



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

## **ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TÍTULO DE LICENCIADO EN ASISTENCIA GERENCIAL Y  
RELACIONES PÚBLICAS**

**Diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal del Puerto  
Pesquero Artesanal de Jaramijó y su aporte al desarrollo económico local.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Autora: Moyano Lucio, Mishelle Katherine

Directora: Córdova Camacho, Jhoana Raquel, Lic.

**CENTRO UNIVERSITARIO MANTA**

**2016**

## APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Licenciada

Jhoana Raquel Córdova Camacho

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

CERTIFICA:

Que el presente trabajo denominado “Diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó y su aporte al desarrollo económico local”. Realizado por la profesional en formación Moyano Lucio Mishelle Katherine: cumple con todos los requisitos establecidos en las normas generales para la graduación de la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como contenidos, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 8 de noviembre de 2016

f) \_\_\_\_\_

CI:

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Moyano Lucio Mishelle Katherine, declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó y su aporte al desarrollo económico local, de la titulación de Asistencia Gerencial y Relaciones Públicas, siendo Jhoana Raquel Córdova Camacho directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f)

---

Mishelle Katherine Moyano Lucio

Cl. 1722741699

## DEDICATORIA

El camino no ha sido fácil, esta meta ha representado esfuerzos, sacrificios y entrega; por ello este trabajo lo dedico a mi esposo Darío, por apoyarme siempre desde el primer día, mi amante, amigo, compañero, cómplice y soporte para los días buenos y no tan buenos.

Quiero dedicar este logro a la vida, aunque la tierra nos sacudió con un 7,8 hoy seguimos con más fuerza que nunca... ¡Viva Manabí!

Este logro me lo dedico, me siento realizada como esposa, madre, hija y a partir de ahora como profesional... Sin duda voy por más!

*“Cada sueño comienza con un soñador. Recuerde siempre, usted tiene en su interior la fuerza, la paciencia y la pasión para alcanzar las estrellas para cambiar el mundo” Harriet Tubman*

Mishelle

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por la vida y por darme la posibilidad de soñar y hacer realidad mis aspiraciones.

La culminación de esta etapa académica ha sido posible gracias al apoyo incondicional y desinteresado de varios familiares y amigos que a lo largo del camino me supieron colaborar; y, merecen una mención especial quienes se han mantenido firmes al pie del cañón, listos para no dejarme desmayar y mucho menos rendirme.

El principal gestor de este logro, sin duda eres tú mi Dari, gracias por caminar conmigo, por levantarme cuando caigo, por soñar, por reír, por llorar, por amarme sin medida... hoy un sacrificio se convierte en orgullo. Eres el compañero ideal, he notado esos ojos de admiración y créeme ha sido uno de los motivos que me ayudaron a llegar hasta aquí, no cabe duda de que juntos llegaremos muy lejos. ¡Gracias mi amor!

Un agradecimiento especial a mis dos hijos bellos, Martín Leandro y Emilio Nicolás por ser los motores que me inyectan motivación y deseos de superación para seguir volando cada vez más alto.

Gracias a mi mamita Fanny, por compartir su tiempo, amor y paciencia, especialmente por enseñarme que jamás debo abandonar mis metas. “Como ramas de un árbol crecemos en diferentes direcciones, pero nuestra raíz es una sola... así la vida de cada una siempre será una parte esencial de la vida de la otra”, gracias mi señora bonita.

Agradezco a mis suegros y segundos padres Doña Mary y Don Luis; a mi cuñado Alejandro, por todo el cariño que me han demostrado desde siempre; hoy los esfuerzos se cristalizan en este logro familiar y que gracias a su apoyo incondicional, a su amor, paciencia y confianza lo he podido alcanzar. ¡Gracias Familia!

Un agradecimiento especial a los Pescadores Artesanales de Jaramijó por su colaboración y apoyo desinteresado.

Gratitud a mi tutora Johana Córdova y a la Universidad Técnica Particular de Loja; su guía y ayuda para culminar mi carrera profesional fue fundamental. “Gracias Infinitas”

Mishelle

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
INDICE DE TABLAS.....	x
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
ANTECEDENTES.....	15
JUSTIFICACIÓN.....	18
OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	20
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
HIPÓTESIS.....	23
MARCO TEÓRICO.....	24
CAPÍTULO I.....	27
LA IMAGEN PÚBLICA.....	27
1.1 Origen de las palabras Imagen pública.....	28
1.2 Conceptualización de la imagen e imagen pública.....	28
1.3 La imagen corporativa.....	30
1.4 Concepto de Imagología.....	31
1.5 Componentes de la imagen.....	32
1.5.1 Imagen-Ficción.....	32
1.5.2 Imagen-Icono.....	33
1.5.3 Imagen-actitud.....	33
1.5 Tipos de imagen.....	35
1.5.1 Imagen Física.....	35
1.5.2 Imagen profesional.....	38
1.5.3 Imagen verbal.....	38
1.5.4 imagen Visual.....	38

1.5.5 Imagen Audiovisual.....	39
1.5.6 Imagen Ambiental.....	39
1.6 La importancia del entorno .....	39
1.6.1 El entorno general.....	41
1.6.2 El entorno específico .....	42
1.7 Fuentes de información para construir Imagen Pública .....	43
1.7.1 Medios de comunicación.....	43
1.7.2 Las Relaciones Interpersonales .....	44
1.7.3 La Experiencia Personal. ....	45
1.8 Ventajas de una buena imagen pública .....	46
CAPÍTULO II.....	48
JARAMIJÓ Y LOS ASPECTOS HISTÓRICOS QUE INFLUYEN EN LA IMAGEN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PESCADOR ARTESANAL.....	48
2.1 Estructura social del Cantón Jaramijó.....	49
2.1.1 Ubicación Geográfica.....	50
2.1.2 Aspectos Demográficos .....	51
2.2 Evolución histórico-social de la imagen del pescador artesanal. ....	53
2.2.1 Características de la actividad pesquera artesanal. ....	54
2.3 Agentes externos que influyen en la imagen del pescador artesanal.....	54
2.3.1 Organización Latinoamericana de desarrollo para la Pesca.....	54
2.3.2 Federación Nacional De Cooperativas Pesqueras Del Ecuador.....	55
2.4 Estructura económico – productiva del cantón Jaramijó .....	56
2.4.1 Herramientas de trabajo.....	57
2.4.2 Artes de pesca.....	58
2.4.3 Productos.....	58
2.4.4 Cadena de producción .....	59
2.5 Aportes de la pesca.....	59
2.6 Efectos de la pesca artesanal en el medio ambiente .....	59
CAPÍTULO III.....	60
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	60
3.1 Situación Actual de la Imagen del Pescador Artesanal de Jaramijó.....	61
3.2 Criterio a utilizar para diagnosticar la imagen que proyectan los pescadores artesanales del puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.....	62
3.3 Análisis de las entrevistas .....	63
3.3.1 Conclusión general de las entrevistas.....	70

3.4 Análisis, tabulación e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los pescadores artesanales del Puerto Pesquero de Jaramijó .....	72
3.5 Análisis de la técnica de grupo focal aplicada a los comerciantes, dueños y arrendatarios de los locales ubicados en el muelle del puerto Jaramijó.....	98
3.5.1 Conclusiones de la técnica grupo focal. ....	103
3.6 Diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó .....	103
CAPÍTULO IV .....	106
PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL .....	106
4.1 Conceptualización de valor.....	107
4.2 Valor en la comunicación organizacional.....	107
4.3 Cómo se construye la imagen pública .....	108
4.4 Plan Comunicacional para mejorar la Imagen Pública del Pescador Artesanal de Jaramijó .....	109
Objetivo General:.....	109
Objetivos específicos:.....	110
Medios:.....	115
Alcance:.....	115
Mensaje:.....	115
Responsables:.....	116
Cronograma para ejecutar las acciones:.....	117
CONCLUSIONES .....	120
RECOMENDACIONES .....	122
BIBLIOGRAFÍA.....	123
ANEXOS.....	128
Anexo 1: Entrevista Ing. Víctor Arellano .....	129
Anexo 2: Entrevista Lic. José Sánchez.....	133
Anexo 3: Entrevista Lic. Sandra Barrera.....	137
Anexo 4: Modelo de Encuesta .....	143
Anexo 5: Fotografías de las entrevistas.....	145
Anexo 6: Fotografías de las Encuestas: .....	146
Anexo 7: Fotografías del Grupo focal .....	154

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: PRINCIPIOS DE LA IMAGEN PÚBLICA .....	29
FIGURA 2: FORMAS EN LAS QUE SE PRESENTA LA IMAGEN PÚBLICA .....	30
FIGURA 3: TIPOS DE IMAGEN .....	35
FIGURA 4: ANTROPOMETRÍA .....	36
FIGURA 5: ANTROPOMORFOLOGÍA.....	36
FIGURA 6: CARAMETRÍA .....	37
FIGURA 7: CARAMORFOLOGÍA .....	37
FIGURA 8: ENTORNOS QUE INFLUYEN EN LA FORMACIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA.....	40
FIGURA 9: ENTORNO GENERAL.....	41
FIGURA 10: ENTORNO ESPECÍFICO.....	42
FIGURA 11: SÍMBOLOS CANTONALES, ESCUDO Y BANDERA DE JARAMIJÓ .....	49
FIGURA 12: MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN JARAMIJÓ .....	50
FIGURA 13: CADENA DE PRODUCCIÓN.....	59
FIGURA 14: EDAD DE LOS PESCADORES.....	72
FIGURA 15: SEXO DE LOS PESCADORES.....	73
FIGURA 16: ETNIA DE LOS PESCADORES .....	74
FIGURA 17: TIPO DE VIVIENDA .....	75
FIGURA 18: TIEMPO QUE LLEVA EN LA ACTIVIDAD PESQUERA .....	76
FIGURA 19: GRADO DE EDUCACIÓN.....	77
FIGURA 20: RESPONSABLES DE ENSEÑAR LA PESCA .....	78
FIGURA 21: PARTICIPACIÓN PESQUERA.....	79
FIGURA 22: FRECUENCIA DE FAENAS .....	80
FIGURA 23: ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE.....	81
FIGURA 24: PARTICIPACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	82
FIGURA 25: CAPACITACIONES .....	83
FIGURA 26: REACCIONES SOBRE LO APRENDIDO.....	84
FIGURA 27: IMPORTANCIA DEL TRABAJO DEL PESCADOR ARTESANAL .....	85
FIGURA 28: BENEFICIOS DE LA INFRAESTRUCTURA DEL PUERTO.....	86
FIGURA 29: ARTES DE PESCA UTILIZADOS .....	87
FIGURA 30: TIPOS DE EMBARCACIONES .....	88
FIGURA 31: PROPIETARIOS DE LAS EMBARCACIONES .....	89
FIGURA 32: TECNOLOGÍAS QUE POSEE LA EMBARCACIÓN. ....	90
FIGURA 33: RECURSOS ECONÓMICOS PARA EJERCER LA ACTIVIDAD. ....	91
FIGURA 34: ORGANIZACIONES QUE FINANCIAN AL PESCADOR.....	92
FIGURA 35: PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA DE JARAMIJÓ .....	93
FIGURA 36: PERCEPCIÓN SOBRE EL APORTE ECONÓMICO .....	94
FIGURA 37: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS .....	95
FIGURA 38: PRODUCTOS QUE SE OFERTAN EN JARAMIJÓ.....	96
FIGURA 39: ATENCIÓN OPORTUNA DE PARTE DE LAS AUTORIDADES .....	97
FIGURA 40: UBICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES DEL GRUPO FOCAL .....	98
FIGURA 41: CÓMO SE CONSTRUYE LA IMAGEN PÚBLICA.....	108

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1: EDAD.....	72
TABLA 2: SEXO.....	73
TABLA 3: ETNIA .....	74
TABLA 4: TIPO DE VIVIENDA .....	75
TABLA 5: TIEMPO QUE LLEVA EN LA ACTIVIDAD PESQUERA .....	76
TABLA 6: GRADO DE EDUCACIÓN.....	77
TABLA 7: RESPONSABLES DE LA ENSEÑANZA DE LA PESCA.....	78
TABLA 8: PARTICIPACIÓN PESQUERA.....	79
TABLA 9: FRECUENCIA DE FAENAS .....	80
TABLA 10: ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE.....	81
TABLA 11: PARTICIPACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ....	82
TABLA 12: CAPACITACIONES .....	83
TABLA 13: REACCIONES SOBRE LO APRENDIDO EN CAPACITACIONES .....	84
TABLA 14: IMPORTANCIA DEL TRABAJO.....	85
TABLA 15: BENEFICIO DE LA INFRAESTRUCTURA DEL PUERTO. ....	86
TABLA 16: ARTES DE PESCA UTILIZADOS .....	87
TABLA 17: TIPOS DE EMBARCACIÓN QUE UTILIZAN.....	88
TABLA 18: PROPIETARIOS DE LAS EMBARCACIONES .....	89
TABLA 19: TECNOLOGÍAS QUE POSEE LA EMBARCACIÓN .....	90
TABLA 20: TABLA No. 19: RECURSOS ECONÓMICOS PARA EJERCER LA ACTIVIDAD .....	91
TABLA 21: ORGANIZACIONES QUE FINANCIAN AL PESCADOR .....	92
TABLA 22: PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA DE JARAMIJÓ .....	93
TABLA 23: PERCEPCIÓN SOBRE EL APORTE ECONÓMICO.....	94
TABLA 24: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS.....	95
TABLA 25: PRODUCTOS QUE SE OFERTAN EN JARAMIJÓ.....	96
TABLA 26: ATENCIÓN OPORTUNA DE PARTE DE LAS AUTORIDADES.....	97
TABLA 27: CONCEPTUALIZACIÓN DE VALOR.....	107
TABLA 29: CRONOGRAMA PARA EJECUTAR LAS ACCIONES DEL PLAN COMUNICACIONAL .....	117
TABLA 28: PLAN COMUNICACIONAL .....	118

## RESUMEN

En este trabajo se desarrolla un diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó y su aporte al desarrollo económico local; se parte de un análisis de aspectos inherentes a la historia del pueblo de Jaramijó, para posterior describir el aporte económico de los hombres de mar y cómo su trabajo incide definitivamente a la potenciación de la economía local, cuyas aristas fundamentales son la pesca artesanal y el comercio. Se finaliza con la consolidación de la imagen pública que proyectan estos pecadores y una propuesta para mejorar la misma.

Esta investigación se desarrolló a la luz del paradigma cualitativo y la etnografía social para inferir las causas y efectos del problema en estudio y proponer estrategias para dar solución en parte a este problema social.

Con el desarrollo de este trabajo de titulación se comprendió la incidencia que tiene la imagen del pescador artesanal; la influencia, para muchos desapercibida, de su trabajo y los procesos que intervienen en la pesca artesanal. Así como el reconocimiento hacia el trabajo invisibilizado de los cholos pescadores.

**Palabras Clave:** imagen pública, pescador artesanal, y planificación comunicacional.

## **ABSTRACT**

This paper presents a diagnosis of the public image of Fishworkers of Artisan Fishing Port Jaramijo and its contribution to local economic development takes place; It is part of an analysis of aspects inherent in the history of the people of Jaramijó to further describe the economic contribution of seamen and how their work definitely affects the empowerment of the local economy, whose main edges are artisanal fisheries and Commerce. It ends with the consolidation of the public image they project these sinners and a proposal to improve it.

This research was conducted in light of the qualitative paradigm and social ethnography to infer the causes and effects of the problem under study and propose strategies to solve in part to this social problem.

With the development of this work degree incidence with the image of the artisanal fisherman she was understood; the influence, for many unnoticed, their work and the processes involved in artisanal fisheries. And recognition to the work of the “cholos” fishermen.

**Keywords:** public image, artisanal fishermen, and communication planning.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo de titulación fue desarrollado con el fin de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera. De tal manera que la consecución de esta investigación permitió evidenciar la importancia de las Relaciones Públicas en un sector vulnerable de la sociedad del Ecuador, como son los pescadores artesanales del cantón Jaramijó, provincia Manabí; y, cuyo legado fundamental es la transmisión de sus conocimientos de generación en generación.

El objetivo de esta investigación es evaluar la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó frente al aporte que brinda al desarrollo económico local.

Los antecedentes, han servido para realizar un empoderamiento del tema, enfatizando los aportes de autores como Wallerstein, quien menciona que la migración interna incide en el incremento de mano de obra no calificada. Esto implica, que uno de los trabajos en el que pueden incursionar es la pesca, actividad que corre por sus venas por ser manabitas, por vivir en la costa y porque desde pequeños aprenden el arte de la pesca.

Además se hace una breve reflexión sobre el aporte que han brindado ciertas instituciones públicas y privadas para el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de los pescadores artesanales. Se emplaza la respectiva justificación mencionando que la actividad que desarrollan los pescadores artesanales sirve de soporte para la economía local. Estos hombres de mar que se aventuran todos los días a realizar un trabajo, la mayor parte de veces en precarias condiciones, son los que abastecen el autoconsumo de los mercados del cantón; sin embargo, a veces incomprendidos porque en términos generales se ha arraigado en la sociedad una imagen distorsionada por sus hábitos de vida, costumbres y forma de vivir.

La parte teórica permite disponer de conceptos para que el lector amplíe y profundice su visión con respecto al tema desarrollado. El trabajo está dividido en capítulos interrelacionados entre sí. En el **Capítulo I** profundiza en el tema de la Imagen pública, conceptos, elementos y atributos que permiten identificarla. El **Capítulo II** realiza un recorrido por los aspectos que influyen en la realidad del pescador artesanal de Jaramijó desde su estructura social, económica y productiva, hasta la determinación del aporte que este sector brinda al cantón; El **Capítulo III**, se desarrolla la Metodología de Investigación:

se evidencia un Diagnóstico de la Imagen Pública del pescador artesanal de Jaramijó en base a los resultados de las entrevistas realizadas al Licenciado José Elías Sánchez, Historiador; al Ingeniero Víctor Arellano Administrador del Puerto Pesquero de Jaramijó; y, finalmente a Sandra Barrera representante de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros. De igual forma se presenta el análisis y los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 290 pescadores artesanales, cuya meta es determinar su propia percepción con respecto a su imagen y a la contribución que estos dan a la economía de la sociedad de Jaramijó. También se presenta las conclusiones a las que se llegó luego de haber aplicado el grupo focal a los comerciantes y usuarios del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó; Por último en el **Capítulo IV**, se establece un plan comunicacional para potencializar la imagen del pescador una vez realizado el diagnóstico.

Y para finalizar se enfatiza en las conclusiones y se propone recomendaciones, pues se trata de un tema que por una u otra razón no se lo ha evidenciado, no se encontró sustento teórico relevante que apoye a esta investigación.

## ANTECEDENTES

En países periféricos como Ecuador, el desarrollo de los puertos ubicados en el corredor marítimo del Pacífico enfrentan los mismos desafíos que impone la globalización que busca homogeneizar parámetros relacionados con aspectos económicos, sociales, políticos y educativos por parte de las potencias hegemónicas, aspecto que en breve tiempo culminaría con la pérdida de la soberanía de los pueblos.

Wallerstein, establece una clara diferenciación entre los países que conforman el planeta; así pues, unos se ubican en el centro debido a la capacidad de combinación de la producción avanzada en tecnología de la comunicación y de la información, dominio de capital, dueños de multinacionales del mundo, entre otras; frente a los países periféricos que emplazan un débil control en el ámbito económico, social o político por tanto se ubican en situaciones de vulnerabilidad cuyo principal efecto son las limitadas economías, aspecto que incide principalmente en la población más pobre, tal es el caso de los pescadores artesanales ubicados en el Puerto de Jaramijó.

La mayor parte de los pescadores son personas que han migrado de otros cantones y hasta provincias, en especial de la costa. Estos nuevos procesos de urbanización provocan desequilibrios territoriales, lo que acrecienta la miseria, hambre y pobreza debido a las diferentes demandas insatisfechas. En este contexto, en los países periféricos el sector pesquero artesanal es un generador importante de empleo para mano de obra no calificada; sin embargo, la imagen que tiene el pescador artesanal en los mismos contextos marítimos, familiares y sociales lo han perjudicado desde siempre; estos hombres de mar que junto a las precarias condiciones laborales son los artífices del ingreso económico para estos pueblos.

En este sentido, la pesca artesanal “es una actividad económica que constituye una fuente vital de alimento, empleo y comercio, por lo que debe ser protegida y promocionada por los entes gubernamentales como un patrimonio para las futuras generaciones” (García & López, 2009, pág. 29). Esta situación peligró debido a la pesca desigual entre armadores y artesanales, los primeros están armados de tecnología y recursos económicos suficientes frente a los segundos que solo están armados de valor y coraje para enfrentar día a día su arduo trabajo. Por tanto se considera urgente la

intervención de entes gubernamentales, que promulguen medidas sociales, económicas y culturales adecuadas para apoyar a este sector.

Otra medida, que constituye solución sería la potenciación de la imagen del pescador para coadyuvar en el mejoramiento de su actual condición social.

Se define a la “imagen como una representación, semejanza de algo, apariencia. Se trata de un término que proviene de la locución latino *imago*”. Por otra parte la palabra público “hace mención a aquello que es manifiesto o notorio, o que es visto o sabido por todos. Lo público también se asocia a lo perteneciente o relativo al **pueblo**”. (Definición.com, 2015, pág. 1)

Desde este punto de vista, la imbricación de estos dos vocablos determinan que imagen pública significa la representación o figura de una persona o entidad inmersa en una determinada sociedad. Esto significa que la imagen pública es un conjunto de rasgos reconocidos por una comunidad.

Se asume que la imagen pública del pescador artesanal es construida a partir de acciones y conductas que son advertidas por una población. Además, esta construcción también está influenciada por los medios de comunicación masiva; pues, estos son los encargados de transmitir lo dicho y hecho por una persona o una organización a la sociedad. Por tanto, un medio de comunicación puede mejorar o perjudicar la imagen pública de alguien.

En este sentido el pescador artesanal está expuesto a que su imagen pública sea reprochada por su aseo personal, su higiene, cultura, costumbres y hasta su nivel de educación. Desde siempre su identidad cultural está relacionada con hábitos poco ortodoxos como el festejar bebiendo churincho porque le fue bien o mal en la pesca. Aspecto que ha impedido cumplir a cabalidad con su responsabilidad de manutención familiar, y la potenciación de la cadena económica cantonal.

En la actualidad, este mal hábito se ha debilitado un poco, debido a la función que cumplen como es la de proveer alimentos frescos al mercado de Jaramijó para abastecer el consumo y apoyar a la economía del cantón. Construir una imagen pública a lo largo del tiempo que no provoque oposiciones es muy difícil, pero sin duda no imposible.

Para el desarrollo de este trabajo se considera como informantes principales a ciertas instituciones que mantienen flujos de información constante y que comunican oportunamente las diversas actividades del sector pesquero artesanal y que de una u otra forma inciden en la percepción de la imagen del Pescador Artesanal:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP
- Secretaria de Recursos Pesqueros SRP
- Instituto nacional de Pesca INP
- Federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador FENACOPEC integra asociaciones de pescadores artesanales de todo el país.
- Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó (INMOBILIAR)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Jaramijó

En los últimos años se ha trabajado en conjunto con organizaciones, cooperativas e instituciones del estado para mejorar y fortalecer la relación de los pescadores con la sociedad; por esta razón anualmente se lleva a cabo congresos de pescadores artesanales para tratar temas relacionados con la reestructuración institucional, garantizar la independencia en cada provincia y promover acercamientos entre poblaciones, sociedad, consumidores, comerciantes y sociedad en general; todo esto, con el fin de mejorar los aspectos que influyen directamente sobre la imagen pública del Pescador artesanal.

Unido a la imagen pública del pescador también es importante que se garantice la sostenibilidad y sustentabilidad del medio ambiente. Es imperativo, evitar la destrucción innecesaria de los ecosistemas marinos.

Los tópicos antes mencionados sirven de argumento para la realización de un diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal del puerto pesquero artesanal de Jaramijó y su aporte al desarrollo económico local. Estudio desarrollado en el cantón Jaramijó, provincia de Manabí, periodo 2016-2017

## JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante porque se realizó un estudio sobre la imagen de los pescadores artesanales y su aporte a la economía del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó; mismo que concentra la mayor cantidad de pescadores artesanales (dos mil novecientos). Es decir se analizó la percepción que tiene la gente (imagen) con respecto a los hombres de mar. Esta actividad sirve de soporte a la economía y al fortalecimiento de la matriz productiva. Son hombres de mar dedicados a la pesca no técnica que abastecen el autoconsumo de los mercados del cantón; sin embargo, son discriminados por su imagen y hábitos de vida.

Además es útil para que la sociedad Jaramijense valore el trabajo que realizan día a día estos hombres de mar y que la imagen del pescador artesanal sea apreciada en función del estudio documental teórico y práctico. Así como, determinar el apoyo de entes del estado, los medios de trabajo que dispone, el capital con el que cuenta para abastecer los mercados de este cantón y el autoconsumo familiar.

Los beneficiarios de este trabajo son los pescadores, las autoridades, directivos barriales, comerciantes, consumidores y sociedad en general. La meta es concienciar al pueblo sobre la labor del pescador artesanal y valorarlo socialmente. Reconocer el trabajo diario que realiza pese a las desventajas que debe enfrentar cotidianamente. Fue factible porque se contó con el siguiente recurso humano: pescadores, comerciantes, arrendatarios de locales comerciales, personal del puerto, además del económico y tecnológico.

Después de una exhaustiva revisión bibliográfica y analizados cada uno de los criterios a tener en cuenta para el levantamiento del respectivo diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó se indica que no existen hasta el momento publicaciones representativas de calidad sobre la temática, que permitan conocer el verdadero valor y aporte que brindan estos hombres y mujeres a Jaramijó; aún a sabiendas que ellos son los forjadores de la economía local y la principal fuerza económica de la provincia; es inconcebible que no haya un retrato de la evolución, desde sus inicios hasta su realidad actual.

Con la evolución del tiempo y el apoyo de ciertos actores políticos como del gobierno de turno, se han creado instituciones que ayudan específicamente a este sector; siendo sin duda, Jaramijó una de las localidades mayormente beneficiadas. Así: el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Manta realizó una investigación sobre la “Situación actual de la pesca en el Ecuador” VMAP-2014. Presenta datos estadísticos sobre la producción y temas económicos de Manabí, sin embargo no se habla de la parte social, mucho menos de la imagen que proyectó, proyecta o proyectará el pescador artesanal en Jaramijó.

También el Gobierno Autónomo Descentralizado de Jaramijó se destaca por la activa participación en procesos de mejora continua tanto en el manejo de sus productos como sus relaciones con los diversos públicos. Sin embargo tampoco hay evidencias sobre la imagen pública de los hombres de mar.

Con el desarrollo de este trabajo de titulación se pretende:

- Realizar un levantamiento bibliográfico y de campo sobre la Imagen pública del P.A.
- Conocer la cadena de producción y los procesos que intervienen en la pesca artesanal.
- Aumentar el reconocimiento, crear conciencia de la importancia del apoyo a sectores vulnerables como los pescadores artesanales y su respectiva aceptación por parte de la sociedad en cuanto a imagen y aporte económico.

## OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**El objetivo general** de este trabajo es evaluar la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó frente al aporte que brinda al desarrollo económico local, cuya meta es el levantamiento de información que promueva el conocimiento sobre el trabajo que realiza día a día y que la sociedad involucrada valore no solo el aporte económico que brinda sino también aprecie la imagen pública que este tiene.

Se establecieron como **objetivos específicos** el realizar una descripción de los aspectos históricos que influyen en la imagen y situación actual del pescador artesanal. Así como determinar los medios de trabajo y capital con que cuentan los pescadores artesanales para satisfacer las necesidades de subsistencia de sus familias. Además de describir el abastecimiento a los mercados y autoconsumo que aporta el pescador a la sociedad de Jaramijó y finalmente establecer una planificación comunicacional para potencializar la imagen del pescador una vez realizada el diagnóstico.

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de **titulación se lo diseñó** al amparo de la investigación etnográfica; en el marco de la modalidad cualitativa para inferir las causas y efectos del problema en estudio y proponer estrategias para dar solución en parte a este problema social; Además se tomará ciertos aspectos de la investigación cuantitativa, específicamente en la recolección y análisis de la investigación de campo.

Con la finalidad de ampliar o profundizar los conocimientos sobre este tema se realizará un exhaustivo análisis **documental-bibliográfico** con el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir los diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre la problemática, basándose en documentos, libros, revistas, periódicos y otras publicaciones, que servirán para fundamentar este trabajo.

Será de tipo **descriptivo**, pues el objetivo es diagnosticar las diferentes causas y situaciones que confluyen en la desvirtuada percepción de la imagen del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó frente al aporte que este hombre de mar brinda a la colectividad.

**El método analítico** se lo utilizó durante todo el desarrollo de la investigación. Al momento de realizar los diferentes acercamientos a las fuentes de esta investigación, al buscar información para empoderarlo y comprender las causas y los efectos que se producen alrededor del mismo.

La **deducción** permitió identificar las distintas concepciones que tienen las personas con respecto a los pescadores artesanales y que de una u otra manera desvalorizan el trabajo arduo y hasta peligroso que desarrollan estos individuos; y cómo el trabajo poco reconocido influye en la económica de la población y de su propia familia los resultados que se hallaren podrán ser aplicados en contextos similares cuyo fin sea el mejoramiento socio-económico de los pescadores y el reconocimiento de la sociedad.

**La entrevista a profundidad** se la aplicó a un historiador y a dos autoridades del cantón para analizar la percepción y el aporte que han brindado a los pescadores para la realización de las diferentes faenas de pesca. Para ello se estructuró un cuestionario con preguntas mixtas y fue aplicado por una sola vez.

La **encuesta** se aplicó a 290 pescadores del P.P.A de Jaramijó para conocer de manera directa el proceso de su pesca artesanal y la percepción que tiene la sociedad Jaramijense sobre la imagen que proyectan los artífices del mar.

**Grupo focal:** Se aplicó a los comerciantes, vendedores ambulantes, familiares de los pescadores y usuarios del puerto para obtener información de primera mano sobre el tema de estudio. Se los distribuyó en grupos de hasta 15 personas y fue aplicada en diferentes fechas, con el apoyo de equipos tecnológicos como proyector, grabadora y filmadora. También se buscó el apoyo de una persona que tomó apuntes. El objetivo fue obtener información en forma verbal y no verbal; para ello se elaboró un cuestionario con preguntas inherentes al tema de investigación.

**Población y muestra:** La población de investigación serán los pescadores artesanales del cantón Jaramijó de 15 a 65 años, económicamente activos.

Según el censo del año pasado de la Secretaría de Recursos Pesqueros, la población es de 2.900 pescadores artesanales en Jaramijó. Acceder a los pescadores artesanales es viable ya que la investigación se realizará en la infraestructura del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

#### - **Población**

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010, pág. 1)

Desde este punto de vista la población a ser estudiada es de 2.900 pescadores artesanales. Se proveerá de ciertas características para que todos los pescadores artesanales del Puerto de Jaramijó, Provincia de Manabí, dispongan de la misma oportunidad de ser parte del estudio. Este, se desarrollará durante el primer semestre del año 2016. Tal y como se lo presenta a continuación:

- 2 Autoridades
- 2.900 Pescadores artesanales

- 337 comerciantes
- 24 Arrendatarios de locales comerciales
- **Muestra:**

En términos generales la muestra es un subconjunto que representa equitativamente a la población en estudio. Para efectos de este estudio se considerará el tipo de muestreo ALEATORIO, en este los sujetos de investigación son seleccionados al azar y todos y cada uno de los pescadores artesanales tendrán la misma oportunidad de ser considerados. Desde este punto de vista y en concomitancia con el nivel de investigación propuesta para este trabajo que es el descriptivo se seleccionará un 10 % de la población accesible. Tal como se observa a continuación:

- 1 Autoridad
- 290 Pescadores
- 34 Comerciantes
- 3 Arrendatarios de locales comerciales

## **HIPÓTESIS**

Una mejor imagen pública del pescador artesanal incidirá en el aporte económico de la localidad de Jaramijó.

