A. pone a disposición del público en general, hoteles, comisariatos, restaurantes, complejos turísticos, etc. la pulpa de cangrejo y de jaiba completa, es decir, toda la carne del cangrejo y jaiba incluida la gordana, molleja, patas gordas y patas flacas en las presentaciones de tarrina y funda de 454g. y de 227 g., además de la pulpa de las patas gordas de cangrejo y de jaiba, en las presentaciones de 12 y 6 unidades.

Empaques del producto

- Empaque laminado de poliéster de alta densidad con impresión de 454g. y de 227 g.

Figura 64. Presentación en funda de la pulpa de cangrejo completo



Figura 65. Presentación en funda de la pulpa de jaiba completa



- Tarrinas de polipropileno transparentes de 16 onzas y de 8 onzas con tapa

Figura 66. Presentación en tarrina de la pulpa de cangrejo completo y de jaiba completa



Figura 67. Etiqueta de la tarrina de pulpa de cangrejo completo

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
VALORES MEDIDOS POR 100 g.	
Calorías	124 kcal.
Carbohidratos	0 g.
Calcio	30 mg.
Colesterol	100 mg.
Fósforo	160 mg.
Grasas saturadas	0,69 g.
Hierro	1,30 mg.
Magnesio	48 mg.
Potasio	270 mg.
Proteínas	19,5 g.
Selenio	37,40 ug.
Sodio	370 mg.
Vitamina B3	6,30 mg.
Vitamina B9	20 ug.
Vitamina D	2,30 mg.
Yodo	40 mg.
Zinc	3,80 mg.

Cangrejos de la especie *ucides occidentalis* o cangrejo rojo capturados en el manglar de la coop. 6 de julio de Naranjal

Calidad y Cantidad Garantizada

Pulpa de Cangrejo

Peso Neto 454 g.
INDUSTRIA ECUATORIANA
REG. SAN. 012604 INHQAN 1210
FABRICADO POR: INDUSTRIA "COSTANOL S.A."
e - mail: costanol@hotmail.com
www.costanol.com
telef.: 24558978
NARANJAL - ECUADOR

MODO DE CONSERVACIÓN: MANTENGASE REFRIGERADO P.V.P.: \$ 7,10 F.F.: F.V.: LOTE:

Figura 68. Etiqueta de la tarrina de pulpa de jaiba completa

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
VALORES MEDIDOS POR 100 g.	
Calorías	124 kcal.
Carbohidratos	0 g.
Calcio	30 mg.
Colesterol	100 mg.
Fósforo	160 mg.
Grasas saturadas	0,69 g.
Hierro	1,30 mg.
Magnesio	48 mg.
Potasio	270 mg.
Proteínas	19,5 g.
Selenio	37,40 ug.
Sodio	370 mg.
Vitamina B3	6,30 mg.
Vitamina B9	20 ug.
Vitamina D	2,30 mg.
Yodo	40 mg.
Zinc	3,80 mg.

Jaiba de la especie *Callinectes sapidus* más conocida como jaiba azul capturada en el mangla del recinto Santa Rosa de Naranjal

Calidad y Cantidad Garantizada

PULPA DE JAIBA

Peso Neto 454 g.
INDUSTRIA ECUATORIANA
REG. SAN. 012604 INHQAN 1210
FABRICADO POR: INDUSTRIA "COSTANOL S.A."
e - mail: costanol@hotmail.com
www.costanol.com
telef.: 24558978
NARANJAL - ECUADOR

MODO DE CONSERVACIÓN: MANTENGASE REFRIGERADO P.V.P.: \$ 6,00 F.F.: F.V.: LOTE:

- Bandeja de material desechable lisa sin compartimiento

Figura 69. Presentación de la pulpa de las patas gordas del cangrejo

Calidad y Cantidad Garantizada

PULPA DE PATAS GORDAS

12 UNIDADES

tipo de cangrejo: *ucides occidentalis*
P.V.P.: \$ 8,00

INDUSTRIA ECUATORIANA
REG. SAN. 012604 INHQAN 1210
FABRICADO POR: INDUSTRIA "COSTANOL S.A."
e - mail: costanol@hotmail.com
www.costanol.com
telef.: 24558978
NARANJAL - ECUADOR

MODO DE CONSERVACIÓN: MANTENGASE REFRIGERADO

Figura 70. Presentación de las patas gordas de la jaiba

Calidad y Cantidad Garantizada

PULPA DE PATAS GORDAS

12 UNIDADES

Tipo de jaiba: *Callinectes sapidus* o jaiba azul
P.V.P.: \$ 6,85

INDUSTRIA ECUATORIANA
REG. SAN. 012604 INHQAN 1210
FABRICADO POR: INDUSTRIA "COSTANOL S.A."
e - mail: costanol@hotmail.com
www.costanol.com
telef.: 24558978
NARANJAL - ECUADOR

MODO DE CONSERVACIÓN: MANTENGASE REFRIGERADO

La industria Costanol S.A. se ha preocupado porque sus productos Rey Cangrejo y Rey Jaiba tengan una apariencia llamativa, por lo cual, ha creado un logotipo para su marca con colores vivos y un diseño interesante, además de que tanto la funda del empaque del producto como la etiquetas tienen una mezcla de colores agradables y un slogan que por la forma y colores de sus letras resalta, lo que se complementa con imágenes y todo la información respecto al producto como: el peso neto, la información nutricional, el registro sanitario, la especie del crustáceo del cual proviene la pulpa, el tipo de producto, el código de barras, el precio, la fecha de fabricación, la fecha de vencimiento, el número de LOTE y todos los datos de la industria que lo fabrica, lo que hace aún más agradable la presentación del mismo.

Precio: Es la cantidad de dinero que los clientes o consumidores deben de pagar para acceder a un servicio u obtener un producto.

Costanol S.A. para la fijación de los precios de sus productos Rey Cangrejo y Rey Jaiba tomó en consideración factores como: costos fijos, costos variables, el precio del producto de la competencia, la situación del mercado, la sensibilidad al precio de los consumidores, por lo que, utilizó una estrategia activa con precio descremado o de penetración, es decir, relativamente bajo en comparación con el de la competencia, lo cual se logra, aprovechando el 100% de la materia prima, por lo cual se puede producir mayor cantidad de unidades de producto, con lo que se está aprovechando al máximo la capacidad productiva de la empresa y se logra distribuir de mejor manera los costos fijos.

Lista de precios

Cuadro 40. Lista de precios de las diferentes presentaciones de Rey Cangrejo

Producto	Precio
Pulpa de Cangrejo completo 454 g. tarrina o funda	\$ 7,10
Pulpa de Cangrejo completo 227 g. tarrina o funda	\$ 3,70
Pulpa de patas gordas (12 unidades)	\$ 7,70
Pulpa de patas gordas (6 unidades)	\$4,00

Cuadro 41. Lista de precios de las diferentes presentaciones de Rey Jaiba

Producto	Precio
Pulpa de Jaiba completo 454 g. tarrina o funda	\$ 6,00
Pulpa de Jaiba completo 227 g. tarrina o funda	\$ 3,05
Pulpa de patas gordas (12 unidades)	\$ 6,80
Pulpa de patas gordas (6 unidades)	\$3,50

Plaza: Es el área geográfica o el sitio físico donde se distribuye, se promociona y se vende el producto o se brinda el servicio, la plaza está formada por una cadena distributiva por la cual el producto llega al consumidor, es decir, de la fábrica sale el bien y por medio de los canales de distribución llega al lugar donde el cliente podrá adquirirlo.

La Industria Costanol S.A. utilizará un sistema de distribución múltiple o combinada, lo cual quiere decir, que distribuirá directamente el producto a los Restaurantes, Hoteles y Complejos turísticos de Naranjal y cantones aledaños con los cuales la empresa tenga contratos, además las personas naturales o cualquier empresa que desee adquirir los productos pueden hacer el pedido directamente a Costanol llamando a los números de teléfonos que encontraran en el fan page oficial de la línea Rey del Facebook o en la publicación del producto que se hará en la página de Olx, también escribiendo al correo o haciendo el encargo virtual por medio de la página web de la Industria, con la condición, de que si el encargo hay que entregarlo en sectores aledaños a la cooperativa 6 de julio, deben solicitar mínimo 5 unidades del producto de cualquier presentación y no habrá recargos adicionales por transporte, pero si el lugar es dentro de Naranjal pero queda alejado de la mencionada cooperativa si se cobrará \$1 adicional por transporte, en el caso de que la entrega tenga que hacerse fuera del cantón la cantidad mínima del pedido debe de ser 20 unidades, con un recargo adicional por envío en proporción a la distancia del lugar, pero si la cantidad del pedido es de más de 100 unidades de producto el envío será gratuito.

Por otro lado, también se realizará una distribución indirecta, es decir, con la participación de intermediarios mayoristas y detallistas, debido a que el producto también se lo comercializará por medio de comisariatos y despensas.

Promoción: Son actividades que realiza la empresa con el fin de informar al cliente los beneficios de sus productos y persuadirlo para que lo adquiera, es decir, mediante estas actividades la empresa induce a los consumidores a comprar sus productos.

Estrategia de publicidad:

Con el objetivo de informar al público sobre la existencia en el mercado de los productos “Rey Cangrejo” y “Rey Jaiba” y sobre sus características y beneficios, La Industria Costanol S.A. ha desarrollado una serie de actividades publicitarias, utilizando varios medios de comunicación como:

Redes sociales y tiendas virtuales:

Para Costanol es importante que sus productos se promocionen por Facebook, Twitter, My Space, etc., porque actualmente las redes sociales son medios de comunicación masivos efectivos y muy utilizados para promocionar bienes y servicios, no solo por sus bajos costos, sino porque en ellos se puede especificar de una mejor manera las características y beneficios de los productos y porque los mensajes publicitarios llegan a diario a una gran cantidad de personas, y gracias a eso ahora en día es mucho más fácil que el consumidor se vaya familiarizando con una marca y así se pueda lograr su posicionamiento.

Figura 71. Fan Page Oficial en Facebook de la línea Rey



En el Fan Page oficial de la línea de productos Rey de las redes sociales, se incluirá el logotipo, el slogan, el nombre y las diferentes presentaciones de los productos, fotos de la industria Costanol para que las personas observen que las Instalaciones

donde se realiza el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y jaiba son las más adecuadas y confíen en su calidad, además como una forma de incentivar al uso del producto se publicarán recetas que se puedan realizar con la pulpa de los mencionados crustáceos.

Por otra parte se ofertarán los productos en la página www.olx.com.ec, ya que es una página muy visita y se pueden hacer anuncios en forma gratuita.

Prensa escrita:

Debido a que la prensa escrita es uno de los más importantes y antiguos medios de comunicación de masas, es fundamental que Costanol promocioe su producto en uno de los diarios de mayor circulación del país, para que la marca vaya siendo reconocido por los habitantes de todos los cantones, y así en el momento de que la empresa quiera ingresar sus productos a nuevos mercados le resulte más fácil, en este caso Costanol escogió diario extra, porque el costo por la difusión del producto en dicho diario es menor al de otros periódicos, y la publicación será en la tercer página con el formato de una columna de 4,72 cm. De ancho y 1 cm de alto a full color, donde solo se pondrá el logotipo de rey cangrejo y rey jaiba y el producto al que este representa, y saldrá solo los martes de cada semana por un año con un costo de \$75 por publicación, además se harán publicaciones más extensas y a full colores en todos los periódicosde mayor venta de cada cantón de la provincia del guayas, sin importar que tengan ediciones semanales, mensuales o quincenales y la promoción irá de la siguiente manera:

Figura 72. Modelo de publicación en el diario



Radio:

Costanol S.A. para lograr que la campaña de promoción de su producto Rey Cangrejo llegue a miles de oyentes, utilizará las potentes ondas de las radios: Canela, La Otra, Radio Cristal, Morena, debido a que tienen una gran audiencia a nivel nacional.

Hojas Volantes:

La Industria Costanol S.A. para asegurarse que su producto Rey Cangrejo sea conocido por la mayor cantidad de personas posibles, mandará a repartir hojas volantes en los sitios más transitados por personas, primero de las ciudades de Guayaquil, Milagro y Naranjal, según los resultados que se obtengan se extenderá la repartición de volantes a las ciudades de otras provincias.

La entrega de las volantes se las realizará durante un mes a partir del día en el que el producto salga a la venta.

