



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**Los problemas de comercialización en la actividad
pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del
sector pesquero en la provincia de Santa Elena-
Ecuador**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias
Administrativas

AUTOR

Arturo Gustavo BENAVIDES RODRÍGUEZ

ASESOR

José Adolfo HINOJOSA PÉREZ

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Benavides, A. (2018). *Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 00013-UPG-FCA-2018 PARA
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS**

ADMINISTRATIVAS



185

En la Ciudad Universitaria, a los veintidós días del mes de marzo del año dos mil dieciocho, siendo las once horas, en el aula 307 de la sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA**, e integrado por los miembros: **DR. JOSÉ ADOLFO HINOJOSA PÉREZ (Asesor)**, **DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS (Miembro)**, **DR. EDGAR VICENTE ARMAS (Miembro)** y **DR. NIKO CRUZ GONZALES (Miembro)**; el postulante al Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, don **ARTURO GUSTAVO BENAVIDES RODRIGUEZ**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"LOS PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR"**, con el propósito de optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado de Doctor en Ciencias Administrativas, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

BUENO (16)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas Otorgar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, a don **ARTURO GUSTAVO BENAVIDES RODRIGUEZ**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:04 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.

DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA
PRESIDENTE

DR. JOSÉ ADOLFO HINOJOSA PÉREZ
ASESOR

DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS
MIEMBRO

DR. EDGAR VICENTE ARMAS
MIEMBRO

DR. NIKO CRUZ GONZALES
MIEMBRO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo cariño y amor a mi querida y amada esposa por apoyarme para alcanzar esta meta que ha sido difícil al habernos alejado tantos días y años de nuestro hogar, al soportar y llevar adelante el peso de nuestro hogar, sin tu apoyo y comprensión no hubiese sido posible alcanzar este nuevo objetivo; a mis hijos por todo este tiempo que me he alejado de ustedes y no poder disfrutar de su compañía, al no verlos crecer, en especial a mi bebé Saraí que nació cuando no estaba en mi País.

A mí querida madre que con sus sabios consejos siempre estuvo pendiente de uno, y a todos quienes de una u otra forma me ayudaron a conseguir este título.

LOS AMO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos y cada uno de quienes me han ayudado en la consecución de este objetivo, de manera especial por todo el apoyo recibido a mis amigos de la Universidad Politécnica Salesiana: César, Xavier, Lenin, Carlos, y a todos quienes conformamos este gran grupo de estudio.

A mi Universidad Estatal Península de Santa Elena, por brindarme la oportunidad de prepararme para alcanzar este nivel de estudio.

A la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por abrirnos la puerta para cursar los estudios Doctorales, así como también a todos y cada uno de los maestros que con sus enseñanzas nos prepararon de la mejor manera.

A mí estimado y apreciado Tutor Doctor Adolfo Hinojosa por su paciencia y sabias enseñanzas en la culminación de esta tesis.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA DE ACEPTACIÓN O VEREDICTO DE LA TESIS POR LOS MIEMBROS DEL JURADO EXAMINADOR.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE GENERAL.....	5
LISTA DE CUADROS.....	8
LISTA DE FIGURAS.....	9
TABLAS.....	10
LISTA DE ANEXOS.....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 Situación problemática	14
1.2. Formulación del Problema	27
1.3. Justificación teórica.....	28
1.4. Justificación práctica.....	28
1.5. Objetivos	29
1.5.1. Objetivo general	29
1.5.2. Objetivos específicos	29
1.6.1. Hipótesis general.	30
1.6.2 Hipótesis Específicas	30
2.1 Marco filosófico o epistemológico de la investigación	31
2.2 Antecedentes de investigación.....	36
2.3 Bases teóricas.....	57
2.3.1 Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal	60
2.3.1.1 Comercialización	60
2.3.2 Desarrollo Económico y Social.....	72

2.3.3 Desarrollo del sector pesquero en la Provincia de Santa Elena-Ecuador	76
2.3.4 Análisis del Sector Pesquero Artesanal en la Provincia de Santa Elena	78
2.3.5 El Desarrollo de la Actividad Pesquera Artesanal en otros Países del Mundo.....	86
2.3.6 Convenios internacionales para lograr el desarrollo de la pesca .91	
2.3.7 Condiciones Sociales de la Población Pesquera Artesanal en Santa Elena	93
CAPITULO 3: METODOLOGÍA.....	104
3.1. Tipo y diseño de investigación	104
3.2 Población de estudio	105
3.3 Tamaño de muestra	105
3.3.1 Selección de muestra	105
3.4. Técnicas de recolección de datos	106
3.4.1 Técnicas	106
3.4.1.1 Técnicas:.....	107
3.4.1.1 La Entrevista.....	107
3.4.1.2 La Encuesta.....	107
3.5 Estrategia para probar las hipótesis	108
3.6 Confiabilidad del instrumento.....	108
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	109
4.2. Contrastación de Resultados.....	109
4.2.1 Análisis de los resultados de la entrevista	118
4.2.2 Análisis de las preguntas relacionadas a escala de Likert	109
4.3 Pruebas de Hipótesis	144
4.3.1 Hipótesis general	144
4.3.2 Hipótesis específica 1	146
4.3.2 Hipótesis específica 2	147

4.3.4 Hipótesis específica 3	149
4.3.5 Hipótesis específica 4	151
4.3.6 Discusión	153
CONCLUSIONES.....	158
RECOMENDACIONES	159
CAPÍTULO 5: IMPACTOS.....	161
5.1 Propuesta para la solución del problema	161
5.1.1 Presentación	161
5.1.2 Justificación	162
5.1.3 Fundamentación.....	162
5.1.4 Objetivos	162
5.1.4.1 Objetivo General.....	162
5.1.4.2 Objetivos Específicos	162
5.1.5 Implementación del Modelo	163
5.1.6 Cronograma de preparación e implementación de la propuesta	168
5.2 Costo de implementación de la propuesta	169
5.3 Beneficios de la propuesta.....	170
BIBLIOGRAFÍA.....	171
ANEXOS	182

LISTA DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Número de Caletas/Comunidades pesqueras, 2016.....</i>	<i>14</i>
<i>Cuadro 2. Número de Caletas, embarcaciones y Pescadores o personas relacionadas a la pesca, año 2013.....</i>	<i>15</i>
<i>Cuadro 3. Roles en las actividades relacionadas con las faenas de pesca y primera comercialización.....</i>	<i>18</i>
<i>Cuadro 4. Caletas, embarcaciones, población y especies. Año 2015.....</i>	<i>77</i>
<i>Cuadro 5. Felmo S.A mercado mayorista de ventanilla. Año 2014.....</i>	<i>88</i>
<i>Cuadro 6. Informe de afiliados al seguro social campesino pescador artesanal 2013.....</i>	<i>94</i>
<i>Cuadro 7. Asociado a algún gremio pesquero artesanal y/o relacionado.....</i>	<i>95</i>
<i>Cuadro 8. Miembros del hogar asociado a algún gremio Pesquero artesanal y/o relacionado.....</i>	<i>95</i>
<i>Cuadro 9. Categorización de Afiliación al Gremio Pesquero Artesanal y/o Relacionado.....</i>	<i>95</i>
<i>Cuadro 10. Organizaciones de Pescadores Artesanales.....</i>	<i>96</i>
<i>Cuadro 11. Ingreso Promedio Aproximado por Mes.....</i>	<i>97</i>
<i>Cuadro 12. Lugares de atención médica.....</i>	<i>98</i>
<i>Cuadro 13. Afecciones o enfermedades más comunes que se presentan en Los miembros del núcleo familiar.....</i>	<i>98</i>
<i>Cuadro 14. Miembros del hogar y/o núcleo familiar que asisten a recibir educación/capacitación.....</i>	<i>100</i>
<i>Cuadro 15. Áreas de recreación que los miembros del núcleo familiar acuden a recrearse.....</i>	<i>101</i>
<i>Cuadro 16. Por quiénes son patrocinados los programas de vivienda de la Caleta/Comunidad Pesquera.....</i>	<i>102</i>
<i>Cuadro 17. Si han sufrido lesiones en accidentes de trabajo.....</i>	<i>102</i>
<i>Cuadro 18. Lesiones Sufridas En Accidentes De Trabajo.....</i>	<i>103</i>
<i>Cuadro 19. Tiempo de Ausencia por Consecuencia de Lesión.....</i>	<i>103</i>
<i>Cuadro 20. La embarcación está dotada de equipos de salvamento tales como chalecos salvavidas individuales, botes salvavidas, bengalas etc.....</i>	<i>103</i>
<i>Cuadro 21. Frecuencia de la variable edad.....</i>	<i>114</i>
<i>Cuadro 22. Frecuencia de la variable género.....</i>	<i>115</i>
<i>Cuadro 23. Frecuencia de la variable Nivel de instrucción.....</i>	<i>116</i>
<i>Cuadro 24. Frecuencia de la variable Servicios básicos.....</i>	<i>117</i>

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Comercialización en la cadena de pesca de subsector Artesanal. Fuente. Subsecretaría de Recursos Pesqueros 2013.....</i>	<i>21</i>
<i>Figura 2. Canales de distribución. Datos tomados de la subsecretaría de pesca del Ecuador</i>	<i>61</i>
<i>Figura 3. Problemas Causa/efecto. Datos tomados de la Subsecretaria de Recursos Pesqueros, Ecuador.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 4. Información de desembarque (2014). Datos tomados de la Pagina Web Ministerio de la Producción del Perú.</i>	<i>87</i>
<i>Figura 5. La Comunidad Pesquera Cuenta con Centros de Atención Médica.</i>	<i>97</i>
<i>Figura 6. Centros de educación que se dispone en la Caleta/ comunidades pesqueras.</i>	<i>99</i>
<i>Figura 7. Áreas de Recreación Adecuadas en la Caleta/Comunidad Pesquera.....</i>	<i>100</i>
<i>Figura 8. ¿Les han Ofertado Programas de Vivienda en la Caleta/Comunidad Pesquera?101</i>	
<i>Figura 9. Histograma de frecuencia de la variable edad. Datos tomados de Base de datos propia</i>	<i>114</i>
<i>Figura 10. Histograma de frecuencia de la variable género.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 11. Histograma de frecuencia de la variable Nivel de instrucción.....</i>	<i>116</i>
<i>Figura 12. Histograma de frecuencia de la variable Servicios básicos</i>	<i>117</i>

TABLAS

<i>Tabla 1: Precios de los productos, suben de manera continua</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 2: Los precios altos afectan el nivel de ventas.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 3: La variación de las demandas influyen en los costos</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 4: La estrategia de ventas es el mejor postor, incide en la comercialización.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 5: La presencia de intermediarios incide en el nivel de precios.</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 6: Si existe mayor número de intermediarios, los precios se elevan</i>	<i>123</i>
<i>Tabla 7: A menor número de intermediarios, los precios disminuyen.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 8: Acuerdos entre intermediarios, inciden en el crecimiento del mercado.</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 9: Número de vehículos están equipados adecuadamente.</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 10: Vehículo se encuentran en óptimas condiciones.</i>	<i>127</i>
<i>Tabla 11: Las vías de comunicación se encuentran en óptimas condiciones.....</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 12: Las bodegas cuentan con frigoríficos adecuados.</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 13: Las cámaras frigoríficas se encuentran en óptimas condiciones.....</i>	<i>130</i>
<i>Tabla 14: Porcentaje de comercialización se realiza en los mercados locales.....</i>	<i>131</i>
<i>Tabla 15: Porcentaje de comercialización se realiza en las caletas</i>	<i>132</i>
<i>Tabla 16: Como confronta dificultades para comercializar su producto.....</i>	<i>133</i>
<i>Tabla 17: Dificultades para la comercialización en los mercados locales.....</i>	<i>134</i>
<i>Tabla 18: Dificultades para la comercialización en los supermercados.....</i>	<i>135</i>
<i>Tabla 19: Dificultades para la comercialización en los restaurantes y hoteles</i>	<i>136</i>
<i>Tabla 20: Disminución de niveles de venta en los últimos años</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 21: Sector pesquero se encuentra estable y sin variaciones</i>	<i>138</i>
<i>Tabla 22: La venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado ...</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 23: Aumento de la producción genera reducción de pobreza.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 24: Actividad pesquera genera fuentes de empleo</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 25: En los últimos años, el nivel de ingresos ha mejorado</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 26: Nivel de ingresos ha empeorado.....</i>	<i>143</i>

LISTA DE ANEXOS

<i>Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN</i>	<i>182</i>
<i>Anexo 2: CUESTIONARIO</i>	<i>183</i>
<i>Anexo 3: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A EXPERTOS</i>	<i>186</i>
<i>Anexo 4: PRUEBA GENERAL DE HIPÓTESIS</i>	<i>187</i>
<i>Anexo 5: VALIDACIÓN CUESTIONARIO</i>	<i>190</i>
<i>Anexo 6: MATRIZ DE CONSISTENCIA</i>	<i>193</i>
<i>Anexo 7: DICTAMEN DE APROBACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL TUTOR.....</i>	<i>195</i>

RESUMEN

La actividad pesquera es una de las tareas con mayor acogida de trabajadores a nivel nacional, con gran magnitud en la Provincia de Santa Elena en donde existe un total de 31 caletas pesqueras, esta actividad está dividida en dos subsectores, el industrial y el artesanal. El segmento (Artesanal) es la razón del presente estudio, especialmente en el escaso desarrollo de la comercialización.

La comercialización de los productos pesqueros frescos es un proceso muy complejo debido a las características del producto (vida muy corta, manipulación delicada, heterogeneidad), al gran número de intermediarios y flujos que intervienen o a la inestabilidad de la oferta asociada a la actividad.

El trabajo presentado en esta Tesis pretende encontrar y explicar todos los problemas de comercialización de la actividad pesquera artesanal que inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

Para eso se estudia el proceso de comercialización de los productos pesqueros frescos de extremo a extremo, desde la variación de los niveles de precios, la presencia de los intermediarios, los problemas de transporte y los de distribución en la actividad pesquera artesanal.

Además, se repasa el estado actual del sector pesquero y comercializador en Santa Elena, identificando aspectos clave de mejora en todos los ámbitos. Se describe detalladamente el proceso completo de comercialización pesquera a través de los actores que intervienen en él, enfocados hacia la identificación de todos los factores que inciden en el desarrollo del Sector pesquero artesanal.

PALABRAS CLAVES:

Comercialización, intermediarios, Pescador artesanal, Precios.

ABSTRACT

The fishing activity is one of the tasks with greater acceptance of workers at national level, and with great magnitude in the province of Santa Elena, where there is a total of 31 fishing coves. This activity is divided into two subsectors: industrial and artisanal fishing.

The segment (artisanal) is the reason of the present study, especially the poorly development in the marketing sector.

The marketing of fresh fishing products is a very complex process, due to the product characteristics (a very short life, delicate handling, heterogeneity), great number of intermediaries and the flows which intervene, or the instability of the offering associated to the activity.

The research presented in this thesis intends to find and explain all the marketing problems of artisanal fishing activity, which impinge on the development of fishing sector in the province of Santa Elena.

To do this, the marketing process of fresh fishing products as end-to-end are studied, from the variation level of prices, the presence of intermediaries, transport problems, and those of distribution of artisanal fishing activity.

Furthermore, the present state of the artisanal fishing sector and marketing in Santa Elena is reviewed, identifying key aspects of improvement in all directions. The complete process of fishing marketing through the sectors that intervene on it is described, focused on the identification of all factors that impinge on the artisanal fishing sector development.

KEYWORDS

Marketing, intermediaries, artisanal fisherman, prices.

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Situación problemática

En el ECUADOR la pesca es una actividad que se desarrolla desde hace muchos años. Esto se debe a que una importante parte de la población ecuatoriana se dedica a esta actividad y con el paso de los años las generaciones venideras adquieren o siguen las mismas tradiciones o estilos de vida.

De acuerdo con el Modelo de Gestión (Propescar, 2011), en el Ecuador Continental existen 312 puertos pesqueros llamados también caletas distribuidas en 5 provincias: Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro, en Los Ríos se realiza la pesca de río, en Galápagos existen 3 puertos pesqueros. Las provincias con mayor cantidad de pescadores artesanales son Manabí, Esmeraldas y Guayas.

Cuadro 1. Número de Caletas/Comunidades pesqueras, 2016

PROVINCIA	TOTAL, DE CALETAS IDENTIFICADAS
ESMERALDAS	79
MANABÍ	84
SANTA ELENA	31
GUAYAS	73
EL ORO	16
LOS RÍOS	29
GALAPAGOS	03
TOTAL	315

Fuente. Datos tomados de: Viceministerio de Acuicultura y Pesca, Subsecretaría de Recursos pesqueros 2016

La actividad pesquera es una de las actividades con mayor acogida de trabajadores a nivel nacional. De acuerdo con los datos proporcionados por el Ministerio de Acuacultura y Ganadería, a través de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, la población de pescadores artesanales se encuentra distribuida entre 312 caletas a lo largo de la costa continental ecuatoriana y 3 en la provincia de Galápagos. La población total en las comunidades pesqueras del país asciende a las 161.920 personas, de las cuales 59.616 se dedican directamente a las actividades de faena, (Cuadro 2); a su alrededor giran algunos oficios tales como: abastecedores, reparación y mantenimiento de embarcaciones, provisión de suministros, comerciantes informales. La mayoría de los puertos carecen de infraestructura, de aquí la razón de que existan problemas en la comercialización, no cuentan con suficientes recursos para la compra de sus instrumentos de pesca, y lo más preocupante es que padecen de inseguridad.

Cuadro 2. Número de Caletas, embarcaciones y Pescadores o personas relacionadas a la pesca, año 2013

PROVINCIA	Caletas Pesqueras	Embarcaciones	Población
Esmeraldas	79	12508	14811
Manabí	83	14068	18599
Santa Elena	31	6567	7688
Guayas	73	8967	10734
El Oro	16	4090	5326
Los Ríos	29	2194	2458
Total	311	48394	59616

Fuente. Datos tomados de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros 2013

El sector pesquero en el Ecuador en cuanto a su actividad comercial se desarrolla en gran magnitud en la Provincia de Santa Elena, y de acuerdo con informes de la (Subsecretaria de Recursos Pesqueros, 2012) tiene un total de 31 caletas pesqueras; la pesca como actividad humana se puede señalar que se desarrolla a lo largo del perfil costero. -(Pesqueros, 2012)

La pesca como actividad primaria, supone tres elementos: el pescador, una embarcación y un determinado arte de pesca; vista como actividad económica, incorpora un mercado, una infraestructura para desembarcar y conservar la producción (muelles, puertos, cadenas de fríos).

Esta actividad en la provincia de Santa Elena está dividida en dos subsectores, el industrial y el artesanal.

Pesca Industrial. La pesca industrial se caracteriza por realizarse en embarcaciones provistas de artes mayores y persigue fines comerciales; por otro lado, la capacidad de las bodegas es superior a otras, la variedad de especies a pescar, la autonomía de pesca, y el sistema de conservación difiere de la pesca artesanal.

Esta actividad pesquera está conectada a una industria para su procesamiento primario y secundario. Las embarcaciones llegan a los principales puertos de pesca, en donde se conectan a terminales adecuados para su descarga e ingreso directo hacia las plantas procesadoras, o la pesca es descargada y transportada en vehículos adecuados con sistema de frío hasta plantas procesadoras.

El subsector de Pesca Artesanal

Este subsector abarca desde la recolección manual de mariscos hasta la pesca oceánica con embarcaciones Nodrizas. Este sector es dinámico y diverso debido a la variedad de artes de pesca y embarcaciones que utilizan, las especies que capturan y la modalidad de sus faenas, así como también por las actividades y personas que intervienen alrededor del tema comercialización.

Existen diferentes fases en este sector, entre las que se pueden mencionar:

Fase extractiva

Fase de desembarque y procesamiento

Fase de comercialización y consumo

La Fase extractiva comprende a la población dedicada a esta actividad, que en la provincia es un número considerable; las caletas existentes son en total 31, según datos de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros existe una diversidad de embarcaciones, tanto en el tipo como en el tamaño, y pueden ser: Canoas, Pangas, Botes de Madera, Botes de fibra de vidrio, Barcos artesanales, Chinchorreros, y otros, este punto tiene una particularidad, porque algunos pescadores son propietarios, otros alquilan, las prestan; las especies capturadas varían en cuanto a pelágicos grandes y pequeños, en cuanto a la organización, en la provincia existe 59 organizaciones que agrupa a este sector.

La pesca artesanal es la principal fuente de abastecimiento de productos frescos para el mercado interno. La mayor fortaleza de este sector está en su experiencia y eficiencia en la fase extractiva; sin embargo, los aspectos de manipuleo, procesamiento y comercialización de las capturas, tienen debilidades persistentes.

La diversidad de las operaciones pesqueras, que van desde una recolección manual en el borde costero hasta la pesca en áreas oceánicas, y de acuerdo al estudio realizado por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, para organizar la estructura comercial del sector pesquero artesanal es necesario identificar los roles que cada actor juega en las actividades relacionadas con las faenas de pesca y primera comercialización; puesto que normalmente se categoriza como “pescadores artesanales” a todos aquellos que están relacionados con la actividad pesquera primaria, sin embargo, los actores del sector sugieren que se los clasifique de la siguiente manera:

Cuadro 3. Roles en las actividades relacionadas con las faenas de pesca y primera comercialización

Pescador/recolector	Quienes no cuenten con embarcación y se dedican a recolectar especies en el manglar.
Pescador pequeño:	Quienes poseen embarcaciones pequeñas con propulsión manual.
Pescador/tripulante:	Quienes no tienen embarcaciones, pero se asocian a pescadores/armadores o armadores para realizar sus faenas
Pescador/armador:	Quienes poseen embarcaciones medianas con 1 o 2 motores. Requieren de 2-4 pescadores/tripulantes para realizar las faenas.
Empresario armador pequeño:	Quienes tienen de 1 a 3 embarcaciones. No pescan. Alquilan, prestan o se asocian con pescadores/tripulantes para que realicen la actividad.
Empresario armador mediano:	Quienes poseen de 4 a 8 embarcaciones. No pescan.
Empresario armador grande:	Quienes tienen más de 8 embarcaciones. No pescan.
Armadores de nodrizas:	Quienes se asocian con pescadores armadores o contratan pescadores/tripulantes

Fuente. Datos tomados de la Subsecretaría de recursos pesqueros y entrevista con pescadores

Al respecto se considera que existe una clasificación de los pescadores artesanales de acuerdo a la actividad que realizan, por cuanto quienes no conocen la actividad han tenido el concepto equivocado de que los pescadores artesanales cumplen solo la función de hacerse a la mar y pescar cada una de las especies que se pueda, la información proporcionada por ellos es clara porque permite visualizar las diferentes actividades que realizan, y también de acuerdo a los recursos que poseen.

Bajo este contexto, y de acuerdo a lo que indican. (Urbano & Hernandez, 2007) que el sector pesquero de la provincia de Santa Elena constituye un motor clave en la actividad productiva de la región que ha llegado a ocupar un rubro importante de la economía local y fuente primordial de los ingresos familiares, sin embargo, sus estrategias de comercialización siguen

basándose en mecanismos tradicionales y poco sustentables en economías que se vuelven vulnerables frente a la pesca industrial y ante el mercado externo. En el ámbito interno, los aspectos de mayor incidencia en la producción pesquera son las interacciones que se producen entre la pesca artesanal, industrial y personal que labora en el procesamiento y congelamiento de la pesca blanca. Es innegable la necesidad de presentar alternativas de comercialización que expresen mejoras o variaciones en la estructura comercial actual de la cadena de valor pesquera artesanal, para que los pescadores artesanales se empoderen en la intervención y disposición de la oferta de productos pesqueros acorde con las exigencias de los mercados, que les permita mejorar sus ingresos económicos y condiciones de vida. (Urbano & Hernandez, 2007)

También debe existir una articulación entre los planes de comercialización y la política pública que permitan incrementar los ingresos de toda la comunidad pesquera, mejorar la nutrición nacional, reducir la disparidad de ingresos, a través de la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado.

Las alternativas de procesamiento y comercialización de las especies capturadas proporcionan empleo, además de relaciones de trabajo solidario. Esto no quiere decir que se podría aumentar los porcentajes de captura sin tomar medidas adecuadas, porque esto causaría que se vayan agotando los recursos marinos, además de la disminución de los ingresos de los pescadores por el aumento de la oferta y la disminución del precio.

El segmento Artesanal es la razón del presente estudio, especialmente en el escaso desarrollo de la comercialización que abarca los siguientes aspectos:

Cadena de comercialización.

La pesca artesanal, es una actividad que se basa en la habilidad del hombre, en su ingenio, su experiencia y su conocimiento práctico. El pescador establece una relación asociante y práctica con el mar. El enfrentamiento

con el medio marino condiciona un tipo especial de agente productivo, individualista y escasamente organizado más allá del grupo familiar.

(Polanyi, 1976), manifiesta que el control del sistema económico por el mercado “significa ni más ni menos que el regir a toda la sociedad como un anexo del mercado. En lugar de estar encajada la economía en las relaciones sociales, las relaciones sociales están encajadas dentro del sistema económico.” Es el confiar la producción y la distribución de los recursos al mercado como único sistema regulador. La gran transformación a la que se refiere es el cambio en los motivos de la acción económica del hombre desde la subsistencia a la ganancia.

Resulta importante la perspectiva del autor en cuanto nos sirve para contextualizar el problema de la relación de la pesca artesanal con el mercado más global. El mejoramiento de las vías de comercialización, la creciente competencia de los precios, la gran cantidad de comerciantes, entre otras, son características que se han introducido en pequeñas caletas artesanales, como Santa Elena. En este sentido, la significación del trabajo en la pesca también está cambiando, directamente relacionado con el grado de penetración en estos poblados del sistema de mercado.

Según (North, 1990), en su teoría sobre instituciones, cambio institucional y desempeño económico se debe pasar de lo informal a lo formal, donde la participación de los gobiernos centralizados son los que toman la decisión de generar cambios en la infraestructura del sector generando proyectos en beneficio, y normas o leyes que amparen al pescador artesanal y estableciendo reglas para el desarrollo de las actividades.

(Garcia & Charles, 2008), El hecho económico es resultado de este complejo conjunto de interacciones, cuya tupida red lo estructura. Y, además, esta red funciona en diversos niveles, desde los más globales, las dinámicas de comercio internacional o los diseños de política económica de gran alcance, en consideración, a las más locales tradiciones de gestión, producción,

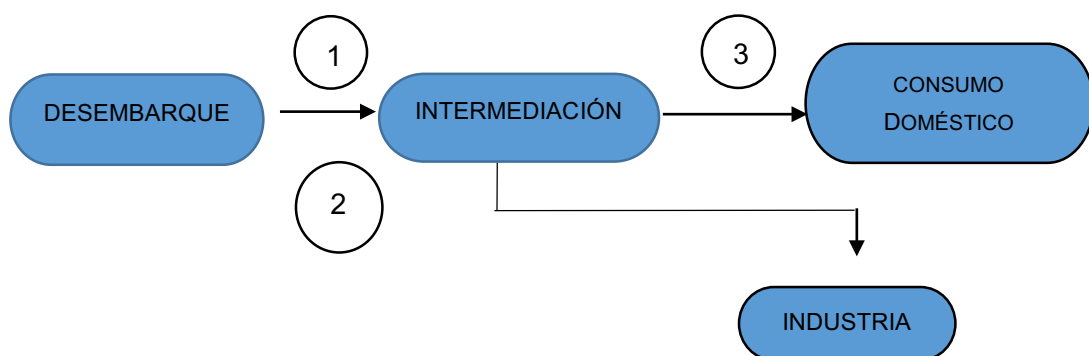
intercambio y consumo, modos de organización del trabajo, constelaciones políticas locales y regionales.

(Kotler & Amrstrong, Fundamentos de Marketing, 2003), los canales de distribución son como cauces o tuberías por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor final o usuario industrial.

(Lamb, Hair, & Carl, 2002), "desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo “

Los canales de comercialización están conformados por personas, empresas y operaciones, que interviene en el movimiento del producto por cada eslabón desde el productor al consumidor final. (Ver figura 1)

Estructura básica



1. Flota Artesanal que entrega a intermediarios
2. Intermediarios que entregan a industrias
3. Intermediarios que atienden mercado doméstico

Figura 1. Comercialización en la cadena de pesca de subsector

Artesanal. Fuente. Subsecretaría de Recursos Pesqueros 2013

En el caso del flujo que va para el consumo doméstico, el tamaño de la cadena dependerá de la demanda de las diferentes especies en los distintos mercados, pueden ser locales, regionales o nacionales.

La provincia de Santa Elena, a pesar de que se encuentra ubicada en un lugar privilegiado geográficamente carece de un adecuado desarrollo del sector pesquero y en especial del sector artesanal y de la pesca considerada de pequeña escala, lo que permitió identificar la existencia de una problemática, debido a que este sub-sector de la pesca realiza un proceso de comercialización de manera informal, esta situación produce que haya: variación de los niveles de precios, presencia de los intermediarios, los problemas de transporte, los problemas de distribución; además de los problemas que inciden en el desarrollo del sector pesquero tales como: aumento de ventas, bienestar social:

Variación de los niveles de Precio

En cuanto a la variación de los niveles de precios, los precios del pescado, al igual que los de otros productos, se ven influenciados por factores relativos a la demanda y a la oferta, la mayoría vende su producción en la playa, tanto a los comerciantes e intermediarios, como directamente al consumidor local. La venta se realiza por piezas, por peso o según la unidad de medida utilizada en el sitio (gavetas, cajón, tarro, y otras), además de que cuando se produce mayor captura de todas las especies el precio tiende a bajar por cuanto no existe un consenso entre los pescadores artesanales para fijar los costos de todas y cada una de las especies para no ser objeto de aprovechamiento por parte de los comerciantes que son los que ponen los precios cuando se da esta situación, dando lugar a que la ganancia que se obtiene no sea rentable al esfuerzo y sacrificio que demanda salir a las faenas de pesca.

(Ferrel & Hartline, 2012), menciona, por su naturaleza, los vendedores tienen una tendencia a inflar los precios porque quieren recibir tanto dinero como

sea posible en el intercambio con un comprador. Desde la perspectiva del vendedor, cuatro temas claves se vuelven importantes en las estrategias de fijación de precios: 1) costo; 2) demanda; 3) valor del cliente, y 4) precios de los competidores.

El costo es una consideración importante en cualquier estrategia de fijación de precios, cuando la disponibilidad de los productos es limitada, las empresas también deben considerar los costos de oportunidad en su estrategia de fijación de precios.

Por último, una organización vendedora debe estar muy atenta a lo que sus competidores cobran por los mismos productos o sus equivalentes,

La demanda también es un tema clave en la estrategia de fijación de precios del vendedor.

En ciertos casos la estrategia de fijación de precios debe abarcar más que el producto y su precio. El impacto en la utilidad neta o el valor entregado al cliente con frecuencia son cuestiones a considerar para una fijación de precios viable.

En cuanto a la estructura de costos, en cada eslabón de la cadena de comercialización, los actores participantes realizan sus propias inversiones, corren riesgos, incurren en costos y gastos y se marginan una utilidad, la misma que va de acuerdo con su actividad. Los comerciantes manifiestan que su margen dependiendo de la especie, puede ser entre \$ 0.10 a \$ 0.30 por libra, de los cuales deben sacar sus gastos y quedarse con algo de utilidad que le permita sostenerse en su actividad.

Los pescadores aducen (Subsecretaría de Recursos Pesqueros, 2011), que los precios dependen de la oferta y demanda, sin embargo, están conscientes de que algunas veces hay algo de especulación cuando la oferta disminuye y los precios en los mercados suben. En cambio, cuando

hay más oferta que demanda, los precios bajan y los comerciantes tienen el riesgo de perder si compraron la pesca un poco más cara.

También mencionan que tratan de conservar el margen, en cualquiera de los casos, para no perder y están conscientes de que esto termina afectando el precio pagado al pescador.

Presencia de intermediarios

“La existencia de una estructura de mercado asimétrica, por la presencia de intermediarios y la imposición de precios bajos, tiene un impacto negativo en los ingresos del pequeño pescador, los que frecuentemente se sitúan por debajo de los requerimientos mínimos vitales.

El pescador artesanal carece de servicios básicos, de infraestructuras, y de asistencia técnica para desarrollar su actividad, lo que determina elevadas mermas y serias dificultades para acceder a los mercados de consumo con mayor oferta y mejor calidad.

Se requiere, por tanto, un cambio en el comportamiento productivo y empresarial del pescador artesanal, que le permita potenciar su actividad y ofrecerle una perspectiva económica más viable a largo plazo.

Pocos pescadores tienen su puesto de venta en los mercados próximos a la comunidad donde viven. La mayoría vende su producción en la playa, tanto a los comerciantes e intermediarios, como directamente al consumidor local. La venta se realiza por piezas, por peso o según la unidad de medida utilizada en el sitio (canasta, cajón, tarro, etc.).

Los intermediarios, generalmente acaparan la producción y la venden indistintamente a los comerciantes mayoristas ubicados en los principales mercados de la urbe, cuando no lo hacen directamente al consumidor. La operación de compra-venta entre el comerciante intermediario y el pescador artesano generalmente se realiza en la playa. Existen formas variadas de

mercadeo y, por ende, diferencias en los precios, cuando la pesca es vendida por los comerciantes intermediarios.

El intermediario conoce los gustos y las preferencias de los consumidores y generalmente fija a su arbitrio los precios de las distintas especies capturadas por los pescadores artesanales. Para asegurarse el producto se vale de múltiples estrategias (no tan legales), tales como:

Una forma de compra consiste en solicitar a los pescadores la captura de determinadas especies, porque los precios en el mercado son atractivos y se pueden lograr mayores beneficios. De esta manera, logran imponer cierta demanda al pescador artesanal, no comprándole la producción que no corresponde a la especie requerida. Otra forma, consiste en comprometer a los pescadores artesanos a entregar la pesca, al precio que determinan los intermediarios, mediante un anticipo de dinero antes de las faenas. En ciertas ocasiones los comerciantes se ponen de acuerdo para pagar precios que no compensan el esfuerzo del pescador artesano, pese a la buena demanda en el mercado consumidor. El pescador se ve obligado a aceptar este tipo de transacción, sea por el temor de no vender el producto o por no estar habituado a transportar la pesca a los mercados de consumo, ni contar con facilidades de almacenamiento o expendio.

En las plazas del mercado existen muchas variaciones en las condiciones de expendio: existen puestos permanentes que tienen facilidades de enfriamiento y cuentan con agua, como también sitios donde el pescado se expone en pisos sucios.

Es evidente, que por muchos años se ha mantenido una sola línea de comercialización de la pesca artesanal, esto es venta a los comerciantes y que incrementa los eslabones de la cadena de comercialización, lo que conlleva a una disminución de la utilidad al pescador y el encarecimiento del producto al consumidor final.” (Gladys, 2015)

(Magap, 2012), considera que se debe establecer contacto directo entre los pescadores, los mercados y los comerciantes para eliminar, en la medida de lo posible, la presencia de intermediarios en la cadena de comercialización que produce un encarecimiento del producto y, en muchos casos, la explotación a los Pescadores.

Cuantos más intermediarios haya en la cadena, más débil será la relación entre consumidor y productor. Por eso los sistemas de cadena corta son los más indicados para que los productores locales puedan ofrecer el máximo valor añadido a partir de la imagen local. Estos circuitos responden además perfectamente a la tendencia del mercado hacia un contacto renovado con los productores y la creciente necesidad de trazabilidad del producto para tranquilidad del consumidor (“Si conoces al productor, conoces el producto”)

Problemas de transporte

Los problemas de transporte que afectan a este sector son evidentes porque abarca aspectos desde la conservación hasta la venta al consumidor por cuanto los medios en que transportan las especies capturadas no son los adecuados, porque los vehículos no cuentan con frigoríficos, solo van con hielo, además de que las diferentes vías no están en óptimas condiciones para transportar de mejor manera la carga a los diferentes mercados.

El traslado o transporte del pescado que tiene como destino final el mercado interno del país se realiza en condiciones que no permiten mantener la calidad del producto, pues se trata de canastas o cajas en camiones o buses de pasajeros y en el caso que se usan vehículos isotérmicos éstos no cuentan generalmente con equipo de refrigeración mecánica que mantenga la temperatura para la conservación del pescado

Problemas de distribución

Los productores locales deben buscar, pues, vías que les permitan sacar el máximo partido a sus capturas. Para eso deben diferenciar su producto y

asegurarse de que destaca entre la multitud. Elegir el canal de distribución adecuado es fundamental para conseguir esto.

El problema de distribución abarca las bodegas de almacenaje, además son pocas las que cuentan con cámaras frigoríficas, además de los problemas de comercialización en los mercados locales.

Los problemas de desarrollo relacionado con:

Ventas

Es otro de los puntos señalados, por cuanto se produce la relación dominación-dependencia, el intermediario impone los precios y, por lo tanto, controla las condiciones de venta, esta situación se produce por cuanto el pescador artesanal tiene poco o escaso contacto directo con los supermercados o comisariatos locales.

Bienestar social

Las condiciones en que viven este grupo social presentan inconvenientes como salud, educación, que son los que más afectan a este sector.

De acuerdo a estas premisas se genera el siguiente problema general.