## MARCO TEÓRICO

### Antecedentes teóricos

La pesca es una actividad a nivel mundial, la cual se encuentra dividida en: industrial y artesanal. (García & López, 2009). Los artesanales son los que pescan con espinel y trasmallo. Sin embargo, en Jaramijó pese a ser un pueblo pesquero por excelencia son pocos los estudios realizados en lo inherente al tema de la pesca artesanal

Los pescadores de Jaramijó descienden de la cultura Manta, estos se caracterizaron por ser expertos navegantes y pescadores. Conocimientos como la orientación han pasado de generación en generación hasta nuestros días.

Las primeras embarcaciones artesanales para la pesca eran canoas a vela, que aprovechaban la dirección del viento frente al mar que de noche es de la tierra hacia el mar y de día del mar hacia la tierra, ocasionado por la diferencia de temperatura entre el mar y la tierra. Este fenómeno fue aprovechado por los pescadores para salir a pescar en la madrugada y regresar al medio día. (Delgado, 2015, pág. 268)

Con el advenimiento de la industrialización, los métodos de pesca han mejorado notablemente. Durango (2013) menciona que "antes del desarrollo de los grandes mercados los principales utensilios de la pesca eran arcos y flechas, anzuelos rudimentarios y redes fabricadas con fibra vegetal" (Santos et al 2005), (p. 31). En la actualidad, la pesca se realiza con redes fabricadas a base de nylon y los anzuelos son de metal, parámetros que lo vuelven más resistentes que los utilizados por los ancestros de los pescadores del actual Puerto pesquero de Jaramijó.

La importancia del recurso pesquero no está basada solamente en su rol como alimento para la subsistencia. En Brasil, al que pertenecen 2/3 de la cuenca Amazónica, la pesca comercial de río produce alrededor de 400.000 toneladas anuales y crea alrededor de 200.000 fuentes de empleo (Borges et al. 2003). La dimensión de esta práctica, también se refleja en el hecho de que el 70% de los casi 25 millones de personas que vivían en la Amazonía en el año 2000, se ubicaban en

centros urbanos y dependían directamente de la producción comercial de la pesca (Junk, 2007, p.57).

Desde esta perspectiva, la “pesca no solo es fundamental en la economía de subsistencia, sino también en el abastecimiento de alimento a poblaciones urbanas en crecimiento y la generación de fuentes de trabajo”. (Durango, 2013, pág. 16)

Desde esta perspectiva, la pesca artesanal desde tiempos inmemoriales ha permitido la seguridad alimentaria no solo de las familias de los pescadores sino de toda la sociedad de Jaramijó. Además de contribuir con la economía del pueblo a través de la comercialización de los productos de la pesca, situación que ha mejorado las fuentes de ingresos económicos para las familias.

El Sector Pesquero se reviste de un gran valor social y económico en la población local, sin embargo presenta grandes carencias económicas, sociales, culturales, lo que disminuye notablemente su identificación como tal, esto se da ya sea por problemas de coordinación y cooperación entre los diferentes actores involucrados; o porque no se ha dado lugar a espacios que comprometan su mejoramiento y desarrollo.

La falta de una política clara de capacitación para la pesca artesanal ha abierto una brecha profunda entre este subsector productivo y otros rubros de las economías regionales. Esta brecha imposibilita que el crecimiento, el desarrollo, las ventajas económicas se acerquen a estos grupos sociales.

En países periféricos como el nuestro, la situación no es diferente, a pesar de existir embarcaciones de gran calaje todavía persisten los pescadores artesanales. Con la finalidad de suplir en algo sus diferentes necesidades el Gobierno Central del Ecuador ha apoyado a Jaramijó con la creación del Puerto Pesquero Artesanal bajo la tutela de Infraestructuras Pesqueras del Ecuador; y, actualmente administrado por INMOBILIAR.

En la Bahía de San Miguel en Filipinas, el co-manejo de las pesquerías cercanas a la costa ha sido implementado desde 1991, para enfrentar los problemas de sobreexplotación y los conflictos entre los distintos usuarios. Como instancia de participación se estableció un Consejo, cuya responsabilidad es coordinar a los gobiernos

locales, establecer políticas, e implementar las decisiones de manejo de pesquerías. En este caso, el gobierno debe previamente consultar con los usuarios pesqueros. (América-aidas ONG, 2013, págs. 22-23)

Es urgente la implementación de políticas que apoyen al pescador para evitar que sea explotado por los comerciantes, quienes aseguran la compra del producto, proveyendo al pescador de gasolina, dinero y carnada. Frente a esta situación el pescador se ve obligado a vender su producto en lo que ofrezca el intermediario.

En el aspecto familiar, ellos constituyen la base del sustento económico, con el producto de la pesca abastecen la economía de sus familia, también aportan a la cadena alimenticia del cantón y también promueven mejores índices económicos de la sociedad del cantón y de la provincia.

Varios son los aspectos que se puede considerar como antecedente para determinar las percepciones que tiene la gente sobre la imagen del pescador artesanal; su vulnerabilidad se debe a su condición de trabajo, de vida, de cultura, sin embargo constituye uno de los pilares fundamentales para la subsistencia de su familia y la economía en este caso del cantón Jaramijó.

Antecedentes como estos y el firme avance de la globalización permiten afirmar que es imperativo subsanar esta deficiencia, dado que los pescadores artesanales son personas explotadas y con percepciones de imágenes equivocadas. Por lo tanto este trabajo de investigación busca conocer la real imagen del pescador artesanal y enfatizar en el aporte económico que brinda no solo a su familia sino a la sociedad en general.

## **CAPÍTULO I**

### **LA IMAGEN PÚBLICA**

### **1.1 Origen de las palabras Imagen pública.**

**Imagen**, este término procede del vocablo latino imago. También se refiere a la representación visual de un objeto que se realiza a través de técnicas de la fotografía, la pintura, el diseño, etc.

**Pública**, por su parte, es un adjetivo que hace mención a aquello que es manifiesto o notorio, o que es visto o sabido por todos. Lo público también se asocia a lo perteneciente o relativo al pueblo. (Pérez Porto & Gardey, 2012, pág. 1)

### **1.2 Conceptualización de la imagen e imagen pública.**

Costa (1977) define a la imagen como "la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos" (p. 19). Este autor tiene como referencia la teoría psicológica de la percepción de la Gestalt y el modelo de comunicación de Shannon, y toma como punto de partida el concepto gestáltico de percepción. Marion (1989) la imagen es "la construcción forjada por un grupo de individuos los cuales comparten un proceso común de representación" (p.23). Se apoya en la psicología social cognitiva europea y tiene como base el concepto de representación social. Este autor, no profundiza en el estudio del proceso de formación de la imagen, limitándose a señalar que existe un mecanismo de reconstrucción y de organización particular de los conocimientos por parte del grupo o del individuo.

Por otra parte, Enrico Cheli (1986) sostiene que la imagen es "aquella representación mental -cognitiva, afectiva y valorativa- que los individuos se forman del ente en sí mismo" (p. 22), basándose claramente en el concepto de actitud.

En términos generales la imagen es concebida como la representación mental de un objeto, sujeto o fenómeno sobre el cual la gente tiene diferentes percepciones las mismas que en forma positiva o negativa influyen en el comportamiento de las gentes de una determinada sociedad.

Para el experto consultor de imagen Víctor Gordo, quien en su primer libro publicado "El poder de la Imagen Pública" define a la **imagen** en función de los siguientes principios:

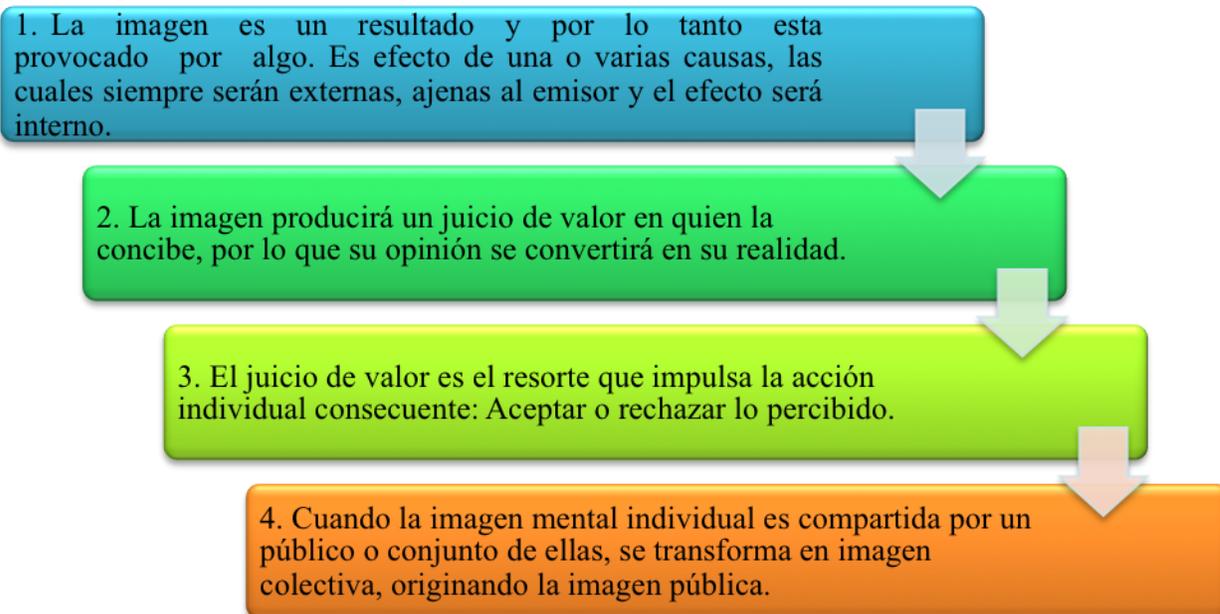


Figura 1: Principios de la imagen pública

Fuente: Víctor Gordo

Elaboración: Mishelle Moyano

Desde esta arista, la **percepción de la imagen** es el resultado de la estimulación, la cual es captada por una persona. Una vez recibida, se origina una decodificación mental, que nos da como resultado la *imagen*, entonces se puede exteriorizar que la imagen constituye diferentes juicios de valor que los diversos públicos forman a través de estímulos directos o indirectos para crear aceptación o rechazo.

La mayoría de las personas entienden al terreno de la imagen como algo puramente estético y superficial no ven para qué podrían necesitar un consultor externo, bastaba con que la gente asista a su estética o salón de belleza para cubrir esa necesidad. Una buena imagen es asociada con eficiencia y ésta se relaciona automáticamente con calidad, seriedad y poder. (Hernández, 2013)

A lo largo de la historia la Imagen Pública ha sido un pilar para el desempeño comunicacional de las personas, instituciones, productos, servicios. Maquiavelo, fue el primero en describir a la imagen pública. (Abreu Sojo, 2001) Menciona que esta “se forma sustancialmente por la apariencia externa, que está constituida por todo: cualquier acción, gesto o manifestación, los símbolos usados, las acciones ejecutadas en los ámbitos público y privado, contribuyen a formar una imagen determinada del hombre público” (p. 16)

Estas apreciaciones permiten empoderar que imagen pública, se fragua a la luz de la figura de una persona o una entidad que es parte de una sociedad; esto quiere decir que la imagen pública es la suma de un conjunto de rasgos que son identificados por una determinada comunidad social.

Es construida a partir de acciones y conductas que no pasan inadvertidas por una población. Por esta razón, su construcción también está influida por los medios de comunicación masiva; ellos, son los encargados de transmitir lo que dice o hace tal o cual personalidad o a su vez una organización a la sociedad. En síntesis un medio de comunicación, puede encargarse de disparar positivamente la imagen pública de alguien o a su vez perjudicarla.

La imagen pública puede presentarse de dos formas, como podemos apreciar en el siguiente gráfico:

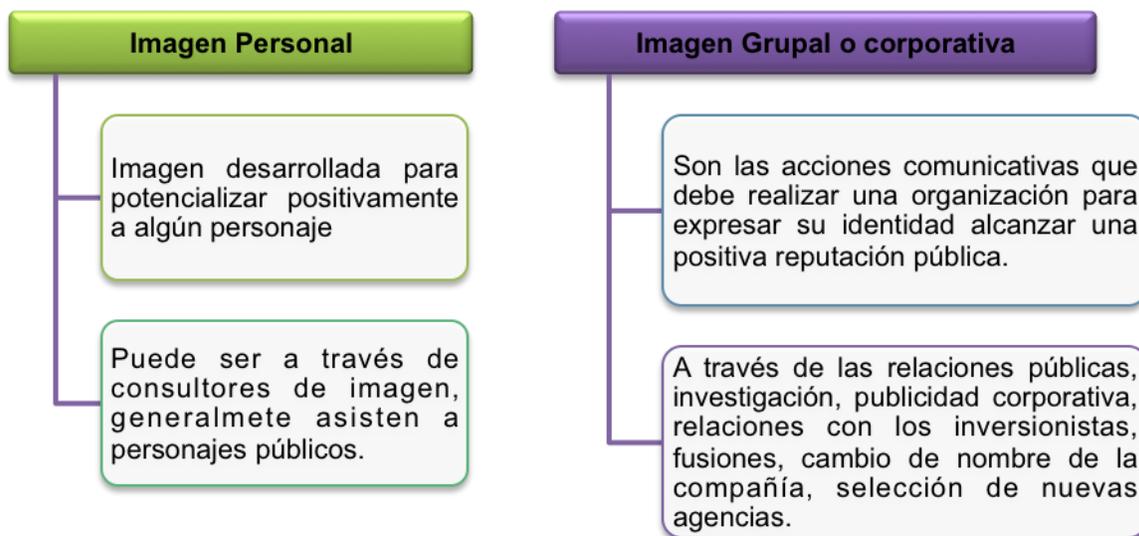


Figura 2: Formas en las que se presenta la imagen pública

Fuente: (Hernández, 2013)

Elaboración: Mishelle Moyano

### 1.3 La imagen corporativa.

La Imagen Corporativa se reviste de una gran importancia para las instituciones públicas o privadas, debido a que crea un valor para la empresa, instituyéndose como un activo intangible estratégico de la misma. Sí, una organización crea una imagen en sus públicos:

- Ocupará un espacio en la mente de los públicos. Por medio de la Imagen Corporativa “existimos” para los públicos.
- Facilitará su diferenciación de las organizaciones competidoras, creando valor para los Públicos, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado.
- Disminuirá la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización.
- La existencia de una Imagen Corporativa fuerte permitirá que las personas tengan un esquema de referencia previo, sobre el que podrán asentar sus decisiones. (Caprioti, 2013)

Para continuar es imprescindible identificar que la imagen es un resultado interno que viene marcada por las circunstancias del exterior; por lo tanto, la imagen pública está sujeta a un juicio de valor cultural a través de la cual nos comunicamos.

Daniel Martínez Navarrete, menciona que para “diseñar una imagen pública, es necesario contar con conocimientos en comunicación, semiótica, mercadotecnia y psicología... porque al unificarlos es posible diseñar una imagen física o un espacio funcional y agradable, el cual podrá aprovechar al máximo el uso de la imagen pública” (Martínez Navarrete, 2011)

#### **1.4 Concepto de Imagología**

Imagología surge de la palabra latina Imago (Imagen, figura) y logia (estudio). Hace referencia al estudio y arte de las herramientas e instrumentos necesarios para desarrollar y mejorar una imagen pública de calidad.

Desde este punto de vista la Imagología versa sobre el estudio de la imagen, que imbricada a un conjunto de estrategias basadas en conocimientos de comunicación, psicología, mercadotecnia, opinión pública, relaciones públicas, planeación estratégica y gestión de negocios, entre otros, se dispone de habilidades para crear, desarrollar y/o mantener una buena imagen pública de una persona, grupo social o sociedad en general.

Adquiere importancia esta área del saber por la percepción que el ser humano hace de la imagen, en la que influyen elementos o factores físicos y de tinte psicológicos que crean estímulos de conducta a los individuos como respuesta de los hechos que se presentan.

Sin embargo, no puede existir desequilibrio entre apariencia y esencia, porque carecería de credibilidad y toda la imagen creada obviamente perdería su razón de ser.

## **1.5 Componentes de la imagen**

Costa propone las siguientes modalidades de producción:

Las imágenes mentales que proceden de cosas visuales, esto es, las cosas de la realidad directamente percibidas y experimentadas y retenidas en la memoria visual; las imágenes procedentes de cosas no exclusivamente visuales, como recuerdos, experiencias, vivencias, emociones experimentadas que podemos producir en la memoria: escenarios, personas, actos, hechos y acontecimientos de la vida; las imágenes mentales que proceden de ideas, en el ámbito de la creatividad, en las construcciones imaginarias como proyectar, anticipar o prever. (Saladeprensa.org, 2001)

Por tanto, las imágenes mentales se generan como consecuencia de las percepciones visuales, es decir -lo que se ve en la realidad e imágenes de la realidad- además, de las sensaciones y experiencias vividas. Es en este momento cuando la imagen pública alcanza un cierto grado de asertividad en los diferentes conglomerados sociales.

Paulo Capriotti (2013) enfatiza en las siguientes apreciaciones sobre los componentes de la Imagen:

### **1.5.1 Imagen-Ficción**

Esta concepción se afirma en mirar a la imagen como “apariencia de un objeto o de un hecho”, es decir, como acontecimiento ficticio que no es más que un reflejo manipulado de la realidad. Ésta es una posición muy aceptada a nivel popular, en la que se considera a la imagen como una forma de tapar la realidad, de mostrarse de manera diferente a como son, por parte de las empresas. Y es una noción que también tiene sus adeptos en los círculos académicos.(p. 16)

Sus características, según Boorstin (1977, págs.185-194):

**Sintética:** ya que es planeada y creada especialmente para servir al propósito de formar una impresión determinada en los sujetos acerca de un objeto.

**Creíble:** pues la credibilidad de la imagen es el factor fundamental para lograr el éxito de la misma.

**Pasiva:** ya que ella no se ajusta a su objeto, sino que por el contrario el objeto busca adecuarse a la imagen preestablecida.

**Vívida y concreta:** debido a que recurre frecuentemente y cumple mejor su objetivo si es atractiva a los sentidos.

**Simplificada:** pues sólo incluye algunos aspectos de la persona u objeto que representa. Y generalmente se resaltan los buenos y se excluyen los malos. f) **Ambigua:** ya que fluctúa entre la imaginación y los sentidos, entre las expectativas y la realidad, así como que debe acomodarse a los deseos y gustos de sus usuarios. (pág. 17)

Todas estas características, en última instancia, refieren y buscan fundamento a la crítica básica de la noción de imagen, que no es otra que su concepción como apariencia de la realidad.

### **1.5.2 Imagen-Icono**

Otra de las concepciones actuales es que la imagen es «una representación icónica de un objeto», el cual no se encuentra presente a los sentidos. La imagen será, pues, una representación, una puesta en escena actual, vivencial, de un objeto o persona. En esta dirección, Moles señala que la imagen es "un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo..." (Moles, 1975: 339). Ésta es, quizás, la noción más popular sobre la Imagen Corporativa: ella es "lo que se ve" de una empresa o persona. (p. 19)

### **1.5.3 Imagen-actitud**

Ya que una actitud de acuerdo con Vander Zarden (1989) "es una tendencia o predisposición, adquirida y relativamente duradera, a evaluar de un modo determinado a una persona, suceso o situación y actuar en consecuencia con dicha evaluación" (p.199). Incluso se podría afirmar que, para los autores englobados en esta concepción, la imagen es una figura retórica utilizada para visualizar y denominar un conjunto de actitudes que poseen los públicos, y con las cuales evalúan las cosas, personas u organizaciones. Así, Cirigliano (1982) advierte que "la imagen es un esquema de posibles respuestas, es un perfil de conductas anticipadas". (p. 23)

Los componentes de Imagen-actitud, Tomando como referencia diversos autores del campo de la psicología social (Katz, 1960; Krech et al., 1978; Brecker, 1984; Vander Zarden, 1989), se menciona que los componentes fundamentales de la Imagen Actitud son los siguientes:

**Cognitivo:** (Imágenes en memoria). Es como se percibe una organización. Son los pensamientos, creencias e ideas que tenemos sobre ella. Es el componente reflexivo.

**Emocional:** son los sentimientos que provoca una organización al ser percibida. Pueden ser emociones de simpatía, odio, rechazo, etc. Es el componente irracional.

**Conductual** o valorativo: Imágenes mentales). Es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una organización. Es el componente conativo. (Capriotti, 2013, pág. 24)

Estos aspectos juntos delimitan la imagen de una persona, un producto, marca, empresa o instituciones. El componente físico es el primero en ser percibido, llamada imagen formal; tiene relación con la estética, el envase del producto, el color. Desde esta arista, lo más importante es contar con elementos que garanticen una apreciación asertiva de la imagen del objeto, sujeto o cosa.

Mientras que el componente Conceptual enmarca lo que la empresa quiere transmitir o sea percibido por el consumidor y que define en última instancia la compra del producto. Finalmente el componente Valorativo es el resultado de la imbricación entre el componente físico y el conceptual.

Las características de la Imagen-Actitud se resumen en que tiene una dirección, es decir, que las personas pueden tener una imagen favorable -positiva- o desfavorable -negativa- de la empresa; tiene una intensidad, o sea, que la dirección de la imagen corporativa puede ser más o menos positiva, o más o menos negativa en los individuos (más fuerte o más débil); tiene una motivación, constituida por el interés o los intereses fundamentales que llevan a que los sujetos tengan una 24 dirección y una intensidad determinada de la imagen de la organización. Esta es la característica fundamental, ya que determina la variación cualitativa de la imagen corporativa en las personas. (Capriotti, 1992, p. 26)

## 1.6 Tipos de imagen

La imagen pública, que puede ser: personal o grupal (institucional), y están subordinadas a 6 ámbitos fundamentales de expresividad:

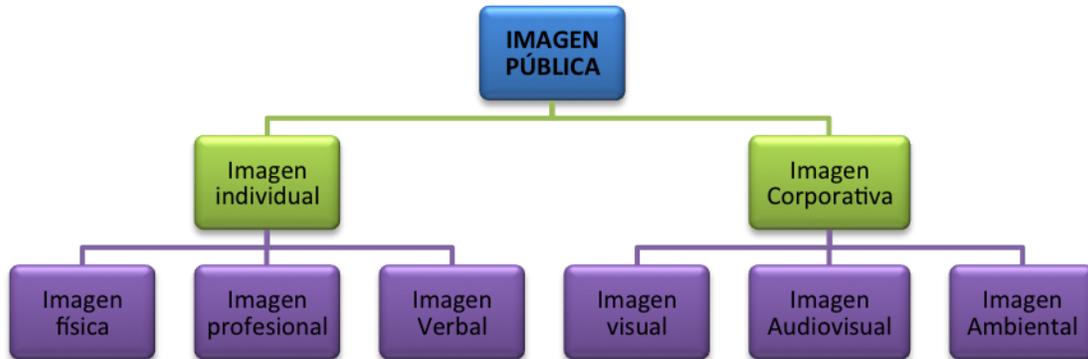


Figura 3: Tipos de imagen  
Fuente: (Hernández, 2013)  
Elaboración: Mishelle Moyano

### 1.6.1 Imagen Física.

Con la finalidad de ampliar un poco más la idea de la imagen se considera los aportes de Gordo Gil (2002) quien en su libro: El poder de la imagen pública, menciona que se trata de un estudio profundo de temas relacionados con la imagen, y define a la imagen personal como “un sinónimo de percepción que se tiene de un individuo que le otorga determinada identidad”; mientras que la imagen física “es la percepción que los grupos tienen de una persona como consecuencia de su indumentaria, apariencia, lenguaje corporal, accesorios”. (p. 35)

Dentro de los estudios y análisis de la imagen física tenemos:

- **Antropometría.** (Medidas del cuerpo). Es la ciencia de la medición de las dimensiones y algunas características físicas del cuerpo humano. Esta ciencia permite medir longitudes, anchos, grosores, circunferencias, volúmenes, centros de gravedad y masas de diversas partes del cuerpo, las cuales tienen diversas aplicaciones. La antropometría es una rama fundamental de la antropología física. Trata el aspecto cuantitativo. Existe un amplio conjunto de teorías y prácticas dedicado a definir los métodos y variables para relacionar los objetivos de diferentes campos de aplicación. (sites.google.com, 2016)

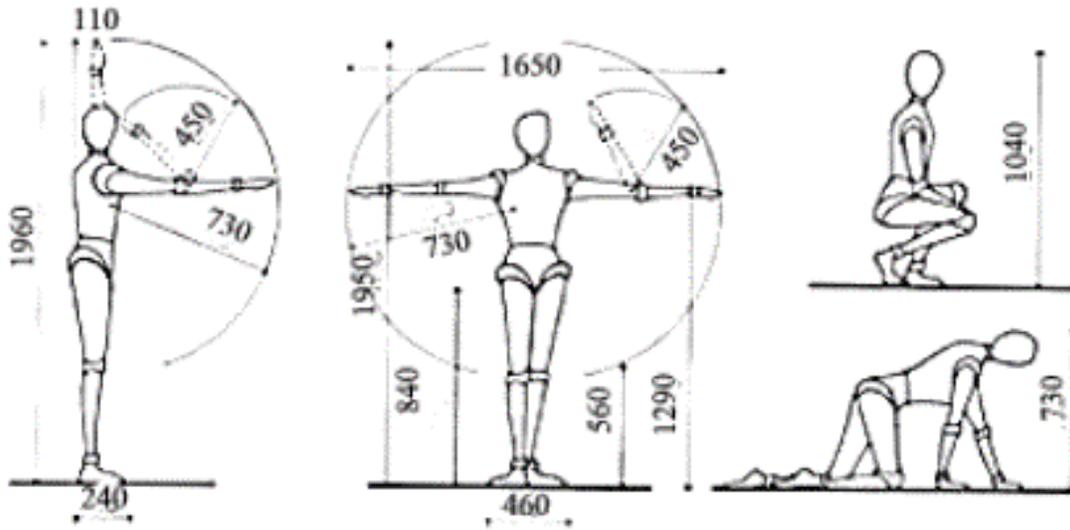


Figura 4: Antropometría  
 Fuente: (blogspot.com, 2011)  
 Elaboración: Mishelle Moyano

- **Antropomorfología: (Formas del cuerpo).** Medidas, proporciones y formas del cuerpo. A través de la cual podemos lograr las proporciones correctas y crear o mantener los puntos de interés de una persona. Asimismo conocer el protocolo de vestimenta que debemos seguir según nuestra antropometría. La imagen física recurre a la antropometría, Antropomorfología, carametría, caramorfología e implementación de estilos para crear y mantener una Imagen Pública. (Gallardo, 2014, pág. 4)

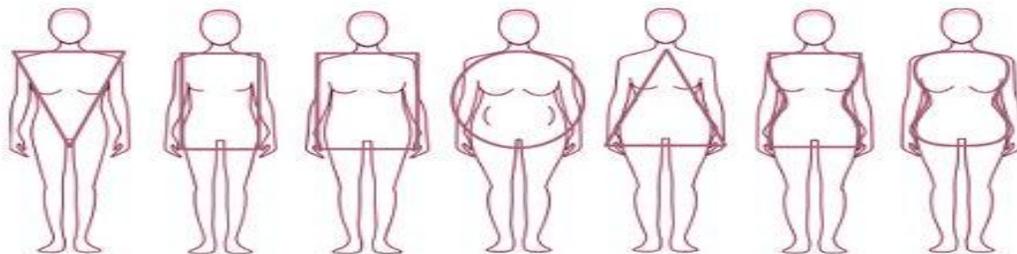


Figura 5: Antropomorfología  
 Fuente: (Medrano, 2013)  
 Elaboración: Mishelle Moyano

- **Carametría** (Medidas de la cara). La carametría del rostro sirve para determinar las medidas y proporciones del rostro. Las medidas del rostro se toman de forma horizontal y vertical. De forma horizontal se toman medidas: oreja derecha al final de la ceja derecha, del final de la ceja derecha al inicio de la ceja izquierda, del inicio de la ceja izquierda al final de la ceja izquierda, del final de la ceja izquierda a la oreja izquierda. De forma vertical se toman medidas: de la línea de la frente a la entre ceja, de la entre ceja, a la base de la nariz, y de la base de la nariz a la barbilla. (Real, 2014, pág. 4)

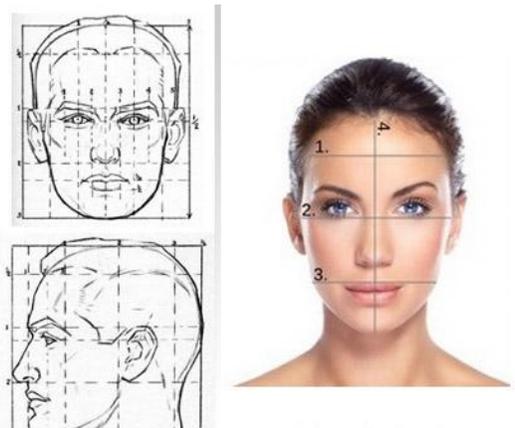


Figura 6: Carametría  
 Fuente: (Real, 2014)  
 Elaboración: Mishelle Moyano

- **Caramorfología** (formas de la cara). (Tejada, 2016) Dice que está demostrado que el rostro es la terminal de nuestra neurofisiología y, como consecuencia, en él podemos ver la conducta de los seres humanos con una precisión inigualable.

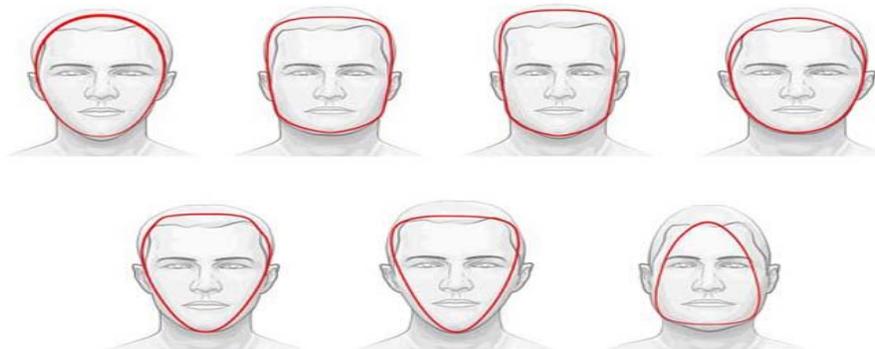


Figura 7: Caramorfología  
 Fuente: (Naruby, 2014)  
 Elaboración: Mishelle Moyano

En síntesis, estos aspectos coadyuvan a entender que la imagen está rodeada de ciertos elementos y que de una u otra manera influyen en la percepción que se forman los seres humanos con respecto de los demás. Desde este punto de vista consideramos que incide el uso del vestuario como código no verbal y la presencia física (estética, maquillaje, estética dental, cirugía plástica).

Para entender la imagen física de las personas es importante conocer el estilo de cada de ellas, es decir su individualidad, identificar sus motivaciones, objetivos, valores. La imagen debe ser coherente con la esencia de los seres humanos.

En la inherente a la imagen física, esta denota autenticidad. Es la expresión de lo que somos por ende va a ser lo que dirija la imagen que se proyecta. Dentro de los tipos de estilo tenemos: natural, elegante, romántico, seductor, creativo y dramático.