Figura 73. Hojas volantes

**Si estas
Cansada de comer lo mismo
y quieres preparar
una comida deliciosa y nutritiva
sin esforzarte ni gastar mucho**

Rey
Calidad y Cantidad
Garantizada
**Te trae la solución
con sus productos:**

Cangrejo **Jaiba**

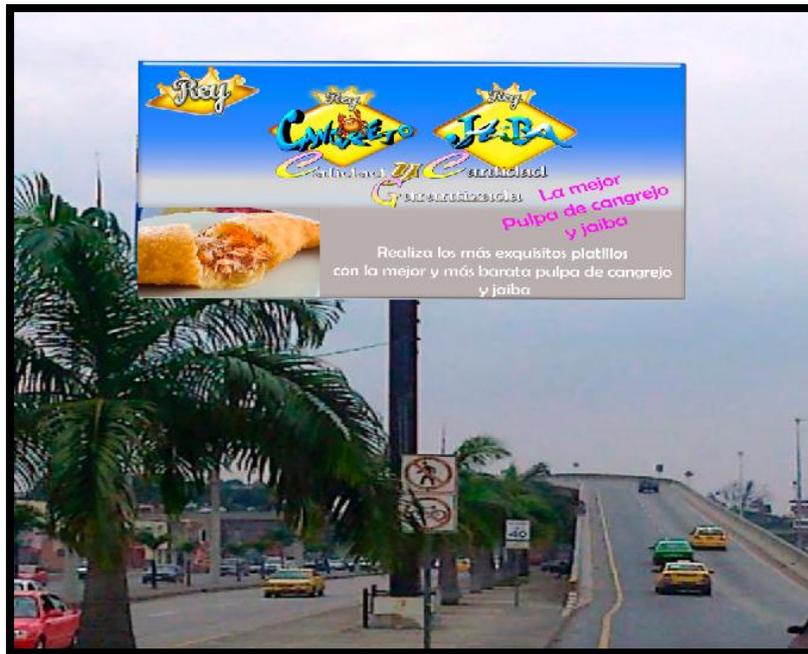
Elabora los más ricos platillos con la mejor y más barata pulpa de cangrejo y de jaiba
Lucete con tus familiares y amigos con las recetas que encontraras en el fan page oficial de la línea Rey del Facebook

Los productos rey vienen en varias presentaciones y tiene registro sanitario
lo puedes encontrar en los comisariatos o tiendas o hacer pedidos llámanos a telf. 24558978
o al correo: costanol@hotmail.com o haciendo los pedidos virtuales en la pagina www.costanol.com

Vallas publicitarias:

Se alquilara una valla publicitaria en un punto estratégicos de la carretera que va desde Guayaquil a Babahoyo, por el hecho de ser una vía muy transitada. El contrato se hará únicamente por 1 año, pero dependiendo del nivel de ingresos se puede extender.

Figura 74. Valla publicitaria



5.7.1 Actividades

- **Aspectos Geográficos:** La Industria Costanol S.A. se ubicará en el País de Ecuador, en la provincia del Guayas, Cantón Naranjal, Cooperativa 6 de julio, ya que así estará cerca de los manglares donde sus proveedores capturan los cangrejos y las jaibas, por lo que estos gastaran una mínima cantidad en transportarlos a la empresa y podrán vender el producto a menor precio, además de que los crustáceo por ser corto el viaje no llegan maltratados.
- **Aspecto Social:** Rey Cangrejo y Rey Jaiba son productos que van especialmente dirigido a los Restaurantes, hoteles, complejos turísticos, etc. donde se ofrece comida a base de mariscos, además nuestro grupo objetivo también lo conforman hombres y mujeres a los que les apasiona preparar platillos fuera de lo común. Se

busca que todas las personas puedan deleitarse con platillos exquisitos a base de la carne de estos crustáceos y que su salud no se vea afectada por ello.

- **Aspecto Financiero:** Es uno de los aspectos más importantes dentro de la administración de las empresas, ya que en toda organización es primordial el dinero para cubrir las distintas necesidades de operación, por lo que es fundamental contar con variadas herramientas financieras que permitan hacer frente a todas las necesidades básicas de la empresa.

Como parte de las actividades financieras están:

- ✓ Elaborar los diferentes presupuestos que necesita la empresa
 - ✓ Buscar las mejores inversiones de recursos en activos
 - ✓ Analizar los estados financieros para tomar las decisiones de operación, inversión o de financiamiento más adecuadas.
 - ✓ Administrar el crédito y la cobranza
 - ✓ Mantener los niveles de liquidez y solvencia adecuados
 - ✓ Escoger las mejores opciones de financiamiento para la empresa.
- **Aspecto Estratégico:** Costanol S.A. tiene sus puntos claves estratégicos en la claridad y el seguimiento que le hace a su misión, visión, valores y objetivos, además de la difusión eficaz de los mismos, a todos el personal que integra la industria con lo cual pretende lograr un desarrollo sostenible. Por otra parte, también considera como un aspecto estratégico, a la campaña publicitaria que se difunde por diferentes medios, con lo que se espera que la línea de productos Rey se convierta rápidamente en una marca conocida
 - **Aspecto Legal:** Para la constitución legal de la empresa y su funcionamiento, esta debe de cumplir con una serie de requisitos establecidos como: Inscribir el nombre de la empresa en la superintendencia de compañías, abrir cuenta de integración de capital, elaborar escritura pública de la constitución de la compañía, Patente Municipal, Inscribir en el registro mercantil, Sacar el RUC,

Aperturar la cuenta bancaria a nombre de la empresa, Permiso sanitario, certificado de seguridad del cuerpo de bomberos, etc.

Todos los aspectos anteriormente citados se ven reflejados en los siguientes pasos:

1. Búsqueda del terreno
2. Cotización sobre el costo de construcción de la planta procesadora y de las oficinas de la Industria Costanol S.A.
3. Cotización de los muebles, equipos de oficina y de computación, además de todos lo necesario para la planta procesadora de cangrejo y jaiba.
4. Búsqueda de financiamiento.
5. Compra del terreno y construcción de la planta procesadora de cangrejo y jaiba y de las oficinas de Costanol S.A.
6. Obtener los permisos necesarios para el funcionamiento de la Industria
7. Compra y adecuación de todos los mobiliarios de oficina y las herramientas de la planta.
8. Reclutamiento y Selección de personal
9. Contratación del personal idóneo para cada puesto de trabajo
10. Socialización de la misión, visión, objetivos, etc. de la empresa con los empleados y entrega del manual de funciones a cada empleado.
11. Capacitación del personal
12. Promoción y publicidad.
13. Ejecución del proceso productivo.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Humanos

Cuadro 42. Personal de la Industria Costanol

Denominación del cargo	# de personas
Gerente General	1
Secretaria	1
Jefe de Marketing y ventas	1
Vendedor	2
Jefe de planta procesadora y servicios adicionales	1
Obreros del área de lavado	3
Obreros del área de cocción	3
Obreros del área de clasificación de las partes del cangrejo	4
Obreros del área de extracción de la pulpa	8
Obreros del área de empaquetado y refrigeración	4
Guardia de Seguridad	2
Personal de limpieza	2
Contador (externo)	1

Fuente: Autoras

Cuadro 43. Variaciones

Variaciones de Ingresos	5%
Variaciones de Gastos	5%

En el desarrollo de los estados financieros de la Industria Costanol S.A. se va a considerar una variación anual del 5% para los ingresos y los gastos.

La Inversión en Activos Fijos que se requiere para el funcionamiento de la Industria Costanol es:

Cuadro 44. Inversión en activos fijos de la propuesta

Industria Costanol S.A.			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
4	Separadores de oficina largos sencillos	\$ 200,00	\$ 800,00
5	Separadores de oficinas sencillos	\$ 50,00	\$ 250,00
6	Sillas giratorias para oficina	\$ 65,00	\$ 390,00
5	Escritorios en L con archivador de 3 cajones	\$ 185,00	\$ 925,00
2	Escritorios sencillos	\$ 100,00	\$ 200,00
1	Silla de gerencia magistral	\$ 100,00	\$ 100,00
11	Sillas para clientes y proveedores	\$ 24,00	\$ 264,00
2	Mesas de plásticas para cafetería	\$ 35,00	\$ 70,00
8	Sillas plásticas	\$ 7,00	\$ 56,00
4	Inodoros con lavamanos	\$ 70,00	\$ 280,00
12	Tachos de basura	\$ 5,00	\$ 60,00
2	Extintores de incendio PQS tipo ABC de 20 lb.	\$ 37,00	\$ 74,00
2	estanterías metálicas 5 bandejas de altura regulable	\$ 110,00	\$ 220,00
2	Microondas	\$ 120,00	\$ 240,00
2	Cafeteras Oster	\$ 45,00	\$ 90,00
2	Dispensadores de agua	\$ 65,00	\$ 130,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 3.099,00
EQUIPOS DE OFICINA			
1	Acondicionador de aire Split LG de 24000 BTU	\$ 780,00	\$ 780,00
3	Acondicionador de aire Split LG de 12000 BTU	\$ 450,00	\$ 1.350,00
4	Teléfonos	\$ 20,00	\$ 80,00
1	Telefax	\$ 110,00	\$ 110,00
4	Perforadoras	\$ 6,00	\$ 24,00
4	Sellos	\$ 5,00	\$ 20,00
4	Grapadoras	\$ 9,00	\$ 36,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 2.400,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
4	Computadoras de mesa de 500 Gb DD y 4 Gb RAM	\$ 500,00	\$ 2.000,00
1	Impresora Matricial EPSONLX - 300	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Software contable	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Lector de tarjeta de crédito	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Impresora Multifunción EPSON	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			\$ 3.930,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
1	Hidrolavadora mediana	\$ 65,00	\$ 65,00
5	Atarrayas de piola gruesa	\$ 15,00	\$ 75,00
6	Cepillos	\$ 2,00	\$ 12,00
3	Cuchillos jamoneros	\$ 10,00	\$ 30,00
4	Ollas de aluminio gigantes	\$ 80,00	\$ 320,00
2	Cocinas industriales de 2 quemadores extra grande	\$ 400,00	\$ 800,00
2	cilindros de gas industrial de 45 kilos (usados)	\$ 100,00	\$ 200,00
20	Gavetas de plástico	\$ 12,00	\$ 240,00
4	Recipientes cernideros de plástico	\$ 19,00	\$ 76,00
8	Bandejas de acero inoxidable	\$ 55,00	\$ 440,00
9	lavaderos para cocina	\$ 35,00	\$ 315,00
9	grifos	\$ 15,00	\$ 135,00
2	Martillos forma buck pequeño de acero inoxidable	\$ 10,00	\$ 20,00
2	Escalpelos de acero inoxidable	\$ 9,00	\$ 18,00
12	Cucharas pequeñas de acero inoxidable	\$ 0,50	\$ 6,00
4	Balanzas digitales	\$ 18,00	\$ 72,00
1	Esterilizador pequeño	\$ 650,00	\$ 650,00
12	Fecheros manuales	\$ 5,00	\$ 60,00
5	Máquinas para sellar fundas plásticas en forma manual	\$ 43,00	\$ 215,00
3	Congeladores horizontales de 18 pies	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00
1	Planta eléctrica grande	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS			\$ 7.749,00
VEHICULOS			
1	Camioneta pequeños con sistema de refrigeración	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
TOTAL VEHICULOS			\$ 25.000,00
EDIFICIO			
1	Planta procesadora	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
TOTAL DE EDIFICIO			\$ 24.000,00
TERRENO			
1	Terreno	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
TOTAL DE TERRENO			\$ 4.000,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			\$ 70.178,00

Fuente: Inversión en Activos Fijos
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Detalle de la depreciación mensual y anual de los activos fijos que componen la Industria Costanol

Cuadro 45. Depreciación de los Activos Fijos de Costanol S.A.

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LA INDUSTRIA COSTANOL S.A.				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.099,00	10%	\$ 25,83	\$ 309,90
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 3.930,00	33%	\$ 108,08	\$ 1.296,90
VEHICULO	\$ 25.000,00	20%	\$ 416,67	\$ 5.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.400,00	10%	\$ 20,00	\$ 240,00
EDIFICIO	\$ 24.000,00	5%	\$ 100,00	\$ 1.200,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 7.749,00	10%	\$ 64,58	\$ 774,90
TOTAL	\$ 66.178,00		\$ 735,14	\$ 8.821,70

Fuente: Depreciación de los Activos Fijos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 46. Detalle de Gastos de la Industria Costanol S.A.