1.2. Formulación del Problema

Problema general

¿En qué medida los problemas de comercialización de la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?

Problemas específicos.

1. ¿En qué medida la variación de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?
2. ¿En qué medida la presencia de los intermediarios en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?
3. ¿En qué medida los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?
4. ¿En qué medida los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador?

1.3. Justificación teórica

La investigación sobre los problemas de comercialización que se aplican en el sector pesquero en la actualidad requiere de un análisis profundo que provea de soluciones básicas con la finalidad de mejorar sustancialmente la comercialización en el sector pesquero artesanal.

En tal sentido se considera que el trabajo de investigación será un aporte científico inédito al desarrollo del campo de las ciencias administrativas, en particular la gestión del Marketing empresarial considerando que en el Ecuador y en particular en la Provincia de Santa Elena, no se han desarrollado suficientemente trabajos científicos sobre este importante tema.

1.4. Justificación práctica

Desde el punto de vista práctico, el trabajo se justifica debido al aporte científico - técnico que significa para la solución de las diferentes dificultades económicas que imposibilitan el desarrollo de la actividad en el sector pesquero tradicional de la provincia de Santa Elena del Ecuador, tales como:

variación de los precios, presencia de intermediarios, transporte, distribución, de esta forma se verán beneficiados los propios pescadores, asociaciones de comercializadores, autoridades gubernamentales, y la sociedad en general.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar en qué medida los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena - Ecuador.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Determinar en qué medida la variación de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
2. Determinar en qué medida la presencia de los intermediarios que participan en la comercialización de productos pesqueros producidos por los pescadores artesanales inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
3. Determinar en qué medida los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
4. Determinar en qué medida los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

5. Proponer un Modelo de Asociatividad para el sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena, mediante el establecimiento de estrategias de comercialización que permitan un desarrollo económico y social integral del sector.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general.

Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal influyen en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.

1.6.2 Hipótesis Específicas

1. Las variaciones de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal inciden desfavorablemente en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
2. La presencia de los intermediarios en la actividad pesquera artesanal incide en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
3. Los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.
4. Los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco filosófico o epistemológico de la investigación

La presente investigación está basada en el paradigma crítico-propositivo, porque las dos variables: Problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal – Desarrollo del sector pesquero, interactúan entre sí, lo que permite proponer alternativas de solución, que con la investigación sobre los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador, se puede poner en marcha mediante un proceso metodológico, sistemático e investigativo, mediante el cual se proyecta originar conocimientos dirigidos a transformar la realidad de los pescadores artesanales, mejorando su contexto.

Desde los primeros indicios del comercio por necesidad básica del hombre se establecen conductas y comportamientos en la transferencia de lo que se conoce ahora como bienes y servicios.

“El comercio se inicia como una necesidad para satisfacer justamente a las diferentes culturas, tradiciones, se pasará de ser una necesidad básica a una necesidad superflua por cuanto el hombre va más allá de satisfacer su necesidad, busca réditos, ganancias, y no solo se interesará en satisfacer necesidades de la comunidad”.

“El comercio que es una de las actividades más importantes del ser humano, la misma que nos permite no sólo conseguir productos que no se producen localmente (así como también vender y comercializar los que se producen en el ámbito local), es la actividad económica que le permite al ser humano establecer contacto con otras sociedades, conocer elementos de su cultura y

de sus tradiciones que luego pueden ser confrontadas de diferentes maneras”.

El comercio es al mismo tiempo una actividad dinámica que evita el cierre geográfico y político de las comunidades y que requiere, para funcionar correctamente, el contacto e intercambio permanente entre diversas comunidades y pueblos.

“El comercio es una actividad que el ser humano realizó desde tiempos muy remotos, por cuanto comprendió que no todo lo que una comunidad necesitaba podía ser producido localmente y que, entonces, era necesario intercambiar productos propios por aquellos que interesaban. Así, una comunidad que se especializa en la cosecha de determinados productos, puede obtener otro tipo de producto o alimentos típicos de otras regiones a partir del intercambio en partes o valores iguales de un producto propio. Si bien es más conocido el comercio monetario que se impulsó en Europa desde la Edad Moderna, por muchos siglos las comunidades antiguas llevaron adelante formas de comercio basadas en el trueque”.

“La importancia del comercio para el ser humano es muy profunda porque no tiene que ver solamente con lo económico sino también con lo social y lo cultural. Así, tal como se mencionó, es a partir del comercio que una sociedad puede entrar en contacto con otra, en el momento en que se reconoce como no autosuficiente y comienza a buscar espacios o comunidades que puedan proveerle aquello que le falte. El conocimiento de otras comunidades y el interactuar con ellas a través del comercio es, además, lo que enriquece de mejor manera a una sociedad”.

(Maslow, 1943) Menciona que el hombre con la estrategia comercial de ganar dinero debe buscar mercados, por lo que, haciendo un análisis y reflexión de este pensamiento, se toma en cuenta lo que hace el hombre para satisfacer sus necesidades.

“La comercialización implica desarrollo empresarial, por lo que se considera que todo interactuante en el mercado demanda oferta, establece un eje de desarrollo, esta consideración produce el desarrollo comercial, por lo tanto, en el mercado debe existir demanda para que haya oferta y existir oferta para que haya demanda, el desarrollo comercial implica un avance de las competencias de todos los gustos, en la actualidad por la globalización, un claro ejemplo son las culturas occidentales, las que se han desarrollado en casi todos los aspectos y es por demás visible que se encuentran en la mayoría de los países del mundo”.

“Al referirse al desarrollo del sector pesquero, esto implica obtener ganancias en el mercado, buscar posicionamiento, crecer, expandirse, ser visionario, y por sobre todas las cosas tratar de alcanzar el dominio del mercado en el planeta, poder”.

Ante esta realidad, de comercio, de desarrollo comercial, es necesario considerar la planeación, estrategia que fue originalmente utilizada por los militares para referirse al plan total proyectado para vencer o disuadir al adversario; en consecuencia, el desarrollo de estrategias militares conlleva necesariamente la consideración de factores económicos y políticos, este concepto después fue asimilado y puesto en marcha por la administración para ser empleada en las múltiples empresas, con la finalidad de que la organización esté bien dirigida, por lo que es necesario que se realice una planeación y en base a la planeación se formulen estrategias combinadas y adecuadas, que al ponérselas en práctica sea mayor la posibilidad de que la empresa se convierta en líder.

El tema de investigación presenta una complejidad a la hora de construir un marco teórico, por cuanto el sector de la pesca es idóneo para acometer temas como la justicia social y el desarrollo, puesto que son numerosos los actores implicados de manera directa (pescadores, comerciantes y asociaciones de armadores, empresas transformadoras y comercializadoras, administraciones encargadas de la política pesquera) e indirectamente

(consumidores, grupos ecologistas, científicos, medios de comunicación), y dado que el equilibrio entre protección de derechos socioeconómicos individuales, el derecho al desarrollo de las comunidades litorales y la salvaguarda de derechos ambientales es enormemente complejo.

Como bases teóricas y científicas para establecer las relaciones entre ellas y la investigación, se ha considerado:

(Adam, 1776), “y su clásica teoría del comercio internacional, plantea la interacción entre comercio y crecimiento económico. Según los principios establecidos en sus obras, los distintos bienes deberán producirse en aquel país en que sea más bajo su costo de producción y desde allí, exportarse al resto de las naciones. Por tanto, define la denominada “ventaja absoluta” como la que tiene aquel País que es capaz de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros, es decir con un coste de producción menor.

Defiende además el comercio internacional libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento económico, y este comercio estaría basado en el principio de la ventaja absoluta y así mismo cree en la movilidad de factores productivos.

El mismo autor menciona, el hombre subviene a la mayor parte de sus necesidades cambiando el remanente del producto de su esfuerzo, en exceso de lo que consume, por otras porciones del producto ajeno, que necesita. El hombre vive así, gracias al cambio convirtiéndose, en cierto modo, en mercader, y la sociedad misma prospera hasta ser lo que realmente es, una sociedad comercial.

El precio de mercado de cada mercancía en particular se regula por la proporción entre la cantidad de esta que realmente se lleva al mercado y la demanda de quienes están dispuestos a pagar el precio natural del artículo, o sea, el valor integro de la renta, el trabajo y el beneficio que es preciso

cubrir para presentarlo en el mercado. Estas personas pueden denominarse compradores efectivos, y su demanda, demanda efectiva, pues ha de ser suficientemente atractiva para que el artículo sea conducido al mercado. Esta demanda es diferente de la llamada absoluta. Un pobre, en cierto modo, desea tener un coche y desearía poseerlo; pero su demanda no es una demanda efectiva, pues el artículo no podrá ser llevado al mercado para satisfacer su deseo”.

Por su parte, (Ricardo, 1817) continuó y profundizó el análisis del circuito de producción sobre el comercio internacional, haciendo énfasis en la productividad de los países, en la teoría de la ventaja comparativa defiende las ventajas del comercio internacional en donde menciona que los países deben especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente, y adquirir de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, es decir que un país debe volverse más productivo en la obtención de cierto artículo gracias a aspectos como el desarrollo tecnológico.

“Igualmente, (Schumpeter, 1911), este autor hace referencia a la función de los emprendedores que es la de reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o de producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa.

Actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor”.

2.2 Antecedentes de investigación

La problemática del sector pesquero artesanal ha sido objeto de varios estudios e investigaciones tanto del sector educativo público y privado, así como del sector empresarial a nivel nacional e internacional.

Es así que de acuerdo con la investigación bibliográfica respecto a los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador: se puede mencionar los siguientes:

Tesis

A: Estructura Social del Sector Pesquero Andaluz

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

(Cruz, 1993) Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Tesis para optar el grado académico de Doctor. Andalucía - España hace referencia a cuatro escenarios significativos en la estructura y evolución del sector pesquero en Andalucía a partir de 1960.

Problema General

¿Cómo se reproduce el sector pesquero andaluz? ¿Qué procesos se siguen para la transmisión de conocimientos? ¿Qué factores externos y en qué medida intervienen en esta reproducción?

Objetivo General

Análisis de la reproducción del sector pesquero andaluz en cuanto al modo de producción con unas características diferenciadas y en evaluar en qué medida los futuros pescadores andaluces configuran un colectivo potencial de profesionales de la pesca o, por el contrario, un conjunto abocado a verse

en la necesidad de recurrir al trabajo pesquero como único y último medio de subsistencia, no deseado.

Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos principales que se utilizaron en la investigación fueron cuestionario, panel de expertos, guía de entrevistas

Conclusiones

El sector pesquero andaluz sufre una importante transformación, a partir de mediados de los '60, que presenta cuatro fases o escenarios distintos, que podrían explicar su futura evolución.

El primero de estos escenarios se inició en 1966, fecha en la que se producen los primeros efectos de unas medidas políticas para reestructurar la flota pesquera, mediante el Crédito Social Pesquero.

El segundo escenario va a partir también de una actuación exterior al propio sector. Los países ribereños, a cuyas aguas se ha desplazado la flota industrial andaluza, quieren proteger sus recursos pesqueros y limitan la zona de pesca, en principio, a 12 millas. También, en esta etapa, va a producirse la crisis del petróleo” con efectos directos sobre los costes de explotación de la actividad pesquera.

La nueva situación económica obliga a los empresarios a organizarse en defensa de sus intereses. Estas organizaciones empresariales exigen de la Administración nuevas medidas que permitan ampliar la capacidad de la flota para acceder a caladeros más alejados, al mismo tiempo que consiguen el apoyo incondicional de la banca privada, ante una actividad que viene teniendo una rentabilidad segura.

El tercer escenario tiene tres puntos de partida, todos ellos también

externos: la apertura política al sistema democrático, por un lado, la ampliación de las limitaciones por parte de los países ribereños, por otro, y la retirada de apoyo financiero por parte de los bancos. Estos factores van a definir una situación nueva en el sector.

El cuarto escenario es el actual. Se podría haberlo comenzado más tarde, haciéndolo coincidir con el cambio de Gobierno de las manos de UCD a las del PSOE, pero se ha preferido comenzarla dos años antes, con la instauración del gobierno pre-autonómico, que desde un primer momento crea una Dirección General de Pesca que será el referente del sector.

Durante esta larga etapa hay otro factor más, externo también, claro está, que dará otra fisonomía al sector: la incorporación de España a la Comunidad Europea, asumiendo la Política Pesquera Común.

Recomendaciones

A consecuencia de la borrasca que se asienta sobre su futuro inmediato. Se cree que es posible una acertada intervención que eleve el nivel cultural de los pescadores y les ofrezca cauces adecuados de participación, convirtiéndolos en verdaderos protagonistas. Después de la tempestad, vendría la calma.

Tesis:

B: Análisis estratégico de las cofradías de pescadores en el marco de la economía social.

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

(Cervera, 2006) Escuela de Estudios Cooperativos, Departamento de Organización de empresas. Tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.

Problema General

Factores del entorno que afectan a las Cofradías de Pescadores y que, por tanto, intervienen en la delimitación de sus oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas, siendo estas determinantes para el trazado de las líneas estratégicas que las pueden hacer competitivas en el mercado.

Objetivo general

Análisis estratégico de las Cofradías de Pescadores españolas y, por tanto, de establecer al máximo nivel de detalle posible, basándose en un estudio empírico, una matriz DAFO correspondiente a las mismas y las oportunas líneas de acción estratégicas de acuerdo a las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades observadas.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron: encuestas y guías de entrevistas.

Conclusiones

La “mala comercialización de los productos” como un problema muy importante.

Las Cofradías se consideran perjudicadas por la pesca ilegal, considerándolo como un asunto muy importante, reflejando la amenaza que este tipo de pesca supone para las flotas asociadas.

Recomendaciones.

Propone líneas de investigación futuras:

Análisis estratégico realizando agrupaciones de Cofradías, por ejemplo, por Comunidades autónomas, para destacar los factores de influencia estratégica entre dichos grupos.

Estudio de los recursos y capacidades por grupos de Cofradías.

Estudio de los recursos y capacidades de cada Cofradía, individualmente considerada.

Estudio sobre la evolución del sector.

C: Sistema de control estratégico basado en BSC para empresas del Sector Pesquero

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

(Villa, 2006), Departamento de computación e informática. Tesis para obtener el grado de Magister en computación e informática.

Problema General

Desempeño organizacional de las empresas del sector Pesquero. -

Objetivo General

Determinar la herramienta más adecuada para que las empresas del sector pesquero puedan controlar su desempeño organizacional. Asimismo, mostrar que es viable sistematizar estos controles para el logro de las metas organizacionales.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos fueron: Revisión de modelos de control de gestión estratégica de las empresas

Revisión bibliográfica.

Conclusiones

Plantea la necesidad de que las organizaciones (empresas pesqueras) adopten el enfoque de gestión estratégica para enfrentar los retos que plantea la sociedad actual.

Compara a través de un cuadro sinóptico criterios de excelencia en el rendimiento para las organizaciones: Dimensión temporal, Dinámica de sistema, Dirección causal, Planeamiento estratégico, Liderazgo, Eficiencia, Eficacia, Mejora del valor, Estabilidad, Competencia. El resultado de esta comparación le permitió afirmar que existe un modelo más adecuado para apoyar el control de la gestión estratégica en cualquier empresa del sector. También hace mención en que, para lograr un eficiente control de la gestión, es necesario que el proceso sea integral y la información este en tiempo real.

Hace referencia al control de la gestión como base fundamental para conseguir los objetivos de la organización, además menciona que los seres humanos siempre hacen o realiza administración.

Recomendaciones

Las organizaciones (empresas pesqueras) adopten el enfoque de gestión estratégica para enfrentar los retos que plantea la sociedad actual.

El modelo más adecuado para apoyar el control de la gestión estratégica en cualquier empresa del sector, es el BSC de Kaplan y Norton.

Implementar un ERP con el soporte de software y hardware requerido.

D. Análisis de la producción y comercialización del sector pesquero y acuicultor de la provincia de Manabí y su impacto en el desarrollo socio-económico de la misma

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ

(Díaz & Bustos, 2008), Facultad de Ciencias Administrativas, Tesis para obtener el título de III nivel de Ingenieros Comerciales. Manabí – Ecuador.

Problema General

¿En qué beneficia la realización de un análisis del sector pesquero y acuicultor en la provincia de Manabí como alternativa de desarrollo socioeconómico?

Objetivo General

Analizar el sector pesquero y acuicultor en la provincia de Manabí y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la misma.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron: investigación de campo, encuestas, entrevistas.

Conclusiones.

El cantón que concentra la mayor flota pesquera en la provincia de Manabí es el cantón Manta seguido de los demás que se dedican a la pesca artesanal.

Los medios que utilizan para realizar la captura de pesca son barcos en pesca industrial mientras que en la pesca artesanal utilizan de acuerdo a sus ingresos las canoas y botes a motor.

Los rendimientos en captura y producción de pescado y camarón varían anualmente.

Entre los factores que propician el estancamiento en la producción de la pesca artesanal se destacan que las vedas y sobreexplotación de las especies son las más comunes.

Las especies marinas que mayor demanda tienen en el mercado consumidor son: dorado, camarón, bonito, sardinas entre otros.

Es rentable la actividad de pesca y acuicultura en la provincia de Manabí.

Los productos que ofrecen las fábricas a los consumidores en su mayoría están representados por enlatados, frescos y congelados.

Temporada de producción invierno y verano.

Mercados nacionales e internacionales EE. UU, Europa y Colombia.

La pesca ayuda a minimizar problemas económicos de las familias manabitas que se dedican a esta actividad.

Reciben apoyo de instituciones como el MAGAP.

Las cámaras de Acuicultura y Subsecretarías están presentes siempre en los gremios de pescadores y acuicultores.

Realizan sus actividades con dinero de terceros, préstamos de instituciones y aportaciones que hacen personas como especie de sociedad en cuanto a la producción

La pesca genera reducción de pobreza en la provincia de Manabí.

Recomendaciones

Buscar alternativas en las entidades adscritas al gremio de pescadores industriales y artesanales en los diferentes cantones de la provincia de Manabí, para implementar estructuras o muelles para que los pescadores artesanales reúnan su producción.

Incentivar a los pescadores a utilizar embarcaciones nuevas con la finalidad que mejoren sus actividades de pesca.

Impulsar al sector pesquero y artesanal a buscar alternativas que minimicen la sobreexplotación de la pesca, es por este fenómeno que varía la producción anual de captura de pesca a nivel provincial.

Concientizar a las personas que se dedican a la extracción de pesca, moluscos, a respetar las vedas porque se lo hace como manera de preservar el ecosistema.

Fomentar el consumo de todas las especies de peces que existen en el mar territorial ecuatoriano.

Impulsar a más personas a que se dediquen a explotar la actividad de pesca y acuicultura en la provincia de Manabí.

Los empresarios deberían abrir nuevos mercados para que su producción sea comercializada a precios competitivos, cumpliendo siempre con los estándares de calidad exigidos por la FAO.

Las cámaras de Acuicultura y Subsecretarias deben estar presentes siempre apoyando técnicamente a los gremios de pescadores y acuicultores.

Las instituciones financieras deberían abrir nuevos créditos a los gremios de pescadores artesanales e industriales para contrarrestar los préstamos que realizan a chulqueros. Y de esta manera incentivar a la producción y el pleno empleo.

E. Acuerdo Plan de Comercialización, y un estudio de un barco óptimo para cada caladero

Datos bibliográficos:

(Fundacion mediterranea - Universidad de Almería, 2008), acuerdo para establecer líneas estratégicas para la búsqueda de soluciones ante la crisis del sector pesquero en Almería

Problema General

Crisis que está sufriendo el sector pesquero en Almería y su gran dependencia.

Objetivo General

Establecer líneas estratégicas para elaborar un Plan de Comercialización, y un estudio de un barco óptimo para cada caladero.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron, Reuniones, entrevistas.

Conclusiones

Este convenio busca dar solución a varios problemas tales como: precios de venta muy bajos, y que el margen de utilidad no vaya a parar a los intermediarios, el volumen de capturas, el descenso del nivel de consumo debido a un mejor posicionamiento de la competencia.

Proponen una necesaria redistribución del espacio de las empresas, de modo que las actividades que dan servicio al sector pesquero sean agrupadas y constituyan un sistema productivo local del sector auxiliar de la pesca.

Las empresas deberían ser consideradas como un sector estratégico, no sólo por el número de empleos que genera y por la aportación económica a la provincia, sino por la cantidad de empresas que operan y su influencia sobre la industria auxiliar que engloba tan diversas actividades como la industria naval, las actividades portuarias, las industrias de transformación, la comercialización y la distribución.

Esta estrategia permitiría que el sistema productivo local del sector auxiliar de la pesca alcance una mayor competitividad y supondría un impulso y un desarrollo de las empresas que lo conforman.

Además, podrían adoptar una actitud homogénea en relación a los retos actuales y las estrategias para lograr superarlos.

Recomendaciones

Un adecuado sistema de gestión aseguraría la reconducción de los objetivos garantizando a los profesionales el ejercicio de una actividad sostenible.

Redistribución del espacio de las empresas, de modo que las actividades que dan servicio al sector pesquero sean agrupadas y constituyan un sistema productivo local del sector auxiliar de la pesca.

Modernización y adecuación de las empresas del sector a la nueva situación y fijar las bases de desarrollo mediante la innovación y las nuevas tecnologías que les permitan reposicionarse en un mercado global y cambiante.

Tesis

F: Análisis Integral del Sector Pesquero en España. Estudio del Proceso de Comercialización

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA, DE MADRID

(Roperó, 2013), Departamento de Arquitectura y Construcciones Navales, Tesis para optar el grado académico de Doctor. Granada – España.

Problema General.

Factores que intervienen en la formación del precio del pescado fresco, considerando el proceso completo, y determinar las variables críticas que tienen un mayor impacto en este proceso.

Objetivo General

Explicar en profundidad el proceso de comercialización de los productos pesqueros frescos desde el punto de vista de cada agente y señalar los puntos críticos del proceso y del Sector Pesquero. Sugerir mejoras que incrementen la competitividad del mismo.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos fueron cuestionario, trabajo de campo, entrevistas y reuniones.

Conclusiones

Entre las principales conclusiones del proceso de comercialización manifiesta que en los últimos años la influencia en la fijación de los precios en primera venta ha pasado a estar en manos de las grandes cadenas distribuidoras (algunas multinacionales), que cada día tienen más peso en un mercado globalizado en el que en 24 horas se puede poner o traer pescado fresco en cualquier parte del mundo y en el que priman las economías de escala para adelgazar las estructuras de costes.

Hace notar que la comercialización de los productos del mar frescos está atravesando una situación bastante compleja que irá empeorando cada vez más debido a la gran escasez de recursos y al incremento de consumo per cápita esperado como consecuencia de la demanda de países emergentes. Esto generará un aumento de precios en el punto de venta final, una ampliación de la producción de acuicultura y probablemente una redistribución de los flujos internacionales de comercio pesquero.

El futuro de la comercialización pesquera estará muy relacionado con el modelo de sociedad comercial que se quiera desarrollar en España. Menciona que en algunos países europeos el modelo está basado en la existencia de grandes grupos comerciales que tienen grandes centrales logísticas a partir de las cuales distribuyen sus productos a las grandes superficies de venta al público.

Indica cómo las grandes cadenas están apostando por la comercialización del pescado fresco se intuye que hagan la competencia en los próximos años al pescadero tradicional debido a su capacidad de optimizar la cadena con sus centrales de compras y grandes centros logísticos. La gran distribución apuesta por incrementar su presencia en la comercialización del producto fresco y va a competir vía diferenciación, estas tienen un gran margen de mejora en el tratamiento del pescado fresco, para comercializarlo en su estado óptimo de frescura. El sector minorista va a tener una competencia no existente actualmente.

Indica que es necesaria la profesionalización, la asociación para incrementar el poder de negociación, la aplicación de economías de escala o buscando sinergias hasta ahora no planteadas, exportador – armador tendrán que apostar por la especialización y profundidad de la oferta, potenciar la asesoría al cliente y tender a establecimientos con el producto perfectamente presentado, extremando la limpieza y a un coste competitivo.

Es necesario acortar y ajustar los márgenes comerciales y el poder de negociación, lo que está dando lugar a la búsqueda de nuevos canales y alianzas exteriores.

El comercio pesquero posee un alto grado de dependencia del abastecimiento exterior, que tiene la consecuencia de sufrir una “competencia desleal” de productos capturados por flotas ilegales de otras banderas, esto conlleva al riesgo de disminución comercial.

Los retos prioritarios del sector en sus distintos eslabones son la apuesta firme por los productos elaborados a base de pescado, ofrecer mayor información al consumidor sobre las cualidades beneficiosas de los productos del mar e incrementar su nivel de conocimiento en productos pesqueros para ayudarle en la toma de decisión de compra.

Se considera que se hace necesaria una profunda modernización y profesionalización del sector desde el punto de vista comercializador. En el sector extractivo se están comenzando a explotar mercados no saturados y en la flota de altura se está produciendo una concentración que elimina masa crítica y favorece a las grandes estructuras industriales.

Así mismo este tiene que adaptarse a la demanda de sus clientes, mejorar sus procesos y ofrecer un valor que le permita diferenciarse. Poner en valor su producción y que los exportadores sólo importen cuando no se pueda abastecer al mercado con el volumen nacional capturado. Por otro lado, el consumidor esté dispuesto a pagar un precio mayor por el producto nacional porque será consciente de su mayor valor y diferenciación.

Ropero Fernández menciona que debido a la transformación de la sociedad el consumidor exige cada vez más calidad e información sobre los productos.

Ante la pérdida de confianza del consumidor en el pescadero, el sector comercial debe activar mecanismos que recuperen el nivel necesario para los profesionales de pescaderías y los convierta en asesores, transfiriendo el conocimiento entre generaciones, formando, incentivándolo, haciendo el trabajo menos duro. Los eslabones asentadores y detallistas tiene que cambiar para adaptarse a la sociedad actual en cuanto a las nuevas demandas del cliente.

El sector tiene que adaptarse a las realidades económicas del país.

Es enfático al manifestar que es necesario fortalecer el asociacionismo y trabajar como socios reales para crear valor y comerciar en ambas direcciones.

Recomendaciones.

Para asegurar y mejorar la calidad del producto, manifiesta que hay que procurar que se minimice la manipulación del pescado por los distintos eslabones de la cadena, plantea el envasado del pescado fresco en envases de menor capacidad.

Implantación en el pescado fresco envasado de la etiqueta inteligente (TTI – Time Temperature Integrator), que controla la frescura del producto a través de su color usando las variables tiempo y temperatura.

Tendrán que apostar por la especialización y profundidad de la oferta, potenciar la asesoría al cliente y tender a establecimientos con el producto perfectamente presentado, extremando la limpieza y a un coste competitivo.

Acortar y ajustar los márgenes comerciales y el poder de negociación, lo que está dando lugar a la búsqueda de nuevos canales y alianzas exteriores.

Acortar los tiempos que transcurren desde la captura hasta el punto de venta, garantizar la trazabilidad en todos los eslabones o mejorar la calidad y el servicio. Es necesaria una profunda modernización y profesionalización del sector desde el punto de vista comercializador.

El sector tiene que adaptarse a las realidades económicas del país.

Fortalecer el asociacionismo y trabajar como socios reales para crear valor y comerciar en ambas direcciones.

Los mercados municipales tienen que renovarse, mejorar el valor que aportan, la limpieza, la presentación de los productos, ofrecer más servicios a los clientes, adaptar sus horarios a las necesidades de los consumidores, buscar opciones que atraigan la demanda y hagan atractiva y fácil la compra y que puedan generar negocio por otras vías.

G. Estrategias alternativas de comercialización para la asociación de pescadores 20 de agosto de la parroquia Anconcito del cantón Salinas

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD DE SANTA ELENA

(Mojica, 2011), Carrera de Administración de empresas. Tesis de grado para obtener el título de III nivel de Ingeniero en Administración de Empresas.

Problema General

Escasa asociatividad de los pescadores del barrio San Lorenzo, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013.

Objetivo General

Promover en los pescadores artesanales la expansión de la producción y comercialización de mariscos a través de la implementación de un plan asociativo para el mejoramiento de sus condiciones de vida y su entorno.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron las encuestas, entrevistas y recolección de datos en instituciones del ramo.

Conclusiones

La comercialización en la playa, hace que los comerciantes se aprovechen de los precios, y sus ingresos se vean reducidos.

No tienen una marca, esta situación no les permite competir en el mercado, esto hace que se vean obligados a participar de un sistema tradicional de comercialización dominado por los intermediarios y los márgenes de rentabilidad absorbidos en cada nivel.

Al no tener una identificación de marca, los intermediarios se seguirán aprovechando de esta situación, y esto traerá como consecuencia la reducción de personas que se dediquen a la actividad pesquera artesanal.

La falta de apoyo económico por parte de las instituciones públicas responsables de las actividades pesqueras.

La poca cultura de ahorro en una buena faena de pesca, la presencia de comerciantes prestamistas con alto cobro de intereses.

Recomendaciones

Aprovechar la experiencia de los pescadores artesanales de mariscos, conformando un grupo asociativo, que permita mejorar la situación de los agremiados en varios aspectos. Se recomienda que se asocien a través de un proceso de cooperación para el logro de ventajas competitivas.

Informar a los pescadores artesanales del barrio San Lorenzo, sobre las distintas fuentes de financiamiento a las que podrían acceder para poder mejorar su tecnología y equipos, así mismo capacitarlos en relación a la actividad que realizan y orientarlos hacia la captura de más especies, para que no dependan de un solo producto, sino que tengan más opciones para ofrecer en el mercado.

Conseguir las fuentes de financiamiento necesarias, que permitan mejorar la dotación de equipos tecnológicos, los cuales permitirán alcanzar mejores niveles de producción y por ende mejores condiciones de vida para los asociados y sus familias.

Tratar por medio de la asociatividad la apertura de nuevos mercados y la mejora del sistema de comercialización, para que de esta manera se obtenga mejores beneficios y réditos en el ámbito comercial.

Consolidar al grupo en el corto plazo, socializar las ideas generales de la asociatividad y el impacto que podría tener en las condiciones de vida de los asociados.

H. “Proyecto para el desarrollo de las comunidades pesqueras de la República del Ecuador”

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

(Leante & Garcia, 2013), **en su Tesis de grado para obtener el título de III Nivel de Ingenieros Navales**

Problema General

Inadecuado desarrollo de las comunidades pesqueras de la República del Ecuador.

Objetivo General

Mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la pesca artesanal ecuatoriana con vista a contribuir al desarrollo humano de las comunidades pesqueras de la costa continental de Ecuador.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos fueron: cuestionario, entrevistas, informes de distintas instituciones.

Conclusiones

La infraestructura básica de la mayoría de las caletas es muy deficiente, existen algunos puertos que ya cuentan con proyectos de desarrollo, pero la mayoría de las caletas no disponen de servicios básicos.

No disponen de servicios de salvamento en caso de emergencia y los sistemas de comunicación con otras embarcaciones o con los puertos son casi inexistentes.

Las caletas pesqueras no disponen de centros de acopio de la pesca, lo que obliga a desarrollar las operaciones de eviscerado, conservación, comercialización en condiciones insalubres y con muy pocas garantías, de ofrecer una calidad de la pesca aceptable. Muchas de las caletas pesqueras, no disponen de medios de embarque de insumos y desembarque de la pesca, lo que hace imposible en muchos casos que estas operaciones puedan realizarse de forma segura.

Dentro de las conclusiones más importantes mencionan que para conseguir la sostenibilidad de la pesca es necesaria su ordenación imponiendo vedas, una zonificación y demás legislación.

Mencionan que para ayudar a erradicar o mitigar las desigualdades e inequidades socioeconómicas de las regiones costeras y de sus habitantes, es necesario aplicar medidas para realizar cambios y mejoras en el sector pesquero e implementar las políticas adecuadas para mejorar las condiciones de los pescadores artesanales e industriales del país. Hacen referencia al grave problema por el ataque de los piratas a la flota de la pesca artesanal, para robarles todo el material y la pesca, sobretodo en busca de los motores fuera de borda.

Recomendaciones

Implementar un proyecto que desarrollará y mejorará los sistemas de ayudas a la navegación.

Elaborar un proyecto de pequeños muelles en las caletas donde estas actividades sean menos seguras.

I. Incidencia del sector pesquero en el desarrollo económico de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Salinas durante el periodo 2008-2012.

Datos bibliográficos

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

(Fausto, 2014), Carrera de Economía, Tesis de grado para obtener el título de III nivel de Economista.

Problema General

¿Cuál es la incidencia del sector pesquero en el desarrollo económico de la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas durante el período 2008-2012?

Objetivo General

Determinar la incidencia del sector pesquero en el desarrollo económico de la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas.

Instrumentos de recolección de datos

Los principales instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron encuestas a los pescadores artesanales, asociaciones, cuestionario.

Conclusiones

Que al ser la pesca la actividad predominante del sector; en la parroquia Santa Rosa esta actividad tiene una inferencia directa con el desarrollo económico de sus habitantes.

Así mismo hace énfasis en que durante el período de estudio, el sistema financiera público y privado ha invertido más de cuatro mil millones de dólares en proyectos de desarrollo situados en la provincia; lo que se transmite en confianza de sus actividades y un gran desarrollo económico, de acuerdo con los pilares que definen a esta ciencia.

Menciona que el sector pesquero tiene incidencia directa, y positiva en el desarrollo económico de la parroquia Santa Rosa, del cantón Salinas. Sin embargo, la percepción de sus habitantes es contraria, debido a las múltiples regulaciones emitidas de manera gubernamental, con el fin de regular las actividades para asegurar un plan del buen vivir a futuro. Esta situación puede ser mejorada solamente si los esfuerzos de los gobiernos seccionales, que viven el día a día con sus pobladores, son encaminados hacia este objetivo en común.

Recomendaciones

Crear un verdadero Instituto Superior de Pesca con tecnología de punta con el objetivo de incentivar y preparar al pescador con conocimientos técnicos y fundamentales aplicados a la pesca, sería una buena alternativa para mejorar su nivel de educación y por consiguiente asegurarles una mejor calidad de vida a las futuras generaciones.

Crear verdaderas Cooperativas o Asociaciones que administren de manera efectiva sus recursos, a fin de proporcionarles una vivienda digna, brindarles seguridad al momento de realizar sus faenas de pesca y puedan mejorar sus herramientas de pesca especialmente sus embarcaciones.

Implementar un sistema de seguridad marítima a través de la armada nacional. Es importante recalcar que actualmente, más de 3.200 embarcaciones tienen chip para su localización rápida y oportuna.

Disponer de mecanismos tanto a los pescadores como a sus familiares para que asistan a cursos, seminarios, talleres de capacitación de diferentes disciplinas porque les dan poca importancia a los mismos.

2.3 Bases teóricas.

La comercialización o Marketing que trata de la realización de actividades de comercio, ha sido objeto de varias definiciones planteadas por diferentes autores, quienes las analizan desde sus disímiles puntos de vista, es así que se exponen los siguientes:

(Peres & Maria, 2012), estos autores consideran al comercio como “una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero”.

(Blinder, 2016), menciona: El comercio internacional mejora la eficiencia: "El comercio sirve para emplear de forma más eficiente a la fuerza laboral, lo que supone un factor clave para alcanzar salarios mayores. Si tuviera que fabricar la propia ropa y cultivar la propia comida no se tendría tiempo para ganar un sueldo trabajando en lo que se da mejor, por lo que en el nivel de vida sería muy inferior al actual", explica el profesor. Si los habitantes de California no pudieran importar la ropa y la comida que consumen, nunca hubieran tenido tiempo para crear Silicón Valley. Las economías se especializan en lo que hacen mejor.

El mismo autor manifiesta que, los desequilibrios comerciales son inevitables y en la mayoría de las veces no importa.

(Solano, 2014), menciona: “a lo largo de la historia, se ha podido evidenciar que el intercambio internacional de excedentes en las economías nacionales produce cambios para las naciones que han implantado distintos sistemas, que les permite la comercialización de sus productos. Muchas de estas naciones han logrado un desarrollo económico y a su vez un desarrollo humano, gracias a estos acuerdos; pero también existen países en los que las políticas implementadas han producido un malestar social”.

“Estos acuerdos se dan a través de los Tratados de Libre Comercio, que es un acuerdo establecido por un número de naciones para poder ampliar la comercialización de bienes y servicios a un costo encontrado por debajo a los precios que se establecen en el mercado internacional. Un tratado de libre comercio intenta deshacer políticas proteccionistas, porque no se puede promover un intercambio de bienes o servicios con políticas que limiten el consumo de los mismos”.

Los principales objetivos en un T.L.C. son: “la eliminación de barreras que impidan la comercialización fluida entre naciones, promover un mercado justo, es decir con reglas que permitan el intercambio de bienes minimizando la afectación de alguna de las partes que influyen en el tratado, un incremento de inversión por parte de ambas naciones, la proporción de leyes que establezcan a la propiedad intelectual como privada y restringida al uso indiscriminado, promover estímulos para la producción nacional, fomentar una cooperación acordada a través de la economía y ofrecer soluciones a las problemas que se puedan dar en el mercado”.