### **1.6.2 Imagen profesional.**

Es la percepción que ha ganado una persona o institución por parte de sus stakeholders, como resultado del desempeño laboral, e incluye nuestro comportamiento en el transcurso del contacto personal, es decir del protocolo; así como nuestras reacciones para el manejo de crisis.

Imagen profesional personal se debe considerar los protocolos a ser aplicados para el desarrollo de actividades profesionales que definen la normalidad del comportamiento a observar en un determinado gremio o sector. Dichos protocolos tienen que ver con las formas, tiempos, lugares, prácticas y ritos que han sido sancionados como culturalmente normales en la actividad profesional de quienes integran un gremio o profesión. (Peralta, 2004, pág. 2)

### **1.6.3 Imagen verbal.**

Está definida como la percepción del uso de la palabra oral tanto en su expresión como su lenguaje corporal, mismo que esta reforzado por la presencia física, ademanes, gestos, contacto visual, táctil; y, la palabra escrita en la que se aprecian la ortografía, redacción, caligrafía, entre otras.

### **1.6.4 imagen Visual.**

Se determina que ésta involucra a la percepción de los estímulos dirigidos a la vista, “La primera impresión es la que cuenta”, por tal motivo debemos tener mucho cuidado con manejar adecuadamente lo que proyectamos. Las posibles formas de comunicación que destacan son: Comunicación intrapersonal, interpersonal, pública, grupos, organizacional. Está direccionada a observar la representación o imagen que transmite una persona; cuya base es la información visual y la pertinencia de los estímulos comunicativos verbales y no verbales que ésta produce.

#### **1.6.5 Imagen Audiovisual.**

Enmarca a la percepción que despierta interés a través de material audiovisual como por ejemplo la publicidad, las propagandas, producciones de audio y video, uso de medios de comunicación.

#### **1.6.6 Imagen Ambiental.**

Involucra a los estímulos provenientes del entorno donde se integran color, iluminación, música, aroma, espacios, temperatura, decoraciones.

Los ambientes proporcionan una gran cantidad de información sobre las personas y las instituciones. Sólo basta observar atentamente. Sin embargo, desafortunadamente reparamos muy poco en la comunicabilidad de los ambientes en los cuales realizamos nuestras actividades diarias.

### **1.7 La importancia del entorno**

Desde el punto de vista de Capriotti (2013), el **entorno** influye en la creación de la imagen por esta razón se considera que los diferentes entornos juegan un papel muy importante a la hora de delimitar sus funcionalidades con respecto a la imagen pública o corporativa de un sujeto o una institución. Los entornos que se consideran valiosos son los siguientes:

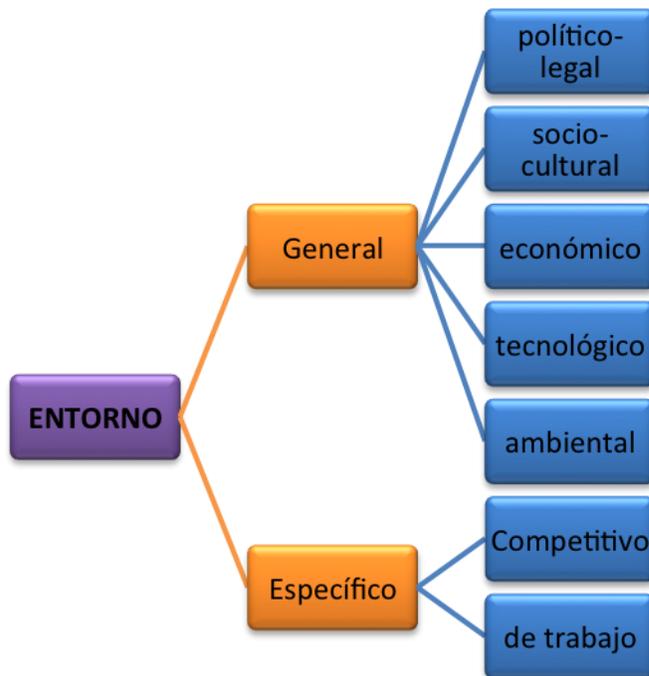


Figura 8: Entornos que influyen en la formación de la imagen pública  
 Fuente: Gruning 1992  
 Elaboración: Mishelle Moyano

La importancia e influencia del entorno es fundamental para la comprensión del significado de Imagen, debido a que de una u otra manera los entornos ambientales, sociales, políticos inciden al momento de inferir la imagen de un objeto o sujeto; pues el entorno, contribuye a la dotación de información para comprender el concepto de imagen.

Grunig (1992) menciona que “el entorno general puede ser definido como las fuerzas que pueden tener influencia sobre la organización y en la formación de su imagen, pero su importancia y la magnitud de tal influencia no es totalmente clara”. (p. 473). Por otra parte, Wheelen y Hunger (1984) indican que el “entorno general puede influenciar sobre el entorno específico, por lo que, en ciertas situaciones, pueden tener un efecto directo sobre la organización” (p. 68).

Analizando los conceptos de entorno se llega a comprender que este, juega un papel definitivo al momento de determinar los roles de una imagen y que de una u otra forma inciden en la visualización que la gente puede tener sobre una entidad pública o privada o sobre un determinado grupo social.

### 1.7.1 El entorno general.



Figura 9: Entorno general  
Fuente: Gruning 1992  
Elaboración: Mishelle Moyano

El **entorno político-legal** está constituido por todas las leyes y reglamentaciones que imperan en una sociedad, pueblo o región. Está emplazada en los poderes públicos. Toda la información generada a través de las normativas dictadas o campañas realizadas por estos poderes, como leyes de competencia, normativas de publicidad, regulaciones medio-ambientales influyen en la formación de la imagen de una organización. Por ejemplo: campañas contra el consumo de tabaco puede llevar a muchas personas a formarse una imagen negativa de ese producto, lo cual repercutirá en la imagen de las empresas fabricantes.

El **entorno socio-cultural** incluye valores, normas, creencias y costumbres establecidas en una sociedad o grupos sociales. La información derivada por ejemplo de la moda, costumbres de ciertos grupos sociales, hábitos de las personas incide en la imagen de una organización o individuos. Por ejemplo, los cambios producidos en la conciencia medioambiental de la población afectará la imagen de aquellas empresas que elaboren productos que dañen el medioambiente o que utilicen maquinaria contaminante para producirlos.

El **entorno económico**, involucra a todo el aparato económico que rige un país, provincia o cantón está modificado por efectos como la inflación, el mercado de trabajo, los salarios, el nivel de crecimiento o recesión de la economía del país.

El **entorno tecnológico** hace referencia a todos los avances científicos, cuya aplicación permite el mejoramiento de los productos y servicios y, por consiguiente, del nivel de vida de los individuos. El conjunto de informaciones relativas a los avances tecnológicos puede provocar la modificación de la imagen de algunas empresas, sobre todo en determinados sectores, como el de la electrónica, o el de la informática, donde el factor tecnológico se convierte en una determinación significativa básica para la formación del tipo de la organización.

El Entorno **Medioambiental**: tiene que ver con la situación, las características y la protección del medio ambiente a nivel general, como el uso adecuado de los recursos escasos, los niveles de contaminación medio-ambiental. Ejemplo: el caso de la explosión de una planta nuclear en Chernóbil, aspecto que repercutió a nivel mundial en la conciencia medioambiental de los individuos.

### 1.7.2 El entorno específico

El entorno específico es aquel que tiene una influencia directa sobre la organización y la formación de la imagen de ésta, a la vez que puede afectar la supervivencia, el crecimiento o el logro de los fines de la empresa. El entorno específico de una organización puede dividirse en:



Figura 10: Entorno específico  
Fuente: Gruning 1992  
Elaboración: Mishelle Moyano

El **entorno competitivo** involucra a organizaciones que concurren en su mismo sector de mercado, ya sea ofreciendo productos similares, o bien productos alternativos o sustitutivos (Tena Millán, 1992: 21; Schoell y Gultinan, 1990: 46). La información originada en las organizaciones concurrentes en nuestro sector de actividad es un elemento de vital importancia para la formación de la imagen.

Ejemplo: la información circulante sobre las últimas innovaciones tecnológicas y los niveles de ventas, como así también la información sobre las ganancias y pérdidas de las empresas, están cuestionando seriamente el liderazgo de IBM. La pérdida del liderazgo por parte de IBM implicaría un fuerte golpe para la imagen de dicha empresa.

El **entorno de trabajo** abarca a las personas que están relacionadas estrechamente con el funcionamiento de una empresa: proveedores, accionistas, distribuidores, grupos de interés, líderes, acreedores, entre otros. La información originada en estos grupos incurrirá en gran medida en la formación de la imagen de una empresa, institución o grupo social.

Por ejemplo, si los líderes de opinión transmiten información negativa sobre la organización (que sus productos no son de buena calidad, que el servicio postventa es malo); esta, influirá decisivamente en la imagen.

Por lo tanto, la información del entorno general y específico es receptada a través de los medios masivos de comunicación, las relaciones interpersonales y el contacto directo que se establece entre los miembros de los diferentes grupos sociales. Es decir la recepción, la interpretación dan lugar a la imagen.

## **1.8 Fuentes de información para construir Imagen Pública**

### **1.8.1 Medios de comunicación.**

Estos juegan un papel muy importante en lo inherente a la recepción de información relativa a las empresas; así como, la diversidad de informaciones que provienen del entorno general y específico que puedan ejercer influencia en la imagen de una entidad.

La información que los individuos pueden obtener de los medios puede ser a través de **mensajes Comerciales** de una organización y de sus competidores; mensajes que son altamente controlables por los anunciantes, pero que son antagónicos con los de la competencia, lo cual puede llevar a una neutralización de contenidos.

Las **noticias**, también emiten informaciones consideradas por los públicos como propias del medio. Aquí cabe señalar la importancia de las organizaciones como productoras de noticias, ya no en el sentido de requerir la atención de los medios, sino como proveedoras de información en formato de noticia para los medios de comunicación.

En un interesante artículo sobre los efectos de los medios de comunicación, desarrolla la idea de que la influencia de la información que los individuos obtienen de los medios masivos dependerá de la «dependencia» que los sujetos tengan con respecto a los medios, y del «uso» que hagan de ellos, en la cual vincula directamente dos líneas de investigación complementarias de la comunicación de masas: la teoría de la dependencia y la perspectiva de los usos y gratificaciones. (Martínez, 1993, p. 98)

(Capriotti, 2013) Manifiesta que “la dependencia de los individuos de los medios es consecuencia de una situación en la que la experiencia individual de la realidad social es en muchas ocasiones limitada, en relación con la parte de ella que cada uno de nosotros conoce por mediación de los más media”. (p. 99)

De esta manera, los medios se establecen como un fuente que puede ejercer una importante influencia en la imagen corporativa, ya que son ellos quienes proveen al individuo de informaciones sobre aquellos ámbitos que se encuentran fuera de su alcance personal, y fundamentalmente del entorno general, por lo que contribuyen a conformar la realidad general en la que vive el sujeto. (Capriotti, 2013, pág. 100)

Este autor enfatiza en que los medios constituyen un soporte muy valioso para potenciar la imagen corporativa de una empresa o institución y también de las personas o grupos sociales. La información que esta provee contribuye a la comprensión sociológica de la forma de ser de hombres e instituciones.

## **1.8.2 Las Relaciones Interpersonales**

Otra fuente de información son las relaciones interpersonales. De acuerdo con ésta teoría las personas son más influenciadas por las relaciones personales que mantienen con sus pares que por los mas media; pues, los elementos que intervienen en el momento de la ejecución de los mensajes cara a cara son más influyentes que aquellos que se producen a través de los medios tecnológicos.

Así, la imagen que tenga una persona de una organización o grupo de personas influye en la imagen de otros sujetos con los cuales, éste tenga relación.

Dentro de las relaciones interpersonales, cabe destacar la importancia e influencia que los grupos pueden tener, como fuentes de información, en la formación de la imagen corporativa. Algunos autores prefieren utilizar la noción de grupo de referencia para el estudio de la influencia de los grupos en los individuos, debido a que el concepto de pertenencia a un grupo no ha logrado explicar totalmente las diferencias existentes, en muchos casos, entre las normas y valores del grupo y la conducta del individuo. (Capriotti, 2013)

Algunos autores mencionan que hay dos tipos de influencias que el grupo de referencia puede ejercer sobre los individuos: informativa y normativa.

La influencia **informativa** se refiere a la tendencia a aceptar la información que nos llega de otros sujetos como evidencia de la realidad. Puede darse a través de la información transmitida por alguien, o bien por medio de inferencias a partir de su conducta manifiesta. Mientras que la influencia **normativa** es la tendencia a adecuarse a las expectativas de los otros. Dentro de las influencias normativas se pueden reconocer dos tipos: utilitarias y de identificación. La influencia **utilitaria** es la búsqueda del individuo del cumplimiento de las expectativas que los otros sujetos tienen acerca de él, con el fin de obtener recompensas o evitar castigos. La influencia de **identificación** se presenta cuando el sujeto utiliza las normas y valores del grupo como guía de su propia conducta. (Capriotti, 2013, pág. 103)

### **1.8.3 La Experiencia Personal.**

A través de la experiencia personal, los públicos establecen un contacto directo con las organizaciones. Normalmente, los individuos no interactúan solamente con una empresa, sino que pueden establecer una relación directa con muchas de las firmas que concurren en un mercado, con lo cual no sólo obtienen información de

primera mano de las organizaciones, sino que también pueden experimentar las posibles diferencias entre unas y otras. Sin embargo, es conveniente señalar que no se debe considerar la experiencia individual como totalmente directa, sino que, más bien, puede encontrarse enmarcada e influenciada por las interacciones personales y las comunicaciones masivas (Stroebe y Jonas, 1990, p. 176).

La Experiencia Personal Comercial de los individuos con las organizaciones puede ser directa, a través de la interacción de las personas con la organización como sujeto; e indirecta, por medio del uso o consumo de sus productos o servicios. La «experiencia personal directa» se refiere al servicio, atención y trato personal que la empresa, como entidad, presta a los individuos, ya sea a nivel de gestión como de relación, por medio de los integrantes de la empresa, es decir, sus empleados. (Capriotti, 2013, pág. 105)

Las relaciones personales son formas directas de relacionarse con los demás; por tanto, es más fácil el establecer relaciones más estrechas y por ende obtener información primaria, este aspecto incidirá directamente en las empresas sean públicas o privadas o en las sociedades. Otro aspecto que tiene injerencia en las relaciones sociales son las comerciales pues la adquisición de los diferentes productos sea en tiendas, abarrotes o centros comerciales promueve también la obtención de informaciones que inciden directamente en la formación de la imagen.

### **1.9 Ventajas de una buena imagen pública**

A continuación se exponen algunas de las ventajas que motiva a la organización para invertir en su imagen:

- Logra una buena percepción por parte de los clientes o consumidores
- Aumento del número de clientes o consumidores finales
- Diversidad de proveedores
- Desarrollo de un ambiente de laboral más agradable
- Maximizar las utilidades de la empresa
- Modificar y mejorar los espacios de la empresa
- Atraer nuevos colaboradores, que enriquezcan la fuerza laboral de la organización
- Contribuir con las actividades de mercadotecnia
- Obtener una ventaja competitiva
- Mantenerse a la vanguardia en los gustos del público

- Lograr identificación con los clientes
- Desarrollar lealtad por la marca, empresa o producto

La competencia entre personas, organizaciones, marcas y productos es cada día más evidente en todos los mercados locales, nacionales e internacionales; así que cualquier elemento que genere una ventaja competitiva es usado de forma inmediata por personas y empresas.

Así en este contexto, la imagen se vuelve un elemento importante, más no esencial; dado que dice mucho al cliente sobre la calidad o la seriedad de un producto o servicio y proporciona elementos para evaluar la eficiencia del mismo.

La imagen institucional aborda el conjunto de actividades comunicativas que se deben realizar en la empresa para expresar su identidad y fincar una reputación pública positiva, lo que genera que el público se identifique con la empresa, la marca o el producto; de esta forma se lograra colocar el producto en el mercado y por ende se logran los objetivos económicas de la compañía.

Finalmente, es importante mencionar que en caso contrario, las principales empresas a nivel mundial estructuran con sumo cuidado el tipo de imagen que pretenden proyectar a sus diferentes públicos; es decir, realizan una revisión de la mecánica de comunicación que establecen normalmente con sus diferentes públicos, revisan cotidianamente la percepción que los diferentes públicos tienen de sus mensajes comunicativos (marca, productos, la compañía), evalúan su impacto y realizan las modificaciones correspondientes. (Hernández Rivera, 2014, pág. 89)

En cuanto a una persona, la imagen reflejada en el aspecto físico o verbal, expresa mucho del individuo; sin embargo tampoco es lo esencial, ya que la imagen debe ser sustentada con conocimiento, habilidad y destreza y otros elementos éticos que de ser considerados proporcionarían una percepción más cercana a la realidad del individuo.

La imagen personal y la empresarial pueden llegar a sufrir algunas fracturas o desmoronarse por completo con un simple descuido, así pues, una imagen no se puede adquirir de la noche a la mañana, ésta se forma con el transcurrir del tiempo y con una debida dirección en su desarrollo.

## **CAPÍTULO II**

### **JARAMIJÓ Y LOS ASPECTOS HISTÓRICOS QUE INFLUYEN EN LA IMAGEN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL PESCADOR ARTESANAL**

Desde tiempos inmemoriales la historia de pueblos ubicados al margen de los corredores del Pacífico se ha caracterizado por ser vías de comunicación entre los diferentes continentes, desde este punto de vista:

Jaramijó es un cantón histórico y cultural por tradición, anteriormente conocido como Jaramiassu, actualmente “caleta de pescadores”, donde se asentaron culturas procedentes del continente Asiático, antes de la conquista de los españoles. Hombres de estatura mediana, de ojos rasgados y de piel canela; con altos conocimientos y habilidades desarrolladas en el arte de la pesca, que salieron de su lugar de origen para buscar nuevas oportunidades y fueron arrastrados por las corrientes hasta este perfil costanero. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2016)

Estos espacios geográficos no solo han recibido la influencia de etnias extranjeras sino también de culturas como la Haraway proveniente del Guayas; que en alianzas establecidas con ciertos hombres de Jaramiassu crearon una nueva confederación. Fueron denominados dioses del mar, por dominar todos los secretos del arte de la pesca.

## 2.1 Estructura social del Cantón Jaramijó



Figura 11: Símbolos cantonales, Escudo y Bandera de Jaramijó

Fuente: upload.wikimedia.org.  
Elaboración: Mishelle Moyano

## 2.1.1 Ubicación Geográfica



Figura 12: Mapa geográfico del Cantón Jaramijó

Fuente: (Semanario del Cantón Jaramijó, 2016)

Elaboración: Mishelle Moyano

Manabí tiene 24 cantones, y uno de ellos es el cantón Jaramijó. Fue creado un 28 de abril de 1998 de conformidad con el Registro Oficial No. 306. Al norte limita con el Océano Pacífico; al sur con Montecristi; al este con Portoviejo y al Oeste con Manta. Abarca una superficie de 96.80 km<sup>2</sup>. El sistema hidrográfico no es importante. Solo constan dos esteros: Jaramijó y Chilán, que solo aparecen en época de invierno, pero en verano se secan inmediatamente.

La temperatura media anual fluctúa entre los 25 a 29 ° C. en lo que se refiere a la flora se menciona que en el sitio "El Tambillo" se encuentra el ceibo que sirve como alimento de los animales vacunos; algarrobo, cactus, perilla, moyullo, eucalipto, pechiche, palo santo, cascol, granada, palo de cereza, palo de mate y otras variedades. Una gran cantidad de fauna silvestre se encuentra en la reserva adyacente a la Base Naval de Jaramijó: oso perezoso, ardillas, venados, chivos, zorros, culebras, palomas, y a orillas de la playa que circunda a este cantón se hallan gallinazos, pericos, pelícanos, lagartijas, pecho rojo (Copete Rin), chaguizas, garrapateros, golondrinas, loros, chagues, palomas azules, palomas frijolerías; entre los animales acuáticos más importantes están: cangrejos, churros, caritas, pinchaguas, camotillos, caballas, morenas, entre otros; así como una gran variedad de insectos y animales domésticos.

## **2.1.2 Aspectos Demográficos**

### **a) Población**

Según el INEC (2010) “Jaramijó tiene una población de 18.846 habitantes donde el 51.45% corresponde a hombres y el 48.55% está representado por el sexo femenino, estos porcentajes difieren de las estadísticas nacionales, donde la población femenina es mayor con un 50.44%”.

### **b) Etnia**

Se entiende por etnia a un conjunto de personas que pertenecen a una misma raza y generalmente a una misma comunidad lingüística y cultural. También se dice que etnia es una comunidad humana que comparte una comunidad cultural que permite a sus integrantes sentirse identificados entre sí. (definicion.de/etnia/2012, p.17)

En función del último censo de población de hace diez años atrás, se considera que la etnia que representa a este cantón en su mayoría son mestizos.

### **c) Edad**

Según las estadísticas del INEC 2010 la población de Jaramijó es mayoritariamente joven y la edad promedio es de 25 años de edad, lo que representa altas posibilidades de desarrollo y emprendimiento para la zona.

### **d) Actividades que sustentan a la economía del cantón Jaramijó**

La población económicamente activa del Cantón Jaramijó provincia de Manabí está conformada por 8.504 personas, lo que representa el 42.6% de la población total, los mismos que se encuentran distribuidos en las diferentes actividades laborales que dinamizan la economía del cantón.

Como contraste de lo anterior, el desempleo en Jaramijó ha aumentado en los últimos años, del 10% en el 2001 al 14.1% en el 2010. Cifra aplicada en toda la provincia de Manabí, debido a la poca oportunidad que tienen, en especial, las personas de escasos recursos económicos.

Jaramijó, provincia de Manabí recibe recursos económicos por parte del estado para la elaboración de proyectos que faciliten el desarrollo de las principales actividades

económicas del lugar, un buen ejemplo es el Puerto Pesquero Artesanal, construido recientemente. La finalidad es favorecer a los 2.500 habitantes que se dedican a la pesca artesanal; proporcionado un área adecuada para el desarrollo asertivo de actividades de pesca como: desembarque, eviscerado y comercialización de mariscos y pescado.

Con lo anteriormente expuesto, se evidencia el arraigo existente entre los habitantes de Jaramijó y la actividad ancestral de la pesca; según las estadísticas de los últimos años, este es el foco de la economía local. Cientos de familias se dedican a la pesca y venta de mariscos, pero también se ven comerciantes que desarrollan su actividad a lo largo de las principales calles del cantón o desde negocios improvisados en su área de residencia.

En cuanto a los servicios de alojamiento y de restaurantes, de acuerdo al estudio de campo ejecutado se observó un escaso número de establecimientos que oferten este tipo de prestación social; existen dos hoteles y un motel que brinda el servicio de dormitorios; en cuanto a restaurantes, se notó un visible desarrollo de esta actividad, gracias a la construcción del Puerto Pesquero Artesanal. En este lugar se han instalado diez comedores que ofrecen desayunos y almuerzos de comida típica de la zona; parámetro que ha permitido la reactivación económica, las madres de familia y sus hijos son los encargados de preparar los alimentos. Además, existe un restaurante que brinda confort y comodidad a los turistas que llegan a este libérrimo cantón.

Jaramijó cuenta con una Cooperativa de Transporte, llamada “Cooperativa Jaramijó”, la misma que facilita la transportación a los comuneros y turistas, desde las 05h00 a 18h00, cuyo pasaje cuesta 0.50 centavos. Atraviesa el centro de la ciudad, debido a que no posee un terminal terrestre propio. Los habitantes y viajeros no pueden llegar directamente a Jaramijó, deben llegar a la Terminal terrestre de Manta y buscar un bus, taxis o tricimotos para trasladarse hasta el puerto. Los viajeros también pueden llegar vía aérea mediante vuelos comerciales internos desde Quito o Guayaquil. Se encuentra ubicado a 15 minutos del cantón. (Ricaurte Yépez & Santa Mejía, 2015)

#### **e) Cultura**

En lo inherente a cultura, existe una biblioteca municipal pequeña, dispone de un número limitado de libros y presta su servicio a estudiantes y adultos que lo necesiten. Se considera pertinente que se promueva otras actividades culturales y

artísticas, como teatro, pintura, etc., La Iglesia del Señor de los Milagros, es una edificación simbólica del catolicismo, su infraestructura y caracterización de conceptos cristianos en lo que a diseño arquitectónico se refiere. (Ricaurte Yépez & Santa Mejía, 2015)

## **2.2 Evolución histórico-social de la imagen del pescador artesanal.**

Es importante realizar un breve análisis sobre la evolución de la pesca artesanal y el impacto en la percepción que proyectó años atrás frente a las nuevas facilidades que brinda. En contraste la información que se describe a continuación es un breve relato de las carencias de los pescadores artesanales de Jaramijó. Gladys Contreras en un artículo enfatiza la realidad social de los pescadores artesanales: sus problemas, dificultades y demás carencias para enfrentar sus necesidades en épocas pasadas.

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 infraestructura, de recursos comerciales 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. (Contreras, 1987, pág. 50)

Se evidencia que desde siempre la situación socio económica de los pescadores artesanales están invadidas de situaciones que impiden un real aprovechamiento de su trabajo, pues este se ve influido por los intermediarios, quienes se benefician del trabajo fuerte de los gestores de la economía del pueblo de Jaramijó. Por tanto, es urgente considerar estas carencias y que las autoridades de turno establezcan estrategias para cubrir las demandas de este sector, sea a nivel social, económico y comportamental, aristas que permitirán discernir ampliamente la imagen del pescador y su incidencia en la sociedad actual.

### **2.2.1 Características de la actividad pesquera artesanal.**

Se fundamenta en:

La forma de producción, tipo de embarcaciones que utilizan, la manera rudimentaria, tradicional de pescar, tipo de peces que recogen los pescadores artesanales; y la forma de procesamiento y almacenamiento.

En cuanto al procesamiento no hay una adecuada conservación ni manipulación del pescado antes de llegar al consumidor, no contaban con equipos de conservación, refrigeración que contribuya a la cadena de frío (carencia de hielo), y por ende los productos que llegaban a la costa no eran aptos para venderlos en los mercados e indica que “Para mejorar esta fase es necesaria la asistencia técnica, el crédito y frigoríficos en los lugares de desembarque, así como facilidades de almacenamiento del producto.” (Contreras, 1987, pág. 51)

En cuanto al almacenamiento se entiende que no había necesidad, pues se comercializaba de manera directa a los intermediarios que contaban con capital y estos contaban con los medios necesarios para conservar el producto hasta que llegue al consumidor final; la producción no fue a gran escala y se vendía en los mismos puertos; los precios no eran justos, no compensaban al pescador su esfuerzo y no permitían al pescador cubrir las demandas económicas; sin embargo debido a que el producto pasa por muchas manos antes de llegar al consumidor, los precios iban en aumento a beneficio de los intermediarios.

Desde siempre las deficiencias de infraestructura incidieron en una buena operatividad del sector pesquero artesanal del puerto de Jaramijó.

### **2.3 Agentes externos que influyen en la imagen del pescador artesanal**

Entre las instituciones que han apoyado en la mejora de la imagen del pescador se puede mencionar las siguientes:

#### **2.3.1 Organización Latinoamericana de desarrollo para la Pesca (OLDEPESCA)**

El propósito fundamental de la Organización es atender adecuadamente las exigencias alimentarias de América Latina utilizando su potencial de recursos pesqueros en beneficio de sus pueblos, mediante la concertación de acciones conjuntas tendentes al desarrollo

constante de los países y al fortalecimiento permanente de la Cooperación Regional. Los países miembros y participantes de OLDEPESCA son: Belice, Bolivia, Cuba, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guyana, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela. OLDEPESCA es una persona jurídica de Derecho Internacional Público con sede en la ciudad de Lima, Perú, fue creada en 1982 con el propósito de promover la cooperación y concertación en el área pesquera entre los países de la región. (oldepesca.com, 2016)

### **2.3.2 Federación Nacional De Cooperativas Pesqueras Del Ecuador**

La FENACOPEC, es una organización que incide en la toma de decisiones y aporta en la creación de las políticas pesqueras y públicas; además forma parte de la Junta Directiva del Instituto Nacional de Pesca, El Consejo Cooperativo Nacional, Foro Mundial de pescadores de la WFF, es parte de la alianza de soberanía alimentaria de los pueblos de América Latina y el Caribe. Participa en diferentes plataformas internacionales: CIP, FAO, Naciones Unidas en la WWF, etc.

FENACOPEC con el aporte de los pescadores artesanales crean proyectos de fortalecimiento organizacional, de modernización de la flota pesquera artesanal, crea planes de manejo de dorado y tiburón cuyo fin es una pesca responsable y sustentable, proyectos de chatarrización de motores fuera de borda, de viandas, reposición de motores robados, de regulación de las artes de pesca, recambio de botellas por boyas ecológicas, proyecto de kit de seguridad, intervención del seguro campesino y pesquero, y el seguro pesquero de embarcaciones y motores, finalmente ayudan a cuidar mares recolectando la basura al llegar al puerto, entre otros.

La FENACOPEC impulsó, gestionó el combustible de pesca artesanal, y en la construcción de depósitos de combustibles a las organizaciones de pescadores. Proyecta planes pilotos en el campo de la maricultura (macro algas, cultivo de camarón en jaula, tilapia), y activamos en el campo de la acuicultura con pequeñas piscinas camaroneras. Nuestros pescadores tienen la gran responsabilidad de cuidar las áreas concesionadas de manglares, aportamos en la creación de los muelles, facilidades pesqueras. (Sector Pesquero Artesanal del Ecuador, 2015, pág. 1)

La pesca artesanal en el Ecuador tradicionalmente se la ha realizado en el perfil costero ecuatoriano, insular y aguas interiores en sus 295 caletas pesqueras.

De acuerdo a los registros de **FENACOPEC** existen en la actualidad 120.000 pescadores artesanales a nivel nacional, que contrasta con el dato emitido según el censo de la SRP (Subsecretaría de Recursos Pesqueros) que publica 59.616. Así mismo se cuenta con 19.600 embarcaciones. Mientras que los pescadores están conformados de acuerdo a la siguiente clasificación:

- a. Recolector
- b. Buzo
- c. Pescador artesanal
- d. Armador artesanal.

#### **2.4 Estructura económico – productiva del cantón Jaramijó**

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) la pesca tanto industrial como artesanal, es una de las fuentes más importantes de alimentos en el mundo (proteína animal); como parte de uno de los objetivos del Buen Vivir, está considerado el tema de la correcta nutrición para la población, especialmente a los grupos vulnerables de la sociedad. Nuestro país conoce las bondades y beneficios nutricionales del pescado, producto rico en proteínas y su aceite es recomendado para ciertos problemas del sistema circulatorio.

Durante los últimos 4 años con el presente gobierno se ha generado cambios en el sector pesquero artesanal con la construcción de infraestructuras y adecuaciones en los Puertos más representativos y con mayor número de pescadores artesanales, teniendo como prioridad brindar apoyo a este sector que sin duda alguna contribuye al desarrollo económico del cantón. Es una actividad que genera fuentes de trabajo en diferentes áreas como por ejemplo: transporte, comercio, gastronomía, vendedores de embarcaciones, vendedores de repuestos, venta de comidas, entre otros.

Los canales de distribución enfrentan diversas variables que son propias del mercado pesquero, existe la participación en gran medida del comercio informal; y sin duda los factores que se involucran directamente con la actividad pesquera son: La inestabilidad de la oferta que depende de la temporada; la inaccesibilidad a los mercados, la carencia de cuartos fríos para la conservación del pescado; la comercialización es poco eficiente, en

su gran mayoría los pescadores entregan sus productos a los intermediarios, mismos que los explotan pagando por el producto lo que a ellos les conviene.