Costanol S.A.																		
Detalle de gastos																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1 Gerente general	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00	10.200,00	10.710,00	11.245,50	11.807,78	12.398,16	
1 Secretaria	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14	4.417,50	4.638,37	
1 Jefe de planta y servicios adicionales	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	5.700,00	5.985,00	6.284,25	6.598,46	6.928,39	
1 Jefe de marketing	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	5.700,00	5.985,00	6.284,25	6.598,46	6.928,39	
1 Choferes	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14	4.417,50	4.638,37	
2 Guardias de seguridad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86	
2 Personal de limpieza	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	7.632,00	8.013,60	8.414,28	8.834,99	9.276,74	
2 Vendedores	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	636,00	7.632,00	8.013,60	8.414,28	8.834,99	9.276,74	
1 Contador	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	475,00	5.700,00	5.985,00	6.284,25	6.598,46	6.928,39	
Aporte patronal	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	605,43	7.265,21	7.628,47	8.009,90	8.410,39	8.830,91	
Vacaciones	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	232,85	2.794,22	2.933,93	3.080,62	3.234,66	3.396,39	
Décimo cuarto				3.816,00									3.816,00	4.006,80	4.207,14	4.417,50	4.638,37	
Décimo tercero												4.983,00	4.983,00	5.232,15	5.493,76	5.768,45	6.056,87	
Fondo de reserva												4.983,00	4.983,00	5.232,15	5.493,76	5.768,45	6.056,87	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.821,29	\$ 5.821,29	\$ 5.821,29	\$ 9.637,29	\$ 5.821,29	\$ 10.804,29	\$ 78.654,43	\$ 87.570,15	\$ 91.948,66	\$ 96.548,09	\$ 101.373,40							
GASTOS DE GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Agua	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	780,00	819,00	859,95	902,95	948,09	
Energía eléctrica	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	
Teléfono	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	
Servicios de internet	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51	
Suministros de oficina	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	
Suministros de limpieza	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	
Combustible (Diesel)	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	
Gastos de constitución													1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51	
Depreciación de muebles y enseres	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	25,83	309,90	309,90	309,90	309,90	309,90	
Depreciación de equipos de computación	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	108,08	1.296,90	1.296,90	1.296,90	0,00	0,00	
Depreciación de vehículo	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	
Depreciación de equipos de oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	
Depreciación de edificio	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	
Depreciación de maquinarias y equipos	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	64,58	774,90	774,90	774,90	774,90	774,90	
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 1.295,14	\$ 16.541,70	\$ 16.927,70	\$ 17.333,00	\$ 16.481,67	\$ 16.908,51	
GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Publicidad	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 8.116,43	\$ 8.116,43	\$ 8.116,43	\$ 11.932,43	\$ 8.116,43	\$ 13.099,43	\$ 107.196,13	\$ 117.097,85	\$ 122.511,66	\$ 126.899,26	\$ 132.867,98							
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	\$ 7.481,29	\$ 7.481,29	\$ 7.481,29	\$ 11.297,29	\$ 7.481,29	\$ 12.464,29	\$ 99.574,43	\$ 109.716,15	\$ 115.129,96	\$ 120.814,46	\$ 126.783,18							
GASTOS GENERALES	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 7.720,00	\$ 8.106,00	\$ 8.511,30	\$ 8.936,87	\$ 9.383,71	
DEPRECIACIÓN	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 735,14	\$ 8.821,70	\$ 8.821,70	\$ 8.821,70	\$ 7.524,80	\$ 7.524,80	
													\$ 8.821,70	\$ 17.643,40	\$ 26.465,10	\$ 33.989,90	\$ 41.514,70	

Fuente: Gastos
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Normalmente se someterá mensualmente al proceso de producción a 50 planchas de jaiba y 400 planchas de cangrejos, pero en los meses que se ven afectados por la veda del cangrejo se hará una variación, se aumentarán en un 60% la producción de la pulpa de jaiba y se disminuirá en un 37,5% la producción de pulpa de cangrejo, por lo que se utilizarán 80 planchas de jaiba y solo 250 planchas de cangrejo.

A continuación se expone la cantidad y costo mensual de materia prima y materiales que se utilizará en el proceso productivo por mes:

Cuadro 47. Cantidad de materia prima—planchas de Jaiba Azul v Cangrejo Rojo

Materia Prima						
Mes	Jaiba o Cangrejo azul			Cangrejo rojo		
	Planchas	Precios	Total	Planchas	Precios	Total
Enero	80	\$ 17,50	\$ 1.400,00	250	\$ 24,00	\$ 6.000,00
Febrero	80	\$ 17,50	\$ 1.400,00	250	\$ 24,00	\$ 6.000,00
Marzo	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Abril	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Mayo	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Junio	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Julio	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Agosto	80	\$ 17,50	\$ 1.400,00	250	\$ 24,00	\$ 6.000,00
Septiembre	80	\$ 17,50	\$ 1.400,00	250	\$ 24,00	\$ 6.000,00
Octubre	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Noviembre	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00
Diciembre	50	\$ 17,50	\$ 875,00	400	\$ 24,00	\$ 9.600,00

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 48. Cantidad de tarrinas

Mes	Tarrinas con tapa					
	Unidades 454g	Precio	Total	Unidades 227 g.	Precio	Total
Enero	330	\$ 0,10	\$ 33,00	660	\$ 0,05	\$ 33,00
Febrero	330	\$ 0,10	\$ 33,00	660	\$ 0,05	\$ 33,00
Marzo	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Abril	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Mayo	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Junio	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Julio	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Agosto	330	\$ 0,10	\$ 33,00	660	\$ 0,05	\$ 33,00
Septiembre	330	\$ 0,10	\$ 33,00	660	\$ 0,05	\$ 33,00
Octubre	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Noviembre	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00
Diciembre	450	\$ 0,10	\$ 45,00	900	\$ 0,05	\$ 45,00

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 49. Cantidad de fundas

Mes	Fundas								
	Fundas 454 g.	Precio	Total	Fundas 227 g	Precio	total	rollos de fundas	precio	total
Enero	330	\$ 0,15	\$ 49,50	660	\$ 0,08	\$ 52,80	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Febrero	330	\$ 0,15	\$ 49,50	660	\$ 0,08	\$ 52,80	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Marzo	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Abril	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Mayo	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Junio	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Julio	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Agosto	330	\$ 0,15	\$ 49,50	660	\$ 0,08	\$ 52,80	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Septiembre	330	\$ 0,15	\$ 49,50	660	\$ 0,08	\$ 52,80	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Octubre	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Noviembre	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50
Diciembre	450	\$ 0,15	\$ 67,50	900	\$ 0,08	\$ 72,00	27	\$ 1,50	\$ 40,50

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 50. Cantidad de etiquetas y platillos

Mes	Etiquetas						Platillos para las patas					
	etiquetas tarrinas	precio	total	etiquetas bandejas	precio	total	Platillos 12	precio	total	Platillos 7	precio	total
Enero	990	\$ 0,08	\$ 79,20	3.297	\$ 0,04	\$ 131,88	1.099	\$ 0,04	\$ 43,96	2.198	\$ 0,03	\$ 65,94
Febrero	990	\$ 0,08	\$ 79,20	3.297	\$ 0,04	\$ 131,88	1.099	\$ 0,04	\$ 43,96	2.198	\$ 0,03	\$ 65,94
Marzo	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Abril	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Mayo	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Junio	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Julio	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Agosto	990	\$ 0,08	\$ 79,20	3.297	\$ 0,04	\$ 131,88	1.099	\$ 0,04	\$ 43,96	2.198	\$ 0,03	\$ 65,94
Septiembre	990	\$ 0,08	\$ 79,20	3.297	\$ 0,04	\$ 131,88	1.099	\$ 0,04	\$ 43,96	2.198	\$ 0,03	\$ 65,94
Octubre	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Noviembre	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.998	\$ 0,03	\$ 89,94
Diciembre	1.350	\$ 0,08	\$ 108,00	4.497	\$ 0,04	\$ 179,88	1.499	\$ 0,04	\$ 59,96	2.964	\$ 0,03	\$ 88,92

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 51. Cantidad de Rollo Strech film y de Recarga de Gas Industrial

Mes	Rollo de embalaje de 17 kg.			Gas Industrial		
	Rollo strech film	precio	total	recarga	precio	total
Enero	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Febrero	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Marzo	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Abril	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Mayo	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Junio	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Julio	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Agosto	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Septiembre	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Octubre	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Noviembre	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Diciembre	1	\$ 57,00	\$ 57,00	2	\$ 58,00	\$ 116,00

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 52. Detalle de Costos de Materiales mensuales

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Planchas de cangrejos	6.000,00	6.000,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	6.000,00	6.000,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Planchas de jaiba	1.400,00	1.400,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	1.400,00	1.400,00	875,00	875,00	875,00
Tarrina de 454g	33,00	33,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	33,00	33,00	45,00	45,00	45,00
Tarrina de 227g	33,00	33,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	33,00	33,00	45,00	45,00	45,00
Funda de 454 g.	49,50	49,50	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50	49,50	49,50	67,50	67,50	67,50
Funda de 227g.	52,80	52,80	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	52,80	52,80	72,00	72,00	72,00
Etiquetas para tarrinas	79,20	79,20	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	79,20	79,20	108,00	108,00	108,00
Etiquetas para bandejas	131,88	131,88	179,88	179,88	179,88	179,88	179,88	131,88	131,88	179,88	179,88	179,88
Platillos para 12	43,96	43,96	59,96	59,96	59,96	59,96	59,96	43,96	43,96	59,96	59,96	59,96
Platillos para 6	65,94	65,94	89,94	89,94	89,94	89,94	89,94	65,94	65,94	89,94	89,94	88,92
Rolo de fundas	30,00	30,00	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50	30,00	30,00	40,50	40,50	40,50
Rolos de embalaje	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00
recargas de gas industrial	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Total	\$ 8.092,28	\$ 8.092,28	\$ 11.355,78	\$ 8.092,28	\$ 8.092,28	\$ 11.355,78	\$ 11.355,78	\$ 11.354,76				

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 53. Detalle de costos anuales de materiales

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Planchas de cangrejos	100.800,00	105.840,00	111.132,00	116.688,60	122.523,03
Planchas de jaiba	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
Tarrina de 454g	492,00	516,60	542,43	569,55	598,03
Tarrina de 227g	492,00	516,60	542,43	569,55	598,03
Funda de 454 g.	738,00	774,90	813,65	854,33	897,04
Funda de 227g.	787,20	826,56	867,89	911,28	956,85
Etiquetas para tarrinas	1.180,80	1.239,84	1.301,83	1.366,92	1.435,27
Etiquetas para bandejas	1.966,56	2.064,89	2.168,13	2.276,54	2.390,37
Platillos para 12	655,52	688,30	722,71	758,85	796,79
Platillos para 6	982,26	1.031,37	1.082,94	1.137,09	1.193,94
Rollo de fundas	444,00	466,20	489,51	513,99	539,68
Rollos de embajale	684,00	718,20	754,11	791,82	831,41
recargas de gas industrial	1.392,00	1.461,60	1.534,68	1.611,41	1.691,98
Total	\$ 123.214,34	\$ 129.375,06	\$ 135.843,81	\$ 142.636,00	\$ 149.767,80

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 54. Costo de la Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa																		
#	MOD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3	O. área de lavado	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	11.448,00	12.020,40	12.621,42	13.252,49	13.915,12
3	O. área de cocción	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	954,00	11.448,00	12.020,40	12.621,42	13.252,49	13.915,12
4	O. área de clasificación	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	15.264,00	16.027,20	16.828,56	17.669,99	18.553,49
8	O. área de extracción	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	2.544,00	30.528,00	32.054,40	33.657,12	35.339,98	37.106,97
4	O. área de empaquetado	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	15.264,00	16.027,20	16.828,56	17.669,99	18.553,49
	Aporte patronal	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	850,01	10.200,17	10.710,18	11.245,69	11.807,97	12.398,37
	Décimo cuarto				11.448,00									11.448,00	12.020,40	12.621,42	13.252,49	13.915,12
	Décimo tercero												6.996,00	6.996,00	7.345,80	7.713,09	8.098,74	8.503,68
	Fondo de reserva													6.996,00	7.345,80	7.713,09	8.098,74	8.503,68
22	TOTAL	\$ 7.846,01	\$ 7.846,01	\$ 7.846,01	\$ 19.294,01	\$ 7.846,01	\$ 14.842,01	\$ 112.596,17	\$ 125.221,98	\$ 131.483,08	\$ 138.057,23	\$ 144.960,09						

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 55. Costos directos anuales

COSTOS DIRECTOS ANUALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales directos	\$ 123.214,34	\$ 129.375,06	\$ 135.843,81	\$ 142.636,00	\$ 149.767,80
Mano de obra directa	\$ 112.596,17	\$ 125.221,98	\$ 131.483,08	\$ 138.057,23	\$ 144.960,09
Total	\$ 235.810,51	\$ 254.597,03	\$ 267.326,89	\$ 280.693,23	\$ 294.727,89

Fuente: Costos

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Se considera normalmente un presupuesto de ventas mensual de 6.399 unidades de producto de pulpa de Cangrejo rojo en diferentes presentaciones y de 789 unidades de producto de pulpa jaiba azul y en los meses afectados por la veda se espera vender 3.999 unidades de producto de pulpa de cangrejo y 1.278 unidades de producto de pulpa de jaiba.

Cuadro 56. Presupuesto de ventas por mes de la Industria Costanol S.A.

Presupuesto de ventas						
Cangrejo Rojo o Ucides Occidentalis						
Meses	Pulpa completa en funda 454g.	Pulpa completa en tarrina 454g.	Pulpa completa en funda 227g.	Pulpa completa en tarrina 227g.	Pulpa de patas gordas 12	Pulpa de patas gordas 6
Enero	250	250	500	500	833	1.666
Febrero	250	250	500	500	833	1.666
Marzo	400	400	800	800	1.333	2.666
Abril	400	400	800	800	1.333	2.666
Mayo	400	400	800	800	1.333	2.666
Junio	400	400	800	800	1.333	2.666
Julio	400	400	800	800	1.333	2.666
Agosto	250	250	500	500	833	1.666
Septiembre	250	250	500	500	833	1.666
Octubre	400	400	800	800	1.333	2.666
Noviembre	400	400	800	800	1.333	2.666
Diciembre	400	400	800	800	1.333	2.666
	Jaiba o Cangrejo azul					
Enero	80	80	160	160	266	532
Febrero	80	80	160	160	266	532
Marzo	50	50	100	100	166	332
Abril	50	50	100	100	166	332
Mayo	50	50	100	100	166	332
Junio	50	50	100	100	166	332
Julio	50	50	100	100	166	332
Agosto	80	80	160	160	266	532
Septiembre	80	80	160	160	266	532
Octubre	50	50	100	100	166	332
Noviembre	50	50	100	100	166	332
Diciembre	50	50	100	100	166	332
Total al año	4.920	4.920	9.840	9.840	16.388	32.776

Fuente: Presupuesto de ventas

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 57. Presupuesto de Ingresos de la Industria Costanol S.A.