(Froning & Eiras, 2000), hacen alusión a lo que significa el comercio internacional, menciona que “es el marco dentro del cual se encuadra la prosperidad de Norteamérica. Las políticas de libre comercio han creado un nivel de competencia dentro del mercado abierto actual que origina una

constante innovación y da lugar a productos de calidad superior, empleos mejor remunerados, nuevos mercados y mayor volumen de ahorro e inversión. El libre comercio permite que los consumidores norteamericanos tengan a su alcance mayor cantidad de bienes y servicios a precios más bajos, y así aumenten notablemente su nivel de vida”.

“Además, los beneficios del libre comercio se extienden mucho más allá de los hogares norteamericanos. El libre comercio contribuye con la divulgación del valor de la libertad, con la consolidación del estado de derecho y con la promoción del desarrollo económico en países pobres. El debate nacional sobre las cuestiones relacionadas con el comercio con frecuencia ignora estos importantes beneficios”.

(Mendoza, Hernandez, & Perez, 2010), mencionan estos autores que, “la actividad comercial ha estado, a lo largo de los siglos, vinculada a la actividad humana, en virtud de la necesidad de obtención de satisfactores. La evolución que ha tenido el comercio a través de la historia presenta cuestiones de gran importancia para entender la configuración actual del comercio; refieren que el comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios a través de los diferentes países y sus mercados”.

“Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros. El comercio internacional de hoy en día es muy diferente al que existía hace 10 años, porque existen variables como la tecnología que nos pueden ayudar a realizar el comercio”.

“Los autores refieren la importancia que tiene el comercio internacional, hacen un análisis de la economía por cuanto es necesario revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales”.

De la misma manera mencionan la importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo de intercambio de bienes sino de programas de integración.

Así mismo indican que “Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. La economía enseña que puede beneficiarse cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la “ventaja comparativa” significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor”.

Del mismo modo, estos autores resaltan los beneficios del Comercio Internacional, “el cual permite que un país cuente con mayor cantidad de bienes que los que podrían producirse en aislamiento, con una dotación escasa de recursos productivos. Mientras más favorable sea la relación real de intercambio para un país, mayor será el beneficio que le producirá el comercio internacional en comparación con los que obtengan los restantes países”.

2.3.1 Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal

2.3.1.1 Comercialización

De acuerdo al estudio realizado por (Global Consult, 2013), “el flujo comercial de la pesca artesanal, que se inicia con los desembarques, es muy complejo, pues la comercialización dependerá principalmente de las facilidades de cada caleta (áreas donde se realiza parte importante de la actividad, varadero, fondeo y reparación de embarcaciones, fabricación de

artes y aparejos de pesca, entre otras), y de los compromisos adquiridos por los pescadores y armadores con los comerciantes e industrias.”

Se ha identificado que el total de desembarques, de las flotas industriales y artesanales, siguen uno de estos 3 canales:



Figura 2. Canales de distribución. Datos tomados de la subsecretaría de pesca del Ecuador

Como se puede observar, el canal de comercialización de la pesca que no va a las industrias y se queda para consumo interno, puede contar hasta con 7 niveles de intermediación, que, en las actuales circunstancias de falta de infraestructura, facilidades pesqueras y poca organización comercial de este subsector, son necesarios para asegurar que la pesca llegue, en las mejores condiciones, al consumidor final en todo el país.

Aquí se puede determinar y asegurar que el precio que se paga a los pescadores es muy variable, en muchos casos dependerá del equilibrio entre la oferta y la demanda, y otros factores como veda, y condiciones del mercado.

Todos los actores que forman parte de la cadena de comercialización cumplen un rol importante que permite organizar el flujo comercial de la pesca, es necesario considerar otro aspecto tal como la llamada primera comercialización, en la que existen categoría tales como:

Pescador/recolector, Pescador pequeño, Pescador tripulante, Pescador armador, Empresario armador pequeño, Empresario armador mediano, Empresario armador grande, Armadores de nodrizas.

Cada una de estas categorías debe permitir que las estrategias de comercialización beneficien a la población vulnerable de este sector.

También es necesario considerar dentro de la cadena de comercialización a las asociaciones de base, porque estas tienen una categoría y clasificación:

Categoría 1: Muy bien organizadas

- Visión empresarial
- Pesca responsable

Categoría 2: En proceso de organización

- Necesitan fortalecerse

Categoría 3: Desorganizadas

- Malas experiencias
- Falta credibilidad

Así mismo hay que considerar al sector de Pescadores NO asociados, porque este representa un número considerable dentro del sector pesquero artesanal.

Estos tres actores en la cadena de comercialización son los principales referentes para el desarrollo empresarial y artesanal del sector pesquero en el país, y en la provincia de Santa Elena. Por lo que, en las cadenas en la que intervienen los pescadores artesanales, se deberían replantear los modelos de comercialización existentes para que reciban mayores beneficios y mejoren las condiciones socioeconómicas y ambientales de este importante subsector.

Según un estudio realizado por (Excipit, 2013) tradicionalmente ha existido un esquema de comercialización de pescado caracterizado por el desembarque de la pesca en caletas pesqueras por parte de los pescadores artesanales, siendo común que los intermediarios financien las faenas pesqueras y actúen como fuente de crédito no oficial, proporcionando dinero para la adquisición de combustible, alimentación y cubrir gastos relacionados a la actividad.

Esta situación ha conllevado que los pescadores artesanales tengan escaso poder de negociación en los mercados, al depender total o parcialmente de estos actores de la cadena de comercialización.

Estos mismos actores intervienen en las cadenas de comercialización para consumo local y comercialización para exportación a través de las empacadoras establecidas.

De acuerdo a la (FAO, 2014), los pescadores artesanales de los países en desarrollo se encuentran con limitaciones respecto a disponibilidad de recursos, embarcaciones, artes y técnicas de pesca, infraestructura para el desembarque y comercialización, logística, acceso a servicios de crédito; y otros de tipo organizativo y asociativo.

Estas limitaciones tienen que ser contrarrestadas a través de un sistema o programa integral de desarrollo colectivo que involucre componentes de infraestructura adecuada para el desembarque, acopio y distribución, acceso a información de los mercados de comercialización, capacitación y acompañado de una fuerte promoción de consumo interno de productos pesqueros.

Al depender de los comerciantes se produce un sinnúmero de problemas, y estos a su vez provocan causas y efectos, tal y cual se menciona en el gráfico siguiente:

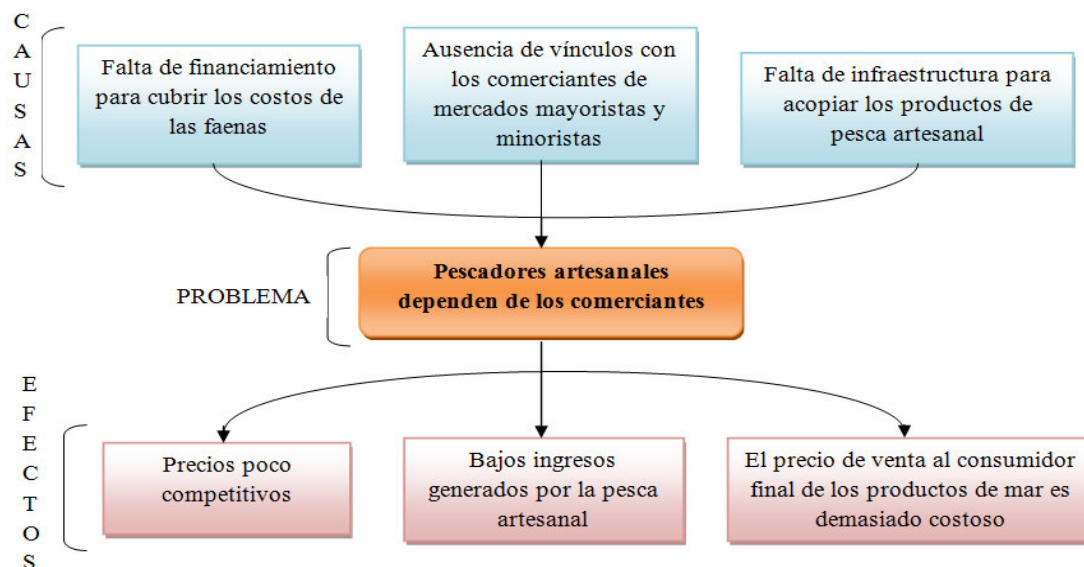


Figura 3. Problemas Causa/efecto. Datos tomados de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, Ecuador

(Alegret J. , 1989), “desde esta perspectiva de investigación se parte de la hipótesis de que las sociedades pesqueras forman parte del sistema capitalista, en mayor o en menor medida, y se prioriza el análisis de las relaciones de producción, los procesos de trabajo que se desarrollan en estas comunidades pesqueras, que permiten su reproducción al interior del sistema económico hegemónico.”

Para (Recasens, 2003), en “Pueblos del mar” sostiene que “la cultura de un pueblo está “contenida en sus ideas, que configuran su modo de pensar y de ver el mundo, en sus acciones, que exteriorizan sus modos de hacer el mundo, y en sus objetivaciones, que son los modos de materializar actos e ideas en el mundo.” Así, los pescadores artesanales como todos los grupos humanos, viven su cultura como código y mapa, que otorga sentidos y significados que operan como orientaciones que les permite enfrentar el mundo que los rodea y la vida cotidiana.”

Se refiere a ellos como hombres de mar. Esta definición implica no solo el trabajo en la pesca, sino que alcanza para describir toda una relación cultural, identitaria, profunda con el mar: “Cuando me refiero a ellos como

hombres de mar, es porque no sólo habitan contiguos al mar y viven de él, sino por que aman el mar, lo respetan y temen, a la vez que le agradecen los recursos que les proporciona aun cuando le exija a cambio ingentes esfuerzos.” Como se observa, esta definición admite no solo a los pescadores artesanales, sino a todos los hombres y mujeres que tienen esta particular relación y forma de vida relacionada con el mar.

La orientación sobre la cual trata el trabajo de investigación, abarca aspectos como:

Precio

(Gorostegui, 1992), “En cuanto a los precios este autor considera que es una variable comercial, caracterizada en muchos casos por la rapidez de sus efectos sobre las ventas. Por ello, se dice que al igual que la publicidad, es una variable de acción a corto plazo. Sostiene, además, que el precio de un bien es su valor de intercambio y éste no tiene por qué coincidir con el valor técnico, el cual es una magnitud subjetiva, basada en la valoración de cualidades como la calidad y la perfección tecnológica. El valor que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto depende más bien de su capacidad para satisfacer deseos y necesidades”.

(Stanton W. , Fundamentos de Marketing, 1969), “la importancia de las decisiones sobre precios viene condicionada por el tipo de producto que posee la empresa o por la estructura del mercado correspondiente. En un mercado estrictamente competitivo, el precio está determinado por las cantidades demandadas y ofrecidas, siendo nula la posibilidad de que el productor actúe sobre el precio”.

La estrategia de comercialización ha de hacer coincidir los objetivos perseguidos en la fijación de los precios con las metas generales de la empresa, teniendo siempre en cuenta los más relevantes que son el beneficio y la rentabilidad, el incremento de las ventas y la ganancia gradual de la cuota de mercado, una situación favorable con respecto a la

competencia, así como el mantenimiento de la imagen alcanzada por la empresa y sus productos entre otros aspectos.

(FAO, 2016), Manifiesta que, con la contracción general de la economía mundial, el comercio menguó. Sin embargo, el descenso se produjo únicamente en cuanto al valor debido a la caída de los precios y los márgenes.

“Indica que en el año 2012 sufrieron una baja los precios internacionales de determinados pescados y productos pesqueros destinados al consumo humano, y en particular de las especies, además, se redujo la demanda en muchos mercados importantes porque la contracción económica seguía influyendo en la confianza de los consumidores.”

Presencia de intermediarios

(FAO, 2016), “En la cadena de suministro del pescado y los productos pesqueros, entre el pescador o el acuicultor y el consumidor final puede intervenir un gran número de partes interesadas. Las cuestiones antes mencionadas pueden afectar a las partes interesadas en diverso grado, dependiendo de su posición en la cadena de valor y de su relación contractual y el poder relativo de negociación con los proveedores y clientes.

(Farnet Magazine, 2013), Algunos canales de distribución se adaptan mejor que otros a los productos locales de pesca. Suelen ser sobre todo los canales que permiten mantener el vínculo entre el productor y el consumidor. De hecho, este vínculo resulta imprescindible para desarrollar confianza y conocer los orígenes del producto local. En el caso del pescado especialmente, se puede añadir la imagen del “último alimento silvestre” para crear un mensaje potente. La relación directa entre consumidor y productor se convierte en una herramienta de comercialización en sí misma.

Cuantos más intermediarios haya en la cadena, más débil será la relación entre consumidor y productor. Por eso los sistemas de cadena corta son los más indicados para que los productores locales puedan ofrecer el máximo

valor añadido a partir de la imagen local. Estos circuitos responden además perfectamente a la tendencia del mercado hacia un contacto renovado con los productores y la creciente necesidad de trazabilidad del producto para tranquilidad del consumidor.

“Menciona este autor que las iniciativas de venta directa son las formas más “extremas” de distribución en cadena corta, porque incluyen iniciativas en las que los pescadores o miembros de sus familias (sus esposas, por ejemplo) venden directamente al consumidor final sin la intervención de intermediarios. Esto les permite establecer sus propios precios y quedarse con la totalidad del margen de venta. Ejemplos de venta directa son la venta desde el barco, los pequeños puestos que se instalan en el muelle o las pescaderías ambulantes de los mercados locales. En este modelo es precisa la participación directa del pescador y una habilidad especial para el trato humano. La inversión inicial, sin embargo, suele ser pequeña, y aunque el volumen de venta es limitado, la venta directa puede constituir una fuente de ingresos complementaria muy interesante”.

Los volúmenes que se pueden vender a través del canal de venta directa son limitados, en parte porque la zona de captación resulta restringida.

Problemas de transporte

(Pesca, 2013), “El traslado o transporte del pescado que tiene como destino final el mercado interno del país se realiza en condiciones que no permiten mantener la calidad del producto, pues se trata de canastas o cajas en camiones o buses de pasajeros y en el caso que se usan vehículos isotérmicos éstos no cuentan generalmente con equipo de refrigeración mecánica que mantenga la temperatura para la conservación del pescado”.

(Avdalov, 2012), “El transporte del pescado y los productos pesqueros debe realizarse en vehículos cerrados, para evitar la contaminación y no provocar

cambios en la temperatura con las consabidas consecuencias nefastas para el producto”.

“Al igual que los lugares donde se procesa pescado, las cajas y los medios de transporte deben ser de materiales de fácil limpieza y la misma debe realizarse en forma frecuente”.

“El pescado fresco siempre debe transportarse con hielo para mantener su temperatura a 0° C. Si el vehículo cuenta con equipo de frío la misma debe mantenerse a 0° C”.

“La principal dificultad en el transporte de pequeños envíos de pescado refrigerado es asegurar que llegue al destino con la temperatura adecuada, en otras palabras, al final del viaje debe quedar hielo suficiente para garantizar su frescura. Los factores determinantes de la duración y calidad del pescado fresco son tiempo y temperatura, sin embargo, no deben dejarse de lado aspectos como la limpieza y estado general del vehículo, siendo entonces muy importantes:

- Las condiciones externas del transporte
- El estado de cerraduras y cierres de seguridad
- La temperatura en el momento de la carga y descarga
- Las condiciones internas de limpieza, malos olores, etc.”

“Los medios de transporte como barcos, camiones o el que fuere, que se dedican a la recogida de pescado en lugares remotos o alejados, deben considerar llevar la cantidad de hielo suficiente para el pescado que será transportado en ellos”.

“La rapidez de entrega del pescado y los productos pesqueros en buenas condiciones y la regularidad en los envíos, constituyen buenas razones para que los productores controlen el transporte de sus productos al mercado”.

Problemas de distribución

(Farnet Magazine, 2013), manifiesta que “los productores locales deben buscar, pues, vías que les permitan sacar el máximo partido a sus capturas. Para eso deben diferenciar su producto y asegurarse de que destaca entre la multitud. Elegir el canal de distribución adecuado es fundamental para conseguir esto”.

(Pesca, 2013), considera que “la fuente de abastecimiento del pescado fresco es el sector de la pesca artesanal, donde generalmente los productores (pescadores) no participan en la comercialización. Se presenta la figura del comerciante y distribuidor mayorista que operan en origen como acopiadores en puertos y/o caletas y en el destino, en los mercados mayoristas pesqueros (MMP Villa María del Triunfo, MMP Ventanilla, Minka en Lima Metropolitana y otras ciudades). La comercialización minorista (detallista) se efectúa en los Mercados de abasto principalmente y desde este canal se redistribuye a mercadillos o paraditas generalmente en condiciones deficientes de higiene y sanidad de los productos. Lima necesita más mercados mayoristas pesqueros”.

Los canales de ventas más caracterizados de pescado fresco son: mercadillos, mercados de abasto, mercado mayorista pesquero y supermercados.

(American Marketing Association (AMA), 1960), “es la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario”.

(Kotler P. , Dirección de Mercadotecnia, 1972) “estudia específicamente cómo son creadas, estimuladas, facilitadas y valoradas las transacciones”.

(Kotler P. , Marketing Management, 1980): “es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través del proceso de intercambio”.

(Stanton & Frutell, 1987) “es un sistema total de actividades empresariales encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales”.

(Lambin, 1991) “el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades”.

(Mc Carthy & Perreault, 1992) define a la comercialización como “la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa” (Alvarenga, 1990).

El mismo autor manifiesta que “la comercialización cumple funciones como la compra y la venta, el proceso de intercambio. La función de compra se ocupa de la política y procedimiento para determinar necesidades, selección y evaluación de productos y servicios de las gestiones que conducen a la transferencia de la propiedad. La venta implica encontrar y motivar compradores a través de diversas técnicas de producción”.

El Diccionario Español (Real Academia Española, 1992), indica: “comercializar parte de una preocupación por vender y obtener utilidades” Esto implica dar a un producto condiciones y organización comercial (que tiene fácil aceptación en el mercado) para su venta.

(Kotler P. , Dirección de mercadotecnia, 1992), “proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros”.

(Vázquez & Trespacios, 1994), “el objetivo es tratar de conocer las necesidades genéricas del consumidor o carencias básicas propias de la naturaleza y condición humana, analizar los deseos o formas en que cada individuo desea satisfacer una necesidad determinada, estimular la conversión de los deseos en demanda buscando fórmulas creativas para potenciar la voluntad de compra y evitar las restricciones del poder adquisitivo”.

(Santesmases M. , 1997) “Un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita”.

(Stern, Ansary, Coughlan, & Cruz, 1999; Kotler P. , Dirección de mercadotecnia, 1992) “Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones inter-dependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo”.

“Los canales de Marketing no solo satisfacen la demanda al proporcionar bienes y servicios en el momento oportuno y en la cantidad, calidad y precio adecuados, sino que también estimulan la demanda por medio de actividades de promoción que realizan las unidades que los componen”.

“El marketing juega un papel fundamental en la comercialización por lo que existe una confusión en estos dos conceptos porque el marketing también es visto o tiene su equivalente en comercialización o mercadeo”.

(Santesmases M. , 1999), “un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y

promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita”.

(American Marketing Association (AMA), 2004), “es la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario”.

(Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2012), manifiesta, “las necesidades, deseos y demandas de los clientes lo fundamentan el Marketing a través de los estados de carencia percibida, que ésta incluye las necesidades físicas de comida, vestido, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión”.

“Los deseos son la forma que toman las necesidades humanas a medida que son procesadas por la cultura y la personalidad individual, los deseos son moldeados por la sociedad y se describen en términos de los objetos que satisfarán esas necesidades. Cuando están respaldadas por el poder de compra, los deseos se convierten en demandas. Dados sus deseos y recursos las personas demandan productos con beneficios que se suman por máximo valor y satisfacción”.

El mismo autor manifiesta que “las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencia que se ofrecen a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo”.

2.3.2 Desarrollo Económico y Social

Desarrollo Sectorial

La actividad pesquera y el desarrollo

(Grant, La teoría de recursos basado en la ventaja competitiva, implicaciones para la formulación de la estrategia, 1991), para este autor, “la Teoría de Recursos y capacidades se fundamenta en la investigación de los recursos y capacidades de una empresa, para explicar las diferencias de la misma en cuanto a competitividad, crecimiento o resultados a lo largo del tiempo. Por tanto, desde este enfoque, los recursos y capacidades del sector pesquero artesanal se constituyen como elementos centrales de análisis y estudio para la formulación de sus acciones estratégicas”.

Los fundamentos de la citada teoría se pueden resumir brevemente en estos tres puntos:

1.- “Todas las organizaciones se diferencian por sus recursos y capacidades con que cuentan en un momento del tiempo. Las empresas no disponen de los recursos y capacidades en las mismas condiciones. Las rentabilidades que obtienen podrían explicarse en razón a los recursos y capacidades con que cuentan”.

2.- “La formulación de las estrategias de la empresa cada vez está dando mayor importancia a los recursos y capacidades. Para ello el planteamiento que se hace es preguntarse por las necesidades que pueden satisfacerse, y no que necesidades se quieren satisfacer”.

3.- “Las características del entorno y de los recursos y capacidades con que cuenta una empresa condicionan el beneficio que puede obtener”.

“En general, conocer el inventario de los recursos de una empresa puede resultar muy difícil, porque con frecuencia no suele estar realizado dentro de los sistemas de información’.

(Villegas, 2001), Manifiesta que “el ser humano siempre busca soluciones y modificaciones para mejorar sus condiciones de vida, busca un mayor desarrollo personal y comunitario, un nivel de vida más acorde con sus

expectativas, es decir que la cultura humana ha asociado a progreso, desarrollo, bienestar, superación. Así mismo este autor hace énfasis en el desarrollo socioeconómico y la consiguiente creación de nuevas entidades productivas que son fuentes generadoras de cambios en la estructura de producción y en la sociedad”.

(McGoodwin, 2002) “Pequeña escala no significa automáticamente pobre o empobrecido. Es más, en algunas comunidades pesqueras en pequeña escala, los precios elevados de determinadas capturas facilitan niveles de bienestar relativamente altos. Pero con mayor frecuencia la gente que vive en comunidades pesqueras en pequeña escala puede considerarse entre los miembros menos ricos de las sociedades mayores de las que forman parte, tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados.”

(Grant, Dirección estratégica: concepto, técnicas y aplicaciones, 2004), “el balance contable proporcionaría sólo una visión parcial y distorsionada de los activos de una empresa. Para inventariar los recursos se dividirán en tangibles (físicos y financieros), intangibles (tecnología, reputación y cultura) y humanos (conocimientos y destrezas, capacidades de comunicación y relación, y motivación)”

(Naresh, 2008), Manifiesta que “las empresas han aumentado la necesidad de contar con más y mejor información.”

“A medida que el alcance de las empresas se vuelve nacional e internacional, ha incrementado la necesidad de información sobre mercados mayores y más distantes.”

“Al aumentar la prosperidad y complejidad de los consumidores se necesita mejorar la información sobre la forma en que responderán a los productos y a otras formas de marketing.”

El mismo autor manifiesta “la necesidad de usar la inteligencia competitiva con la finalidad de mejorar la competitividad en el mercado gracias a una mayor comprensión de los contrincantes de una empresa y del ambiente de competencia.”

“La inteligencia competitiva permite a la alta administración de empresas de todos los tamaños tomar decisiones informadas acerca de todo lo que concierne a Marketing, investigación y desarrollo, y tácticas para invertir en estrategias de negocios a largo plazo.”

(Vallejos, 2010) “Plan de negocios para la producción y comercialización de Tara en el Distrito de Jayanca”. Chiclayo – Perú En la presente investigación el autor analizó la factibilidad de la puesta en marcha de una unidad agrícola de 28 hectáreas dedicado a la producción de tara en el Distrito de Jayanca. Motivo por el cual realizó un Plan de 12 Negocios al que le permitió medir la factibilidad de su implementación llegando a determinar el grado de inversión, rentabilidad, participación en el mercado y sostenibilidad en el tiempo”.

(Esparza, 2010) “Estudio de la pesca artesanal en el entorno de la reserva marina de Cabo de Palos – Islas Hormigas. Estrategias de pesca, efecto de la protección y propuesta para la gestión”. el autor determinó que “los factores que pueden explicar la variabilidad existente en la distribución e intensidad de la pesca artesanal en torno a una reserva marina (RM), valorar el efecto de la protección sobre la pesca y analizar y valorar los efectos bio-económicos de configuraciones alternativas de diseño y gestión.”

“Los resultados revelaron que las embarcaciones artesanales calan más artes, de menor longitud, en zonas de elevada diversidad de hábitats y su rendimiento pesquero depende del nivel de protección, la distancia a la Reserva Marina y la diversidad de artes por unidad de área.”

“La protección está teniendo resultados positivos sobre las poblaciones de peces explotadas y beneficiando a la economía local.

El aumento de superficie protegida, distribuido en varias reservas integrales en emplazamientos adecuados, distanciadas unas decenas de kilómetros, más que la reducción del esfuerzo, tendría efectos positivos sobre el poblamiento de peces y la economía local.”

(Conferencia Ministerial de DOHA, 2011) “Para el país el artículo III.2.a) describe lo que sería la pesca artesanal. Sin embargo, preocupa que, a través de la inclusión de criterios y condicionalidades demasiado restringidos, se pretenda dar a la pesca artesanal una visión limitada a la subsistencia, enfoque que desconocería su potencial para contribuir de manera concreta al mejoramiento del nivel de vida de los pescadores.” Por ejemplo:

- Los pescadores artesanales son capaces de incursionar en aguas más distantes.
- Se debe incorporar a la microempresa como una forma adicional en la que los pescadores podrían realizar sus actividades, lo que contribuiría a fortalecer la visión de la pesca artesanal como un instrumento de desarrollo para las comunidades pesqueras.
- La pesca artesanal no es una actividad netamente de supervivencia. Los pescadores artesanales entregan la mayor parte de su captura para el comercio y un segmento muy pequeño de la misma para el autoconsumo.

2.3.3 Desarrollo del sector pesquero en la Provincia de Santa Elena-Ecuador

Santa Elena es una provincia de la costa de Ecuador creada el 7 de noviembre de 2007, la más joven de las 24 actuales, su población es de 300.000 habitantes aproximadamente.

Santa Elena posee 3 cantones: Santa Elena, La Libertad y Salinas. Justamente por estar ubicada en la zona costera la actividad pesquera se realiza en los tres cantones.

En la tabla siguiente, se identifican las caletas pesqueras, el número de embarcaciones que existe en cada una de ellas, así como la población que se dedica a esta actividad, y la variedad de especies que se captura con más frecuencia.

Cuadro 4. Caletas, embarcaciones, población y especies. Año 2015

CALETAS PESQUERAS	EMBARCACIONES	POBLACIÓN	ESPECIES DE CAPTURA CON MÁS FRECUENCIA
LA RINCONADA	37	38	Dorado
LA ENTRADA (HIGUERÓN)	74	78	Camarón de mar
LAS NUÑEZ	20	20	Bonito
SAN JOSE	3	4	Pesca blanca
OLON	26	33	Otras Especies
MONTAÑITA	2	10	Sardina
MANGLARALTO	1	2	Albacora
CADEATE	6	10	Corvina
LIBERTADOR BOLIVAR	3	8	Langosta
VALDIVIA	118	218	Pulpo
SAN PEDRO	39	45	Lisa
AYANGUE	165	196	Pámpano
PALMAR	326	412	Ojitas
JAMBELI	130	184	Pargo
MONTEVERDE	77	217	Morenillo
SAN PABLO	244	426	Carita
CHUYUIPE	17	19	Picudo
BALLENITA	62	64	Pinchagua
LA CARIOCA (LA LIBERTAD)	50	65	Chugueco
PECHICHE (COMUNA DE CHANDUY)	114	120	Gallina/Gallinaza
MUEY	224	258	Sierra
SANTA ROSA	1885	1984	Pesca blanca
CHIPIPE-SALINAS	107	110	Cabezudo
ANCONCITO	1496	1603	Pesca blanca
EL REAL (CHANDUY)	180	189	Botella
PUERTO CHANDUY	113	238	Pesca blanca
MANANTIAL DE CHANDUY (COMUNA DE CHANDUY)	5	9	Atún
LA CALETA (LA LIBERTAD)	151	184	Carita
LA LIBERTAD/CARIOCA	21	22	Róbalo
CHANDUY	855	874	Pesca blanca
COLONCHE/PALMAR	16	48	Pesca blanca
TOTAL, CALETAS CENSADAS 31	TOTAL 6.567	TOTAL 7.688	

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca, Ecuador

2.3.4 Análisis del Sector Pesquero Artesanal en la Provincia de Santa Elena

El sector pesquero artesanal comprende desde la recolección manual de mariscos hasta la pesca oceánica con embarcaciones como botes, pangas, fibras, Nodrizas. Este sector es dinámico y diverso debido a la variedad de artes de pesca y embarcaciones que utilizan, las especies que capturan y la modalidad de sus faenas, así como también por las actividades y personas que intervienen alrededor del tema comercialización. Este sector por ser dinámico experimenta una serie de inconvenientes que son los factores fundamentales que no le permiten crecer y desarrollarse.

Analizados todos los aspectos anteriormente mencionados es imprescindible y urgente resolver problemas para mejorar y desarrollar el sector pesquero.

No se puede dejar de considerar las diferentes situaciones que enfrentan en épocas de veda, falta de servicios, costos, inseguridad, entre otros, por lo que los mayores problemas son:

- Problemas económicos
- Problemas técnicos pesqueros
- Problemas de organización
- Problemas de inseguridad
- Problemas de contaminación
- Problemas con los tiempos de vedas
- Problemas con embarques y desembarques
- Problemas climáticos
- Problemas con escasez de insumos o servicios en la caleta o comunidad
- Problemas con los costos de los insumos

Como se puede apreciar uno de los principales problemas de los pescadores artesanales es el económico, siendo esta la razón principal de la dependencia hacia los comerciantes, esta dependencia tiene causas y a su vez estas producen los siguientes efectos:

- Falta de financiamiento para cubrir los costos de las faenas, esto produce el efecto de que los precios sean poco competitivos.
- Ausencia de vínculos con los comerciantes de mercados mayoristas y minoristas, lo que produce bajos ingresos.
- Falta de infraestructura para acopiar los productos de la pesca artesanal, esto da como resultado que el precio de venta al consumidor final de los productos del mar sean demasiados costosos.

Con la información obtenida la investigación se enfocó en la realidad del sector pesquero en cuanto al desarrollo artesanal existente, que como se menciona no es el idóneo para su adecuado desarrollo por lo que mayormente inciden aspectos tales como:

- Precios de los productos del mar.
- Presencia de una cantidad considerable de intermediarios en la actividad pesquera artesanal.
- Problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal.
- Problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal.

Desarrollo Sostenible

(FAO, 2000), preparó el documento “Orientaciones sobre ordenación pesquera en relación a los indicadores para el desarrollo sostenible de la pesca de captura marina”. Las orientaciones facilitan información general sobre la cuestión del desarrollo sostenible de la pesca, a fin de aclarar por qué se necesita un sistema de indicadores para el seguimiento de la contribución de la pesca al desarrollo sostenible; se examinan todas las

dimensiones de la sostenibilidad (ecológica, económica, social e institucional).

(Alegret J. , 2000), discute el concepto de sostenibilidad desde el punto de vista de las Ciencias Sociales, para lo cual enuncia que el concepto de sostenibilidad, “es un concepto eminentemente diacrónico. Aplicado a la explotación de un recurso natural renovable hace referencia a un punto, un momento, una fase de un proceso a partir del cual se cumplen ciertas condiciones preestablecidas. En el caso concreto de la pesca hace referencia al modo de explotación que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de satisfacer las del futuro.”

“Cualquier científico que haya participado en la elaboración de planes de gestión de la pesca sabe que una cosa es la determinación del punto de sostenibilidad de un programa de explotación de recursos pesqueros y otra cosa muy diferente es su aplicación. Aquí se produce el punto de inflexión en el discurso científico. Aparece la dificultad de separar ciencia de política, porque la determinación de la biomasa es una cuestión científica, pero la determinación del tamaño relativo de esa biomasa es una cuestión exclusivamente política, resultante de determinar cuánto se puede extraer.”

“Por lo tanto, los valores y perspectivas que se ven reflejadas en los sistemas de gestión no son cuestiones técnicas sino políticas, en las cuales, y desde el punto de vista, la opinión del pescador es tan relevante como la del científico o la del político.”

(Vivero, 2001), menciona, que “no se puede dejar de considerar que hoy es evidente la polémica entre el mantenimiento de una política social, que es vista por los pescadores afectados como urgente necesidad y como “derecho a corto plazo”, y el planteamiento de una gestión pesquera más asociada a la protección ecológica, que es percibida como un derecho global a largo plazo.”

“La intrínseca variedad de la industria pesquera, en términos de escala, tecnología, riqueza de formas socio-económicas y expresiones culturales, se adecua a la variedad del término gobernanza como modelo de gestión.”

“El enfoque eco-sistémico aplicado a la pesca menciona que las actividades pesqueras suelen estar dirigidas a la captura de una o varias especies que sirven de alimento para los consumidores y generan ingresos y medios de vida a los pescadores, en la necesidad de proporcionar alimentos e ingresos económicos y medios de vida a las personas a través de las medidas de ordenación orientadas hacia la actividad pesquera, ante esta realidad es importante considerar el concepto de desarrollo sostenible, porque hace necesaria su convergencia hacia un enfoque más holístico en el que exista un equilibrio entre el bienestar del ser humano y el ecosistema.”

“El Enfoque Eco sistémico constituye, por tanto, una manera de aplicar los conceptos del desarrollo sostenible a las actividades pesqueras, tomando como referencia básica las prácticas de ordenación pesquera actuales e incluyendo de una forma clara la interdependencia entre el bienestar del ser humano y el ecosistema. “

“Por otra parte, la pesca responsable es un concepto jurídico indeterminado que solo adquiere sentido cuando se impulsa a través de principios y criterios normativos, como, por ejemplo, el de precaución o el enfoque eco sistémico.”

“Por otro lado, no se debe dejar de considerar la dimensión humana en un entorno de pobreza porque es un aspecto básico a la hora de analizar la pesca en un entorno de pobreza, es la participación efectiva de los interesados. La participación parte del principio de que las personas tienen el derecho a formar parte de las decisiones que puedan afectar a sus vidas, y que las políticas y las actuaciones relacionadas con los planes que están incrustados en los intereses de los individuos llevan a mejores resultados, puesto que acogen mejor las necesidades de la sociedad, por cuanto la

mayor parte de los pescadores artesanales se hallan en países en desarrollo y muchos viven en comunidades afectadas por la pobreza y la inseguridad alimentaria. “

“Las comunidades pesqueras artesanales se enfrentan a todo un conjunto de problemas, entre los que figuran la sobreexplotación y agotamiento de los recursos, la ausencia de otras fuentes de empleo, el rápido crecimiento de la población, la migración de las poblaciones, la contaminación y los conflictos en las operaciones de pesca. Sin embargo, la pesca artesanal resulta importante para la seguridad alimentaria y la mitigación de la pobreza en muchos países en desarrollo.”

“En las Comunidades pesqueras que dependen de la pesca, la pobreza no está relacionada solamente con el resultado de las capturas, la situación de los recursos o el acceso al mercado, sino también de la forma en cómo se administran los beneficios derivados de las capturas o del acceso a servicios básicos como la educación y la salud. En la mayor parte de los casos, la pobreza supone una de las consecuencias de una ordenación de la pesca inadecuada, debido al agotamiento de los recursos pesqueros y a la sobrecapacidad, pero también constituye una limitación para mejorar dicha ordenación.”

“Esta limitación viene dada, debido a que en el ámbito de las comunidades pesqueras locales no se puede excluir de la explotación de los recursos a personas que viven en situación de supervivencia, a no ser que se instauren otras fuentes de alimentos y medios de subsistencia. Por tanto, aquellas medidas que se orienten a la reducción de la sobrecapacidad sobre los recursos pesqueros, serán ineficaces debido a que las personas en situación de pobreza primarán la supervivencia a corto plazo.”

(Maldonado, 2003), cita la Declaración de Río de 1992, de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, “postulaba la

sostenibilidad como el hilo conductor del desarrollo económico, tanto en países industrializados como en países en desarrollo; lo mismo en países globalizados como en los marginados. Sin embargo, no se ha logrado consenso hasta la fecha, ni a nivel político ni a nivel científico, en cuanto a sus detalles prácticos o a su posible implementación económica.”

“El concepto de sostenibilidad se basa en la idea de que el desarrollo económico a largo plazo es posible sin destruir la base de recursos naturales de la vida humana.”

“Desarrollo sostenible significa que las cuestiones económicas y ecológicas no se oponen necesariamente, al menos a largo plazo, sino que son bien mutuamente dependientes.”

“El establecimiento de la ecología como disciplina científica independiente jugó también un rol importante en el desarrollo del concepto de sostenibilidad.”

“Por un lado, el conocimiento acerca de cómo funcionan los ecosistemas constituye una condición esencial del uso sostenible de los recursos naturales, y por otro, el reconocimiento de que el ser humano forma parte integral del ecosistema global, da origen a la cuestión acerca de cómo pueden aplicarse a los sistemas económicos los conceptos ecológicos y las leyes naturales.”