#### **2.4.1 Herramientas de trabajo**

Las embarcaciones artesanales son aquellas que tienen un periodo de independencia o autonomía muy corto en alta mar, algunas de apariencia muy rústica y otras que no están dotadas de aparatos tecnológicos muy sofisticados para la navegación y detección de grandes cardúmenes de especies, mientras que algunas cuenta con algunos implementos de navegación electrónica, otras no poseen capacidad de almacenamiento, como las balandras y los botes de madera. (INP, pág. 7)

**Balsa:** Conjunto de tres o cuatro troncos de balsa unidos con trincas o pernos, constituyendo una plataforma flotante; su medio de propulsión es a remo o vela. Fue la primera construcción artesanal aborigen para la pesca y utilizada también como medio de transporte.

**Bongo:** Embarcación constituida de una sola pieza o tronco de árbol, rústico y muy angosto, no se puede diferenciar la proa de la popa, sin quilla y de propulsión a remo.

**Canoa:** De apariencia y característica similar a la del bongo pero con mejor acabado.

**Bote de Madera:** Embarcación con proa y popa bien diferenciado y cuya estructura de construcción posee quilla, cuaderna forrado de madera, su motor puede estar fuera de borda o estacionario. Con o sin cubierta.

**Bote de Fibra de Vidrio:** Estructuralmente sin cubierta, construida con material de resina y fibra de vidrio, con alta capacidad de desplazamiento y con una pequeña bodega (cerca de la popa), para la captura. Propulsión F/B (fuera de borda). Cerca de la proa posee un compartimento para adujar los artes.

**Balandra:** De motor estacionario para su propulsión, cuya principal característica es poseer un mástil con vela. Tiene cubierta y una bodega para guardar la pesca, su autonomía es de 5 a 10 días.

**Barco:** Es el tipo de embarcación artesanal más completo (posee quilla, cuaderna. Roda, codaste, mamparo, entre otros). Además de la cubierta y el puente de gobierno tiene

equipos de navegación electrónica y detección de cardúmenes. Su autonomía fluctúa entre los 8 y 15 días, con motor estacionario.

**Chinchorrero:** Embarcación con características similares a la fibra de vidrio, tiene compartimentos para brindar más estabilidad y para poder guardar lo que se necesite.

**Velero:** Como su nombre lo indica, funciona a vela, este tipo de embarcación ha ido perdiendo terreno para la pesca artesanal ya que muchos pescadores prefieren embarcaciones con motor.

#### **2.4.2 Artes de pesca.**

Las artes de pesca utilizadas por los pescadores artesanales de Jaramijó varían de acuerdo a la especie que deseen extraer y a la zona en dónde se realizan las faenas, así también depende del tipo de embarcación que se utilice. De esta manera tenemos:

**Red de enmalle:** Es un arte constituido por un paño de malla de una sola pared con una misma longitud de luz de malla y generalmente de hilo.

**Línea de mano:** Es un arte sencillo conformado por un carrete en el que va adujando un largo cordel. En el que se aseguran a distancias variables uno o varios reinales cortos en los que se coloca el anzuelo con la carnada; en un tramo o parte libre del cordel principal lleva un peso.

**Espinel o Palangre:** Es uno de las artes de pesca más utilizadas por ser un arte muy versátil y pasivo que lo pueden maniobrar el mayor número de embarcaciones artesanales.

#### **2.4.3 Productos**

Lo que generalmente caracteriza la pesca artesanal es la peca blanca, o de la especies como el lenguado, dorado, cabezudo, roncadador, bonito, carita, corvina, pargo, mismos que se encuentran en toda la costa; para regular la preservación y reproducción de las especies se establecen “vedas” lo que ayuda a generar equilibrio en el ecosistema. Además para la pesca artesanal es muy importante la temporada climática que se esté atravesando ya que en invierno y verano cambia un poco los productos debido al calentamiento de las corrientes marinas.

#### 2.4.4 Cadena de producción

En general la cadena de producción de la pesca artesanal conlleva algunas actividades básicas como se aprecia en la siguiente figura:



Figura 13: Cadena de producción

Fuente: Investigación realizada en el Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó

Elaboración: Mishelle Moyano

#### 2.5 Aportes de la pesca

Los aportes de la pesca artesanal en la población es importante y más si hablamos en términos de económicos ya que gracias a esta actividad existe mucho flujo de capital porque se abren un abanico de “efectos” en los seres humanos como: Fuente de alimentación, genera empleo, genera ingresos económicos a las familias, y de manera directa influye en el modo y calidad de vida de los pescadores artesanales.

Al hablar de Jaramijó “Caleta de pescadores”, automáticamente reconocemos que la principal actividad de esta zona es la pesca, por ende todo gira en torno a la misma.

#### 2.6 Efectos de la pesca artesanal en el medio ambiente

Los efectos en el medio ambiente son básicamente tres: el primer grupo son las especies comerciales primarias, donde se incluyen las especies de la pesca blanca; el segundo grupo son las especies no objetivo; y, finalmente los efectos positivos y/o negativos en el ecosistema marítimo a causa de la pesca.

### **CAPÍTULO III**

## **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

En este apartado se sintetizarán los aspectos más representativos que caracterizan al pescador artesanal; se va a definir los elementos a diagnosticar, a partir de la metodología que se va a utilizar para el análisis de la imagen pública; posterior a esto se presentará el análisis de los resultados de la aplicación práctica de la metodología.

### **3.1 Situación Actual de la Imagen del Pescador Artesanal de Jaramijó.**

Hasta el momento no existe un procedimiento documentado donde recoja información inherente a aspectos relacionados con la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó, con temas relacionados a la atención al cliente, normas de actuación que deben seguir para alcanzar la satisfacción de sus consumidores; por lo tanto no se conoce si la imagen percibida por el público se encuentra, en estado positivo.

Toda la información que se ha descrito a lo largo de este trabajo de investigación relacionado al pescador artesanal de Jaramijó, desde sus aspectos en la estructura social, económica y productiva; han permitido captar la influencia de sus entornos que repercuten en la imagen que proyectan a la sociedad. Esta investigación propone el análisis de aquellos factores que potencialmente podrían ocasionar un deterioro en la imagen pública del pescador artesanal. Se trata de diagnosticar, los elementos existentes que se manifiestan negativamente y que repercuten de esta forma en la imagen proyectada por los pescadores artesanales. Algunos de estos aspectos están directamente relacionados con la comunicación no verbal, misma que como ya revisamos en el primer capítulo, está compuesta por mensajes transmitidos por el cuerpo, la entonación o el énfasis que se le da a las palabras, la expresión facial y la distancia física entre el receptor y el emisor y por tanto este lenguaje puede complicar la interacción con el cliente; por lo que se debe prestar debida atención en estos casos, pues puede existir contradicción entre lo que se dice literalmente y los gestos que acompañan ese mensaje. Por tal motivo se retoma la coherencia de los elementos de la imagen, como clave del éxito de una organización, como se describió anteriormente para crear el concepto de imagen pública, es necesario unir las seis imágenes subordinadas con todos los elementos que la integran.

Sin embargo, todos estos estímulos que se generan dentro de este gran cúmulo de información, deben ser coherentes a la hora de establecer la comunicación. (Romeo Ferrán & Milán Graell, 2011).

### **3.2 Criterio a utilizar para diagnosticar la imagen que proyectan los pescadores artesanales del puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó**

Después de una amplia revisión bibliográfica y analizando cada uno de los criterios a tener en cuenta para hacer el diagnóstico de la imagen que debe proyectar un sector, organización o personas ante su público objetivo, y de tener identificados los tipos de imagen, elementos y demás; tomaremos como referencia para llevar a cabo este diagnóstico, los tipos de entorno que ayudan a comprender lo que una “imagen pública” proyecta y que fueron definidos anteriormente en el marco teórico. Estos dos tipos de entorno general y específico que mencionaremos a continuación serán analizados nuevamente ya que es necesario destacar en cada caso las características que definen a nuestros sujetos de estudio como observamos a continuación:

Entorno General:

- Entorno Político-Legal
- Entorno Socio – Cultural
- Entorno Económico
- Entorno Tecnológico
- Entorno Medioambiental

Entorno Específico:

- Entorno competitivo
- Entorno de trabajo

Todos los factores que participan en el entorno tanto interno como externo y que intervienen en la imagen que proyecta este sector ante su público objetivo y son por tanto el análisis de cada uno de estos elementos herramientas fundamentales para hacer un diagnóstico general de la imagen pública de los pescadores artesanales de Jaramijó y su aporte en la economía local.

### 3.3 Análisis de las entrevistas

#### CUESTIONARIO

Luego de haber aplicado un cuestionario con 18 preguntas a tres personajes que son autoridades y personajes representativos de la localidad se infiere que en lo referente al **indicador 1 Información General:**

Con respecto a la pregunta: **¿Qué significado tiene para usted el pescador artesanal?**

En forma unánime responden que ellos son héroes, porque el trabajo que realizan es muy riesgoso, y sin duda hay que tener pantalones para perderse tantos días en el mar. Se trata de un hombre valiente que arriesga su vida por obtener el sustento diario para su familia, es quien impulsa la economía de un sector y transmite sus conocimientos a las demás generaciones para la supervivencia, mantenimiento del ecosistema y sus tradiciones que forman parte de su historia.

Sin embargo, se debe a la hora de hablar de pescador artesanal es importante establecer diferencias entre artesanal e industrial. La pesca artesanal es la captura de peces del mar con sus habilidades ancestrales, con su sapiencia, su sabiduría de pescador mientras que el pescador industrial hace lo mismo “pesca” pero con otros instrumentos que le permiten alcanzar mayor cantidad de pesca. El pescador vive, tiene su razón de ser es un trabajador del mar.

Con respecto a la segunda pregunta: **¿Cuál es el número aproximado de pescadores artesanales a nivel nacional y en el cantón Jaramijó, existe alguna clasificación?**

La mayor parte de habitantes de Jaramijó son pescadores. Estos pueblos son cosmopolitas es decir el habitante vernáculo es menor porque aumenta la población migrante; sin embargo la mayor parte de gente ha vivido de la pesca por eso su nombre “Caleta de pescadores”, su etnia es el Cholo pescador.

En Jaramijó de acuerdo con el censo realizado el año pasado por el MAGAP son 2.900 pescadores activos; lo que significa que un 85 % de población son pescadores artesanales. Sin embargo, de acuerdo al último censo pesquero a nivel nacional se coincide que hay 59.616 pescadores *artesanales desde Esmeraldas por toda la costa del litoral ecuatoriano se calcula aproximadamente unos 800.000 pescadores.*

En la pesca artesanal no existe clasificación, la pesca al ser manual es artesanal, si se utiliza algún medio adicional deja de ser manual y deja de ser artesanal. Lo que sí tienen es diferentes tipos o formas de los instrumentos para pescar que siguen siendo manuales y sin duda son parte de la pesca artesanal.

En lo referente a la tercera pregunta: **en términos de género, conoce la cantidad aproximada de mujeres pescadoras artesanales que desarrollan esta actividad en este Puerto.**

Coinciden en manifestar que en la mayor parte de caletas el hombre es el jefe de la casa por tanto es quien se dedica a la pesca; las mujeres intervienen en el proceso de la pesca: limpieza, distribución, comercialización. La mujer vende, ella lleva el dinero a la casa, el hombre solo pesca y chupa.

Se considera que aproximadamente hay entre 100 a 150 mujeres que se encuentran afiliadas al seguro pesquero, cooperativas y asociaciones pesqueras artesanales, quienes representan a sus esposos cuando ellos se encuentran en faenas de pesca.

**Analizado el indicador 2: evolución de la imagen del pescador**, con respecto a la primera pregunta, **en calidad de autoridad, describa el proceso evolutivo de la imagen pública del pescador artesanal.**

El cholo pescador, nunca ha necesitado cuidar el concepto de imagen pública, a él, solo le interesa vivir, pero él vive feliz con sus condiciones y vivencias. Él no trabaja la imagen pública, porque no sabe que es la imagen pública, ni le interesa. Se viste de blanco para la fiesta porque esa es la costumbre.

En el cantón Jaramijó y en todas las caletas pesqueras de nuestro país, la pesca artesanal sirvió, en un principio, para socorrer las necesidades individuales en cada rincón costero del Ecuador, pero transcurrido el tiempo se incrementó la producción lo que hizo de esta actividad un comercio floreciente que refuerza potencialmente la economía a nivel nacional.

Con el devenir de los tiempos la pesca ha evolucionado paulatinamente, de tal forma que si al inicio se la realizaba en la playa, sin las normas básicas de higiene y de seguridad; en la actualidad disponen de insumos que coadyuvan a un mejor proceso de comercialización. Antes era común observar a los pecadores descalzos pero poco a poco

han cambiado la mentalidad, hoy se ajustan a normas y políticas del puerto pesquero de Jaramijó.

Aún persiste la vida bohemia, su grado cultural limitado, aspectos que inciden para que sean presas fáciles de los intermediarios quienes se aprovechan de lo uno o lo otro y en cierto modo abusan del pescador. Estos factores han influido notablemente en la evolución que proyectan estos héroes del mar.

En cuanto a la pregunta: **Mencione las causas que han favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal.** Sin duda alguna, una causa importante es la construcción del puerto, mismos que están enmarcados en los objetivos del buen vivir. Los pobladores de Jaramijó se sienten identificados, se creó en los pecadores una especie de símbolo y cuidan su puerto, este aspecto ha apoyado a la imagen de ellos que forma parte de la identidad de los pescadores.

También mencionan a la educación, esta ha permitido que los hijos de los pescadores vayan a la escuela, al colegio, hasta a la universidad parámetros que han incidido en el cambio y visión de la actividad pesquera.

Otra causa innegable que ha favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal es el emprendimiento en la gastronomía, comercio, artesanías y turismo. Estos procesos de inclusión productiva incentivan a las asociaciones y organizaciones a tomar el camino de la diversificación productiva y hacerle frente por una parte a la caída de las cuotas de extracción de pescados, pero también adaptar al sector pesquero artesanal al uso del espacio marino con fines económicos.

Cabe mencionar que los entrevistados coincidieron en que los medios de comunicación nos significan un soporte del pescador, al contrario degradan, atacan e invisibilizan el trabajo de este lobo del mar.

Frente a la pregunta: **Desde su percepción ¿Cómo es visto por la sociedad de Jaramijó el pescador artesanal?**

La sociedad respeta al pescador artesanal, lo hace suyo, es parte de la raíz del cantón. Están orgullosos de sus pescadores.

El pescador artesanal de Jaramijó es conocido por la sociedad, como un ente con conocimientos de pesca ancestral, la experiencia y las habilidades tradicionales, son

algunos de los elementos que han dado lugar a que la pesca sea considerada como una de las actividades más peligrosas, loables e importante de esta caleta pesquera.

Los que estamos afuera, los que no son de Jaramijó, son quienes los denigran, critican y no valoran el esfuerzo de ellos por su apariencia, su aspecto, su olor.

**Considera que el trabajo y aporte económico que brinda el pescador artesanal es reconocido por los habitantes de Jaramijó,** con respecto a esta interrogante se mencionó que sí. Hay gremios, cooperativas, asociaciones que respaldan al pescador artesanal por lo tanto se observa un notable apoyo al aporte económico; incluso llegan embarcaciones de otras caletas a descargar aquí, aspectos que generan mayores ingresos. Sin duda, ellos lo reconocen y le dan valor es por eso que la mayor parte de la población está dedicada a la actividad pesquera.

Las especies capturadas para la comercialización y consumo son: picudo, dorado, banderón, gacho, bonito, albacora, sardina, corvinas, perelas, cabezudos, camotillo, entre otros.

**En base a su historia y a su labor ¿Cómo podríamos potenciar la imagen del pescador artesanal de Jaramijó?**

Consideran que una estrategia para potenciar la imagen del pescador es la intervención de instituciones del estado a través de capacitación e inducirlos a convertirse también en “guías turísticos”. Su crecimiento poblacional de los últimos años, ha permitido que tengan una excelente producción pesquera artesanal, que en unión al turismo posee una base económica sólida que le permite al pescador artesanal vivir de sus propios recursos, por lo tanto, en forma clara y determinante reúne las condiciones socio-económicas básicas para su crecimiento sostenido. Ponen de ejemplo a Anconcito, lugar en que los pescadores artesanales son emprendedores porque hacen grupos de turismo.

Con respecto a esta pregunta: **De qué manera la Institución que usted representa contribuye con la imagen pública del pescador artesanal, los entrevistados manifiestan que en primer lugar hacen cumplir las normas de seguridad y políticas internas del puerto, a simple vista se observa un cambio sustancial, pues hay más control.**

También mencionan que el Viceministerio de Acuicultura, Ganadería y Pesca realiza gestión estratégica a través de la aplicación de las políticas y el control de la actividad de pesca, a fin de lograr la preservación y el manejo sustentable de los recursos pesqueros en todo el territorio nacional, razón por la cual, la entidad contribuye con la imagen pública del pescador como un ente responsable.

En la actualidad hay la seguridad de servirse cualquier marisco porque se conoce el proceso por tanto hay seguridad al servirse los alimentos que expenden en el puerto.

En cuanto a la pregunta: **Considera que los medios de comunicación masiva hacen un justo papel en cuanto a transmitir mensajes relacionados al pescador artesanal de Jaramijó, su imagen, su entorno.**

En cuanto a esta pregunta los entrevistados coincidieron que los medios de comunicación masiva atacan, condenan. La tendencia de los medios no es informar sino vender, por ejemplo si algún dirigente no está de acuerdo con algo la prensa le apoya, se presta para desinformar.

Paradójicamente, a pesar de ser un sector altamente productivo e importante para la economía del país, el pescador artesanal no solo de Jaramijó, sino del Ecuador, ha estado en el anonimato, aún en la actualidad no transmiten mensajes relacionados con el pescador artesanal, su imagen y entorno.

Por otro lado comentan que no hay apoyo para fomentar las visitas al Puerto, no resaltan los aspectos positivos, no ayudan a que los demás cantones valoren lo que hacen los pescadores artesanales.

**Desde su perspectiva cuales son los factores que debilitan la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó?**

El Grado cultural sin duda hace que ellos aún se resistan al cambio; otro factor es la capacidad económica, ellos no disponen de capital propio; esto motiva a que se vean obligados a recurrir a los intermediarios, porque la banca privada o pública no otorga microcréditos porque no disponen de garantías para ser acreedores a los mismos.

Este aspecto impide que ellos adquieran herramientas e insumos de trabajo para potenciar la pesca de diferentes especies de pescado, por ende mejorar su situación económica. Estos factores debilitan la imagen del pescador artesanal. Además es

estigmatizado como alcohólico y mujeriego, términos que son usados por la sociedad de manera irreflexiva sin cuestionamientos, parámetros que inciden en la imagen de estos hombres de mar.

**En lo referente al indicador 3: Medios de trabajo y capital con el que cuentan se preguntó lo siguiente:** Mencione las herramientas de trabajo con la que cuenta el pescador artesanal para dedicarse cotidianamente a las faenas de pesca, mar adentro.

En forma general, ellos cuentan con la embarcación, motores fuera de borda, los instrumentos de pesca de acuerdo a la temporada (trasmallo y anzuelo) y su fuerza de voluntad.

**Con respecto a la pregunta: Considera usted como autoridad, que las herramientas de trabajo utilizadas por los pescadores artesanales han ido mejorando a la par del despunte tecnológico.**

**Mencionan que sí, porque en la actualidad** cuentan con la ayuda de radares para incrementar la seguridad de los pescadores, tienen botón de auxilio. Muy pocas embarcaciones cuentan con radio por los altos costos de los mismos. **Además, se han implementado programas de anzuelos circulares y programas para la autorización del trasmallo de piola, entre otros.** Proyectos que son amigables con el ambiente, por ser materiales biodegradables y además protegen especies como las tortugas marinas y las mantarrayas.

**En lo inherente al ítem: Describa las fuentes de financiamiento y el capital que dispone el pescador para el desarrollo de su trabajo como pescador artesanal.**

Apenas el 15% de los pescadores cuentan con capital propio, los demás recurren a la banca pública privada y a los “intermediarios”. Si se compara listas de comerciantes vs listas de pecadores se observa que duplican en cantidad.

**Las personas entrevistadas con respecto a la pregunta ¿Cuáles son las agrupaciones o centros comunitarios que capacitan en diferentes temáticas a los pescadores artesanales?** Coincidieron en que las principales organizaciones que apoyan son el MAGAP, La Administración del Puerto de Jaramijó, Ministerio del ambiente, Viceministerio de Acuicultura y Pesca, Ministerio de Industrias y Productividad, Secretaría Técnica del Mar –SEMPLADES, Consejos Provinciales, Armada del Ecuador,

Ministerio de Hidrocarburos, en alguna medida han contribuido con capacitaciones, pues al ser Jaramijó una población pesquera, sus autoridades son y están relacionadas con la pesca de manera directa e indirecta; por tanto, se encuentran interrelacionados y sienten la obligación de brindar una atención oportuna

En cuando al indicador 4: **Abastecimiento a los mercados y autoconsumo**, se preguntó: **¿Cuáles son las principales actividades económicas que se llevan a cabo en Jaramijó?**

Entre las principales actividades económicas que se llevan a cabo en la caleta pesquera de Jaramijó son: Pesca Artesanal (con aproximadamente 700 embarcaciones, en su mayoría pequeñas fibras y 40 embarcaciones tipo nodriza); comercio informal, los vendedores ambulantes circulan por las calles, a pesar de ser un cantón grande aún persiste la idiosincrasia de pueblo y el turismo en un porcentaje reducido.

Con respecto a la pregunta: **¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal para abastecer el consumo interno de la comunidad?**

No hay organizaciones que de manera exclusiva se enfoquen en el pescador artesanal de Jaramijó; sin embargo, se autoabastece, gracias a su propia fuerza económica, recientemente la Superintendencia de Control del Poder del Mercado ha sido la encargada de regir el abastecimiento interno de la comunidad.

**¿Considera que reciben atención oportuna los pescadores artesanales por parte de las diferentes autoridades de Jaramijó para abastecer de mejor manera el consumo de la población de Jaramijó y de sus familias?** Con respecto a esta pregunta, se mencionó que los controles que se realizan con frecuencia han permitido identificar las necesidades y se ha podido atender de manera oportuna. **La función** principal es mejorar la calidad de vida de los pescadores a través de un puerto digno.

Además las entidades gubernamentales trabajan de manera coordinada con los líderes y dirigentes pesqueros, ellos son los que representan y conocen las necesidades, debilidades y situaciones de los habitantes de Jaramijó.

### **3.3.1 Conclusión general de las entrevistas.**

En esta parte, se enfatiza la necesidad de sugerir a los interesados en realizar estudios sobre los pescadores artesanales tengan cuidado en el tipo de bibliografía que utiliza, en ciertos textos se reproducen una imagen negativa del pescador negativa sin tener argumentos no bases para emitir tales criterios. Por tanto se sugiere, que la mejor manera de conocer y comprender este oficio, es acercándose a las caletas, observando de cerca esta actividad, sus relaciones, y conversar con los pescadores artesanales, quienes por lo general, están dispuestos a un dialogo constructivo.

Además es importante comprender que como estudiantes en formación, se aprenda a reconocer las potencialidades, hábitos y estrategias que en función de su experiencia han desarrollado. No se debe enfatizar en las carencias, problemas o necesidades que presentan estos ciudadanos, sino también en la contribución que prestan para el fortalecimiento económico de la región.

Si bien es cierto que la imagen promovida por la sociedad como negativa, precaria, lo cual puede ser cercano a sus realidad, por una serie de factores que han influido en estos hechos; sin embargo, no es lo único que prevalece en estas comunidades pesqueras artesanales.

*Existe una asociación de pescadores que se encargan de buscar capacitaciones, para intercambiar experiencias.*

*Actualmente Jaramijó tiene prevista la construcción de la sede del Instituto superior de Pesca, para formar pescadores, mecánicos y demás involucrados en la pesca artesanales.*

*La marina le facilita capacitaciones para obtener la matricula de manejo de embarcaciones de mar.*

No sólo se busca a bastecer o satisfacer las necesidades de una población, se busca brindarles las herramientas necesarias para que trabajen y generen sus propios ingresos.

Una muestra de esto es el puerto pesquero artesanal de Jaramijó, que atiende no solo a los pescadores de Jaramijó sino de otras caletas pesqueras cercanas.

Con esta infraestructura los pescadores ya no desembarcan su pesca de manera insalubre y desordenada, ahora pueden embarcar sus fibras de manera segura y dejar sus lanchas acoderadas para que no se estropeen por los oleajes.

Las mujeres de los pescadores también son parte activa de este nuevo proceso de cambio. Tienen los locales comerciales donde expenden comida al público que llega a diario al puerto.

El 9 de mayo pasado se inauguró la escuela del milenio “Guadalupe Larriva”. Con esto se garantiza la educación de los más pequeños, sin embargo los pescadores artesanales se quejan de que los estudiantes que estudian en el colegio antes citado, la mayoría son de Manta, parámetro que declina en reclamo e insatisfacción.

### 3.4 Análisis, tabulación e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los pescadores artesanales del Puerto Pesquero de Jaramijó

#### Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

Tabla 1: Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 20 años	20	7%
De 21 a 30 años	30	10%
De 31 a 40 años	70	24%
De 41 a 50 años	60	21%
De 51 a 60 años	80	28%
De 61 a 70 años	30	10%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

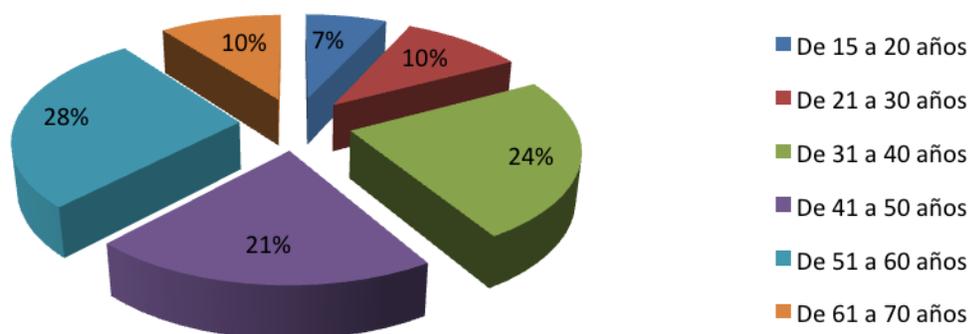


Figura 14: Edad de los pescadores

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

En la tabla 1 y figura 14 se observa que el 28% de los pescadores artesanales encuestados se encuentran en el rango de 51 a 60 años de edad, mismos que estarían considerados como parte de la población no activa; sin embargo se puede notar que la participación de los adultos mayores es representativa y que el arte de la pesca motiva a seguir, sin importar la edad. Además significa que la mayoría de jóvenes o que se consideran población activa no realiza esta actividad hasta llegar a tener más años, por lo general se dedican a otras actividades y la pesca se la está relegando a la población mayor.

## Pregunta 2: ¿Cuál es su sexo?

Tabla 2: Sexo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	274	94%
Femenino	16	6%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

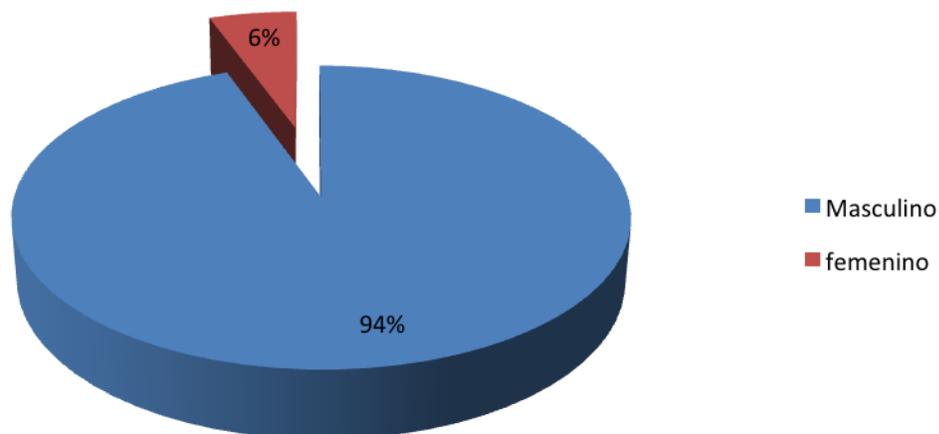


Figura 15: Sexo de los pescadores

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

El arte de pesca desde tiempos inmemorables ha sido catalogado como una actividad fuerte, de riesgo, de valor y generalmente realizada por hombres, como podemos ver esta costumbre no ha cambiado mucho, la presencia de la mujer como pescadora es mínima frente a la presencia de los hombres tal como lo indica la tabla 2 y figura 15.

### Pregunta 3: ¿A qué etnia pertenece?

Tabla 3: Etnia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cholo	273	94%
Mestizo	17	6%
Montubio	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

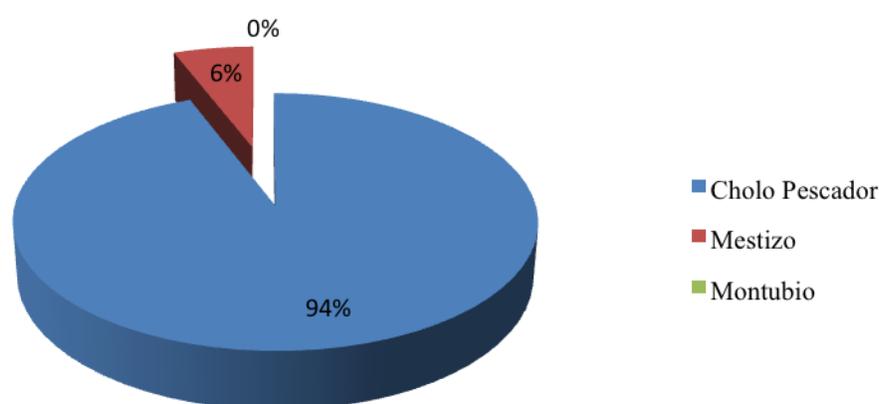


Figura 16: Etnia de los pescadores

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

La etnia con la que se sienten identificados un 94% de los encuestados y con la que se sienten a gusto como se observa en la tabla 3 y figura 16, es como ellos se definen Cholos pescadores, este término es utilizado particularmente a los poseedores de rasgos indígenas.

Entre las diversas teorías sobre el origen de la palabra cholo se dice “que proviene del vocablo nahuatl "xolo" que significa esclavo, sirviente o mesero. Pese a que la constitución garantiza la pluriculturalidad y diversidad de etnias, en el último Censo de Población y vivienda del 2010 en los formularios correspondientes no aparece como parte de las opciones en la selección de etnias los “Cholos”.