INDUSTRIA COSTANOL S.A.																		
PRESUPUESTO DE INGRESOS																		
PRODUCTOS	c/u	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cangrejo																		
Pulpa completa en funda 454g.	7,10	1.775,00	1.775,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	1.775,00	1.775,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	29.820,00	31.311,00	32.876,55	34.520,38	36.246,40
Pulpa completa en tarrina 454g.	7,10	1.775,00	1.775,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	1.775,00	1.775,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	29.820,00	31.311,00	32.876,55	34.520,38	36.246,40
Pulpa completa en funda 227g.	3,70	1.850,00	1.850,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	1.850,00	1.850,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	31.080,00	32.634,00	34.265,70	35.978,99	37.777,93
Pulpa completa en tarrina 227g.	3,70	1.850,00	1.850,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	1.850,00	1.850,00	2.960,00	2.960,00	2.960,00	31.080,00	32.634,00	34.265,70	35.978,99	37.777,93
Pulpa de patas gordas 12	7,70	6.414,10	6.414,10	10.264,10	10.264,10	10.264,10	10.264,10	10.264,10	6.414,10	6.414,10	10.264,10	10.264,10	10.264,10	107.769,20	113.157,66	118.815,54	124.756,32	130.994,14
Pulpa de patas gordas 6	4,00	6.664,00	6.664,00	10.664,00	10.664,00	10.664,00	10.664,00	10.664,00	6.664,00	6.664,00	10.664,00	10.664,00	10.664,00	111.968,00	117.566,40	123.444,72	129.616,96	136.097,80
Jaiba																		
Pulpa completa en funda 454g.	6,00	480,00	480,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	480,00	480,00	300,00	300,00	300,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Pulpa completa en tarrina 454g.	6,00	480,00	480,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	480,00	480,00	300,00	300,00	300,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
Pulpa completa en funda 227g.	3,05	488,00	488,00	305,00	305,00	305,00	305,00	305,00	488,00	488,00	305,00	305,00	305,00	4.392,00	4.611,60	4.842,18	5.084,29	5.338,50
Pulpa completa en tarrina 227g.	3,05	488,00	488,00	305,00	305,00	305,00	305,00	305,00	488,00	488,00	305,00	305,00	305,00	4.392,00	4.611,60	4.842,18	5.084,29	5.338,50
Pulpa de patas gordas 12	6,80	1.808,80	1.808,80	1.128,80	1.128,80	1.128,80	1.128,80	1.128,80	1.808,80	1.808,80	1.128,80	1.128,80	1.128,80	16.265,60	17.078,88	17.932,82	18.829,47	19.770,94
Pulpa de patas gordas 6	3,50	1.862,00	1.862,00	1.162,00	1.162,00	1.162,00	1.162,00	1.162,00	1.862,00	1.862,00	1.162,00	1.162,00	1.162,00	16.744,00	17.581,20	18.460,26	19.383,27	20.352,44
TOTAL DE INGRESOS		\$ 25.934,90	\$ 25.934,90	\$ 36.028,90	\$ 25.934,90	\$ 25.934,90	\$ 36.028,90	\$ 36.028,90	\$ 36.028,90	\$ 391.970,80	\$ 411.569,34	\$ 432.147,81	\$ 453.755,20	\$ 476.442,96				

Fuente: Presupuesto de ingresos
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Para que la Industria Costanol S.A. pueda empezar con sus actividades de administración y producción, se necesita una inversión de \$ 78.270,28 en este valor está incluido el costo del Terreno, toda la infraestructura de la planta y de las oficinas, además de los muebles y enseres, los equipos de oficina, equipos de computación, todas las herramientas, equipos e instrumentos que se necesita para el proceso de extracción de la pulpa del cangrejo y de la jaiba, también una pequeña camioneta con sistema de refrigeración para que el producto llegue en buenas condiciones a su destino, y el capital de trabajo que se necesita para empezar a laborar el primer mes.

Cuadro 58. Inversión de la propuesta

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	3.099,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.930,00
VEHICULO	25.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.400,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	7.749,00
TERRENO	4.000,00
EDIFICIO	24.000,00
CAJA - BANCO	8.092,28
TOTAL DE LA INVERSION	78.270,28

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

La inversión del proyecto se la financiera, en un 30% con aporte de las 2 únicas accionistas de la empresa, y el 70% restante provendrá de un préstamo que se efectuará al Banco de Fomento del Ecuador, con una tasa de interés anual del 11,20%

Cuadro 59. Financiamiento de la propuesta

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		78.270,28
Financiado	70%	54.789,20
Aporte Propio	30%	23.481,08
		78.270,28

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 60. Tasa de préstamos del Banco de Fomento

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,20%	0,1120
		0,1120

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 61. Préstamo Bancario de la propuesta

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	54.789,20	6.136,39

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

El préstamo efectuado al Banco de Fomento se lo cancelará a 5 años, pagando mensualmente \$1.424,52

Cuadro 62. Tabla de amortización mensual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				54.789,20
1	913,15	511,37	1.424,52	53.876,04
2	913,15	511,37	1.424,52	52.962,89
3	913,15	511,37	1.424,52	52.049,74
4	913,15	511,37	1.424,52	51.136,58
5	913,15	511,37	1.424,52	50.223,43
6	913,15	511,37	1.424,52	49.310,28
7	913,15	511,37	1.424,52	48.397,12
8	913,15	511,37	1.424,52	47.483,97
9	913,15	511,37	1.424,52	46.570,82
10	913,15	511,37	1.424,52	45.657,66
11	913,15	511,37	1.424,52	44.744,51
12	913,15	511,37	1.424,52	43.831,36
	10.957,84	6.136,39	17.094,23	

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 63. Tabla de amortización anual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
-				54.789,20
1	10.957,84	6.136,39	17.094,23	43.831,36
2	10.957,84	4.909,11	15.866,95	32.873,52
3	10.957,84	3.681,83	14.639,67	21.915,68
4	10.957,84	2.454,56	13.412,40	10.957,84
5	10.957,84	1.227,28	12.185,12	-
	54.789,20	18.409,17	73.198,37	

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

La Industria Costanol S.A. para llegar a su punto de equilibrio en el primer año, es decir, para lograr cubrir todos sus costos y gastos sin obtener ganancia, necesita un monto en ventas de \$269.068,10

Cuadro 64. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS	
ventas	391.970,80
costo fijos	107.196,13
Costos variables	235.810,51
Costos totales	343.006,64

Fuente: Inversión y Financiamiento

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

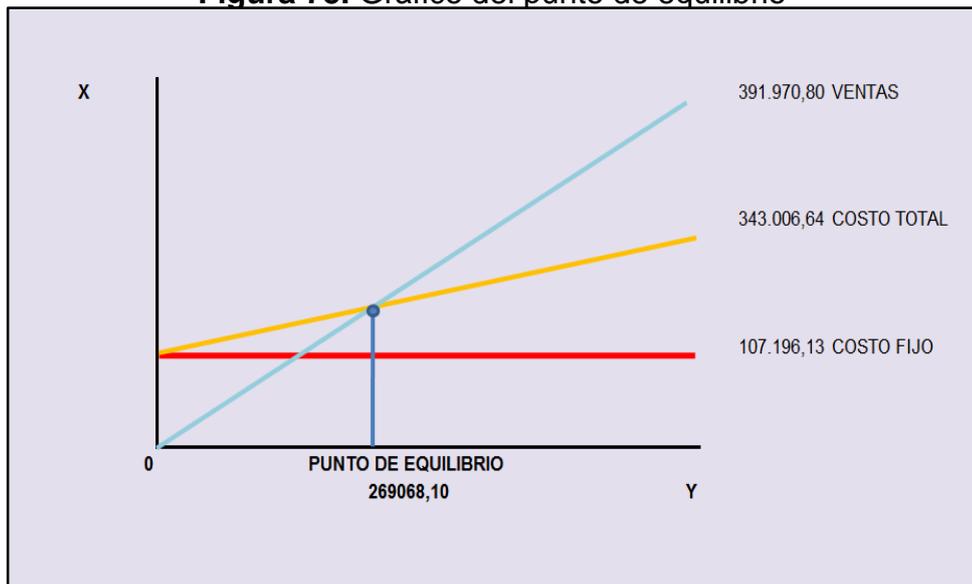
Calculo del punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - CV_u}$$

$$PE = \frac{107.196,13}{0,39840}$$

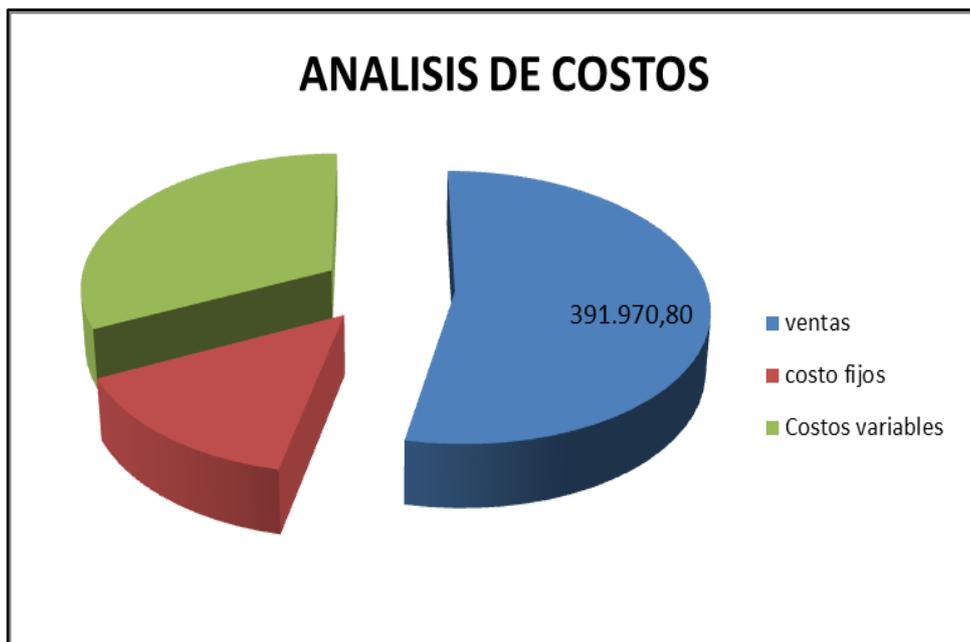
$$PE = 269.068,10$$

Figura 75. Gráfico del punto de equilibrio



Fuente: Inversión y Financiamiento
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Figura 76. Análisis de costos



Fuente: Inversión y Financiamiento
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 65. Estado de pérdidas y Ganancias de la Industria Costanol S.A.

Industria Costanol S.A.						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	391.970,80	411.569,34	432.147,81	453.755,20	476.442,96	2.165.886,10
(-) COSTO DE VENTAS	235.810,51	254.597,03	267.326,89	280.693,23	294.727,89	1.333.155,55
UTILIDAD BRUTA	156.160,29	156.972,31	164.820,92	173.061,97	181.715,07	832.730,55
(-) COSTOS INDIRECTOS	107.196,13	117.097,85	122.511,66	126.899,26	132.867,98	606.572,88
UTILIDAD OPERACIONAL	48.964,16	39.874,45	42.309,26	46.162,71	48.847,09	226.157,67
(-) GASTOS FINANCIEROS	6.136,39	4.909,11	3.681,83	2.454,56	1.227,28	18.409,17
UTILIDAD ANTES PART. IMP	42.827,77	34.965,34	38.627,43	43.708,15	47.619,81	207.748,50
(-) PARTICIPACION EMPLEADOS	6.424,17	5.244,80	5.794,11	6.556,22	7.142,97	31.162,28
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	36.403,61	29.720,54	32.833,31	37.151,93	40.476,84	176.586,23
(-) IMPUESTO RENTA	8.008,79	6.241,31	6.895,00	7.801,91	8.500,14	37.447,14
UTILIDAD NETA	\$ 28.394,81	\$ 23.479,23	\$ 25.938,32	\$ 29.350,03	\$ 31.976,70	\$ 170.301,36

Fuente: Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Los resultados que se observan en el estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado de la Industria Costanol S.A., revelan que en el primer año se obtendrá una utilidad neta de \$28.394,81, y está bajará en el año dos a \$23.479,23, es decir, en un 17,31%, debido a que, aunque aumentaron las ventas en un 5%, los costos de ventas y los costos indirectos también se incrementaron pero en mayor medida, 7,97% y en 9,24% respectivamente, porque desde el segundo año a todos los trabajadores se debe pagar fondos de reserva. En el tercer año la utilidad neta se incrementará en un 10,47% en relación al año anterior, pero aun así no se alcanzará el resultado que se obtuvo en el primer año. Al cuarto año se obtendrá una utilidad de \$29.350,03, es decir, 13,15% más que el año anterior y se superará en un 3,36% a los resultados del primer año. Por último en el año 5, se aumentará la utilidad en un 8,95%.