(Propescar, 2014) Proyecto para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la pesca artesanal, con vista a contribuir al desarrollo económico de las comunidades pesqueras de la costa continental del Ecuador. Los objetivos específicos de la operación fueron:

- I.- “Mejorar la calidad y la sostenibilidad de los servicios requeridos para la captura, el desembarque, y la comercialización del producto de la pesca artesanal en las caletas costeras.

II.- Manejar, conservar y aprovechar sustentablemente los recursos pesqueros que se encuentren en los ecosistemas marinos costeros de la costa continental del Ecuador.”

El proyecto incluyó los siguientes componentes:

- Mejoramiento de las Facilidades Pesqueras Artesanales
- Sistemas de Manejo de la Pesca Artesanal

Así mismo comprendía actividades dirigidas a contribuir a la sostenibilidad de la actividad pesquera artesanal y su correspondiente institucionalidad, gestión y diversificación, en línea con el Plan de Acción para el sector.

Ordenamiento de la pesca artesanal:

- I.- Apoyo al establecimiento e implantación de un esquema de zonificación integral de la zona marina costera, estableciendo áreas exclusivas para la pesca artesanal, de conservación y recuperación de los recursos.
- II.- Realización de un plan piloto de co-manejo de la pesca asignando derechos de usos territoriales de los recursos a grupos gremiales de pescadores sobre la base de planes de manejo participativo a nivel local.
- III.- Desarrollo de la capacidad de análisis económico dentro de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros (SRP) y del Instituto Nacional de Pesca como herramienta para la formulación de reformas para el sector y la toma de decisiones.

Desarrollo sustentable

(El Universo, 2009), La Subsecretaría de Recursos Pesqueros, (Ecuador), de acuerdo a un primer convenio, y previo un consenso con pescadores artesanales, procedió a cambiar los artes que se consideran prohibidos,

luego de que el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero aprobó las nuevas regulaciones para estas actividades que se realizan en el estuario del río Chone.

Señaló, el Subsecretario de Pesca, que en el Acuerdo Ministerial 009, emitido en diciembre del año pasado por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, tiene la finalidad de establecer un sistema de aprovechamiento sustentable de los recursos bioacuáticos del río Chone.

Propuesta relativa a la asistencia técnica para cumplir las obligaciones futuras en materia de subvenciones a la pesca en el marco de la OMC:

Ecuador y Egipto (abril 2011) se basan en la necesidad de preservar la capacidad de los países en desarrollo en invertir en el crecimiento y desarrollo sustentable de sus sectores pesqueros y su vinculación con la disponibilidad de asistencia técnica para la aplicación de un ordenamiento pesquero efectivo.

(Magap, 2015), en el II congreso Binacional de Pesca y desarrollo sustentable de la pesca artesanal cuyo objetivo principal fue generar un diálogo abierto entre pescadores organizados e independientes junto a autoridades e instituciones competentes a este sector altamente productivo, tanto de Ecuador como de Perú; en torno a las experiencias, procesos, problemáticas que tiene el sector pesquero en cuanto a la comercialización de productos, asociatividad pesquera, desarrollo de la matrícula en el Ecuador.

(Magap, 2016), impulso el Plan ejecución Pesca artesanal, cuyos objetivos son:

Objetivo 1. Desarrollar un esquema de ordenamiento de la pesquería artesanal que logre certificar que se está ejerciendo una actividad sustentable que conserva los recursos marinos y sus ecosistemas.

Objetivo 2: Implementar un sistema de Control Pesquero que sea efectivo, eficiente y transparente para reducir infracciones pesqueras, así como otros delitos que afecten a la actividad pesquera.

Objetivo 3: Desarrollar un nuevo sistema de Investigación Pesquera que sirva para el mantenimiento y desarrollo sustentable de las pesquerías artesanales.

2.3.5 El Desarrollo de la Actividad Pesquera Artesanal en otros Países del Mundo

A nivel mundial la actividad pesquera ha venido desarrollando mecanismos de una manera más eficiente y eficaz todo por el desarrollo y avances tecnológicos que a diario se implementan con la finalidad de lograr un desarrollo pesquero sustentable.

Se identifica que en el sector pesquero artesanal no se requiere de mecanismos complejos solo debe existir las partes fundamentales como es la distribución, producción y conservación de los productos. En los últimos años, la producción mundial de pesca ha venido aumentando considerablemente de manera sostenida, esto se debe a la tecnificación y modernización de los instrumentos de pesca.

Perú. - Un ejemplo de un sistema de información con varios años de funcionamiento es el del Ministerio de Producción de Perú, cuyo ámbito es en los subsectores MYPE, Industria y Pesquería. Su website: www.produce.gob.pe, cuenta con una opción de Estadísticas de Manufacturas y Pesquería, la cual de ésta última contiene estadísticas de desembarque, exportaciones, mercados mayoristas pesqueros, producción, ventas internas, entre otras.

Entre la información presentada, se encuentran precios diarios y

consolidados por meses y años de las diferentes especies hidrobiológicas en los mercados mayoristas de Lima y Callao (Ventanilla, Villa María y Minka). Esta información se encuentra disponible de lunes a viernes a partir de las 10h00.

En la tabla siguiente (gráfica del website del Ministerio de la Producción de Perú con información de desembarques). (Ministerio de la Producción de Perú, 2014)

DESCRIPCIÓN	PDF	XLS
Desembarque de recursos hidrobiológicos marítimos y continentales según utilización	Años ▼	Años ▼
Desembarque de recursos hidrobiológicos marítimos por tipo de utilización según especie	Años ▼	Años ▼
Desembarque de recursos hidrobiológicos marítimos por tipo de utilización según lugar de procedencia	Años ▼	Años ▼
Extracción de recursos hidrobiológicos de origen continental por utilización según región	Años ▼	Años ▼
Extracción de recursos hidrobiológicos de origen continental por utilización según especie	Años ▼	Años ▼
Extracción de la especie trucha según utilización y región	Años ▼	Años ▼
Desembarque de anchoveta para harina y aceite por meses según puerto	Años ▼	Años ▼
Desembarque de otras especies para harina y aceite por meses según puerto	Años ▼	Años ▼

Figura 4. Información de desembarque (2014). Datos tomados de la Pagina Web Ministerio de la Producción del Perú.

Es necesario mencionar el caso específico del mercado mayorista de Ventanilla el mismo que se visitó en el mes de octubre del 2014, y por consiguiente se pudo establecer un diálogo/entrevista con el administrador del mismo; en primera instancia se pudo establecer la marcada diferencia que existe entre este mercado y los mercados que se poseen en la provincia de Santa Elena, en cuanto a su infraestructura, su dimensión, el estado de los puestos de venta, y lo más elemental, la organización que existe en cuanto a la disposición de las diferentes especies que se comercializan en mencionado mercado, claro no se puede comparar una capital de país, con

una provincia de reciente creación como es la de Santa Elena, porque la primera recibe la mayor atención por parte de los estamentos Gubernamentales, en contraparte con la segunda que está dando sus primeros pasos para desarrollarse, y uno de los aspectos que es necesario y fundamental mencionar es el sector pesquero que no se ha desarrollado como debería ser.

Producto de la visita al mercado de ventanillas presento en la tabla siguiente unos datos, tales como ingreso de pescado por especies y cantidades, precios, procedencia:

Cuadro 5. Felmo S.A mercado mayorista de ventanilla. Año 2014

ESPECIES ENTERAS	INGR. DIA	SALD. ANT.	OFER. DIA	PRECIOS	PROCEDENCIA Y/O PUERTO
BONITO	120.400	41.850	162.250	3-4-5	ILO, CHIMBOTE, SAMA, CHICLAYO, ANCON
BERECHE	2.000	0	2.000	3-4-5	CHICLAYO
CABALLA	4.000	0	4.000	4	TUMBES
CACHEMA	1.500	2.820	4.320	4-5	STA. ROSA, PIURA
CAMOTE	1.000	0	1.000	4	
CAVINZA	1.000	300	1.300	4	PIURA
CHIRI	1.375	1.110	2.485	5-6	PIURA
JUREL CONGELADO	4.000	12.600	16.600	4,5 - 5	CALLAO
JUREL FRESCO	9.000	6.900	15.900	5-7	TACNA
LISA	1.000	240	1.240	4	TUMBES
LOMO NEGRO	1.000	630	1.630	10	PIURA, STA. ROSA
LORNA		540	540	4.5-5	CHANCAY
MACHETE	1.500	1.710	3.210	4	CALLAO, CHANCAY
PEJERREY	1.000	1.080	2.080	5- 8	PIURA
PERICO	23.000	20.430	43.430	6 -7	CHICLAYO, PAITA
POTA	16.000	13.500	29.500	2, 2,5	LOMAS
RAYA		840	840	6	CHANCAY
TOLLO	1.000	600	1.660	5	ANCÓN
TOLLO DIAMANTE	1.000	750	1.750	10	ANCÓN
VOLADOR	1.775	2.340	4.115	4	PIURA
ESPADA	1.500	480	1.980	15	ANCÓN
COLA NEGRA	500	300	800	13	CHICLAYO
PEJE BLANCO	800	60	860	15	TUMBES

CABRILLA	300	30	330	19	TUMBES
TOTAL	194.650	109.110	303.760		
PESCADOS DE SELVA	INGRESO DIA	SALDO ANT.	OFERTA DIA	PRECIOS	AMAZONAS UCAYALI
BAGRE	300	150	450	14 -15	PUCALLPA
CARACHANA	400	100	500	10	PUCALLPA
DONCELLA	400	100	500	15	PUCALLPA
PALOMETA	400	150	550	12 -18	PUCALLPA
TOTAL	1.500	500	2.000		
MARISCOS	INGRESO DIA	SALDO ANTER.	OFERTA DIA	PRECIOS	PROCEDENCIA
ALMEJA		90	90	3,5 .6 (DOC)	PISCO
C. ABANICO		120	120	3-4-5-6-8	PISCO
CANGREJO	1.500	780	2.280	5 -5 DOC	CHANCAY, CALLAO, ANCÓN
CARACOL		90	90	16-17 KG	PISCO
CHORO		135	135	1,5 – 2 DOC	PISCO
LANGONSTINO CULTIVO	1.500	270	1,770	21, 26, 32 K	TUMBES
LAPA		45	45	20 KG	PISCO
MEJILLÓN		60	60	20 DOC	PISCO
YUYOS	1.000	420	1.420	2 KG	PISCO, ANCÓN
CAMARÓN	1.000		1.000	25-36-45 K	CAMANA
TOTAL	5.000	2.010	7.010		
TOTAL, PROD	201.150	111.680	312.830		

Fuente. Datos proporcionados por Mercado Mayorista Ventanilla, Blg. Jorge Vásquez, 20 oct. 2014

“En Chile, Así como sucede en otros Países, se menciona que el antiguo negocio generado por las caletas de pescadores ha sufrido en los últimos años un gran vuelco. Anteriormente el porcentaje de pesca recogida durante el día se destinaba básicamente al consumo local, regional y nacional, en la actualidad más del 50 por ciento de lo extraído es exportado fuera del país. (Badal, Balcells, Montari, & Santa Cruz, 2005).”

“China. – Es el País con un alto valor comercial en los mercados de los países desarrollados, es considerado el mayor productor de pescado, lo que representa alrededor de un tercio de la producción mundial. Cuenta con sinnúmero de embarcaciones lo que le facilita la captura de cientos de pescados que se distribuyen de manera interna y externa.”

“Uruguay. – Este País, cuenta con sofisticadas flotas pesqueras, plantas de almacenamiento de pescado, entre otros mecanismos que hacen los procesos más eficientes, además tiene la ventaja de tener un libre acceso con otros mercados por su salida al mar como son Brasil y Argentina.”

“España. - Este país posee la mayor flota de la Unión Europea y se la considera una potencia pesquera por el mayor número de capturas que realiza a diario para su exportación o consumo local. A nivel mundial está reconocido como el país europeo de gran importancia pesquera.”

“Nicaragua. – En este País se ejecuta la pesca artesanal con embarcaciones pequeñas divididas en el Caribe, en el Pacífico y en aguas continentales. La actividad pesquera tiene mayor importancia social en las comunidades donde la principal fuente de ingresos es la pesca debido a que no cuenta con otras fuentes de trabajo.”

“Ante esta situación, podemos afirmar que como cualquier actividad los países del mundo tienen problemas y desafíos para la pesca artesanal, por lo que para solucionar estas situaciones ya están implementando estrategias para alcanzar el desarrollo de su país, nación o provincia, pero no es fácil, siempre van a existir inconvenientes que se deben de afrontar para que por medio del Gobierno se establezcan soluciones y poder así mejorar en un corto o mediano plazo. Para corregir estas situaciones se deben realizar estudios, por cuanto no es fácil solucionar estos problemas de una manera rápida y segura.”

El sector pesquero es tan dinámico, por lo que constantemente está cambiando su organización y su administración, esto debido a la gran cantidad de productos que proporciona cada país.

“Es ineludible que la gestión del sector pesquero debe ser manejada por el Gobierno, el mismo que debe poner mayor interés en los procesos, fomentando la competitividad y protegiendo los derechos de los consumidores. Sin la asistencia y ayuda del Estado, la actividad pesquera jamás será sustentable.”

El Ecuador como integrante de la comunidad pesquera a nivel internacional también ha firmado una serie de convenios internacionales ya que estos tipos de convenios son parte fundamental para que exista un trato especial y diferenciado apropiado y efectivo para los países en desarrollo y menos adelantados como una parte integral de las negociaciones sobre subsidios pesqueros, teniendo en cuenta la importancia de este sector para las prioridades de desarrollo, reducción de la pobreza y los medios de vida y los problemas de seguridad alimentaria, así como la exigencia de la prohibición de los subsidios que llevan al esfuerzo de pesca excesiva y un impacto negativo en los recursos pesqueros, es así que en la (Conferencia Ministerial de DOHA, 2011), se describe lo que sería la pesca artesanal, en esta conferencia se determinaron acuerdos internacionales como el siguiente:

2.3.6 Convenios internacionales para lograr el desarrollo de la pesca

1.- propuesta sobre trato especial y diferenciado: pesca artesanal – artículo iii.2. (a)

- “Ecuador y Perú (febrero 2011) promueven un espacio de política para que los países en desarrollo implementen medidas de apoyo a la pesca

artesanal como herramienta para la reducción de la pobreza, la seguridad alimentaria y el desarrollo de las comunidades locales.”

- “Esta propuesta recibió una acogida positiva por parte de los miembros de la OMC y destacaron que el contenido de la misma es concreto y efectivo, así como que mantiene una visión equilibrada entre las flexibilidades comerciales y la protección de los recursos pesqueros.”

(Ibarra & Castrilo, 2013) cita a (Grebel, Pyka, & Hanusch, 2003), que manifiesta que “el emprendedor es un agente activo que permite la conexión entre la oferta y la demanda, este toma decisiones económicas basadas en la incertidumbre”, así mismo cita a (Cantillon, 1978) que considera al emprendedor como “un agente que compra una materia prima a un precio cierto para transformarla y venderla a un precio incierto y que este agente económico se caracteriza por asumir el riesgo de aprovechar una oportunidad para generar una utilidad que le beneficia.”

Este mismo autor menciona que “el acto de emprendimiento es transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa, etc. También emprender es el arte o técnica para transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico.”

(López, y otros, 2014), define a las organizaciones como “actores sociales fundamentales para el desarrollo de las comunidades, generando bienes y servicios que los usuarios demandan.”

Los mismos autores manifiestan que “el objetivo de toda organización es alcanzar un nivel de eficiencia, donde el resultado sea mayor que la suma de las partes. Son unidades sociales construidas para obtener un fin específico,

requieren de un sistema coordinado de actividades e, independiente de su tamaño, de su naturaleza pública o privada, y de su carácter formal o informal, necesitan ser administradas.”

“Las organizaciones están constituidas por personas que, simultáneamente, son miembros de otros grupos que compiten entre sí o mantienen una lealtad complementaria. Su posición de poder dentro de las organizaciones depende mucho de sus relaciones con tales grupos. Por lo tanto, existe una interdependencia de las partes, pues un cambio en una de ellas provoca un impacto sobre las demás.” Ante tal situación, la organización necesita conciliar dos procesos opuestos pero imprescindibles para su supervivencia.

El mismo autor cita a (Ojeda & Fecci, 2005), los mismos que definen a la organización como “un sistema en la medida que tiene un objetivo y es integrada por individuos, pero también es un sistema en la medida que ésta interactúa con grupos externos, internos y un entorno social, cultural, gubernamental y económico. Todas tienen como principal elemento al recurso humano y una estructura que responde al entorno que la organización debe afrontar y sobre cómo se diferencia y coordina el trabajo en ella.”

“Las organizaciones tienen una estructura definida y en ellas, se establecen diferentes tipos de relaciones jerárquicas y humanas, se determinan roles para cada individuo y, por cierto, son intrínsecas de ella, el clima de trabajo que allí ocurre, la cultura e identidad de la misma y cómo se manifiestan las estrategias enfocadas al desarrollo de la organización, en las áreas de gestión y comunicación especialmente.”

2.3.7 Condiciones Sociales de la Población Pesquera Artesanal en Santa Elena

La estructura normativa de la organización social, el comportamiento social y las funciones sociales y de género influyen mucho en la actividad pesquera y

en otras actividades sociales en las comunidades pesqueras en pequeña escala, en esta sección se describe el entorno de las caletas/comunidades pesqueras.

Por lo tanto, es necesario describir el entorno de las caletas/comunidades en donde se consideran aspectos sociales tales como: afiliación al seguro social, situación organizacional, ingreso promedio aproximado por mes, salud, educación, recreación, viviendas y seguridad, que son la estructura y obras sociales esenciales para el desarrollo de las comunidades pesqueras.

Seguridad Social

El 28 de junio del 2008 se firmó un acuerdo interinstitucional con el IESS para que este sector goce de los beneficios que otorga el seguro social a través del seguro social campesino. Existe la obligatoriedad de afiliación para los pescadores que son contratados por los armadores para realizar las faenas de pesca. También existe la afiliación voluntaria para los pescadores/armadores y los armadores artesanales.

Cuadro 6. Informe de afiliados al seguro social campesino pescador artesanal 2013

Provincia	Jefes	Pescadores afiliados	Total, pescadores	% Afiliación
Galápagos	433	607	N/D	N/D
Guayas	1.190	3.210	10.678	30,06
Santa Elena	505	1.748	7.475	23,38
Esmeraldas	1.115	4.142	14.108	29,36
El Oro	334	1.169	5.318	21,98
Manabí	1.137	4.564	17.728	25,74
TOTAL	4.714	15.440	55.307	26,10

Fuente. Datos tomados de la Dirección de Pesca artesanal - abril 2013

Aspecto Organizacional

De acuerdo a la investigación realizada, la asociatividad es el punto neurálgico de este sector, lo que se demuestra en los cuadros siguientes, esta información se obtuvo de los jefes de familia:

Cuadro 7. Asociado a algún gremio pesquero artesanal y/o relacionado

Asociado	Numero	Total %
Si	53	29%
No	131	71%
Total	184	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013
Muestra: 184 Pescadores Artesanales

Cuadro 8. Miembros del hogar asociado a algún gremio Pesquero artesanal y/o relacionado

Miembros del hogar afiliados a alguna cooperativa y/o asociación pesquera artesanal	Numero	Total %
1 miembro	184	100%
2 miembros	0	
Total	184	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013
Muestra: 184 Pescadores Artesanales

Cuadro 9. Categorización de Afiliación al Gremio Pesquero Artesanal y/o Relacionado

Afiliado a:	Numero	Total%
Pesquera Artesanal	2	1,9%
Cooperativa	2	1.9 %
Asociación	180	96
Total	184	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013
Muestra: 184 Pescadores Artesanales

En el tema organizacional, este sector está representado por la FENACOPEC, Federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador, que agrupa a la mayoría de organizaciones de pescadores y armadores de este sector. Como se aprecia en el cuadro No. 13, existen 453 organizaciones (Asociaciones, Cooperativas, Uniones) de pescadores registradas y repartidas a nivel de todas las provincias costeras.

Cuadro 10. Organizaciones de Pescadores Artesanales

PROVINCIAS	ORGANIZACIONES
Esmeraldas	94
Manabí	108
Santa Elena	59
Guayas	107
El Oro	64
Los Ríos	21
TOTAL	453

Fuente. Datos tomados de la Dirección de Pesca artesanal, Organizaciones pesqueras - abril 2013

Consultados sobre qué beneficios los pescadores afiliados quisieran recibir de las cooperativas, son los siguientes:

- Financiamiento para las faenas y para comprar o reparar sus embarcaciones y artes de pesca, trabajo para tiempo de veda.
- Seguro social y de vida.
- Apoyo para comercializar sus productos.
- Infraestructura de frío y
- Capacitación para mejorar sus faenas y para trabajar en tiempo de vedas, etc.

Ingresos

Los ingresos que perciben todas las personas involucradas en las diferentes actividades del sector pesquero artesanal se detallan en la siguiente tabla,

pero al analizar la misma se puede determinar que los ingresos son relativamente bajos.

Cuadro 11. Ingreso Promedio Aproximado por Mes

INGRESO	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
De \$ 51 - \$100	19,2%	26,3%	4,3%	8,9%	16,5	19,0%
De \$ 101 - \$150	24,1%	37,7%	21,7%	1,8%	11,8%	27,1%
De \$ 151 - \$200	22,0%	21,2%	21,2%	14,3%	29,4%	21,7%
De \$ 201 - \$250	16,2%	8,4%	11,4%	12,5%	10,6%	11,9%
De \$ 251 - \$300	6,8%	3,4%	13,0%	25,0	21,2%	8,3%
De \$ 301 - \$350	3,7%	1,3%	6,5%	14,3%	8,2%	4,0%
De \$ 351 - \$400	3,3%	0,4%	6,5%	14,3%	2,4%	3,1%
De \$ 401 - \$450	2,1%	0,2%	2,7%	1,8%		1,3%
De \$ 451 - \$500	1,2%	0,4%	3,3%	5,4%		1,3%
Mayor a \$ 500	1,2%	0,6%	9,2%			2,1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013

Salud

La información obtenida en esta sección en aspectos como si cuentan con centros de atención médica en las caletas/comunidades, con instituciones de salud, enfermedades más comunes.

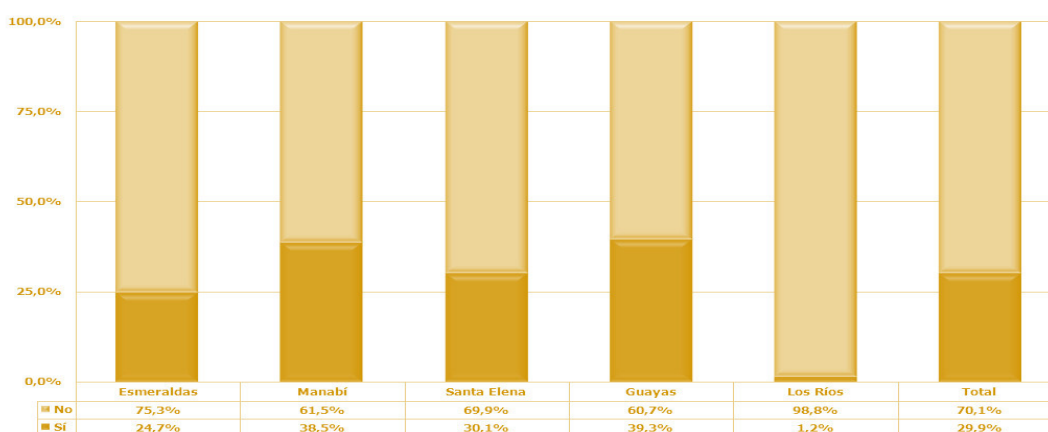


Figura 5. La Comunidad Pesquera Cuenta con Centros de Atención Médica.

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013

Lugares de atención médica

Cuadro 12. Lugares de atención médica

Centro Médico	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Hospital Público	12,6%	24,0%	58,2%	4,5%		24,7%
Centros de Salud	39,8%	49,7%	27,3%	40,9%		42,8%
Subcentros/dispensarios	68,0%	28,5%	25,5%	63,6%	100, %	41,7%
SOLCA		1,1%				0,6%
Policlínicos privados	28,2%					8,1%
Fundaciones	9,7%	0,6%				3,1%
Médicos Particulares	57,3%	11,2%	1,8%			22,2%
Clínicas Privadas	3,9%		1,8%			1,4%
Curanderos	65,0%	0,6%				18,9%
TOTAL	Sumas más del 100% (Variable múltiple)					

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 13. Afecciones o enfermedades más comunes que se presentan en los miembros del núcleo familiar

Afecciones o Enfermedades	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Dermatosis/piel	7,2%	2,2%	1,1%	1,8%	1,2%	3,6%
Infección gastrointestinal	0,2%	4,5%	2,7%	8,9%		2,7%
Quemaduras de Piel	0,8%	1,3%		5,4%		4,1%
Gastritis	15,8%	4,9%	6,6%	3,6%		8,5%
Infecciones respiratorias	1,2%	6,9%	13,7%	3,6%		5,3%
Dengue	26,1%	46,9%	6,0%	19,6%	14,1%	29,9%
Paludismo	31,4%	29,0%	1,6%	12,5%	8,2%	23,5%
Tuberculosis	1,2%	0,4%	1,6%	1,8%		0,9%
Próstata		0,2%				0,1%
Gripe	11,5%	20,0%	53,0%	37,5%	51,8%	25,1%
Diabetes		1,7%	0,5%			0,7%
Cálculos en riñones	0,7%	1,1%		3,6%		0,8%
Dolor de Cabeza	1,0%	0,4%	0,5%			0,6%

Derrame Cerebral			0,5%			0,1%
Presión	0,2%					0,1%
Colesterol	0,7%		0,5%	1,8%		0,4%
Diarrea	0,2%					0,1%
Dolor de columna	0,7%	0,2%	2,7%	3,6%		0,9%
Anemia	0,2%	0,2%				0,2%
Asma	0,2%	0,2%	0,5%	1,8%		0,3%
Convulsiones				1,8%		0,1%
Artritis			1,6%			0,2%
Osteoporosis			0,5%			0,1%
Dolores estomacales			0,5%			0,1%
Tifoidea	0,2%	0,2%				0,2%
Dolor de rodilla	0,2%					0,1%
Dolor de los huesos				1,8%		0,1%
Ninguna	45,6%	27,5%	23,9%	25,0%	38,8%	33,7%
TOTAL	Variable múltiple sumas más del 100%					

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Educación

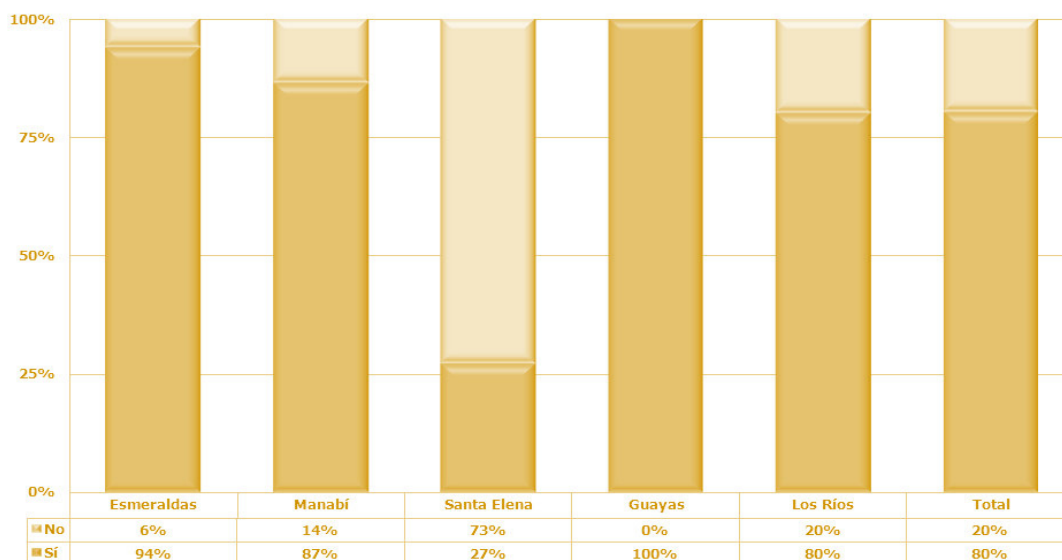


Figura 6. Centros de educación que se dispone en la Caleta/ comunidades pesqueras.

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 14. Miembros del hogar y/o núcleo familiar que asisten a recibir educación/capacitación

Asisten a recibir educación	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Centros de educación pública	96,7%	99,8%	94,0%	100%	100%	98,2%
Centros de educación privada	17,6%	2,5%	12,0%			8,8%
Centros de capacitación artesanal	15,1%	0,2%	2,0%			6,3%
MIES (INNFA)	1,8%	1,5%				1,3%
Fisco misional	1,5%					8,1%
Guarderías	9,7%					0,6%
TOTAL	Sumas más del 100% (Variable múltiple)					

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Recreación

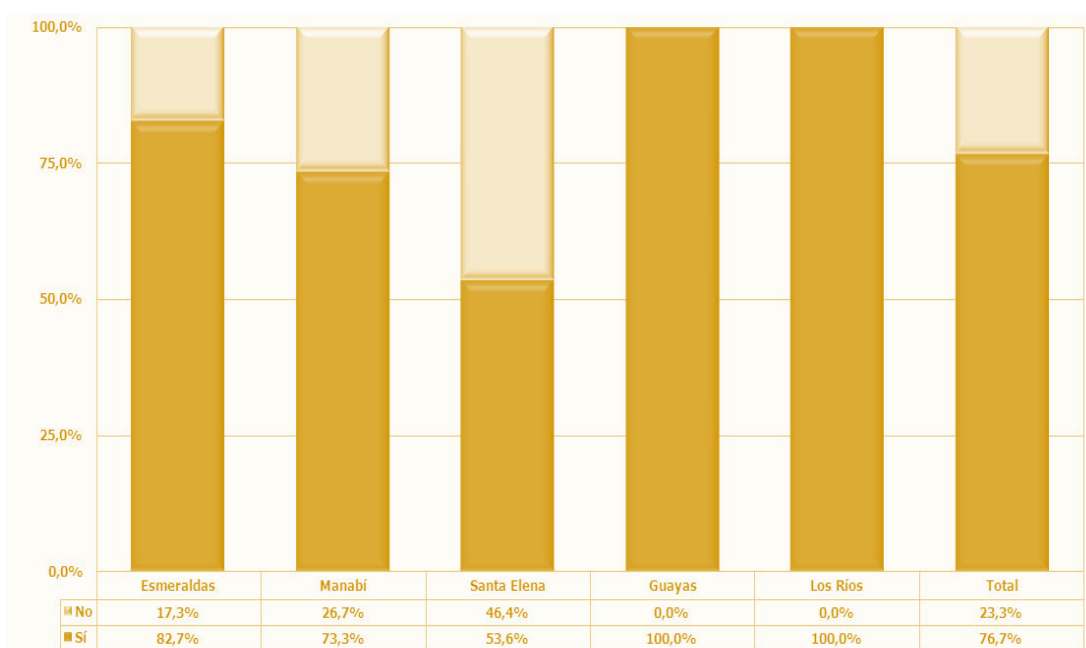


Figura 7. Áreas de Recreación Adecuadas en la Caleta/Comunidad Pesquera.

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 15. Áreas de recreación que los miembros del núcleo familiar acuden a recrearse

ÁREA DE RECREACIÓN NOMBRES	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Parques	9,0%	18,0%	65,3%	51,8%	4,7%	20,4%
Canchas Deportivas	94,8%	90,6%	35,7%	87,5%	96,5%	86,8%
Plazoleta	22,6%		15,3%	3,6%		10,1%
Canchas Múltiples	20,3%	5,3%	7,1%	21,4%	1,2%	11,5%
Malecón			25,5%			2,6%
Canchas rusticas		1,4%				0,5%
TOTAL	Sumas más del 100% (Variable múltiple)					

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, 2013

Vivienda

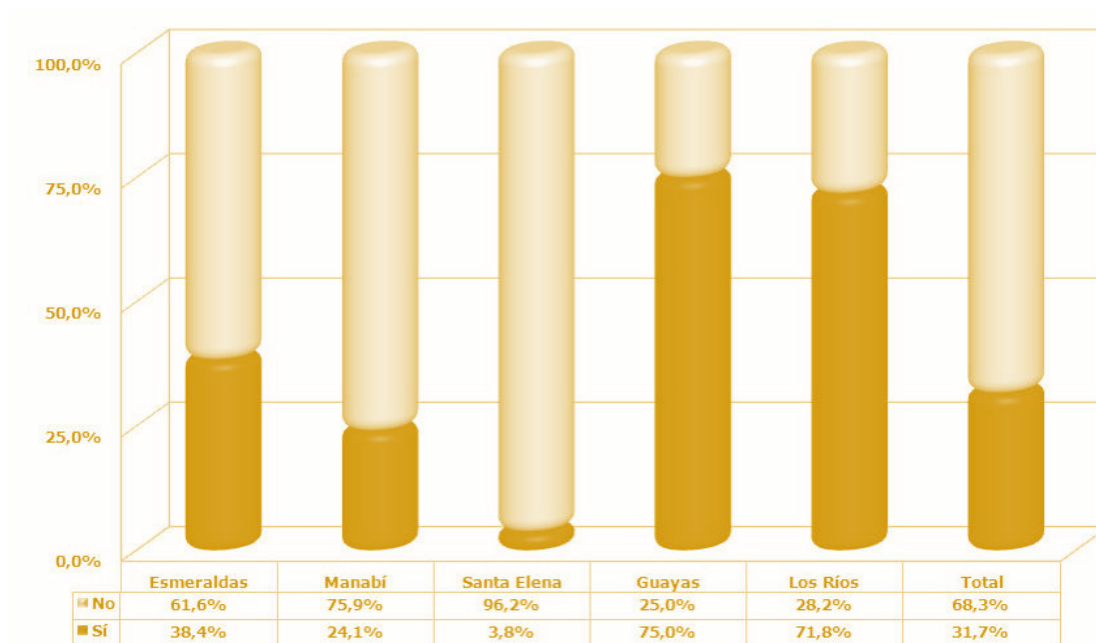


Figura 8. ¿Les han Ofertado Programas de Vivienda en la Caleta/Comunidad Pesquera?

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 16. Por quiénes son patrocinados los programas de vivienda de la Caleta/Comunidad Pesquera

Patrocinadores de los programas de vivienda	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
MIDUVI	97,5%	92,9%	85,7%	100%	96,7%	96,1%
MIES	94,8%	90,6%	35,7%	87,5%	96,5%	86,8%
Financieras Privadas	22,6%		15,3%	3,6%		10,1%
ISSFA	20,3%	5,3%	7,1%	21,4%	1,2%	11,5%
TOTAL	Sumas más del 100% (Variable múltiple)					

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013

Seguridad y salud ocupacional

La seguridad y salud ocupacional es importante para cumplir adecuadamente con las tareas, con mucha más razón en la actividad pesquera que demanda enorme sacrificio y esfuerzo por parte de quienes se dedican a esta actividad.

Cuadro 17. Si han sufrido lesiones en accidentes de trabajo

RECIBE CAPACITACIÓN	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Si	42,2%	23,4%	35,0%	46,4%	2,4%	31,3%
No	57,8%	76,6%	65,0%	53,6%	97,6%	68,7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuicultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 18. Lesiones Sufridas En Accidentes De Trabajo

RECIBE CAPACITACIÓN	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
1 lesión	48,0%	59,6%	56,3%	42,3%	100%	52,7%
2 lesiones	23,7%	16,5%	20,3%	19,2%		20,6%
3 lesiones	15,6%	8,3%	15,6%	11,5%		13,1%
4 lesiones	8,7%	3,7%	1,6%	7,7%		5,9%
5 lesiones	2,3%	5,5%	1,6%			2,9%
Más de 5 Lesiones	1,8%	6,3%	4,8%	19,2%	0,0%	5,0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 19. Tiempo de Ausencia por Consecuencia de Lesión

TIEMPO	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
MES (ES)	46,0%	38,5%	32,8%	38,5%	100%	41,4%
Semana (s)	31,8%	31,2%	14,1%	46,2%		29,4%
Día (s)	22,2%	30,3%	53,1%	15,4%		29,2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

Cuadro 20. La embarcación está dotada de equipos de salvamento tales como chalecos salvavidas individuales, botes salvavidas, bengalas etc.

Equipos de Salvamentos	Esmeraldas	Manabí	Santa Elena	Guayas	Los Ríos	Total
Si	24,0%	9,8%	77,3%	12,5%		23,1%
No	76,0%	90,2%	22,7%	87,5%	100%	76,9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Datos tomados del Ministerio de Acuacultura y Pesca, Ecuador 2013

CAPITULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La parte metodológica diseñada para esta investigación comprende una fase preparatoria y de trabajo de campo, y una fase analítica e informativa.

a) Tipo de investigación:

La elección de la metodología está en concordancia con los objetivos y las hipótesis de investigación establecidas, al tratarse de un campo de investigación encuadrado en Ciencias Administrativas, el presente trabajo de tesis es de tipo cuantitativo, por lo que el diseño de la investigación tiene como objetivo analizar las hipótesis formuladas relativa a los problemas de comercialización que se plantea a los pescadores artesanales de la Provincia de Santa Elena.

b) Diseño de la investigación:

No Experimental: porque la investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables, en la cual no se hace variar en forma intencional la variable independiente.