#### Pregunta 4: Su vivienda es:

Tabla 4: Tipo de vivienda

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Propia	177	61%
Arrendada	48	17%
Otros (Viven con familiares y no pagan arriendo)	65	22%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

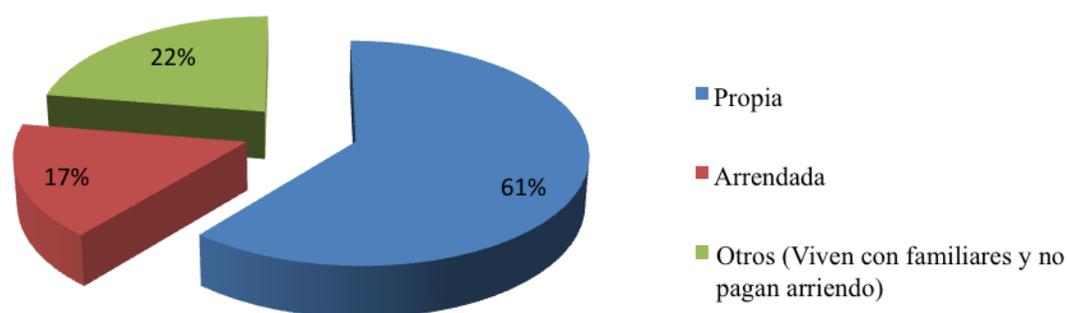


Figura 17: Tipo de vivienda

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

Con la información que se refleja en la tabla 4 y figura 17, podemos notar que un buen número de pescadores artesanales cuentan con vivienda propia y que de una u otra manera cuentan con ingresos para lograr comprar bienes. Por otra parte un 22% vive con sus familiares y no pagan arriendo, mientras que 48 personas que representan el 17% trabajan para cancelar el alquiler de la vivienda.

### Pregunta 5: ¿Qué tiempo que lleva en su actividad?

Tabla 5: Tiempo que lleva en la actividad pesquera

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 20 años	202	70%
De 21 a 50 años	88	30%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

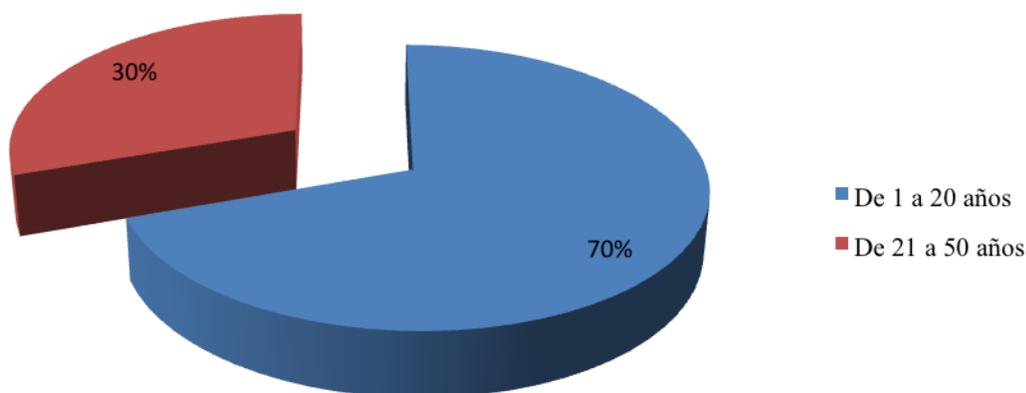


Figura 18: Tiempo que lleva en la actividad pesquera

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

La tabla 5 y figura 18, permiten notar que el tiempo que se dedican a la pesca artesanal es directamente proporcional a la edad de cada individuo, ya que mientras más jóvenes se involucran en el arte de la pesca, mayor es el tiempo que se mantienen activos en la misma. Es por esta razón que actualmente los pescadores en su mayoría son adultos, lo que concuerda con la información de la primera pregunta correspondiente a la edad.

También se nota que la presencia de individuos dedicados a esta actividad de 1 a 20 años representa el 30% mientras que de 21 a 50 años dedicados a la pesca artesanal es el 70% por ciento.

## Pregunta 6: Grado de educación

Tabla 6: Grado de educación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	187	64%
Secundaria	26	9%
Ninguna	77	27%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

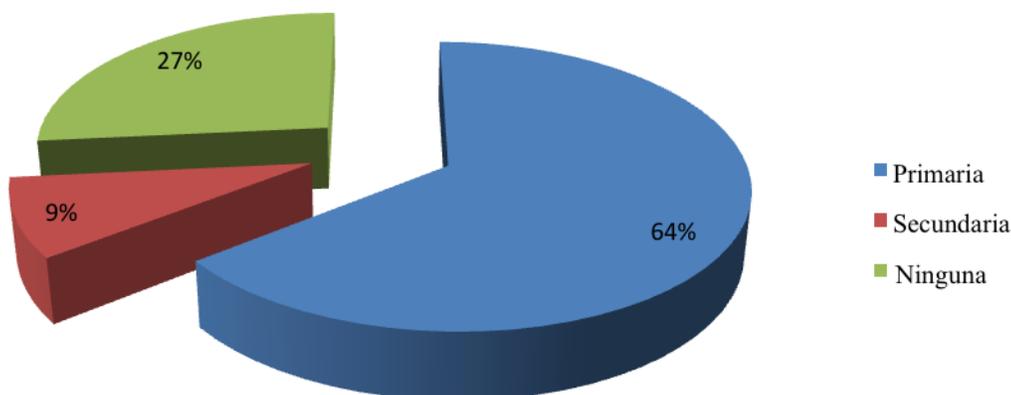


Figura 19: Grado de educación

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

La tabla 6 y figura 19 demuestran que los niveles de educación son los básicos; la mayor parte de la muestra representada por 187 individuos es decir el 64% terminaron solamente la educación primaria. Mientras el 27% (77 individuos) no tuvieron ningún tipo de instrucción formal lo que significa que hay un grado significativo de analfabetismo. Muchos apenas saben leer y escribir su nombre. También nos demuestra que en el arte de la pesca se involucran desde edades tempranas cómo una forma de vida, como parte de las tradiciones familiares y como parte de su identidad del cantón Jaramijó.

A penas el 9% es decir 26 individuos, culminan la secundaria con expectativas de seguir estudiando.

### Pregunta 7: ¿Quién le enseñó el arte de la pesca?

Tabla 7: Responsables de la enseñanza de la pesca

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	273	94%
Amigos	17	6%
Institución Educativa	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

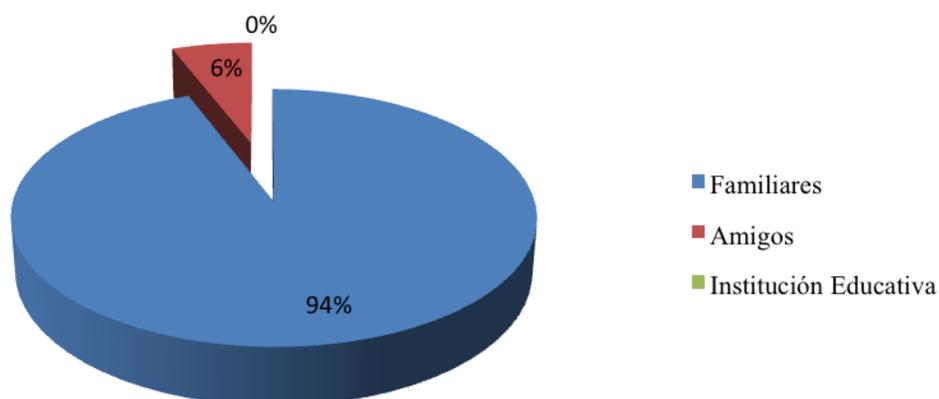


Figura 20: Responsables de enseñar la pesca

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

La Tabla 7 y figura 20 indican que la pesca artesanal es un arte que ha sido transmitida de generación en generación. El 94% de la población encuestada manifiesta que su aprendizaje es empírico, lo alcanzan con la práctica y debido a la necesidad económica que a diario tienen que mitigar; 17 personas que representan al 6% han sido preparadas por amigos en lugar de familiares. Una vez más podemos notar que la pesca viene siendo desde tiempos inmemorables una actividad que fortalece los lazos familiares y de amistad. Si lo analizamos desde el punto de vista de la Imagen que proyectan, es claro que el entorno familiar es el pilar fundamental que propicia la unidad y las ganas de salir adelante, y sobre todas las cosas compartir la identidad, el orgullo de pertenecer al sector de la pesca artesanal, de ser un “cholo pescador”.

### Pregunta 8: ¿Qué otros miembros de su familia desarrollan esta actividad?

Tabla 8: Participación pesquera

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí (Hijos, hermanos, sobrinos, esposos, cuñados)	268	92%
No	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

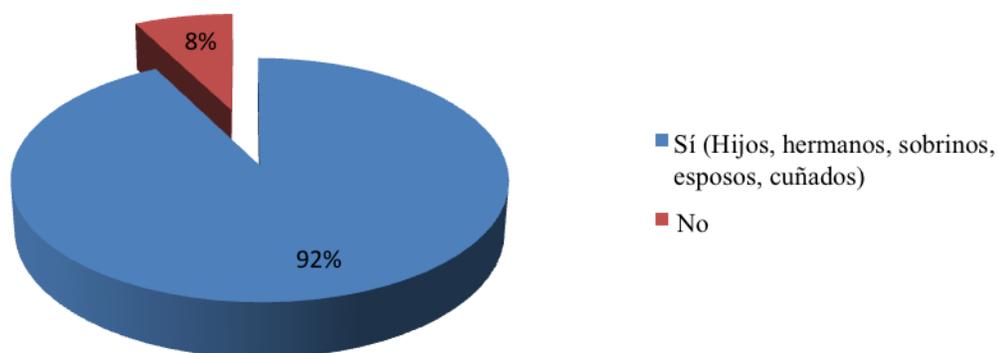


Figura 21: Participación pesquera

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

Este indicador de la tabla 8 y figura 21 son consecuente con la pregunta anterior ya que si un familiar transmitió el arte de la pesca, es lógico pensar que el árbol genealógico va a estar involucrado, esto lo demuestran los resultados de la investigación, el 92% de los encuestados tienen al menos un familiar participando de esta actividad, queda demostrado que al compartir el conocimiento también se comparten las costumbres, tradiciones, conductas entre otras. Solo el 8% indican no tener familiares dedicados a la pesca por ende son los únicos que siguen la tradición, además este porcentaje esta representados por adultos que bordean los 55 años o más, los hijos ya no desean seguir el camino de los padres.

### Pregunta 9: ¿Con qué frecuencia realiza su actividad pesquera?

Tabla 9: Frecuencia de faenas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	157	54%
Algunos días	133	46%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

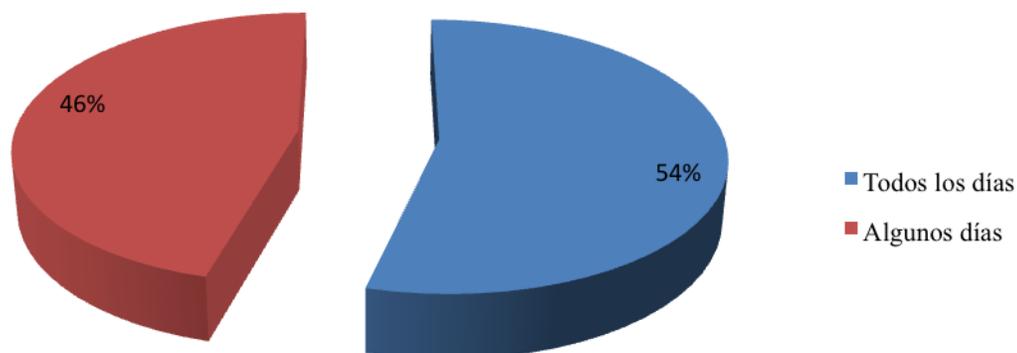


Figura 22: Frecuencia de faenas

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

La tabla 9 y figura 22 demuestran que el 54% de los participantes se dedican a la pesca diariamente esto implica que el autoconsumo se debe satisfacer, sus demandas y necesidades deben ser cubiertas todos los días, además tienen la aspiración de obtener beneficios económicos adicionales. Por otro lado el 46% se dedican a pescar pasando algunos días ya que las embarcaciones que poseen tiene mayor autonomía en el mar, lo que les permite aprovechar de los productos que están en mar abierto y por ende tener mayor cantidad de productos, y disminuir el tiempo de sus faenas por tanto no son a diario.

### Pregunta 10: ¿Qué hace en su tiempo libre?

Tabla 10: Actividades de tiempo libre

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Descansa/ Dormir	184	63%
Pasear, pasar con la familia	29	27%
Practica deporte	77	10%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

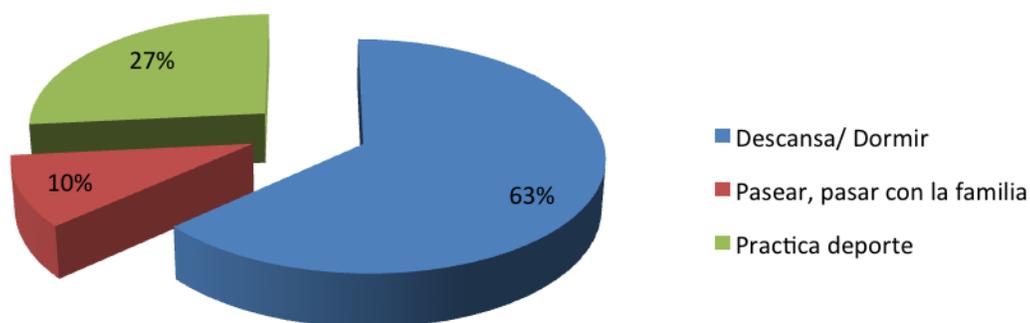


Figura 23: Actividades de tiempo libre

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

La tabla 10 y figura 23 permiten notar que el 63% de la población se dedican a descansar y dormir en el tiempo libre, muchas de las veces el estilo de vida, la idiosincrasia juegan un papel relevante en las costumbres y hábitos de los habitantes de Jaramijó. El 27% de pescadores encuestados se dedica a practicar algún deporte (futbol), en sus horas libres; y apenas un 10% de los pescadores dedican tiempo a compartir en familia, lo cual permite notar un problema en los hogares porque no hay mayor interés en compartir el tiempo con la familia.

### Pregunta 11: ¿Qué aspectos fomentan los medios de comunicación?

Tabla 11: Participación de los medios de comunicación.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aspectos positivos del pescador artesanal.	106	37%
Aspectos negativos del pescador artesanal.	184	63%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

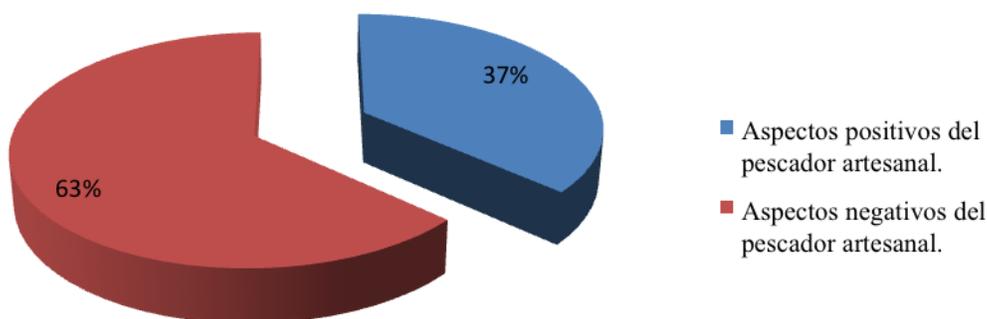


Figura 24: Participación de los medios de comunicación

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental dentro de cualquier sector tanto para impulsarlo, así como debilitarlo. Muchas veces la prensa se convierte en “amarillista” y resaltan los aspectos negativos, los escándalos y no se dedican a la imparcialidad.

La Tabla 11 y figura 24 demuestran con un contundente 63% que la inconformidad de los pescadores artesanales es grande con respecto al trabajo que desarrollan los medios de comunicación. Se debe interpretar que no cumplen con la función de promover el desarrollo de la sociedad y siempre deben estar encaminados a la verdad y equidad; además tienen la responsabilidad social de apoyar a los sectores vulnerables como es el caso de nuestros pescadores artesanales. Además deben impulsar el turismo, gastronomía entre otras.

## Pregunta 12: ¿Recibe capacitaciones por parte de algún sector?

Tabla 12: Capacitaciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Público	93	32%
Privada	12	4%
Ninguna	185	64%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

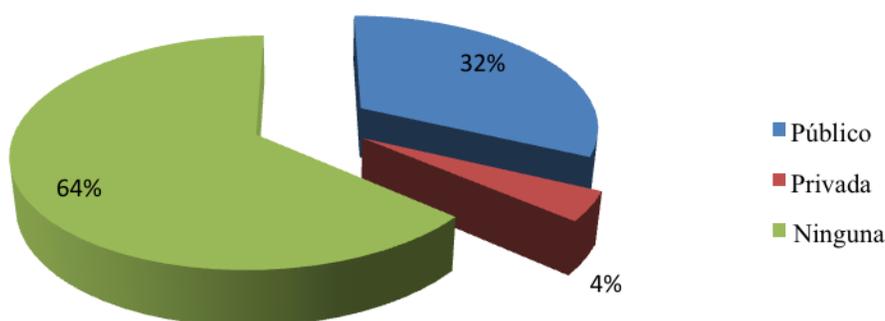


Figura 25: Capacitaciones

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

En la tabla 12 y figura 25 nos permite visualizar que el 64% de los encuestados no reciben ningún tipo de apoyo o capacitación de parte de las diferentes instituciones tanto públicas como privadas, se pudo percibir un descontento con las diversas instituciones debido al poco interés en el sector; mientras que un 32% manifiestan que las instituciones públicas como el MAGAP si capacitan a los pescadores artesanales, en conjunto con la Armada Nacional, Banco de Fomento, Inmobiliar; Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos, Ministerio del Ambiente, entre otros. Finalmente un 4% representados por 12 personas indican que las instituciones privadas los han capacitado, aunque no supieron especificar el nombre de las mismas. Lamentablemente la falta de capacitaciones repercute en la imagen que proyectan nuestros pescadores, además si consideramos que el nivel de educación es bajo implica que las capacitaciones deben ser una de las prioridades para este sector vulnerable.

**Pregunta 13: Si le capacitan en alguna área como por ejemplo seguridad en el mar o manejo de desechos, usted:**

Tabla 13: Reacciones sobre lo aprendido en capacitaciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pone en práctica lo aprendido aunque no esté completamente de acuerdo.	203	70%
Pone en práctica sus conocimientos en base a su experiencia.	87	30%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

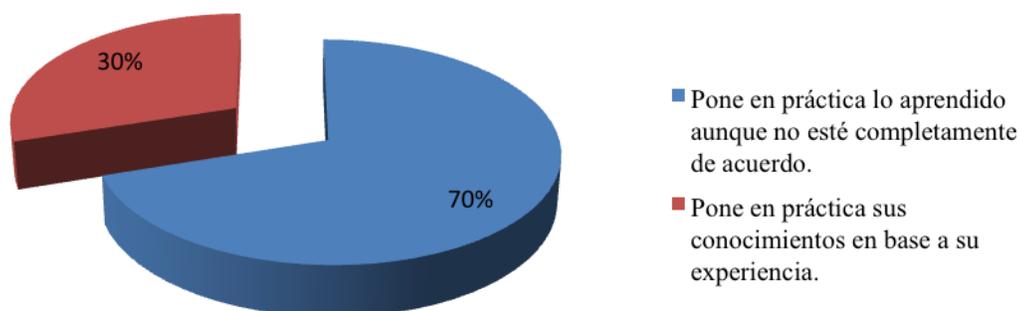


Figura 26: Reacciones sobre lo aprendido

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

En la tabla 13 y figura 26 reflejan con claridad que el 70% de los encuestados están en condiciones y actitud para poner en práctica las enseñanzas de los capacitadores; esto demuestra que están abiertos a escuchar, aprender y ejecutar lo que aprendan; el 30% de los participantes de esta investigación representado por 87 personas indican que prefieren su experiencia de años sobre las capacitaciones que podrían recibir, y esto indica que el aspecto cultural está arraigado en las formas de convivencia.

#### Pregunta 14: Cree que su trabajo sirve como

Tabla 14: Importancia del trabajo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Soporte económico significativo para su hogar, cubre necesidades básicas.	22	8%
No es suficiente para cubrir las demandas familiares.	268	92%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

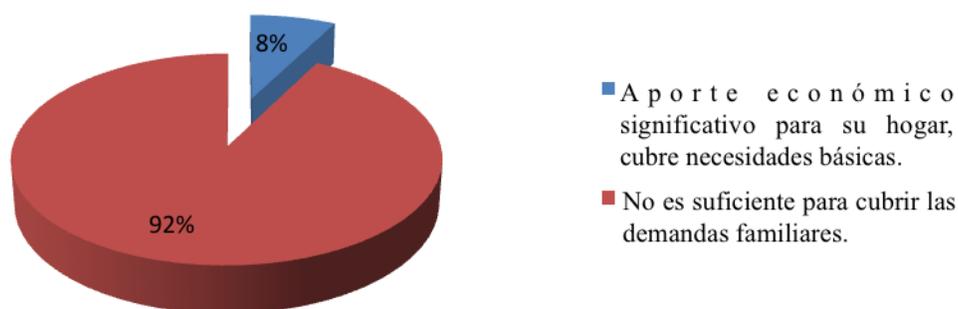


Figura 27: Importancia del trabajo del pescador artesanal

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

La tabla 14 y figura 27 permiten inferir la realidad económica actual del cantón, misma que se agudizó luego del terremoto sucedido el pasado 16 de abril. Este terrible acontecimiento ha marcado la economía local de tal manera que dos meses y medio después se reabertura el mercado del Puerto Pesquero artesanal en donde los cerca de tres mil pescadores comercializaban sus productos y podían satisfacer su autoconsumo, esto sin duda ha influido negativamente en la economía de Jaramijó y por ende 268 personas que representan al 92% de los encuestados indican que los ingresos económicos no son suficientes para cubrir las demandas familiares. Mientras que el 8% indican que sí.

### Pregunta 15: ¿Es beneficioso el uso de la infraestructura del Puerto Artesanal?

Tabla 15: Beneficio de la infraestructura del puerto.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	287	98%
No	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

Elaborado por: Mishelle Moyano.

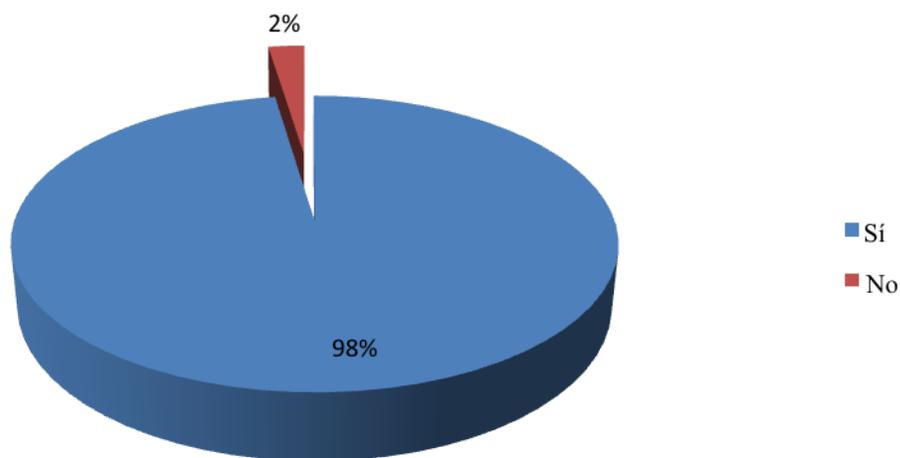


Figura 28: Beneficios de la Infraestructura del puerto.

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

Sin duda alguna la infraestructura del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó, ha permitido que los pescadores artesanales, comerciantes, usuarios y consumidores, disfruten de su comodidad y confort, pero más aun les ha permitido mejorar los aspectos de salubridad, seguridad industrial, manejo de desechos. Ha contribuido trascendentalmente a la cadena de producción de manera positiva porque el puerto brinda facilidades a los pescadores tanto en la parte de seguridad a las embarcaciones como la garantía de que los mariscos se conserven adecuadamente para la comercialización respectiva. Como reflejo de esta realidad podemos observar en la tabla 15 y figura 28 en el que el 98% de los encuestados (287 individuos) consideran beneficiosa la infraestructura del puerto. Ellos se muestran identificados con el mismo y manifestaron su orgullo.

### Pregunta 16: ¿Qué tipo de arte de pesca utiliza?

Tabla 16: Artes de pesca utilizados.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Espinel o Palangre	151	52%
Red de Enmalle	73	25%
Línea de mano	66	23%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

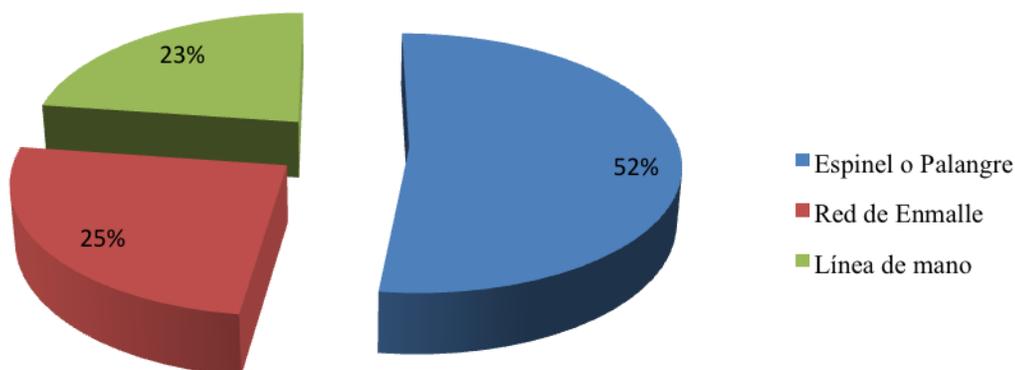


Figura 29: Artes de pesca utilizados

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

La tabla 16 y figura 29 demuestran que el 52% de los encuestados trabajan directamente con el Espinel o Palangre, que se caracteriza por ser versátil y pasivo, es de fácil manejo. El 25% de los pescadores artesanales trabajan con Red de enmalle y 66 pescadores que representan el 23% utilizan la línea de mano. Todas las artes de pesca que se utilizan están estrechamente relacionadas con la temporada y las especies que capturan.

### Pregunta 17: ¿Qué tipo de embarcación utiliza para realizar sus faenas?

Tabla 17: Tipos de embarcación que utilizan

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bongo	29	10%
Canoa	21	7%
Panga	4	1%
Fibra	192	66%
Balandra	5	2%
Bote de madera	7	3%
Chinchorrero	31	11%
Velero	1	0%
<b>Total</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

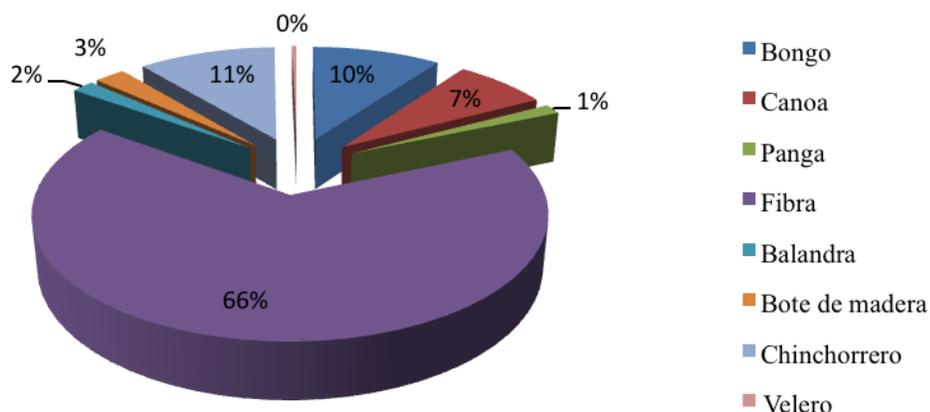


Figura 30: Tipos de embarcaciones

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

En la tabla 17 y figura 30 muestran que la opción más utilizada en cuanto a embarcaciones es la fibra de vidrio; mientras que los bongos con un 10%, las canoas con un 7%, los chinchorreros el 11%, son usados cada vez con menos frecuencia; sin embargo las pangas, balandra, bote de madera y los veleros juntos representan el 6% del uso y se dedican más a pescar para el autoconsumo particularmente las personas de avanzada edad son quienes utilizan estas embarcaciones, debido a que la capacidad de estas es máximo dos personas y utilizan remos por ende es más fuerte la pesca ya que no utilizan motor.

### Pregunta 18: La embarcación es propia:

Tabla 18: Propietarios de las embarcaciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	113	39%
No	177	61%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

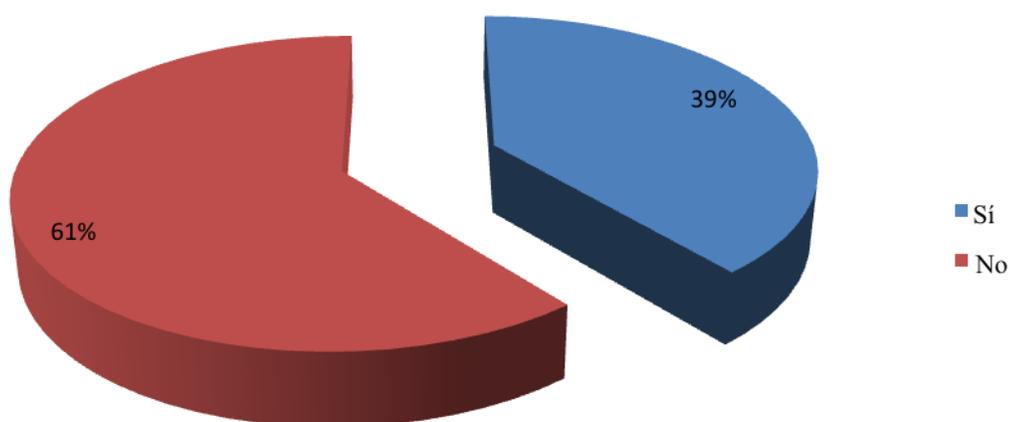


Figura 31: Propietarios de las embarcaciones

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

En la tabla 18 y figura 31, podemos observar que el mayor porcentaje con el 61% no posee embarcación propia esto quiere decir que los pescadores que se dedican a esta actividad de manera activa no tienen la capacidad adquisitiva o a su vez son trabajadores en las embarcaciones con mayor capacidad. La pesca es una fuente de empleo constante ya que los dueños de las embarcaciones ponen a disposición las embarcaciones para que les den trabajando. Los 113 individuos encuestados que representan al 39% indican que sí poseen embarcación propia.

### Pregunta 19: En su embarcación dispone de:

Tabla 19: Tecnologías que posee la embarcación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radar, botón de emergencia, radio	79	27%
Ningún aparato tecnológico	211	73%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

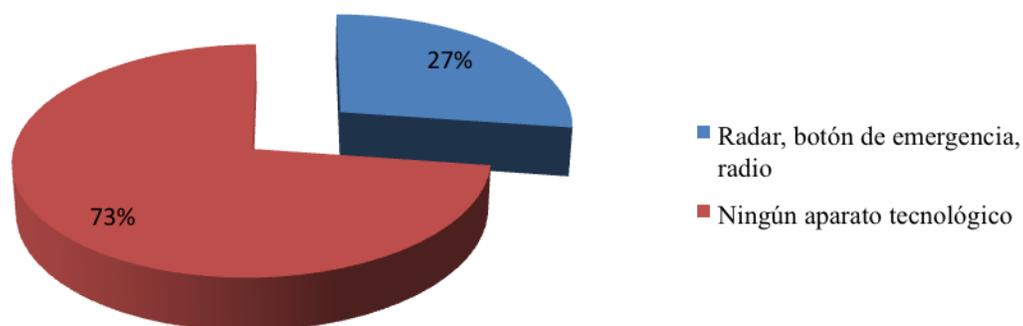


Figura 32: Tecnologías que posee la embarcación.

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

La tabla 19 y figura 32, permiten apreciar que el 73% de los encuestados no tienen recursos suficientes como para adecuar con aparatos electrónicos que mantengan la comunicación con tierra, además como la mayoría de pescadores no son dueños de las embarcaciones no existe la responsabilidad de adecuar a las embarcaciones con este tipo de equipos. El 27% indican que efectivamente ya tienen al menos uno de los artefactos mencionados.

**Pregunta 20: Los recursos económicos que dispone para su trabajo es:**

Tabla 20: Tabla No. 19: Recursos económicos para ejercer la actividad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Capital propio	91	32%
Crédito público / privado	57	16%
Capital que entregan comerciantes o intermediarios	109	41%
Préstamos familiares	33	11%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

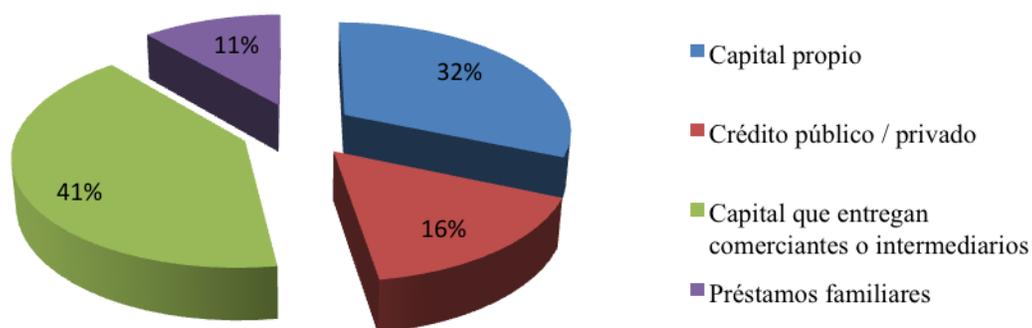


Figura 33: Recursos económicos para ejercer la actividad.

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

En este punto se evidencia un problema de carácter social, como indica la tabla 20 y figura 33, con un 41% de personas encuestadas tenemos como resultado que el capital que utilizan para su actividad es proporcionada por los comerciantes o intermediarios, mismos que no pagan el precio justo y abusan del pescador artesanal debido a su bajo nivel cultural, y principalmente por su falta de capital y la falta de empleo, están dispuestos a aceptar lo que sea. Los que cuentan con capital propio representan al 32%, los créditos bancarios sean públicos y/o privados representan apenas el 16% y finalmente los préstamos de los mismos familiares representan el 11%.

**Pregunta 21: ¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal en la comunidad?**

Tabla 21: Organizaciones que financian al pescador

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Entidades públicas	128	44%
Entidades privadas	78	27%
Otras (Intermediarios)	31	11%
Ninguno	53	18%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

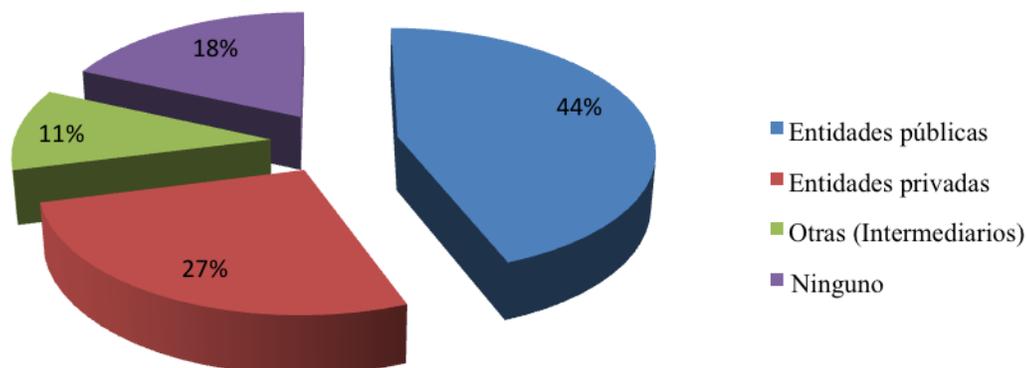


Figura 34: Organizaciones que financian al pescador

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

En la tabla 21 y figura 34 fácilmente podemos ver que las entidades públicas con un 44% son las que apoyan más a la comunidad y al avance del desarrollo del Jaramijó; seguido del 27% que representan a las entidades privadas. El 18% de los encuestados considera que no hay instituciones que tomen el timón y les ayude a seguir adelante.

**Pregunta 22. ¿Cuál considera que es la principal actividad económica que se realizan en Jaramijó?**

Tabla 22: Principal actividad económica de Jaramijó

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pesca Artesanal	290	100%
Comercio	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

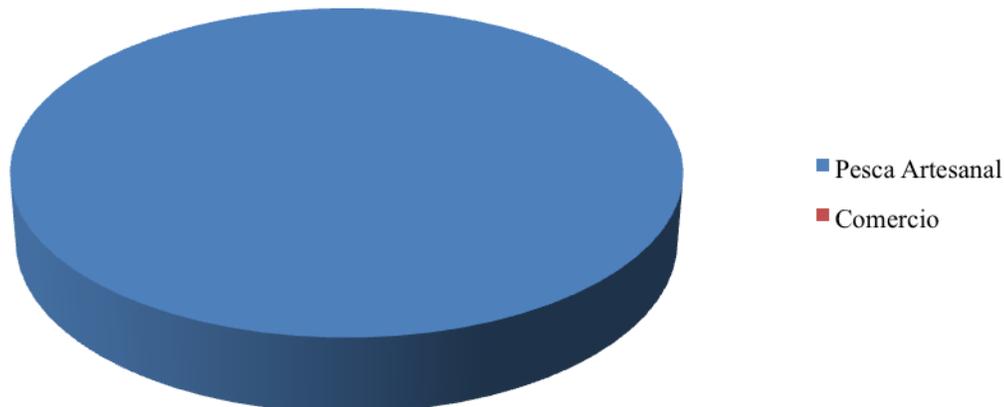


Figura 35: Principal actividad económica de Jaramijó

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

La caleta de pescadores como es conocido Jaramijó en la tabla 22 y figura 35 demuestra una vez más el porqué de su nombre, el 100% de los encuestados están conscientes de que la PESCA ARTESANAL es la principal actividad que se realiza en el cantón.

### Pregunta 23 ¿De qué manera cree que aporta en la economía de Jaramijó?

Tabla 23: Percepción sobre el aporte económico.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Permite que circule flujo económico	73	26%
Desconoce el aporte que brinda a su cantón	213	74%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

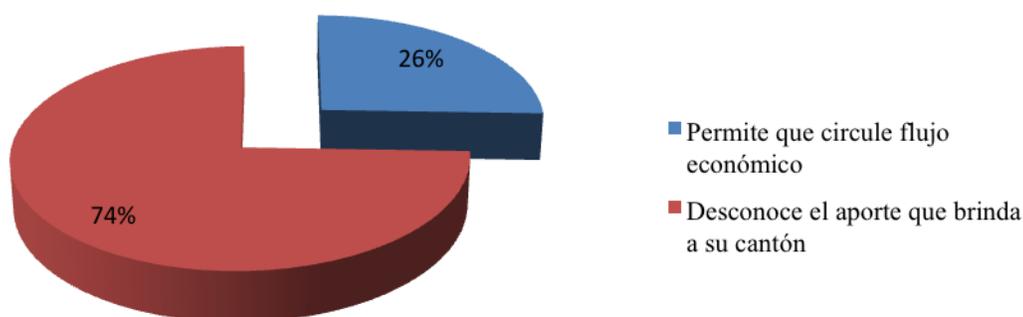


Figura 36: Percepción sobre el aporte económico

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

#### Interpretación:

En la tabla 23 y figura 36, podemos notar que el 74% de encuestados desconocen el aporte económico que brindan a su cantón, esto se debe a que las personas entienden la microeconomía, es decir la relación de su venta y ganancia; lamentablemente no entienden la macroeconomía y la influencia de su actividad en la economía de una ciudad, ya que de la pesca artesanal se derivan varias actividades que generan recursos. El 26% de los participantes de esta investigación están conscientes de que gracias a su actividad permiten circulación de flujo económico.

## Pregunta 24: ¿En dónde distribuye sus productos?

Tabla 24: Distribución de productos.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Directamente al consumidor	71	24%
Se lo entrega a intermediarios	219	76%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

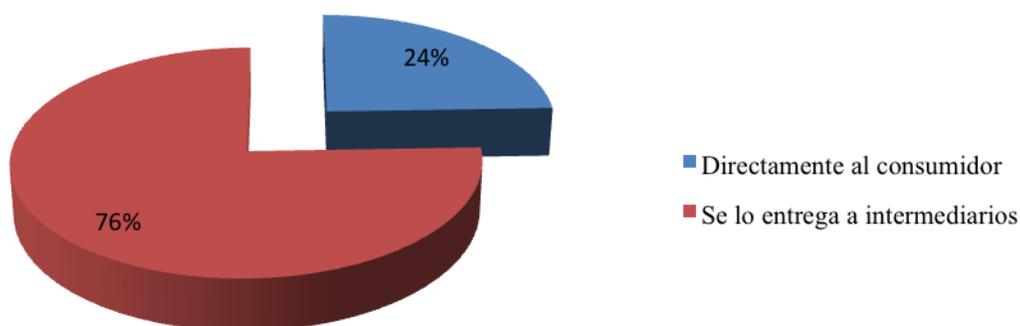


Figura 37: Distribución de productos

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

### Interpretación:

La información que describe la tabla 24 y figura 37 están directamente relacionadas con las preguntas anteriores ya que al mantener un acuerdo previo con los proveedores de capital, en la mayoría de casos los comerciantes, los productos que pescan son en un 76% entregados a intermediarios es decir a los mismos comerciantes y es aquí donde se abusa de los pescadores artesanales ya que no se reconoce económicamente el sacrificio que realiza en cada faena de pesca, limitando así su estilo de vida.

**Pregunta 25: Detalle los productos que vende:**

Tabla 25: Productos que se ofertan en Jaramijó

Producto	Vende	
	Cantidad (de venta)	Precio (Dólares)
Carita	Tina	\$ 25
Guayai	Tina	\$ 40
Caballa	Tina	\$ 40
Picudo	Tina	\$ 30
Chave	Tina	\$ 25
Sardina	Tina	\$ 30
Pampano	Tina	\$ 28
Corvina	Tina	\$ 200
Camotillo	Tina	\$ 300
Colorado	Tina	\$ 300
Murico	Tina	\$ 60
Culón	Tina	\$ 75

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

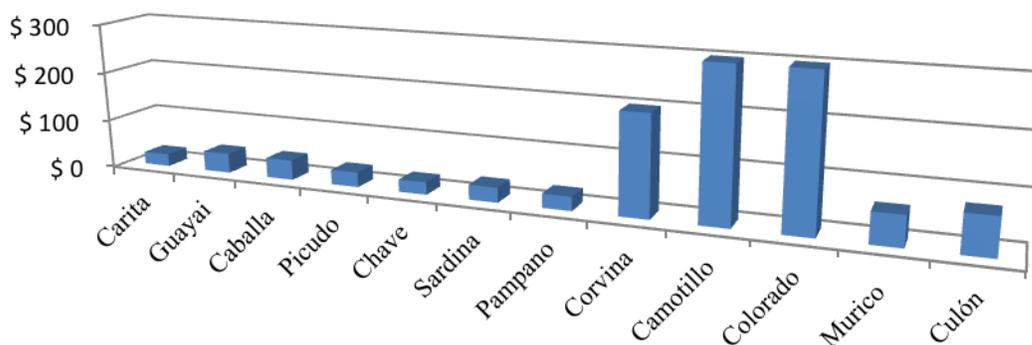


Figura 38: Productos que se ofertan en Jaramijó

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

La tabla 25 y figura 38, nos permite observar el resumen de los productos y precios que obtienen por cada libra de pescado de acuerdo a la variedad. El promedio de pesca por faena diaria, cuando es buena es de aproximadamente 3 tinas en el mejor de los casos la ganancia es de \$350 valor del cual debe ser descontado el capital inicial, el pago de porcentaje al dueño de la embarcación, pago de tarifas por uso de infraestructura del puerto, entre otros quedando una ganancia de menos de la mitad del valor inicial.

**Pregunta 26: ¿Considera que recibe atención oportuna por parte de las autoridades de Jaramijó?**

Tabla 26: Atención oportuna de parte de las autoridades

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	54	19%
No	236	81%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Pescadores artesanales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

**Elaborado por:** Mishelle Moyano.

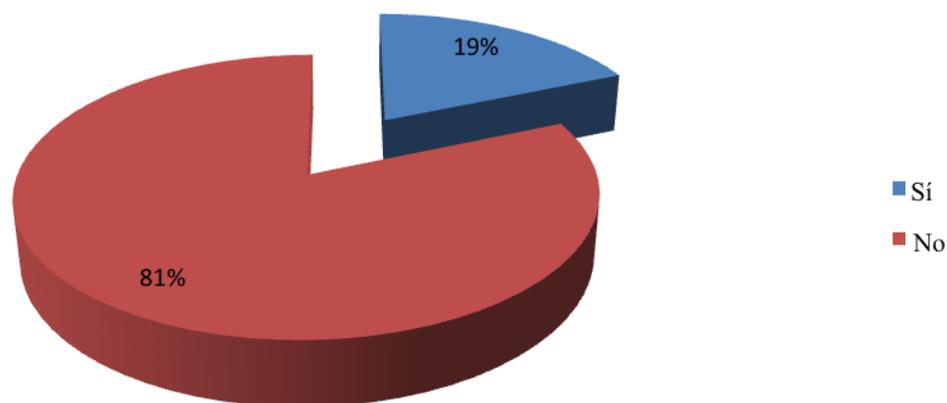


Figura 39: Atención oportuna de parte de las autoridades

Fuente: Pescadores artesanales del P.P.A.J

Elaboración: Mishelle Moyano

**Interpretación:**

La tabla 26 y figura 39 demuestran que el 81% de los encuestados consideran que no reciben atención oportuna por parte de las autoridades del cantón, a decir de los encuestados la disconformidad hacia las autoridades locales de turno es grande ya que en términos generales muestran poco interés a la actividad pesquera artesanal pese a que es la principal fuente de ingresos para el cantón, sin embargo el trabajo del pescador ha sido opacado y disminuido porque ellos no generan riqueza, ellos capturan la materia prima, la riqueza está en la venta de los productos.

### 3.5 Análisis de la técnica de grupo focal aplicada a los comerciantes, dueños y arrendatarios de los locales ubicados en el muelle del puerto Jaramijó

La técnica fue aplicada considerando las siguientes fases: Planificación para el análisis, Recolección de la información y gestión se los describe de manera simplificada, al amparo de una convocatoria previa con la finalidad de invitar a los participantes. Esta técnica de campo fue aplicada el día jueves 04 de agosto de 2016 a las 09H30 am, en las instalaciones del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó. La duración fue de aproximadamente un hora y media y se tuvo la participación de dos personas adicionales para la investigación André Moyano (filmar y fotografiar el evento), y Nancy Salazar (toma notas, escribana).

A continuación, procede la Codificación, Organización y descripción del Grupo Focal para presentar la respectiva Interpretación y finalmente presentar las conclusiones.

#### 1. Codificación, organización y descripción:

La ubicación de los participantes fue de la siguiente manera:

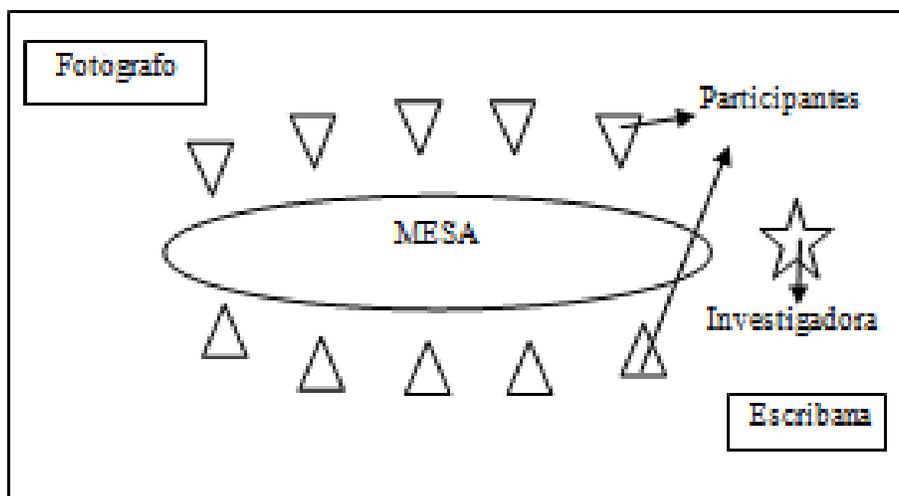


Figura 40: Ubicación de los participantes del Grupo focal  
Elaboración: Autora de la investigación

Para ejecutar la técnica del Grupo Focal se tomó como base seis preguntas que se detallan a continuación:

#### 1. ¿Qué representa el “cholo pescador” para ustedes?

La aplicación de esta técnica empezó con el saludo y presentación de cada uno de los acompañantes para el desarrollo asertivo. A continuación se desarrolló una dinámica denominada: Me pica, te pica, cuyo objetivo era memorizar los nombres de los compañeros y participantes. Esto sirvió para empatizar y romper el hielo. Una vez que los participantes mostraron confianza se lanzó la primera pregunta y Joaquín: dijo “Ser”, se notó una especie de unificación de pareceres; Kleiner, en forma enfática dijo: “El cholo pescador es nuestro orgullo, es algo con lo que nos identificamos, así como a los de Montecristi se los reconoce por sus sombreros, a los de Jaramijó, por nuestros cholos pescadores, ellos enfatizan nuestra identidad”

Paola mencionó: “El ser pescador es un trabajo bien duro, lo digo por mi familia y por muchos pescadores. Es un trabajo de hombres, y apto solo para el cholo pescador, aspecto que nos llena de orgullo, porque es un trabajo digno de ellos, y de los Jaramijenses”. Rocío también participativamente dijo: “Me identifico como CHOLA PESCADORA porque mi padre fue pescador, mi hermanos, mi esposo y ahora mis hijos, uno vive de la pesca, si no hay pesca nosotros no vivimos, porque no hay alimentos”

Tania con una sonrisa en el rostro mencionó dijo que los pescadores son un orgullo manabita, porque los pescados son frescos, y aplicó el lema “del mar a su mesa”, y todo gracias a los cholos pescadores”. Mariela también se unió al conversatorio y dijo: “Aquí somos pescadores, porque también estoy rodeada de pescadores: mi papa es pescador, mi esposo es pescador, ellos no saben dedicarse a otra cosa. Son gente humilde, que con lo mucho o poco que ganan, sacan adelante a su familia. En nuestros hogares siempre tenemos pescado fresco”

En este momento levantó la mano, Félix un hombre de más de 40 años y dijo que desde pequeño fue pescador y sigue siendo pescador; prácticamente esta es mi profesión, mis padres no me pusieron al estudio. Estoy orgulloso de ser pescador, algo bonito, bueno, porque mis padres también fueron pescadores, entonces yo también sigo el mismo legado”. Jaqueline de una manera alegre mencionó: “Yo también tengo mis hermanos que andan en la pesca, a veces hay, otras no. Se van y regresan de sus cachuelos trayendo lo que pueden, ellos son todo para nosotros, son mis héroes”. Finalmente Pilar fundamenta de Jaramijó el Cholo pescador es parte de la identidad, orgullo.

## **2. ¿Qué tipo de herramientas utilizan los pescadores artesanales para realizar su labor?**

Con relación a esta pregunta por ejemplo Joaquín, manifiesta que la malla sirve para coger todo tipo de pescado. A lo que Félix manifiesta que hay mallas que sirven para coger langostinos y hay mallas para los bonitos; son elaborados de diferentes materiales. Jaqueline, aclara que los anzuelos sirven para pescar peces más grandes

### **3. ¿Conoce qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal en la comunidad?**

Con cierta desconfianza y pesimismo Mariela menciona que ellos recurren a los préstamos, a lo que Paola aclara que por lo general son los banquitos. Para aclarar el concepto de banquitos se preguntó si se referían a los bancos privados. Tania dice son los chulqueros.

Roxana: expresa que los bancos grandes, exigen muchos documentos, y solo dan \$2000. Dinero que se termina en un solo día, pues al siguiente día, salen a pescar, y regresan casi vacíos por en temporada baja no alcanza

Félix: enfatiza que los comerciantes pagan lo que quieren y como se le debe ahí queda todo el trabajo. Es mejor prestar a los amigos, para evitar los intereses. Además menciona que el pesca en una lanchita y en tres días de arduo trabajo ha sacado \$10, se inclina y menciona que no tiene ni para la comida peor para pagar una deuda. Se suma Kleiner al conversatorio y dice que él hace préstamo, al patrón, al dueño de la embarcación, o a los amigos solo cuando en verdad lo necesita.

Joaquín también menciona que pide prestado a los patronos, e insiste en que la pesca no alcanza, porque se ve obligado a vender al precio que pagan los comerciantes.

### **4. ¿De qué manera aporta el pescador artesanal a la socio-economía de Jaramijó?**

En cuanto a esta pregunta Joaquín dice que a veces si ayuda, depende unas veces de la producción y otras del precio que pagan, esto afecta la estabilidad económica de las familias. Mariela menciona que unos son los que trabajan y otros se llevan el beneficio del trabajo de uno.

Rocío pone carita triste y dice que a veces recibe al marido con desanimo cuando el esposo le menciona que le ha ido mal en la pesca, una no puede decirle anda lánzate al mar al fondo, no puede... una tiene que comprender, en las buenas y en las malas. Ante

este comentario Roxana dice que ellos se van con alegría, pero a veces no traen ni para la gasolina, es muy sacrificado.

El dinero se llevan los patrones o los comerciantes, claro que hay ganancia pero para los comerciantes, a nosotros nos pagan lo mínimo” Finalmente Mariela, hace un gesto de satisfacción y menciona que a veces como han dicho todos, la pesca es buena, muy buena y el producto se lo vende a buen precio y alcanza hasta para los gastos de ida.

##### **5. ¿Cómo podría mejorar el pescador artesanal su imagen frente a sus usuarios?**

Joaquín: “Bueno, yo creo que depende del gobierno, de las autoridades que nos ayuden a estabilizar el precio del pescado, por ejemplo. Los encargados del Puerto, el muelle no tienen los recursos necesarios para ayudar al pescador. Por otra parte, deben implementar algún tipo de seguridad para evitar que los piratas roben no solo el producto, sino hasta los motores de las embarcaciones. Lamentablemente, la mayoría de veces los marinos solo se acercan para molestar, más no para contribuir. Sí, por alguna razón no se carga chaleco, lo multan, si no se carga documentos, también multan. Pero brindar apoyo en las diferentes necesidades de los pescadores, nunca!”

Félix: “A uno antes lo perjudican, un chaleco cuesta \$40 ya le digo que en tres días saque \$10 cómo hago para comprar el chaleco sino tengo ni para la comida. Ellos no entienden eso, ellos con decir es la ley es la ley y nada más no son humanos, no nos comprenden”

Joaquín: como emocionado dice: “Imagínese la estupidez, bueno yo le llamo estupidez aquí en el muelle nos exigen el chaleco, como sea mar adentro, pero aquí déjese de cosas. Está bien que afuera se exija afuera, pero aquí!?... Si usted no baja con eso lo multan.”

La Investigadora: pregunta: “usted cree entonces que para mejorar la imagen se debe”

Para Joaquín es “reducir los controles innecesarios”. Tania: “Asignar seguros de vida a los pescadores, hay juicios pero ellos no cuentan al menos que yo sepa ninguno tiene seguro de vida” Paola: “Bueno creo que para mejorar lo que es la imagen del pescador, tendrían que mejorar las ayudas de las instituciones de todos lados, porque se necesita ayuda para el material, capital... yo creo que no necesitan chaleco, mire a veces salen a pescar

con chalecos con papeles en regla con todo, todo el extinguidor, cargan todo y sin embargo igual fracasan y de que sirve tanto si igual fracasan, eso no garantiza seguridad. Porque allá afuera es demasiado riesgoso cuando está el tiempo feo. Y para mejorar bueno creo que mejorar los controles, de ahí mejoraría la imagen del pescador, atrayendo más turistas, y permitiendo el ingreso de más comerciantes”

Rocío de manera enfática manifiesta que las autoridades de control del Puerto “Solo dejan entrar a los que ellos quieren, a los que les da la gana”. Roxana también manifiesta que “El comerciante que entra, compra el pescado baratito y lo venden caro. Afuera vaya a comprar un pez con \$1 nunca... ellos revenden”

Jaqueline solo menciona: “Seguridad, capacitándoles” y Kleiner también insiste en que la imagen del pescador artesanal mejoraría con capacitaciones constantes en diferentes temas o algo así, pero a las demás personas para que entiendan que es un pescador, que hace, porque tiene esa vida”

#### **6. ¿Qué siente cuando ve a un pescador?:**

Kleiner: Cuando veo un pescador, siento mucho orgullo, yo también he ido a pescar es duro aguantar frío, y chuta siento orgullo ver un pescador. Rocío: Un pescador que sale a buscar la faena, que sale a buscar sustento a veces se le da otras veces no se le da, ellos llegan alegres en sus casas sus familias los están esperando alegres, y cuando tiene hijos los niños con felicidad llegó mi papi, a veces ellos (los pescadores) con tristeza porque no tienen suerte pero ellos son orgullosos, y uno también se siento orgulloso. También Jaqueline enfatiza que un pescador es sinónimo de trabajo, sacrificio, valentía. Una como familia, esposa, hermana y sabiendo los peligros que enfrentan en cada faena cuando regresan nos provoca alegría de verlos de regreso. Tania: “Admiración”

Paola: Antes de conocer más de cerca lo que es la pesca, o sea cuando era muchacha, vivíamos en la costa siempre, cuando llegaban los pescadores la gente se alegra, he visto gente que no conoce la pesca, ni tiene familia de pescadores y que lo ven sucio y cansado lo saludan se sienten orgullosos, porque chuta cualquiera, sin ofender hay personas que están elegantes, arregladas y saludan al pescador porque sienten admiración. Hay personas que lo saludan como que fueran personas importantes, pero demasiado importantes.

### **3.5.1 Conclusiones de la técnica grupo focal.**

La conclusión más importante es que el pescador es ampliamente aceptado por la sociedad de Jaramijó es más se sienten identificados, son parte de la cultura, de su identidad, de la tradición y sin duda parte fundamental del desarrollo del cantón, ya que se crea fuentes directas e indirectas para promover la economía, pese a que no son económicamente reconocidos por parte de los comerciantes.

La infraestructura del puerto sin duda representa desarrollo y es muestra del interés por mejorar al sector, sin embargo es necesario ahondar esfuerzos y no quedar en la infraestructura sin uso, ya que se encontró como resultado de esta investigación que no todas las áreas están siendo usadas en beneficio de los pescadores (Por ejemplo la cámara del cuarto frío, por eso aceptan el pago que ofrecen los comerciantes).

Por otro lado es importante comprender que la vida que actualmente tienen los pescadores artesanales es el resultado de años de estancamiento en áreas como la educación, participación política e incluso económica y al olvido de los gobiernos que han pasado y no han invertido en el sector, mejorando instrumentos que faciliten el turismo y capacitando a los Jaramijenses para poder cambiar el estilo de vida.

Ellos son felices como son, como los ve su cantón, como héroes, como la raíz de todo en Jaramijó, de hecho no hay nadie que no tenga un familiar directo que no haya sido o es pescador artesanal.

La conclusión más importante y que sin duda contribuye con el diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó, es que a se debe capacitar además de los pescadores artesanales, es a la sociedad que rodea al cantón, para que puedan apreciar el sacrificio, el valor que se requiere para arriesgar la vida en mucho de los casos por muy poco dinero, sin embargo son ejemplo de perseverancia, de actitud y de nunca darse por vencidos, si bien tienen varios aspectos que debilitan su imagen, las ganas que tienen para enfrentar las vicisitudes los convierte en guerreros, en héroes del mar.

### **3.6 Diagnóstico de la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó**

Entorno General:

### El **entorno político-legal** (normas del puerto)

Dentro de las instalaciones del puerto existen políticas de seguridad establecidas con el fin de precautelar el bienestar de los pescadores artesanales, ya que como norma obligatoria se debe utilizar chalecos reflectivos que facilitan la visualización en medio de la oscuridad ya que la mayoría de faenas se las lleva a cabo en horas de la noche y madrugada.

El entorno político enfocado a la seguridad beneficia la imagen pública que proyecta el pescador artesanal debido a que poco a poco los procesos rústicos se van eliminando, la ejecución de prácticas de seguridad tanto en tierra como en el mar permiten que la percepción de mejoramiento en sus prácticas sea beneficioso y brinde las garantías necesarias para adquirir buenos productos.

### El **entorno socio-cultural** (educación, demografía, etnia)

Para iniciar con el análisis de este entorno se debe mencionar a todos los factores sociales que se involucran directamente con el pescador, la etnia, sin duda es lo que los identifica los pescadores artesanales son cholos pescadores, Dentro de este entorno debemos destacar de manera desfavorable que los niveles de educación son bajos, el poco acceso a la educación tiene como consecuencia que el sector de la pesca artesanal sea explotado, porque al no tener otra fuente de empleo debido a la preparación académica la plaza laboral dedicada la pesca artesanal en el cantón es grande por ende hay mayor competencia lo que da como resultado la explotación y abuso por parte de los comerciantes

### El **entorno económico** (abastecimiento de mercado, Autoconsumo, generación de fuentes de empleo)

Existe suficiente cantidad para el abastecimiento del mercado, para el autoconsumo y principalmente la pesca artesanal es la fuente principal de empleo sea directo o indirecto, toda la economía local se mueve gracias a la pesca, desde el mismo pescador, pasando por el comerciante, los vendedores de comida preparada, los transportistas, los locales de repuestos para embarcaciones, los locales de venta de embarcaciones, los centros de capacitación a pescadores, el mismo puerto (infraestructura).

La sociedad está consciente y acepta que la pesca es el pilar económico de Jaramijó sin embargo el pescador como pescador pese a ser aceptado no es suficientemente valorado, es decir saben que la pesca es el motor de la economía local pero no reconocen al pescador como el artífice de la misma, y no le dan el lugar que se merece.

El **entorno tecnológico** (herramientas que utiliza)

Las herramientas que utiliza son bastante elementales lo que permite que la pesca siga siendo artesanal, son insumos que son de accesibilidad para que los pescadores puedan continuar con su labor, como se ha descrito en el capítulo tres el nombre y características de cada una de las herramientas que facilita esta actividad.

La imagen del pescador se ve afectada ya que aún existen instrumentos que se pueden mejorar y minimizar la fuerza que utiliza el pescador, esto ayudaría a que su estructura física no cambie con el constante ajetreo que implica la actividad.

El Entorno **Medioambiental**

En cuanto al medio ambiente se goza de cualidades costeras que facilitan la actividad pesquera, el Ministerio de Acuacultura, Ganadería y Pesca al igual que la Subsecretaría de Recursos Pesqueros y el Ministerio del Medio Ambiente trabajan en conjunto para garantizar que las especies marinas no sean agotadas, es por eso que en el año se divide en temporadas que permiten la procreación de las mismas.

Sin duda este factor beneficia la imagen de los pescadores artesanales porque permite la continuidad de esta actividad.

Entorno Específico:

El **entorno competitivo**

En cuanto a competencia se puede concluir que ellos son su propia competencia ya que cada uno de los pescadores tiene claro sus limitaciones, ya sea en la parte económica, afectiva o social, realmente la imagen de ellos es positiva porque todos los pescadores respetan y aceptan el trabajo de sus amigos.

El **entorno de trabajo**

La imagen del pescador está directamente relacionada con el entorno de trabajo ya que es este factor lo que lo identifica, es decir debido a su actividad, como resultado su aspecto físico no es pulcro y por el contrario muchas de las ocasiones regresan con olor a marisco, esto limita su participación social. Las personas que no son de JARAMIJO no aceptan o comprenden el estilo de vida de los pescadores artesanales. Además los entornos antes descritos inciden en la apreciación, la percepción e imagen que proyectan los guerreros del mar.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL**

#### 4.1 Conceptualización de valor

En la tabla 27 vamos a poder observar tres definiciones de valor desde tres perspectivas diferentes:

Tabla 27: Conceptualización de valor

Autor	Definición	Atención en
Gilberto García Batista	“Los valores constituyen guías generales de conducta que se derivan de la experiencia y le dan sentido a la vida, propician su calidad, de tal manera que están en relación con la realización de la persona y fomentan el bien de la comunidad y la sociedad en su conjunto” (García Batista, 1996, págs. 57,69)	Lo subjetivo
Karl Mannheim	“Para mí los valores se expresan ante todo como elecciones individuales: se dan también como normas objetivas, es decir, como advertencias que nos dicen: Haz esto más bien que lo otro. Son en este caso, la mayor parte de las veces, creaciones sociales que sirven, como las luces del tráfico” (Mannheim, 1994)	Carácter sociológico.
Esther Báxter	“Esta formación debe lograrse como parte de la educación general científica que reciben los adolescentes y jóvenes: Como conocimiento, como producto del reconociendo de su significación que se transforma en sentido personal y se manifiesta como conducta” (Báxter, 1989, pág. 9)	Punto de vista pedagógico

Elaboración: Mishelle Moyano

#### 4.2 Valor en la comunicación organizacional

En el campo organizacional los valores definen el carácter fundamental de cada organización, crean sentido de identidad y fijan los lineamientos para implementar las prácticas, las políticas y los procedimientos de la misma. Por otro lado, si bien los valores organizacionales constituyen un medio adecuado para hacer frente a entornos turbulentos, realmente el surgimiento de estos dentro de la cultura organizacional puede tomar generaciones. Por ello, los esfuerzos de los científicos sociales deben

enfocarse a la creación de mecanismos o estrategias para acelerar el surgimiento y fijación de tales valores organizacionales. El Enfoque de Valores le permitirá al trabajador de la organización, encontrar cuál es el sentido de su trabajo en función de los resultados que son necesarios alcanzar de manera colectiva con la finalidad de fomentar una cultura de compromiso. La cultura de compromiso requiere que converjan las estrategias de la organización con las estrategias personales para así incentivar el desarrollo personal con programas de calidad de vida en el trabajo. (Comerón Taimé, 2013)

Una vez que tenemos claro que el plan comunicacional está orientado a crear valor e identidad se propone el siguiente plan para mejorar la Imagen Pública del Pescador Artesanal de Jaramijó, aprovechando la infraestructura del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó, en el cual podemos desarrollar diversas actividades que se describen más adelante en el plan comunicacional.

### 4.3 Cómo se construye la imagen pública

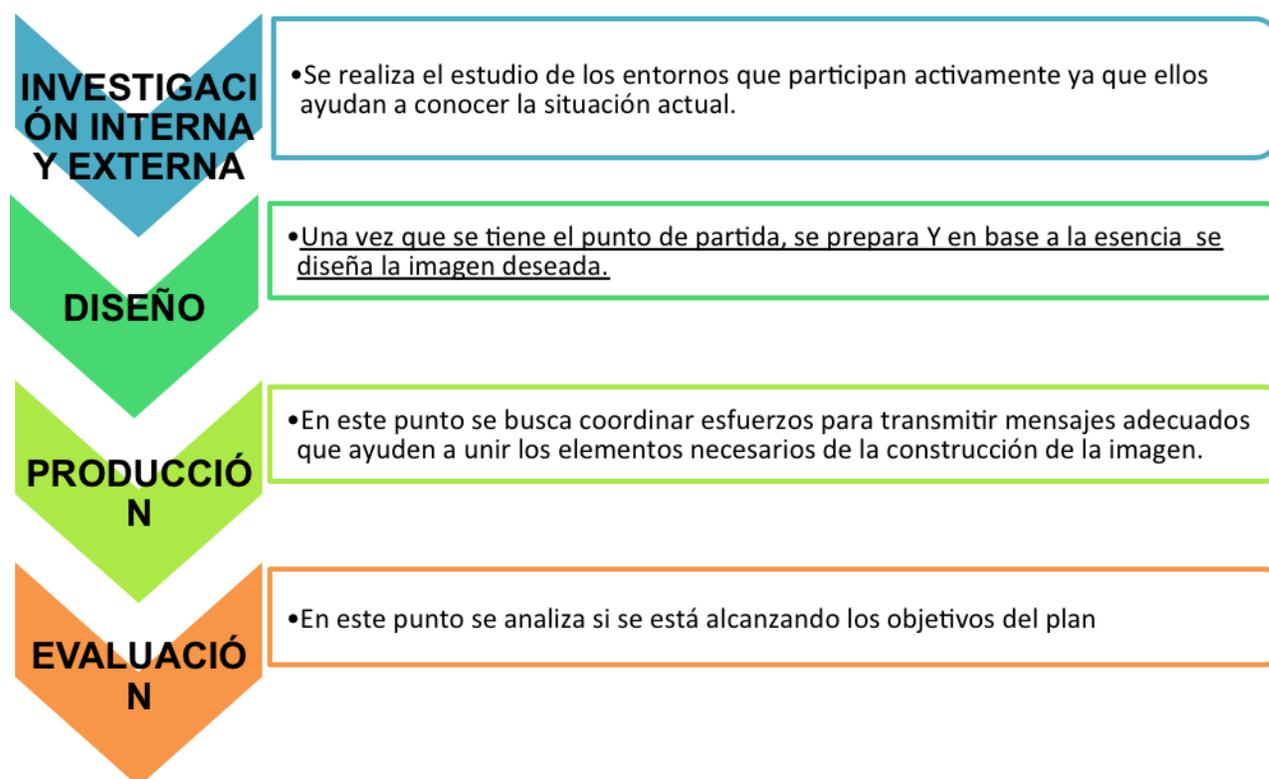


Figura 41: Cómo se construye la imagen pública  
 Elaboración: Mishelle Moyano  
 Fuente: (Sánchez Ávila, 2016)

#### **4.4 Plan Comunicacional para mejorar la Imagen Pública del Pescador Artesanal de Jaramijó**

La principal estrategia comunicacional, sea a nivel institucional, personal o dirigida a algún sector en particular, en nuestro caso los pescadores artesanales, se debe enfocar en todo lo que comunica IDENTIDAD: como el tipo de cultura, las expresiones vertidas por representantes del sector, la gama de productos y servicios, lo diferentes soportes, la infraestructura del puerto, las políticas internas del puerto que gestionan el talento humano, así como la participación de los medios de comunicación, la misma publicidad, la calidad de atención al usuario y sin duda la participación con la comunidad.

En tal sentido, la **Planificación Comunicacional**, encarada como un proceso continuo y recursivo de **Análisis – Programación - Ejecución - Evaluación**, en el que a partir de un conjunto de metodologías y herramientas específicas, pueden prepararse **Planes, Programas y Proyectos** de corto, mediano y largo plazo –Normativos y Estratégicos - es una herramienta clave para facilitar y optimizar la Gestión en la Comunicación de las Organizaciones. (Comunicólogos, 2003 - 2016)

El reconocimiento social es fundamental para gestionar el proceso de planificación del plan comunicacional que se desea implementar, la participación activa de todos los involucrados es imprescindible ya que al ser parte de los procesos se crea valor, mismo que es la base de la intervención; la planificación siempre busca favorecer y mejorar la comunicación, el diálogo, a fin de llegar a acuerdos que mejoren la calidad de vida de nuestros pescadores artesanales.

##### **Objetivo General:**

Mejorar la Imagen Pública del Pescador Artesanal de Jaramijó

### **Objetivos específicos:**

1. Desarrollar Actividades Comunicacionales que generen sentido de pertenencia y autoestima con los pescadores artesanales.

### **JUSTIFICACIÓN:**

Esta estrategia pretende fortalecer y potencializar la imagen del pescador artesanal emitiendo información correcta sobre los diferentes aspectos internos, y mejorando aspectos internos como la presentación personal, las relaciones personales, entre otros; ya que en base a la investigación realizada podemos notar que el entorno general y específico contribuyen a la percepción misma que incide en la creación individual de la imagen; por esta razón se puede diseñar y elaborar folletos o volantes que contengan información referente a los servicios que oferta el Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó.

### **ESTRATEGIAS:**

- Crear un Departamento de Relaciones Públicas en el Puerto Pesquero Artesanal.
- Difundir continuamente correcta información interna.
- Generar cultura organizacional para optimizar cultura al cliente

### **TÁCTICAS:**

- Contratar un profesional de Relaciones públicas para respaldar las actividades comunicacionales.
- Se implementará físicamente el departamento de Relaciones públicas.
- Realizar charlas motivacionales dirigida al público interno del Puerto.
- Establecer capacitaciones
- Otorgar bonos a la excelencia y buen trabajo.
- Desarrollar actividades de integración interna.
- Implementar carteleras, buzón de sugerencias, reuniones informativas.
- Crear la cultura del servicio por medio de charlas y capacitaciones.
- Realizar capacitaciones de protocolo, relaciones personales y presentación personal.

### **EVALUACIÓN:**

Se puede evaluar el impacto mediante el registro y control del número de bonos otorgados y el número de asistentes a las diferentes capacitaciones.

2. Establecer estrategias comunicacionales que ayuden a mejorar la imagen del pescador artesanal ante sus públicos externos.

JUSTIFICACIÓN:

Estas estrategias pretenden fomentar la importancia de la presencia del pescador artesanal, el aporte que brinda no solo a la cadena de producción y al sistema económico local; sino al soporte cultural que nuestros pescadores representan. Sin duda los medios de comunicación juegan un papel fundamental para promover la imagen del pescador Jaramijense, se debe explotar este recurso.

ESTRATEGIAS:

- Desarrollar actividades de Marketing, publicidad y Comunicación para dar a conocer la imagen de nuestros pescadores artesanales.
- Desarrollar alianzas estratégicas con medios de comunicación con el fin de difundir la imagen.

TÁCTICAS:

- Implementar material publicitario (elaboración de banners, gigantografías, vallas publicitarias)
- Potencializar acciones de Responsabilidad Social
- Realizar plan de medios
- Acercamiento con los medios seleccionados
- Selección de herramientas a utilizarse

EVALUACIÓN:

Se puede evaluar el impacto mediante el registro y control del número de visitantes al puerto, al patio de comidas, a las instalaciones y áreas del mercado y compararlas mensualmente.

### 3. Relaciones públicas digitales

#### JUSTIFICACIÓN:

La correcta selección va a garantizar que los mensajes que llegan al receptor o mejor llamados a nuestro público objetivo sean adecuados y que de manera pronta se empiece a observar resultados

#### ESTRATEGIAS:

- Desarrollar estrategias comunicacionales
- Generar notoriedad de la imagen del pescador a través de la infraestructura del puerto.
- Informar los nuevos programas y campañas de servicios que ofrecen los pescadores.
- Establecer plan de medios
- Desarrollar alianzas estratégicas con medios de comunicación
- Crear canales de comunicación externos.
- Solicitar a la Asamblea Nacional el reconocimiento de la ETNIA que enorgullece e identifica a los pescadores artesanales
- Postular a la pesca artesanal como Patrimonio

#### TÁCTICAS:

Pautar en medios de comunicación (Radio, televisión, periódicos)

- Informar a la ciudadanía a través de las TIC'S

Implementar campañas de Relaciones públicas con medios de comunicación.

- Utilizar redes sociales (Facebook y twitter)

Fortalecer el uso de las redes sociales como Facebook y Twitter es sumamente importante ya que en la actualidad la tecnología, el internet y las redes sociales son la mejor manera de dar a conocer un sector, persona, empresa; debido a que es un herramienta medible, para lo cual se propone:

- Crear cuentas oficiales, además se dará seguimiento al Fan Page.
- Realizar un cronograma de los contenidos a ser enviados por Facebook y twitter
- Creación de HASHTAGS, mismos que deberán ser usados en eventos especiales como ferias, exposiciones, entre otros.

- Marketing de contenidos
- Anuncios

-Organizar campañas de promoción turística al puerto. Se solicitará apoyo al Ministerio de Turismo para impulsar campañas para invitar o atraer visitantes.

-Escoger los medios más adecuados para que el mensaje que quiere transmitir el puerto y los pescadores llegue de forma adecuada.

-Realizar relaciones públicas con medios de comunicación.

-Identificar a líderes de opinión.

-Capacitar a los voceros oficiales del puerto.

-Impulsar herramientas de comunicación externas.

4. Provocar el sentido de respeto, aceptación, comprensión a las actividades que realizan los pescadores artesanales para que la imagen pública que tienen no sufra más deterioro.

#### JUSTIFICACIÓN:

Sin duda una manera de promover la aceptación y el respeto de nuestros pescadores artesanales, es mediante el reconocimiento, al ser una actividad que es transmitida de generación en generación, se considera que cumple con las características necesarias para ser postulado como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador. Es así como UNESCO define a un postulante para esta denominación:

“El contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, festivales, conocimientos, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y

económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

El patrimonio cultural inmaterial es:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- Integrador: El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.
- Representativo: el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- Basado en la comunidad: el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio”. (UNESCO, 2016)

#### ESTRATEGIAS:

- Llegar a la comunidad con mensajes motivacionales sobre el puerto.
- Realizar actividades comunicacionales a cerca de la importancia del pescador artesanal
- Crear herramientas comunicacionales que nos ayuden a crear feedback o comunicación bidireccional con los públicos externos.

#### TÁCTICAS:

- Realizar campañas comunicacionales.
- Definir los medios para difundir las campañas comunicacionales.
- Contactar con medios de comunicación
- Establecer herramientas de comunicación externa.

## **EVALUACIÓN:**

Básicamente se puede verificar mediante la difusión de las campañas en los diferentes medios masivos de comunicación, además se puede verificar la aceptación de las propuestas tanto en la Asamblea Nacional como en la UNESCO.

## **MEDIOS:**

Impresos: Comunicados internos, carteleras

Electrónicos: Comunicados, correos, salva pantallas, blogs, chats.

Audiovisual: Videos promocionales del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó que motiven al turismo, Spots campañas internas, Noticieros.

Telefónicos: Mensajes de texto

Presenciales: Reuniones, capacitaciones,

## **ALCANCE:**

Público interno y externo; se aspira llegar a la mayor parte de Ecuatorianos y extranjeros.

## **MENSAJE:**

Lo que se desea transmitir es:

- El pescador artesanal es importante para el desarrollo económico social de Jaramijó
- El pescador artesanal busca el reconocimiento de su etnia, de lo que lo identifica y enorgullece. "Cholo Pescador"
- El pescador artesanal brinda servicio y productos de calidad.
- El pescador artesanal ofrece precios competitivos.
- El pescador artesanal trabaja de manera socialmente responsable, se preocupa por el medio ambiente.
- El pescador artesanal apoya a cada uno de sus compañeros, es solidario, honesto, trabajador.
- El pescador artesanal necesita ser reconocido, valorado, respetado y aceptado por la sociedad.

- El pescador artesanal invita y promueve el turismo al cantón
- El pescador artesanal debe ser considerado como patrimonio cultural inmaterial.

### **RESPONSABLES:**

Directamente será el administrador del puerto, el Relacionista Público y/o el área de comunicación.

Para la elaboración del presente plan se tomaron en cuenta algunos de los lineamientos estratégicos que se obtuvieron luego del análisis de los datos obtenidos con las diferentes herramientas de investigación, (Entrevistas, Encuestas y grupo focal); la elaboración del presente plan es una guía de referencia y un punto de partida para potencializar la imagen del Pescador artesanal de Jaramijó, debido a que la investigación inicial está enfocada en el diagnóstico de la imagen, sin embargo el presente plan permitirá desarrollar procesos que promuevan las relaciones públicas, y los procesos de comunicación entre los públicos de la empresa y a la vez genere nuevos espacios de difusión de un mensaje en beneficio de nuestro pescador Jaramijense.

El plan de comunicación tiene que adaptarse a la realidad del sector, es fundamental dar seguimiento y evaluación del cumplimiento de los objetivos para de esta manera conocer los resultados positivos o negativos, y poder conocer si se cumplen los tiempos establecidos en el cronograma; es importante fijar indicadores cualitativos y cuantitativos para evaluar.

**CRONOGRAMA PARA EJECUTAR LAS ACCIONES:**

Tabla 28: Cronograma para ejecutar las acciones del Plan Comunicacional

ACCIONES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1.Desarrollar Actividades Comunicacionales Pertenencia y autoestima con los pescadores	X		X		X		X		X		X	
2. Establecer estrategias comunicacionales que ayuden a mejorar la imagen del pescador artesanal ante sus públicos externos.		X		X		X		X		X		X
3.Relaciones públicas digitales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4. Provocar el sentido de respeto, aceptación, comprensión a las actividades que realizan los pescadores artesanales para que la imagen pública que tienen no sufra más deterioro.		X		X		X		X		X		X

Elaborado por: Mishelle Moyano

Tabla 29: Propuesta Plan de Comunicación

<b>PLAN COMUNICACIONAL</b>				
<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Públicos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Tácticas</b>
Mejorar la Imagen Pública del Pescador Artesanal de Jaramijó	1.Desarrollar Actividades Comunicacionales que generen sentido de pertenencia y autoestima con los pescadores artesanales	Pescadores artesanales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un Departamento de Relaciones Públicas en el Puerto Pesquero Artesanal.</li> <li>- Difundir continuamente correcta información interna.</li> <li>- Generar cultura organizacional para optimizar cultura al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un profesional de Relaciones públicas para respaldar las actividades comunicacionales.</li> <li>- Se implementará físicamente el departamento de Relaciones públicas.</li> <li>- Realizar charlas motivacionales dirigida al público interno del Puerto.</li> <li>- Establecer capacitaciones, para los participantes.</li> <li>- Otorgar bonos a la excelencia y buen trabajo.</li> <li>- Desarrollar actividades de integración interna.</li> <li>- Implementar carteleras, buzón de sugerencias, reuniones informativas.</li> <li>- Crear la cultura del servicio por medio de charlas y capacitaciones.</li> <li>-Mantener comunicación permanente con los comerciantes.</li> <li>- Realizar capacitaciones de protocolo, relaciones personales y presentación personal.</li> </ul>
	2.Establecer estrategias comunicacionales que ayuden a mejorar la imagen del pescador artesanal ante sus públicos externos.	Ciudadanía de Jaramijó Medios de Comunicación Puerto Pesquero Artesanal GAD de Jaramijó	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar actividades de Marketing, publicidad y Comunicación para dar a conocer la imagen de nuestros pescadores artesanales.</li> <li>- Desarrollar alianzas estratégicas con medios de comunicación con el fin de difundir la imagen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Implementar material publicitario</li> <li>- Potencializar acciones de Responsabilidad Social</li> <li>- Realizar plan de medios</li> <li>- Acercamiento con los medios seleccionados</li> <li>- Selección de herramientas a utilizarse</li> </ul>
	3. Relaciones públicas digitales.	Públicos internos: pescadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar estrategias comunicacionales</li> <li>- Generar notoriedad de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pautar en medios de comunicación</li> <li>- Informar a la ciudadanía a través de las TIC´S</li> <li>Implementar campañas de Relaciones públicas con</li> </ul>

		<p>artesanales. Públicos externos: ciudadanía, medios de comunicación, GAD de Jaramijó</p>	<p>imagen del pescador a través de la infraestructura del puerto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informar los nuevos programas y campañas de servicios que ofrecen los pescadores.</li> <li>- Establecer plan de medios.</li> <li>- Desarrollar alianzas estratégicas con medios de comunicación</li> <li>- Crear canales de comunicación externos.</li> </ul>	<p>medios de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar redes sociales</li> <li>- Organizar campañas de promoción turística al puerto</li> <li>- Escoger los medios más adecuados para que el mensaje que quiere transmitir el puerto y los pescadores llegue de forma adecuada.</li> <li>- Realizar relaciones públicas con medios de comunicación.</li> <li>- Identificar a líderes de opinión.</li> <li>- Capacitar a los voceros oficiales del puerto.</li> <li>- Impulsar herramientas de comunicación externas.</li> </ul>
	<p>4. Provocar el sentido de respeto, aceptación, comprensión a las actividades que realizan los pescadores artesanales para que la imagen pública que tienen no sufra más deterioro.</p>	<p>Público externo: Ciudadanía, medios de comunicación, GAD Jaramijó</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llegar a la comunidad con mensajes motivacionales sobre el puerto.</li> <li>- Realizar actividades comunicacionales a cerca de la importancia del pescador artesanal</li> <li>- Crear herramientas comunicacionales que nos ayuden a crear feedback o comunicación bidireccional con los públicos externos.</li> <li>- Solicitar a la Asamblea Nacional el reconocimiento de la ETNIA que enorgullece e identifica a los pescadores artesanales</li> <li>- Postular a la pesca artesanal como Patrimonio Cultural Inmaterial frente a la UNESCO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar campañas comunicacionales.</li> <li>- Definir los medios para difundir las campañas comunicacionales.</li> <li>- Contactar con medios de comunicación</li> <li>- Establecer herramientas de comunicación externa.</li> </ul>

Elaborado por: Mishelle Moyano

## CONCLUSIONES

- Existe gran desconocimiento de los alcances de la imagen y todo lo que esta conlleva. La recepción, percepción e interpretación dan lugar a la imagen.
- Los aspectos históricos que influyen en la imagen y situación actual del pescador artesanal del cantón Jaramijó son una revisión orientada a detectar los aspectos favorables y débiles de la imagen que proyectan.
- Después de revisar la parte teórica y que tenemos conciencia de la importancia del conjunto de ámbitos, mismos que juegan un papel importante en lo que proyectamos, debemos entonces cuidar cada aspecto que forma parte de nuestros pescadores, si bien en cierto la imagen es subjetiva y está condicionada por las circunstancias externas, razón por la cual la percepción de cada ser humano con respecto a los sujetos de investigación es variada.
- Se puede identificar claramente los medios de trabajo, capital, abastecimiento de mercados y autoconsumo que aporta el pescador artesanal a la sociedad de Jaramijó.
- La planificación comunicacional que se plantea está enfocada a mejorar la percepción de los diferentes públicos o entornos. Este diagnóstico nos permite conocer la realidad “en donde estamos”, para poder tomar decisiones que nos permitan llegar a la imagen pública ideal; es decir planificar adecuadamente estrategias y canales de comunicación para mejorar la relación con sus diferentes entornos o públicos.
- Todas las formas de comunicación que se utilizan son vías efectivas para fortalecer los valores en las personas, el presente estudio científico ofrece una

visión clara sobre la situación actual del pescador artesanal de Jaramijó que favorece el sentido de pertenencia e identificación con el sector pesquero

- La imagen pública actualmente proyectada y percibida directamente por el cliente externo y por tanto condiciona su nivel de aceptación. Este momento es positivo debido a que la mayoría de personas se sienten identificadas con la pesca artesanal.
- La mayor fortaleza de nuestros pescadores artesanales en cuanto a su imagen está relacionada a elementos percibidos por los entornos externos de forma abstracta.
- La imagen se construye con la acumulación de detalles, desde los más pequeños y sencillos hasta los generales y se va construyendo con el paso del tiempo, sin duda el entorno juega un papel fundamental en esta construcción, ya que impone pautas.

## RECOMENDACIONES

1. Diagnosticar periódicamente la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó.
2. Capacitar constantemente al sector de la pesca artesanal para mejorar estilos de vida.
3. Reconocer la etnia de CHOLO PESCADOR por parte de la Constitución de la República del Ecuador que garantiza la diversidad cultural y diversidad de etnias; sin duda para defender una imagen deben ser reconocidos.
4. Postular el arte de la pesca artesanal como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador ya que se trata de una tradición heredada de antepasados y es una práctica relativa a la naturaleza. Se reúne las condiciones necesarias.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Sojo, I. (2001). La imagen pública. *Latina de Comunicación social* , 17.
- América-aidas ONG. (13 de 07 de 2013). <http://www.aida-americas.org/>. Obtenido de Aspectos socioeconómicos en la pesca responsable: <http://www.aida-americas.org/sites/default/files/CAPITULO%2011%20-%20ASPECTOS%20SOCIOECONOMICOS%20EN%20LA%20PESCA%20RESPONSABLE.pdf>
- Asociación de Municipalidades del Ecuador. (2015). *ame.gob.ec*. Obtenido de Cantón Jaramijó: <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/53-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-manabi/183-canton-jaramijo>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2016). *ame.gob.ec*. Obtenido de Historia de Jaramijó, reseña y cultura: <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/53-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-manabi/183-canton-jaramijo>
- Báxter, E. (1989). *La formación de valores. Una tarea pedagógica*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- blogspot.com. (22 de febrero de 2011). *blogspot.com / Rinabria88*. Recuperado el 3 de agosto de 2016, de antropomorfología: [http://4.bp.blogspot.com/\\_y3OLZvxBNzc/TS3BmkfX5HI/AAAAAAAAAGk/mDEMw8gBRR4/s1600/antrop2.gif](http://4.bp.blogspot.com/_y3OLZvxBNzc/TS3BmkfX5HI/AAAAAAAAAGk/mDEMw8gBRR4/s1600/antrop2.gif)
- Campos, M., Marttín, F., & Cotto, A. (2010). *Indicadores socioeconómicos: sector pesquero artesanal de Nicaragua*. Obtenido de FAO, Circular de Pesca y Acuicultura No 1047: <http://www.fao.org/3/a-i1462s.pdf>
- Capriotti, P. (febrero de 2013). *Instituto de Investigación en Relaciones Públicas*. Recuperado el agosto de 2016, de Planificación de la imagen corporativa: <http://ceomediacomunication.com/Libros/Planificaciondelaimagencorporativa.pdf>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la imagen corporativa*. Málaga, España: IIRP )Instituto de investigación en Relaciones Públicas.
- Comerón Taimé, M. (15 de mayo de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de julio de 2016, de Plan de comunicación para mejorar la imagen e identidad corporativas: <http://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-para-mejorar-la-imagen-e-identidad-corporativas/>

- Comunicólogos. (2003 - 2016). *Comunicólogos*. Recuperado el 14 de julio de 2016, de Planificación Comunicacional: <http://www.comunicologos.com/t%C3%A9cnicas/planificaci%C3%B3n-comunicacional/>
- Contreras, G. (1987). Características de la comercialización pesquera artesanal para el mercado interno. En ESPOL, CEPLAES, & ILDIS, *La pesca artesanal en el Ecuador* (pág. 287). Quito: CEPLAES.
- Costa, J. (1992). *La imagen pública, una ingeniería social*. Madrid: Fundesco.
- Definición.com. (23 de mayo de 2015). *Definición.com*. Obtenido de <http://definicion.de/imagen-publica/#ixzz47qQQBixr>
- Delgado, C. (2015). *Desarrollo del Puerto de Manta*. Manta: Eskeletra.
- Durango Tello, P. E. (2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/>. Recuperado el 15 de 01 de 2016, de Evaluación Socio-económica del uso de la pesca artesanal en: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2392/1/106884.pdf>
- Durango, P. E. (2013). <http://repositorio.usfq.edu.ec/>. Recuperado el 15 de 01 de 2016, de Evaluación Socio-económica del uso de la pesca artesanal en: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2392/1/106884.pdf>
- fao.org. (2016). *www.fao.org*. Obtenido de Reconocimiento para el papel vital de la pesca artesanal: <http://www.fao.org/news/story/es/item/234297/icode/>
- Gallardo, F. A. (23 de febrero de 2014). *www.academia.edu*. Obtenido de Antropomorfología: <http://www.academia.edu/6238172/Antropomorfolog%C3%ADa>
- García Batista, G. (1996). *¿Por qué la formación de valores es también un proceso pedagógico? En La formación de valores de las nuevas generaciones*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.
- García, Y., & López, A. (2009). <http://ri.bib.udo.edu.ve/>. Obtenido de El Pescador Artesanal y el Proyecto de Desarrollo Endógeno para la Repotenciación de la Flota Pesquera Artesanal: [http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/4140/1/tesis\\_ay.pdf](http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/4140/1/tesis_ay.pdf)
- Gobierno Provincial de Manabí. (s/f). *manabi.gob.ec*. Obtenido de Historia: <http://www.manabi.gob.ec/index.php/es/manabi/historia.html>
- Hernández Rivera, N. (27 de noviembre de 2014). *Gestiopolis.com*. Obtenido de Imagología. Teoría de la imagen pública de la empresa.: <http://www.gestiopolis.com/imagologia-teoria-de-la-imagen-publica-de-la-empresa/>
- Hernández, J. (2013). *El poder de la imagen pública*. Obtenido de Qué es la imagen pública: <http://elpoderdelaimagenpublicatj.blogspot.com/2013/07/que-es-la-imagen-publica.html>

- <http://app.sni.gob.ec/>. (2014). <http://app.sni.gob.ec/>. Obtenido de Diagnóstico preliminar 2014:  
[http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/DIGANO STICO%20JARAMIJ%C3%92%202014\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/DIGANO STICO%20JARAMIJ%C3%92%202014_14-11-2014.pdf)
- INEC. (2010). *INEC*. Recuperado el 09 de junio de 2016, de VII Censo de Población y VI de vivienda:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Poblacion\\_y\\_demo/Cuestionario\\_censal/cuestionario\\_censal.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Poblacion_y_demo/Cuestionario_censal/cuestionario_censal.pdf)
- INP, I. e. (s.f.). *Instituto Nacional de Pesca*. Recuperado el 12 de julio de 2016, de Méndez, Walter; García, Rosa; Chicaiza, Sáez & David: <http://200.107.61.10/wp-content/uploads/2014/05/La-Pesqueria-de-Arrastre-De-Camaron-En-el-Ecuador.pdf>
- Jaramijó, G. d. (19 de marzo de 2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jaramijó*. Recuperado el 10 de junio de 2016, de Inauguración del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó:  
<http://www.jaramijo.gob.ec/jaramijo/index.php/component/k2/item/85-inauguracion-puerto-pesquero-artesanal-de-jaramijo>
- Lincango, J. (2013). <http://gruposetnicosec.blogspot.com>. Obtenido de Grupos étnicos del Ecuador.: <http://gruposetnicosec.blogspot.com/2013/04/region-costa-ubicacion-provincias-del.html>
- Martínez Navarrete, D. (23 de mayo de 2011). *Gestiopolis.com*. Recuperado el agosto de 2016, de La imagen pública, qué es y cómo gestionarla: <http://www.gestiopolis.com/la-imagen-publica-que-es-y-como-gestionarla-en-una-organizacion/>
- Medrano, S. (19 de noviembre de 2013). *Sandra Medrano*. Recuperado el 28 de julio de 2016, de <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/09/2c/f2/092cf2317aaaf5b181589a25186343e9.jpg>
- [montsemarketing.wordpress.com](http://montsemarketing.wordpress.com). (2010). *montsemarketing.wordpress.com*. Obtenido de Fases de la estructura de una imagen:  
<https://montsemarketing.wordpress.com/2010/08/03/%C2%BFque-es-la-auditoria-de-imagen/>
- Naruby. (2014). *Naruby*. Recuperado el julio de 2016, de Imagen Integral de Adentro hacia afuera: <http://www.maquilleo.com/blog/wp-content/uploads/2014/03/Correctores-Seg%C3%BAAn-el-Tipo-de-Rostro.jpg>
- [oldepesca.com](http://www.oldepesca.com). (2016). *oldepesca.com*. Obtenido de Qué es Oldepesca:  
<http://www.oldepesca.com/node/6>
- Peralta, C. (2004). Nociones de Imagen Pública. *Primera revista electrónica en América Latina especializada en Comunicación*. , 15.

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *Definicion.de*. Recuperado el julio de 2016, de <http://definicion.de/imagen-publica/>
- Real, M. p. (18 de marzo de 2014). *modaparalavidareal*. Obtenido de Carametría: <http://modaparalavidareal.com/glosario/carametria/19584>
- Ricaurte Yépez, C., & Santa Mejía, C. (2015). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/>. Obtenido de PROPUESTA PARA UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4693/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-252.pdf>
- Romeo Ferrán, S., & Milán Graell, M. (2011). "*Diagnóstico de la imagen pública de la sucursal de Ecotur en Granma*" en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado el 02 de julio de 2016, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/294/1/T-UTC-O1O8.pdf>
- Saladeprensa.org. (2001). *saladeprensa.org*. Obtenido de Componentes y ámbitos de expresividad: <http://www.saladeprens.org/art249.htm>
- Sánchez Ávila, M. F. (15 de Abril de 2016). *Imagología. Reglas y manejo de la Imagen Pública*. Recuperado el 20 de julio de 2016, de Imagología. Reglas y manejo de la Imagen Pública.: Sánchez Ávila María Fernanda. (2016, abril 15). [Imagolhttp://www.gestiopolis.com/imagologia-reglas-manejo-la-imagen-publica/](http://www.gestiopolis.com/imagologia-reglas-manejo-la-imagen-publica/)
- Sector Pesquero Artesanal del Ecuador, F. (2015). *fenacopec.com*. Obtenido de Pesquerías artesanales: <http://www.fenacopec.com/index.php/nosotros/pesquerias>
- *Semanario del Cantón Jaramijó*. (2016). Obtenido de Publicaciones del cantón: <https://semanariosantacruz.wordpress.com/geografia/>
- SERNAPESCA. (2016). *Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura*. Obtenido de Pesca artesanal: [http://www.sernapesca.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=83&Itemid=220](http://www.sernapesca.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=83&Itemid=220)
- [sites.google.com](https://sites.google.com/site/ergonomiasanchezriveraanayelit/1-2-definicion-de-antropometria). (2016). [sites.google.com](https://sites.google.com/site/ergonomiasanchezriveraanayelit/1-2-definicion-de-antropometria). Obtenido de <https://sites.google.com/site/ergonomiasanchezriveraanayelit/1-2-definicion-de-antropometria>
- Tejada, R. (04 de abril de 2016). *Revista Poder*. Obtenido de Caramorfología: <http://www.revistapoder.com.mx/2016/04/04/caramorfologia/>
- [upload.wikimedia.org](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/ab/Bandera_de_jaramijo.jpg). (2016). [upload.wikimedia.org](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/ab/Bandera_de_jaramijo.jpg). Obtenido de Bandera de Jaramijó: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/ab/Bandera\\_de\\_jaramijo.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/ab/Bandera_de_jaramijo.jpg)

- [upload.wikimedia.org](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b2/Escudo_de_jaramijo.jpg). (2016). *upload.wikimedia.org*. Obtenido de Escudo de Paramijó:  
[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b2/Escudo\\_de\\_jaramijo.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b2/Escudo_de_jaramijo.jpg)
- Wigodski, J. (2010). *POBLACIÓN*.
- Wikipedia. (27 de 11 de 2015). *Desarrollo económico*. Obtenido de [es.wikipedia.org](https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico):  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo\\_econ%C3%B3mico](https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico)

## **ANEXOS**

## **Anexo 1: Entrevista Ing. Víctor Arellano**

**Entrevistado:** Ing. Víctor Arellano / Administrador del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó

### **CUESTIONARIO**

#### **1. ¿Qué significado tiene para usted el “pescador artesanal”?**

Ellos son héroes, porque lo que ellos hacen es un trabajo para horrorarlo y sin duda hay que tener pantalones para ir tantos días al mar; son sustento de su familia, su labor es ancestral aprenden de generación en generación, su arte de pesca y sus tradiciones son parte de sus historia.

#### **2. ¿Cuál es el número aproximado de pescadores artesanales a nivel nacional y en el cantón Jaramijó, existe alguna clasificación?**

A nivel nacional:

En Jaramijó según el censo que se realizó el año pasado por medio del MAGAP son 2.900 pescadores activos, es decir en edad media y alrededor del 85% de la población de Jaramijó se dedica a la pesca artesanal.

En la pesca artesanal no existe clasificación, la pesca al ser manual es artesanal, si se utiliza algún medio adicional deja de ser manual y deja de ser artesanal. Lo que sí tienen es diferentes tipos o formas de los instrumentos para pescar que siguen siendo manuales y sin duda son parte de la pesca artesanal.

#### **3. En términos de géneros conoce la cantidad aproximada de mujeres pescadoras artesanales que desarrollan esta actividad en este Puerto?**

Bueno, en la mayor parte de caletas cada papá, el jefe de la casa es el que se dedica a la pesca, pero las mujeres que van al alta mar son aproximadamente de 100 a 150. Mayormente las mujeres intervienen en el proceso de la pesca, en la limpieza, la distribución, la comercialización, la preparación en los patios de comida. La mujer ha desarrollado un papel muy importante en el desarrollo de la pesca.

#### **4. En calidad de autoridad, describa el proceso evolutivo de la imagen pública del pescador artesanal.**

La evolución de la pesca ha sido positiva, al inicio la pesca se la realizaba en la playa sin las normas básicas de higiene y de seguridad, antes los pescadores venían descalzos y poco a poco se fue cambiando la mentalidad de los pescadores.

La vida bohemia, su grado cultural limitado, aunque no todos son así, hay pescadores que sobresalen, hay de todo. Existe mucha intermediación y de cierto modo abusan del

pescador; todos estos factores han sido parte de la evolución de lo que proyectan estos héroes.

**5. Mencione las causas que han favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal.**

Sin duda una causa importante es la construcción de estos puertos, si mal no recuerdo estos puertos son parte de los objetivos del buen vivir, y los pobladores de Jaramijó se sienten identificados y cuidan su puerto, eso ha apoyado a la imagen de ellos; al momento de construir estos Puertos, se creó en los pescadores una especie de símbolo, hay un alto grado de respeto, hay cambio y creo que forman parte de la identidad de los pescadores.

**6. Desde su percepción ¿Cómo es visto por la sociedad de Jaramijó el pescador artesanal?**

La sociedad respeta al pescador artesanal, lo hace suyo, es parte de la raíz del cantón. Están orgullosos de sus pescadores.

**7. ¿Considera que el trabajo y aporte económico que brinda el pescador artesanal es reconocido por los habitantes de Jaramijó**

Sí, porque aquí hay gremios, cooperativas, asociaciones que respaldan al pescador artesanal. Ha incrementado el aporte económico, ya que en incluso llegan embarcaciones de otras caletas a descargar aquí y generan mayores ingresos.

**8. En base a su historia y a su labor ¿Cómo podríamos potenciar la imagen del pescador artesanal de Jaramijó?**

Bueno, yo sí creo que deberían intervenir instituciones del estado, capacitar a los pescadores, orientarlos para ser "guías turísticos" y seguir el ejemplo de Anconcito ellos son emprendedores porque hacen sus grupos de turismo los llevan, los pasean. Faltan proyectos de emprendimiento, el estado debe recordar que la segunda fuente generadora de recursos económicos en el país es el turismo.

**9. ¿De qué manera la Institución que usted representa contribuye con la imagen pública del pescador artesanal?**

En primer lugar se cumplen las normas, políticas internas del puerto, normas de seguridad, uno puede observar ese cambio, hay más control. Me siento seguro de comer cualquier marisco porque conozco el proceso y eso me da seguridad.

**10. ¿Considera que los medios de comunicación masiva hacen un justo papel en cuanto a transmitir mensajes relacionados al pescador artesanal de Jaramijó, su imagen, su entorno?**

No, en su mayoría no, aquí si hay un problema la prensa ataca, condena, la tendencia de los medios no es informar sino vender, por ejemplo si algún dirigente no está de acuerdo con algo la prensa le apoya se presta para desinformar. No hay apoyo para fomentar las visitas al Puerto, no resaltan los aspectos positivos, no nos ayudan a que los demás cantones valoren lo que hacen los pescadores artesanales.

**11. Desde su perspectiva cuales son los factores que debilitan la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó?**

El Grado cultural sin duda hace que ellos aún sean reacios al cambio; otro factor es la capacidad económica, ellos no tienen capital y recurren a los intermediarios, no hay apoyo de la banca privada o pública, no hay microcréditos y sin duda eso debilita su imagen.

**12. Mencione las herramientas de trabajo con la que cuenta el pescador artesanal para dedicarse cotidianamente a las faenas de pesca, mar adentro.**

La embarcación, los instrumentos de pesca de acuerdo a la temporada y su fuerza de voluntad

**13. Considera usted como autoridad, que las herramientas de trabajo utilizadas por los pescadores artesanales han ido mejorando a la par del despunte tecnológico.**

✓ Sí:

No:

**Por qué:** Actualmente se cuenta con la ayuda de radares para incrementar la seguridad de los pescadores, tienen botón de auxilio. Muy pocas embarcaciones cuentan con radio por los altos costos de los mismos. (comprar la frecuencia, los equipos entre otros)

**14. Describa las fuentes de financiamiento y el capital que dispone el pescador para el desarrollo de su trabajo como pescador artesanal.**

A penas el 15% de los pescadores cuentan con capital propio, los demás recurren a la banca pública privada y a los "intermediarios". Si tu comparas las listas de comerciantes vs la lista de los pecadores se puede notar que duplican en cantidad.

**15. ¿Cuáles son las agrupaciones o centros comunitarios que capacitan en diferentes temáticas a los pescadores artesanales?**

El MAGAP, Las administraciones de cada puerto, Ministerio del ambiente

**16. ¿Cuáles son las principales actividades económicas que se llevan a cabo en Jaramijó?**

La principal actividad económica es la pesca y en segundo lugar el comercio informal, los vendedores ambulantes circulan por las calles; a pesar de ser un cantón grande aún persiste la idiosincrasia de pueblo.

**17. ¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal para abastecer el consumo interno de la comunidad?**

No hay organizaciones que de manera exclusiva se enfoquen en el pescador artesanal de Jaramijó.

**18. ¿Considera que reciben atención oportuna los pescadores artesanales por parte de las diferentes autoridades de Jaramijó para abastecer de mejor manera el consumo de la población de Jaramijó y de sus familias?**

Sí, los controles que se realizan con frecuencia han permitido identificar las necesidades y se ha podido atender de manera oportuna.

Nosotros como administradores del Puerto nuestra única y principal función es mejorar la calidad de vida de los pescadores a través de un puerto digno.

## **Anexo 2: Entrevista Lic. José Sánchez**

**Entrevistado:** Lcdo. José Elías Sánchez / Historiador Manabita

### **CUESTIONARIO**

#### **1. ¿Qué significado tiene para usted el “pescador artesanal”?**

Debemos partir de la diferencia del pescador artesanal y del industrial, la pesca artesanal es decir que captura peces del mar con sus habilidades ancestrales, con su sapiencia, su sabiduría de pescador mientras que el pescador industrial hace lo mismo “pesca” pero con otros instrumentos que le permiten alcanzar mayor cantidad de pesca.

El pescador vive, tiene su razón de ser es un trabajador del mar, los que pescan langosta va a las piedras y con su gancho saca de las piedras, los comerciantes porque no cualquiera mete las manos para después venderlo.

#### **2. ¿Cuál es el número aproximado de pescadores artesanales a nivel nacional y en el cantón Jaramijó?**

Pescadores artesanales desde Esmeraldas, toda la costa del litoral ecuatoriana llegan a unos 800.000 son bastantes pescadores incluyendo a los comerciantes.

Todos los habitantes de Jaramijó en su totalidad son pescadores.

Nuestros pueblos ya son cosmopolitas es decir el habitante vernáculo es menor porque aumenta la población migrante, Sin embargo la mayor parte de gente ha vivido de la pesca por eso su nombre “Caleta de pescadores”, su etnia es el Cholo pescador.

#### **3. En términos de géneros conoce la cantidad aproximada de mujeres pescadoras artesanales que desarrollan esta actividad en este Puerto?**

Realmente el INEN debe saber con exactitud, por el censo del 2010; sin embargo la mujer participa en la actividad pesquera del hombre, preparando la comida por ejemplo. Después ya cambió la técnica de pesca y la mujer se dedica a la venta del producto es decir es parte del proceso de producción.

El pescador utilizaba su canoa hecha de un solo tronco, apoyado de un remo puntiagudo, ya que se debe meter en la arena para impulsarse hasta llegar al mar.

Antes se usaban los bongos, ahora las embarcaciones están hechas de fibra de vidrio.

Existen dos características que identifican a los pescadores: los ojos son pequeños debido al viento y al sol por eso debe cerrarlos; y la barriga pronunciada ya que el cholo hace punto de presión para halar la red en el momento de la pesca.

Mirar fijamente los ojos del pescador, la nariz vamos a notar rasgos ancestrales.

En todo este proceso la mujer siempre estuvo presente, la mujer vendía ella llevaba la plata a la casa, el hombre solo pescaba y chupaba.

La fibra de vidrio llegó en los años 80 a reemplazar a la canoa y fue debido a que los remos y su vela ya no eran suficientes y la pesca fue escaseando.

Por el año 2000 se descubrió que se podían enganchar en las Nodrizas hasta unas 15 embarcaciones y se quedan hasta 21 días y la distribución siempre es equitativa entre los que participan en la faena.

**4. En calidad de autoridad, describa el proceso evolutivo de la imagen pública del pescador artesanal.**

Nunca ha necesitado el concepto de imagen pública, solo le interesa vivir, pero él vive feliz con sus condiciones y vivencias. El no trabaja la imagen pública, porque no sabe que es la imagen pública, ni le interesa. Se viste de blanco para la fiesta porque esa es la costumbre.

Nosotros desde afuera lo vemos mal, criticamos las circunstancias.

**5. Mencione las causas que han favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal.**

La única causa es la educación, eso ha permitido que los hijos de los pescadores lean vayan a la escuela, al colegio, a la universidad y ha cambiado un poco la visión pero esto no ha detenido o evitado que se siga en la actividad pesquera.

Si analizamos los medios de comunicación vamos a encontrar que lo degradan, lo atacan lo invisibilizan.

**6. Desde su percepción ¿Cómo es visto por la sociedad de Jaramijó el pescador artesanal?**

Los ve muy bien, se sienten identificados con el pescador artesanal, se sienten orgullosos.

Nosotros, los que los vemos desde afuera que no somos de Jaramijó somos quienes los denigramos, criticamos, y no valoramos el esfuerzo de ellos por su apariencia, su aspecto, su olor.

**7. ¿Considera que el trabajo y aporte económico que brinda el pescador artesanal es reconocido por los habitantes de Jaramijó**

Sin duda, ellos lo reconocen y le dan valor es por eso que la mayor parte de la población está dedicada a la actividad pesquera.

**8. En base a su historia y a su labor ¿Cómo podríamos potenciar la imagen del pescador artesanal de Jaramijó?**

Incluyéndolos y reconociéndolos en la constitución de la república del Ecuador. Los cholos estaban sentados en el país antes de la llegada de los Afro Ecuatorianos y sin embargo no están considerados en las etnias del Ecuador.

**9. Mencione las herramientas de trabajo con la que cuenta el pescador artesanal para dedicarse cotidianamente a las faenas de pesca, mar adentro.**

Fibra de vidrio, motor, aparejo de pesca.

**10. Considera usted como autoridad, que las herramientas de trabajo utilizadas por los pescadores artesanales han ido mejorando a la par del despunte tecnológico.**

Sí porque le permiten trabajar con mayor autonomía a mayor distancia, lo que representan mayores capturas de peces

**11. Describa las fuentes de financiamiento y el capital que dispone el pescador para el desarrollo de su trabajo como pescador artesanal.**

Generalmente el pescador ha cambiado de instrumentos, por medio de créditos. Y se confía en ellos porque su palabra tiene validez y es así como mantienen sus relaciones financieras.

En los años 80 la pesca del pescador artesanal o pesca blanca, enfocad a los peces de profundidad que se diferencia de la pesca de atún. Y esta pesca blanca es explotable y esto permitió que el pescador artesanal venda de manera directa, era un gran negocio, costaba más, era más apetecido, eso contribuyó a mejorar las casas, mejoraron notablemente sus ingresos económicos.

**12. ¿Cuáles son las agrupaciones o centros comunitarios que capacitan en diferentes temáticas a los pescadores artesanales?**

Existe una asociación de pescadores que se encargan de buscar capacitaciones, para intercambiar experiencias.

Actualmente Jaramijó tiene prevista la construcción de la sede del Instituto superior de Pesca, para formar pescadores, mecánicos y demás involucrados en la pesca artesanales.

La marina le facilita capacitaciones para obtener la matricula de manejo de embarcaciones de mar.

**13. ¿Cuáles son las principales actividades económicas que se llevan a cabo en Jaramijó?**

La pesca y el comercio

**14. ¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal para abastecer el consumo interno de la comunidad?**

La subsecretaría de pesca, las asociaciones de pesca. Lamentablemente el municipio no apoya al pescador; los Bancos, cooperativas que facilitan créditos.

**15. ¿Considera que reciben atención oportuna los pescadores artesanales por parte de las autoridades de Jaramijó para abastecer de mejor manera el consumo de la población de Jaramijó y de sus familias?**

Al ser la población pesquera, sus autoridades son y están relacionadas con las pesca de manera directa e indirecta, y se mantiene relaciones positivas y sí reciben atención oportuna.

### **Anexo 3: Entrevista Lic. Sandra Barrera**

**Entrevistada:** Lcda. Sandra Barrera / Secretaría de Recursos Pesqueros (SRP)

#### **CUESTIONARIO**

**1. ¿Qué significado tiene para usted el “pescador artesanal”?**

“Hombre valiente” que arriesga su vida por obtener el sustento diario para su familia, es quien impulsa la economía de un sector y transmite sus conocimientos a las demás generaciones para la supervivencia y mantenimiento del ecosistema donde se desenvuelve.

**2. ¿Cuál es el número aproximado de pescadores artesanales a nivel nacional y en el cantón Jaramijó?**

De acuerdo al último censo pesquero, a nivel nacional hay 59.616 pescadores; en el cantón Jaramijó se puede evidenciar 3.102 pescadores artesanales.

**3. En términos de géneros conoce la cantidad aproximada de mujeres pescadoras artesanales que desarrollan esta actividad en este Puerto?**

La actividad pesquera artesanal es propia de hombres en el cantón Jaramijó, existen aproximadamente 100 mujeres que se encuentran afiliadas al Seguro Pesquero, Cooperativas y Asociaciones pesqueras artesanales, quienes representan a sus esposos cuando ellos se encuentran en faenas de pesca.

**4. En calidad de autoridad, describa el proceso evolutivo de la imagen pública del pescador artesanal.**

En el cantón Jaramijó y en todas las caletas pesqueras de nuestro país, la pesca artesanal sirvió, en un principio, para subvenir a las necesidades individuales de cada rincón costero del Ecuador, pero transcurrido el tiempo se incrementó la producción lo que hizo de esta actividad un comercio floreciente que refuerza potencialmente la economía a nivel nacional.

**5. Mencione las causas que han favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal.**

Una de las causas innegables que ha favorecido al mejoramiento de la imagen del pescador artesanal es el *emprendimiento* en la gastronomía, comercio, artesanías y turismo. Estos procesos de inclusión productiva incentivan a las asociaciones y organizaciones a tomar el camino de la diversificación productiva y así hacerle frente por una parte a la caída de las cuotas de extracción, pero también poder adaptar al sector al cambio climático y sus efectos en nuestro espacio marino.

**6. Desde su percepción ¿Cómo es visto por la sociedad de Jaramijó el pescador artesanal?**

El pescador artesanal de Jaramijó es conocido por la sociedad, como un ente con conocimientos de pesca ancestral, la experiencia y las habilidades tradicionales, son algunos de los elementos que han dado lugar a que la pesca sea considerada como una de las actividades más peligrosas, loables e importante de esta caleta pesquera.

**7. ¿Considera que el trabajo y aporte económico que brinda el pescador artesanal es reconocido por los habitantes de Jaramijó**

Si  No

**Por qué:**

El aporte económico del pescador artesanal es reconocido por los habitantes de Jaramijó y también por los habitantes de los sectores aledaños. Su pesca es diversa, e importante para esta caleta pesquera. Las especies capturadas para la comercialización y consumo son: picudo, dorado, banderón, gacho, bonito, albacora, sardina, corvinas, perelas, cabezudos, camotillo, entre otros.

**8. En base a su historia y a su labor ¿Cómo podríamos potenciar la imagen del pescador artesanal de Jaramijó?**

Su crecimiento poblacional de los últimos años, ha permitido que tenga una excelente producción pesquera artesanal, que en unión a su influencia turística posee una base económica sólida que le permite al pescador artesanal vivir de sus propios recursos, por

lo tanto, en forma clara y determinante reúne las condiciones socio-económicas básicas para su crecimiento sostenido.

**9. ¿De qué manera la Institución que usted representa contribuye con la imagen pública del pescador artesanal?**

El Viceministerio de Acuicultura y Pesca realiza la gestión estratégica en la aplicación de las políticas y el control de la actividad de pesca, a fin de lograr la preservación y el manejo sustentable de los recursos pesqueros en todo el territorio nacional, razón por la cual, la entidad contribuye con la imagen pública del pescador como un ente responsable.

**10. ¿Considera que los medios de comunicación masiva hacen un justo papel en cuanto a transmitir mensajes relacionados al pescador artesanal de Jaramijó, su imagen, su entorno?**

Paradójicamente, a pesar de ser un sector altamente productivo e importante para la economía del país, el pescador artesanal no solo de Jaramijó, sino del Ecuador, ha estado en el anonimato por los medios de comunicación masiva, actualmente no transmiten mensajes relacionados al pescador artesanal, su imagen y entorno.

**11. Desde su perspectiva cuales son los factores que debilitan la imagen pública del pescador artesanal de Jaramijó?**

Existen algunos factores que debilitan la imagen del pescador artesanal, algo estigmatizado, en donde se le reconoce como alcohólico y mujeriego, términos que son usados por la sociedad de manera irreflexiva sin cuestionamientos hacia esta imagen.

En este sentido, quisiera resaltar dos cosas. *La primera*, es que a cada uno de las personas que le interese acercarse a estudiar esta realidad tenga cuidado de la bibliografía que utiliza, pues muchas veces reproducen una imagen del pescador negativa, y ni siquiera se da las bases suficientes de aquello que se dice. Por lo mismo, creo que la mejor manera de conocer y comprender este oficio, es acercándose a las caletas, observar de cerca esta actividad, sus relaciones, y conversar con estos

pescadores artesanales, quienes por lo general, están dispuestos a un dialogo constructivo.

*Y lo segundo*, creo que cuando somos parte de una construcción de conocimientos, debemos ser responsables por lo que se dice, pues muchas veces se nos consulta acerca de esta realidad, se nos pide material. Asimismo, considero que es una tarea en general, que como estudiantes en formación o profesionales, sepamos reconocer en aquello que nos interesa, no solamente las problemáticas o necesidades, sino que a la vez sus recursos y potencialidades, pues en general la imagen promovida por la sociedad da una imagen negativa, precaria, lo cual puede ser cercano a sus realidades, por una serie de factores que han influido en estos hechos; sin embargo no es lo único que prevalece en estas comunidades pesqueras artesanales.

**12. Mencione las herramientas de trabajo con la que cuenta el pescador artesanal para dedicarse cotidianamente a las faenas de pesca, mar adentro.**

Entre las herramientas básicas de trabajo con las que cuenta el pescador artesanal se encuentran:

- Embarcaciones pesqueras artesanales (fibra de vidrio)
- Canoas
- Motores fuera de borda
- Artes de pesca (trasmallo y anzuelo)

**13. Considera usted como autoridad, que las herramientas de trabajo utilizadas por los pescadores artesanales han ido mejorando a la par del despunte tecnológico.**

✓ **Sí:**

**No:**

**Por qué:**

Se han implementado programas de anzuelos circulares y programas para la autorización del trasmallo de piola, entre otros. Proyectos que son amigables con el ambiente, por ser materiales biodegradables y además protegen especies como las tortugas marinas y las mantarrayas.

**14. Describa las fuentes de financiamiento y el capital que dispone el pescador para el desarrollo de su trabajo como pescador artesanal.**

En la actualidad el Gobierno Nacional se ha preocupado por el desarrollo de la pesca artesanal, una de las fuentes de financiamiento y el capital que dispone el pescador viene de la banca pública y la privada.

**15. ¿Cuáles son las agrupaciones o centros comunitarios que capacitan en diferentes temáticas a los pescadores artesanales?**

Los pescadores artesanales en la costa ecuatoriana han sido capacitados en la última década por:

- Viceministerio de Acuicultura y Pesca, Magap
- Ministerio de Industrias y Productividad
- Secretaría Técnica del Mar –Senplades
- GAD'S
- Consejos Provinciales
- Armada del Ecuador
- Ministerio de Hidrocarburos

**16. ¿Cuáles son las principales actividades económicas que se llevan a cabo en Jaramijó?**

Entre las principales actividades económicas que se llevan a cabo en la caleta pesquera de Jaramijó son:

- Pesca Artesanal (con aproximadamente 700 embarcaciones, en su mayoría pequeñas fibras y 40 embarcaciones tipo nodriza)
- Comercio
- Turismo (porcentaje reducido)

**17. ¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal para abastecer el consumo interno de la comunidad?**

La caleta pesquera de Jaramijó actualmente se autoabastece, gracias a su propia fuerza económica, como es la pesca artesanal, recientemente la Superintendencia de Control del Poder del Mercado ha sido la encargada de regir el abastecimiento interno de la comunidad.

**18. ¿Considera que reciben atención oportuna los pescadores artesanales por parte de las diferentes autoridades de Jaramijó para abastecer de mejor manera el consumo de la población de Jaramijó y de sus familias?**

Las entidades gubernamentales trabajan de manera coordinada con los líderes y dirigentes pesqueros, aquellos que representan y conocen las necesidades y situaciones de los habitantes de Jaramijó.

No sólo se busca a bastecer o satisfacer las necesidades de una población, se busca brindarles las herramientas necesarias para que trabajen y generen sus propios ingresos.

Una muestra de esto es el puerto pesquero artesanal de Jaramijó, que atiende no solo a los pescadores de Jaramijó sino de otras caletas pesqueras cercanas.

Con esta infraestructura los pescadores ya no desembarcan su pesca de manera insalubre y desordenada, ahora pueden embarcar sus fibras de manera segura y dejar sus lanchas acoderadas para que no se estropeen por los oleajes.

Las mujeres de los pescadores también son parte activa de este nuevo proceso de cambio. Tienen los locales comerciales donde expenden comida al público que llega a diario al puerto.

El 9 de mayo pasado se inauguró la escuela del milenio “Guadalupe Larriva”. Con esto se garantiza la educación de los más pequeños.

Es así como trabaja este Gobierno, no les damos los peces, les enseñamos a pescar.

Gracias por su participación.

## Anexo 4: Modelo de Encuesta



### UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA - UTPL

**Investigadora:** Moyano Lucio Mishelle Katherine

**Lugar:** Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó

**Fecha:** Julio 2016

### ENCUESTA A SER PPLICADA A LOS PESCADORES ARTESANALES DEL CANTÓN JARAMIJÓ.

Estimado señor(a) a través de esta encuesta se quiere evaluar la imagen pública del pescador artesanal del Puerto Pesquero Artesanal de Jaramijó y el aporte que brinda al desarrollo económico local.

De las respuestas dependerá la obtención de información confiable y verídica para el desarrollo de ésta investigación

#### CUESTIONARIO

##### INDICADOR 1: INFORMACIÓN GENERAL

1. Su edad \_\_\_\_\_

2. Sexo

Masculino

Femenino

3. ¿A qué etnia pertenece?

Cholo Pescador

Mestizo

Montubio

4. Su vivienda es:

Propia

Arrienda

Otros \_\_\_\_\_

5. Tiempo que lleva en su actividad: \_\_\_\_\_

6. Grado de educación

Primaria

Secundaria

Ninguna

7. ¿Quién le enseñó el arte de la pesca?

Familiares

Amigos

Institución Educativa

8. Más miembros de su familia intervienen en el proceso de su actividad?

Sí.  
Quién \_\_\_\_\_

No

9. ¿Con qué frecuencia realiza su actividad pesquera?

Todos los días  
Número de días a la semana \_\_\_\_\_

##### INDICADOR 2: EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN DEL PESCADOR

10. ¿Qué hace en su tiempo libre?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. Cree que los medios de comunicación fomentan:

Aspectos positivos del pescador artesanal.

Aspectos negativos del pescador artesanal.

**12. ¿Recibe capacitaciones por parte de algún sector?**

- Público \_\_\_\_\_  
 Privado \_\_\_\_\_  
 Ninguna

**13. Si le capacitan en alguna área como por ejemplo seguridad en el mar o manejo de desechos, usted:**

- Pone en práctica lo aprendido aunque no esté completamente de acuerdo.  
 Pone en práctica sus conocimientos en base a su experiencia.

**14. Cree que su trabajo es:**

- Aporte económico significativo para su hogar, cubre necesidades básicas.  
 No es suficiente para cubrir las demandas familiares.

**15. ¿Es beneficioso el uso de la infraestructura del Puerto Artesanal?**

- Sí.  
 No

**INDICADOR 3: MEDIOS DE TRABAJO Y CAPITAL CON EL QUE CUENTAN**

**16. ¿Qué tipo de arte de pesca utiliza?**

- Espinel o Palangre  
 Red de Enmalle  
 Línea de mano

**17. ¿Qué tipo de embarcación utiliza para realizar sus faenas?**

- Bongo  
 Canoa  
 Panga  
 Fibra  
 Balandra  
 Bote de Madera  
 Chinchorrero  
 Velero

**18. La embarcación es propia:**

- Sí.  
 No

**19. En su embarcación dispone de:**

- Radar, botón de emergencia, radio  
 Ningún aparato tecnológico

**20. Los recursos económicos que dispone para su trabajo es:**

- Capital propio

- Crédito público / privado  
 Capital que entregan comerciantes o Intermediarios

**21. ¿Qué organizaciones apoyan y financian las actividades de pesca artesanal en la comunidad?**

- Entidades públicas  
 Entidades privadas  
 Otras (Especifique cuáles)

**INDICADOR 4: ABASTECIMIENTO A LOS MERCADOS Y AUTOCONSUMO**

**22. ¿Cuál considera que es la principal actividad económica que se realizan en Jaramijó?**

- Pesca artesanal  
 Comercio

**23. ¿De qué manera cree que aporta en la economía de Jaramijó?**

- Permite que circule flujo económico  
 Desconoce el aporte que brinda a su cantón

**24. ¿En dónde distribuye sus productos?**

- Directamente al consumidor  
 Se lo entrega a intermediarios

**25. Detalle los productos que vende:**

Producto	Vende	
	Cantidad (Libras)	Precio (Dólares)

**26. ¿Considera que recibe atención oportuna por parte de las autoridades de Jaramijó?**

- Sí  
 No

Gracias por su participación

**Anexo 5: Fotografías de las entrevistas**



## Anexo 6: Fotografías de las Encuestas:

FOTOGRAFÍAS DE ALGUNAS DE LAS 290 ENCUESTAS APLICADAS A LOS PESCADORES DEL PUERTO PESQUERO ARTESANAL DE JARAMIJÓ

















## Anexo 7: Fotografías del Grupo focal

FOTOGRAFÍAS DEL GRUPO FOCAL APLICADO EN EL PUERTO PESQUERO ARTESANAL DE JARAMIJÓ