Cuadro 66. Flujo de caja proyectado de la propuesta

INDUSTRIA COSTANOL S.A.							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	391.970,80	411.569,34	432.147,81	453.755,20	476.442,96	2.165.886,10
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		391.970,80	411.569,34	432.147,81	453.755,20	476.442,96	2.165.886,10
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	78.270,28	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	78.654,43	87.570,15	91.948,66	96.546,09	101.373,40	456.092,74
GASTO DE VENTAS	-	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	66.307,58
GASTOS GENERALES	-	7.720,00	8.106,00	8.511,30	8.936,87	9.383,71	42.657,87
COSTO DE VENTA	-	235.810,51	254.597,03	267.326,89	280.693,23	294.727,89	1.333.155,55
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	6.424,17	5.244,80	5.794,11	6.556,22	7.142,97
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	8.008,79	6.241,31	6.895,00	7.801,91	8.500,14
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	78.270,28	334.184,94	377.306,14	392.502,96	412.756,80	434.429,20	1.913.856,84
FLUJO OPERATIVO	-78.270,28	57.785,86	34.263,20	39.644,85	40.998,40	42.013,76	214.706,06
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	54.789,20	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	54.789,20	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	10.957,84	10.957,84	10.957,84	10.957,84	10.957,84	54.789,20
PAGO DE INTERESES	-	6.136,39	4.909,11	3.681,83	2.454,56	1.227,28	18.409,17
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	17.094,23	15.866,95	14.639,67	13.412,40	12.185,12	73.198,37
FLUJO NETO NO OPERATIVO	54.789,20	-17.094,23	-15.866,95	-14.639,67	-13.412,40	-12.185,12	-73.198,37
FLUJO NETO	-23.481,08	40.691,63	18.396,24	25.005,17	27.586,00	29.828,64	141.507,69
SALDO INICIAL	-	8.092,28	48.783,91	67.180,16	92.185,33	119.771,33	
FLUJO ACUMULADO	-	48.783,91	67.180,16	92.185,33	119.771,33	149.599,97	

TIR DEL NEGOCIO
51%

TIR DEL INVERSIONISTA
25%

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 67. Balance General de la propuesta

INDUSTRIA COSTANOL S.A.						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	8.092,28	48.783,91	67.180,16	92.185,33	119.771,33	149.599,97
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	8.092,28	48.783,91	67.180,16	92.185,33	119.771,33	149.599,97
ACTIVOS FIJOS	70.178,00	70.178,00	70.178,00	70.178,00	70.178,00	70.178,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		8.821,70	17.643,40	26.465,10	33.989,90	41.514,70
TOTAL DE ACTIVO FIJO	70.178,00	61.356,30	52.534,60	43.712,90	36.188,10	28.663,30
TOTAL DE ACTIVOS	78.270,28	110.140,21	119.714,76	135.898,23	155.959,43	178.263,27
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	54.789,20	43.831,36	32.873,52	21.915,68	10.957,84	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	6.424,17	5.244,80	5.794,11	6.556,22	7.142,97
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	8.008,79	6.241,31	6.895,00	7.801,91	8.500,14
TOTAL PASIVO	54.789,20	58.264,32	44.359,63	34.604,79	25.315,97	15.643,11
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	23.481,08	23.481,08	23.481,08	23.481,08	23.481,08	23.481,08
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	28.394,81	23.479,23	25.938,32	29.350,03	31.976,70
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	28.394,81	51.874,04	77.812,36	107.162,38
TOTAL PATRIMONIO	23.481,08	51.875,90	75.355,12	101.293,44	130.643,47	162.620,17
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	78.270,28	110.140,21	119.714,76	135.898,23	155.959,43	178.263,27
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Balance General

Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Cuadro 68. Índices Financieros de la propuesta

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos Operativos	-78.270,28	57.785,86	34.263,20	39.644,85	40.998,40	42.013,76
INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-78.270,28	40.691,63	18.396,24	25.005,17	27.586,00	29.828,64
TASA DE DESCUENTO						
TASA DE DESCUENTO	16,00%					
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO		MAYOR AL 12%				
SUMATORIA DE FLUJOS	214.706,06					
AÑOS	5					
INVERSION INICIAL	78.270,28					
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	54,86%					
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		143.323,66				
VAN	POSITIVO	65.053,38				
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,20				
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	120,32				
TASA INTERNA DE RETORNO DEL NEGOCIO		50,79%				
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA		24,96%				
RATIOS FINANCIEROS						
VENTAS	391.970,80					
COSTO DIRECTO	235.810,51					
COSTO INDIRECTO	107.196,13					
FLUJO NETO	40.691,63					
PAGO DE DIVIDENDOS	10.957,84					
GASTOS FINANCIEROS	6.136,39					
GASTOS PERSONAL	78.654,43					
ACTIVOS FIJOS NETOS	61.356,30					
PUNTO DE EQUILIBRIO						
EN DOLARES	269068,10					
EN PORCENTAJE	68,64%					
CAPITAL DE TRABAJO						
	POSITIVO	25005,17				
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,71				
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	21,63				
INDICE DE EMPLEO		1,28				
DATOS						
ACTIVO CORRIENTE	48.783,91					
ACTIVOS TOTALES	110.140,21					
UTILIDAD NETA	28.394,81					
RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ						
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5571	55,71%			
RENDIMIENTO CORRIENTE						
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2578	25,78%			
RAZONES						
UTILIDAD OPERATIVA	214.706,06					
GASTOS FINANCIEROS	18.409,17					
INVERSION INICIAL	78.270,28					
UTILIDAD NETA	170.301,36					
VALOR DEL CREDITO	54.789,20					
VENTAS	2.165.886,10					
COSTO DE VENTA	1.939.728,43					
TOTAL DEL ACTIVO	28.663,30					

Fuente: Razones financieras
Elaborado por: Martha Alvarado y Rosa Bonete

Para medir la viabilidad del presente proyecto se toma en consideración los criterios de rentabilidad del Valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de retorno (TIR),

Comparamos el valor que nos salió como resultado en la TIR del inversionista con la tasa de descuento también conocida como tasa de oportunidad o tasa libre de riesgos y tenemos que la TIR del inversionista es mayor en un 9% que la tasa de oportunidad, es decir, el proyecto si es factible debido a que supera la rentabilidad mínima requerida por los inversionistas.

Por otro lado, después de descontar en el presente todos los flujos de caja futuros del proyecto y restarle el valor de la inversión inicial, tenemos como resultado un valor actual neto positivo de \$65.053,38, lo que corrobora que el proyecto debe ser aceptado.

5.7.3 Impacto

Social

- Generar fuentes de trabajo estable para los habitantes del Cantón Naranjal dándole prioridad a las personas que viven en la cooperativa 6 de julio o en sectores aledaños.
- Proveer materia prima de calidad a los restaurantes para que tengan la seguridad de que su comida no perjudicara la salud del consumidor.
- Poner a disposición de los consumidores pulpa de cangrejo rojo y de jaiba azul de la mejor calidad, fabricada bajo las más estrictas normas de higiene, con lo que se estaría salvaguardando la salud de las personas.
- Impulsar a las personas en general a atreverse a elaborar platillos fuera de lo común a base de pulpa de cangrejo y de jaiba.

Económico

- Contribuir con el desarrollo socio – económico del cantón Naranjal y del país en general, porque toda empresa al generar plazas de trabajo, colabora con la disminución de la tasa de desempleo del Ecuador.
- Lograr que este tipo de producto adquiriera mayor relevancia en el mercado de consumo alimenticio del Ecuador.

Ambiental

- Cuidar el medio ambiente y el aspecto de la cooperativa 6 de julio depositando todos los desperdicios especialmente los restos de los cangrejos y de la jaiba, en fundas de basuras resistentes y posteriormente en sacos para evitar que se propaguen malos olores y colocar todo esto en el tendal que fue asignado por el municipio.

5.7.4 Cronograma

Cuadro69. Diagrama de Gantt de la propuesta

#	Actividades	Tiempo de duración (semanas)																							
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Búsqueda del terreno	█																							
2	Cotización sobre el costo de construcción de la planta procesadora y de las oficinas de la Industria Costanol S.A.		█	█																					
3	Cotización de los muebles, equipos de oficina y de computación, además de todos lo necesario para la planta procesadora de cangrejo y jaiba.			█	█	█																			
4	Búsqueda de financiamiento.					█	█																		
5	Compra del terreno y construcción de la planta procesadora de cangrejo y jaiba y de las oficinas de Costanol S.A.							█	█	█	█	█	█	█	█	█									
6	Obtener los permisos necesarios para el funcionamiento de la Industria															█	█	█	█						
7	Compra y adecuación de todos los mobiliarios de oficina y las herramientas de la planta.																		█	█	█				
8	Reclutamiento y Selección de personal																			█	█				
9	Socialización de la misión, visión, objetivos, etc. de la empresa con los empleados y entrega del manual de funciones a cada empleado.																					█			
10	Capacitación del personal																						█	█	
11	Promoción y publicidad.																								█
12	Ejecución del proceso productivo.																								█

Fuente: Autoras

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Mediante las encuestas aplicadas a 380 habitantes de Naranjal se determinó que la mayoría de ellos opinan que la pulpa de jaiba y de cangrejo que se comercializa en su cantón es de mala calidad y por ello no logra satisfacer sus necesidades.
- Se dedujo que por la falta de un espacio con instalaciones adecuadas y las herramientas apropiadas para ejecutar el proceso es difícil desarrollar la actividad con total higiene.
- La falta de capacitación para desarrollar todas las actividades que engloban el proceso de la extracción de la pulpa tanto del cangrejo como de la jaiba provoca el desperdicio de la materia prima, por lo que este tipo de producto a pesar de no tener marca ni registro sanitario se lo venda a precios altos.
- Además, aún son muchas las personas que no han probado este tipo de productos principalmente porque la oferta de este producto proviene del mercado informal, por lo que el mismo, no tiene ninguna garantía de calidad.
- Son pocas las empresas que se dedican a realizar el proceso de la extracción de la pulpa de cangrejo y de la jaiba, y la mayoría de ellas son pequeñas, es decir, no tienen una gran capacidad productiva, por lo son pocas las ciudades del Ecuador en las que se distribuye este producto.
- Existen muchos mercados potenciales a los que la empresa puede introducir sus productos.
- La tasa interna de retorno (TIR) es del 25%, debido principalmente al alto nivel de inversión en Activos Fijos y Capital de trabajo que la Industria Costanol S.A. tuvo que hacer para empezar a producir, además de que el 70% de dicha inversión es financiada a un plazo de 5 años y a una tasa de interés del 11,20% anual, pero a pesar de ello la TIR de Costanol supera la tasa de descuento, lo que significa que se estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, por lo cual el proyecto debe ser aceptado.
- El valor actual neto (VAN) de la Industria Costanol es de \$65.053,38, es decir, es positiva, lo que significa que el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES:

- Para la ejecución del proyecto se debe analizar detenidamente la información recopilada a lo largo de la investigación, para conocer detalles importantes de las principales materias primas que utilizará la industria, además de los datos más relevantes que se deben conocer para el correcto manejo empresarial.
- Cumplir con todos los requisitos para la constitución de la empresa y lograr que todos los papeles siempre estén en regla para no tener futuras complicaciones.
- Antes de empezar con el proceso de producción capacitar correctamente al personal y entregarles un manual de funciones donde se exprese claramente cuáles serán sus actividades dentro de la empresa.
- Socializar la misión, visión, valores corporativos, políticas, etc. con todos los empleados de la Industria a fin de lograr que todos trabajen en conjunto para conseguir un mismo objetivo.
- Lograr que los proveedores de cangrejo y de jaiba entreguen a la empresa el mejor producto, es decir, los más grandes crustáceos que hayan capturado.
- Elaborar planes estratégicos flexibles, es decir, que se puedan realizar cambios si los objetivos no se estuvieran cumpliendo.
- Reinvertir un tanto por ciento de las utilidades en el negocio.
- Hacer constantes análisis del mercado.
- Tener planes de contingencias.

BIBLIOGRAFIA DE LA INVESTIGACIÓN

1. BUITRAGO, Jorge: *Presupuesto*, Tunja, Ediciones Uniboyacá, 2002
2. CABRERA, Carlos, TUMBACO, Antonio, NOBLECILLA, Marco: *Evaluación de factibilidad técnica financiera para la instalación de una planta procesadora de cangrejo*, Tesis de grado para optar el Título de Acuicultor, Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica del litoral, Guayaquil, 2011.
3. CERTO, Samuel: *Administración moderna*, Pearson educación, 2001
4. COELLO, Segundo, ALTAMIRANO, Manfred: *Buenas prácticas de aprovechamiento y uso de recursos Costeros en Ecuador*, Estrella, Naranjal, 2005.
5. Constitución política del Ecuador
6. D'ALESSIO, Fernando: *El proceso estratégico un enfoque de gerencia (2008)*, Pearson, pp.61, 62, 68
7. EL UNIVERSO: *Enciclopedia visual Seres Vivos*, Santillana, p.90
8. ESTRELLA, Rodrigo: *Ciencias Naturales*, Radmandí, p. 93, 94
9. FLEITMAN, JACK: *Negocios exitosos*, McGraw-Hill, 2000. P. 246 INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: *Aspectos pesqueros, biológicos y socioeconómicos de la captura del cangrejo rojo (Ucides occidentalis) en los manglares del Ecuador*.
10. Idalberto Chiavenato. *Administración: teoría, procesos y práctica*, Sao Paulo, Mark Books, 1994, p. 168
11. INSTITUTO NACIONAL DE PESCA DEL ECUADOR: *Boletín Científico y Técnico*, p. 38, 40, 44
12. INSTITUTO SUPERIOR TECNICO "VICENTE ROCAFUERTE": *Fundamentos de administración (2007)*

13. LANDEAU, Rebeca: *Elaboración de trabajos de investigación*, Alfa, Caracas, 2007.
14. Ley de pesca y desarrollo pesquero del ecuador.
15. Ley orgánica de defensa al consumidor.
16. Ley orgánica de salud del ecuador.
17. Ley orgánica de régimen tributario interno.
18. MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA: *Acuerdo Ministerial N° 016*, Milagro, Autor, 2012.
19. ROBBINS, Stephen, COULTER, Mary: *Administration* (2008), p. 61, 62,63, 65, 69
20. TORTORA, Gerard, FUNKE, Berdell, CASE, Cristine: *Introducción a la microbiología*, Panamericana, p. 377
21. Twilley Robert: *Litter dynamics in riverine mangrove forests in the Guayas river estuary, Ecuador*
22. VALERO, Rodrigo y colaboradores: *Formación empresarial* (2011), Pearson, p. 6, 126

LINCOGRAFIA DE LA INVESTIGACIÓN

1. AUTOR ANONIMO: *Cangrejo de los Manglares*,http://www.imarpe.gob.pe/tumbes/especies_comerciales/invertebrados/cangrejo_manglar.pdf, extraído el 8 de octubre del 2012.
2. AUTOR ANÓNIMO: *Investigación bibliográfica*,
<http://www.hospitalolavarria.com.ar/Investigaci%C3%B3n%20bibliogr%C3%A1fica.htm>, extraído el 10 de octubre de 2012.
3. AUTOR ANÓNIMO: *Tipos de cangrejos*,
<http://www.taringa.net/posts/info/6299625/Tipos-de-cangrejos.html>, extraído el 11 de octubre del 2012.