Transversal descriptivo: por cuanto se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan entre una o más variables. (Hernandez, Fernandez Collao, & Baptista Lucio, 2010)

Por tanto, el conjunto de procedimientos para obtener la información requerida se llevará a través de la metodología de investigación cuantitativa, formada por diferentes técnicas.

3.2 Población de estudio

Población de estudio: “Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.”

La investigación se ha realizado a los actores del sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena, la población objetivo estuvo conformada por los pescadores artesanales, así como también a personas relacionadas con esta actividad, con un total estimado de 9.200 pescadores,

3.3 Tamaño de muestra

La muestra de estudio corresponde a la denominada censal (Mejía, 2008), tomando las encuestas a pescadores y trabajadores artesanales de las diferentes caletas en los sectores del cantón Salinas (Anconcito, Santa Rosa), cantón Santa Elena, sectores (Chanduy, Ballenita, San Pablo, Monteverde, San Pedro, Valdivia, La Rinconada), cantón La Libertad (Sectores la Caleta y La Carioca). Esta encuesta se eligió al azar entre hombres y mujeres en todos los sectores antes mencionados, por lo que el tamaño de la muestra con el que se ha realizado el estudio es de 450 elementos.

3.3.1 Selección de muestra

Se la determinó a través de la aplicación de la siguiente fórmula de Allan Wester:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

N= La población

n= Tamaño de la muestra

Z²= Nivel de confianza

p= Probabilidad a favor
q= Probabilidad de No ocurrencia
e= error muestral

n= 450
N= 9200
N-1= 9199
Z= 1,96
Z²= 3,8416
p= 0,6
q= 0,4
e= 0,04
n= 450 personas

Sujetos encuestados (pescadores artesanales que ejercen la actividad en los diferentes cantones de la provincia de Santa Elena), trabajadores y personas relacionadas a la actividad pesquera artesanal.

3.4. Técnicas de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

A través de la metodología cualitativa se obtuvo la información mediante entrevistas y encuestas.

Las entrevistas buscan aprehender la subjetividad de los sujetos en estudio, aquí se enmarca la técnica de entrevista a expertos por medio del cual se puede conocer la opinión de los mismos en cuanto al fenómeno estudiado.

Las encuestas buscan recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, aplicado a una muestra que resulta ser representativa.

3.4.1.1 Técnicas:

Entrevista

Instrumento: (1) Cuestionario de preguntas

Encuesta:

Instrumento: (1) Cuestionario de preguntas

Descripción de las técnicas utilizadas

3.4.1.1 La Entrevista

La entrevista se convirtió en la técnica inicial de la investigación, debido a que se consideró que mediante el diálogo con personas relacionadas al sector pesquero (informantes claves), se podían obtener categorías relevantes provenientes de las descripciones que ellos realizan en cuanto a su experiencia. Estas categorías se transformaron en las guías para los siguientes pasos de la investigación.

La entrevista en profundidad se caracterizó por ser flexible y dinámica, porque permitió ir adecuándose a los cambios que se produjeron en la interacción sujeto - entrevistador, aproximándose su definición a lo siguiente: “reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros estos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (Taylor & Robert, 1986)

Otro punto que caracterizó a este tipo de entrevistas es que se pudo realizar dentro del contexto propio del informante.

3.4.1.2 La Encuesta

Es una técnica que permite recoger información que tiene que ver con todo lo que está en la base de las conductas, actitudes, valores, creencias y opiniones de los encuestados.

Para el caso de este trabajo de investigación, se ha estimado desarrollarla teniendo en cuenta 2 grupos: Características del mercado pesquero con 2 dimensiones de distribución del producto, debilidades del producto y Estrategias de Mercado con dimensiones de Desarrollo económico. Para la valoración se ha empleado la escala de Likert con puntajes que van del 1 al 5 que en su mayoría incluyen entre estar totalmente de acuerdo hasta estar totalmente en desacuerdo.

Esta encuesta tuvo la ficha de opinión de tres expertos del instrumento, el Dr. Adolfo Hinojosa, y dos Doctores externos, el Dr. Ebor Fairlie y la Dra. Nardie Diez, que calificaron el instrumento excelente dado rangos resultantes promedio entre 84% y 85% de validación.

3.5 Estrategia para probar las hipótesis

La comprobación de las hipótesis enunciadas se realizó a través de la Chi cuadrada, la misma que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

Esta prueba ayudará a adoptar la decisión más adecuada con respecto a las hipótesis. Además, se utiliza para el análisis de determinar que los problemas de comercialización inciden en forma significativa en el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena, Ecuador.

3.6 Confiabilidad del instrumento

Se determinó, para la confiabilidad del instrumento, un Alfa de Cronbach de 0.658 para los cuestionarios sobre los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y Desarrollo del sector pesquero, ambas con sus respectivas dimensiones.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
65,8	26

CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

A continuación, se indica la contrastación de los resultados, en el cual, se muestran las diferentes relaciones entre las variables independiente como dependiente. De esta manera, se contrastan las implicaciones de cada uno de los elementos que determinan los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena, tal es el caso de la variación de los niveles de precios, la presencia de los intermediarios, los problemas de transporte, los problemas de distribución, y su incidencia en el aumento de ventas y el bienestar social de los pescadores artesanales de la provincia de Santa Elena, Ecuador.

4.2. Contrastación de Resultados

4.2.1 Análisis de Resultados de la entrevista

Con el objeto de identificar los problemas de comercialización de la actividad pesquera artesanal, se entrevistó a expertos en el área, tales como, Coordinador del Instituto Nacional de Pesca, Armadores, Presidente de Asociación pesquera, Biólogos del Instituto Nacional de Pesca, Administrador del Puerto Pesquero Artesanal de Anconcito y Santa Rosa, los indicadores fueron: descripción del sector pesquero artesanal, la actividad de captura, las estrategias de comercialización, actitud del pescador hacia la actividad, como se podría mejorar la actividad, que recomendaciones se haría a los pescadores, y las instituciones que apoyan al sector.

Descripción del sector pesquero artesanal de la Provincia

Los expertos coinciden en que el sector pesquero es generador de empleo para un número significativo de pobladores, este sector dinamiza la economía, impulsa la cadena productiva, es base de la soberanía alimentaria.

Descripción de la actividad de captura que realiza el pescador artesanal

Los expertos mencionaron que muchos de los pescadores poseen movilidad propia (embarcación), estos deben mejorar los métodos de captura para lograr una mejor pesca, de esta manera mejorara la rentabilidad con la comercialización.

Se deben construir puertos y facilidades pesqueras, así mismo coinciden que las vedas deben ser por especies y no de manera general.

Como se podría mejorar la actividad de captura que realizan los pescadores artesanales.

Los expertos manifestaron que debe realizarse con métodos mecanizados, hacer uso de la tecnología, realizar cultivos en maricultura, buscar otros mercados, de la misma manera manifestaron que para procurar la mejora se debe cambiar la actual ley de pesca

Comercialización por parte del pescador artesanal de lo que captura

Venta

Lo hace por lotes, gavetas, piezas, al público, venden a los comerciantes de otras provincias, también venden en el agua.

Precios

Se vende al mejor postor, el precio es de acuerdo al mercado

Manifestaron que existe sinnúmero de intermediarios y/o comerciantes, lo que incide que se aumente los precios del producto hasta llegar al consumidor final

Distribución

Se la realiza de manera inadecuada, falta infraestructuras y facilidades pesqueras, no existen bodegas, ni frigoríficos para conservar la pesca

Transporte

No existen vehículos adecuados para transportar la pesca, y por ende tiene dificultades para vender a los restaurantes, hoteles, supermercados.

Cómo se podría mejorar la comercialización de las especies, producto de la captura.

Al respecto mencionaron que sería adecuado mejorar los precios, ya que estos suben y bajan de manera continua, además al conservar frescas las capturas se podrá mejorar los precios, por cuanto el cliente valora el producto fresco, se deben crear plantas procesadoras, brindar capacitación a los pescadores, el gobierno debe dar facilidades de crédito y apoyar más a los pescadores, que no existan tantos intermediarios, consideran que la presencia de los intermediarios inciden en el nivel de precios de los productos de pesca, si no existieran demasiada cantidad de intermediarios los precios disminuirían, además de que estos a veces se ponen de acuerdo (conversan entre ellos) para bajar los precios a su conveniencia.

Clima organizacional y asociativo de los pescadores artesanales.

Al respecto mencionaron que se trabaja en un ambiente popular, el pescador disfruta de su actividad, se siente satisfecho cuando lleva el pescado del mar a la mesa del consumidor, un clima adecuado se da en las cooperativas pesqueras, estos trabajan con familiares y gente conocida, no existe seguridad cuando salen a faenas de pesca, se debe motivar para que la

mayor cantidad de pescadores se afilien y/o asocien a las cooperativas o asociaciones pesqueras.

La actitud del pescador hacia su actividad.

Los expertos realizan una clasificación en pescadores de primera y segunda escala, ellos respetan la herencia ancestral, el acepta ser controlado si se le explica detalladamente la razón y la importancia de los controles, así mismo acepta sugerencias de las autoridades cuando comete errores, tiene un desconocimiento de las leyes, tiene poca capacidad de dialogo, bajo nivel cultural,

Cómo se podría mejorar la actividad que realizan los pescadores artesanales

Manifestaron que se debe motivar al pescador hacia la conservación del medio donde trabaja, que sean respetuosos en conservar el medio ambiente, los estamentos gubernamentales deben dar créditos para el fomento productivo, se debe brindar seguridad en alta mar, implementar sistemas de alerta, brindar charlas sobre políticas pesqueras, no paralizar embarcaciones en tiempos de veda, brindar charlas, capacitaciones, realizar estudio técnico de vehículos que transportan la pesca

Recomendaciones para los pescadores artesanales sobre captura, comercialización, organización.

Captura

Que se diversifiquen y usen los artes de pesca adecuados, así mismo que busquen recursos, que no capturen especies en peligro de extinción, además de cuidar el ecosistema

Comercialización

Conservar el producto fresco, que se acostumbren a refrigerar la captura para mantener la calidad, de esta manera mejorara la rentabilidad, vender en centros de acopio, vender de manera directa, no vender a los intermediarios y/o comerciantes.

Organización

Que sean más organizados, que se afilien a cooperativas, que cambie la mentalidad, de que la asociatividad es fundamental para el desarrollo y cambio de estilo de vida, estatus.

Recomendaciones para las instituciones relacionadas con el manejo y control de la pesca artesanal.

Lo primero que deben hacer es fomentar créditos, mejorar políticas pesqueras artesanales, mejorar calidad de recursos que usa el pescador artesanal, que impulsen la comercialización directa del pescador hacia diferentes mercados, implementar mecanismos para que obtengan precios justos, que reduzcan impuestos al sector privado, que consulten a los pescadores artesanales en las políticas pesqueras, fomentar la maricultura, frenar ingreso de embarcaciones internacionales, controlar el crecimiento y fabricación de embarcaciones en el país, en cuanto a las vedas que estas sean con criterio técnico, que se hagan estudios actuales del sector pesquero artesanal, que se realice un nuevo censo pesquero, concienciar a pescadores para la conservación de recursos, realizar mesas de trabajo con participación de pescadores, que las leyes sean más justas para todos, que se construyan más facilidades pesqueras, se debe mantener el control, que hagan investigaciones para determinar el estado del recurso marino, que las instituciones privadas aporten con capital a los pescadores artesanales, de la misma manera que apoyen a las instituciones económicamente para realizar estudios; sobre las cooperativas de pesca, que sean más organizados, que den apertura a todos los pescadores, que adopten artes de pesca que ayude a preservar las especies

Análisis de las encuestas

Edad de los pescadores de la Provincia de Santa Elena

Cuadro 21. Frecuencia de la variable edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	<= 15	1	.2	.2	.2
	16 - 25	88	18.4	18.5	18.7
	26 - 35	103	21.6	21.6	40.3
	36 - 45	121	25.4	25.4	65.8
	46 - 55	96	20.1	20.2	85.9
	56 - 65	40	8.4	8.4	94.3
	66 - 75	21	4.4	4.4	98.7
	76+	6	1.3	1.3	100.0
	Total	476	99.8	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.2		
Total		477	100.0		

Fuente. Datos tomados de Base de datos propia

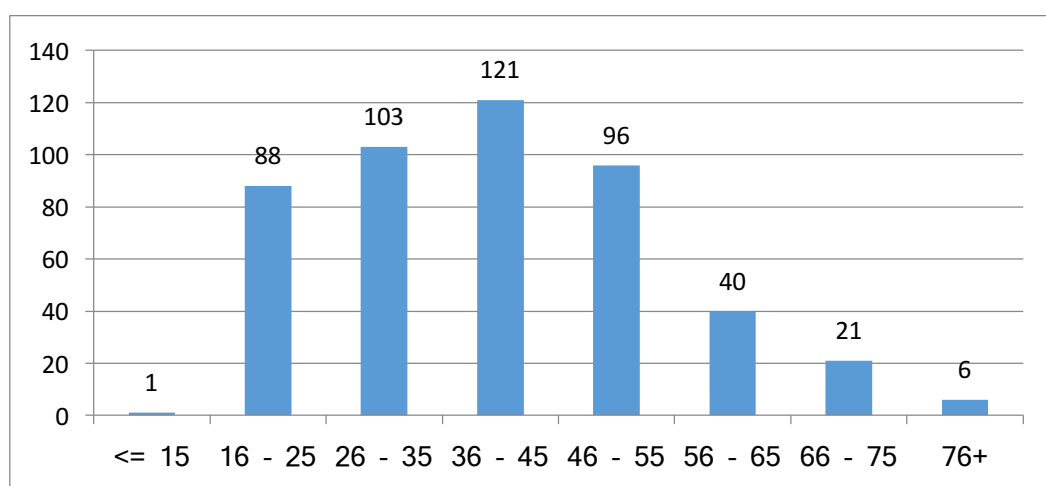


Figura 9. Gráfico de barras de la variable edad. Datos tomados de Base de datos propia

INTERPRETACIÓN

Según los datos del cuadro 25, el rango de edad que predomina entre los encuestados es de 36 a 45 años. El segundo intervalo de edades que posee una mayor frecuencia corresponde a los encuestados entre 26 y 35 años. Los rangos menos frecuentes son 6 encuestados que poseen edades superiores a los 76 años y tan solo un encuestado que tiene una edad inferior a 15 años.

Género

Cuadro 22. Frecuencia de la variable género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	465	97,5	97,5	97,5
	Femenino	12	2,5	2,5	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Fuente. Datos tomados de Base de datos propia

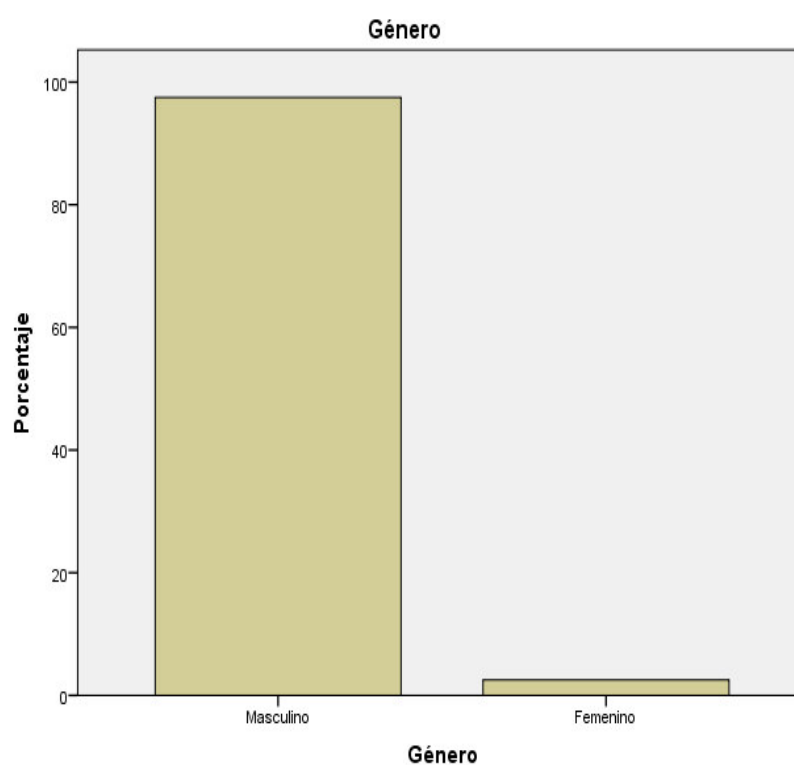


Figura 10. Gráfico de barras de frecuencia de la variable género

INTERPRETACIÓN

Según los datos, existe el predominio del género masculino entre los encuestados, cifra que asciende hasta el 97.5%. El género femenino está presente, pero en una cantidad no determinante, pues posee tan solo un 2.5%.

Nivel de instrucción

Cuadro 23. Frecuencia de la variable Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin educación	95	19,9	19,9	19,9
	Básica	201	42,1	42,1	62,1
	Media	171	35,8	35,8	97,9
	Superior	10	2,1	2,1	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Fuente. Datos tomados de Base de datos propia

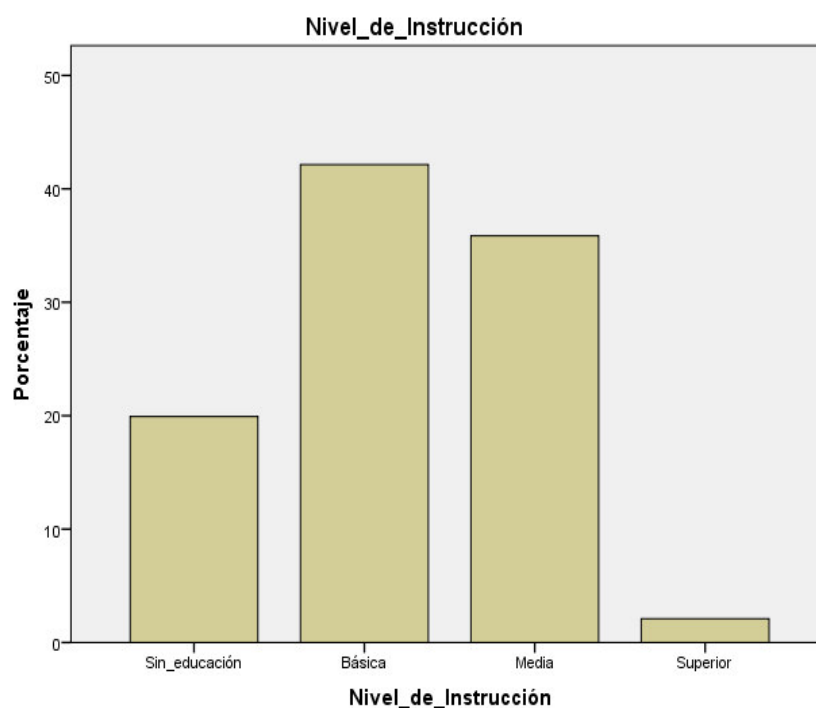


Figura 11. Gráfico de barras de la variable Nivel de instrucción

INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos, el nivel de instrucción que predomina entre los encuestados es el básico con un 42.1%. Entre los niveles de instrucción que poseen una menor frecuencia están: Superior y sin educación.

Servicios Básicos

Cuadro 24. Frecuencia de la variable Servicios básicos

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N°	Porcentaje	
Servicios Básicos	Servicios básicos agua	471	22.4%	98.7%
	Servicios básicos luz	440	20.9%	92.2%
	Servicios básicos telecomunicaciones	292	13.9%	61.2%
	Servicios básicos recolección basura	434	20.6%	91.0%
Total		2105	100.0%	441.3%
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.				

Fuente. Base de datos propia

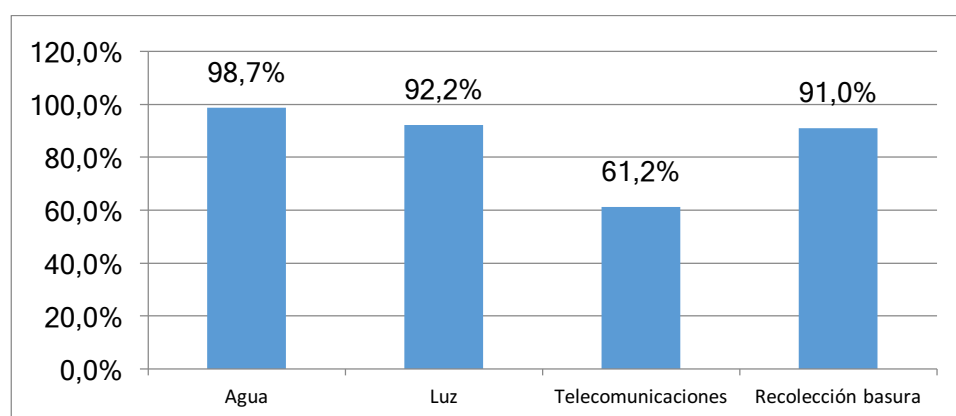


Figura 12. Gráfico de barras de la variable Servicios básicos

INTERPRETACIÓN

Según los datos, gran parte de los encuestados manifiestan que poseen todas las categorías de servicios básicos, pero que las que predominan en gran porcentaje entre los encuestados están: Agua, Luz y Recolección de basura.

4.2.2 Análisis de las preguntas relacionadas a escala de Likert

Variable Independiente (X) presencia de los intermediarios

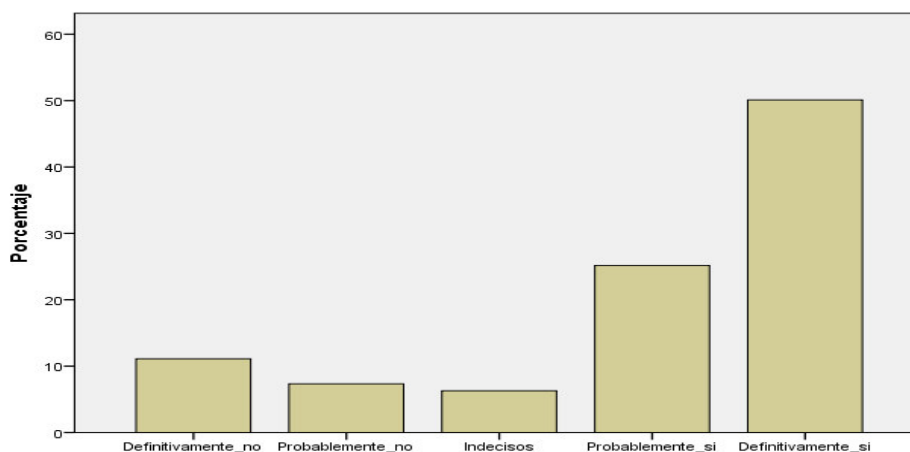
X.1. La variación de los niveles de precios

1.- ¿Considera usted que los precios de los productos que vende, suben de manera continua?

Tabla 1: Precios de los productos, suben de manera continua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	53	11,1	11,1	11,1
	Probablemente no	35	7,3	7,3	18,4
	Indecisos	30	6,3	6,3	24,7
	Probablemente si	120	25,2	25,2	49,9
	Definitivamente si	239	50,1	50,1	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Precio de los productos



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

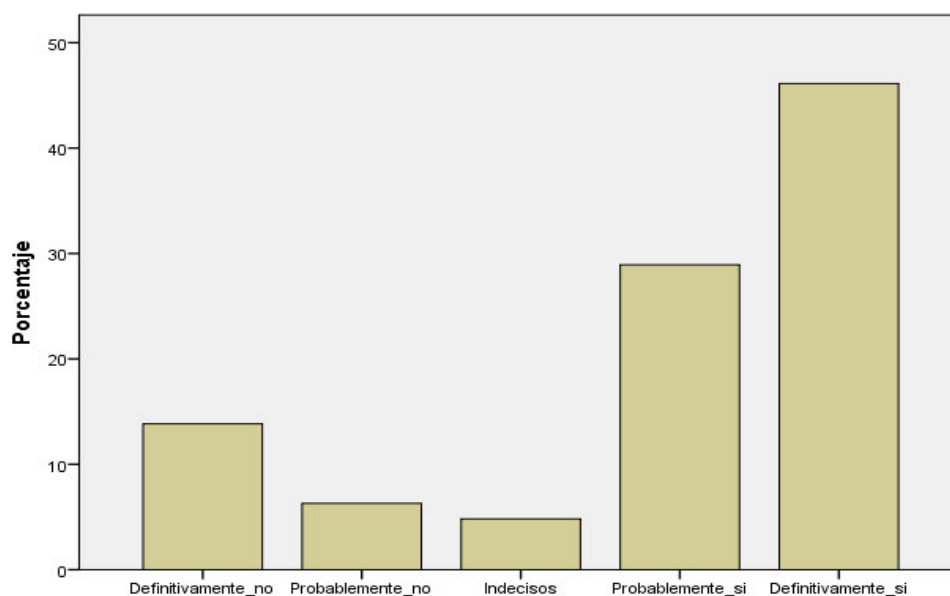
Al respecto, el 75 % de los pescadores encuestados manifiestan que los precios de los productos que vende suben de manera continua, mientras que el 19% opinan lo contrario, y el 6% está indeciso. Este resultado evidencia que los productos fruto de la pesca no tienen estabilidad.

2.- ¿Considera usted que los precios altos de su producto, afectan el nivel de ventas de su negocio?

Tabla 2: Los precios altos afectan el nivel de ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	66	13,8	13,8	13,8
	Probablemente no	30	6,3	6,3	20,1
	Indecisos	23	4,8	4,8	24,9
	Probablemente si	138	28,9	28,9	53,9
	Definitivamente si	220	46,1	46,1	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Precios altos afectan el nivel de ventas.



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

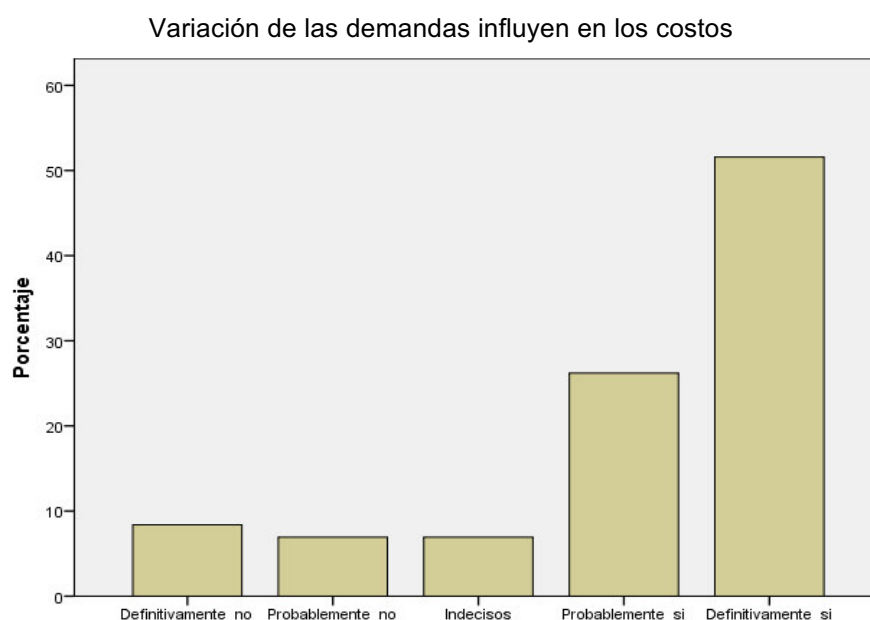
INTERPRETACIÓN

En la presente pregunta el 75% de los pescadores encuestados manifiestan que los precios altos de su producto, afectan el nivel de ventas de su negocio, lo cual significa que esto incide en sus escasos ingresos, mientras que el 20% considera que no afecta el nivel de ventas, y finalmente el 5% se muestran indecisos.

3.- ¿Considera usted que la variación de la demanda incide en los costos del producto?

Tabla 3: La variación de las demandas influyen en los costos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	40	8,4	8,4	8,4
	Probablemente no	33	6,9	6,9	15,3
	Indecisos	33	6,9	6,9	22,2
	Probablemente si	125	26,2	26,2	48,4
	Definitivamente si	246	51,6	51,6	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

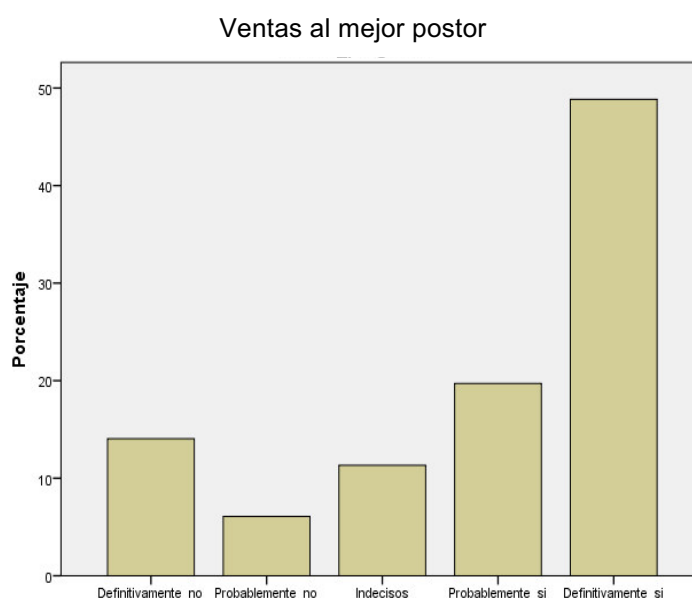
INTERPRETACIÓN

El 78% de los pescadores encuestados reflexionan que la variación de la demanda incide en los costos del producto, lo que impacta negativamente en su economía, mientras que el 15% considera que la variación no les afecta, y el 7% es indeciso.

4.- ¿La estrategia de precios del mejor postor, incide en la comercialización de los productos?

Tabla 4: La estrategia de ventas es el mejor postor, incide en la comercialización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	67	14,0	14,0	14,0
	Probablemente no	29	6,1	6,1	20,1
	Indecisos	54	11,3	11,3	31,4
	Probablemente si	94	19,7	19,7	51,2
	Definitivamente si	233	48,8	48,8	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

En lo que concierne a esta pregunta, el 69 % de los encuestados manifiestan que la estrategia de precios del mejor postor, incide en la comercialización de los productos, lo que significa que siempre se ha negociado bajo esta opción, mientras que el 20% considera que estas estrategias no inciden en la comercialización, y el 11% se muestra indeciso.

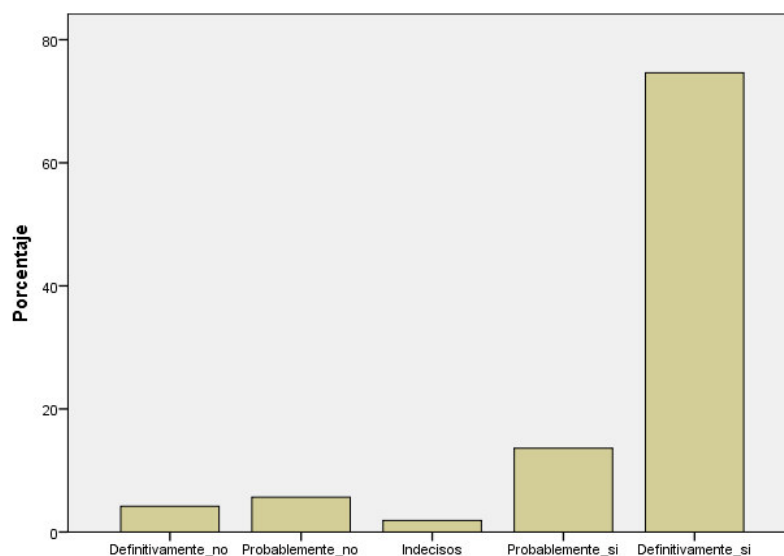
X.2. La presencia de los intermediarios

5.- ¿Considera usted que la presencia de los intermediarios incide en el nivel de precios de los productos de pesca?

Tabla 5: La presencia de intermediarios incide en el nivel de precios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	20	4,2	4,2	4,2
	Probablemente no	27	5,7	5,7	9,9
	Indecisos	9	1,9	1,9	11,7
	Probablemente si	65	13,6	13,6	25,4
	Definitivamente si	356	74,6	74,6	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

La presencia de intermediarios incide en el nivel de precios



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

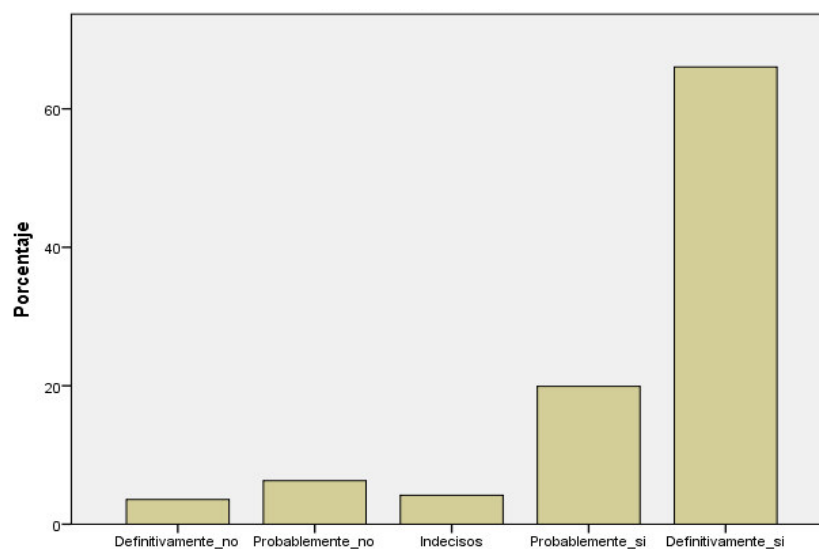
El 88% de los encuestados consideran que la presencia de los intermediarios si incide en el costo de los productos de pesca, mientras que solo el 9% piensa que la presencia de intermediarios no incide en el costo final, y solo el 3% se muestra indeciso, lo que significa que por la presencia de los intermediarios los precios aumentan.

6.- ¿Considera usted que, si existe mayor número de intermediarios, los precios de los productos se elevan?

Tabla 6: Si existe mayor número de intermediarios, los precios se elevan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	17	3,6	3,6	3,6
	Probablemente no	30	6,3	6,3	9,9
	Indecisos	20	4,2	4,2	14,0
	Probablemente si	95	19,9	19,9	34,0
	Definitivamente si	315	66,0	66,0	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Si existe mayor número de intermediarios, los precios se elevan



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

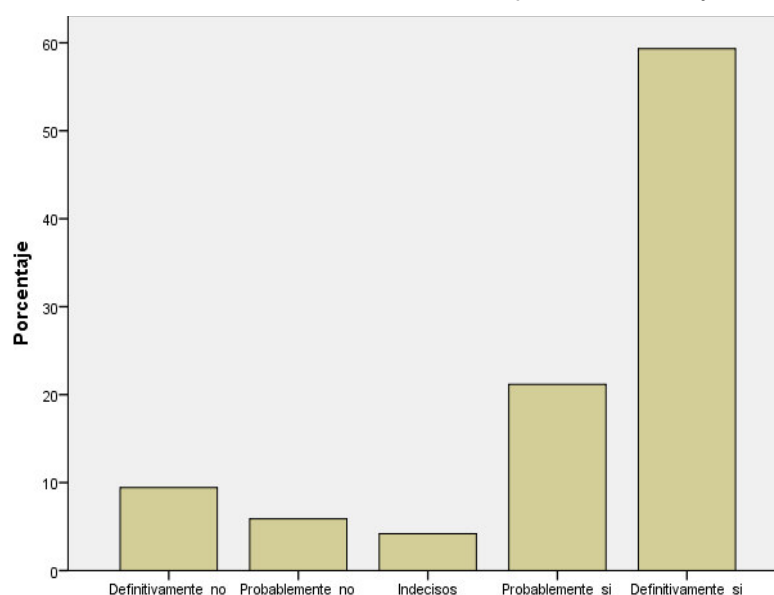
Al analizar las respuestas de los encuestados, se observa que el 86% señalaron y consideran que la existencia de un mayor número de intermediarios provoca que los precios de los productos se elevan, mientras que el solo el 10% supone que no los afecta, y solo el 4% se muestra indeciso. Esto significa que a mayor número de intermediarios los precios tienden al alza.

7.- ¿Considera usted que, si existiera menor número de intermediarios, los precios de los productos disminuirían?

Tabla 7: A menor número de intermediarios, los precios disminuyen .

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	45	9,4	9,4	9,4
	Probablemente no	28	5,9	5,9	15,3
	Indecisos	20	4,2	4,2	19,5
	Probablemente si	101	21,2	21,2	40,7
	Definitivamente si	283	59,3	59,3	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

A menor número de intermediarios, los precios disminuyen



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

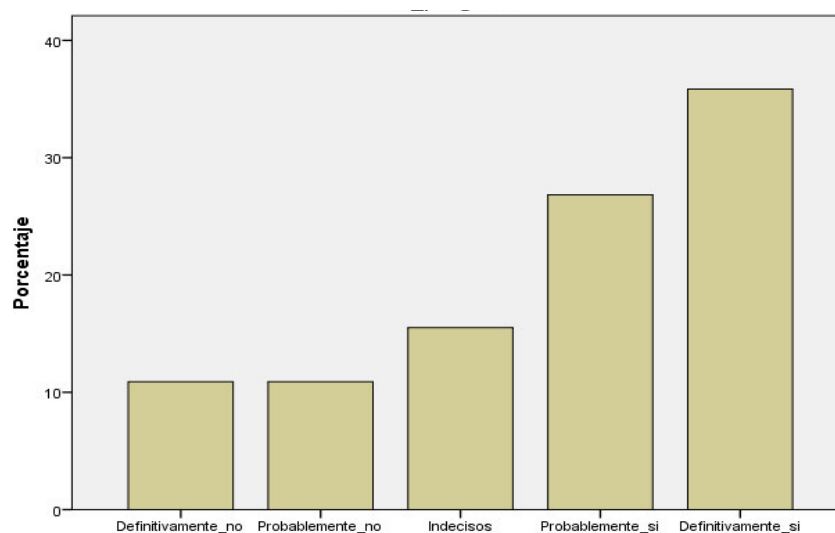
El 81% de los pescadores encuestados consideran que si existiera un menor número de intermediarios los precios de los productos disminuirían, mientras que 15% supone que el número de intermediarios no inciden en la determinación de los precios de los productos, y solo el 4% se muestra indeciso. Esto significa que a menor número de intermediarios los precios se mantendrían estables.

8.- ¿Los acuerdos entre los intermediarios como estrategia de comercialización para bajar los precios, inciden desfavorablemente en el crecimiento y desarrollo del mercado?

Tabla 8: Acuerdos entre intermediarios, inciden en el crecimiento del mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	52	10,9	10,9	10,9
	Probablemente no	52	10,9	10,9	21,8
	Indecisos	74	15,5	15,5	37,3
	Probablemente si	128	26,8	26,8	64,2
	Definitivamente si	171	35,8	35,8	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Acuerdos entre intermediarios, inciden en el crecimiento del mercado



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

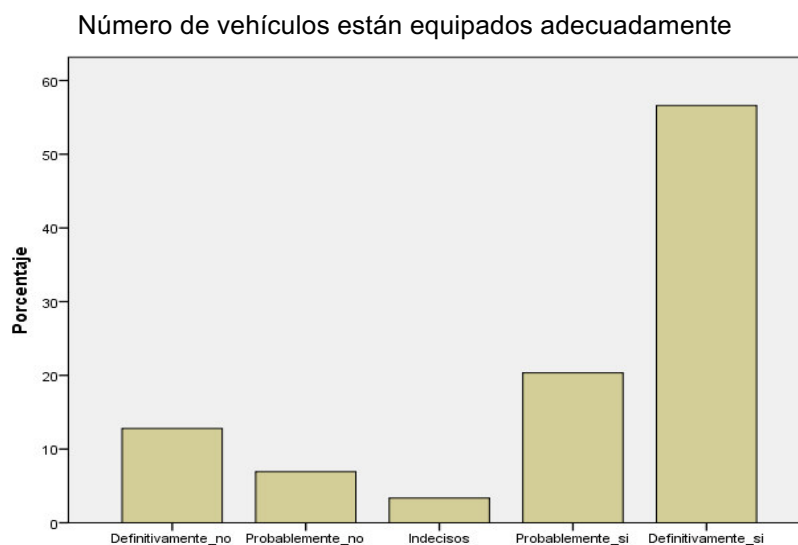
Resulta importante señalar que la información recopilada deja en claro que la mayoría de los encuestados, es decir el 63% considera que los acuerdos entre comerciantes como estrategia de comercialización para bajar el precio, inciden en el desarrollo y crecimiento del mercado, mientras que el 21% considera que no les afecta, y el 16% se muestra indeciso. Esto significa que los comerciantes son los que se fijan los precios de los Productos.

X. 3. Los problemas de transporte

09.- ¿El número de vehículos en que se transporta la pesca para la venta en otras ciudades están equipados adecuadamente y en buen estado?

Tabla 9: Número de vehículos están equipados adecuadamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	61	12,8	12,8	12,8
	Probablemente no	33	6,9	6,9	19,7
	Indecisos	16	3,4	3,4	23,1
	Probablemente si	97	20,3	20,3	43,4
	Definitivamente si	270	56,6	56,6	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

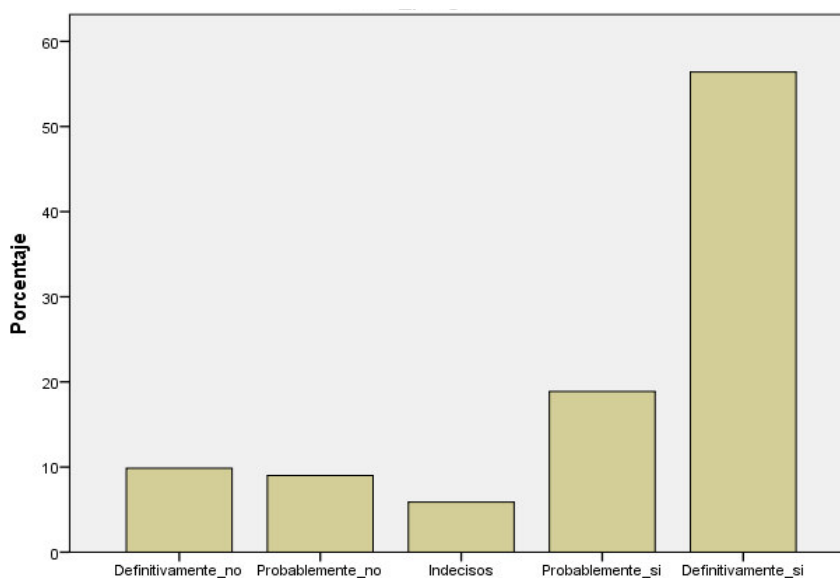
En esta pregunta, se observa que el 77% de los encuestados considera que el número de vehículos en que se transporta la pesca para la venta en otras ciudades están equipados adecuadamente y en buen estado, el 20% piensa que no están equipados adecuadamente, y el 3% está indeciso. El resultado se da por cuanto los pescadores artesanales no venden sus productos de la pesca en otras ciudades, por lo tanto, no contratan ningún tipo de vehículos.

10.- ¿Los vehículos en que se transporta la pesca para la venta local se encuentran en óptimas condiciones?

Tabla 10: Vehículo se encuentran en óptimas condiciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	47	9,9	9,9	9,9
	Probablemente no	43	9,0	9,0	18,9
	Indecisos	28	5,9	5,9	24,7
	Probablemente si	90	18,9	18,9	43,6
	Definitivamente si	269	56,4	56,4	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Vehículo se encuentran en óptimas condiciones.



Fuente: Encuesta a pescadores de la Provincia de Santa Elena (Mayo – Julio 2016)

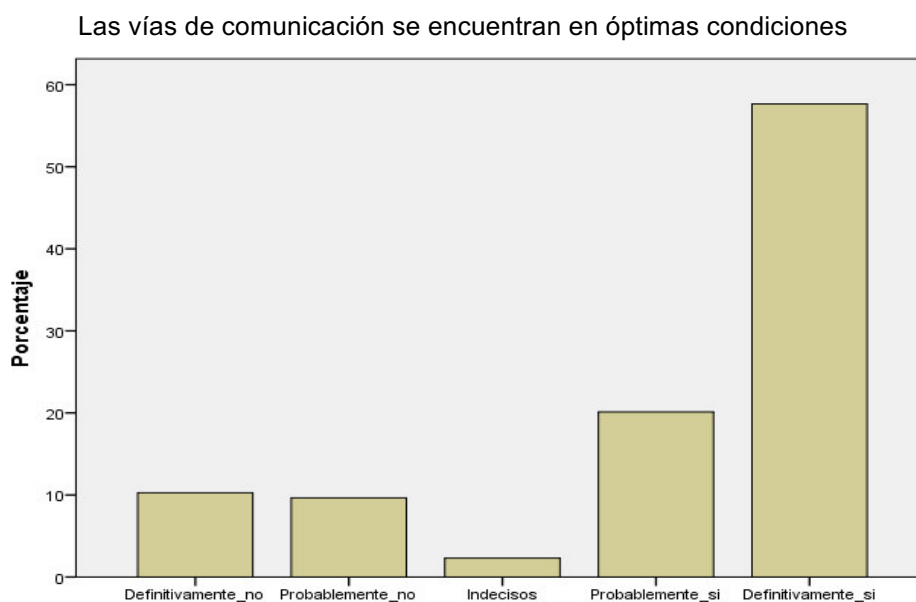
INTERPRETACIÓN

Observando los datos de las encuestas se determina que el 75% de los encuestados manifiestan que los vehículos en que se transporta la pesca para la venta local se encuentran en óptimas condiciones, mientras que el 19% piensa que no están en las mejores condiciones, y solo el 6% no responde, estos resultados se dan por cuanto los pescadores venden sus productos en las caletas al mejor postor y no la comercializan en los mercados locales.

11.- ¿Las vías de comunicación para el traslado de la pesca a las diferentes localidades se encuentran en óptimas condiciones?

Tabla 11: Las vías de comunicación se encuentran en óptimas condiciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	49	10,3	10,3	10,3
	Probablemente no	46	9,6	9,6	19,9
	Indecisos	11	2,3	2,3	22,2
	Probablemente si	96	20,1	20,1	42,3
	Definitivamente si	275	57,7	57,7	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

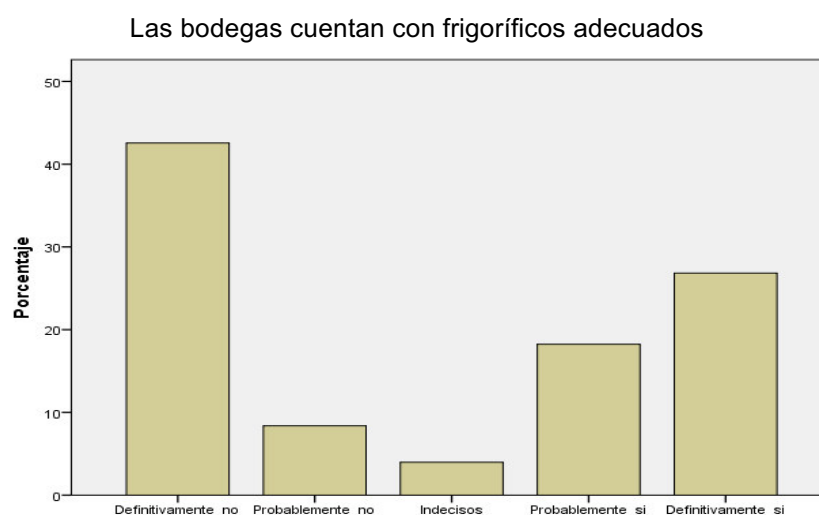
Del total de encuestados, el 78% contestó que las vías de comunicación para el traslado de la pesca a las diferentes localidades se hallan en óptimas condiciones, mientras que el 20% considera que no se encuentran en las mejores condiciones, y el 2% se muestra indeciso. Este resultado se obtuvo por cuanto en los días en que se realizó las encuestas, las vías de acceso habían sido reparadas en su mayoría, además que la venta mayormente se realiza en la playa y en los mercados locales.

X. 4. Los problemas de distribución

12.- ¿Considera usted que las bodegas cuentan con cámaras frigoríficas adecuadas para conservar el producto?

Tabla 12: Las bodegas cuentan con frigoríficos adecuados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	203	42,6	42,6	42,6
	Probablemente no	40	8,4	8,4	50,9
	Indecisos	19	4,0	4,0	54,9
	Probablemente si	87	18,2	18,2	73,2
	Definitivamente si	128	26,8	26,8	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

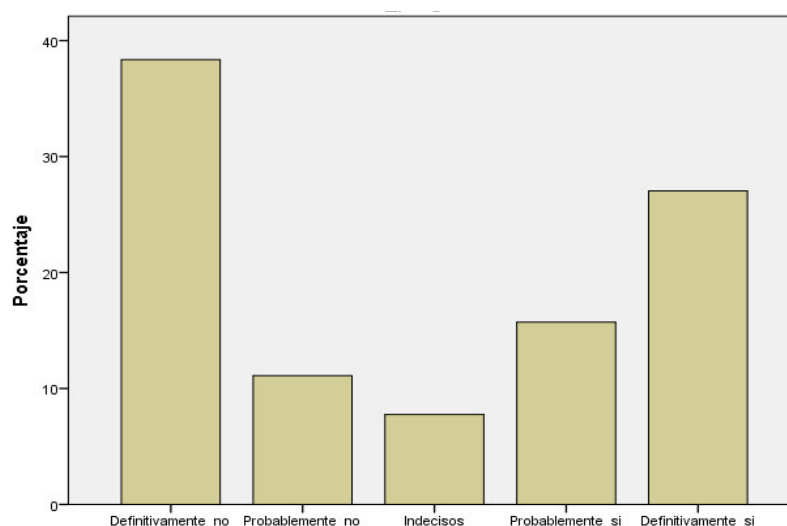
Analizando la información recopilada en las encuestas, el 51% cree que las bodegas no tienen cámaras frigoríficas adecuadas para conservar el producto, en tanto que el 45% piensan que, si cuentan con frigoríficos, y el 4% se muestra indeciso. Estos resultados se dan por cuanto en este sector artesanal son escasas las bodegas que cuentan con frigoríficos para la conservación y almacenamiento de la pesca que no se vende al instante.

13.- Si la respuesta es sí, ¿En qué medida esas cámaras frigoríficas están en óptimas condiciones?

Tabla 13: Las cámaras frigoríficas se encuentran en óptimas condiciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	183	38,4	38,4	38,4
	Probablemente no	53	11,1	11,1	49,5
	Indecisos	37	7,8	7,8	57,2
	Probablemente si	75	15,7	15,7	73,0
	Definitivamente si	129	27,0	27,0	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Las cámaras frigoríficas se encuentran en óptimas condiciones



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

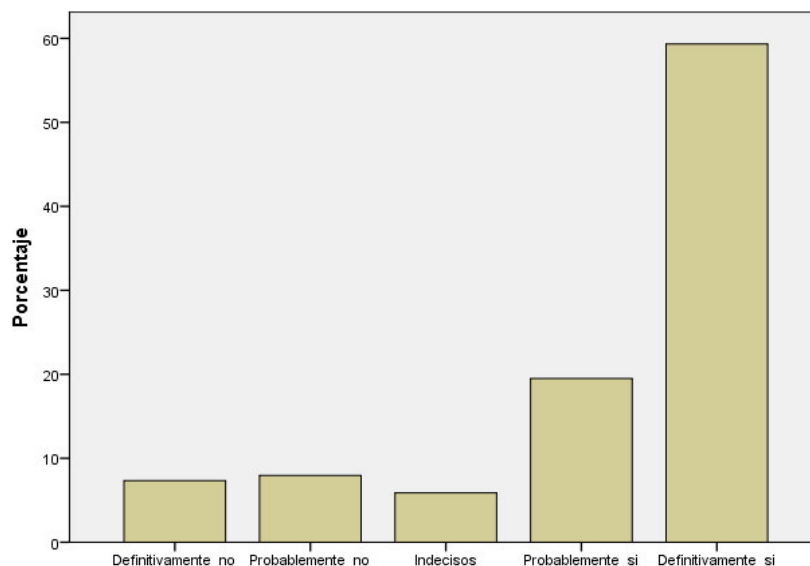
El 50% de los encuestados considera que esas cámaras frigoríficas no están en óptimas condiciones, mientras que 43% piensa que están en condiciones adecuadas, y finalmente el 7% se muestra indeciso. Estos resultados se dan por cuanto el sector artesanal no cuenta con frigoríficos para la conservación y almacenamiento de la pesca, y los pocos que existen no están en óptimas condiciones para conservar la pesca.

14.- ¿En qué porcentaje la comercialización del producto se realiza en los mercados locales?

Tabla 14: Porcentaje de comercialización se realiza en los mercados locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	35	7,3	7,3	7,3
	Probablemente no	38	8,0	8,0	15,3
	Indecisos	28	5,9	5,9	21,2
	Probablemente si	93	19,5	19,5	40,7
	Definitivamente si	283	59,3	59,3	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Porcentaje de comercialización se realiza en los mercados locales



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

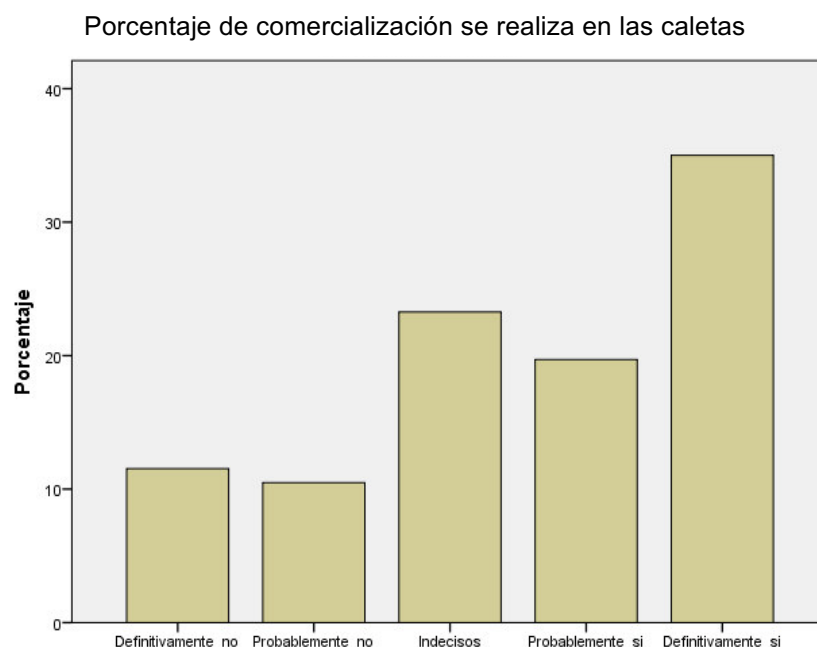
INTERPRETACIÓN

Al respecto el 79 % de los encuestados determina que la comercialización del producto se realiza en los mercados locales, mientras que el 15% responde lo contrario, y el 6% se muestra indeciso. Estos resultados confirman las deducciones de preguntas anteriores, en donde manifiestan que la comercialización mayormente se da en la playa, y en los mercados locales.

15.- ¿Qué porcentaje de la comercialización del producto se realiza en las caletas?

Tabla 15: Porcentaje de comercialización se realiza en las caletas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	55	11,5	11,5	11,5
	Probablemente no	50	10,5	10,5	22,0
	Indecisos	111	23,3	23,3	45,3
	Probablemente si	94	19,7	19,7	65,0
	Definitivamente si	167	35,0	35,0	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

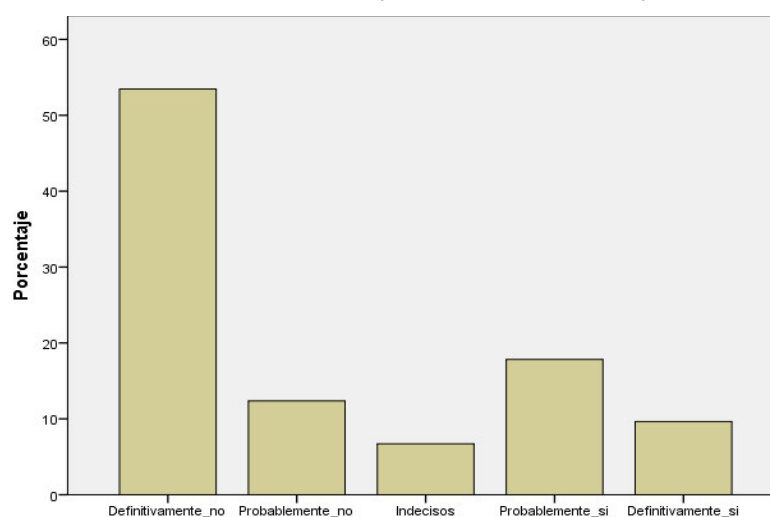
El 55% de los encuestados manifiesta que la comercialización del producto se realiza en las caletas, lo que incide en la ganancia que puedan obtener, mientras que el 22% expresa que no comercializa en las caletas, y el 23% está indeciso. De la misma manera, estos resultados confirman las derivaciones de preguntas anteriores, en donde manifiestan que la comercialización mayormente se da en la playa, a los comerciantes intermediarios al momento en que retornan de sus faenas de pesca.

16.- ¿Cómo pescador artesanal, en qué medida confronta dificultades para comercializar su producto en los mercados locales?

Tabla 16: Como confronta dificultades para comercializar su producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	255	53,5	53,5	53,5
	Probablemente no	59	12,4	12,4	65,8
	Indecisos	32	6,7	6,7	72,5
	Probablemente si	85	17,8	17,8	90,4
	Definitivamente si	46	9,6	9,6	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Como confronta dificultades para comercializar su producto



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

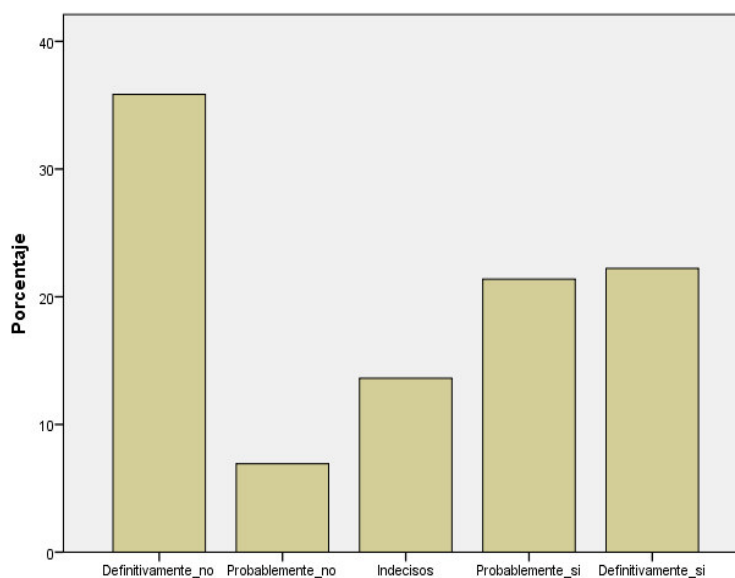
En lo que concierne a esta pregunta, un 66% de los encuestados manifiesta que no tiene dificultades para comercializar su producto en los mercados locales, mientras que el 27% expresa que, si tienen dificultades para comercializar su producto en los mercados locales, el 7% se muestra indeciso. Estos resultados demuestran que la venta mayormente se da en los mercados locales, y a los intermediarios en la playa, es decir los pescadores buscan el facilismo para vender sus productos.

17.- ¿Es que tiene dificultades para la comercialización del producto en los mercados nacionales?

Tabla 17: Dificultades para la comercialización en los mercados locales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	171	35,8	35,8	35,8
	Probablemente no	33	6,9	6,9	42,8
	Indecisos	65	13,6	13,6	56,4
	Probablemente si	102	21,4	21,4	77,8
	Definitivamente si	106	22,2	22,2	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Dificultades para la comercialización en los mercados locales.



Fuente: Encuesta a pescadores de la Provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

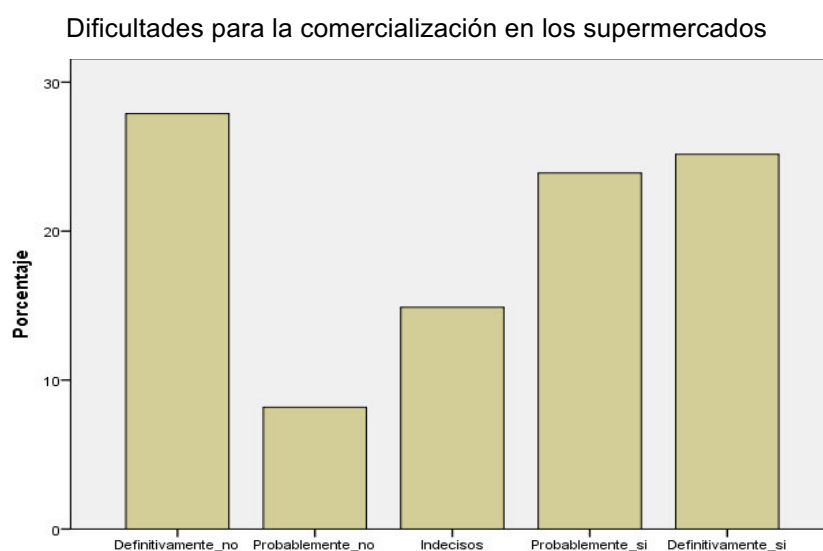
INTERPRETACIÓN

En lo concerniente a los datos recopilados en la pregunta, se puede observar que el 44% de los encuestados manifiesta que tiene dificultades para la comercialización del producto en los mercados nacionales, el 43% considera que no tiene problemas, y el 5% se muestra indeciso. Estos resultados significan que los productos se comercializan mayormente en la provincia.

18.- ¿Es que tiene dificultades para la comercialización del producto en los supermercados?

Tabla 18: Dificultades para la comercialización en los supermercados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	133	27,9	27,9	27,9
	Probablemente no	39	8,2	8,2	36,1
	Indecisos	71	14,9	14,9	50,9
	Probablemente si	114	23,9	23,9	74,8
	Definitivamente si	120	25,2	25,2	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la Provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

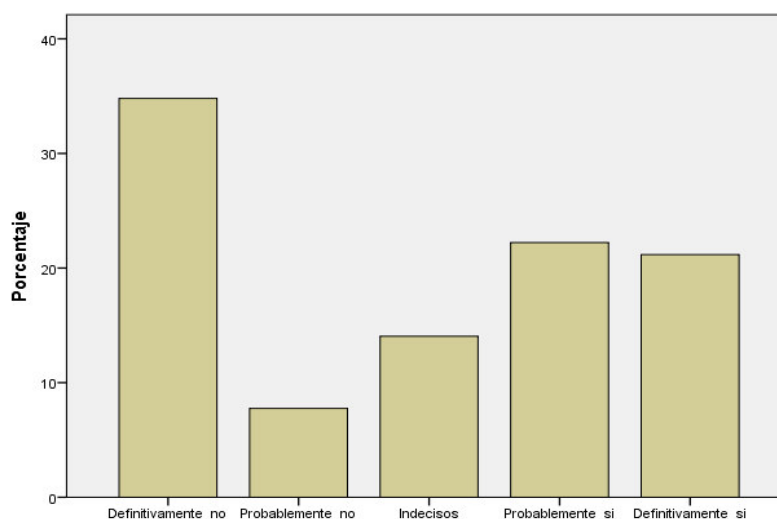
Al observar las respuestas de los encuestados tomados en cuenta en el estudio, se localiza que el 49% tiene dificultades para comercializar su producto en los supermercados, mientras que el 36% expresa que no tiene dificultades, el 15% se muestra indeciso, Estos resultados demuestran que el pescador artesanal no vende sus productos a las cadenas de supermercados, no hace ningún esfuerzo por tratar de colocar sus productos en este segmento, hace lo más fácil y con el menor esfuerzo, al vender a los comerciantes en la playa.

19.- ¿Es que tiene problemas para comercializar su producto en los restaurantes y hoteles?

Tabla 19: Dificultades para la comercialización en los restaurantes y hoteles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	166	34,8	34,8	34,8
	Probablemente no	37	7,8	7,8	42,6
	Indecisos	67	14,0	14,0	56,6
	Probablemente si	106	22,2	22,2	78,8
	Definitivamente si	101	21,2	21,2	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Dificultades para la comercialización en los restaurantes y hoteles



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

En lo que concierne a esta pregunta un 43% manifiesta que tiene problemas para comercializar su producto en los restaurantes y hoteles por cuanto no venden a estos locales, mientras que el 43% expresa que no tiene problemas por cuanto su producto no lo comercializa en este sector, el 14% se muestra indeciso. Estos resultados demuestran que el pescador artesanal no vende sus productos en los restaurantes, porque no hace ningún esfuerzo por tratar de colocar sus productos en este segmento, lo que le significaría mayores ingresos y mejores precios de sus productos.

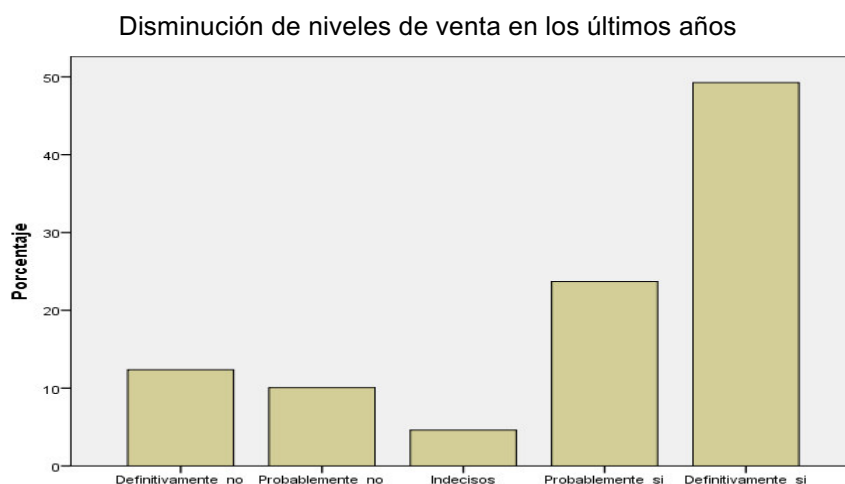
Variable dependiente (Y) Desarrollo microempresarial

Y.1. Aumento de Ventas

20.- ¿Considera usted que sus niveles de ventas han disminuido en los últimos años?

Tabla 20: Disminución de niveles de venta en los últimos años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	59	12,4	12,4	12,4
	Probablemente no	48	10,1	10,1	22,4
	Indecisos	22	4,6	4,6	27,0
	Probablemente si	113	23,7	23,7	50,7
	Definitivamente si	235	49,3	49,3	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

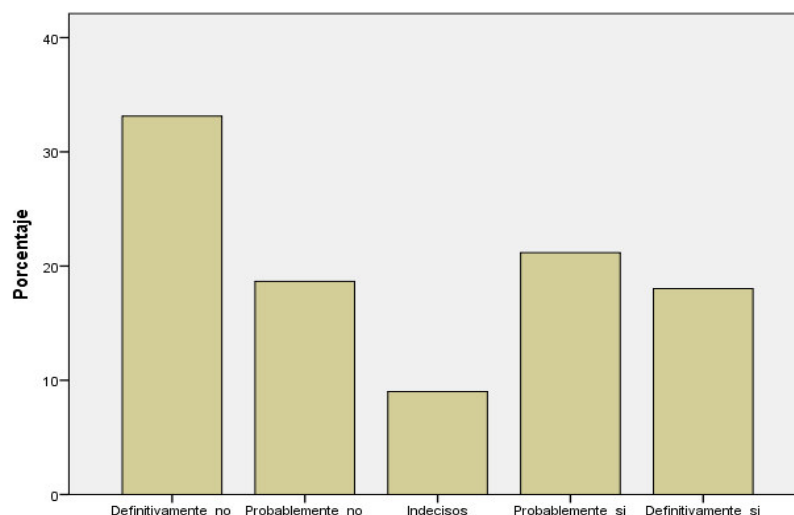
La información recopilada deja en claro que la mayoría de los encuestados, es decir el 73 % de los encuestados consideran que sus niveles de ventas han disminuido en los últimos años, mientras que el 23% manifiesta que no han disminuido, el 4% se muestra indeciso. Estos resultados demuestran que la captura ha disminuido, y por lo ende al no realizar capturas suficientes no tiene productos para vender.

21.- ¿Considera usted que el sector pesquero se encuentra estable y sin variaciones?

Tabla 21: Sector pesquero se encuentra estable y sin variaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	158	33,1	33,1	33,1
	Probablemente no	89	18,7	18,7	51,8
	Indecisos	43	9,0	9,0	60,8
	Probablemente si	101	21,2	21,2	82,0
	Definitivamente si	86	18,0	18,0	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Sector pesquero se encuentra estable y sin variaciones



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

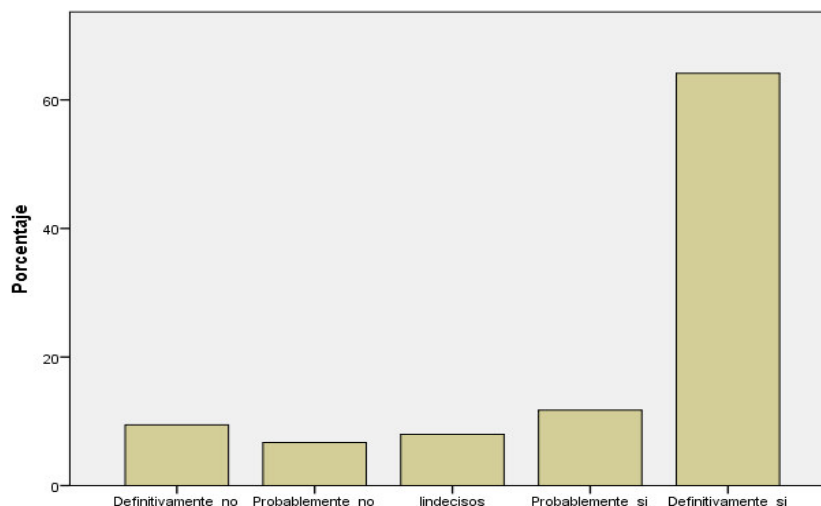
Observando los datos de las encuestas mostradas en la tabla, se observa que el 52% de los encuestados considera que el sector pesquero no es estable y presenta variaciones, mientras que el 39% expresa que, si está estable, el 9% se muestra indeciso, Estos resultados coinciden con lo que la mayoría sostiene, que el sector no es estable, lo que incide para que no haya el desarrollo deseado.

22.- ¿La estrategia de venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado?

Tabla 22: La venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	45	9,4	9,4	9,4
	Probablemente no	32	6,7	6,7	16,1
	Indecisos	38	8,0	8,0	24,1
	Probablemente si	56	11,7	11,7	35,8
	Definitivamente si	306	64,2	64,2	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

La venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado



Fuente: Encuesta a pescadores de la Provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados, el 76% de ellos contestó de que la estrategia de venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado, mientras que el 16% expresa que no aportan al desarrollo, y el 8% está indeciso. Estos resultados demuestran que el pescador artesanal vende sus productos en la playa y a los comerciantes directamente, no hace ningún esfuerzo por tratar de colocar sus productos fuera de la ciudad, si hiciera un esfuerzo y tratara de vender fuera de la Ciudad, los ingresos que obtendría serían mayores, y por ende aportaría al desarrollo de la Provincia

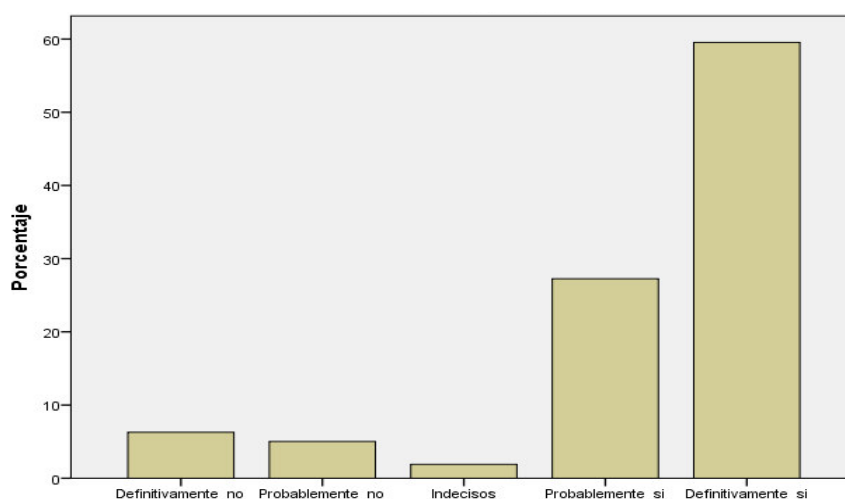
Y.2. Bienestar social

23.- ¿El crecimiento de la producción en la actividad pesquera genera reducción de pobreza?