4. AUTOR ANÓNIMO: *Malacostráceos*, <http://www.asturnatura.com/articulos/artropodos/decapod.php>, extraído el 12 de octubre del 2012
5. CARO, Ricardo: *La administración Moderna*, 2012, <http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/departamentalizacion.html>.
6. CODINA, Alexis: *Fuente de poder en las organizaciones*, 2007, [http://www.degerencia.com/articulo/fuentes de poder en las organizaciones](http://www.degerencia.com/articulo/fuentes_de_poder_en_las_organizaciones)
7. CORPORACIÓN COORDINADORA NACIONAL PARA LA DEFENSA DEL ECOSISTEMA MANGLAR: *¿Qué es el sistema Manglar?*, <http://www.ccondem.org.ec/cms.php?c=181>, extraído el 7 de octubre del 2012.
8. CRECE NEGOCIOS.COM: *Visión de una empresa* (2011), <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>
9. CRECE NEGOCIOS.COM: *Los objetivos de una empresa* (2011), <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
10. CRECE NEGOCIOS.COM: *Los objetivos de una empresa* (2011), <http://www.crecenegocios.com/las-estrategias-de-una-empresa/>
11. ECURED: *Jaiba azul*, disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Jaiba_azul
12. EMPRENDEDORES: *Estudio de mercado*, <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
13. EMPRESA MATRIZ FODA: *Qué es una matriz FODA*, <http://www.matrizfoda.com/home.html>
14. GOBIERNO PROVINCIAL DEL GUAYAS: *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial provincial*, 2012, <http://www.quayas.gob.ec/dmdocuments/ley-de-transparencia/literal-k/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20-V-3-SENPLADES.pdf>
15. GRAJALES, Tevni: *Tipos de Investigación*, <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:7cNMUfVnaMJ:www.tgrajales.net>

[t/investipos.pdf+definicion+de+investigación+aplicada&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESjPjMvzr1yPwnMJzn6KZvBR9thw2SiEcjkuCFga86UZ4LceCb_OR9FhndkltzL-vFRQ4if5uvGYd-viA7rPIDnGRcYaG0L4i5CuqxzU2W5eo6j9Fpu9Q6vBxv9_SNHe-2qd1Nr&sig=AHIEtbSpEGk-84P5br6jjdPEos2gbChJ_g](http://investipos.pdf+definicion+de+investigación+aplicada&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESjPjMvzr1yPwnMJzn6KZvBR9thw2SiEcjkuCFga86UZ4LceCb_OR9FhndkltzL-vFRQ4if5uvGYd-viA7rPIDnGRcYaG0L4i5CuqxzU2W5eo6j9Fpu9Q6vBxv9_SNHe-2qd1Nr&sig=AHIEtbSpEGk-84P5br6jjdPEos2gbChJ_g), extraído el 10 de octubre del 2012.

16. GROSS, Manuel: *Conceptos sobre estructura organizacional*, 2010, <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/801220/Conceptos-sobre-la-Estructura-Organizacional.html>
17. HORTON, Andy, LILLEY, Jane: *¿Por qué los cangrejos caminan de lado?*, <http://marenostrum.org/vidamarina/animalia/invertebrados/crustaceos/cangrejos/index.htm>, extraído el 8 de octubre del 2012.
18. LOMAS, Edison, CARRANQUI, J., ESPINOZA, L., CORRÍA, R: *Plan de evaluación y manejo del cangrejo Rojo (Ucides occidentalis) y concha negra (anadarasimilis y anadara tuberculosa) en los manglares de la Costa Ecuatoriana*, https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:8siaz3NPDVIJ:dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/503/1/Articulo_concha_cangrejo.pdf+ucides+occidentalis&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESiU7SVGgBi1Uo8xqzonueV_RodvJnMmt1taKM4DeMAJCHsvJm7dorKZW6svTWaFGrgu8fEDHs_B0NMBIqVyKaZx7zH4_C-0n9K3aqCHNrkCAsTTwNQK0ne-Vj6ejoSWj4mbVX0a&sig=AHIEtbQ27qoDCMRCec2JMGPyzRBIN2mu9Q, extraído el 5 de octubre del 2012.
19. MEDINA, Mariana: *Política organizacional, concepto y esquema en la empresa*, 2012, <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa.htm>
20. Nota positiva: *Ratio Financiero*, http://www.notapositiva.com/diccionario_gestao/dicgestsp/racio_financeiro.htm.

21. OLIVARES, Néstor: *Proceso Administrativo*, <http://es.scribd.com/doc/3236439/El-Proceso-Administrativo-Direccion-y-Control>
22. PORTER, Michael: *Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2506526>
23. TRANSPARENCIA AMBIENTAL: *¿Qué son los manglares?*, <http://www.transparencia-ambiental.org.mx/spip.php?article12>, extraído el 7 de octubre del 2012.
24. VALDA, Juan Carlos: *El control administrativo y su importancia*, 2010, <http://jcvalda.wordpress.com/2010/03/10/el-control-administrativo-su-importancia/>
25. VALDERRAMA, Gualberto: *El cangrejo rojo*, http://www.perutoptours.com/index23za_cangrejo_rojo.html, extraído el 9 de octubre
26. UNIVERSIDAD DE CHAMPAGNAT- PORTAL DE ESTUDIANTES DE RECURSOS HUMANOS: *Teoría de la Organización – La estructura organizacional*, 2002, <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-estructura-organizacional.htm>
27. UNIVERSIDAD DE MALAGA: *Plan estratégico*, <http://www.infouma.uma.es/planestrategico/que.htm>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Naranjal



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Encuesta que se aplicará a los habitantes del cantón Naranjal

Estimada amiga.

Estamos interesadas en conocer su opinión sobre los productos - pulpa de cangrejo y jaiba ya extraída en cualquiera de sus presentaciones

Pedimos por favor que contesten todas las preguntas de la presente encuesta con la mayor sinceridad posible.

Les agradecemos de antemano por el tiempo y la atención brindada.

Datos Informativos

Sexo:

Masculino
Femenino

<p>1.- ¿Con qué frecuencia usted consume cangrejo?</p> <p>Frecuentemente <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/></p>	<p>1.- ¿Ha consumido la jaiba azul?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>3. ¿Fue de su agrado la jaiba azul?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
<p>5.- ¿Ha consumido usted la pulpa del cangrejo ya extraída?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>5. ¿Ha consumido usted la pulpa de la jaiba ya extraída?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>6. ¿Se siente satisfecho con la calidad y presentación de la pulpa del cangrejo?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
<p>7. ¿Se siente satisfecho con la calidad y presentación de la pulpa de jaiba?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>8. Volvería a consumir la pulpa del cangrejo y jaiba que ya ha probado</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>9. Cree usted que por el hecho de realizar el proceso de la extracción de la pulpa del cangrejo y la jaiba en sitios que no están debidamente adecuados para garantizar un ambiente totalmente higiénico?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>
<p>10. ¿Considera usted que la falta de tecnificación para realizar el mencionado proceso productivo influye en la deficiencia de la calidad del producto?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>	<p>11. Para usted los precios de estos productos son:</p> <p>Alto <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Desconoce <input type="checkbox"/></p>	<p>12.- ¿Consumiría usted la pulpa de cangrejo y de jaiba procesada por una empresa local?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>

Anexo 2. Acuerdo Ministerial N° 241 emitido por el Ministerio de Agricultura,
Ganadería, Acuacultura y Pesca el 5 de julio del 2010

Art. 1.- La industria acuícola deberá cumplir con los siguientes requisitos sanitarios mínimos:

PRIMERO: Requisitos de construcción y materiales de construcción:

1. Diagrama de flujos de producción:

- 1.1 Toda planta industrial deberá mantener, diagramas de flujo de los diferentes productos a procesar.
- 1.2 Las plantas industriales deberán tener áreas adecuadas en términos de tamaño, disposición e higiene, acorde a su capacidad de producción diaria.
- 1.3 Las plantas industriales deberán establecer y prevenir en sus diagramas de flujo el cruce de líneas de producción (evitar contaminación cruzada).

2. Área de recepción de materia prima:

- 2.1 Las áreas de recepción deberán mantenerse en buenas condiciones generales de limpieza, higiene y mantenimiento.
- 2.2 Los pisos y paredes del área de recepción deberán ser contruidos o adecuados de tal forma que faciliten su fácil limpieza y desinfección.
- 2.3 Los techos deberán ser contruidos de materiales de fácil limpieza y desinfección.
- 2.4 El sistema de agua potable y su suministro debe ser efectivo y adecuado de acuerdo a las necesidades del procesamiento diario de la planta, así como contar con un drenaje, igualmente adecuado y efectivo.
- 2.5 El área física deberá disponer de todos los medios necesarios para evitar el ingreso de plagas/pestes.

3. Área de procesamiento:

- 3.1 Los pisos deben ser contruidos con materiales resistentes, no porosos y que permitan su fácil limpieza y desinfección.
- 3.2 Los pisos deberán disponer de drenajes eficientes, que permitan el libre flujo, evitando el estancamiento de líquidos (formación de charcos).

3.3 Las paredes deberán ser construidas con materiales de fácil limpieza desinfección y resistentes a agentes desinfectantes autorizados.

3.4 Los techos/tumbados deberán ser construidos de materiales de fácil limpieza y desinfección.

3.5 Las puertas deberán ser construidas de materiales no porosos y deberán permitir su fácil limpieza y desinfección.

3.6 El área de procesamiento deberá contar con ventilación adecuada y suficiente.

3.7 El área de procesamiento deberá contar con iluminación de intensidad adecuada acorde a sus necesidades y las lámparas deberán contar con la respectiva protección.

4. Área de lavabos:

4.1 La planta industrial deberá contar con lavabos en áreas de entrada a procesos, en número suficiente de acuerdo a sus necesidades operativas.

4.2 A fin de evitar la contaminación cruzada, los lavabos no deben ser accionados manualmente.

4.3 Las áreas de lavabos deberán disponer en forma permanente de jabón y/o desinfectante autorizado para su uso con alimentos.

4.4 Las áreas de lavabos deberán contar con un sistema de acceso a toallas desechables u otro sistema de secado higiénico que evite la contaminación.

5. Cámaras térmicas y/o de refrigeración:

5.1 Los pisos de las cámaras térmicas y/o de refrigeración deberán ser construidos de materiales de fácil limpieza y desinfección, sin porosidades que permitan la acumulación de suciedad.

5.2 Los pisos deberán disponer de sistemas de drenajes eficientes que permitan que los líquidos fluyan libremente, evitando la formación de charcos.

5.3 Las paredes deberán ser construidas de material de fácil limpieza y desinfección.

5.4 Los tumbados/techos deberán ser construidos o adaptados de tal forma que facilite su limpieza y desinfección. Además, deberán permanecer libres de óxido.

5.5 Las puertas deben ser construidas con materiales de fácil limpieza y desinfección, y mantenerse libres de óxido.

5.6 El sistema de iluminación debe ser de suficiente intensidad y las lámparas o focos deben estar protegidos.

5.7 Las cámaras térmicas y/o de refrigeración deberán tener la suficiente capacidad para mantener temperatura óptima para el producto en los rangos mínimos de temperatura.

5.8 Se deberá llevar un sistema eficiente de registro de temperaturas.

6. Protección contra plagas/roedores:

6.1 La planta industrial deberá disponer de un cordón sanitario externo, y programas de control de plagas que cumplan los requerimientos sanitarios establecidos.

7 Limpieza de instrumentos y equipos que estén en contacto con el producto.

7.1 Todos los equipos, utensilios e instrumentos de trabajo que estén en contacto directo con el producto deberán estar libres de óxido y permitir una fácil limpieza y desinfección.

8. Residuos y/o desperdicios:

8.1 La planta industrial deberá disponer de contenedores de fácil limpieza y desinfección.

8.2 La planta industrial deberá disponer de áreas de almacenamiento de residuos y desperdicios de acuerdo a la capacidad máxima de producción diaria, de tal forma que evite la contaminación cruzada.

9. Uso de agua potable y/o agua segura:

9.1 La planta industrial deberá disponer de agua potable y/o agua segura con suficiente capacidad, presión y volumen accesible a todas las áreas y de acuerdo a su máximo volumen de producción diaria.