Tabla 23: Aumento de la producción genera reducción de pobreza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	30	6,3	6,3	6,3
	Probablemente no	24	5,0	5,0	11,3
	Indecisos	9	1,9	1,9	13,2
	Probablemente si	130	27,3	27,3	40,5
	Definitivamente si	284	59,5	59,5	100,0
	Total	477	100,0	100,0	

Aumento de la producción genera reducción de pobreza



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

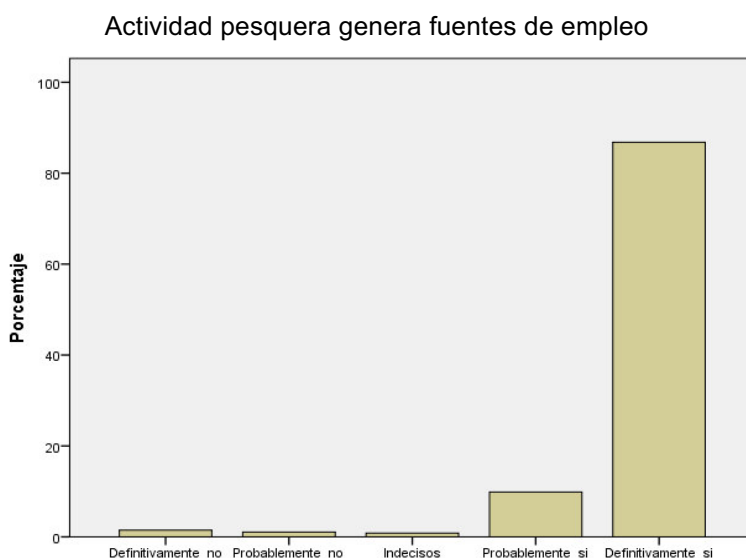
INTERPRETACIÓN

Analizando la información presentada en las encuestas, el 86% de los encuestados razona que el crecimiento de la producción en la actividad pesquera genera reducción de pobreza, mientras que el 11% expresa que el aumento de la producción no reduce la pobreza, en tanto solo el 3% se muestra indeciso. Estos resultados demuestran que si existiera mayor pesca mejorarían las condiciones de vida para todo este sector.

24.- ¿La actividad pesquera que realiza genera fuentes de empleo, lo que implica la mejora de su bienestar social?

Tabla 24: Actividad pesquera genera fuentes de empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	7	1,5	1,5	1,5
	Probablemente no	5	1,0	1,0	2,5
	Indecisos	4	,8	,8	3,4
	Probablemente si	47	9,9	9,9	13,2
	Definitivamente si	414	86,8	86,8	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente. Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

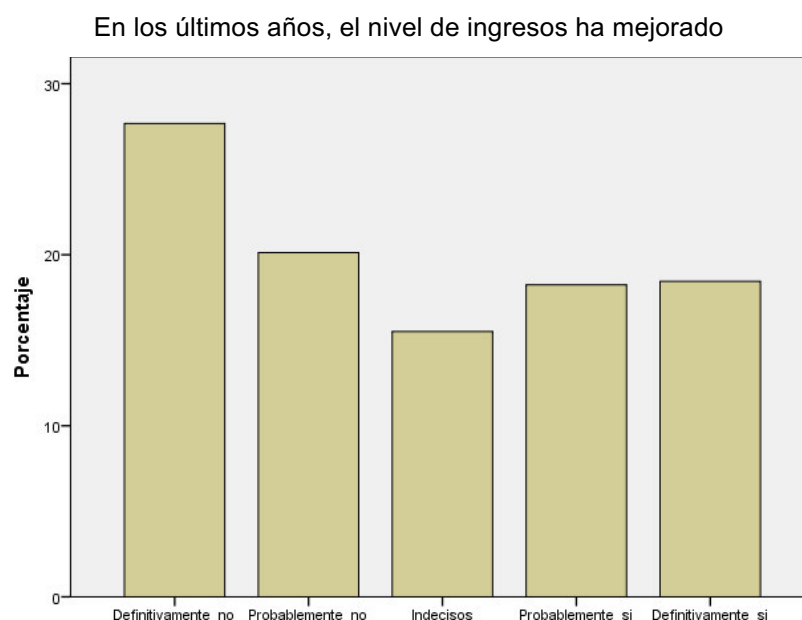
INTERPRETACIÓN

En lo que concierne a esta pregunta un 96% de los encuestados determina que la actividad pesquera genera fuentes de empleo, por lo que es necesario brindar todo el apoyo para que se desarrolle de la mejor manera este sector, en tanto que el 3% considera que la actividad pesquera no genera empleo, y apenas un 1% se muestra indeciso. Estos resultados implican que la actividad llevada de manera adecuada, y con el apoyo de los entes públicos y privados, generarían fuentes de empleo adecuadas, y con ingresos apropiados, servirán de aporte al desarrollo de este sector.

25.- ¿En los últimos años, considera que su nivel de ingresos como pescador artesanal ha mejorado?

Tabla 25: En los últimos años, el nivel de ingresos ha mejorado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	132	27,7	27,7	27,7
	Probablemente no	96	20,1	20,1	47,8
	Indecisos	74	15,5	15,5	63,3
	Probablemente si	87	18,2	18,2	81,6
	Definitivamente si	88	18,4	18,4	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

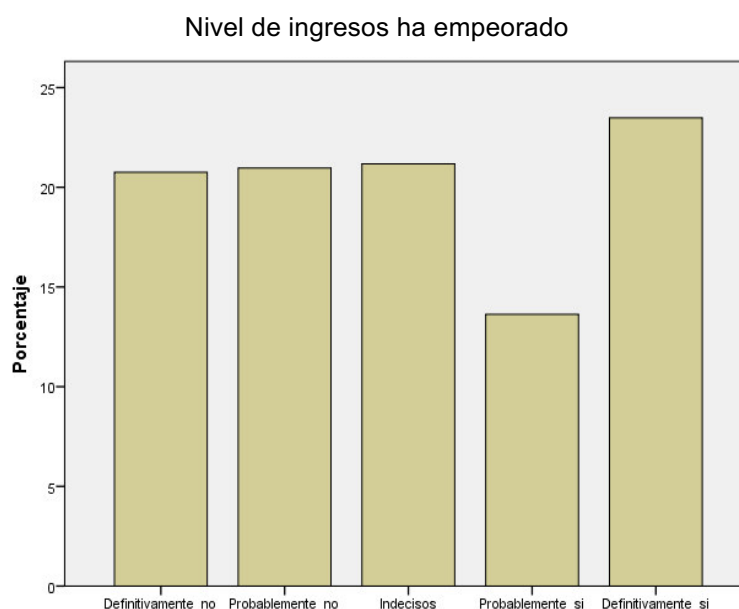
INTERPRETACIÓN

En lo concerniente a los datos recopilados en la pregunta, se puede observar que el 48% de los encuestados respondieron que su nivel de ingresos no ha mejorado, mientras que el 37% manifiesta que, si han mejorado sus ingresos, y el 15% se muestra indeciso. Estos resultados demuestran que no hay una escala de ingresos establecida, que les permita mejorar su economía y su status de vida.

26.- ¿Considera que su nivel de ingresos ha empeorado?

Tabla 26: Nivel de ingresos ha empeorado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	99	20,8	20,8	20,8
	Probablemente no	100	21,0	21,0	41,7
	Indecisos	101	21,2	21,2	62,9
	Probablemente si	65	13,6	13,6	76,5
	Definitivamente si	112	23,5	23,5	100,0
	Total	477	100,0	100,0	



Fuente: Encuesta a pescadores de la provincia de Santa Elena (mayo – julio 2016)

INTERPRETACIÓN

Al observar las respuestas de los encuestados tomados en cuenta en el estudio, se encuentra que el 42% señala que su nivel de ingresos no ha empeorado, por otro lado, el 37% manifiesta que su nivel de ingresos ha empeorado, y el 11% se muestra indeciso. Estos resultados expresan que no existe una certeza de que sus niveles de ingresos han mejorado y/o empeorado.

4.3 Pruebas de Hipótesis

4.3.1 Hipótesis general

Al hacer el análisis de los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal y su impacto en el desarrollo del sector pesquero en la Provincia de Santa Elena-Ecuador, se obtienen las siguientes consecuencias para las hipótesis planteadas:

Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la prueba de Chi cuadrada pues los datos para el análisis se encuentran clasificados en forma categórica. La prueba de Chi cuadrada es adecuada porque puede utilizarse con variables de clasificación o cuantitativas como la presente investigación

1. Planteo de hipótesis

Ho: Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal NO influyen en el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena.

Ha: Los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal SI influyen en el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena.

2. Criterio teórico para contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Criterio del Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

3. Método estadístico para contraste de hipótesis

El cuadro de pruebas de chi-cuadrado ofrece información necesaria para tomar la decisión sobre el planteamiento de la hipótesis, el valor del estadístico de chi-cuadrado (58,242), sus grados de libertad (gl= números de categorías menos uno) y con un nivel crítico (Sig= 0,000).

Objetivo: conocer si hay relación entre los problemas de comercialización y el desarrollo del sector pesquero.

Ho: los problemas de comercialización son independiente del desarrollo pesquero.

H1: los problemas de comercialización y el desarrollo pesquero están relacionados.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
X: Problemas de Comercialización * Y: Desarrollo del sector pesquero	477	100,0%	0	0,0%	477	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	58,242 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	53,507	4	,000
Asociación lineal por lineal	30,786	1	,000
N de casos válidos	477		

a. 1 casillas (11,1%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,47.

4. Interpretación

Se rechaza la H_0 , lo que significa que si existe relación entre las variables analizadas (problemas del sector y desarrollo del sector pesquero) sig. 0,000 Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se acepta que el problema de comercialización tiene relación positiva y significativa con el Desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.3.2 Hipótesis específica 1

1. Planteo de hipótesis

H_0 : Los problemas de comercialización, variación de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal NO inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

H_a : Los problemas de comercialización variación de los niveles de precios, en la actividad pesquera artesanal SI inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

Se pueden verificar los datos en este caso donde se acepta la hipótesis nula, la misma que se encuentra anexa a la tesis.

2. Criterio teórico para contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Criterio del Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

3. Método estadístico para contraste de hipótesis

Se determinó la correlación conjunta, de la Variable los problemas de comercialización, como indicador variación de los niveles de precios y la

Variable Desarrollo del sector pesquero. Se halló una correlación conjunta de 0.0969; y un Valor $p = 0.000$.

Se rechaza la H_0 , valor $p=0.000$, y se acepta la H_a y se concluye que existe asociación entre la variación de los precios y el desarrollo del sector pesquero.

Tabla de contingencia La variación de los niveles de Precios * Y: Desarrollo del sector pesquero

Recuento

		Y: Desarrollo del sector pesquero			Total
		Indecisos	Probablemente _si	Definitivamente _si	
La variación de los niveles de Precios	Definitivamente_no	0	1	0	1
	Probablemente_no	0	9	9	18
	Indecisos	10	37	8	55
	Probablemente_si	33	101	24	158
	Definitivamente_si	13	140	92	245
Total		56	288	133	477

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	50,128 ^a	8	,000
Razón de verosimilitudes	53,576	8	,000
Asociación lineal por lineal	12,070	1	,001
N de casos válidos	477		

a. 4 casillas (26,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,12.

4. Interpretación

Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se acepta que los problemas de comercialización para la variación de los niveles de precios tienen relación positiva y significativa con el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.3.3 Hipótesis específica 2

1. Planteo de hipótesis

Ho: Los problemas de comercialización por la presencia de los intermediarios, en la actividad pesquera artesanal NO incide en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.

Ha: Los problemas de comercialización por la presencia de los intermediarios, en la actividad pesquera artesanal inciden en menor escala en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.

Se pueden verificar los datos en este caso donde se acepta la hipótesis nula, la misma que se encuentra anexa a la tesis.

2. Criterio teórico para contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Criterio del Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

3. Método estadístico para contraste de hipótesis

Se determinó la correlación conjunta, de la Variable los problemas de comercialización, como indicador presencia de los intermediarios y la Variable Desarrollo del sector pesquero. Se halló una correlación conjunta de 0.194; y un Valor $p = 0.000$.

Tabla de contingencia Presencia de los intermediarios * X: Problemas de Comercialización

Recuento

		X: Problemas de Comercialización			Total
		Indecisos	Probablemente_ si	Definitivamente _si	
Presencia de los intermediarios	Definitivamente_no	0	1	0	1
	Probablemente_no	10	4	0	14
	Indecisos	6	27	2	35
	Probablemente_si	5	89	53	147
	Definitivamente_si	0	59	221	280
Total		21	180	276	477

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	283,771 ^a	8	,000
Razón de verosimilitudes	201,029	8	,000
Asociación lineal por lineal	177,914	1	,000
N de casos válidos	477		

a. 5 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,04.

4. Interpretación

Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se acepta que los problemas de comercialización por la presencia de los intermediarios tienen relación positiva y significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.3.4 Hipótesis específica 3

1. Planteo de hipótesis

Ho: Los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal NO inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador

Ha: Los problemas de transporte, inciden indirectamente en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

Se pueden verificar los datos en este caso donde se acepta la hipótesis nula, la misma que se encuentra anexa a la tesis.

2. Criterio teórico para contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Criterio del Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

3. Método estadístico para contraste de hipótesis

Se determinó la correlación conjunta, de la Variable los problemas de comercialización, como indicador los problemas de transporte y la Variable Desarrollo del sector pesquero. Se halló una correlación conjunta de 0.183; y un Valor $p = 0.000$.

Tabla de contingencia Los Problemas de Transporte * Y: Desarrollo del sector pesquero

Recuento

		Y: Desarrollo del sector pesquero			Total
		Indecisos	Probablemente_ si	Definitivamente_ si	
Los Problemas de Transporte	Definitivamente_no	7	3	0	10
	Probablemente_no	6	13	4	23
	Indecisos	7	32	14	53
	Probablemente_si	26	75	35	136
	Definitivamente_si	10	165	80	255
Total		56	288	133	477

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	60,692 ^a	8	,000
Razón de verosimilitudes	50,966	8	,000
Asociación lineal por lineal	27,022	1	,000
N de casos válidos	477		

a. 3 casillas (20,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,17.

4. Interpretación

Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se acepta que los problemas de comercialización por los problemas de transporte tienen relación positiva y significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.3.5 Hipótesis específica 4

1. Planteo de hipótesis

Ho: Los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal NO inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador

Ha: Los problemas de comercialización, problemas de distribución, inciden en menor escala en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

Se pueden verificar los datos en este caso donde se acepta la hipótesis nula, la misma que se encuentra anexa a la tesis.

2. Criterio teórico para contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Criterio del Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alternativa (H_a).

3. Método estadístico para contraste de hipótesis

Se determinó la correlación conjunta, de la Variable los problemas de comercialización, como indicador los problemas de distribución y la Variable Desarrollo del sector pesquero. Se halló una correlación conjunta de 0.118; y un Valor $p = 0.000$.

Tabla de contingencia Los Problemas de Distribución * Y: Desarrollo del sector pesquero

Recuento		Y: Desarrollo del sector pesquero			Total
		Indecisos	Probablemente_ si	Definitivamente si	
Los Problemas de Distribución	Probablemente_no	3	27	4	34
	Indecisos	34	130	57	221
	Probablemente_si	17	115	60	192
	Definitivamente_si	2	16	12	30
Total		56	288	133	477

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,024 ^a	6	,043
Razón de verosimilitudes	13,577	6	,035
Asociación lineal por lineal	7,865	1	,005
N de casos válidos	477		

a. 2 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,52.

4. Interpretación

Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se acepta que los problemas de comercialización por los problemas de distribución tienen relación positiva y

significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.3.6 Discusión

Los resultados de esta investigación comprueban que las hipótesis propuestas son verdaderas, las mismas que se discuten a continuación:

La hipótesis general de que los problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal influyen en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-El Ecuador, se confirma, puesto que, de acuerdo a los valores obtenidos, este tiene una relación significativa con el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena-El Ecuador. En ese sentido en la medida que, en la provincia de Santa Elena, se promueva cada vez más el uso de estrategias comerciales, estas propugnarán un mayor desarrollo del sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena-El Ecuador.

En relación a la primera hipótesis específica, de que la variación de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal incide en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena, Ecuador, igualmente se confirma, puesto que, de acuerdo a los valores obtenidos, este tiene una relación significativa en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. De esta manera, se podría realizar un estudio del sector pesquero como condición para elaborar estrategias para el mercado objetivo, lo que impulsará el desarrollo del sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

En relación a la segunda hipótesis específica, de que la presencia de intermediarios en la actividad pesquera artesanal incide en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena, Ecuador, igualmente se corrobora, puesto que, de acuerdo a los valores obtenidos, este tiene una

relación significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. De esta manera, el desarrollo de adecuadas políticas para reducir la presencia de intermediarios, por parte de los pescadores, impulsará el desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

En relación a la tercera hipótesis específica, de que los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal, inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador, igualmente se reafirma, puesto que, de acuerdo a los valores obtenidos, esta tiene una relación significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. En tal sentido, desarrollar prácticas adecuadas para el transporte en la actividad pesquera artesanal, propulsa el desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

En relación a la cuarta hipótesis específica, de que los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador, también se confirma, puesto que, de acuerdo a los valores obtenidos, este tiene una relación significativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena. De esta forma, impulsar el uso de canales de distribución adecuados, promueve e induce el desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena-Ecuador

En síntesis, en función de los resultados obtenidos, significa que tanto la variable independiente “Problemas de comercialización en la actividad pesquera artesanal” como las dimensiones identificadas, para esta variable, tales como la variación de los niveles de precios, la presencia de los intermediarios, los problemas de transporte y los problemas de distribución, inciden desfavorablemente en el desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena-El Ecuador; lo que quiere decir que a su vez estas dimensiones, inciden en las dimensiones identificadas para la variable dependiente, es decir todas ellas, influyen en el aumento de las ventas y el

bienestar social del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena-El Ecuador

Finalmente, considerando los resultados obtenidos por el presente estudio, este trabajo demuestra lo importante y conveniente que es el uso de estrategias comerciales, para el desarrollo no solo del sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena, sino que en general, este trabajo demuestra su trascendencia, para replicar su validez, en otro tipo de actividades de tipo comercial, industrial, de servicios, sea de pequeñas, medianas y grandes empresas.

De la misma manera, para dar mayor sustento a esta tesis, se ha tomado como referencia varios trabajos de investigación sobre Estrategias comerciales, estrategias de precio, y desarrollo empresarial enfocándonos en países europeos y Latinoamericanos que le dan mayor importancia y apoyo al desarrollo del sector pesquero, a continuación, se mencionan algunos:

(Cruz, 1993), ya manifestó que debido a las malas políticas y poca atención del gobierno de España se producen efectos negativos para el desarrollo del sector pesquero Andaluz.

Cervera Paz (2006), hace referencia a la “mala comercialización de los productos” como un problema muy importante.

Así mismo concluyó que las Cofradías se consideran perjudicadas por la pesca ilegal, considerándolo como un asunto muy importante, reflejando la amenaza que este tipo de pesca supone para las flotas asociadas.

Villa (2006), Plantea la necesidad de que las organizaciones (empresas pesqueras) adopten el enfoque de gestión estratégica para enfrentar los retos que plantea la sociedad actual.

(Díaz García S, 2008), concluye que la mayoría de los pescadores artesanales realizan sus actividades con dinero de terceros, préstamos de instituciones y aportaciones que hacen personas como especie de sociedad en cuanto a la producción, también considera que a pesca genera reducción de pobreza en ese sector.

(Mojica del Pezo, 2011), es muy enfático en la conclusión al mencionar que la comercialización en la playa, hace que los comerciantes (intermediarios) se aprovechen de los precios, y sus ingresos se vean reducidos. La falta de apoyo económico por parte de instituciones del estado es causa de que no se desarrolle adecuadamente este sector.

(Ropero Fernández, 2013), en sus conclusiones más importantes considera que la fijación de los precios no es la adecuada, porque los mayores beneficiados son las cadenas distribuidoras e intermediarios. El mismo manifiesta que la comercialización de los productos del mar atraviesa una situación muy compleja, debido a la gran escasez de recursos, lo que hace que los precios se incrementen, del mismo modo hace hincapié en la urgente modernización y profesionalización del sector pesquero desde el punto de vista comercializador.

(Leante & García, 2013), hace alusión que la infraestructura es inadecuada, no disponen de servicios de salvamento en casos de emergencia, no se dispone de centros de acopio, lo que no permite desarrollar las operaciones de eviscerado, conservación y comercialización de manera adecuada, así mismo determina que no se dispone de transporte adecuado, también manifiesta la necesidad de un ordenamiento imponiendo vedas, y lo más fundamental que para mitigar las desigualdades e inequidades económicas es necesario implementar políticas adecuadas para mejorar las condiciones de los pescadores artesanales.

Entonces como producto de la contrastación de las hipótesis realizadas en el presente trabajo de investigación se presenta a continuación las siguientes conclusiones:

CONCLUSIONES

Conclusión General

Como conclusión principal se encuentra que de acuerdo a los resultados obtenidos los problemas de comercialización inciden desfavorablemente en el desarrollo del sector pesquero artesanal en la provincia de Santa Elena, por cuanto el sector pesquero artesanal tiene muchas carencias que inciden negativamente en que éste se desarrolle, por cuanto no existe un consenso en fijar los precios de todas y cada una de las especies, esto provoca que los intermediarios saquen mejores ganancias y se lucran mayormente del esfuerzo de los pescadores, así mismo se deben buscar alternativas para contar con medios de transporte adecuados para la distribución satisfactoria de las capturas que realicen.

Conclusiones específicas

- a. Las variaciones de los niveles de precios en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.
- b. Los problemas de comercialización por la presencia de los intermediarios influyen de manera negativa con el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.
- c. Los problemas de transporte actúan de manera negativa en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.
- d. Los problemas de distribución inciden desfavorablemente en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

RECOMENDACIONES

Al sector pesquero artesanal considere los aspectos analizados en este trabajo de investigación, con la finalidad de disminuir los problemas de comercialización que inciden en su desarrollo, para lo cual se deben asociar o crear un ente que tenga la capacidad de regular los precios de las especies capturadas, al mismo tiempo esta asociatividad podría disminuir la cantidad de intermediarios, la misma asociación gestionaría que el transporte de los peces se realice de manera adecuada y oportuna, del mismo modo buscaría la distribución adecuada de todos y cada uno de los productos. Esta organización y agrupación debe ser sólida y de corte moderno para que tengan la capacidad de solicitar a los entes del estado que se preocupen y atiendan de mejor manera a este sector con el fin de procurar el bienestar social y económico de los pescadores artesanales en la provincia de Santa Elena, Ecuador.

Esta asociación o cooperativa pueda fijar y determinar los precios de la captura de las especies y no exista esta constante variación en los niveles de precios, además que también es necesario regular el mercado, a través del dialogo con los diferentes entes de control.

Al sector pesquero artesanal que, a través de los entes de control, las autoridades, las asociaciones, y/o cooperativas, se controle y regule la presencia del sinnúmero de intermediarios, porque esto incide en el costo de venta de los productos que capturan.

Es imperativo que los problemas de transporte se solucionen, porque un adecuado medio de transporte y al contar con vías adecuadas les permitirá a los pescadores artesanales trasladar sus productos a los mercados en óptimas condiciones y en el tiempo preciso, de esta manera podrán transportar la pesca de mejor manera permitiéndoles obtener mejores y mayores ganancias, mejorando por lo tanto su economía y bienestar.

Los pescadores artesanales a través de las asociaciones y/o cooperativas deben gestionar ante los organismos respectivos que se mantengan y conserven en óptimas condiciones las vías y/o carreteras, por cuanto esto les permitirá distribuir y trasladar sus productos a los diferentes mercados en el tiempo adecuado.

CAPÍTULO 5: IMPACTOS

5.1 Propuesta para la solución del problema

A continuación, proponemos un Modelo de Asociatividad para el sector pesquero artesanal de la provincia de Santa Elena, mediante el establecimiento de estrategias de comercialización que permitan un desarrollo económico y social integral del sector.

5.1.1 Presentación

Una vez determinados e identificados los problemas en la comercialización de la actividad pesquera artesanal que inciden en el desarrollo del sector pesquero de la Provincia de Santa Elena, tales como la variación de precios, la presencia de intermediarios, el transporte y la distribución, es necesario proponer alternativas de solución direccionadas hacia el mejoramiento de la actividad pesquera del sector artesanal con la finalidad de aportar al desarrollo de la Provincia de Santa Elena.

De acuerdo a la investigación realizada se concluye la existencia de los problemas de comercialización, tales como: la presencia de intermediarios, los regateos de precios, sin embargo es importante destacar que los cambios de políticas públicas en el Ecuador en materia de economía mediante La Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), ha permitido que grupos que generan actividades pesqueras se unan y obtengan mejores resultados tanto en financiamiento, capacitación, beneficios en la compra de insumos, facilitando la maximización de beneficios y reducción de costos operativos.

Para alcanzar competitividad y rentabilidad en la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena, se debe incentivar el trabajo en equipo para contar con acceso de servicios especializados en tecnología para desarrollar sus

acciones en beneficio de la comercialización y la distribución de los productos mediante la pesca.

5.1.2 Justificación

La asociatividad es una forma de agrupar personas que tengan la misma actividad afín, es una estrategia que está orientada para potenciar las actividades dentro de una cadena de valor del producto o servicio que se ofrece, además que la organización obtenga mayor presencia en el mercado, en este sentido, esta propuesta está fundamentada en la Ley de Economía popular y solidaria, además el código de la Producción que determina el fomento de la producción nacional en el caso de Ecuador.

5.1.3 Fundamentación

De la información obtenida durante la investigación se ha identificado el escaso financiamiento a la actividad del sector pesquero, el insuficiente trabajo en equipo de los pescadores, la falta de cultura organizacional y el comportamiento empresarial en la prestación de sus productos y servicios, esta situación ha permitido originar los problemas de comercialización en cuanto a: las variaciones de precios, la presencia de los intermediarios, el transporte y la distribución en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena.

5.1.4 Objetivos

5.1.4.1 Objetivo General

Proponer un modelo de asociatividad con estrategias de comercialización que contribuya al desarrollo del sector pesquero de la provincia de Santa Elena-Ecuador.

5.1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer las estrategias de comercialización para el sector pesquero referente al producto, precio, transporte y distribución.
- Socializar y difundir el modelo de asociatividad en el sector pesquero para el conocimiento de las ventajas y beneficios.

5.1.5 Implementación del Modelo

A continuación, se presenta la implementación del Modelo de Asociatividad para el sector pesquero de la provincia de Santa Elena, mediante el establecimiento de estrategias de comercialización que permitan el desarrollo económico y social de la provincia de Santa Elena.

Etapa-Fases-Pasos para la implementación

Primera etapa: Estructura Organizativa de la Asociación

- **Proceso de constitución**

Entre los requisitos básicos para solicitar la personería jurídica de una asociación está:

- a. Oficio de solicitud de constitución de la organización.
- b. Oficio solicitando la reserva de nombre o denominación de la organización.
- c. Copia certificada del acta constitutiva, suscrita por lo menos de diez socios fundadores.
- d. Nómina de fundadores que incluya, apellidos y nombre completos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma.
- e. Copia de estatuto social.
- f. Copia del certificado de depósito inicial de los aportes al capital social, con el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, tres salarios básicos, se recomienda abrir una cuenta en una cooperativa de ahorro y crédito local.

- **Filosofía empresarial**

a. **Visión:** Ser una asociación reconocida por el sector pesquero para la comercialización de todas las especies marinas en la provincia de Santa Elena.

b. **Misión:** Comercializar la pesca artesanal de las especies, con calidad a buenos precios, refrigerados o frescos en los mercados nacionales.

c. **Valores corporativos:**

Honestidad: Es la virtud humana para entregar un producto de calidad.

Compromiso: Un grupo humano dispuesto a lograr los objetivos propuestos.

- **Análisis FODA:**

Fortaleza:

- Productos frescos
- Variedad de productos
- Distribución en puntos de ventas
- Pescadores artesanales con predisposición de integrarse

Debilidades:

- Pocos frigoríficos
- Poca transportación para la distribución
- No existe una lista oficial de precios
- Poco nivel de organización

Oportunidades:

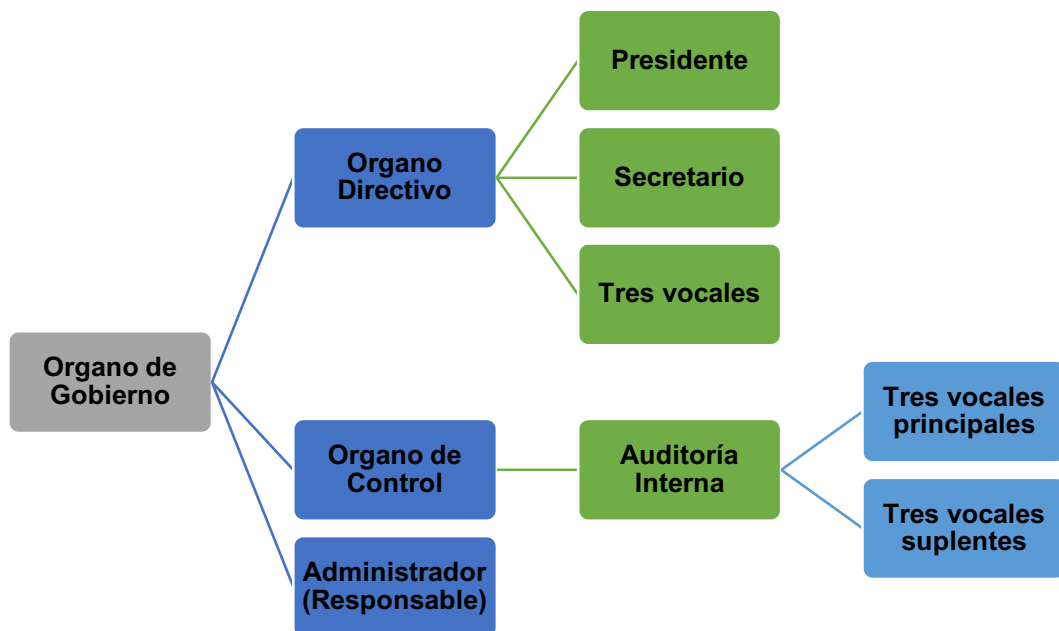
- Cartera de clientes o mercados nacionales

- Avances tecnológicos para el mercadeo
- Presencia de instituciones de apoyo
- Ventas del producto a buen precio

Amenazas:

- Competencia
 - Intermediarios
 - Inseguridad marítima
 - Desigualdad de precios
- **Organigrama:**
La asociación de pescadores artesanales, está organizada y estructurada en base al modelo proporcionado por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) (Ministerio de Inclusión económica y Social, 2015) en el siguiente gráfico:

ORGANIGRAMA DE LA ASOCIATIVIDAD DE PESCADORES



Elaborado por: Ing. Arturo Benavides R.
Fuente: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS)

- **Funciones y responsabilidades**

Órgano de gobierno:

El órgano de gobierno de las asociaciones de Economía Popular y Solidaria (EPS) está integrado por todos los asociados, quienes se reúnen ordinariamente cuando menos, una vez al año y extraordinariamente cuantas veces sea necesario. Las decisiones son obligatorias.

Órgano Directivo:

El órgano directivo de las asociaciones (EPS), es electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Órgano de Control:

Los integrantes del órgano de control de las asociaciones (EPS), serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse.

Segunda etapa: Definición de las estrategias de comercialización

- Fortalecimiento de la asociatividad de los pescadores
- Políticas administrativas y de comercialización
- Gestión en la distribución y transporte de los productos

Tercera etapa:

- **Financiamiento del modelo de la asociatividad**

Se efectuará la gestión de apoyo para el respectivo financiamiento en las actividades administrativas y operativas.

Sector de crédito:

- a. BanEcuador Banco Público
- b. Corporación Financiera Nacional – CFN
- c. Instituciones financieras del sector privado
- d. Organizaciones no gubernamentales – ONGs

- **Gestión de apoyo administrativo y de capacitación por organismos públicos o privados.**

Sector Asociativo:

- a. Subsecretaría de Recursos Pesqueros – SRP
- b. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS
- c. Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES
- d. Superintendencia de Economía popular y Solidaria – SEPS

Sector de Capacitación:

- a. Capitanía del Puerto de Salinas
- b. Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE
- c. Gobierno Autónomo Provincial de Santa Elena – Prefectura.

5.2 Costo de implementación de la propuesta

LISTA DE EQUIPAMIENTO DE ASOCIACIÓN	IMPORTE
Mobiliario	\$ 500,00
Equipos	\$ 800,00
Accesorios	\$ 250,00
Software o sistema de contabilidad	\$ 1.000,00
Otros	\$ 100,00
Total	\$ 2.650,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE UBICACIÓN	IMPORTE
Constitución de la Asociación de Pescadores artesanales	\$ 1.000,00
Apertura de cuenta	\$ 1.000,00
Honorarios legales y contables	\$ 500,00
Reuniones de trabajo	\$ 1.000,00
Arriendo de local	\$ 1.500,00
Otros	\$ 250,00
Total	\$ 5.250,00

RESUMEN DE GASTOS INICIALES	TOTALES
Equipamiento	\$ 2.650,00
Gastos de ubicación/administración	\$ 5.250,00
Total	\$ 7.900,00

Elaborado por: Ing. Arturo Benavides R.

5.3 Beneficios de la propuesta

- Manejo de indicadores de gestión en la comercialización de los productos.
- Implementación de programas de capacitación para los miembros de la asociación con la finalidad de desarrollar sus habilidades administrativas y operativas de la actividad pesquera.
- Organización, Planificación, Coordinación y supervisión de las actividades de la pesca artesanal.
- Mantener un registro de proveedores de insumos para el desarrollo de la actividad pesquera.
- Reducción y eliminación de intermediarios en la comercialización de los productos obtenidos por la pesca.
- Establecimiento de una adecuada política de precios para su adecuada comercialización al consumidor final.
- Identificar organismos de financiamiento para el apoyo de las actividades del sector pesquero.
- Mejorar vías de transporte para el traslado de los productos congelados o frescos en los mercados locales y nacionales.
- Mejorar los locales comerciales, y establecer acuerdos con supermercados para la distribución adecuada de los productos del sector pesquero.

BIBLIOGRAFÍA

- Adam, S. (1776). *La Riqueza de las Naciones*. (G. Franco, Trad.) Londres, Inglaterra: W. Strahan.
- Aktouf, O. (1998). *La administración: entre tradición y renovación*. Cali, Colombia: Artes graficas Univalle.
- Alegret, J. (1989). El proceso de trabajo y la transformacion capitalista en el sector pesquero Catalán. *El proceso de trabajo y la transformacion capitalista en el sector pesquero Catalán*. Montpelier, Francia: Universitat de Girona.
- Alegret, J. (8 - 11 de Febrero de 2000). La gestión de la pesca desde la perspectiva de las Ciencias Sociales. *La gestión de la pesca desde la perspectiva de las Ciencias Sociales*. Girona, España: Universidade A. Coruña.
- Alegret, J. L. (2002). Gobernabilidad, legitimidad y discurso científico: El papel de las ciencias sociales en la gestión de la pesca de bajura. *Gobernabilidad, legitimidad y discurso científico: El papel de las ciencias sociales en la gestión de la pesca de bajura* (págs. 13-24). Giron: Universidad de Girona.
- Alvarenga, p. J. (1990). *ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream*. Recuperado el 21 de 04 de 2016, de *ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream*: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream>
- American Marketing Asociation (AMA). (1960). Marketing Definitions. A Glossary of Marketing Terms. Committee on Definitions of the A.M.A. *Marketing Definitions. A Glossary of Marketing Terms. Committee on Definitions of the A.M.A.* . Chicago, EE.UU.: AMA.
- American Marketing Association (AMA). (Octubre de 2004). *Marketing Definitions*. Chiago.
- Ansof, I. (1960). *Direccion Estrategica*. USA.
- Ansoff, I. (1957). Teoria de estrategias de diversificación. *Harcard Business Review*.
- Archive, A. (2014). *Crece negocios.com*. (C. y. Marketing, Productor) Obtenido de [crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/](http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/): <http://www.crecenegocios.com>
- Asamblea Nacional del Ecuador . (2008). Consittucion del Ecuador. En A. Nacional, *Constitución del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Asgarkhani, M. (2006). Current Trends in Strategic Management of ICTs. . *IEEE International Conference on Management of Innovation and technology*, .
- Avdalov, N. (2012). Manual de Manipulación y Comercialización de Productos Pesqueros de la Cuenca Amazónica. *Proyecto "Mejora del Acceso al Mercado de los Productos Pesqueros y Acuícolas de la Amazonia"*. Brasil.

- Bachelard, G. (1970). *La filosofía del No*. Buenos Aires, Argentina: Amorrouto.
- Badal, M., Balcells, D., Montari, M., & Santa Cruz, L. &. (2005). *Chile, País Oceanico*. Santiago: Editores Ocho libros.
- Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, VIII(1), 38-58.
- Barth, F. (1971). Models of social organization. *Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*,.
- Bedard, R. (2003). Los fundamentos del pensamiento y las prácticas administrativas; el rombo y las cuatro dimensiones filosóficas. *Administer*(3), 68-88.
- Beer, M. (1997). La transformación de la función del recurso humano.
- Benavides, A., & Lupe, G. (Diciembre de 2014). El sector pesquero de Santa Elena: Análisis de las estrategias de comercialización. *Ciencias Pedagógicas e innovación, UPSE*.
- Blehr, O. (1963). Action groups in a society with bilateral kinship: a case study from the Faroe Islands. *Ethnology* 2:, 269-275.
- Blinder, A. (26 de abril de 2016). Cinco verdades sobre el comercio internacional y sus implicaciones para la sociedad. (elEconomista.es, Ed.) *Cinco verdades sobre el comercio internacional y sus implicaciones para la sociedad*, págs. 1-2.
- Boas, F., Kroeber, A., Benedict, R., Kardiner, A., & Bronislaw, M. (1950). Relativismo Cultural. *Relativismo cultural, Cultura y Personalidad*. EE.UU.
- Bueno, S. E. (2003). *La investigación científica*.
- Calderon G, A. C. (2006). Gestión humana en las organizaciones un fenómeno complejo: evolución, tendencias y perspectivas de investigación. *Cuadernos de administración*, 225/254.
- Calderón, G. (2006). La gestión Humana y sus aportes a las organizaciones Colombianas. *Cuadernos de la Administración*, 19(31), 9-55.
- Cantillon, R. (1978). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. *Scielo, Colombia*, 235.
- Castell, M. (1994,2002,2004). *Tecnópolis del mundo*. Mexico.
- Castro, S. (2007). El mundo competitivo de las organizaciones.
- Cervera, A. (2006). *Análisis estratégico de las cofradías de pescadores*. Andalucía, España.

- Chandler, A. (1962). Estrategia y estructura. En A. Chandler, *Estrategia y estructura*. USA: Press.
- Chandler, A. (1962). *Strategic and Structure*. Cambridge, Cambridge, USA: Press.
- Chanlat, A., Echeverri, R., Dávila, C., & Zapata, A. (1998). En busca de una administración para América Latina, experiencias y desafíos .
- Chiavenato, I. (2000). Introducción a la Teoría General de la Administración.
- Conferencia Ministerial de DOHA. (30 de Noviembre de 2011). EL ECUADOR Y LAS NEGOCIACIONES SOBRE LOS SUBSIDIOS A LA PESCA EN LA RONDA DE DOHA DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. *Acuerdo sobre subvenciones compensatorias al sector pesquero artesanal*. DOHA, CATAR, CATAR.
- Cruz, B. F. (1993). *Estructura social del sector Pesquero*. Andaluz, España.
- D'Alessio, F. (2013). *El proceso estrategico, un enfoque de gerencia* (2a edición ed.). Naucalpan, Juarez, Mexico: Pearson.
- David, F. (1997). *Conceptos de Administración Estrategica* (5ta. ed.). Mexico, Mexico, DF, Mexico: Prentice Hall.
- Diaz, S., & Bustos, A. (2008). Analisis de la Produccion y comercializacion del sector pesquero y acuicultor en Manabi. *Tesis*. Manta, Manta, Manabi: UTM.
- El Universo. (7 de Marzo de 2009). Los pescadores artesanales cambiarán métodos de pesca. *Los pescadores artesanales cambiarán métodos de pesca*.
- Esparza, O. (2010). Estudio de la Pesca Artesanal en el entorno de la reserva marina de Cabo Palos - Islas hormigas. *Estudio de la Pesca Artesanal en el entorno de la reserva marina de Cabo Palos - Islas hormigas*. Murcia, España.
- Excipit. (2013). *Estudio de alternativas de comercialización de los principales productos de la pesca artesanal en los Puertos de San Mateo, Anconcito, Santa Rosa, Esmeraldas y Jaramijo*. Estudio, Viceministerio de Acuicultura y Pesa., Subsecretaria de Recurso Pesqueros, Manta.
- Fahey, L. (2007). Strategy & Leadership, Connecting Strategy and competitive intelligence: refocusing intelligence to produce critical strategy inputs. *Refocusing*, 35, 4-12.
- FAO. (2000). Indicadores para el desarrollo sostenible de la pesca de captura marina. *Orientaciones Tecnicas para la Pesca responsable*, 8, 68.
- FAO. (2014). EL ESTADO MUNDIAL DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA: oportunidades y desafíos. *Organizacion de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura*, 29-34.

- FAO. (2016). El estado mundial de la Pesca y la Acuicultura, contribución a la seguridad alimentaria y la nutrición para todos. *FAO*, 224.
- Farjoun, M. (23 de Marzo de 2002). Towards an Organic Perspective on Strategy. *Strategic Management*, págs. 561-594.
- Farnet Magazine. (2013). La comercialización de la pesca local. *Farnet*, 8, 4 -11.
- Fausto, F. (2014). Incidencia del sector pesquero en el desarrollo económico de la Parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, durante el periodo 2008-2012. *Incidencia del sector pesquero en el desarrollo económico de la Parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, durante el periodo 2008-2012*. Salinas, Santa Elena, Ecuador: Universidad Católica del Ecuador.
- Fayol, H. (1916). Administración industrial y general. En H. Fayol, *Administración industrial y general*.
- Fernandez, A. (Enero de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>: <http://www.eoi.es>
- Fernández, A. (Enero de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>: <http://www.eoi.es>
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2012). Estrategias de Marketing. En O. Ferrel, & M. Hartline, *Estrategias de Marketing* (5 ed., págs. 231-32-33). Mexico, Mexico: Cengage Learning Colombia.
- Froning, D., & Eiras, A. (24 de octubre de 2000). *Guía para los Hacedores de políticas*. Obtenido de Guía para los Hacedores de políticas económicas: www.heritage.org
- Fundacion mediterranea - Universidad de Almería. (2008). Plan de comercialización para el sector pesquero de la Provincia de Almería. *Plan de comercialización para el sector pesquero de la Provincia de Almería*. Almería, Almería, España: Universidad Imeria.
- Gallard, M., & Jacinto, C. (1995). COmpetencias Laborales tema clave eb la articulación educación-trabajo. *Memorias curso subregional de formación de gerentes de educación técnico-profesional*. Montevideo, Uruguay.
- Garcia, S., & Charles, A. (01 de 05 de 2008). Fishery systems and linkages: Implications for science and governance,. *Ocean & Coastal Management*.
- Ginkel, V. (1999). "The Dynamics of Fisheries: A Sensitizing Framework" Europe's Southern Waters. k". *Management Issues and Pratices*, 19-32.
- Gladys, C. (Junio de 2015). Desarrollo y fortalecimiento de las capacidades laborales y productivas de los pescadores del Puerto Pesquero de Jaramijo. *Desarrollo y fortalecimiento de las capacidades laborales y productivas de*

los pescadores del Puerto Pesquero de Jaramijo. Manta, Manabí, Ecuador: ULEAM.

Global Consult. (2013). *Propuesta de modelo estructural para la organización social y productiva del sector pesquero en el Ecuador*. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Subsecretaría de Recursos Pesqueros. Manta: Global Consult.

Gobierno autónomo Provincial de Santa Elena. (2010). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Santa Elena*. Plan de ordenamiento Territorial, Gobierno Provincial de Santa Elena, Santa Elena.

Godelier, M. (1974). *Racionalidad e irracionalidad en Economía*. Barcelona, España: Siglo XXI.

Gorostegui, A. (1992). *Estructura de sistema de comercialización*. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros/2009a/504/Estructura%20sistemadel%20Sistema%20de%20comercializacion.htm>

Grant, R. (1991). La teoría de recursos basado en la ventaja competitiva, implicaciones para la formulación de la estrategia. *California Management Review*, 33.

Grant, R. (1991). La teoría de recursos basado en la ventaja competitiva: implicaciones para la formulación de la estrategia. *California Management Review*, 33.

Grant, R. (2004). *Dirección estratégica: concepto, técnicas y aplicaciones*. Madrid, Madrid, España: Civitas.

Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2003). An Evolutionary Approach to the theory of Entrepreneurship. *Taylor & Francis*, 10(4), págs. 493 - 514.

Hamel, G., & Prahalad, C. K. (Jul-Ago de 1994). Competing for the Future. *Harvard Business Review*, 122-128.

Harold, K., & Heinz, W. (2013). *Elementos de Administración* (8va. edición ed.). (J. M. Chacon, Ed., & J. Gomez, Trad.) Mexico, Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.

hbsp.harvard.edu/products/hbr/index.html. (2013). Obtenido de harvard: www.hbsp.harvard.edu/products/hbr/index.html

Henderson, R., & Mitchell, W. (1997). The Interactions of Organizational and Competitive Influences on Strategy and Performance. *Strategic Management Journal, Summer Special Issue*(18), págs. 5-13.

Hernandez, S., Fernandez Collao, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.

- Hernandez, T. M. (Enero de 2001). "*Control de gestión Empresarial. Criterios para la evaluación de desempeño*". Recuperado el 2014, de 5 campus.com Control de Gestión: <http://www.5campus.com/leccion/cgdefi>,
- Hernández, T. M. (Enero de 2001). "*Control de gestión Empresarial. Criterios para la evaluación de desempeño*". Recuperado el 2014, de 5 campus.com Control de Gestión: <http://www.5campus.com/leccion/cgdefi>,
- Hill, C. w. (2011). *Administración Estratégica, Un enfoque integral* (9a. Edición ed.). (P. T. Garrido, Ed., & E. J. Borneville, Trad.) Puebla, CUautemoc, Mexico D.F: Cengage Learning.
- Ibarra, A., & Castrilo, A. (2013). *eumed.net*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015, de Sitio Web de maresmex corporation: www.eumed.net
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2010). *Censo poblacional*. Censo, INEC, Departamento de Estadísticas.
- Jaramillo, J. (2001). Los componentes del sistema de gestión humana. *Gestión humana, mas allá de las organizaciones*.
- Kaplan, R. S. (2005). The Office of Strategy Management. *Harvard Business*.
- Klisberg, B. (1995). *El pensamiento organizativo: de los dogmas al nuevo paradigma gerencial*. Buenos Aires, Argentina.
- Kotler, P. (1972). Dirección de Mercadotecnia. En K. Phillip, & 2. Edición (Ed.), *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico, Mexico: Editorial Diana.
- Kotler, P. (1980). Marketing Management. En P. Kotler, *Marketing Management*. New Jersey, EE.UU: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. (1985). Cómo establecer bases mediante la planeación estratégica orientada al mercado . USA.
- Kotler, P. (1992). Dirección de mercadotecnia. En P. Kotler, *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control*. Madrid, España: Mc-Graw Hill.
- Kotler, P., & Amrstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. En P. Kotler, & G. Amrstrong, *Fundamentos de Marketing* (pág. 398). Mexico, México: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amrstrong, G. (2012). Fundamentos de Marketing. En P. Kotler, & G. Amrstrong, *Fundamentos de Marketing* (págs. 128-129). Mexico, Mexico, Mexico: Pearson.
- Lamb, C., Hair, J., & Carl, M. (2002). Marketing. En C. Lamb, J. Hair, & M. Carl, *Marketing* (pág. 380). Interational Thomson Editores.

- Lambin, J. L. (1991). Marketing estratégico. En J. L. Lambin, *Marketing estratégico* (pág. 5). La Habana, Cuba: MES.
- Leante, D., & Garcia, L. (2013). "Proyecto para el desarrollo de las comunidades pesqueras de la República del Ecuador". *"Proyecto para el desarrollo de las comunidades pesqueras de la República del Ecuador"*, 082. (U. P. Madrid, Ed.) Madrid, Madrid, España: Universidad Politecnica de Madrid.
- Lopez, A., Blanco, M., Blanco, V., Rodriguez, A., Barrera, E., Gonzalez, C., & Wut, E. (2014). *Eumed.net*. (S. Adolfo, Productor) Recuperado el 17 de Mayo de 2015, de Eumed.net: www.eumed.net
- López, A., Blanco, M., Blanco, V., Rodríguez, A., Barrera, E., González, C., & Wut, E. (2014). *Eumed.net*. (S. Adolfo, Productor) Recuperado el 17 de Mayo de 2015, de Eumed.net: www.eumed.net
- Magap. (08 de Agosto de 2012). Fortalecimiento de redes de comercialización. *MAGAP fortalece redes de comercialización*. Morona Santiago, Morona, Ecuador: MAGAP.
- Magap. (11 de Noviembre de 2015). El Oro: Ecuador y Perú por una pesca artesanal responsable. *El Oro: Ecuador y Perú por una pesca artesanal responsable*. Mahala, EL Oro, Ecuador.
- Magap. (11 de Noviembre de 2015). *Rendición de cuentas*. Ministerio de Agricultura, Ganadaria, Acuicultura y Pesca. Manabi: Magap.
- Magap. (2016). *Rendición de cuentas*. Ministerio de Agricultura, ganaderia, acuicultura y pesca, Dirección. Manabi: Magap.
- Maldonado, C. (Noviembre de 2003). Sostenibilidad: Ecología-Economía-Sociología,. *Análisis económico del Colegio de Economistas*(17), 41 - 106.
- Marin Idarriaga, D. (Julio de 2006). El sujeto humano en la administración. *Cuadernos de la Administración*(32), 135-156.
- Maslow, A. (1943). *Una teoría sobre la motivación humana*.
- Mc Carthy, J., & Perreault, W. (1992). Comercializacion, Basic MarKeting. En J. Mc Carthy, & W. Perreault, *Comercializacion, Basic MarKeting*. El Ateneo.
- McGoodwin, J. R. (2002). Comprender las culturas de las comunidades pesqueras. *Comprender las culturas de las comunidades pesqueras: clave para la ordenación pesquera y la seguridad marítima*.
- Mendoza, S., Hernandez, J., & Perez, J. (octubre de 2010). *Intalcdi*. Obtenido de Intal/intalcdi: www19.iadb.org
- Mertens, L. (2000). *La Gestión por competencia laboral en la empresa y formación profesional*. Madrid, España.

- Ministerio de Inclusión económica y Social. (2015). Instituto de Economía Popular y Solidaria. *Instructivo de modelo de asociatividad*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ministerio de la Producción de Perú. (diciembre de 2014). *Ministerio de la Producción de Perú*. Recuperado el 17 de mayo de 2015, de Ministerio de la Producción del Perú: www.produce.gob.pe
- Ministerio de Pesca - Cooperación técnica Suiza. (1990). *Manual de Administración de las infraestructuras pesqueras artesanales*. Lima, Perú: Copigraf S.A.
- Mintzberg, H. (1991). *La estructuración de las organizaciones* (2 ed.). Barcelona, Barcelona, España: Ariel.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *The Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management*. New York, USA.
- Mintzbert, H., Waters, J. 1., Hart, 1., Hart y Banbury, 1., Goll y Rasaheed, 1., Mintzberg y Lampel, 1., . . . Szulanski y Amin, 2. (jul-sep de 1985). Of Strategies, Deliberate and Emergent. *Of Strategies, Deliberate and Emergent*(6,3), 257-272. EE.UU.
- Mojica, J. (2011). Estrategias alternativas de comercialización para la asociación de pescadores 20 de Agosto. *Estrategias alternativas de comercialización para la asociación de pescadores 20 de Agosto*. Anconcito, Salinas, Ecuador: Upse.
- Naresh, M. (2008). Investigación de mercados. En M. Naresh, *Investigación de mercados* (págs. 13-14-15-16). Naucalpan , Juarez, Mexico: Pearson.
- North Douglass C. (1990). *Entre la Teoría y la Historia Económicas: instituciones, cambio institucional y desempeño económico*.
- North, D. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. EEUU.
- Ojeda, W., & Fecci, E. (2005). *Elementos para el desarrollo Organizacional de una Institución: bases para una planificación estratégica*. Recuperado el 2015, de www.ciges.cl/docentes: <http://www.ciges.cl/docentes>
- Paz, N. (2005). Las Comunidades de pescadores artesanales frente a la modernización: El caso de Caleta Queule. *Las Comunidades de pescadores artesanales frente a la modernización: El caso de Caleta Queule*. Santiago, Chile.
- Pena, L., & Sánchez, S. (16 de 9 de 2007). Los fundamentos morales de la economía: una relectura del problema de Adam Smith. *Revista de Economía institucional*, 63-87.
- Peres, J., & Maria, M. (2012). El comercio. *El comercio*. España.
- Perrow, C. (1991). *Sociología de las Organizaciones*. Madrid, España: McGraw Hill.

- Pesca. (31 de Julio de 2013). Pesca en busca de una pesca sostenible. *COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS*. Lima, Perú.
- Pesqueros, S. d. (2012). Reporte. *Pesqueros*.
- Pettigrew, A. (1992). The Character and Significance of Strategy Process Research. *Strategic Management, Winter special issue*(13), págs. 5-16.
- Planeación, H. d. (01 de Diciembre de 2007). *Google Docs*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015, de Google Docs: <https://docs.google.com/document/d/.../edit>
- Polanyi, K. (1976). *La economía como proceso institucionalizado*. En *Antropología y economía*. Barcelona, Barcelona, España: Anagrama.
- Porter, M. (1980). *Proyecto PIMS*. USA.
- Propescar. (noviembre de 2011). Modelo de Gestión. *Modelo de Gestión para la facilidad pesquera artesanal de Santa Rosa*. Manta, Manabí, Ecuador: Magap.
- Propescar. (2014). *Proyecto de Apoyo a la Pesca Artesanal Costera – PROPESCAR*. Finalización de proyecto, Subsecretaría de gestión marina costera/Ministerio de ambiente, Quito.
- Real Academia Española. (1992). Diccionario de la lengua Española. En R. A. Lengua, *Diccionario de la lengua Española* (21 ed., pág. 517). Madrid, Madrid, España: Editorial Espasa Calpe S. A.
- Recasens, S. (2003). Pueblos de mar. Relatos etnográficos. *Pueblos de mar. Relatos etnográficos*. Santiago, Chile, Chile: Bravo y Allende, Editores.
- Ricardo, D. (1817). *Principles of Political Economy*. London, Inglaterra.
- Ropero, F. (2013). Análisis integral del sector pesquero en España. *Análisis integral del sector pesquero en España*. Granada, Granada, España: Universidad de Granada.
- Rosberry, W. (1988). Annual Review of Anthropology. *Political Economy. Annual Review of Anthropology*, 17, 161-185.
- Saldarriaga, J. (2007). La globalización y la competitividad de las empresas familiares: un aproximación teórica. *Mercatura*.
- Sanabria, M. (2007). Una epistemología de la administración?
- Santesmases, M. (1997). *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Ediciones Piramide.

- Santesmases, M. (1999). Marketing: conceptos y estrategias. En M. Santesmases, *Marketing: conceptos y estrategias* (pág. 7). Madrid, España: Ediciones Piramide S.A.
- Schendel, D. (1994). Introduction to 'Competitive Organizational Behavior: Toward an Organizationally-based Theory of Competitive Advantage. *Strategic Management, , winter special issue*(15), págs. 1-4.
- Schumpeter, J. (1911). *Teoría del desarrollo económico*. Chernivtsi, Ucrania.
- Sen, A. (1977). Bienestar, justicia y mercado. *ICE Universidad Autónoma de Barcelona*, 156.
- Serralde, A. (1999). La contribución de recursos humanos al cambio organizacional. *El rol estratégico del sistema de gestión humana*.
- Sierra, B. R. (2002). *Técnicas de Investigación Social* (9a ed.). MAGALLANES, MADRID, ESPAÑA: PARANINFO.
- Solano, D. (2014). *Economía y Finanzas internacional, Los tratados de libre comercio, Universidad católica del Ecuador*. Recuperado el 24 de julio de 2017, de Sitio Web de la Universidad Católica del Ecuador: www.puce.edu.ec
- Stanton, W. (1969). *Fundamentos de Marketing*. Madrid, España: Ediciones del Castillo.
- Stanton, W., & Frutell, C. (1987). *Fundamentals of marketing*. New York, Estados Unidos: Editorial Mc Graw Hill.
- Stanton, W., & Frutell, C. (1987). Fundamentals of Marketing. En W. Stanton, & C. Frutell, *Fundamentals of Marketing*. New York, Mew York, EE>UU: Mc Graw Hill.
- Steiner, G. (1979). Planificación de la alta Dirección. En G. Steiner, *Planificación de la alta Dirección* (págs. 15-19). Pamplona, España: EUNSA.
- Steiner, G. (1999). Lo que todo director debe saber.
- Stephen, P. R., & Mary, C. (2014). *Administración* (12ava edición ed.). (B. Gutierrez, Ed., L. Madrigal, & L. Pineda, Trads.) Mexico, Mexico, Mexico: Pearson.
- Stern, L., Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (1999). Canales de Comercialización. En L. Stern, A. Ansary, A. Coughlan, & I. Cruz, *Canales de Comercialización* (A. Jockl, Trad., 5a edición ed., págs. 4- 5). Madrid: Prentice Hall.
- Subsecretaria de Recursos Pesqueros. (Octubre de 2011). Censo Pesquero Artesanal. *Censo Pesquero Artesanal*. Santa Elena, Santa Elena, Ecuador: Subsecretaria de Recursos Pesqueros.

- Subsecretaria de Recursos Pesqueros. (2012). *Censo Pesquero Artesanal*. Subsecretaria de Recursos Pesqueros. Santa Elena: Subsecretaria de Recursos Pesqueros.
- Taylor, S., & Robert, B. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Thomson, I., & Gamblei, S. (2012). *Administración Estratégica (Teoría y casos)*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Torres, S. (2001). Cambio organizacional y evolución tecnológica: la máquina - herramienta en el País Vaasco.
- Urbano, D., & Hernandez, M. (2007). *TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS*.
- Vallejos, L. (2010). Plan de negocios para la producción y comercialización de Tara en el Distrito de Javanca. *Plan de negocios para la producción y comercialización de Tara en el Distrito de Javanca*. Chiclayo, Chiclayo, Peru.
- Vázquez, C., & Trespacios, J. (1994). *Marketing: Estrategias y aplicaciones sectoriales*. Madrid: Ediciones Civitas.
- Velasquez, M. F. (2002). Escuelas e interpretaciones del pensamiento administrativo. *Estudios Gerenciales*.
- Villa, P. E. (2006). *Sistema de control estratégico basado en BSC para empresas del Sector Pesquero*. Lima, Lima, Peru.
- Villegas, R. V. (2001). *Innovación empresarial (2a Edición ed.)*. (F. Rivera, Ed.) Bogota D:C:, Colombia: Pearson Educación.
- Vivero, S. d. (2001). *Communication from the Commission to the Council and the European Parliament. Elements of a Strategy for Integration of Environment Protection Requeriments into the Common Fisheries Policy*,. Comission of the European Communities, Bruselas.
- Weber, M. (1993). *Economía y Solidaridad*. México: Fondo de cultura económica.

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
X: Los problemas de Comercialización	X1 Variación de los niveles de precios	X1 Nivel de precios X1 Variación de la demanda
	X2 Presencia de los intermediarios	X2 Cantidad de intermediarios X2 Impacto en los precios por la presencia de intermediarios
	X3 Los problemas de transporte	X3 Numero Vehículos en buen estado X3 Infraestructura Vial
	X4 Los problemas de distribución	X4 Cámaras frigoríficas X4 Cantidad de consumidores finales (mercados locales) X4 Cadenas de consumo (Supermercados) X4 Restaurantes y hotelería
Y: Desarrollo del sector pesquero	Y1 Aumento de ventas	Y1 Nivel de ventas
	Y2 Bienestar social	Y2 Bienestar Social

Anexo 2: CUESTIONARIO

PARA DETERMINAR LOS PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Estimado participante: la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una "X", en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

Edad: Género: Masculino Femenino

Nivel de Instrucción: Sin Educación Básica Media
Superior:

La vivienda que posee cuenta con servicios básicos, tales como:

Agua Luz Alumbrado Público

Telecomunicaciones Recolección de Basura

ASPECTOS:

1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENTE NO	PROBABLEMENTE NO	INDECISO	PROBABLEMENTE SI	DEFINITIVAMENTE SI

N°	ASPECTOS				
	1	2	3	4	5
	PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN				
	LA VARIACIÓN DE LOS NIVELES DE PRECIOS				
1	¿CONSIDERA UD. QUE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS QUE VENDE, SUBEN DE MANERA CONTINUA?				

2	¿CONSIDERA UD. QUE LOS PRECIOS ALTOS DE SU PRODUCTO, AFECTAN EL NIVEL DE VENTAS DE SU NEGOCIO?					
3	¿CONSIDERA UD. QUE LA VARIACIÓN DE LA DEMANDA INCIDE EN LOS COSTOS DEL PRODUCTO?					
4	¿LA COLUSIÓN (ACUERDO) ENTRE LOS COMERCIANTES AFECTA NEGATIVAMENTE EL NIVEL DE PRECIOS?					
	PRESENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS					
5	¿CONSIDERA USTED QUE LA PRESENCIA DE LOS INTERMEDIARIOS INCIDEN EN EL NIVEL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE PESCA					
6	¿CONSIDERA USTED QUE, ¿SI EXISTE MAYOR NÚMERO DE INTERMEDIARIOS, LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS SE ELEVAN?					
7	¿CONSIDERA USTED QUE SI EXISTIERA MENOR NUMERO DE INTERMEDIARIOS, LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DISMINUIRÍAN?					
8	¿LOS ACUERDOS ENTRE LOS INTERMEDIARIOS COMO ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN PARA BAJAR LOS PRECIOS, INCIDEN DESFAVORABLEMENTE EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DEL MERCADO?					
	LOS PROBLEMAS DE TRANSPORTE					
09	¿EL NÚMERO DE VEHÍCULOS EN QUE SE TRANSPORTA LA PESCA PARA LA VENTA EN OTRAS CIUDADES ESTÁN EQUIPADOS ADECUADAMENTE Y EN BUEN ESTADO?					
10	¿LOS VEHÍCULOS EN QUE SE TRANSPORTA LA PESCA PARA LA VENTA LOCAL SE ENCUENTRAN EN ÓPTIMAS CONDICIONES?					
11	¿LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN PARA EL TRASLADO DE LA PESCA A LAS DIFERENTES LOCALIDADES SE ENCUENTRAN EN ÓPTIMAS CONDICIONES?					
	LOS PROBLEMAS DE DISTRIBUCIÓN					
12	¿CONSIDERA USTED QUE LAS BODEGAS CUENTAN CON CÁMARAS FRIGORÍFICAS ADECUADAS PARA CONSERVAR EL PRODUCTO?					
13	SI LA RESPUESTA ES SI, ¿ES QUE ESAS CÁMARAS FRIGORÍFICAS ESTÁN EN ÓPTIMAS CONDICIONES					
14	¿EN QUE PORCENTAJE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO SE REALIZA EN LOS MERCADOS LOCALES?					
15	¿QUÉ PORCENTAJE DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO SE REALIZA EN LAS CALETAS?					
16	¿CÓMO PESCADOR ARTESANAL, EN QUE MEDIDA CONFRONTA DIFICULTADES PARA COMERCIALIZAR SU PRODUCTO EN LOS MERCADOS LOCALES?					

17	¿ES QUE TIENE DIFICULTADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO EN LOS MERCADOS NACIONALES?					
18	¿ES QUE TIENE DIFICULTADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO EN LOS SUPERMERCADOS?					
19	¿ES QUE TIENE PROBLEMAS PARA COMERCIALIZAR SU PRODUCTO EN LOS RESTAURANTES Y HOTELES?					
	DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO					
	AUMENTO DE VENTAS					
20	¿CONSIDERA UD. QUE SUS NIVELES DE VENTAS HAN DISMINUIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?					
21	¿CONSIDERA USTED QUE EL SECTOR PESQUERO SE ENCUENTRA ESTABLE Y SIN VARIACIONES?					
22	¿LA ESTRATEGIA DE VENTA FUERA DE LA CIUDAD, APORTAN AL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL MERCADO?					
	BIENESTAR SOCIAL					
23	¿EL CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA GENERA REDUCCIÓN DE POBREZA?					
24	¿LA ACTIVIDAD PESQUERA GENERA FUENTES DE EMPLEO, LO QUE IMPLICA LA MEJORA DE SU BIENESTAR SOCIAL?					
25	¿EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, CONSIDERA QUE SU NIVEL DE INGRESOS COMO PESCADOR ARTESANAL HA MEJORADO?					
26	¿CONSIDERA QUE SU NIVEL DE INGRESOS HA EMPEORADO?					

Anexo 3: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A EXPERTOS

PARA DETERMINAR LOS PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

NOMBRE:CIUDAD:

DIRECCIÓN:TLF: FECHA:

Buenos días, tardes, noches, soy Arturo Benavides Rodríguez, Docente de la Universidad de Santa Elena y estamos conversando con personas como Usted sobre importantes temas de interés, toda información que usted nos brinde será de mucha utilidad y será tratada de manera estadística, desde ya agradezco su atención

- 1.- De manera general, ¿cómo describiría al sector pesquero artesanal de la provincia?
2. ¿Cómo describiría la actividad de captura que realiza el pescador artesanal? (profundizar en embarcaciones, artes, especies, etc.)
3. ¿Cómo se podría mejorar la actividad de captura que realizan los pescadores artesanales? (profundizar en propuestas)
4. ¿Cómo comercializa el pescador artesanal lo que captura? (profundizar en: lugares, dependencia con otras personas/instituciones; precios, calidad, competencia, instalaciones, puertos, etc.)
- 5 ¿Cómo se podría mejorar la comercialización de lo que capturan los pescadores artesanales? (profundizar en propuestas)
- 6 ¿Cómo describiría Usted el clima organizacional en los pescadores artesanales de Santa Elena? (profundizar en: N° de personas por embarcación, relación entre colegas, salubridad, acceso a créditos, a capacitaciones, etc.)
- 7 ¿Cómo describiría la actitud del pescador hacia su actividad? (profundizar en: profesionalismo o desempeño, rentabilidad, motivaciones, apoyo institucional, satisfacción etc.)
- 8 ¿Cómo se podría mejorar la actividad que realizan los pescadores artesanales? (profundizar en razones dadas)
- 9 ¿De manera general, qué recomendaciones haría a los pescadores artesanales? (profundizar en: captura, comercialización y clima organizacional)
10. ¿Qué recomendaciones haría a las instituciones relacionadas con el manejo y control de la pesca artesanal? (profundizar en: públicas, privadas, gremiales)

Anexo 4: PRUEBA GENERAL DE HIPÓTESIS

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
01	Las categorías de ¿considera usted. ¿Que los precios de los productos que vende, suben de manera continua? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
02	Las categorías de ¿considera usted. ¿Que los precios altos de su producto, afectan el nivel de ventas de su negocio? Se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
03	Las categorías de ¿considera usted. ¿Que la variación de la demanda incide en los costos del producto? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
04	Las categorías de ¿la colusión (acuerdo) entre los comerciantes afecta negativamente el nivel de precios? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
05	Las categorías de ¿considera usted que la presencia de los intermediarios incide en el nivel de precios de los productos de pesca? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
06	Las categorías de considera usted que, ¿si existe mayor número de intermediarios, los precios de los productos se elevan? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
07	Las categorías de ¿considera usted que, si existiera menor número de intermediarios, los precios de los productos disminuirían? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
08	Las categorías de ¿los acuerdos entre los intermediarios como estrategia de comercialización para bajar los precios, inciden desfavorablemente en el crecimiento y desarrollo del mercado? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
09	Las categorías de: ¿el número de vehículos en que se transporta la pesca para la venta en otras ciudades están equipados adecuadamente y en buen estado? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
10	Las categorías de ¿los vehículos en que se transporta la pesca para la venta local se encuentran en óptimas condiciones? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
11	Las categorías de ¿las vías de comunicación para el traslado de la pesca a las diferentes localidades se encuentran en óptimas condiciones? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.

12	Las categorías de ¿considera usted que las bodegas cuentan con cámaras frigoríficas adecuadas para conservar el producto? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
13	Las categorías de SI LA RESPUESTA ES SI, ¿es que esas cámaras frigoríficas están en óptimas condiciones se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
14	¿Las categorías de en qué porcentaje la comercialización del producto se realiza en los mercados locales? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
15	Las categorías de qué porcentaje de la comercialización del producto se realiza en las caletas se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
16	Las categorías de ¿cómo pescador artesanal, en qué medida enfrenta dificultades para comercializar su producto en los mercados locales? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
17	¿Las categorías de es que tiene dificultades para la comercialización del producto en los mercados nacionales? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
18	Las categorías de ¿es que tiene dificultades para la comercialización del producto en los supermercados? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
19	Las categorías de es que tiene problemas para comercializar su producto en los restaurantes y hoteles se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
20	Las categorías de ¿considera usted. ¿Que sus niveles de ventas han disminuido en los últimos años? Se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
21	Las categorías de ¿considera usted que el sector pesquero se encuentra estable y sin variaciones? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
22	¿Las categorías de la estrategia de venta fuera de la ciudad, aportan al desarrollo y crecimiento del mercado? Se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
23	¿La categoría del crecimiento de la producción en la actividad pesquera genera reducción de pobreza? Se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
24	Las categorías de ¿la actividad pesquera genera fuentes de empleo, lo que implica la mejora de su bienestar social? se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,010	Rechazar la hipótesis nula.

25	Las categorías de ¿en los últimos años, considera que su nivel de ingresos como pescador artesanal ha mejorado? unta se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
26	Las categorías de ¿considera que su nivel de ingresos ha empeorado? Se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
1	Las categorías de La variación de los niveles de Precios se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
2	Las categorías de Presencia de los intermediarios se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
3	Las categorías de Los Problemas de Transporte se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
4	Las categorías de Los Problemas de Distribución se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
5	Las categorías de Aumento de Ventas se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
6	Las categorías de Bienestar Social se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
7	Las categorías de X: Problemas de Comercialización se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
8	Las categorías de Y: Desarrollo del sector pesquero se producen con probabilidades iguales.	Prueba de chi-cuadrado de una muestra	,000	Rechazar la hipótesis nula.
Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05.				

Anexo 5: VALIDACIÓN CUESTIONARIO

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: **DR. ADOLFO HINOJOSA**
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: **PROFESOR-INVESTIGADOR UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**
- 1.3 Título de la investigación: **PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR**
- 1.4 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LOS PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR**
- 1.5 Autor del Instrumento: **MsC. Arturo Benavides Rodríguez**
Alumno de: **DOCTORADO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACION.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Exce-lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.			X		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.			X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.			X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			X	X	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 02 de agosto del año 2016.

.....
 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 09817348 Teléfono N° 095666346

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: **DR. NANDY DIEZ GARCÍA**
 1.2 Cargo e Institución donde labora: **INVESTIGADOR P7-8 FUNDACIÓN IDEA (VENEZUELA), INVESTIGADOR PROMETEO UNIVERSIDAD ESTATAL DE LA PENINSULA DE SANTA ELENA (ECUADOR)**
 1.3 Título de la investigación: **ESTRATEGIAS COMERCIALES EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR**
 1.4 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES DEL SECTOR PESQUERO EN LA PENINSULA DE SANTA ELENA**
 1.5 Autor del Instrumento: **MsC. Arturo Benavides Rodriguez**
 Alumno de: **DOCTORADO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACION.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

61 - 80%

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 04 de noviembre del año 2014.

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 6785121 Teléfono N° 0982674083

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: **DR. EBOR FAIRLIE FRISANCHO**
 1.2 Cargo e Institución donde labora: **COORDINADOR ACADÉMICO UNIDAD DE POSGRADO UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**
 1.3 Título de la investigación: **ESTRATEGIAS COMERCIALES EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR**
 1.4 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES DEL SECTOR PESQUERO EN LA PENINSULA DE SANTA ELENA**
 1.5 Autor del Instrumento: **MsC. Arturo Benavides Rodriguez**
 Alumno de: **DOCTORADO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACION.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00- 20%	Regular 21-40%	Buena 41- 60%	Muy Buena 61- 80%	Exce lente 81- 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				✓	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 04 de noviembre del año 2014

.....
 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 09434440. Teléfono N° 965965796

	<p>provincia de Santa Elena - Ecuador?</p> <p>Problema Esp. 2 ¿En qué medida las presencias de los intermediarios en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?</p> <p>Problema Esp. 3 ¿En qué medida los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena - Ecuador?</p> <p>Problema Esp. 4 ¿En qué medida los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador?</p>	<p>Elena-Ecuador?</p> <p>Objetivo Esp. 2 ¿Determinar en qué medida los intermediarios que participan en la comercialización de productos pesqueros producidos por los pescadores artesanales inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador??</p> <p>Objetivo Esp. 3 ¿Determinar en qué medida los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador?</p> <p>Objetivo Esp. 4 ¿Determinar en qué medida los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador?</p>	<p>provincia de Santa Elena-Ecuador</p> <p>Hipótesis Esp. 2 La presencia de los intermediarios en la actividad pesquera artesanal incide en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador.</p> <p>Hipótesis Esp. 3 Los problemas de transporte en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo del sector pesquero en la provincia de Santa Elena-Ecuador</p> <p>Hipótesis Esp. 4 Los problemas de distribución en la actividad pesquera artesanal inciden en el desarrollo de la actividad pesquera de la provincia de Santa Elena-Ecuador</p>			
--	---	--	---	--	--	--

Anexo 7: DICTAMEN DE APROBACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL TUTOR

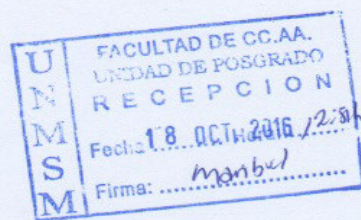
Ciudad Universitaria 18 de octubre de 2016

Doctor

Leoni Vicente Silva Rojas

DIRECTOR DE POSGRADO UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Presente.-




ASUNTO: Dictamen No. 0066-UPG-FCA-2016

De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para informarle sobre el informe final de la tesis "LOS PROBLEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD PESQUERA ARTESANAL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR PESQUERO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA – ECUADOR" del doctorando Arturo Gustavo Benavides Rodríguez.

Por lo que el suscrito, asesor de la tesis, considero que el informe final ya se encuentra completo y propongo que el doctorando continúe con su trámite en las siguientes instancias con el jurado informante.

Sin otro particular quedo de usted.


Dr. Adolfo Hinojosa
Profesor Asesor