9.2 La planta deberá disponer de un sistema de control que evite el reflujo a las cañerías.

9.3 La planta deberá disponer de dispositivos para colgar las mangueras donde sea necesario.

9.4 Todos los dispositivos de almacenamiento de agua potable y/o agua segura en la planta industrial, sean cisternas o depósitos, deben ser construidos o adecuados de tal forma que se evite la contaminación cruzada.

10. Utensilios y químicos de limpieza:

10.1 La planta industrial deberá disponer de un área específica para el almacenamiento de utensilios y productos químicos destinados a la limpieza, adecuada a estas necesidades, construida y ubicada de tal forma que evite la contaminación cruzada.

11. Aguas post proceso:

11.1 Todas las aguas del post proceso deberán ser manejadas y drenadas en forma adecuada y evitando la contaminación cruzada.

11.2 Todo el sistema de drenaje de la planta industrial deberá ser adecuado al flujo de aguas post proceso, y serán construidos o adecuados de tal forma que permita su fácil limpieza, desinfección e higiene.

12. Cubas de transporte:

12.1 Todas las cubas y/o contenedores de transporte de materia prima deberán estar en buenas condiciones generales de limpieza, higiene, mantenimiento y libres de óxido.

13. Baños y vestuarios:

13.1 Baños:

13.1.1 Los baños deberán ser construidos o adecuados de tal forma que no se abran directamente a las áreas de proceso o de manipuleo de los alimentos.

13.1.2 Los servicios higiénicos de la planta industrial deberán contar con un sistema de evacuación en buen estado de funcionamiento e higiene.

13.1.3 Los pisos de los baños deberán ser construidos con materiales de fácil limpieza y desinfección.

13.1.4 Los pisos de los baños deberán disponer de sistemas de drenaje eficientes, permitiendo que el agua fluya libremente y evitando la formación de charcos.

13.1.5 Las paredes de los baños deberán estar construidas con materiales de fácil limpieza y desinfección.

13.1.6 Los techos de los baños deberán ser construidos con materiales de fácil limpieza y desinfección.

13.1.7 Los baños deberán contar con lavabos en números suficientes, en las áreas de salida, y deberán ser construidos de tal forma que se evite la contaminación cruzada.

13.2 Vestuarios:

13.2.1 Los vestuarios deberán ubicarse evitando el acceso directo a las áreas de proceso e impidiendo la contaminación cruzada.

13.2.2 El funcionamiento de los vestuarios permitirá el guardado higiénico de la vestimenta.

13.2.3 Los pisos de los vestuarios serán construidos de materiales de fácil limpieza y desinfección, no porosos.

13.2.4 Los pisos de los vestuarios deberán contar con un sistema de drenajes eficiente, permitir que el agua fluya libremente y evite la formación de charcos.

13.2.5 Las paredes de los vestuarios deberán ser construidos de materiales de fácil limpieza y desinfección.

13.2.6 Los techos del área de vestuarios deberán ser construidos de materiales de fácil limpieza y desinfección.

14. Control de limpieza e higiene de los uniformes:

14.1 La planta industrial deberá contar con el servicio de lavandería que cubra los requerimientos mínimos respecto al número de empleados existentes.

14.2 En caso de lavanderías internas, éstas deben presentar buenas condiciones de limpieza, higiene y mantenimiento.

14.3 Para el caso de lavanderías externas, el establecimiento debe asegurarse de la higiene y sanitización de los uniformes durante el transporte.

14.4 En caso que el establecimiento no cuente con lavandería de uniformes, se realizarán controles físicos y microbiológicos de las superficies de contacto de los uniformes para verificar que sus sistemas de control de limpieza e higiene de los mismos son efectivos.

15. Ambiente externo:

15.1 El establecimiento deberá ubicarse lejos de áreas de potencial contaminación; donde el área circundante a la planta esté libre de malezas, materiales de desechos, botadero de basura, fábricas de químicos, etc.

Anexo 3.Acuerdo Ministerial No. 016 del Ministerio de Comercio Exterior y
Subsecretaría de Recursos pesqueros

Art. 1.- Reformar el artículo 1 del Acuerdo Ministerial No 171, publicado en el Registro Oficial No 453 el 14 de noviembre del 2001, en lo que respecta a la duración del período de veda de la reproducción del cangrejo rojo y azul, estableciéndose el nuevo período de veda en todo el territorio nacional para la captura, transporte, posesión, procesamiento y la comercialización interna y externa del recurso cangrejo de las especies *Ucides Occidentales Ortmann* (cangrejo rojo) y *Cardisona Crassum Smith* (cangrejo azul), desde las cero horas del 15 de enero hasta las 24 horas del 15 de febrero de cada año, lapso durante el cual se considera el período del precortejo y la cópula, actividades biológicas que se realizan exclusivamente en el exterior de las madrigueras, siendo vulnerables a una sobre captura, que no permite la normal reproducción de estas especies.

Art. 2.- Reformar el artículo 1 del Acuerdo Ministerial No 030, publicado en el Registro Oficial No 130 el 22 de julio del 2003, en lo que respecta a la duración del período de veda de la muda del cangrejo rojo y azul, estableciéndose el nuevo período de veda en todo el territorio nacional para la captura, transporte, posesión, procesamiento y la comercialización interna y externa del recurso cangrejo de las especies *Ucides Occidentales Ortmann* (cangrejo rojo) y *Cardisona Crassum Smith* (cangrejo azul), desde las cero horas del 15 de agosto hasta las 24 horas del 15 de septiembre de cada año, por ser la fase de muda de estos organismos, condición en la cual no es apto para el consumo humano.

Anexo 4. Formato de declaración de impuesto de patente municipal



ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN NARANJAL

**DIRECCION FINANCIERA MUNICIPAL
JEFATURA DE RENTAS**

0000800

El Triunfo, a _____ de _____ del 200__

DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTES

El cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 302 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que establece, regula y reglamenta el cobro del Derecho anual de patente, inscribo y declaro:

Nombre o razón Social:		N°- R.U.C.	
Representante Legal:		N°- C. Identidad	
Dirección:		Teléfono:	
Ubicación:	Dirección Sucursales		Capital:
Zona Urbana	1.-		
Zona Rural	2.-		U.S.D
Actividad Económica Principal:			Inicio de Actividades:
Descripción:			
JURIDICOS		ARTESANOS	
N°- de Resolución	Fecha de Resolución	Acuerdo Ministerial N°:	Fecha de Resolución
Matrícula de Comercio:		J.N.D Artesano N°:	Matrícula de Comercio:
<p>NOTA: Le recordamos que los Arts. 323, 333 y 334 del Código Tributario Codificado y la disposición general séptimo de la Ley para la reforma de las finanzas públicas, R.O. N° 181 del 30 de abril de 1999, disponen la CLAUSULA de los establecimientos, cuando los contribuyentes no han presentado la declaración y pago de la Ley y no han proporcionado la información requerida, la misma que no podrá ser sustituida por sanciones pecuniarias y se aplicará sin perjuicio de la acción penal que hubiere lugar.</p>			
<p>Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad, declaro que toda la información contenida en este formulario es verídica y correcta, sin perjuicio de las sanciones legales aplicables, de comprobarse que es irreal, se considera como No obtenida la patente anual municipal para los fines pertinentes.</p>			
Nombre del declarante:		Firma del declarante:	
C. Identidad:			
Funcionario Responsable:	Fecha de inscripción:	Registro de Patente N°	

Anexo 5. Formato de permiso de cuerpo de bomberos



CUERPO DE BOMBEROS
NARANJAL

R.U.C.: 0968557530001

Naranjal - Guayas - Ecuador

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
Tasa por servicio de prevención
VALIDO DE ENERO A DICIEMBRE 2013

Valor \$: 20,00

000000115

Año: 2012 R.U.C.: 0920232259001
Nombre: José Roberto Caba Tumbán
Razón Social: Asociación "El Granero"
Dirección: Cta. San Francisco Vardamite Boca
Actividad: Venta de productos agrícolas
Valor en letras: Veinte Salones Diez y Cero Céntimos

Este departamento en atención a la solicitud presentada y ya que en el local se cumplen con las disposiciones de la Ley de Defensa contra Incendio.

Así como la documentación presentada se procede a extender la presente por servicios de prevención contra incendios.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentarse cuando fuere requerido.

Robby Sanchez
INSPECTOR RECAUDADOR



Anexo 6. Registro de empleadores en el Instituto ecuatoriano de seguridad social

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Industria Costanol S.A.

Marzo, 6 del 2013 Alvarado Romero Martha

EMPLEADORES
ACTUALIZAR

Servicio de novedades

Consulta e impresión de planillas

Consulta e impresión de comprobantes de Pago

Servicio de Monitoreo Patronal

Otros servicios

Consultas

Salir

Ayuda

ACCESOS DIRECTOS

- [Ayuda de Salida](#)
- [Ayuda de Nuevo Sueldo](#)
- [Procesos Batch, Nuevedades por Procesos Batch y Formatos](#)
- [Registros de ROLs Corporativos](#)
- [Autorización Débitos Bancarios](#)
- [Consulta e Impresión de Comprobantes de Pago](#)
- [Afiliados extranjeros activos con más de 24 meses de afiliación](#)
- [Nómina de Solicitudes de Acumulación de FR](#)

Can.	Fecha de ven.	Tpo	Periodo	Reg.	Valor	Est.	Val. Ad. Tie. Par.
1	2011-06-15 A		2011-5	4	242.92	GEN	
1	2011-06-15 P		2011-5	2	94.23	GEN	

Relación de trabajo						
No. de Emp.	% Apo.	% Ad.	Valor sueldo	Valor extras	US	FP
06 06-código del trabajo - ot						
4	20.50		1,130.00		X	P

Nota: El valor de la planilla será igual al valor del rol solo si todos los empleados laboran el mes completo.

Si desea consultar el detalle del rol acceder por la sesión de consulta a la opción [rol de empleador](#)

Planillas de aportes [normales]	
Periodo:	2011 - 5
Total de registros:	4
Sueldo total:	1,130.00
Aportes	
Valor aportes normal:	231.64
Valor aportes adicional:	0.00
Valor aportes cesantía ad.:	0.00
Valor aportes secap:	5.64
Valor aportes Iec:	5.64

Definición de Clave

A partir de la presente fecha el IESS ha modificado el proceso de aprobación de solicitudes de clave, por favor califique e imprima las solicitudes de claves de sus colaboradoras/es ingresando por el Nuevo Sistema de Empleadores.

SI EMPLEADOR NO REPORTE DÍAS NO LABORADOS CUANDO TENGA UN TRABAJADOR CON REPOSO MÉDICO, ÚNICAMENTE RECOMIENDE A SU TRABAJADOR FILIA A LA UNIDAD MÉDICA DEL

Anexo 7. Modelo de Carta al banco para pedir la apertura de cuenta de integración de capital

Banco Pichincha Sociedad Anónima
Av. Amazonas 45-60 y Pereira
Guayaquil - Ecuador

Primeramente enviándole un saludo a la autoridad que corresponda sin que se tome a mal que me dirija a usted con esta carta, sin tener el gusto de conocerle previamente.

El motivo para hacerlo es para pedirle muy cordialmente la integración del capital mediante la cuenta de la empresa "COSTANOL S.A" Conformada por los accionistas SR. DIEGO CHAFLA, con CI 172234791-9, SR.TA. DORIS CALO con CI 172370161-9, SR. GABRIEL CAICEDO con CI 172439679-9, SR.TA. CRISTINA MANTILLA con CI 172187672-8, SR.TA. STEPHANY MOROCHO con CI 172087826-1 y el SR MIGUEL PACHACAMA con CI. 172229926-8. Los mismos que aportaremos un total de 800,00 de los Estados Unidos de América, en partes equitativas, con el fin de crear la Cuenta de Integración de Capital de la Sociedad ya mencionada.

Es por ello que le ruego y le agradecería si nos enviase una contestación a esta carta confirmándola integración de dicha cuenta.

Le agradezco su tiempo y las molestias que pudiera ocasionarle.

Atentamente



Diego Bryan Chafla Pesantez
Asesor Legal

Anexo 8. Modelo de solicitud enviada al presidente de la Asociación 6 de Julio, para conseguir el permiso para poder realizar el Estudio sobre los conocimientos administrativos y operativos de las personas que tienen los negocios de la extracción y venta de la pulpa del cangrejo y la jaiba.

Milagro, Noviembre del 2012

Sr.
Luis López
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CANGREJEROS 6 DE JULIO´
Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

La presente es para solicitarle de la forma más comedida y atenta, nos permita realizar, un estudio sobre los conocimientos administrativos y operativos con los que cuentan los integrantes de la asociación que usted acertadamente dirige, que se dedican al negocio de la extracción y venta de la pulpa del cangrejo y la jaiba, ya que este será nuestro tema de investigación en la tesis que efectuaremos para conseguir los títulos de Ingenieras comerciales en la Universidad Estatal de Milagro.

Seguras de contar con su atención y apoyo le anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

Martha Alvarado Romero
C.I. 0928429331

Rosa Bonete Tigre
C.I. 0704613256

Anexo 9. Formulario del RUC 01 – A

<p>SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS Resolución No. MAC-056809C12-0007</p>	<p>REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-A</p>	<p>INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO</p>	<p>ORIGINAL SRI www.sri.gob.ec</p>		
<p>A.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD</p>			<p>01 RUC</p>		
<p>02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL</p>					
<p>03 NOMBRE COMERCIAL</p>					
<p>04 PROVINCIA</p>		<p>05 CANTÓN</p>			
<p>06 PARROQUIA</p>					
<p>07 CUIDAD/ELA</p>		<p>08 BARRIO</p>			
<p>09 CALLE</p>		<p>10 NÚMERO</p>			
<p>11 INTERSECCIÓN / MANZANA</p>		<p>12 CORRALITO</p>			
<p>13 BLOQUE</p>		<p>14 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL</p>			
<p>15 % DE OFICINA</p>		<p>16 SUPERFICIE</p>			
<p>17 FM</p>		<p>18 REFERENCIA UBICACIÓN</p>			
<p>19 CAMPO</p>					
<p>20 TELÉFONO 1</p>		<p>21 TELÉFONO 2</p>			
<p>22 TELÉFONO 3</p>		<p>23 FAX</p>			
<p>24 CELULAR</p>		<p>25 APARTADO POSTAL</p>			
<p>26 CORREO ELECTRÓNICO</p>		<p>27 SITIO WEB</p>			
<p>B.- IDENTIFICACIÓN DEL DOMICILIO ESPECIAL</p>					
<p>28 PROVINCIA</p>		<p>29 CANTÓN</p>			
<p>C.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD</p>					
<p>ORIGEN (Escriba una opción)</p>		<p>RAZÓN SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS</p>			
<p>30 RUC</p>					
<p>31 CONSTITUCIÓN</p>		<p>32</p>			
<p>33 FUSIÓN</p>		<p>34</p>			
<p>35 ESCISIÓN</p>		<p>36</p>			
<p>D.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD</p>					
<p>37 FECHA DE CONSTITUCIÓN</p>		<p>38 TIPO DE SOCIEDAD</p>			
<p>39</p>		<p>40 ORGANISMO REGULADOR</p>			
<p>41 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES</p>		<p>42 % REG. MERCANTIL</p>			
<p>43</p>		<p>44 % PATRONAL</p>			
<p>45 RUC CONTADOR</p>		<p>46 CAPITAL SUSCRITO</p>			
<p>47</p>		<p>48 INFORME</p>			
<p>49 NOMBRE DEL CONTADOR</p>					
<p>E.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL</p>					
<p>50 APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACIÓN</p>		<p>51 C.I., RUC O PASAPORTE</p>			
<p>52 NACIONALIDAD</p>		<p>53 CARGO QUE DESEMPEÑA</p>			
<p>54 PROVINCIA</p>		<p>55 CANTÓN</p>			
<p>56 PARROQUIA</p>		<p>57 CALLE</p>			
<p>58 NÚMERO</p>		<p>59 INTERSECCIÓN</p>			
<p>60 REFERENCIA</p>		<p>61 TELÉFONO 1</p>			
<p>62 TELÉFONO 2</p>		<p>63 CELULAR</p>			
<p>64</p>		<p>65 APARTADO POSTAL</p>			
<p>66</p>		<p>67 CORREO ELECTRÓNICO</p>			
<p>F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS</p>					
<p>68 CÉDULA / RUC / PASAPORTE</p>	<p>69 TIPO DE VISA</p>	<p>70 APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACIÓN</p>	<p>71 NACIONALIDAD</p>	<p>72 NOMBRES TRIBUTARIOS (PSE) O USUARIOS</p>	<p>73 % PART.</p>
74					
75					
76					
77					
78					
79					
80					
81					
<p>G.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (DOMICILIO TRIBUTARIO)</p>					
<p>82</p>					
<p>83</p>					
<p>84</p>					
<p>85</p>					
<p>86</p>					
<p>87</p>					
<p>H.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Selecciona una de las actividades ingresadas en la Sección G)</p>					
<p>88 DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL</p>					
<p>89</p>					
<p>I.- INFORMACIÓN ADICIONAL DE LA SOCIEDAD</p>					
<p>90 ES PRODUCTOR DE BIENES GRAVADOS DE ICE?</p>		<p>91</p>		<p>92</p>	
<p>93 ES IMPORTADOR DE BIENES GRAVADOS DE ICE?</p>		<p>94</p>		<p>95</p>	
<p>Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos. Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.</p>					
<p>96</p>		<p>FECHA DE PRESENTACIÓN</p>		<p>97</p>	
<p>98</p>		<p>99</p>		<p>100</p>	
<p>101</p>		<p>102</p>		<p>103</p>	
<p>104</p>		<p>105</p>		<p>106</p>	
<p>107</p>		<p>108</p>		<p>109</p>	
<p>110</p>		<p>111</p>		<p>112</p>	
<p>113</p>		<p>114</p>		<p>115</p>	
<p>116</p>		<p>117</p>		<p>118</p>	
<p>119</p>		<p>120</p>		<p>121</p>	
<p>122</p>		<p>123</p>		<p>124</p>	
<p>125</p>		<p>126</p>		<p>127</p>	
<p>128</p>		<p>129</p>		<p>130</p>	
<p>131</p>		<p>132</p>		<p>133</p>	
<p>134</p>		<p>135</p>		<p>136</p>	
<p>137</p>		<p>138</p>		<p>139</p>	
<p>140</p>		<p>141</p>		<p>142</p>	
<p>143</p>		<p>144</p>		<p>145</p>	
<p>146</p>		<p>147</p>		<p>148</p>	
<p>149</p>		<p>150</p>		<p>151</p>	
<p>152</p>		<p>153</p>		<p>154</p>	
<p>155</p>		<p>156</p>		<p>157</p>	
<p>158</p>		<p>159</p>		<p>160</p>	
<p>161</p>		<p>162</p>		<p>163</p>	
<p>164</p>		<p>165</p>		<p>166</p>	
<p>167</p>		<p>168</p>		<p>169</p>	
<p>170</p>		<p>171</p>		<p>172</p>	
<p>173</p>		<p>174</p>		<p>175</p>	
<p>176</p>		<p>177</p>		<p>178</p>	
<p>179</p>		<p>180</p>		<p>181</p>	
<p>182</p>		<p>183</p>		<p>184</p>	
<p>185</p>		<p>186</p>		<p>187</p>	
<p>188</p>		<p>189</p>		<p>190</p>	
<p>191</p>		<p>192</p>		<p>193</p>	
<p>194</p>		<p>195</p>		<p>196</p>	
<p>197</p>		<p>198</p>		<p>199</p>	
<p>200</p>		<p>201</p>		<p>202</p>	
<p>203</p>		<p>204</p>		<p>205</p>	
<p>206</p>		<p>207</p>		<p>208</p>	
<p>209</p>		<p>210</p>		<p>211</p>	
<p>212</p>		<p>213</p>		<p>214</p>	
<p>215</p>		<p>216</p>		<p>217</p>	
<p>218</p>		<p>219</p>		<p>220</p>	
<p>221</p>		<p>222</p>		<p>223</p>	
<p>224</p>		<p>225</p>		<p>226</p>	
<p>227</p>		<p>228</p>		<p>229</p>	
<p>230</p>		<p>231</p>		<p>232</p>	
<p>233</p>		<p>234</p>		<p>235</p>	
<p>236</p>		<p>237</p>		<p>238</p>	
<p>239</p>		<p>240</p>		<p>241</p>	
<p>242</p>		<p>243</p>		<p>244</p>	
<p>245</p>		<p>246</p>		<p>247</p>	
<p>248</p>		<p>249</p>		<p>250</p>	
<p>251</p>		<p>252</p>		<p>253</p>	
<p>254</p>		<p>255</p>		<p>256</p>	
<p>257</p>		<p>258</p>		<p>259</p>	
<p>260</p>		<p>261</p>		<p>262</p>	
<p>263</p>		<p>264</p>		<p>265</p>	
<p>266</p>		<p>267</p>		<p>268</p>	
<p>269</p>		<p>270</p>		<p>271</p>	
<p>272</p>		<p>273</p>		<p>274</p>	
<p>275</p>		<p>276</p>		<p>277</p>	
<p>278</p>		<p>279</p>		<p>280</p>	
<p>281</p>		<p>282</p>		<p>283</p>	
<p>284</p>		<p>285</p>		<p>286</p>	
<p>287</p>		<p>288</p>		<p>289</p>	
<p>290</p>		<p>291</p>		<p>292</p>	
<p>293</p>		<p>294</p>		<p>295</p>	
<p>296</p>		<p>297</p>		<p>298</p>	
<p>299</p>		<p>300</p>		<p>301</p>	
<p>302</p>		<p>303</p>		<p>304</p>	
<p>305</p>		<p>306</p>		<p>307</p>	
<p>308</p>		<p>309</p>		<p>310</p>	
<p>311</p>		<p>312</p>		<p>313</p>	
<p>314</p>		<p>315</p>		<p>316</p>	
<p>317</p>		<p>318</p>		<p>319</p>	
<p>320</p>		<p>321</p>		<p>322</p>	
<p>323</p>		<p>324</p>		<p>325</p>	
<p>326</p>		<p>327</p>		<p>328</p>	
<p>329</p>		<p>330</p>		<p>331</p>	
<p>332</p>		<p>333</p>		<p>334</p>	
<p>335</p>		<p>336</p>		<p>337</p>	
<p>338</p>		<p>339</p>		<p>340</p>	
<p>341</p>		<p>342</p>		<p>343</p>	
<p>344</p>		<p>345</p>		<p>346</p>	
<p>347</p>		<p>348</p>		<p>349</p>	
<p>350</p>		<p>351</p>		<p>352</p>	
<p>353</p>		<p>354</p>		<p>355</p>	
<p>356</p>		<p>357</p>		<p>358</p>	
<p>359</p>		<p>360</p>		<p>361</p>	
<p>362</p>		<p>363</p>		<p>364</p>	
<p>365</p>		<p>366</p>		<p>367</p>	
<p>368</p>		<p>369</p>		<p>370</p>	
<p>371</p>		<p>372</p>		<p>373</p>	
<p>374</p>		<p>375</p>		<p>376</p>	
<p>377</p>		<p>378</p>		<p>379</p>	
<p>380</p>		<p>381</p>		<p>382</p>	
<p>383</p>		<p>384</p>		<p>385</p>	
<p>386</p>		<p>387</p>		<p>388</p>	
<p>389</p>		<p>390</p>		<p>391</p>	
<p>392</p>		<p>393</p>		<p>394</p>	
<p>395</p>		<p>396</p>		<p>397</p>	
<p>398</p>		<p>399</p>		<p>400</p>	

Anexo 10. Formulario de RUC 01 - B

REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - B <small>RESOLUCION 2019</small>		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO			ORIGINAL: SRI www.sri.gov.ec	
					01	RUC
82 RAZON O DENOMINACION SOCIAL						
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO						
83 NOMBRE COMERCIAL		84 APERIURA		85 CIERRE		86 ACTUALIZACION
87 PROVINCIA		88 CANTON		89 PARROQUIA		90 No. ESTABLECIMIENTO
91 CIUDADELA		92 BARRIO		93 CALLE		94 NUMERO
95 INTERSECCION / MANZANA		96 CONJUNTO		97 BLOQUE		
98 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		99 No. DE OFICINA		100 CARRETERO		101 KM
102 CAMINO		103 REFERENCIA				
104 TELEFONO 1		105 TELEFONO 2		106 TELEFONO 3		107 FAX
108 CELULAR		109 APARTADO POSTAL		110 E-MAIL		
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS						
111						
112						
113						
114						
115						
116						
117						
118						
119 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		120 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		121 FECHA DE RENOVIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		
año mes día		año mes día		año mes día		
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO						
83 NOMBRE COMERCIAL		84 APERIURA		85 CIERRE		86 ACTUALIZACION
87 PROVINCIA		88 CANTON		89 PARROQUIA		90 No. ESTABLECIMIENTO
91 CIUDADELA		92 BARRIO		93 CALLE		94 NUMERO
95 INTERSECCION / MANZANA		96 CONJUNTO		97 BLOQUE		
98 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		99 No. DE OFICINA		100 CARRETERO		101 KM
102 CAMINO		103 REFERENCIA				
104 TELEFONO 1		105 TELEFONO 2		106 TELEFONO 3		107 FAX
108 CELULAR		109 APARTADO POSTAL		110 E-MAIL		
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS						
111						
112						
113						
114						
115						
116						
117						
118						
119 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		120 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		121 FECHA DE RENOVIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		
año mes día		año mes día		año mes día		
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO						
83 NOMBRE COMERCIAL		84 APERIURA		85 CIERRE		86 ACTUALIZACION
87 PROVINCIA		88 CANTON		89 PARROQUIA		90 No. ESTABLECIMIENTO
91 CIUDADELA		92 BARRIO		93 CALLE		94 NUMERO
95 INTERSECCION / MANZANA		96 CONJUNTO		97 BLOQUE		
98 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		99 No. DE OFICINA		100 CARRETERO		101 KM
102 CAMINO		103 REFERENCIA				
104 TELEFONO 1		105 TELEFONO 2		106 TELEFONO 3		107 FAX
108 CELULAR		109 APARTADO POSTAL		110 E-MAIL		
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS						
111						
112						
113						
114						
115						
116						
117						
118						
119 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		120 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		121 FECHA DE RENOVIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		
año mes día		año mes día		año mes día		

Nota: El presente formulario no se aceptará
con enmendaduras y tachones.
Declaro que los datos contenidos en este formulario
son verdaderos.

FECHA DE PRESENTACION		
37	año	mes día

FRMIA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION