

**FACULTADA LATINOAMERICA DE CIENCIAS SOCIALES FLACSO
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2010 – 2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRIA EN ECONOMÍA Y
GESTIÓN EMPRESARIAL**

**FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR
CONCHERO EN COMUNIDADES DE LA RESERVA ECOLÓGICA
MANGLARES CAYAPAS MATAJE (REMACAM), DEL CANTON SAN
LORENZO, ESMERALDAS: CASO DE ESTUDIO FEDARPOM**

KATTY DE LOURDES VALENCIA CAICEDO

ABRIL 12 DEL 2013

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES FLACSO
SEDE – ECUADOR
PROGRAMA DE ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2010 - 2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y
GESTIÓN EMPRESARIAL**

**FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR
CONCHERO EN COMUNIDADES DE LA RESERVA ECOLÓGICA
MANGLARES CAYAPAS MATAJE (REMACAM), CANTON SAN LORENZO,
PROVINCIA DE ESMERALDAS: CASO DE ESTUDIO FEDARPOM**

KATTY DE LOURDES VALENCIA CAICEDO

**ASESOR: FERNANDO MARTÍN-MAYORAL
LECTORAS: MIRIAM PAREDES
MARÍA VERÓNICA DÁVALOS G.**

ABRIL 12 DEL 2013

DEDICATORIA

A Jehová

AGRADECIMIENTOS

Mis más profundos agradecimientos a todos y cada uno que contribuyen para que este trabajo de investigación llegara a su fin. A Jehová que su poder me dio la sabiduría necesaria.

A las mujeres concheras que cordialmente me facilitaron la información que es corazón de este trabajo. A los asociados de FEDARPOM, especialmente al Sr. Pablo de la Torre que siempre me apoyó.

Agradezco eternamente a toda mi familia, en especial a mi madre, por brindarme su incondicional apoyo, por estar ahí con una palabra de aliento que oportunamente siempre me animaba, a mi papá por su apoyo permanente, a mis hermanas Karen, y Ketty, a todos mis compañeros de aula, especialmente a Digna que siempre se porto como una amiga, ayudándome a soportar el clima de Quito.

Agradezco profundamente a mi Asesor de tesis Fernando Martín, por su apoyo incondicional, su paciencia y todo el compromiso puesto en colaborar en el desarrollo de la presente investigación, por no dejarme sola en tan difícil tarea, por compartir conmigo y con este trabajo sus conocimientos; dispuso gran parte de su valioso tiempo para preparar lineamientos necesarios para la elaboración y conclusión de la presente investigación.

Mi infinito agradecimiento a CODAE, por haber confiado en mí y darme la oportunidad de acceder a las becas y poder alcanzar unos de mis sueños.

Finalmente a FLACSO sede Ecuador, por crear políticas afirmativas eficientes y permitir que el sueño de muchos afrodescendientes se lleve a cabo. Al departamento de bienestar estudiantil, a cada unos de los guardias, a la Sra. de las copias, y cada unas de estas personas que hicieron que mi estancia en Quito fuera agradable.

ÍNDICE

RESUMEN	7
INTRODUCCIÒN.....	9
CAPÍTULO I.....	15
MARCO TEÓRICO	15
La competitividad	15
Otros factores determinantes de la competitividad.....	24
Diferenciación del Producto.....	24
La innovación	24
Capacitación Laboral.	25
Canales de comercialización	26
CAPÍTULO II.....	27
MARCO METODOLOGICO	27
Análisis cualitativo	27
Qué es una entrevista	28
Tipos de entrevista	31
Análisis descriptivo.....	36
Análisis comparativo, estudios de caso	37
Estudios empíricos realizados	39
CAPÍTULO III	41
DATOS GENERALES DEL CANTÓN SAN LORENZO	41
Organización de los recolectores del recurso concha.....	47
Como se realiza la actividad conchera	50
Comercialización	52
La Federación Artesanal de Afroecuatorianos Recolectores de Productos de Maglar (FEDARPOM)	¡Error! Marcador no definido.
Estructura de precios y costos de la conchade las comunidades que impulsa FEDARPOM	57
Mujeres FEDARPOM	61
Análisis comparativo. Estudios de Caso.....	64
CAPÍTULO IV	67
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	67

CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFIA	76
ANEXOS	79

RESUMEN

Este trabajo académico recoge los resultados de la investigación titulada “Factores determinantes de la competitividad del sector conchero en comunidades de la Reserva Ecológica Manglares Cayapa- Mataje (REMARCAM), del Cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas: caso de estudio la Federación de Artesanos Recolectores de Productos del Manglar (FEDARPOM)”, el cual es un requisito para obtener el título de Máster en Economía, otorgado por FLACSO, sede Ecuador.

La investigación se ha desarrollado con el propósito de encontrar respuestas académicas y técnicas, desde un enfoque teórico economicista, a la problemática de competitividad que a diario enfrentan cientos de mujeres afroecuatorianas recolectoras de productos del manglar en el Cantón San Lorenzo. Este cantón constituye uno de los territorios culturales más característico del pueblo afroecuatoriano. Su posición geográfica, riqueza natural y potencial ambiental, contrasta con la pobreza de su gente (una de las más altas del país), Esta situación adversa al desarrollo es producto de toda una historia de saqueo y extracción de sus recursos naturales, la discriminación institucional, el histórico abandono estatal y un marcado racismo de Estado.

Los indicadores censales del 2010 reflejan esta aguda realidad de San Lorenzo. Su población ha crecido de más de 21.000 en el 2001 a 42.486 habitantes. De estos el 84,00% vive en la pobreza por NBI y el 42,50% en la extrema pobreza. El analfabetismo llega al 15,00% y el analfabetismo funcional al 28,50%. Solo el 96,00% tiene primaria completa, el 27,00% secundaria completa y apenas el 10% algún nivel de instrucción. Apenas el 36,00% de las viviendas posee agua entubada, en tanto que el alcantarillado llega al 27,30%.

San Lorenzo es un cantón con grandes problemas sociales. Además del deterioro de la seguridad ciudadana (dada su situación fronteriza), la deforestación y la extracción incontrolada de sus recursos naturales, encontramos una economía de subsistencia amparada en una infraestructura productiva que no ofrece mucho. Apenas el 38,30% de la población económicamente activa logra participar en el sector laboral, el cual se caracteriza por su alto nivel de informalidad, sub empleo y bajos salarios, esto por cuanto la economía de San Lorenzo gira a rededor del monocultivo de la palma aceitera, el comercio, la administración pública, la pesca y la recolección de productos bioacuáticos del manglar. Justamente, el interés de esta tesis de grado es indagar sobre

los factores determinantes que hacen de la recolección de conchas un importante renglón de la economía local, pero que por factores adversos del mercado no generan mayor competitividad, rentabilidad e ingresos a los cientos de concheros y concheras, y que más bien dicha recolección de conchas parece estar determinada por factores que no dan posibilidades de salir de la pobreza estructural que caracteriza a gran parte de los pobladores de San Lorenzo.

Partiendo de este contexto, nuestra investigación indaga sobre los factores determinantes de la competitividad del sector conchero de las zonas comunitarias que impulsa la Federación Artesanal de Recolectores de Productos del Manglar FEDARPOM. Pretendemos encontrar respuestas sobre porqué la estrategia de coordinación y comercialización de la federación no ha sido exitosa frente a otros casos individuales que sí han generado rentabilidad y logra competir en el mercado de la concha en el Ecuador. Nuestros resultados y conclusiones se orientan a encontrar mejores alternativas a las actuales prácticas tanto de recolección como de comercialización de la concha prieta (*Anadara tuberculosa* y *Anadara similis*), que les permita a las concheras, no solo mejorar sus condiciones de vida e intentar salir de la pobreza, sino también generar un aspecto de conciencia, y hacerles notar la importancia que tiene el ecosistema manglar para el desarrollo sostenible con identidad.

La tesis está sustentada en un amplio marco conceptual propio de la teoría económica de la competitividad, los mercados y la productividad tanto macro como microeconómica. Luego de revisar la bibliografía pertinente hemos realizado un profundo trabajo de campo, donde se entrevistan a los actores principales, se comparten vivencias, se participa en discusiones sobre la problemática, pero sobre todo se toma como fortaleza metodológica el hecho de que la propia autora es de la comunidad, pertenece a familias concheras y siente como quien más la pobreza y el racismo que se vive en San Lorenzo. Al leer este trabajo los interesados encontrarán no solo un análisis académico de rigor sobre una problemática social vista desde la teoría económica, sino que podrá encontrarse con una importante contribución a las ciencias sociales, a la búsqueda de salidas alternativas al círculo de la pobreza afroecuatoriana y a viables propuestas consistentes para alcanzar el tan anhelado Buen Vivir, eso sí siempre que exista la voluntad política de hacer de la economía de subsistencia una economía real del desarrollo.

INTRODUCCIÓN

Graciela Mairongo vive en el barrio 9 de Octubre del Cantón San Lorenzo, un sector pobre como gran parte de la ciudad. Ella es conchera, es decir recolectora de los deseados moluscos del manglar. Graciela pasa la mañana en el manglar, ahuyentando jejenes, esquivando pejesapos, serpientes y hasta escorpiones, metiendo el brazo hasta el fondo del barro, en busca de una diminuta concha de 4,5 cm de grosor; así transcurre su día hasta recolectar 100 conchas, y cuando el “agua está buena”, hasta las 200 conchas.

Graciela, a diario recoge en su canasto un centenar de conchas, las cuales las vende en su organización, la Federación de Artesanos Recolectores de Productos del Manglar (FEDARPOM) en \$10,00 dinero que debe alcanzar para la manutención diaria de su familia. Como ella, en San Lorenzo, existen alrededor de 4500 concheros y concheras, de los cuales apenas el 25,00%, alrededor de 1100, trabajan de forma organizada en la iniciativa FEDARPOM, en su mayoría mujeres afrodescendientes cabezas de familia, que subsisten con esos \$10,00 diarios.

El hecho de que estas mujeres ganen en promedio \$10,00 dólares diarios no significa que no estén dentro de los márgenes de pobreza y extrema pobreza, considerando primero, que \$10,00 dólares no es una ganancia neta diaria, por cuanto no todos los días, exista la probabilidad de que en efecto la recolección de este molusco sea constante y genere siempre el mismo margen de ganancia. Segundo, hay que tener en cuenta que con los \$10,00 dólares la conchera trata de sostener su núcleo familiar, el cual muchas veces está compuesto por numerosos hijos y sin padre protector y una extensa rama de parientes que muchas veces también pasan a depender del sustento generado por los \$10,00 dólares diarios. En tercer lugar, habría que tener en cuenta que los 10 dólares diarios deben servir para sufragar otro tipo de gastos relacionados con medicinas, educación, e incluso alquileres de vivienda. Por tanto, de los \$10,00 dólares si se subdivide entre 5 miembros del núcleo familiar, tenemos que este grupo subsiste con menos de \$1.50 diarios, lo que los sitúa en la línea de pobreza y extrema pobreza.

El impacto económico de esta actividad de recolección sobre la vida productiva cantonal es relativamente bajo. De acuerdo a los cálculos de nuestra investigación, considerando que el 15% de la población del cantón San Lorenzo se dedica diariamente a la recolección de este producto, este sector tiene una contribución a la economía del

cantón de alrededor de \$351,360 dólares anuales¹. No obstante, cabe mencionar que este proceso de recolección y comercialización no solo lo realizan las mujeres del cantón San Lorenzo, sino también otras mujeres que viven en condiciones de refugiadas, por los diferentes conflictos de narcotráfico o delincuencia organizada, por lo que su impacto sobre la economía local podría ser mayor.

Pese a que en San Lorenzo existen otras organizaciones dedicadas a la recolección de productos bioacuáticos del manglar, FEDARPOM es la única iniciativa organizativa comunitaria que funciona desde 1996 con el propósito de mejorar las condiciones de vida de sanlorenzeñas/os que subsisten de la recolección de productos del manglar. Las conchas son posteriormente comercializadas por esta organización. Cuando nos detenemos a analizar el proceso de comercialización de este producto, nos damos cuenta que los que más se benefician son los diferentes intermediarios que distribuyen la concha hasta el consumidor final. En este mercado, FEDARPOM permite eliminar a los primeros intermediarios, colocando directamente el producto al intermediario mayorista por un valor de \$11,00 dólares, el cual se encarga de concentrar todo el producto para luego ser distribuido a los distintos mercados nacionales llegando a los comercializadores en los diferentes mercados a un precio de \$13,50 dólares y finalmente al consumidor final en valores que van desde los \$15,00 a los \$17,00 dólares.

La organización FEDARPOM está principalmente enfocada a que el recurso sea sostenible. Sin embargo la competencia del mercado es feroz. Los concheros que trabajan de forma individual, pese a que están inscritos como una “organización” (solo en papeles), no cumplen con ninguna regla de sostenibilidad, su interés es el de sacar todas las conchas posibles y venderlas al mejor postor, sin tener en cuenta que con la extracción masiva e incontrolada, en poco tiempo los manglares dejarán de dar frutos, agotando, como consecuencia de ello, el sustento de miles de familias de San Lorenzo, y zonas aledañas.

Puesto que en muchos casos las personas que se dedican a la recolección de este producto, sacan concha por debajo del 4,5 cm, lo cual genera una sobreexplotación de este recurso, con el consiguiente debilitamiento del sistema ecológico de los manglares. Es por ello la importancia de generar un sistema de conciencia entre los mismos concheros, indicando la importancia que tiene la captura del producto de tamaños

¹Estos valores se han obtenido considerando que cada recolectora saca 100 conchas diarias.

superiores a 4,5 cm, tanto en su recolección como en su comercialización, puesto que al no cumplirse esta normativa corren el riesgo de agotar el recurso de las miles de familia que se dedican a la recolección de este producto, empeorando sus condiciones de vida, ya que se quedarían sin su sustento económico. Para ello es necesaria la capacitación continua, además de generarles alternativas para su sustento diario.

Los asociados de FEDARPOM se quejan por la manera como el mercado impone una dinámica incontrolada que terminará con los recursos naturales. La ausencia de controles más estrictos, respecto a la comercialización del producto por debajo de los estándares permitidos (4,5 cm), la especulación de los precios, sin dejar de lado que existen alrededor de tres eslabones de intermediarios en el mercado, y la falta de encadenamientos verticales hacia adelante², evidencian una problemática central en la economía de San Lorenzo. Muchas de las personas que se dedican a este tipo de actividades, reconocen la importancia que tiene la recolección de este producto respetando los parámetros establecidos, sin embargo, se enfrentan con la necesidad de alimentar a sus hijos, y a pesar que conocen las normativas de recolección, deben enfrentarse con el día a día, sin dejar de lado el sin número de riesgos con los cuales se enfrentan en los manglares (culebras, escorpiones, las mismas espinas del manglar entre otros) que ponen en peligro la vida de estas personas.

Dichos factores descritos son, entre otros, los que no le han permitido a FEDARPOM generar un mejor nivel de competitividad y alcanzar un sistema económico sostenible en el tiempo de manera que no ponga en peligro tanto el sustento de las familias como de los recursos naturales del sector.

Con base en el anterior contexto, la presente investigación tiene como principal propósito estudiar los factores determinantes de la competitividad del sector conchero de las zonas comunitarias que impulsa FEDARPOM, dentro del proceso de producción, recolección, extracción y comercialización de la concha bajo un contexto más empresarial. En concreto nuestra investigación fue escogida con la finalidad de poder generar mejores alternativas a las actuales prácticas tanto de recolección como de comercialización de la concha prieta (*Anadara tuberculosa* y *Anadara similis*), que les permita a las personas que se dedican a este tipo de actividad socioeconómica, no solo

²Estos dependen de forma importante de la similitud tecnológica entre la actividad extractiva y la de procesamiento.

mejorar sus condiciones de vida, sino también generar un aspecto de conciencia, haciéndoles notar la importancia que tiene el ecosistema manglar para las personas que habitan en la zona. Así mismo se busca fortalecer y capacitar a las organizaciones comunitarias para que formen su propio proceso de economía popular comercializando su producción de forma directa a través de mecanismos asociativos que se genere dentro de misma institución (FEDARPOM), con el único fin de mejorar las condiciones de vida de la población que se dedica a la actividad conchera. Los factores que serán considerados en nuestro estudio, abarcarán los niveles tanto microeconómicos (costos, precio, utilidad generada, calidad del producto, flexibilidad en la producción), como mesoeconómicos (nivel de educación de la mano de obra, infraestructuras, tecnología, canales de comercialización).

No obstante, consideramos que pueden existir otros factores vinculados con deficiencias en el diseño e implementación que tuvo FEDARPOM al momento de generar iniciativas de asociatividad con los actores involucrados (choncheras), iniciativas que estuvieran estrechamente ligadas con la competitividad empresarial, dado que las únicas variables tenidas en cuenta por los consumidores son el tamaño y el precio de las conchas y no la calidad del producto (sabor, días de duración, espesor), o una mayor profundización del producto hacia sectores de mayor valor agregado.

Uno de los principales problemas de las familias dedicadas a este tipo de actividad socioeconómica es que la recolección de este molusco representa cada vez más una situación de mayor riesgo para los recolectores, debido a que estas familias realizan su actividad en lugares cada vez más distantes. Esto además conlleva que las mujeres dedicadas a esta actividad incrementen la carga horaria de trabajo que compiten con otras actividades comunitarias y de subsistencia.

De acuerdo al planteamiento problemático realizado para este trabajo, mi pregunta central de investigación trata de comprender ¿cuáles son los principales factores de competitividad del sector conchero de las comunidades que impulsa FEDARPOM en el cantón San Lorenzo en los procesos de producción, recolección, extracción y comercialización? ¿Cuáles son los posibles mecanismos para lograr un mayor valor añadido en este producto? En concreto nos interesa analizar, a través de las técnicas de investigación cualitativa, si el grado de asociatividad, la formación de los trabajadores, el nivel de tecnología, los canales de comercialización, la

falta de control institucional y los diferentes niveles de precios, son los adecuados para favorecer la competitividad del sector y de sus diferentes actores.

Planteado de esta forma el marco problemático que me interesa indagar, esta investigación se propone como objetivo general: analizar los factores de competitividad del sector conchero de las comunidades que impulsa FEDARPOM en el cantón San Lorenzo, en los procesos de producción, recolección, extracción y comercialización. De manera específica pretendo: i) analizar si el grado de asociatividad, el grado de formación de los trabajadores, el nivel de tecnología y de infraestructura así como los canales de comercialización, son los factores que no le han permitido a las organizaciones comunitarias que impulsa FEDARPOM, generar un mayor nivel de competitividad en el sector: ii) comprobar si existe falta de control institucional en la recolección y comercialización del producto, y iii) analizar cuáles son los posibles mecanismos para lograr un mayor valor añadido en el sector conchero.

Para poder responder al planteamiento del problema de la investigación y poder encontrar un camino expedito para lograr los objetivos planteados, esta tesis parte de un contexto general hipotético construido con base en un análisis de la realidad y el cual sirve de soporte para el trabajo de campo. En este orden, es importante subrayar que la problemática general que enfrentan los pequeños concheros en San Lorenzo está determinada por factores principales que no han permitido generar un mayor nivel de competitividad en el sector. Estos factores hipotéticamente tienen que ver con: un nivel inadecuado de asociatividad entre las organizaciones comunitarias que impulsa FEDARPOM, problemas en la formación de los trabajadores, insuficiente nivel de tecnología y de infraestructuras así como canales de comercialización poco desarrollados y una ausencia de productos manufacturados derivados de la concha. Aunado a estos factores es clave anotar un elemento relacionado con la falta de control institucional el cual se mueve como determinante del limitado éxito que ha tenido FEDARPOM en la comercialización de su producto, ya que al no haber un control en cuanto al tamaño de la concha que puede recolectarse, haciendo que esta iniciativa fracase.

Habiendo dejado claro temas metodológicos relacionados con el planteamiento del problema, los objetivos y el marco analítico hipotético, este trabajo está estructurado en cuatro capítulos: En el primer capítulo desarrollo el marco teórico donde se abordan los conceptos de competitividad, asociatividad y otros elementos de la economía que son necesarios para la comprensión académica del fenómeno en cuestión. El segundo capítulo presenta el marco teórico-metodológico que será aplicado en el análisis empírico, basado en la entrevista como fuente de datos primarios, que junto a los datos secundarios nos permitirá nutrirnos de la información necesaria para conocer la situación del sector conchero en el Cantón San Lorenzo.

A partir de estos datos se realizarán un análisis descriptivo, para poder constatar los diferentes actores involucrados, y un análisis de caso o análisis comparativo de otros productos similares que a nivel nacional han tenido una mayor profundización de mercado hacia derivados de mayor valor añadido. En el tercer capítulo se realiza un análisis descriptivo del entorno elegido para la presente investigación, el Cantón San Lorenzo, la situación de los concheros de la zona, la institución (FEDARPOM) y el aporte de este sector a la economía del cantón. Como capítulo cuarto y final se realiza la presentación de los resultados de la información recopilada y su consecuente análisis. Así mismo se presenta el estudio de caso de éxito del sector que ha logrado romper con esa larga cadena de intermediarios existente en el sector. Finalmente se redactan las conclusiones y la propuesta de un conjunto sintético de recomendaciones que permitan mejorar la competitividad del sector conchero en el Cantón San Lorenzo.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

Cuando intentamos estudiar la dinámica económica de las mujeres concheras en el sector productivo de San Lorenzo, encontramos que quizá el principal problema que ellas enfrentan tiene que ver con las reglas de un mercado que les impone factores no controlables de competitividad, que a la larga les restringe las ganancias y por consiguiente, la posibilidad de mejorar su calidad de vida a través de mayores ingresos. De allí que una primera variable a tener cuenta en esta tesis tiene que ver precisamente con la competitividad como concepto clave dentro de la teoría económica.

La competitividad es un concepto polisémico, es decir que en cada ámbito es entendido de manera diferente, ahora bien, en el ámbito económico, la competitividad es la capacidad dinámica que tiene una cadena productiva localizada, principalmente para ampliar de manera permanente y sostenida ventajas dinámicas. El aumento de la competitividad le permite a un país que exista una mayor participación en los diferentes mercados (tanto nacionales, como internacionales). De allí que Chavarría (2002) destaque la competitividad como un factor de mercado “por medio de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad” (Chavarría 2002: 15 citado por Aranda y Cordero, 2010: 15).

La Competitividad

Aguilar (2005) define la competitividad como las diferentes tácticas que se llevan a cabo dentro de una empresa, para que ésta sea capaz de competir dentro de un mercado globalizado, teniendo en cuenta que una empresa no solo puede ser competitiva vía costos de producción, sino también por el incremento de la productividad de la misma, explotando sus ventajas comparativas y/o competitivas, que permitan a la empresa a competir con productores a escala internacional.

Como podemos observar, los conceptos mencionados de competitividad están directamente relacionados con la eficiencia en la actividad económica, algo que los economistas clásicos han definido como productividad.

Efectivamente, los primeros aportes sobre el término productividad fueron realizados por los economistas clásicos. Adam Smith, con su obra sobre las riquezas de

las naciones de 1776, fue quien realizó uno de los análisis más contundentes de la competitividad. Smith hace referencia a la existencia de la “mano *invisible*” que no es otra cosa que el sistema de precios que está vinculado a la regularización del funcionamiento económico, sin que exista una intervención de las autoridades.

Smith mencionaba que con una mayor división del trabajo se podría generar un crecimiento de la productividad y por consiguiente generar riquezas (Smith, 1776). Esto quiere decir que cada individuo se especializa en la producción de un bien o servicio, para luego ser intercambiado con otros bienes y servicios para poder satisfacer sus necesidades; con la división del trabajo los costos productivos se hacen más baratos.

Tal como señala Smith, la estrechez del mercado no es un impedimento para que la división del trabajo “lleve los distintos ramos particulares de las artes a las manufacturas a su máxima perfección” (Schwartz, 2001:20) y por ende si existe un excedente del consumo doméstico, esto animará a los trabajadores a mejorar sus facultades y destrezas productivas, con lo que la producción anual tomará un incremento notable y por consiguiente también la riqueza real y la prosperidad de un país, dado que la riqueza de una nación consiste en los bienes y servicios reales que esta pueda obtener (Schwartz, 2001).

Algunos de los principales factores asociados al aumento de la productividad a su vez se consiguen con mercados más grandes, y éstos a su vez se logran por medio del comercio internacional. Este es el caso de las economías de escala, donde mercados mayores permiten ventas mayores y éstas suponen una reducción en los costos unitarios, al dividir los costos fijos por un mayor número de productos. Mercados más grandes conllevan más competencia entre empresas, obligándolas a rediseñar sus procesos productivos hacia una mayor eficiencia y calidad. Así mismo, mercados más grandes permiten una mayor especialización productiva, en el sentido de David Ricardo que es desarrollado más adelante, facultando a los países a especializarse en ciertos bienes que serían intercambiados a través del comercio con otros países.

La contribución que hace Smith al comercio internacional es muy significativa a nivel macroeconómico, sin embargo no es hasta principios del siglo XIX, cuando David Ricardo hace una gran contribución en la explicación de los patrones del comercio internacional. A partir de un modelo de dos países, con dos productos y un solo factor

productivo, Ricardo 1817 fue capaz de explicar las ganancias del comercio atendiendo a la especialización productiva de dichos países movidos por sus ventajas comparativas, las mismas que se generan por diferencias en productividad del trabajo, Usando un modelo con dos países, dos productos y dos factores productivos, demostraron que los países son más eficientes produciendo aquellos productos que usan como factor intensivo el factor productivo más abundante.

La especialización no es otra cosa que un elemento importante para determinar el precio de una mercancía en el mercado, expresada en la productividad del trabajo, ya que no solo las ventajas absolutas de un determinado país al producir un bien o servicio únicamente hacen referencia al mercado interno.

A pesar que tanto Smith como Ricardo coinciden en la misma apreciación en cuanto a la competencia, sin embargo la contribución que hace Ricardo y que nos interesa para nuestra investigación, es su referencia a la dotación de factores para la producción (tierra, trabajo y capital) con los que cuenta un país para producir un determinado bien o servicio a un costo más bajo (ventajas comparativas) en comparación con el mercado externo.

Además Chacolaides menciona que un país, sea este pequeño a grande, productivo o improductivo, siempre tendrá una oportunidad para obtener un beneficio del comercio internacional (Chacolaides, 1992). Sin embargo Ricardo evidencia la importancia que tiene la competencia, tanto fuera como dentro de un país, dado que ésta regulariza los precios de mercado en beneficio de la sociedad en su conjunto sin dejar de lado la importancia que tiene el comercio exterior.

Aunque las aportaciones dadas por los economistas clásicos son de suma importancia, en el siglo XIX nace un nuevo pensamiento económico, los *marginalistas*; León Walras uno de sus principales exponentes hace un aporte al desarrollo de este concepto, al mencionar que el valor de una mercancía depende mucho de la utilidad marginal que este pueda lograr.

Para los *marginalistas*, el precio de un bien no se determina por el producto del trabajo que este tenga incorporado, sino más bien en el mercado en el cual la mercancía adquiere su precio de acuerdo a la utilidad que le pueda brindar a quien compra dicho producto.

Los marginalistas dan paso a los neoclásicos, siendo estos los que más relevancia han tenido hasta nuestros días en la explicación del crecimiento económico a través de los aumentos en la productividad. El máximo exponente de esta corriente es Robert Solow, quien en 1956 propone una nueva teoría sobre el crecimiento económico, la cual planteaba que un incremento sostenido de la inversión genera crecimiento solo de forma temporal, ya que existe una relación marginal decreciente en los factores productivos tradicionales. Por tanto la aportación del capital al producto, si bien contribuye al crecimiento de los países, sobre todo los más pobres, una vez que éstos alcanzaban su estado estacionario, o equilibrio a largo plazo, deja de ser significativa. Por consiguiente, el crecimiento a largo plazo solo se puede conseguir no a través del capital y el trabajo sino a través de la productividad, considerada por los neoclásicos como un factor exógeno que es adquirido por los países de forma gratuita.

Este concepto es interesante si lo aplicamos a la empresa, ya que si bien es importante dotarla de capital, ésta no es la solución que permite tener un crecimiento sostenible en el tiempo, por la aplicación de la Ley de rendimientos marginales decrecientes que afecta a los factores productivos. La empresa para continuar creciendo debe dar prioridad también al aumento de la productividad. En este sentido, la competitividad adquiere una gran relevancia.

A finales de los años noventa del siglo pasado nace el modelo de la ventaja competitiva de las naciones planteado por Michael Porter, como crítica a la teoría de las ventajas comparativas de David Ricardo. Porter (1990) en su libro “The Competitive Advantage of Nations”, señala que la teoría de ventajas comparativas no es suficiente para explicar la competitividad de una nación, a pesar de que el comercio es el elemento clave de la competitividad de un país. Para Porter existen otros factores que van mucho más allá de la compra-venta de un producto como es el papel de la estrategia empresarial no considerado por las corrientes clásicas. Es decir, Porter afirma que el éxito de una nación no se debe a sus ventajas comparativas sino más bien a las ventajas competitivas que esta posee (Porter 1990, citado por Rosario Ramos 2001).

Porter (1990), aborda su estudio desde un punto de vista microeconómico. Para este autor una forma de conceptualizar la competitividad es a través de la productividad, con la que una nación es capaz de manejar sus recursos, ya sean estos económicos, humanos o naturales. La competitividad depende de la prosperidad económica que posee

un país, es decir, una vez determinado el nivel de vida de dicho país se podrá establecer su grado de productividad, teniendo en cuenta que la productividad de un país dependerá del valor de los productos y servicios que éste posea medido por los precios que se pagan por ellos en los diferentes mercados libres, así como por la eficiencia que éste desarrolle en los distintos procesos (Porter, 1990). Es por ello que la productividad permite soportar salarios altos, una fuerte divisa y una rentabilidad atractiva de capital, y como consecuencia de ello un alto nivel de vida para los habitantes de un país (Porter 2005 citado por Villafuerte 2011). Lo que significa que la competitividad está estrechamente relacionada con la productividad de un país que no es otra cosa que la utilización eficiente de sus diferentes recursos (humanos, económicos y naturales).

Porter (1990), adicionalmente considera que “la prosperidad nacional se crea, no se hereda, no surge de las dotaciones naturales de un país, del conjunto de su mano de obra, de sus tipos de intereses o del valor de su moneda” (Porter, 1990: 44 citado en Ramos 2001: 44) como sostienen los clásicos, sino que la “competitividad de un país depende mucho de la capacidad de la industria para innovar y mejorar” (Porter, 1990: 48 citado en Ramos 2001: 48)

Este autor fue uno de los primeros en enseñar que se debería dejar de pensar en la idea de “una nación competitiva” y detenerse más en analizar cuáles son los factores determinantes de la productividad con los que los recursos de una nación (capital y trabajo) son empleados, lo cual implica no contemplar la economía como un todo sino más bien, detenernos a analizar aquellos sectores en los que las empresas de un país tienen éxito internacional. Así el autor emplea la productividad³ como el único concepto de competitividad ya sea éste en el ámbito internacional, nacional o regional. En este caso, el comercio sería el instrumento que permite que una nación pueda incrementar su nivel medio de productividad, especializándose en aquellos segmentos de la producción en los que sus empresas son realmente competitivas y poder importar aquellos productos en los cuales no reflejan tal ventaja competitiva (Porter, 1990 citado por Ramos 2001).

Si se deja de considerar que las empresas siempre se van a desarrollar en un contexto doméstico antes de pensar en expandirse a los mercados internacionales, la nación en la que están ubicadas juega un papel muy importante en la conformación de la

³Productividad se define aquí como el valor del *output* producido por una unidad de trabajo o capital.

identidad de la empresa, así como su planteamiento estratégico y su forma de organización tal como lo explica Porter:

La base doméstica es la nación en la que las ventajas competitivas esenciales de la empresa son creadas y mantenidas. Es donde la estrategia de una empresa se establece y el producto principal y la tecnología de proceso (ampliamente definida) son creados y mantenidos. Normalmente, aunque no siempre, gran parte de la producción sofisticada tiene lugar allí. La base doméstica será la localización de la mayoría de los trabajos productivos, tecnologías punta y las más avanzadas capacidades (Porter, 1990: 45 citado por Ramos 2001 p: 45)

La competitividad parte de la prosperidad económica que posee un país, teniendo en cuenta que la productividad dependerá siempre del valor de los productos y servicios que éste posea, así como por la eficiencia que este desarrolle en los distintos procesos. El enfoque que da Porter hace referencia a que casi todo importa para la competitividad, las escuelas, las carreteras, los mercados financieros o incluso la sofisticación de los clientes.

Estos y otros aspectos de las circunstancias de un país están profundamente arraigados en sus instituciones, habitantes y cultura (Muñoz, 2006). Estos factores contribuyen a que los países sean capaces de mejorar sus niveles de competitividad. El concepto de competitividad ha sido ampliamente debatido por instituciones internacionales como la OCDE o la CEPAL, las cuales han intentado sistematizar los diferentes enfoques relativos a este concepto. Dentro de los distintos trabajos realizados por las diferentes instituciones sobre el concepto de competitividad surge una nueva definición, se trata de la *competitividad sistémica*, que no solo se limita en analizar factores económicos, sino más bien trata de incorporar nuevos factores. Cuando hablamos de competitividad sistémica hacemos referencia a cuatro niveles de análisis diferenciados pero con elementos que los vinculan, cuyo fin es poder examinar la competitividad. Nos referimos al nivel meta, el nivel macro, el nivel meso, y el nivel micro.

La competitividad se considera sistémica por tres razones: a) Las empresas no son competitivas por sí mismas, requieren de un entorno de apoyo a proveedores, o servicios orientados a la producción, o una presión competitiva de competidores locales, la competitividad al nivel micro se sustenta en interacción. El aprendizaje por interacción es clave en el proceso de innovación; b) Un entorno que favorece la competitividad se encuentra arraigado en un sistema nacional de

normas, reglas, valores instituciones que definen los incentivos que configuran el comportamiento de las empresas; c) El estado tiene un papel decisivo al momento de definir el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un país. (Esser et al., 1996: 9)

Es decir, la noción de competitividad sistémica se caracteriza por reconocer que un desarrollo industrial no se logra solamente elaborando una función de producción en los diferentes niveles (micro, macro), sino que también se destaca la importancia de los organismos de control, que orientan sus políticas a defender la competitividad de los niveles mesoeconomicos; es decir la infraestructura, los canales de acceso a la comercialización, formación de los trabajadores etc. (Esser et al., 1996)

A continuación vamos a describir distintos niveles analíticos que determinan la competitividad sistemática introducidos por Esser et al. (1994)

Nivel Metaeconómico: este nivel de la economía involucra la capacidad para responder con prontitud y eficiencia los diferentes requerimientos de ajustes, eleva además la capacidad de los diferentes grupos, para poder articular y satisfacer los intereses de los distintos requerimientos, ya sean estos tecnológicos, sociales o ambientales. O más bien podemos decir que es la capacidad que tiene una nación para ser integrada, ya sea política, jurídica, y económicamente.

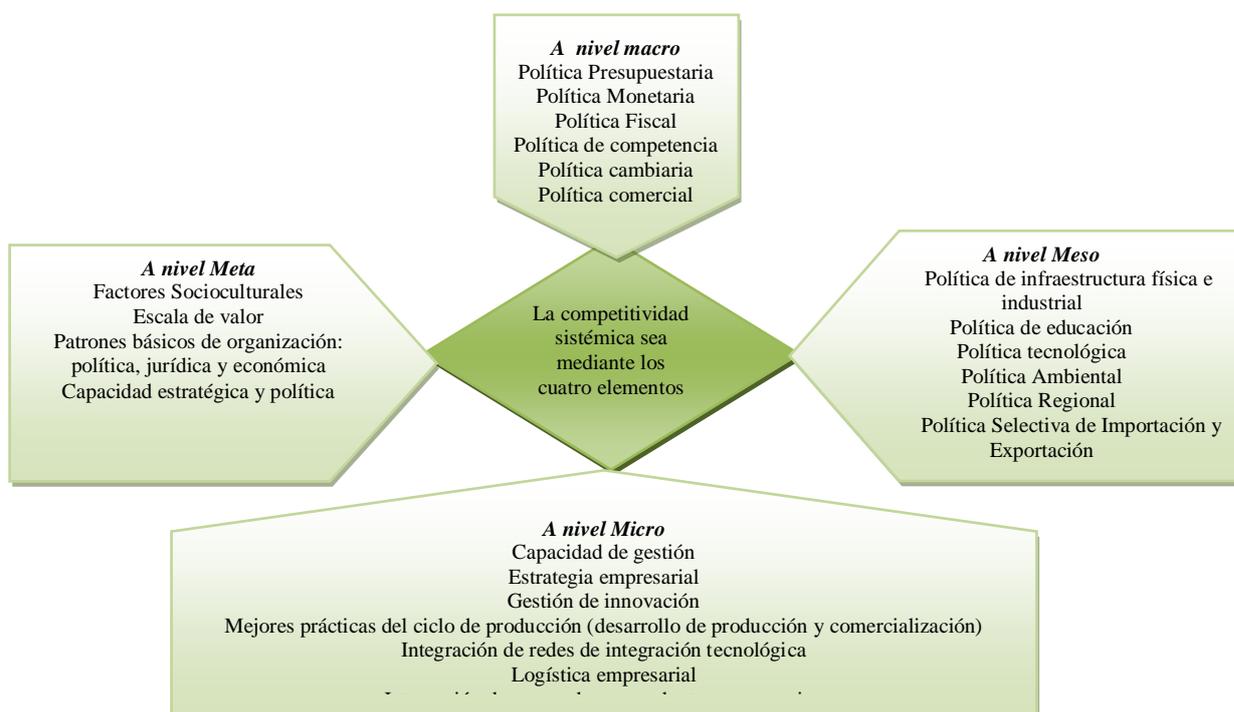
Nivel Microeconómico: dentro de este nivel, se toma en consideración la capacidad de gestión, la estrategia empresarial que pueda tener una empresa, sin dejar de lado la gestión de innovación para mejorar las practicas en cuanto a los diferentes ciclos ya sean estos de producción o comercialización de sus productos, y además que pueda existir una integración entre proveedores, productores y los diferentes consumidores.

Nivel Macroeconómico: hace referencia a las diferentes políticas propuestas por las diferentes instituciones de un país, que van dirigidas a asegurar la estabilidad y la incertidumbre: políticas tales como el control de la inflación, estímulo a la inversión, o la promoción del comercio internacional.

Nivel Mesoconómico: se refiere a la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos de las empresas. En este nivel, los elementos más importantes son la distancia, la infraestructura física e industrial, la tecnología, la educación, incluso la disponibilidad de recursos naturales. Se da a través de la información y promociones comerciales, estructura industrial y políticas apuntadas

al fortalecimiento de la competitividad de algunos sectores. Sin dejar de considerar las políticas de importación y exportaciones.

A continuación se muestra la interrelación de los cuatro niveles de competitividad planteados por Esser et al. (1996).



Esser et al. (1996) muestra los principales factores determinantes de la competitividad sistémica

Cada una de estos niveles nos hace notar los retos que deben asumir las empresas, ante cualquier tipo de requerimiento de la industria. De este modo, las empresas son capaces de generar un nivel de competitividad adecuado siempre y cuando las estrategias que éstas adopten estén enfocadas en su entorno, social, macroeconómico, o sectorial, con el fin de obtener una rentabilidad sostenida, considerando además que existe una estrategia interna basada en la reducción de costos, y en el aumento de la productividad.

Antes de concluir este enfoque, queremos señalar que una de las ventajas que nos ofrece la competitividad sistemática es que a través de su análisis multidimensional, podemos detectar las fortalezas y debilidades (FD) de las empresas o los sectores productivos a partir de los factores determinantes, pudiendo contribuir al desarrollo tanto local como regional de un país. Por ese motivo nuestra investigación estará enfocada en esta conceptualización.

Otro aporte muy significativo para el desarrollo del concepto de competitividad es el realizado por Hernández et al. (2000), en el cual hace referencia que no es suficiente con las conceptualizaciones realizadas anteriormente; de hecho refuta que “no hay nación competitiva de manera generalizada” (Hernández et al., 2000: p 22), es decir que nunca una nación puede ser competitiva en todo. El autor menciona que no hay una definición global sobre el concepto competitividad; sin embargo en su estudio la siguiente definición es más microeconómica.

La competitividad es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su capacidad en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competitivo (Hernández et al., 2009: p 23)

Hernández (2009) menciona que existen dos formas de analizar la competitividad, a nivel microeconómico (empresa) y a nivel de rama o sector. A nivel de empresa, el autor menciona que existen tres grandes formas de analizar la competitividad que son: a) factores que inciden en los costos de los insumos b) factores que determinan la eficiencia (productividad) en la utilización de los insumos c) otro factor es el relacionado con los precios, la calidad y la diferenciación de los productos generados para las empresas.

Sin embargo la competitividad a nivel de rama o sector hace referencia a los mercados domésticos. En este caso, la podemos definir “como la capacidad de esa industria de no dejarse desplazar por las importaciones” (Hernández, 2000 p: 34) debido a cuatro categorías de factores determinantes: a) la estructura y el dinamismo de la demanda, b) la estructura y el dinamismo de la oferta, c) el desempeño productivo de la rama, d) las regulaciones que afectan su operación.

Adicionalmente, el autor hace referencia a la competitividad a nivel de país, en dos orientaciones diferentes; el orden productivo y el financiero. La competitividad productiva muestra la capacidad que tiene un país para competir con su producción local eficazmente, tanto en el mercado interno como en el externo. La competitividad financiera refleja la capacidad que tiene un país “para extraer capital del exterior y poder retener el capital local” (Hernández, 2000: 40). No obstante, hay que tener en cuenta que ambas orientaciones no funcionan de forma paralela, ya que puede existir un

incremento de capital extranjero, pero no necesariamente eso significa que se va a generar competitividad productiva. (Hernández, 2000). Además la OCDE menciona que la competitividad es la capacidad que tiene un país para producir bienes o servicios, bajo situación de libre mercado, los cuales son capaces de desafiar la competencia de los mercados internacionales, mejorando así los ingresos reales de su población (OCDE, 1996).

En los mercados que no existe una información asimétrica, es decir que los consumidores no tienen la información de cómo funciona en el mercado, en cuanto a la comercialización del producto, lo que no pasa con los intermediarios.

Otros factores determinantes de la competitividad

Según Porter (1997), toda empresa que quiera competir en el mercado debe contar con una buena estrategia competitiva, ya sea implícita o explícita. Adicionalmente, toda empresa que quiera alcanzar el éxito deberá contar con una buena planeación estratégica, ya que su objetivo es crecer y construir mejores ventajas. Para ello la empresa debe tener en cuenta múltiples factores que pueden influir en la competitividad empresarial. A continuación se desarrollan los más importantes.

Diferenciación del producto

Para ser competitivas, las empresas deberían poseer características especiales de sus productos, las cuales les permiten ser escogidos entre un grupo de empresas que buscan ser seleccionadas en un mismo mercado. “Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas” (Hernández, et al., 2009:39)

La innovación

El rol que juega la innovación en las empresas es fundamental, según Mathison (2007), uno de los componentes importantes de la innovación es el conocimiento, sin embargo López (2004) define a la innovación como el proceso en el cual las empresas son capaces de generar nuevos productos o procesos productivos distintos, con el único objetivo de poder adaptarse al entorno como consecuencia de ello poder generar ventajas competitivas sostenibles. En las empresas, la innovación encierra un conjunto

de actividades que se trasladan a generar nuevos conocimientos tecnológicos, para luego estos ser aplicados en nuevas formas de producción y obtener nuevos bienes y servicios. No obstante todo cambio tecnológico no resulta estratégicamente beneficioso para generar ventajas competitivas (Porter, 2006)

El éxito de muchas empresas dependerá en gran medida de la capacidad innovadora que esta tenga, lo que implica un proceso de aprendizaje continuo. “La creatividad innovadora tanto de su personal como de sus aliados: proveedores, colaboradores o los propios clientes usuarios de los servicios, todos ellos circunscritos en la cadena de valor de la organización” (Horacio, 2005: 9). El proceso de innovación permite que las empresas puedan ser generadoras de ventajas competitivas, ya que la innovación permitirá crear un mayor nivel de conocimiento, así como experiencia innovadora de las empresas. (Horacio, 2005)

El éxito descansa en la capacidad de la empresa para adaptarse mejor a los entornos y complejos es por ello que las empresas que quieren ser competitivas deberán afrontar los constantes cambios en las tecnologías, en los productos y servicios, así como las preferencias de los consumidores, estableciendo los mecanismos que fomentan la innovación tanto en el nivel de producto, como de procesos productivo y de gestión (Bañón y Sánchez, 2002: 9).

No obstante, la innovación es una condición necesaria pero no suficiente para alcanzar la competitividad (Horacio, 2005). Esto pone de manifiesto que es necesario que las empresas deban fijarse en multitud de factores de forma simultánea para lograr mejoras en la competitividad.

Capacitación Laboral

La capacitación significa suministrar a los empleados, ya sean estos nuevos o antiguos, las distintas habilidades que se requieren para desempeñar su trabajo. En todos los casos, la capacitación es una de las herramientas fundamentales que se usan como base para que exista una buena administración (Dessler, 2009). Para este autor, todo proceso de capacitación comprende 5 pasos:

1. Analizar las necesidades: consiste en identificar las necesidades específicas que se requieren para desarrollar el trabajo, evaluar las habilidades de los empleados y desarrollar objetivos específicos.
2. Diseño de instrucción: se deciden y se producen los contenidos de programas de capacitación.
3. La validación: en la cual se eliminan los defectos del programa

4. Implementación del programa: en el que se aplica la capacitación del grupo de empleados elegidos.
5. Evaluación es el proceso: en el cual evalúan éxitos o fracasos del programa (Dessler, 2009: 295)

Para que toda empresa pueda logar ser competitiva deberá constituir alternativas que le permitan atraer a los empleados y crear mecanismos que les permita desarrollarse dentro de la empresa. La insuficiente capacitación al personal se debe en muchos casos a que no existen incentivos salariales. La escasez de distintos procesos formativos del personal dificulta el aumento de la productividad. Y estos conllevan un bajo nivel de competitividad de los diferentes sectores que se ve reflejado en una limitada “capacidad sectorial para generar empleo productivo de mayor remuneración para la población”. (Hernández, et al., 2009)

Canales de comercialización

Otro de los factores de competitividad que es importante incorporar a nuestro análisis son los canales de comercialización, que pueden ser considerados como “un conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo” (Stern, et al., 1999: 4). Hay que considerar que estos canales no solo satisfacen la demanda al proporcionar bienes y servicios en el momento oportuno, sino que también se encargan de estimular dicha demanda, ya que estos canales están diseñados para adaptarse a las necesidades de los clientes. Además, una de las claves para que las empresas logren una mayor rentabilidad en los departamentos de compras, consiste en determinar cuál es el mejor canal que se ajusta a sus necesidades (Stern, et al., 1999).

CAPÍTULO II

MARCO METODOLOGICO

Para analizar los factores determinantes de la competitividad desarrollados en el marco teórico, utilizaremos una metodología cualitativa, la cual nos servirá de fundamento para realizar el trabajo de campo. Para ello, será necesario recopilar información a partir de los aportes realizados por los diferentes autores, que nos permitan detectar los diversos factores determinantes de la competitividad desde un punto de vista teórico. En segundo lugar se realizará un análisis descriptivo de la situación de los concheros de San Lorenzo con el objetivo de conocer cuáles son las principales características de este sector. Este análisis será complementado con un trabajo de campo, basado en entrevistas a concheros del Cantón de San Lorenzo y alrededores.

El objetivo del análisis será conocer y comprender la realidad social en la cual están inmersas las personas que se dedican a la recolección de la concha en el Cantón San Lorenzo, específicamente a las comunidades que impulsa FEDARPOM.

Finalmente, con los datos recopilados se realizará un análisis comparativo para determinar si los factores de competitividad detectados teóricamente, están presentes en dichas comunidades en relación a los concheros informales.

El análisis cualitativo

En la actualidad, la metodología cualitativa se ha convertido en una herramienta fundamental en el desarrollo en los diferentes ámbitos de la investigación. Cabe recalcar que no solo es una herramienta básica de investigación sino que además ha impactado en las diferentes disciplinas consideradas ajenas a los diferentes tipos de perspectivas científicas. Una definición ampliamente extendida sobre los métodos cualitativos los considera como técnicas de comprensión personal de sentido común (Thomas et al., 2005). Para Pérez (1990), estos métodos son un proceso de indagación y análisis de la realidad, partiendo de los diferentes *problemas* “prácticos y desde la óptica de quienes los vive” (Pérez 1990, p. 58 citado por Beltrán 1995), con el fin de mejorar dicha situación implicando en dicho proceso a actores principales (los que viven el problema). (Pérez, 1990 citado por Beltrán, 1995).

Este tipo de métodos tienen una visión más profunda cuando se necesita analizar un fenómeno. “Solamente son estudiadas unas pocas situaciones individuales, aunque

muchas variables contextuales son consideradas”(Mayan, 2001: 14).Este tipo de investigación es semejante a un rompecabezas, además nos permite conocer más los fenómenos que se investigan (Mayan, 2001)

Además, este tipo de análisis nos brinda una orientación más detallada para poder llevar a cabo las diferentes actividades de planificación, recopilación y análisis de la información “blanda”obtenida. La información blanda hace referencia a datos que no tienen ninguna representatividad estadística en los resultados.Es por ello que este tipo de métodos se caracterizan por la riqueza de información que es capaz de brindar a los usuarios y sobre todo por la profundidad de sus preguntas (López, 2005).

Es a partir del siglo XIX y a principios del siglo XX cuando se comienzan a utilizar distintos métodos cualitativos en la investigación social. La escuela de Chicago es considerada como la que mayor aporte ha tenido en este campo. Esta técnica se la utiliza con la finalidad de establecer una relación más directa entre el investigador y el objeto de estudio. Entre las diversas metodologías cualitativas se incluyen: los estudios de mercado, el análisis organizacional, la evaluación de proyectos sociales, el diagnóstico de políticas, entre otros.

En este apartado se abordará de manera teórica algunas de las técnicas cualitativas que se utilizan en la presente tesis, en concreto la entrevista, el análisis descriptivo y por último el método comparativo, a través de un análisis de caso de éxito que pudimos presenciar en el cantón San Lorenzo.

¿Qué es una entrevista?

La entrevista es una de las herramientas de investigación más utilizada por los distintos investigadores que sienten la necesidad de realizar trabajos más cualitativos. El término entrevista proviene del francés “entrevoir” que significa “verse uno al otro” (Ibáñez y López, 1998: 8). La entrevista hoy en día es una técnica que se la define como la visita que se hace a una persona, para interrogarla sobre ciertos aspectos, para luego poder dar a conocer al público las respuestas obtenidas.

La entrevista pretende recoger un conjunto de saberes y conducta del individuo. En sociología y en otras disciplinas, es una de las técnicas de investigación más

utilizadas. Las entrevistas no son simples conversaciones que se dan en el día a día, aunque en muchas ocasiones se aproximan a ellas. Se trata de conversaciones profesionales, que tienen un propósito, las cuales exigen por parte del entrevistador una gran preparación, habilidad conversacional, y sobre todo una buena capacidad de análisis (Blasco, 2008). Al realizar este tipo de investigaciones cualitativas pretendemos encontrar el significado de las cosas, más que enfocarnos en tratar de descubrir hechos sociales; a más de captar información a través de observaciones o entrevistas en profundidad.

Con todo Taylor (1987) define a la entrevista como un encuentro “cara a cara entre el investigador y los diferentes informantes” (Taylor, 1987: 101), encuentros que están dirigidos a la comprensión de las diferentes situaciones, ya que tienen la posibilidad de expresarse con sus propias palabras.

Para Nahoum (1990) la entrevista es un proceso dinámico, que refleja una realidad social en la cual están inmersos un grupo de individuos, que pretende expresar la realidad, con la esperanza de poder encontrar una solución que les permita poder asimilar tales transformaciones que la misma sociedad provoca.

Ibáñez y López (1998) definen a la entrevista como la visita que se hace a una persona, para interrogarla sobre ciertos aspectos, y luego poder dar a conocer al público sus respuestas. Cabe mencionar que una entrevista no es un interrogatorio, sino más bien se encamina a servir como “tiburón” de la información; porque si entendiéramos una entrevista como un interrogatorio desvirtuaríamos sustancialmente su condición de intercambio, y provocaríamos que el entrevistado no logre su espontaneidad. (Ibáñez y López, 1998).

Fortino (2001) define la entrevista “como una situación creada con el fin específico que un individuo pueda expresar al menos en una conversación ciertas ideas y sean estas pasadas o futuras” (Fortino 2001: 66). Es por ello que la entrevista se ha constituido como una alternativa a los diferentes procesos de investigación (Kahn y Cannell, 1977).

Esta técnica de investigación es indispensable en la generación de conocimientos, además permite que el entrevistado pueda expresar los sentimientos y deseos; es por ello que es considerada como una técnica invaluable para el

conocimiento de los hechos sociales (Vela, 2001). Ander(1995) menciona que a más de ser una conversación entre dos personas (entrevistador y el entrevistado) es una técnica de recopilación de datos que va desde la interrogación estandarizada hasta llegar a una conversación libre y fluida, siempre y cuando exista de por medio una (guía o pauta)⁴ que les permita orientar la conversación.

Sin embargo como cualquier otra técnica de investigación, la entrevista cualitativa tiene tanto riquezas como limitaciones. Por el lado positivo, la entrevista recoge las experiencias, sentimientos e interpretaciones que cada persona puede expresar de manera diferente; por el lado negativo, sin embargo, refleja un carácter único que no siempre se puede afirmar con plena seguridad, el descubrimiento de hechos fundamentales que nos permitan generalizar una realidad social.

Este instrumento metodológico, nos permite reunir datos ya sean estos de carácter privados o cordiales, ya que contaremos con la oportunidad de que esas personas nos cuenten su historia, o más bien su versión de los hechos, permitiéndoles estar en capacidad para responder las diferentes preguntas que de tal conversación puedan surgir. Además esta herramienta lo que busca es poder generar canales que permitan al investigador crear un entorno de confianza a través de la comunicación personal.

Al momento de aplicar este tipo de metodologías debemos tener presente la atención y el respeto que debemos mostrar hacia nuestros informantes; “aprender a escuchar” (Muratorio, 2000:205). Es importante que al momento de realizar la entrevista, el entrevistado pueda leer lo escrito por el investigador, para evitar cualquier tipo de controversia entre la información proporcionada y lo redactado, y que tal información no sea manipulada por el investigador.

Para este tipo de investigación surge la necesidad de utilizar distintos instrumentos metodológicos que nos permitan facilitar el trabajo de campo y verificar la información. Tales instrumentos pueden ser: grabadoras, cámaras fotográficas, videos etc. Sin embargo con todas las limitaciones que puedan tener estos métodos de investigación, la entrevista juega un papel importante en el desarrollo de la investigación social (Vela, 2001).

⁴Puede ser un formulario o un esquema de cuestiones: (Ander, 1995: 226)

Tipos de entrevistas

A pesar de que la entrevista es uno de los métodos más utilizados en los diferentes campos de la investigación para la recopilación de información, esto no implica que siempre deba adoptarse la misma opción, ya que en muchas ocasiones adquiere diferentes formas frente a los distintos propósitos que en ella se enmarcan, según sea el tipo de información que se desee obtener: es por ello que surge la necesidad de distinguir los diferentes tipos de entrevista.

Diversos autores consideran que una entrevista puede tomar diversas modalidades. En concreto nos interesa la clasificación sistematizada por Ander (1995) a partir de los trabajos de Patton (1987) y Vela (2001) ya que se adapta al objetivo metodológico de la presente tesis. Para ellos la entrevista tiene dos modalidades que se expresan a continuación: (ver tabla 1)

Tabla 1. Clasificación de la Entrevistas

La entrevista estructurada o formal	Entrevista no estructurada o informal
<p>Consiste en la elaboración de un formulario previamente preparado, en la cual se van a ver reflejadas una lista de preguntas que fueron preparadas con anterioridad, y que utiliza un nivel de lenguaje que le permite al entrevistado dar respuestas certeras (Patton, 1987).</p> <p>Sin embargo para Vela (2001), este tipo de entrevista es una situación en la cual un entrevistador pregunta a cada entrevistado una serie de preguntas preestablecidas, esto da lugar a un carácter de rigidez, lo que hace que este tipo de entrevista limite el nivel de profundidad.</p>	<p>Este tipo de entrevista consiste en preguntas abiertas, las cuales permiten al entrevistador crear un ambiente más fluido, ya que sus respuestas parten de una conversación y no existe una estandarización formal. Este tipo de entrevistas pueden adoptar tres modalidades diferentes (Patton, 1987).</p> <p>Para Vela (2001) éste tipo de entrevista tiene un mayor grado de libertad, ya que no existe un conjunto de preguntas preestablecidas con relación al orden que se formulan.</p>

Fuente: Patton 1987 y Vela 2001 citados en Ander (1995)

Elaboración: Autor

En el siguiente cuadro se muestra el planteamiento realizado por Patton (1987, citado por Garzón 2005) en el cual considera que la entrevista no estructurada puede adoptar tres modalidades diferentes.

Tres modalidades diferentes que puede adoptar una entrevista no estructurada	
La entrevista focalizada ⁵	En este tipo de entrevista el entrevistador debe tener mucha experiencia y tacto al momento de formular sus preguntas, ya que el tema a investigar es un problema general, pero siempre recordando que no se trata de una entrevista formal, se necesita de mucha experticia por parte del encuestador, para poder hallar el objeto de estudio, ya que deberá formular el interrogatorio de forma precisa. Por ende el deberá saber escuchar, esclarecer y tratar la máximo de no sugerir, y sobre todo tratar al máximo que el entrevistado exprese todo lo que sea posible.
Entrevista clínica	En este tipo de entrevista no se trata de estudiar que han tenido varias personas, sino más bien se trata de analizar las motivaciones y sentimientos de cada una de ellas, las preguntas que ellas se formula estarán basadas en los sentimientos y emociones las cuales se pretende estudiar.
Entrevista no dirigida	Esta entrevista busca que el informante trate de expresar al máximo sus opiniones, por la cual el encuestador debe motivar a hablar de un tema determinado para de esa manera poder orientar al entrevistado, por lo tanto el entrevistador deberá crear un ambiente totalmente facilitador, en el cual el sujeto se sienta con la libertad de poder expresarse sin ningún temor o desacuerdo. Sin embargo la decisión de utilizar una entrevista estructurada o no estructurada, dependerá del objeto de la investigación.

Fuente: Patton 1987, citado por Garzón 2005

Adicionalmente al momento de realizar una entrevista se deberá tener en cuenta algunos criterios como lo expresa (Patton, 1987, citado por Garzón 2005): (ver tabla 2)

Tabla 2. Criterios que se deben considerar al momento de realizar una entrevista

1. Hay que tener en cuenta cual es el propósito de la investigación, como guía de todo el proceso de la entrevista	2. Proporcionar un marco en el cual los entrevistados puedan expresar todas sus ideas en su propio lenguaje.
--	--

⁵Este tipo de entrevistas han sido utilizadas primordialmente para estudiar el cambio de actitud de las personas.

3. Ser consciente de las ventajas o inconvenientes de las modalidades de entrevista.	4. Escoger la modalidad de entrevista más apropiada para los propósitos de la investigación
5. Saber distinguir los diferentes tipos de información que se logre obtener	6. Realizar una planificación de secuencias de manera que se pueda incluir referencias al presente, pasado y futuro.
7. Formular preguntas realmente abiertas	8. Formular preguntas claras, utilizando lenguaje apropiado
9. Realizar una pregunta a la vez	10. Utilizar preguntas complementarias, para llegar a obtener información más precisa.
11. Comunicar con claridad cuál es la información deseada	12. Escuchar con atención y hacer notar al entrevistado que está siendo escuchado
13. Evitar preguntas sesgadas	14. Ser consciente de la diferencia entre entrevista en profundidad y un interrogatorio
15. Establecer una relación personal y un clima de interés mutuo	16. Ser neutral con el contenido específico de las respuestas
17. Observar durante la entrevista. Ser consistente y sensible para captar como afecta a la persona y sus respuestas a las preguntas formuladas	18. Mantener el control de la entrevista.
19. Grabar siempre que sea posible para registrar absolutamente todas las expresiones para el análisis posterior y para redactar el informe.	20. Tomar notas para captar y destacar los puntos más importantes de la entrevista.
21. Después de la entrevista, revisar inmediatamente la grabación para descartar posibles fallos.	22. Dar los pasos necesarios para obtener información válida y fiable.

Fuente: Patton 1987 citado por Ruiz Garzón 2005
 Elaboración: Autor

Todo lo señalado anteriormente con respecto a la entrevista, es con la finalidad de tratar con respeto a la persona entrevistada (Patton 1987 citado por Ruiz Garzón, (2005)). La decisión de optar por este tipo de métodos, está siempre ligada a nuestro objeto de estudio, esta técnica es útil cuando nos interesa recoger información sobre los diferentes

actores sociales, las diferentes opiniones de las personas de las diferentes posturas que pueden existiren el entorno del objeto que se investiga.⁶

En nuestro análisis utilizaremos esta metodología, para obtener información sobre el proceso de la recolección de la A. tuberculosa y A. similis, y de esa manera poder detectar cuales han sido los principales factores que no le han permitido a las organizaciones que impulsa FEDARPOM generar un mayor nivel de competitividad. La entrevista nos permitirá conseguir información de primera mano, sobre las distintasrealidades sociales a las que se enfrentan las personasque se dedican a la recolección de estas especies (A. Tuberculosa y A. similis) y sus diferentes estilos de vida⁷.

En concreto, utilizaremos las entrevistas no estructuradas o informales, donde el entrevistador se muestre sensible ante las diferencias individuales, que permitan llegar a temas de conversación más profundos ya que nuestro interés es poder conversar con los concheros y que cada pregunta que se pueda formular pueda ser respondida en medio de esa conversación. También optaremos por el tipo de entrevistas no dirigidas, ya que al tratarse de un sector muy vulnerable, estas personas en muchas ocasiones expresan sus sentimientos y emociones, lo cual nos facilitará el trabajo. Este tipo de entrevistas consiste en preguntas abiertas, las cuales permiten al entrevistador crear un ambiente más fluido, ya que sus respuestas parten de una conversación y no existe una estandarización formal (Patton, 1987).

Dichas entrevistas se realizaron tanto a nivel grupal como individual, para ello fue necesaria la elaboración de una guía, para los diferentes actores (concheras, comerciantes, intermediarios, etc.).

A continuación se presenta un cuadro del total de las entrevistas realizadas: (ver taba 3)

⁶Por ejemplo para saber cuál es la realidad social en la que está inmersa las personas que se dedican a la recolección de concha en el Cantón San Lorenzo

⁷El estilo de vida se define como el resultado de la organización estructurada de un conjunto de valores relacionados entre sí que orientan la comprensión del mundo a una persona, así como su propia practica(Corraliza y Martin 2000)

Tabla 3. Detalle de entrevistas realizadas entre enero y agosto de 2012

Entrevistados / Informantes	Nº de entrevistas
Entrevistas Realizadas a los Asociados de FEDARPOM	10
Entrevistas a los concheros individuales	9
Entrevistas a miembros de la Asociación de concheros de san Lorenzo	1
Entrevista realizada al presidente de FEDARPOM	1
Entrevista a Expertos, en realidades sociales del pueblo afro ecuatoriano	1
Entrevista al caso de éxito que logramos evidenciar en el Cantón	1
Total de Entrevistas	23

Fuente: trabajo de campo realizado

Elaboración: Autor

Al utilizar la entrevista como metodología cualitativa, nos permitió conocer las diferentes realidades sociales de estas personas; en medio de una conversación “nada fácil” logramos formular algunas preguntas en el caso de los concheros: ¿Cómo se desarrolla la actividad conchera? ¿Al momento de vender el producto cuales son las limitaciones del vendedor? ¿Si existe otro tipo de actividades dejarían esta actividad? ¿Cuáles son los riesgos que representan realizar dicha actividad? ¿Cuál es el precio que les pagan por la venta de su producto? ¿Creen que existen ventajas al trabajar de forma asociada? ¿Cree usted que existe algún tipo de incentivos por parte del gobierno para estos sectores? ¿Han recibido algún tipo de ayuda de parte de este gobierno? ¿Han sido capacitadas/os constantemente por FEDARPOM? ¿Por qué no trabajan de forma asociada?

En el caso de los comerciantes las preguntas que se realizaron fueron: ¿porqué no comprar el producto directamente al conchero?, ¿Cuál de los dos productos (concha ecuatoriana y concha colombiana) tiene mayor demanda en los diferentes mercados?,

Al presidente de la Organización FEDARPOM y sus miembros se les preguntó: ¿Cómo ven la situación socioeconómica de los concheros?, ¿Cree usted que están

siendo competitivos?, ¿Cuáles de los proyectos que ha implementado la organización, han mejorado la condición de vida de los concheros?

Cabe mencionar que nos encontramos con algunas limitantes al momento de realizar dichas entrevistas.

- Falta de disponibilidad por parte las diferentes personas entrevistadas, puesto que no querían emprender una conversación profunda.
- Además muchas no contaban con tiempo suficiente para atender las entrevistas de forma tranquila, puesto que muchas de estas personas llegaban muy cansadas de sus lugares de trabajo.
- Las mujeres concheras mostraban muchas desconfianzas ante el entrevistador, pues pensaban que la entrevista abarataría el precio del producto.
- Las mujeres colombianas se rehusaban a dar las entrevistas, por miedo a perder sus trabajos.

Análisis descriptivo

Un segundo elemento de nuestro análisis empírico es el método descriptivo, el cual, según Dankhe, (1986, citado por Deymor, 2006) intenta explicar cómo se manifiesta determinado fenómeno. Estos estudios buscan detallar las propiedades más relevantes de nuestro objeto de estudio, además de medir y evaluar diversos aspectos y componentes del problema analizado.

Al realizar un análisis descriptivo estamos seleccionando una serie de aspectos que luego serán medidos para poder descubrir el objeto que se investiga. Sin embargo Malhota (1997) citado por Catara (2002), menciona que la investigación descriptiva es un tipo de investigación “convinciente” cuyo objetivo principal es la descripción de algo. En nuestro caso es pretender describir factores determinantes de competitividad dentro de los procesos de comercialización. Considerando los niveles microeconómicos y los mesoeconómicos.

Para ello, es fundamental la revisión bibliográfica de las distintas aportaciones teóricas sobre la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos realizados sobre la importancia económica y ambiental que tiene el sector conchero en nuestro país.

Análisis comparativos, estudios de caso.

El análisis comparativo nos permitirá, por un lado, confirmar la relación de factores mencionados en la teoría y por otro lado, proponer nuevos factores que no fueron recogidos en el marco teórico.

Los métodos comparativos hacen referencia a un modelo que nos permite controlar y verificar un determinado fenómeno social (Sartori, 1970). Además podemos verificar si una generalización corresponde a los casos para los cuales se aplica, considerando que estos métodos logran evitar etnocentrismo, y por medio de ellos podemos descubrir una realidad que está latente (Dogan, 1990).

No obstante para Caïs (1997), este método es una aplicación de la regla general de la lógica; es decir consiste en la variación de un fenómeno, con la intención de poder eliminar variables y factores, para de esa manera poder llegar a lo que es fundamental. Por ello que es importante preguntarse: ¿Para qué comparar? O más bien ¿Para qué sirve?

La respuesta a las diferentes preguntas es simple, la comparación es un método de control de nuestras generalizaciones, previsiones o leyes, es importante porque es capaz de llegar hasta donde otros instrumentos de control no llegan. Es por ello que decimos que este método es un proceso de análisis basado en la lógica (Pliscoff y Monje, 2003).

Durkheim (1986) menciona, que cuando los datos son muy heterogéneos, y no son comparados de manera directa, la comparación consistirá en la confrontación de hechos. Para este autor, la estadística refleja cierto estado del alma colectiva (son los hechos sociales) que se convierten en una cosa (hecho social). Sin embargo para Weber (2008), la realidad implica la comparación de un fenómeno social con un “tipo ideal” construido previamente, la búsqueda de diferencias y semejanzas en el marco de un esquema general teórico, que de algún modo ayude a la determinación de hechos cruciales.

Para Durkheim (1986), los objetos de la sociología son de igual naturaleza que los objetos físicos, mientras que Weber (2008) se centra más bien en las intenciones del sujeto, en los significados, por lo que la realidad implica no solo la comparación de un fenómeno social, incorporándole un “tipo ideal”.

Para Weber (2008), la realidad científica la podemos entender a través de categorizaciones, que son los tipos ideales, como el capitalismo, seleccionando aquellos

datos que resulten relevantes o más bien que nos puedan interesar (Pliscoff y Monje, 2003). Según estos autores, el método comparativo tiene un carácter estructuralista; la utilización de jerarquía de los fenómenos a investigar, su estructura y sus factores determinantes lo sitúan en un método positivista.

Para la investigación cualitativa, la realidad está estructurada en diversos niveles: los hechos, discursos, símbolos, considerando que debemos seleccionar dentro de estas jerarquías aquello que vamos a comparar.

Para Sartori (1994), este instrumento se vale de cuatro modelos de análisis o técnicas de comparación: (1) el modo experimental (2) el modo estadístico (3) el modo comparado y (4) el modo histórico.

El modo experimental consiste en la medición de ciertas variables. Este tipo de métodos exige un mayor control de las variables que intervienen en una situación particular, es posible que el investigador tenga la posibilidad de manipular ciertas variables (Crene et al., 2000). Es una experiencia científica que provoca deliberadamente algún cambio en la interpretación de los resultados, con alguna finalidad cognoscitiva (Aranzeta, 2005).

El método estadístico, “es una técnica de control toda vez que sea posible, la gran dificultad que tiene este tipo de métodos, es que en política social los datos susceptibles de un tratamiento estadísticos son de validez y atendibilidad sospechosa” (Sartori, 1994: 262)

El método Comparado se utiliza cuando estamos ante un problema que no se puede resolver por la vía estadística” (Sartori, 1984: 262, citado por Bulcourf Cardozo, 2008). Consiste en utilizar la información disponible en otro proceso con el objetivo de cotejar las similitudes o diferencias con el proceso de estudio.

El método histórico consiste en el tratamiento de la historia apropiada para generar hipótesis. (Sartori 1994).

Durkheim (1986) distingue tres tipos de métodos comparativos: (ver tabla 4)

Tabla 4. Clases de métodos comparativos

	Que sitúan un determinado país dentro de un marco
--	---

Estudios de caso	comparativo.
Estudios sistemáticos	Se trata de un número limitado de países o casos
Comparaciones globales basadas en análisis estadísticos	Ya que se puede comparar pequeños casos de manera estadísticas, ya que nos sirve para comparar casos aislados.

Fuente: Durkheim 1986
Elaboración del Autor

Nuestra investigación estará basada en estas tres herramientas que son fundamentales al momento de realizar nuestra investigación.

Estudios empíricos realizados

A pesar de la importancia económica y ambiental que tiene el sector conchero en nuestro país, es reducido el número de investigaciones realizadas al respecto. Mora y Bravo (1999) estudiaron el crecimiento biológico de la Concha *Anadara tuberculosa* y *Anadara similis* en sistemas experimentales; Moreno (2000, 2001 y 2002), realiza diversos estudios de la Pesca Artesanal de este Recurso en tres comunidades de la Reserva Ecológica Manglares Cayapas Mataje (REMACAN), en este mismo escenario, Flores (2002) estudió la biometría, la edad y el crecimiento de la *A. tuberculosa* y *A. similis* sobre una población no explotada y finalmente Mora y Moreno (2004) realizaron el seguimiento de la pesca artesanal del recurso (*A. tuberculosa* y *A. similis*), en seis puertos de desembarque de la costa ecuatoriana.

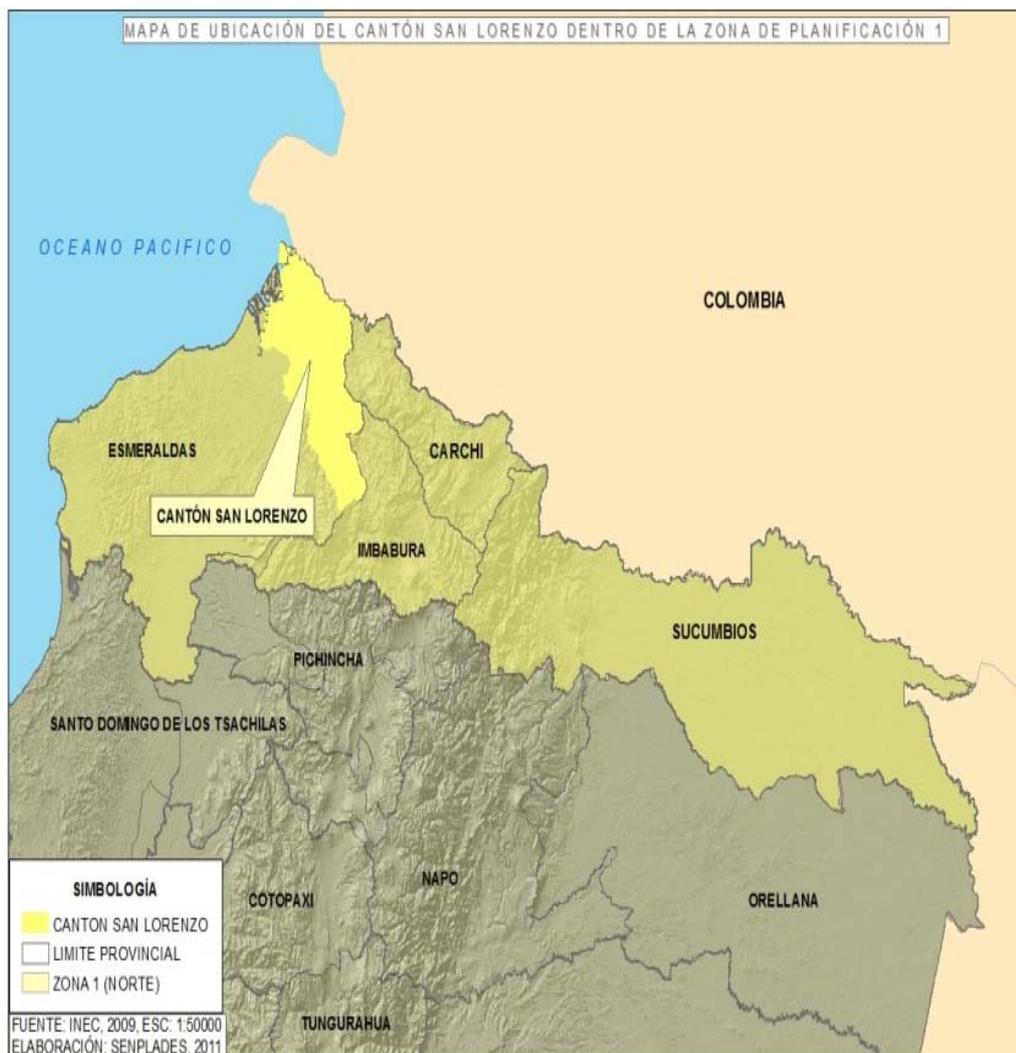
Ninguno de los estudios mencionados ha analizado la problemática de la producción y comercialización de este sector, ni los factores asociados a la baja competitividad de esos productos. En el siguiente capítulo se busca dar respuesta a estas interrogantes.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DESCRIPTIVO: DATOS GENERALES DEL CANTÓN SAN LORENZO

El cantón San Lorenzo está ubicado en la frontera norte de la provincia de Esmeraldas. Al norte limita con la República de Colombia, al sur con el Cantón Eloy Alfaro, al este con las provincias del Carchi e Imbabura, y al oeste con el Océano Pacífico. El cantón posee una superficie de 3,099 Km². (Municipalidad de San Lorenzo 2000: 18). (Ver mapa 1)

Mapa 1: Ubicación del Cantón San Lorenzo, en la zona norte de Ecuador



El cantón se halla comunicado con el resto del país por la vía Esmeraldas – San Lorenzo construida en 1998 y la carretera Ibarra – San Lorenzo inaugurada en 2002 que han permitido que se genere un desarrollo económico, social, ambiental, y cultural hasta la actualidad.

En términos generales, el Cantón San Lorenzo se distingue por poseer tres tipos de relieve: los sedimentarios costeros, la llanura marina y los valles fluviales que se localizan junto a los ríos Cayapas y Mataje, y finalmente las pequeñas estribaciones que se derivan de la cordillera occidental en la zona que limita con las provincias de Imbabura y Carchi (Municipalidad de San Lorenzo, 2000).

Una de las características particulares de los suelos de San Lorenzo es su alta humedad. En la zona se identifican dos tipos de humedades: a) la perúdica, muy propia de suelos súper húmedos, donde las precipitaciones de lluvia son más altas que la evapotranspiración, y b) la údica, donde el suelo está siempre húmedo al menos 9 meses al año, además este cantón posee varios tipos de bosques tropicales, los cuales contienen una alta biodiversidad. En el cantón san Lorenzo existe un sin número de bosques, ricos en multitud de especies de flora y fauna de tipo endémico.

A continuación se presentan los diferentes bosques que existen en san Lorenzo y sus principales características: (ver tabla 5)

Tabla 5. Principales Bosques de San Lorenzo

Nº	BOSQUE	CARACTERISTICA
1.	Húmedo de tierra firme	La mayor parte del área del cantón (73.7%) fue afectado por la extracción indiscriminada de madera, la deforestación, la agricultura y la ganadería.
2.	Maduro	Es una estructura típica de los bosques tropicales de la región. Posee pocos árboles por encima de la clase comercial maderable.
3.	Maduro Intervenidos	La mayor parte de los bosques ya han sufrido algún tipo de intervención debido a algunos factores como: colonización la extracción de madera, sobre todo a partir de los años 70s cuando se dieron las primeras concesiones forestales en las diferentes empresas madereras.
4.	Guandales	Son pequeñas áreas continuas río Santiago. No son formaciones continuas sino, que se encuentran mezcladas con bosque de tierra firme.
5.	Costeros	Se ubican aquellos bosques afectados por el flujo y el reflujo de las aguas marinas.
6.	De Nato y Coco	Corresponde a una estrecha franja junto a los esteros o ríos donde las aguas dulces se mezclan con las marinas.

Fuente: Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, FIDA. 2008

Estos bosques forman parte de nuestro objeto de estudio, ya que son el lugar donde las mujeres concheras, desarrollan su actividad, principalmente en los guandales, es decir, lugares en donde existe una mezcla de tierra pantanosa con tierra firme.

Hoy en día el cantón atraviesa por una situación socioeconómica muy especial. La base de su sustento económico gira alrededor de la extracción de los recursos naturales, los monocultivos, la pesca y la agroindustria.

Sin embargo, su especialización productiva no le ha permitido impulsar el desarrollo social a un grupo significativo de sus habitantes. Pese a las potencialidades para el desarrollo, se evidencia una producción marginal, un débil sistema de mercadeo y comercialización, además es notoria la falta de asistencia técnica, considerando la frágil atención del Estado en materia de inversión social y garantía de los derechos económicos y sociales de los ciudadanos, sin dejar de lado los ambientales. Todo este cuadro permite que un grupo significativo de la población de San Lorenzo viva en un clima de pobreza y exclusión social.

Por otro lado, su condición de zona fronteriza con Colombia ha llevado al cantón a ser víctima de conflictos armados que se viven en ese país hace más de cuarenta años. En la actualidad San Lorenzo atraviesa por un agudo sistema de violencia. En ocasiones a lo largo del territorio se advierte la presencia constante de grupos armados ilegales colombianos, así como sectores asociados al narcotráfico, el sicariato, situación que genera un clima de zozobra preocupante en la comunidad⁸.

El cantón San Lorenzo es uno de los que mayor crecimiento poblacional registraron en el país, durante el período 2001 al 2010. De acuerdo a los datos censales, para el 2001 San Lorenzo tenía una población de 28180 mil habitantes, en tanto que para el censo del 2010 registró 42487 mil habitantes, lo que significó un crecimiento del 51% bruto en los 10 años, un ritmo anual del 5,10%, uno de los más elevados del país, y el más alto en toda la provincia de Esmeraldas, según cifras del INEC.

El cantón, por estar ubicado estratégicamente en la frontera con Colombia ha recibido importantes flujos migratorios caracterizados por una población flotante y estacionaria colombiana en calidad de refugiados. Además, el creciente cultivo de

⁸Sobre el orden público y la situación de seguridad en San Lorenzo ver: Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos 2008.

palma aceitera y la vocación forestal de la zona, han atraído un gran contingente de personas no solo de la provincia sino de fuera de ella, e incluso de Colombia. El alto crecimiento poblacional de San Lorenzo contrasta con la poca cobertura de servicios básicos, vivienda y equipamiento. La ciudad, por ejemplo, posee pocas condiciones de alcantarillado, acueducto y recolección de desechos sólidos. Adicionalmente, el aparatoproductivo de la ciudad no es suficientemente amplio para garantizar empleo a la población creciente. Esto hace que la mayor parte de su población esté dentro de los márgenes de las Necesidades Básicas Insatisfechas: (ver tabla 6)

Tabla 6. Índice de Pobreza

CUADRO COMPARATIVO DE INDICE DE POBREZA POR NBI						
CANTÓN				PROVINCIA		
San Lorenzo				Esmeraldas		
INDICADOR	Pobreza por NBI (% por Personas)					
AÑOS	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
1900	95,54	90,94	99,9	90,51	79,74	98,82
2001	93,47	87,34	99,94	86,76	75,84	83,97
2010	84,59	75,56	95,5	78,3	63,41	92,86

Fuente: CENSO 1990 - 2001 – 2010, Sistema Nacional de Información SEMPLADES

Elaboración: autor

La pobreza tanto de la provincia de Esmeraldas como del Cantón San Lorenzo se concentra principalmente en las aéreas rurales, lo que da como resultado que un grupo significativo de la población presente dificultades en el acceso de servicios básicos. A pesar de que durante los últimos años ha existido un incremento significativo de la cobertura de servicios básicos, como agua o recolección de basura, esto no ha sido suficiente para disminuir los niveles de pobreza que se evidencian en el cantón. Según datos del censo económico del 2010, el 73% de las familias del cantón San Lorenzo no cuenta con un adecuado servicio de baterías sanitarias, apenas 14247 personas terminan el nivel primario, en tanto solo 2062 personas concluyen con todo el proceso de formación académica. De acuerdo con los indicadores presentados, las personas que están dedicadas a la actividad conchera son familias de escasos recursos económicos. (ANEXO1)

Pese a todo lo señalado anteriormente, el Cantón está vinculado a una fuerte demanda laboral por parte de las palmiticultoras, una de las principales actividades que se desarrollan en el Cantón, o la recolección de concha, las cuales ejercen una presión intensiva sobre los recursos naturales principalmente el bosque del ecosistema manglar.

¿Pero qué se entiende por ecosistema manglar y cuáles son sus características?

Un ecosistema manglar, es un conjunto de hábitats con características acuáticas y terrestres, el cual está principalmente conformado por bosques leñosos y cientos de especies vegetales y animales. Los manglares se presentan principalmente en climas tropicales y subtropicales del mundo (Wolanski 1992). Son un grupo de halofitas que crecen en franjas localizadas en las fronteras entre aguas marinas y tierra firme, que generalmente se da en zonas entre mareas y estuarios lagunas, pantanos, etc.

Los manglares son altamente productivos y complejos, cumplen una amplia serie de funciones ecológicas, pudiendo citar entre las más destacadas, la prevención de las erosiones costaneras al facilitar la deposición del suelo, proveen comida a las diferentes especies que ahí habitan etc. Además, el manglar es una fábrica orgánica de producción de compuestos primarios (Diemont, 1995) y son una importante fuente de diversidad de especies. (Vera, 1995) es por ello que:

La conservación de los ecosistemas implica el análisis biológico de sus comunidades de sustentabilidad, pero también implica el análisis de las relaciones entre la naturaleza y las comunidades usuarias del recurso. Estas relaciones dependen y están medidas por condiciones culturales, por procesos de decisión (frente al uso o no uso del recurso) y por la percepción que estas comunidades tienen de la situación (agotamiento/abundancia) del recurso mismo (Maya, Ramos; 2006: 9)

Alrededor del mundo existen multitud de comunidades, en las cuales tanto hombres como mujeres son usuarios de los recursos que dispone el ecosistema manglar. Este hecho ha sido reflejado en multitud de estudios (Slayter y Rocheleau, 1995; Thomas, 1998 citado por Mera 1999).

En el Ecuador, el ecosistema manglar desde hace más de dos décadas, se ha convertido en una de las principales fuentes de trabajo para las comunidades que habitan en esas zonas, lo que significa que la estabilidad económica de esta población dependerá mucho de la conservación y el manejo sustentable de los recursos que dispone este ecosistema (Rendón y Gómez 2007).

El Cantón San Lorenzo, desde su fundación estuvo cubierto por inmensos y hermosos manglares, los mismos que tienen una rica variedad de flora y fauna endémica. Entre la fauna existente podemos encontrar el cangrejo azul (*Cardisoma crassum*), diversas especies de pescado y camarón, la jaiba o las conchas *Anadara tuberculosa* y *Anadara similis*. Estas especies forman parte del sustento económico de alrededor de 15.000 personas (en el cantón Eloy Alfaro) mientras que en la población de San Lorenzo, alrededor de 12000 personas dependen directamente de la recolección de los moluscos del ecosistema manglar (FEDARPOM, 2010).

Aproximadamente 75% de las familias dedicadas a la recolección de especies biocuatricas del manglar son de San Lorenzo y Limones. Las cifras indican que esta actividad se ha convertido en la principal fuente de trabajo para sus habitantes (Thomas y Rocheleau, 1995). La mujer juega un papel muy importante en esta acción, dando trabajo a 4 de cada 5 personas. Es por ello que en la presente investigación toma como papel protagónico a la mujer, por ser la principal recolectora de estos productos.

Desde hace más de dos décadas muchas de estas comunidades ancestrales están basando su sustento económico principalmente en la extracción de los recursos naturales, motivo por el cual se evidencia una fuerte sobreexplotación de tales recursos, y como consecuencia de ello se ha alcanzado un alto grado de desnutrición del ecosistema manglar (Maya, 2006).

El uso del recurso concha ha caracterizado a las comunidades que se encuentran ubicadas en las zonas de manglar, basando su sustento económico en la recolección de la concha prieta *Anadara tuberculosa* (concha hembra) y *Anadara similis* (concha macho).

Los primeros estudios realizados sobre esta especie se remontan al siglo XIX. En 1833 Sowerby estudió a la *Anadara Tuberculosa* (concha hembra) y el 1852 Adams investigó sobre la *Anadara Similis* (concha macho). Ambos autores coinciden en la importancia económica y social que tienen estos ejemplares en las zonas de manglares tropicales; ellos mencionan que dichas especies constituyen una de las pesquerías de mayor importancia para las personas que se dedican a la recolección de este molusco. Tanto la *A. tuberculosa* y la *A. similis* viven en las áreas de manglar alrededor de la provincia de Esmeraldas (Mora 1990).

En las últimas décadas, la disponibilidad de este recurso se ha visto sumamente golpeada, tanto en disminución del hábitat así como la contaminación del agua, las empresas palmituloras habitadas en la zona son la principal fuente de contaminación, puesto que el uso de insecticidas y pesticidas, resultan ser peligrosos para la vida acuática y más aun para el ser humano. Es por ello que fue Carson en 1962 la primera en estudiar las principales causas de contaminación y desnutrición del medio ambiente. Así como por el incremento indiscriminado de la pesca artesanal, dando como resultado una reducción considerable de la especie (Instituto Ecuatoriano Pesca, 2003).

En Enero del 1996 se crea un área denominada la Reserva Ecológica Manglares Cayapas Mataje (REMACAM) la cual entró a formar parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Está ubicada en el perfil costanero de los cantones San Lorenzo y Eloy Alfaro y abarca aproximadamente 51000 has, que incluye ríos, islas, manglares, canales y estuarios. Esta área tiene características ecológicas, económicas y culturales propias que le diferencian del resto de las poblaciones y ecosistemas del norte de Esmeraldas.

Los esteros o sitios geográficos donde se localizan las áreas de mayor extracción son los siguientes: Estero Hondo, La Loma, Cumilinchal, Braguero, Gruñida, Caraño, Chimbuzal, Braguero Grande, Pampanal, El Viento, Tambillo, Nadadero, Caza de Pargo y San Antonio. Las zonas comunitarias que se encuentran situadas al interior de la REMACAM viven especialmente de la recolección de productos bioacuáticos y principalmente de *Anadara Tuberculosa* (concha hembra) y *Anadara Similis* (concha macho). Tales actividades se encuentran ligadas al manglar como un ecosistema frágil que alberga estas especies y con ello a las poblaciones de las comunidades usuarias.

Organización de los recolectores del recurso Concha

Muchas de las personas que dependen de los productos del manglar forman parte de organizaciones comunitarias que pertenecen a la reserva ecológica (REMACAM) que están distribuidos en grupos de pescadores artesanales, concheros, recolectores de bioacuáticas⁹.

De acuerdo con los datos proporcionados en el trabajo de campo, en el Cantón San Lorenzo existen alrededor de 12 organizaciones que corresponden a un total de 3.400 personas que viven principalmente de la recolección de concha, sin

⁹Trabajo de campo realizados en la zona de reserva ecológica 8 de enero del 2012

ninguna de estas organizaciones trabaja de forma asociativa. Estas organizaciones se crearon con el único fin de portar un carnet que les permita realizar el proceso de captura con normalidad. Dicho documento debe ser portado por todas las personas que realizan las diferentes actividades en los manglares tales como: los pescadores, los motoristas, y los recolectores de concha. Pese al esfuerzo que viene realizando el Instituto de Pesca en el Cantón, no son todos los recolectores de producto de manglar que cuentan con dicho permiso.

De estas 12 organizaciones que pudimos evidenciar en nuestro trabajo de campo prácticamente ninguna trabaja de forma asociativa, ya que muchos de sus integrantes expresan “nos asociamos pensando que generaríamos mejores condiciones de vida pero no fue así” otros llegaron a expresar “nos asociamos por el carnet, porque sabíamos que igual no harían nada por nosotros”(diversas entrevistas realizadas a los asociados de FEDARPOM).

De todas las organizaciones, la iniciativa FEDARPOM es la única que opera de forma organizada, agrupando alrededor de 1100 personas, entre pescadores y recolectores de concha. Es por ello que tomamos como una iniciativa de asociatividad la generada por FEDARPOM.

Dentro de este cuadro de asociatividad e individualismo, se genera un sistema de rivalidades entre compradores y productores, debido a que en muchas ocasiones los concheros que operan de forma individual tratan de sacar el máximo provecho de su producción, vendiendo su producto a los diferentes comerciantes (intermediarios) que existen en el Cantón, mientras que los que operan de forma organizada deben vender su producción a las diferentes organizaciones de FEDARPOM a precios preestablecidos y con condiciones de tamaño de la concha muy estrictas.

Inicialmente las personas realizaban este tipo de actividades de forma más selectiva, mostrando una racionalidad fuertemente conservacionista, escogiendo solo las conchas más grandes dejando las más pequeñas que sigan desarrollando. Después de un tiempo regresaban a seguir con su tarea diaria con el único objetivo de que su producto fuera el mejor. Pero en la actualidad sucede todo lo contrario, por lo que las concheros mencionan “los tiempos de antes no son los mismos tiempos de ahora” además “no nos podemos dar el lujo de dejar el producto en el manglar si nuestros hijos deben comer, ir

a la escuela todos los días ya que yo no tuve la oportunidad esa oportunidad por lo menos que mis hijos si la tengan” (Entrevista n° 2 realizada a una conchera del cantón 8 de enero del 2012).

Según el Acuerdo Ministerial 149 de 2008 de la Subsecretaria de Pesca, en la actualidad se prohíbe la captura y comercialización de los moluscos bivalvos concha prieta de las especies *Anadara tuberculosa* y *Anadara similis*, estableciendo una veda permanente o de periodo indefinido a su talla mínima “Solo está permitida la extracción, transporte, posesión, procesamiento y comercialización de la concha prieta, en todo el territorio nacional, cuya talla sea de 4,5 cm, o más, medida desde el lado anterior hasta el lado posterior de las valdas”.

Con la finalidad de proteger el recurso concha prieta, introducir métodos adecuados de control de tamaño, y regular su tamaño de captura, para así permitir su explotación racional. Es decir en la actualidad, aunque no existe una veda en la recolección de la concha, si existe una restricción para la captura del molusco de acuerdo a su tamaño, es decir que no se deberá capturar esta especie si su tamaño no es igual o mayor al 4,5 cm. (CCOMDEM, 2008). Pero los recolectores individuales, frecuentemente ofertan este producto por debajo del tamaño legal (4,5 cms), ya que una parte muy significativa de los comerciantes (intermediarios) a los cuales ellos venden el producto demandan sin problema estas conchas de bajo tamaño.

FEDFARPOM también compraba conchas de menor tamaño, pero con el objetivo de realizar un sistema de repoblamiento que será explicado más adelante, buscando pagar un precio digno a sus concheras, o como alternativa para mejorar sus condiciones de vida:

“Cuando nosotras vendemos el producto muchas veces no nos pagan el precio acordado, alegando que la concha está muy pequeña; pero en la actualidad FEDARPOM nos compra todo el producto. Los intermediarios se aprovechan, como muchas de nosotras no fuimos al colegio no nos queda más que aceptar, los que ellos nos quieren pagar, y como no tenemos la oportunidad de trabajar en otra cosa. Aunque en muchas ocasiones lavamos ajeno, pero el problema de este trabajo es que no nos pagan el mismo día, sin embargo cuando me voy a conchar tengo mi plata a diario” (Entrevista n° 3 realizada a las asociadas FEDARPOM 13 julio del 2012)

Como se realiza la actividad conchera

Desde el punto de vista etnográfico, la recolección del molusco exige una indumentaria determinada. Los concheros cubren su cabeza con un trapo para soportar el intenso sol. Además deben utilizar la “Chomba de Coco”, una mecha a fuego lento elaborada con los residuos de la envoltura del coco, de allí sale suficiente humo que permite ahuyentar los cientos de mosquitos que rodean e incomodan al conchero durante sus horas fatigantes de trabajo. Una vez recolectadas las 100 a 150 conchas diarias, cada conchero o conchera guarda sus moluscos en un canasto hecho a base de raíces y arbustos del monte y algunos productos sintéticos. Entre estos elementos se destacan “Rampira”, “Hoja blanca”, “Yaré”, “Marco André”, y “la Torora” (ANEXO2)

Para realizar el proceso de captura de la concha las personas deben introducir su mano en el fango alrededor de las raíces del mangle a una profundidad entre 10 y 25 cm, en donde las conchas alcanzan su máxima densidad. Estas personas cubren su mano con unguante de goma, conscientes de que no siempre que introducen su mano en el fango van a encontrar el producto. Es por ello que decimos que éste es un trabajo muy sacrificado, a más de peligroso debido a que en muchas ocasiones estas personas se encuentran con animales peligrosos y venenosos, además de las espinas del manglar.

El manglar, escenario donde se realiza la recolección de la concha tiene un sinnúmero de peligros, dentro de los cuales los más frecuentes son: la picadura de culebras, hincadas de *Pejesapos*¹⁰ (animales que se encuentran en las cuevas donde está la concha) entre otros.

El proceso de recolección se da a media mañana, cuando la marea está baja, entre las 10:00 AM y las 12:00 o 13:00 del mediodía¹¹. Durante este horario, estas personas recolectan alrededor de 30 a 40 conchas. Sin embargo cuando es semana de “quiebra” o desagüe, es decir cuando las aguas están bajas desde las 7:00 AM hasta las 4:00 o 5:00 PM, estas personas logran sacar entre 100 y 200 conchas. Estos días se dan cuando “*Dios nos ayuda*”, una expresión extendida entre los recolectores; “cuando hay agua de quiebra sacamos mayor cantidad de conchas porque el tiempo en que tarda las aguas para subir es mayor” (Entrevista n° 4 realizada a una asociada FEDARPOM y una

¹⁰ Es un pez venenoso, que al picar causa el mismo efecto de una mordedura de serpiente.

¹¹ En muchas ocasiones la marea sube antes de tiempo las aguas no dan tiempo y solo se debe conchar en horas de la mañana, de 6 AM a 9 PM debido que las aguas no dan esperas y suben mas aceleradamente

recolectora de los cocheros individuales, el 20 de Enero del 2012). Cabe destacar que esta actividad se la realiza todos los días excepto los días domingo.

En todo este proceso de recolección, a pesar de que éste es un trabajo exclusivo de mujeres, en muchas ocasiones podemos observar la presencia de hombres vinculados a esta actividad, sin dejar de lado la presencia de niños/as (ANEXO 3), puesto que las madres se ven en la necesidad de involucrar a sus hijos por la falta de ingreso que muchas veces se ve reflejado al momento de la venta del producto, es por ello que ellas expresan:

“Cuando salgo al conchado yo sola muchas veces saco unas 40 o 70 conchas pero si ando con algunas de mis hijas, siempre queda algo para la comida y para comprarle algo a ellas mismas, es por eso que yo tengo que llevarlas a conchar, pero cuando las aguas son en la tarde, pues que ellas en la mañana tienen que ir a la escuela, y cuando no tienen clases pues también me las llevo, a pesar que las condiciones en las cuales debo realizar este trabajo no es el mejor para mis hijas pero tengo más opciones”. (Entrevista n° 4 y 5 realizada a una mujer conchera de FEDARPOM en, San Lorenzo 20 de enero del 2012).

En muchas ocasiones, las mujeres concheras deben dejar el cuidado de sus hijos pequeños, con familiares o con sus hijos mayores; además, un grupo significativo de mujeres van a los manglares sin antes “haber probado bocado” Esta información fue recogida de una serie de entrevistas que se realizó en las comunidades de Campanita y El Viento, en las cuales muchas mujeres expresaron que en ocasiones hay que ir a conchar sin desayunar, porque el día anterior no tuvieron una buena faena o “concheo” lo que se vio reflejado al momento del pago. Eglis Marque (entrevista n° 2, 8 de Enero del 2012) menciona “Yo tengo cuatro hijos y muchas ocasiones no saco ni 100 conchas y debo, alimentar, vestir, llevarlos al médico, y el dinero que obtengo por la venta de mis productos no me alcanza, por lo que debo lavar ajeno”.

Por otra parte, estas personas no cuentan con ningún tipo de tecnología, que les permita tanto a la mujer conchera como a FEDARPOM optimizar tiempos de recolección y producción. Márquez expresa “las mujeres concheras no contamos con ningún tipo de maquinarias que nos permitan realizar nuestro trabajo de forma más rápida, este tipo de actividad se lo realiza de forma artesanal” (entrevista n° 6 realizada a una conchera de FEDARPOM y parte de la iniciativa de la pulpa de concha el 8 de Enero del 2012). Es por ello que FEDARPOM no ha logrado aumentar sus niveles de

productividad, manteniendo una producción relativamente baja y con costos unitarios elevados.

La inseguridad y dificultad que representa para las personas en el manglar obtener este producto, no se ve reflejado al momento de la comercialización del mismo en el mercado. Sin embargo para los intermediarios existen niveles de utilidades significativas, intermediarios que no se enfrentan a las diferentes dificultades del día a día de la mujer conchera, pero que tienen mayor información del mercado.

Además, puesto que estas mujeres no tienen niveles de formación especializada, y muchas de ellas no terminaron el bachillerato, no les permiten poder incursionar en otro tipo de actividades, y tampoco pueden contribuir de forma significativa al desarrollo de FEDARPOM.

Estas carencias deberían ser contrarrestadas por las organizaciones como FEDARPOM, rediseñando los procesos productivos para poder lograr una mayor eficiencia, mediante la incorporación de valor añadido a su producto, puesto que eso le significaría obtener mejores precios. Para ello, surge la necesidad de la adquisición de maquinarias que les permita generar dicha producción, y como consecuencia de ello adquiera una mayor especialización productiva.

Comercialización

La concha de mayor comercialización es la anadara tuberculosa o concha hembra, (ANEXO 4) puesto que su vida útil es de 8 a 15 días con un precio de comercialización en origen de 10 dólares por cada “ciento” o 100 conchas, sin embargo la Anadara Similis o concha macho, es más para consumo interno (se la comercializa dentro del mismo cantón) ya que su vida útil es de 2 a 4 días y su precio es menor (cada ciento de macho cuesta alrededor de \$6,00 dólares). No obstante, la comercialización de la Anadara Similis o concha macho es significativa, ya que en muchas ocasiones estas mujeres venden su producto a los diferentes Restaurantes del Cantón, y también en la estación del Ferrocarril, siempre y cuando los intermediarios no les obliguen a venderles a ellos mismos. Es por ello que San Lorenzo se ha convertido en uno de los centros de acopio más importante a nivel nacional, que demanda diariamente alrededor de 1000 y 2000 conchas. y que no solo capturan el producto sino que también, compran y venden a

los diferentes lugares aledaños (Entrevista n°7 realiza a las vendedoras de concha en la estación del ferrocarril (intermediarias) del cantón el 15 de Enero del 2012).

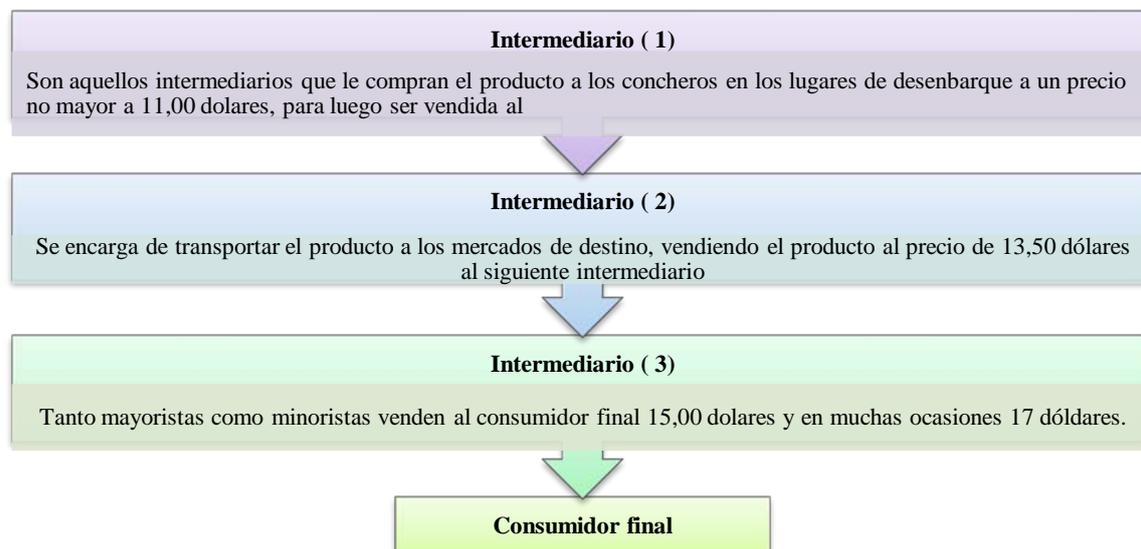
Para las diferentes comunidades, la comercialización de la concha hembras sencilla, debido a que muchos de los intermediarios se trasladan hasta el lugar donde está el producto (ANEXO5) y “muchos intermediarios que se dan el costo de viajar a las diferentes comunidades con el fin de poder comprar todo el producto” (Entrevista, n° 8 realizada a un comerciante del mercado de San Roque de Quito, el 11 de Agosto del 2012). En el caso de los concheros de San Lorenzo, venden su producto a los intermediarios que viajan desde las principales ciudades del país (Quito, Guayaquil, Ibarra y Esmeraldas). No obstante, aunque la demanda de este producto es bastante fuerte, ellos optan por vender al Sr. Godo y la Sra. Teresa (de la ciudad de Ibarra): puesto que “ellos siempre nos compran la concha”. Sin embargo los demás compradores “solo vienen cuando existe escasez del producto nacional”. (Entrevista n°9 realizada a una intermediaria del producto el 18 Marzo del 2012)

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Pesca, en el Ecuador la mayor demanda de la concha prieta se da en las ciudades de Quito, Guayaquil, Ibarra, y Esmeraldas. Actualmente esta demanda se ha extendido a otras ciudades de consumo de este recurso tales como: Ipiales, Portoviejo, Quevedo y existe hasta contrabando a las zonas de frontera con Perú (Aguas Verdes, Tumbes) y Colombia (Tumaco), (INP 2003).

Las conchas llegan al destino final a través de una cadena de intermediarios, dando como consecuencia que el precio del producto se encarezca.

En términos generales, la comercialización de este tipo de productos se encuentra bajo la acción de los diferentes tipos de intermediarios, que son los que colocan estos productos en los diferentes mercados. La fuerte intervención de los intermediarios en la comercialización de este producto se debe al debilitamiento del sector gremial, convirtiéndose en un proceso altamente especulativo.

En la grafica que vemos a continuación podemos notar la larga cadena de intermediarios que existe en el sector:



Fuente: entrevista realizados a los diferentes comerciantes en el Cantón san Lorenzo, y en el mercado de San Roque: 2 de junio del 2012.

La Federación Artesanal de Afroecuatorianos Recolectores de Productos del Manglar (FEDARPOM)

Es una Organización de segundo grado que forma parte de la Comarca Afroecuatorina del Norte de Esmeraldas CANE. Organizativamente se conoce con el nombre de Palenque. El área de influencia de este Palenque son las Comunidades asentadas en la zona de los manglares y organizaciones de la cabecera cantonal de San Lorenzo. Actualmente aglutina a 23 Organizaciones, la mayor parte de ellas actuando en la zona de la Reserva Ecológica Manglares Cayapas-Mataje (REMACAM) cuyo objetivo principal es la recolección de conchas entre otros productos de manglar (FEDARPOM, 2012). Esta organización se crea por medio del acuerdo ministerial # 0013 de Enero de 1988.

Su objetivo fundamental es la defensa, conservación y manejo del territorio, la recolección de productos bioacuáticos y la producción agrícola sustentable, a través de la formación política – administrativa, la gestión de iniciativas y el establecimiento de relaciones interinstitucionales, con la participación activa de sus socios. Asimismo, impulsa propuestas asociativas de producción y comercialización, establece alianzas “estratégicas tendientes a garantizar la soberanía alimentaria de la zona, sin dejarla generación de ingresos de las miles de familias asociadas, garantiza la conservación y el manejo sustentable del ecosistema manglar, y sobre todo asegura la permanencia en el territorio” (FEDARPOM, 2012).

Esta organización viene realizando un trabajo minucioso con el fin de mejorar los ingresos de las familias recolectoras de conchas, desarrollando alternativas más o menos exitosas para generar un valor agregado a su producción. Además busca crear una especie de conciencia sobre la explotación excesiva de los recursos del manglar, pero por no contar con los canales de comercialización adecuados esta iniciativa no ha podido lograr los resultados que inicialmente se esperaban. El rol de esta organización es comprar toda la concha a las personas recolectoras de este producto para luego realizar un sistema de sondeo que le permita sacar la concha que no cumpla los estándares establecidos por la Subsecretaría de Pesca.

Con las conchas que no cumplen con el tamaño exigido, se crea un sistema de repoblamiento, el cual consiste en devolver al mar las conchas pequeñas depositadas en jaulas hasta que éstas alcancen el tamaño legal de comercialización. Pero dicha iniciativa fracasó debido que eran algunas concheras, quienes por falta de una educación y sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad de los productos, terminaban llevándose las conchas de sus jaulas. Esta actividad de repoblamiento además hubiera permitido modernizar la actividad pesquera artesanal a través del reemplazo progresivo del patrón recolectivo tradicional, a un patrón de explotación de las jaulas por parte del pescador, más eficiente y con menos riesgos para los recolectores. Esto generaría mayores ingresos para los miembros de la asociación que se dedican a la recolección de este producto enjaulado.

Bajo estos esquemas, FEDARPOM ha trabajado con un conjunto de comunidades del Cantón de San Lorenzo que se encuentran en las áreas de mayor recolección del producto. Las principales comunidades son el Viento, Campanita, Tambillo, San Antonio, Palma Real, las cuales representan aproximadamente el 45%¹² de la concha.

Esta institución ha logrado conseguir de varios Ministerios tales como el MIES, cinco motores fuera de borda y cinco canoas, que sirven como medio de transporte que usan los asociados de las diferentes comunidades para realizar el proceso de recolección

¹²Son datos proporcionados por las personas que se dedican a la comercialización de este producto, ellos mencionan que compran tanto concha colombiana como ecuatoriana, y sus principales proveedores son las personas que les compran a los concheros FEDARPOM. Ellos mencionan “compramos a ellos porque siempre hay el producto, sin embargo las comerciantes informales muchas veces no cumplen con los pedidos”

del producto. Además cuenta con un centro de acopio para almacenar la producción (ANEXO 6). No obstante según los propios socios de la organización éste está muy deteriorado y cuando la marea está baja se llena de tierra lo que hace que no se pueda almacenar la producción en dicho lugar, es por ello que el Sr. Nelson menciona “ese centro de acopio está mal construido, es por ello que no lo estamos utilizando” (Entrevista n° 10 realizada a un miembro de la organización de FEDARPOM el 13 de Enero del 2012).

También cuenta con un cuarto frío para almacenar su producción. Gracias a esta inversión, los socios de FEDARPOM lograron en el mes de diciembre de 2011 producir y comercializar pulpa de concha congelada empacada al vacío, permitiéndoles generar un valor agregado a su producción. No obstante, no se ha podido continuar con dicha actividad, ya que no se ha logrado obtener un registro sanitario que les permita la libre comercialización de su producto.

Las conchas son posteriormente comercializadas en los mercados de mayor demanda (Quito, Guayaquil, Ibarra, Esmeralda). Pero cabe mencionar que no es FEDARPOM quien se encarga de comercializar este producto sino más bien un conjunto de intermediarios.

Inicialmente FEDARPOM contaba con un mercado bastante dinámico que le permitía eliminar ciertos intermediarios, los primeros de la cadena, pero como la competencia del mercado es feroz, esto generó que los concheros informales o más bien la competencia lograra capturar dicho mercado. El siguiente testimonio explica mejor la problemática. “Al no contar con mercados lo suficientemente amplios para poder comercializar su producción, y no contar con apoyo de las diferentes instituciones hizo que tal iniciativa fracasara” (Entrevista n° 11 realizada al presidente de FEDARPOM el 11 de diciembre del 2011).

Los concheros reconocen ésta como una de las principales razones de que la iniciativa FEDARPOM no lograra los resultados que se esperaban dentro de los plazos establecidos (2 años).

Estructura de precios y costos de la concha de las comunidades que impulsa FEDARPOM

Los precios de venta en cada fase del proceso de comercialización de la concha se muestran en el siguiente cuadro. En él podemos encontrar la producción total de las 5 comunidades que impulsa FEDARPOM, esta producción corresponde al 11,00% del total (1100) de las personas que forman parte de dicha iniciativa: (ver tabla 7)

Tabla 7. Producción total de las Organizaciones FEDARPOM

Organizaciones que impulsa FEDARPOM	Total de personas que se embarcan diariamente	Cantidad de Producción diaria*	producción Total	cientos de concha	Precio de Compra FEDARPOM**	Valor total	Precio de venta de FEDARPOM	Precio de Venta del Intermediario 2	Precio de venta del intermediario 3	Precio de Compra del consumidor Final	Precio de compra consumidor Final***	Rentabilidad obtenida entre FEDARPOM y el Intermediario 2
Tambillo	24	100	2400	24	10	240	11	12	13,50	15	17	23%
Campanita	30	100	3000	30	10	300	11	12	13,50	15	17	23%
Palma Real y 9 de octubre	20	100	2000	20	10	200	11	12	13,50	15	17	23%
San Antonio	25	100	2500	25	10	250	11	12	13,50	15	17	23%
El viento	23	100	2300	23	10	230	11	12	13,50	15	17	23%
	122		12200	122		1220						

Fuente: Entrevista a los diferentes actores involucrados

Elaboración: autor

*Considerando un promedio de producción diaria

** Es el precio al que compra FEDARPOM a sus Socios, en el mejor de los escenarios

*** Este precio se da cuando existe escasez del producto en los mercados

Desde el punto de vista económico, podemos observar el margen comercial que obtienen los diferentes intermediarios, considerando que FEDARPOM vende el “ciento” de concha en \$11,00 dólares, y compra en \$10,00 dólares, este dólar de diferencia sirve para transportar el producto desde san Lorenzo, hasta las ciudades de Quito y Guayaquil, y para el mantenimiento de las embarcaciones, lo cual implica que no se registran niveles de rentabilidad significativos que permitan que exista una repartición de utilidades dentro de la organización. No obstante este mismo ciento de concha que es vendido en \$11,00 dólares a los intermediarios (2) llega al consumidor final a un precio entre \$15,00 y \$17,00 dólares.

Estos datos muestran que los intermediarios obtienen márgenes comerciales que van entre el 36% y el 55%.

Ahora bien, las distintas fases de la producción y comercialización conchera tienen la siguiente estructura de costos: en la recolección, los concheros deben comprar chomba, (es el elemento que les ayuda a ahuyentar los mosquitos precio que va desde \$0,25 hasta \$1,00 dólar al día) los guantes que deberán cambiarlos cada tres días aproximadamente \$1,00 dólar y su alimentación diaria \$1,00 dólar, el medio de transporte lo facilita FEDARPOM por lo cual ella no deben incurrir en costos adicionales. Anteriormente, las concheras se trasladaban a sus lugares de trabajo en

canoas a canaleta, con un coste de \$1,00 a \$1,50 dólares diarios, que debían pagar a las personas que les prestaban este medio de transporte. Es decir, las concheras enfrentan costes entre \$2,50 y \$4,00 dólares diarios, además de la horas de trabajo para obtener el “ciento de conchas” por lo que el margen neto de venta se reduce a \$6,00 ó \$7,50 dólares por día.

En este caso FEDARPOM hace la función de intermediario tipo (1) ya que deberá cubrir los gastos de gasolina del motorista de las lanchas que las transporta al lugar de recolección, así como el transporte hacia los diferentes mercados (Quito, Guayaquil, Ibarra; Esmeraldas) con un costo aproximadamente de \$240 dólares por cada 50.000 conchas.

Los intermediarios tipo 2, son los encargados de acopiar todo el producto, para luego ser repartido a los intermediarios tipo 3. Sus gastos que ascienden a los \$220 dólares por cada 50000 conchas cada quince días. Valor que deberán pagar a la persona que luego se va a encargar de distribuir el producto.

Los intermediarios tipo 3 incurren en costos de aproximadamente \$165 dólares mensuales por el alquiler del local donde se venden alrededor de 50000 conchas quincenalmente al consumidor final (aunque en muchas ocasiones estos realizan su venta del producto en las veredas del mercado de San Roque).

Esta estructura de costos muestra que los más afectados son los concheros. Estos datos ponen en evidencia la necesidad de que las organizaciones que agrupan a los concheros, como FEDARPOM, deben tratar de generar canales de comercialización en donde pudieran vincular directamente a los recolectores con el consumidor final, eliminando la larga cadena de intermediarios existente. Esto permitiría lograr mayores niveles de rentabilidad para las diferentes concheras y como consecuencia de ello, mejores condiciones de vida. Con ello podría pensarse que al existir un precio mayor del producto, las mujeres realizarían este tipo de actividad en menor proporción o en mejor tiempo como lo expresan: “si a mí me pagaran más por el ciento de concha no iría a los manglares todos los días, ya que esto que hacemos no es fácil” (Entrevista n° 12, realizada a una asociada FEDARPOM el 27 Enero del 2012).

Otro testimonio, explica mejor el fenómeno de la comercialización y el valor al producto:

“Cuando el valor de concha es de 10 dólares yo voy muy contenta o más bien motivada o conchar, porque con la ayuda de Dios se que por lo menos sacaré un ciento, el cual me servirá para poder alimentar a mis cuatro hijas. Uno se va al manglar pensando en sacar la mayor concha posible y en muchas ocasiones lo logra. Pero cuando el precio es de 8,00 dólares uno dice: tanto que uno se manta por gusto, ya que los comparadores son las que más se benefician, pero algo es algo, peor no es tener que darles a mis hijas. Mi esposo trabaja en las palmeras pero lo que saca también es solo para la comida, la vida de las mujeres que nos dedicamos a este trabajo es muy dura, ya que muchas veces no tenemos que comer, vamos a conchar y no nos pagan el mismo día, y uno se ve en la necesidad de pedir prestado o fiar en las tiendas, y en ocasiones no nos quieren fiar” (Entrevista n° 13 realizada una mujer conchera de la zona del viento, asociada FEDARPOM el 27 de Enero 2012)

Si el conchero pudiera vender directamente a los consumidores finales el ciento de concha en \$13,50 en vez de \$10 los ingresos mensuales de estas personas trabajando 24 días del mes subirían de \$240 a \$320, que se corresponden con un salario mínimo unificado, considerando que cada mujer conchera deba pagar el medio de transporte. El ahorro para los consumidores también sería evidente.

Estos datos obtenidos al momento de realizarla presente investigación, han provocado multitud de preguntas:

¿Cómo se fija el precio de este producto? En este tipo de mercado el precio del producto es determinado por la oferta y demanda del mismo; a mayor oferta, su precio es menor, a mayor demanda su precio es mayor, pero con pocas oscilaciones.

¿La cantidad demandada de este producto es igual a la cantidad ofrecida del mismo? Cuando realizamos el trabajo de campo pudimos notar que en este mercado existe una fuerte escasez de producto.

“Debido a la escasez que hay aquí en Ecuador, lamentablemente lo que es la parte costera del pacífico ya no tiene mucha influencia en concha (Entrevista n° 14 realizada a un miembro de asociación de comerciantes de concha del cantón 26 de julio del 2012)

¿Existen bienes sustitutos? En este mercado existe un bien sustituto que está generando una dura competencia al bien nacional, la concha colombiana, la cual ha generado una fuerte demanda en los últimos años tal como lo expresa el Sr. Edison:

[La escasez de concha ecuatoriana] “nos obliga a traer el producto colombiano, que a su vez es más grande. Yo semanalmente compro 150.000 conchas entre colombianas y ecuatorianas para poder cubrir

mis pedidos, ya que debo distribuir a las diferentes ciudades como son Quito, Guayaquil, y Manta” (entrevista n°15 realizada a un miembro de la asociación de comerciantes de concha del cantón 26 de julio del 2012)

Pero cabe considerar que la concha colombiana no cuenta con las mismas características que la concha ecuatoriana, tal como lo expresa el Sr. Cheme

“Los compradores no saben distinguir entre la concha colombiana y la ecuatoriana ya que ellos solo se fijan en el tamaño del producto y no en la calidad del mismo. Las personas que somos de San Lorenzo y que sabemos de conchas podemos diferenciar ambos ejemplares” (entrevista n° 16 realizada al a un intermediario del mercado San Roque el 8 del Agosto del 2012).

Estas son algunas características diferenciadoras de ambos productos obtenidas a partir de las diversas entrevistas realizadas que hacen que el producto ecuatoriano sea más apreciado que el colombiano:(ver tabla 8)

Tabla 8. Características de la Anadara tuberculosa

	Ecuatoriana	Colombiana
Características que poseen ambos ejemplares	La carne de este producto es más suave.	La carne de este producto es mas dura debido al tiempo que estas permanecen en el manglar para ser capturadas.
	Su tamaño, es inferior.	Su tamaño es superior.
	Su tiempo de duracion esta entre los 8 y 15 días una vez capturado.	El tiempo que permanece vivo el producto, desde su captura está entre los 5 y 8 días
	Los compradores del producto consideran que su calidad es superior, por su textura y sabor.	Los compradores no valoran tanto su textura ni su sabor.
	El carne, es de color café (sangre)	Su carne es de color negro (sangre)

Fuente: Datos propiciadas de las diferentes entrevistas, Enero hasta Agosto del 2012

Elaboracion: Autor

En esta organización las mujeres cumplen un papel protagónico ya que constituyen un grupo significativo que se dedica a esta actividad. Comprende dos segmentos de la población, mujeres entre 18 y 45 años y niñas entre 8 y 14 años; el primer segmento de dicha población lleva alrededor de 20 años conchando. Muchas de estas mujeres mencionan “es como una herencia que nos dejaron nuestros padres” pese a eso dicen que se ven en la necesidad de involucrar a sus hijas en esta misma actividad debido a la falta de oportunidades, y la baja rentabilidad que les genera la venta de su producto.

Cuando FEDARPOM les planteó esta iniciativa, este grupo de mujeres abrigaron la esperanza de “una vida mejor” pero con el pasar del tiempo se dieron cuenta que tal iniciativa no logró los resultados que ellas esperaban, en muchas ocasiones expresaron “es un total fracaso” “pensamos que tendríamos mejor precio en la venta del producto o que por lo menos, íbamos a tener donde vender nuestra producción; sin embargo no perdemos la esperanza que algún día tal iniciativa pueda lograr sus objetivos propuestos”, es por ello que hasta ahora vamos a seguir vendiendo nuestro producto a los intermediarios. (Entrevista n° 17a una Asociada FEDARPOM el 13 de Enero del, 2012).

Este grupo significativo de mujeres viene realizando un trabajo arduo. Más del 70% de las 14 de las mujeres entrevistadas, solteras en su mayoría, deben compaginar su actividad de recolección de concha, con otras labores del hogar tales como: lavar, cocinar, planchar y en muchos casos llevar a sus hijos a la escuela, lo cual representa una fuerte carga de trabajo. Tal como expresa: Doña María

“Yo soy madre separada tengo 2 hijas, mi esposo me dejó por otra mujer, yo tengo que lavar, cocinar, y luego irme a conchar, en muchas ocasiones no saco más allá de 100 conchas diarias, dinero que debo distribuirlo para la alimentación de mis hijas. Como las personas a las cuales debemos vender el producto nos compran solo la concha hembra, la macho¹³ la vendo en otro lugar y los rechazos¹⁴ sirven para la comida” (entrevista n° 18 a una mujer conchera de san Lorenzo, el 22 de Agosto del 2012).

No obstante, estas mujeres han sido capacitadas a través de cursos de manipulación de alimentos, lo que les ha permitido poder incursionar en la generación de un valor agregado a su producción desde el mes de julio del 2011, con la producción y

¹³Es la concha que es comercializable en los diferentes mercados más bien, esta concha es para consumo interno ya que su precio oscila entre 5 y 7 dólares el ciento: esta concha es vendida en el mercado de la estación en el cantón san Lorenzo ya que su tiempo de duración es de máximo 5 días sin embargo la concha hembra dura entre 10 y 20 días

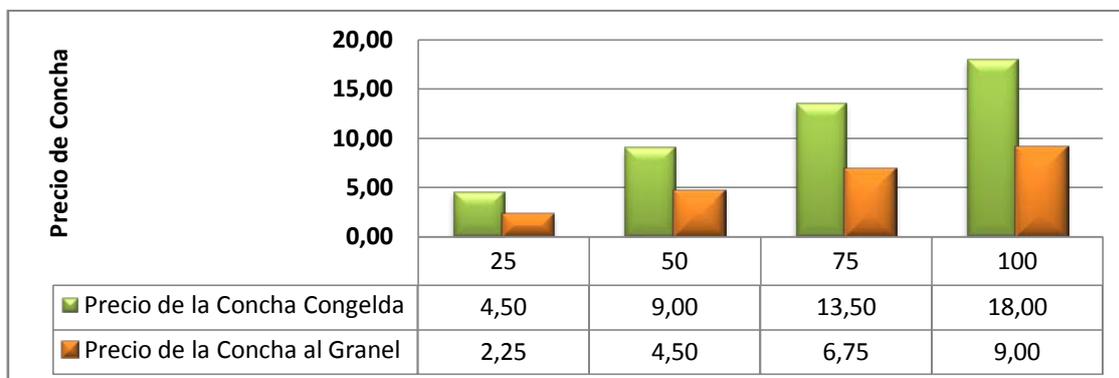
¹⁴ Son aquellas conchas que el comprador no está dispuesto a comprar por su tamaño es menos al 2cm

comercialización de pulpa de la concha congelada, embasada en fundas de 1 y 2 kilos, en cevicherías y restaurantes. Bajo pedido este producto tenía un costo de 4,50 dólares las 25 conchas, es decir, \$18,00 dólares el “ciento” de conchas; es por ello que la Sra. Chela expresa:

“estábamos muy motivadas, el negocio marchaba bastante bien, trabajábamos en forma muy organizada e incluso le enseñábamos a nuestras hijas como realizar la exculpación del producto. Además destacábamos la importancia de sacarle el frío 15, cada vez que realizábamos este trabajo lo hacíamos de forma conjunta; un grupo se encargaba de realizar la exculpación, otro de pesar el producto, otro grupo muy selectivo del empaclado y otro grupo de ponerle el precio” (Entrevista n°19 Asociada FEDARPOM el 13 de Enero del 2012).

Es por ello que muchas de estas mujeres mencionan que “cuando comercializábamos la pulpa de concha empacada teníamos un mayor nivel de ganancias, a diferencia que cuando vendemos la concha al granel”. A continuación podemos ver un grafico que indica el precio de venta de este producto: (ver tabla 9)

Tabla 9. Precio de la pulpa de concha congelada



Fuente: Entrevista realizadas
Elaboración: Autor

Sin embargo, como mencionamos anteriormente, este proyecto no ha logrado los permisos sanitarios necesarios para su comercialización. “por la falta de apoyo por parte de las diferentes instituciones no hemos logrado dicho permiso” (Entrevista n° 20 Asociada FEDARPOM el 13 de Enero del 2012).

¹⁵ El frío de una concha es el factor principal de pesadez y llenura que puede causar este, siempre y cuando no sea sacado del producto.

Adicionalmente, FEDARPOM no ha sabido socializar su iniciativa. Por ejemplo podría haber involucrado a diferentes actores como la Asociación de comerciantes de concha de San Lorenzo, es por ello que la Sra. Lucrecia¹⁶ expresa:

“A FEDARPOM le faltó más compromiso, además el grupo de trabajo con el cual está organización incursionó en el proyecto fueron personas conformistas, (dentro de este sector existe muchas de estas personas) a mas de agregar la poca experiencia que tiene el presidente de FEDARPOM en el sector. A él le falto apearse más a las personas que sabíamos del negocio. Yo como presidenta de la Asociación hubiese involucrado a cada unos de los socios, y hacerlos responsables diciendo (el gobierno tiene este proyecto para ayudar a estos sectores), y es por ello que necesito que incluyan en sus pedidos al menos unas 50.000 conchas por cada socio¹⁷, ya que para nosotros no hubiese sido un problema distribuir esa cantidad, puesto que nosotros tenemos un compromiso con el gobierno ya que el no nos cobra ningún tipo de arancel por distribuir nuestro producto”. (Entrevista n° 21 realizada a la presidenta de la asociación de comerciantes de concha del cantón, el 20 de Agosto del 2012)

Pese a todo lo señalado anteriormente, hay otras personas que piensan que el fracaso de FEDARPOM se debió a que en dicha institución no se realizaron capacitaciones constantes a sus asociados, es por ello que Sr. De la Torre¹⁸ expresa:

“El problema de FEDARPOM no fue tan solo la falta de integración de canales de comercialización, ni la infraestructura, sino además que a FEDARPOM le falto realizar capaciones constante a las mujeres concheras, ya que ellas saben realizar dicha actividad, conocen cuando la marea estará baja o alta, pero sin embargo no entendieron la dinámica, en la cual FEDARPOM intentaba involucrarlas” (Entrevista n° 22 realizada al presidente de la CANE, el 22 de Agosto del 2012).

Además los mismos directivos de FEDARPOM reconocen: “ teniamos las ganas de que el proyecto en marcha funcionara, lamentablemente no seconsidero importante el relacionarnos con las personas que manejan el tema de la comercacilizacion”, (Entrevista n° 23 realizada al presidentede FEDARPOM, el 16 de Enero del 2012),que efectivamente tuvieron éxito; no fuimos capaces de generar una capacidad de gestión

¹⁶La señora Lucrecia, es una de los pocos micros empresarias que ha tenido éxito en la comercialización de las conchas. De forma individual, su madre era conchera, muy pronto conoció las habilidades del mercadeo y la comercialización de la concha. Hoy ella posee su propio negocio, compra conchas y las pone directamente en los mercados de Quito, Guayaquil, Ibarra y Esmeraldas. Además posee su restaurante, y por si fuera poco ha cosechado también éxito político, pues ostenta el cargo de concejala y vicealcaldesa.

¹⁷ La asociación de comerciantes de concha del Cantón San Lorenzo está conformada por 30 socios, y está presidida por la Sra. Lucrecia Burbano, en la actualidad Vice-Alcaldesa del cantón.

¹⁸ El señor Pablo de la Torre es uno de los líderes nacionales del movimiento social afroecuatoriano, además de asesor de FERDARPOM.

sostenida al interior de FEDARPOM que nos permitiera captar nuevos mercados, ni tampoco de mantener los ya existentes, (como los de Guayaquil o Quito)

A toda esta problemática, se une la inexistencia de sanciones (que se cumplan) por parte de las Instituciones públicas para las personas que comercializan el producto por debajo de los estándares establecidos.

Análisis comparativo. Estudio de Caso

En este ejercicio, tomamos como caso de éxito en el Cantón San Lorenzo, a la Sra. Lucrecia, ya que cuenta con canales de comercialización lo suficientemente sólidos que le permiten colocar entre 100000 y 120000 conchas semanales a los mercados de Guayaquil, Quito y Esmeraldas.

Como comercializa su producto la Sra. Lucrecia Burbano:

“Yo tengo mi propio medio de transporte ya que cuento con un camión el cual me permite transportar mi producción, en la semana tengo que entregar alrededor de 80.000 mil conchas en la ciudad de Guayaquil ya que este es mi mayor mercado y entre 20.000 y 40.000 conchas a Quito. También les vendo a las “Cevicherías Ruminahui” en la cual también tengo un comercio directo del mismo modo dentro del proceso de comercialización, el 70% de mi producción es colombiana, ya que yo no cuento con embarcaciones. Yo compro el ciento de concha en \$9.50 y este mismo ciento es vendido en 11 dólares, generando un dólar de ganancia neta por cada ciento de concha considerando que los 0.50 centavos sean gastos tales como (gasolina, chofer, y mantenimiento del vehículo) a los diferentes mercados”.

“Yo le doy gracias a Dios que me ha permitido tener tanto éxito. Creo que mi éxito consiste en que yo no solamente me dedico a la comercialización de concha al granel sino también tengo un restaurante y eso creo que le da un valor agregado a mi negocio, y eso hace que el mismo ciento de concha que yo vendo en 11 dólares, mientras que en mi negocio de restaurante ese mismo ciento lo vendo en \$25,00 ya que cada ceviche cuesta entre \$5,00 y \$8,00 dólares (para mi restaurante solo consumo concha ecuatoriana) ya que muchos de mi clientela me piden, sin embargo la concha

colombiana la distribuyo a los diferentes mercados mencionados anteriormente. Pese a que muchas personas piensan que yo vendo droga”.

“Yo sé trabajar, lo que no soy es conformista, soy ambiciosa, pero de esa ambición sana de crecimiento. Yo si conozco la realidad de las mujeres conchera ya que mi madre fue conchera. Para tener el éxito que tengo ahora no fue algo que se dio de la noche a la mañana fue trabajo de años, de lucha constante, de caídas y levantadas. Es por ello que en la actualidad estoy desarrollando un proyecto. En calidad de Vicealcaldesa, que les permita mejorar sus ingresos a estas mujeres ya cuento con alrededor de 340 mujeres de las cuales ya \$290 están afiliados al seguro campesino, lo que pretendemos es generar alternativas, que la mujer no crea que solo tienen que conchar para sobrevivir, que sea capaz de desempeñarse en otro tipo de actividades. Y porque no pensar que puedan tener sus propios negocios”. (Entrevista n° 24 realizada a la presidenta de la asociación de comerciantes de concha del cantón, el Julio 20 del 2012).

Fuente: Trabajo de campo realizado, junio 2012
Elaboración: Autor

Una de las primeras ideas que podemos observar en la entrevista de la Sra Lucrecia es que uno de los principales logros de este caso de “éxito” se debe a que su forma de comercialización es más directa, (comerciante – cevicherías) que le permite generar un mayor valor agregado. Vendiendo su producto directamente en su restaurante, en \$25,00 dólares cada “ciento” de conchas, con un costo entre \$5,00 y \$7,00 dólares. Al generar un valor agregado a la comercialización de la concha, lo que está aplicando este caso de “éxito” es una integración hacia adelante ya que lo que pretende es lograr diferenciar su producto y al mismo tiempo ser más eficiente, puesto que está en posibilidades de controlar más elementos del proceso de producción. FEDARPOM debería buscar este tipo de integración hacia adelante de los canales de distribución de sus productos.

Además cuenta con un camión propio que le permite transportar su producto de un lugar a otro sin que este suponga costos demasiado elevados (como sucede en el caso FEDARPOM). Esta inversión sería una gran ayuda para FEDARPOM para mejorar los ingresos de sus asociados. Tener un medio de transporte le permitiría comercializar

libremente su producto, eliminando así a los intermediarios tipo 2. También podría buscar canales de distribución directos tales como las cadenas Comisariato, Supermaxi o MAGDA con lo que eliminaría parte de los intermediarios tipo 3.

Respecto a la diferenciación del producto, la Sra. Lucrecia solo vende producto ecuatoriano realizando una promoción de su calidad en sus restaurantes. A nivel de Cantón y de FEDARPOM en particular, es de vital importancia lograr la intervención del Estado para que impulse la calidad del producto en estos sectores, ya que le permitiría colocar su producto a mejores precios en los mercados.

La intervención del Estado, debe además contribuir a una explotación sostenible de los recursos así como facilitar la comercialización de productos derivados de la concha como la pulpa que permitan obtener un mayor valor añadido.

Lamentablemente hasta la actualidad, no existe tal intervención, pese que existen algunos proyectos públicos enfocados en “mejorar las condiciones de vida” de estos sectores vulnerables. Pero pesa que se han desarrollado proyectos o alternativas para mejorar las condiciones de vida de este grupo vulnerable de la población. Nos encerramos en una gran pregunta ¿están llegando realmente estos beneficios a estos sectores? En caso contrario, ¿donde están dichos beneficios? ¿En manos de quienes? ¿Quiénes están siendo realmente beneficiados? Las respuestas a las distintas preguntas plantadas quedan para efectos de futuras investigaciones.

CAPITULO IV

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

El objetivo de la presente tesis ha consistido en analizar la competitividad del sector conchero en el Cantón San Lorenzo. Para ello se presentaron argumentos teóricos sobre determinantes de la competitividad, desde los modelos clásicos y neoclásicos basados en la productividad de los factores productivos, pasando por el concepto de ventajas comparativas de Porter más enfocado al ámbito empresarial y finalmente la competitividad sistémica donde se tienen en diversos ámbitos de influencia de la competitividad como son el nivel meta, el nivel macro, el nivel meso, y el nivel micro.

A través de diversas metodologías cualitativas, se ha podido evidenciar la realidad de los concheros en el Cantón San Lorenzo. El análisis descriptivo fue una herramienta fundamental, para poder comprenderla realidad social, en la cual están inmersas las personas que se dedican a la recolección de este producto. Por medio de las entrevistas logramos evidenciar las diferentes limitaciones que tiene FEDARPOM al momento de transformar y comercializar su producción.

Los principales resultados obtenidos muestran que existen problemas de competitividad en el sector, problemas que han sido provocados en parte por el modelo organizacional de los pescadores y recolectores concheros.

Basándonos en la experiencia dentro de FEDARPOM, una de las organizaciones de concheros más desarrolladas, con más de mil socios, podemos decir que los beneficios que obtiene esta organización han sido relativamente bajos, considerando que esta institución, tenía como objetivo realizar una repartición igualitaria de los beneficios que se lograran de dicho proyecto.

En concreto podemos deducir que este tipo de actividad no beneficia suficientemente a la mujer conchera, es por ello que urge la creación de alternativas tanto de recolección como de comercialización de la concha, que les permitan a estas mujeres mejorar sus condiciones de vida, considerando que un grupo significativo de ellas vive en los márgenes de pobreza y desatención por parte de las autoridades.

Logramos evidenciar que los factores que no le permitieron a FEDARPOM generar mejores niveles de competitividad, están estrechamente vinculados a los distintos niveles económicos. Primero a los niveles mesoeconomicos, los cuales hacen referencia

a falta de la infraestructura y la menor disponibilidad de recursos naturales. La infraestructura con la que cuenta la organización no es la adecuada para almacenar el producto, puesto que los cuartos fríos están muy deteriorados, y cuando sube la marea el centro de almacenamiento se llenan de lodo. Además, a diferencia del caso de éxito de la Sra. Lucrecia, FEDARPOM no cuenta con medios de transporte que les permita transportar su producción a los principales mercados de demanda, tampoco tiene compradores fijos a los cuales vender su producción. Por otra parte se ha producido una extracción indiscriminada de las conchas en los últimos años, siendo cada vez más escaso el recurso natural, motivo por el cual se ha incrementado la demanda de la concha colombiana.

En segundo lugar, el fracaso está relacionado con los niveles microeconómico, al no poder generar una capacidad de gestión sostenida al interior de FEDARPOM que les permitiera captar nuevos mercados. Tanto es así que no fueron capaces de poder socializar e involucrar a las personas conocedoras de este mercado, tal como es el caso de los comerciantes de concha de San Lorenzo, (presidido por Lucrecia Burbano) con el único fin de poder incorporar en los pedidos de estos comerciantes parte de la producción que generara dicha organización.

Del mismo modo se debió adoptar una estrategia empresarial lo suficientemente sólida que permitiera la integración entre productores y proveedores, considerando igualmente al consumidor final. Pero FEDARPOM no logró consolidar canales directos de comercialización adecuados para la venta de este producto. En su lugar existe una cadena de intermediarios que absorbe un amplio margen entre el precio de venta en origen y el precio de venta al consumidor final.

Otro de los aspectos microeconómicos que fracasaron dentro de FEDARPOM fue el no capacitar a sus miembros: los concheros que forman parte de esta iniciativa saben cómo realizar el proceso de recolección, además saben cuando las mareas suben o bajan, pero lo que ellos nunca entendieron fue el porqué del proyecto, cuál era su beneficio, tampoco entendieron las fuerzas que gobiernan el mercado. Es por ello que pensamos que la capacitación constante es uno de los principales factores de competitividad tal como lo expresan autores como Esser (1996).

En tercer lugar, dentro de los niveles macroeconómicos logramos evidenciar que no existen políticas públicas prioritarias, que normen este tipo de procesos productivos. Además, la falta de control por parte de las instituciones encargadas es muy incipiente puesto que al momento de comercializar la concha no se verifica su tamaño, es por ello que FEDARPOM frente a los comerciantes informales tienen una gran desventaja. Porque mientras esta institución se preocupa por vender ejemplares no menores a 4,5 cms hay comerciantes que no lo hacen. Por otra parte, la actividad de obtención de pulpa ha quedado inoperativa por no poder lograr el permiso sanitario para la comercialización de la pulpa de concha congelada. Estos hechos evidencian la falta de atención hacia este sector por parte de las Instituciones Públicas, un elemento importante a considerar al momento de comercializar el producto.

FEDARPOM nunca logro generar ventajas comparativas que les permitiera producir sus productos de forma más eficiente. Pero la competitividad como señala Reyes (1996) no solo se logra con menores costos, sino también mediante la diferenciación de sus productos. Ninguna de las acciones implementadas por FEDARPOM ha impulsado la calidad de la concha ecuatoriana ni las diferentes potencialidades que tiene el recurso concha ecuatoriana en los diferentes mercados, resaltando su calidad y sabor a través de campañas de información a la sociedad, mencionando que pese a que la concha ecuatoriana es más pequeña su calidad es mejor, por lo que el colombiano se ha convertido en un producto sustituto dentro de este sector. La calidad del producto ecuatoriano es evidenciada por los mismos colombianos que, situando el caso de San Lorenzo, cuando se acercan a los diferentes restaurantes de la zona su expresión es la siguiente: “¡deme un ceviche de concha pero que sea concha ecuatoriana! ¡Sino no me dé!”

Además, durante el trabajo de campo pudimos constatar que existe una falta de profundización vertical de la concha hacia productos de mayor valor añadido, como es el fallido caso de la pulpa de concha congelada para ser distribuido directamente a restaurantes. FEDARPOM, a pesar de que trabaja de forma “organizada” no logró un alto grado de asociatividad, y muchas de las personas que forman parte de la iniciativa, en la actualidad están trabajando en lugares diferentes, de forma individual. La única iniciativa de asociatividad que pudo prosperar, fue en la producción de pulpa de conchas

congeladas aunque por el momento ha quedado en suspenso hasta la obtención de las licencias sanitarias correspondientes por falta de apoyo institucional.

Por otra parte, el sistema de repoblamiento de conchas menores al tamaño legal iniciado por FEDARPOM, fracasó debido que eran algunas concheras, quienes por falta de educación y sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad de los productos, terminaban llevándose las conchas que por su pequeño tamaño deberían estar en sistema de repoblamiento. Este fenómeno terminó tomando fuerza toda vez que FEDARPOM tampoco entendió la importancia de controlar de mejor manera que se lograra el repoblamiento, a sabiendas que podrían ensayarse procedimientos como estímulos a las mismas concheras que decidieran mantener en sistema de repoblamiento a los moluscos que por su tamaño no eran comerciables.

Es por todo ello que FEDARPOM debió analizar cada uno de los niveles mencionados, para mejorar la competitividad del sector, y de esa forma generar mejores condiciones de vida para la población que se dedica a la recolección no solo de concha sino de todas las especies de manglar.

CONCLUSIONES

El objetivo de la presente tesis ha sido analizar, desde un enfoque económico, los factores determinantes de competitividad del sector conchero en la reserva ecológica Manglares Cayapas Mataje (REMARCAM) del cantón San Lorenzo en la provincia del Esmeraldas. Básicamente hemos estudiado el caso de la Federación de Artesanos Recolectores de Productos del Manglar (FEDARPOM), una organización que agrupa alrededor de unas 1.100 personas que viven exclusivamente de la recolección de las conchas que con mucho sacrificio se sacan de los manglares adyacentes a la ciudad de San Lorenzo. La motivación principal de realizar esta tesis con FEDARPOM tiene que ver con el hecho de que pese al interés asociativo de generar canales de comercialización directos entre concheros y consumidores finales, e intentar proteger la autonomía alimentaria del lugar, en realidad la asociación adolece de una serie de obstáculos que impiden no solo el cumplimiento de su misión y objetivos, trayendo como consecuencia que, además de la no eliminación de la larga cadena de intermediarios en los mercados, las ganancias reales de la explotación del producto no se queden en aquellas personas que directamente se sacrifican extrayendo con muchas dificultades los mismos.

Dentro del punto de vista de la disciplina económica, los factores que podemos evidenciar para que FEDARPOM no genere mayores márgenes de ganancias en la comercialización y distribución de las conchas, se destacan aquellos estrechamente vinculados a variables mesoeconómicas relacionadas con: a) la falta de infraestructura b) la disponibilidad de recursos naturales c) medios de transporte; a variables microeconómicas caracterizada con: a) la capacidad de gestión, b) estrategia empresarial, y c) la capacitación a cada uno de sus miembros. A nivel macroeconómico tenemos: a) la ausencia de políticas públicas que normen este tipo de actividades, b) la falta de control por parte de las instituciones encargadas, c) la falta de apoyo a la promoción y diferenciación de estos productos

Hay elementos claves que, si bien se sitúan por fuera de las variables meso, micro y macro económicas, son importantes al momento de diagnosticar los obstáculos a que FEDARPOM se enfrenta para el logro de sus objetivos societales. Tal es el caso de las condiciones del modelo gerencial y de administración de la misma federación. Se evidencia que no existe hasta el momento una articulación de procesos armónicos que involucren a los comerciantes del producto que cuentan ya con estrategias eficaces de

mercadeo y comercialización de la concha en los exigentes espacios de consumo de la concha. Estos comerciantes locales, que en esta tesis hemos identificado como exitosos, han logrado romper con la larga cadena de intermediarios, creando valor añadido a sus productos, y obteniendo así mejores precios y ganancias. Así mismo estos comerciantes “exitosos” han alcanzado estructurar una integración vertical de sus productos, de tal forma que en la actualidad en San Lorenzo encontramos comerciantes locales de “éxito” micro empresarial generando sus propias redes de recolección, integrando a mujeres concheras en condiciones de cooperación que incluso van más allá de la recolección misma, alcanzando a generar alternativas productivas relacionadas, como por ejemplo: emprendimientos personales como sus propios restaurantes, el aprendizaje de otras formas de productividad distintas a la recolección.

FEDARPOM con este fallido modelo de gestión y comercialización que no le permite superar los factores de competitividad poco a poco está dejando que las iniciativas individuales de éxito se apoderen de un sector comunitario que requiere con urgencias apoyos técnicos y de administración que les permita solidaria y cooperativamente beneficiarse de forma directa del esfuerzo de su propio trabajo de recolección.

En términos económicos la recolección de conchas podría ser un negocio rentable desde el punto de vista de la economía solidaria. De acuerdo a nuestros cálculos se estima que el sector de conchas involucra alrededor del 15% de la población económicamente activa de San Lorenzo y zonas aledañas. Anualmente se estima que la recolección de conchas genera ingresos superiores a los \$351.360, beneficiando a más de 1100 personas que alimentan a sus familias de este trabajo.

Se considera que una atención institucional más pormenorizada a este sector de la economía de San Lorenzo, podría mejorar las condiciones de vida de las personas que se dedican a la recolección de los productos del manglar. Pero esta atención debería involucrar distintos elementos potenciados, que a continuación anotamos a manera de recomendación.

RECOMENDACIONES

1. Recomendaciones a FEDARPOM

Nuestras primeras recomendaciones, van dirigidas a FEDARPOM, puesto que uno de los principales factores del escaso éxito del proyecto se debieron a la debilidad de la estructura organizativa de la misma federación:

a. Se considera necesario establecer estrategias que involucre a expertos (asociación de concheros de San Lorenzo) en la recolección y comercialización de la concha, para luego poder articular procesos que les permitan, de manera conjunta, comercializar el producto ecuatoriano y por qué no, también el colombiano, puesto que los comercializadores individuales ofertan ambas conchas (colombianas en un 70%), mientras que FEDARPOM se ciñe netamente a la ecuatoriana.

b. Es necesario establecer una estrategia de planificación que abarque las distintas fases de la actividad productiva, que posibilite tanto a FEDARPOM como a sus miembros poder dar seguimiento constante de los diferentes proyectos que se lleven a cabo.

c. En vista de la creciente demanda de este recurso en los mercados, es importante buscar mecanismos que permitan integrar el proceso de distribución y comercialización, es decir, implementar una relación directa entre productor y comprador, integrando los distintos canales de comercialización

d. Se requiere impulsar la calidad del producto a través de compañías publicitarias que les permitan conocer al consumidor la diferencia entre un producto y otro. Para de esa manera poder mejorar su precio.

e. Se debería tratar de buscar convenios con empresas de capacitación para lograr un proceso de formación constante a sus asociados, ya que capacitándoles no solo se lograra que exista una buena manipulación de alimentos, sino también, descubrir las distintas habilidades de las mujeres concheras, con el objetivo de que puedan iniciar nuevos emprendimientos.

f. Es fundamental generar una articulación entre FEDARPOM y sus asociados, con el unico fin de obtener sinergias que favorecerán la eficiencia en las distintas fases del proceso

g. También se recomienda a FEDARPOM trabajar en los niveles microeconómicos y mesoeconomicos, ya que son piezas clave para desarrollar niveles mayores de competitividad. En los niveles micro se debe generar una mayor capacidad de gestión, por ejemplo, asignando personal específico que tenga una relación directa entre en la organización y los comerciantes de las distitan ciudades, en la cuales se demanda el producto.Sin embargo en los niveles mesoeconomicos lo que se recomienda es mejorar la infraestructura del sector, como por ejemplo los cuartos de refrigeracion, para que de esa forma el producto no se vea afectado.

h. En este sector logramos notar que no existen productos elaborados a base de la concha, es por ello que recomendamos se realice una capacitación constante a las trabajadoras,que permita impulsar productos derivados de la concha. Durante la investigación, se evidenciaron oportunidades de mejorar la comercialización de la pulpa de concha congela. Al existir una posibilidad de generar un valor añadido la comercialización de este producto, hay que analizar los requisitos correspondientes para lograr obtener el registro sanitario, que verifique el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios en los establecimientos dedicados a la producción, almacenamiento, distribución, comercialización, importación y, exportación de los productos señalados.Por tanto, la obtención del permiso sanitario para la comercialización de la pulpa de concha sería el primer paso para lograr este objetivo.

i. Otra de nuestras recomendaciones es abrir restaurantes especializados en los principales centros de demanda final de la concha, que promocionen “el buen sabor de la zona norte”, generado así un valor agregado a la producción.

Igualmente se presenta recomendaciones dirigidas a la sustentabilidad del producto. Y para ello se podrían tener en cuenta aspectos como:

- Como iniciativa del gobierno se debería impulsar el cultivo de conchas pequeñas, mediante el repoblamiento. Por medio un subsidio que les otorgaria el gobierno a personas de zonas aleñadas, las cuales se encargarían de vigilar la producción. Puesto que es una de las formas de que las personas mejores sus condiciones de vida “mediante un trabajo digno” y bien remunerado.

2. Recomendaciones institucionales para impulsar políticas públicas que permitan mejorar el sector conchero:

a. Durante la investigación, se pudo evidenciar que no existe un control estricto, en cuanto a la comercialización de la concha. Es por ello que se recomienda una mayor regulación por parte del Instituto Nacional de Pesca, mediante una vigilancia constante en los lugares de embarque y desembarque del producto.

b. Articular un proceso para la creación de una política pública prioritaria, que ayude a mejorar las condiciones de vida de los concheros, mediante un centro de alfabetización y de formación que les permita su inserción en otros sectores económicos. Estos conocimientos podrían ser aplicados incluso para fortalecer la integración del producto concha hacia sectores de mayor valor añadido.

c. Se recomienda una mayor articulación entre Estado, FEDARPOM y la sociedad civil (concheras/os), que conlleve a establecer canales de comercialización sostenibles, lo que permitirá que la larga cadena de intermediarios que existe se integre y beneficie a los concheros.

d. La mejora de la calidad de vida de los concheros debería ser una prioridad más de las políticas sociales en Ecuador, específicamente en San Lorenzo, debido a la alta tasa de pobreza y desigualdad, así como el aumento de la criminalidad registrada en el cantón San Lorenzo. Aunque se evidencia el apoyo de Ministerios como el MIES o el MAGAP, con algunas iniciativas orientadas a los productos, aun se evidencia fuertes debilidades en los proyectos concheros.

BIBLIOGRAFIA:

- Bañón, Alicia y Antonio Sánchez (2002). *Factores explicativos del éxito competitivo*. Un estudio empírico en la pyme *Universidad de Murcia*.
- Biological Diversity,
http://www.biologicaldiversity.org/publications/papers/Silent_Spring_revisited.pdf Fecha de visita: 30 de Noviembre del 2012
- Bulcourf, Pablo y Nelson D. Cardozo (2008) *Política comparada*
- Bravo, M (1999) *Especialista en Manglares del Programa de Manejo de Recursos Costeros*
- Chacholaidis, Miltiades. (1992) *Economía internacional*. Edición, Bogotá.
- Carson, Rachel, (1962). *Silent Spring – Revisted*. Tucson, EEUU: Center for
- Carroliza Jose, y Rocio Martin (2000) *Estilos de vida, actitudes y comportamientos ambientales*” La Frontera en el Limbo, el Plan Colombia en el Ecuador. Imprenta Cotopaxi. Quito.
- Dessler, Garry (2009) *Administración de Recursos Humanos*. Thomson Learning. Decima prima edición.
- Deymor b, y Centty Villafuerte (2006) *manual metodológico para el investigador científico*. Universidad Nacional de san Agustín de Arequipa
- Durkheim, Emile (1986). *Reglas del Método Sociológico*. Impreso en México
- Egg, Ezequiel Ander Egg (1995). *Técnicas de Investigación Socia: Argentina*
- E. Mora E. y J. Moreno (1990) *Estado de la pesquería del recurso concha (anadara tuberculosa y a. similis) en la costa ecuatoriana*. Instituto Nacional de Pesca Investigación de los Recursos Bioacuáticos y su Ambiente
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, FIDA. (2008) *Proyecto de desarrollo corredor Ibarra san Lorenzo: Aspectos generales: La población afroecuatoriana*. Quito, marzo (documento mimeografiado) p: 62
- Gutiérrez Aranzeta (2005) “Introducción a la metodología experimental”. editorial Llimusa.
- Giovanni, Sartori (1994) *Comparación y método comparativo, en la comparación en las ciencias socialesp: 29 – 49*
- Horacio, Huberto (2005) *Indicadores de Innovación y de competitividad en empresas textiles*.

- Hernández Conteras, Herrera Izaguirre, Reyes Madrigal, Hernández González y Barrientos Flores: (2009) “Factores determinantes que marcan una ventaja competitiva del lugar en la localización de futuros emplazamientos empresariales en la frontera noreste de México” en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 117, Texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2009/cimgf.htm>
- Hernández Laos, Enrique Hernández Laos (2000) *La Competitividad industrial en México* p: 21-41.
- Ibáñez, Alejandro Ibáñez, Florencia Alba Florencia A.y López Martín (1998) *El proceso de la entrevista*.
- Instituto Nacional de Pesca (2003) *La pesquería Artesanal del Recurso Concha*. Guayaquil.
- Klaus Esser / Wolfgang Hillebrand / Dirk Messner / Jörg Meyer-Stamer(1996)*Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política* Revista de la CEPAL, Santiago No. 59, pág. 39 – 52
- Klaus, Esser, Klaus. Wolfgang Hillebrand. Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer. (1994). *Competitividad sistémica*. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas en: <http://www.meyerstamer.de/1994/systemsp.htm>
- Maya, Diana y Pablo Ramos (2006). *El rol del Género en el Manglar: Heterogeneidad Tecnología e Instituciones Locales; cuaderno de desarrollo rural*.
- Mayan, María y J Mayan (2001). *Una introducción a los métodos cualitativos*. Módulo de entrenamiento para los estudiantes y profesionales.
- Nahoum Ch. 1990. *El proceso de la entrevista*. Editorial Kapelusz. México
- Porter, Michael (1990). “The competitive advantage of nations”. New York: The Free Press, p 855
- Porter, Michael (2006). *Estrategia y ventaja comparativa*. Barcelona: Planeta Colombia
- Pliscoff, Cristián Pliscoff V.y Pablo Monje R. (2003) *Método comparado: un aporte a la investigación en gestión pública*. VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, 28-

31Oct. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0047327.pdf>

- Ramos, Rosario(2001). *Modelos de evaluación de la competitividad internacional:Una aplicación empírica al caso de las Islas Canarias. Recursos Costeros.*
- Ruiz Garzón. (2005) *como elaborar una entrevista*
- Smith, Adam (1776). *Riquezas de las naciones.*, Publicaciones Cruz. México.
- Stern Louis W. Stern, Adel I. El-Ansary, y otros Anne T. Coughlan e Ingenio Cruz Roche (1999) *canales de comercialización.* Quinta Edición
- Schwartz, Pedro,Schwartz (2001) *El comercio internacional en la historia del pensamiento económico.*
- Taylor y R. Bogdan (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación.* Paidós, Barcelona
- Villafuerte ,Beitor y Villafuerte (2011) “La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la región Arequipa”
- Vela, Fortino (2001). “Un método básico de la investigación social: la entrevista cualitativa” *Observar, Escuchar y Comprender Sobre la tradición cualitativa en la investigación social.* Comp. Torres, María Luisa, México, El colegio de México-FLACSO, p 63 – 90
- Weber, Max (2008) *Economía y Sociedad. Fondo Económico de Cultura. México.*

Otros

INEC, Censo de población y vivienda, Quito 2001

INEC, Censo de población y vivienda, Quito 2011

SIISE v. 4.0 año 2001

Páginas web

Www. Propuesta de los Pueblos del Manglar para Ley de Soberanía Alimentaria -

CCONDEM_php.mht. Fecha de visita: 12 de enero del 2012

<http://www.ccondem.org.ec/busca.php?buscado=historia+del+sector+conchero+en+san+lorenzo> Fecha de visita: el 24 de Enero del 2012

<http://www.sni.gob.ec/documents/10156/a4370ebb-dea1-4142-a9bd-68f53bd737b5>

ANEXO

Nomina de Entrevistas

Nº	Nombre del Entrevistado	Fecha de Entrevista
-----	Diversas entrevistas realizadas a los miembros FEDARPOM	Del 8 de Enero hasta 22 de Agosto del 2012
2 -5 - 18	Eglis Marques (una conchera del cantón, recolectora de los comerciantes individuales)	8 de Enero del 2012
3	María Quiñónez (a las asociadas FEDARPOM)	13 de julio del 2012
4 - 5	Maryi Pachito, y Mayra (a una asociada FEDARPOM y una recolectora de los cocheros individuales)	20 de Enero del 2012
6 – 17- 19	Chela (una conchera de FEDARPOM y parte de la iniciativa de la pulpa de concha)	8 de Enero / 13 de Enero del 2012
7 - 9	Esperanza Mairongo [las vendedoras de concha en el estación del ferrocarril (intermediarias)]	15 de Enero del 2012/ 18 de Marzo del 2012
8 - 16	Cheme (comerciante, intermediario del mercado San Roque)	8 de Agosto /11 de Agosto del 2012
10	Nelson Gamboa (un miembro de la organización de de FEDARPOM)	13 de Enero del 2012
11	Mario Valencia (<i>presidente de FEDARPOM</i>)	11 de Diciembre del 2011
12 - 13	María Valencia (asociada FEDARPOM)	27 de Enero del 2012
14 - 15	Edison (<i>miembro de asociación de comerciantes de concha del cantón</i>)	26 de Julio
20	Mayra Mina (Asociada FEDARPOM)	13 de Enero
21-24	Lucrecia Burbano (presidenta de la asociación de comerciantes de concha del cantón)	20 de Agosto del 2012
22	Pablo de la Torre (presidente de la CANE)	22 de Agosto del 2012
23	Mario Valencia	16 de Enero del 2012

Fuente: trabajo de campo realizado a las comunidades

ANEXO 1. Indicadores sociales

INDICADORES SOCIALES DEL CANTÓN SAN LORENZO, CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2012.

Sector/Indicador	Medida	Cantón - San Lorenzo
EDUCACIÓN - EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN		
Escolaridad	Años de estudio	7.33
Analfabetismo funcional	%(15 años y más)	28.53
Analfabetismo	%(15 años y más)	15.28
Instrucción superior	%(24 años y más)	10.23
Primaria completa	%(12 años y más)	69.30
Secundaria completa	%(18 años y más)	27.91

INDICADORES DE EDUCACIÓN - COBERTURA Y ACCESO

Tasa neta de asistencia en Bachillerato	%(15 a 17 años)	34.46
Tasa bruta de asistencia en Educación General Básica	%(5 a 14 años)	104.27
Tasa bruta de asistencia en Educación Superior	%(18 a 24 años)	16.34
Tasa de asistencia 15 a 17 años	Porcentaje	66.11
Tasa de asistencia 18 a 24 años	Porcentaje	26.65
Tasa de asistencia 5 a 14 años	Porcentaje	86.96
Tasa bruta de asistencia en Bachillerato	%(15 a 17 años)	76.18
Tasa neta de asistencia en Educación General Básica	%(5 a 14 años)	85.55
Tasa neta de asistencia en Educación Superior	%(18 a 24 años)	4.52

INDICADORES DE EDUCACIÓN - OFERTA DEL SISTEMA EDUCATIVO

Alumnado de Sistema Público	Número	12,765.00
Alumnado de Sistema Privado	Número	310.00
Alumnado de Sistema Fiscomisional	Número	1,063.00

INDICADORES DE PROG. SOCIALES - INCLUSIÓN ECÓNOMICA Y SOCIAL

Bono de Desarrollo Humano - discapacitados	Número	254.00
Bono de Desarrollo Humano - madres	Número	4,716.00
Bono de Desarrollo Humano - tercera edad	Número	1,337.00
Bono de Desarrollo Humano - todos los beneficiarios	Número	3,804.00
Crédito de Desarrollo Humano - discapacitados	Número	20.00
Crédito de Desarrollo Humano - madres	Número	875.00
Crédito de Desarrollo Humano - tercera edad	Número	132.00
Crédito de Desarrollo Humano - todos los beneficiarios	Número	1,027.00
Programa Alimentate Ecuador - discapacitados	Número	315.00
Programa Alimentate Ecuador - niños/as	Número	1,122.00
Programa Alimentate Ecuador - tercera edad	Número	656.00
Programa Alimentate Ecuador - total beneficiarios	Número	2,093.00
Programa de Alimentación Escolar - niños	Número	9,854.00
Programa de Alimentación Escolar - padres	Número	97.00
Programa de Alimentación Escolar - profesores/administrativas	Número	452.00
Programa de Complementación Alimentaria - hierro menores de 1 año	Número	66.00
Programa de Complementación Alimentaria - hierro mujeres embarazadas	Número	106.00
Programa de Complementación Alimentaria - hierro niños de 1 a 5 años	Número	22.00
Programa de Complementación Alimentaria - mi bebida mujeres embarazadas	Número	74.00
Programa de Complementación Alimentaria - mi bebida mujeres lactantes	Número	61.00
Programa de Complementación Alimentaria - mi papilla menores de 1 año	Número	75.00
Programa de Complementación Alimentaria - mi papilla niños de 1 a 5 años	Número	150.00
Programa de Complementación Alimentaria - vitamina A menores 1 año	Número	253.00
Programa de Complementación Alimentaria - vitamina A niños de 1 a 5 años	Número	342.00
Programa Textos Escolares Gratuitos - alumnos	Número	12,375.00
Programa Textos Escolares Gratuitos - profesores	Número	0
Programa Uniformes Escolares Gratuitos - niñas	Número	2,466.00
Programa Uniformes Escolares Gratuitos - niños	Número	2,594.00
Programa Uniformes Escolares Gratuitos - total uniformes	Número	5,060.00
Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional - cursos	Número	38.00
Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional - participantes	Número	891.00

INDICADORES DE POBREZA

Extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI)	%(población total)	42.50
Pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI)	%(población total)	84.60

INDICADORES SALUD DE LA NIÑEZ

Tasa de mortalidad infantil (método directo)	Tasa por 1.000 nacidos vivos	5.31
Tasa de mortalidad en la niñez	Tasa por 1.000 nacidos vivos	6.64
Niños/as menores de 5 años en centros de cuidado diario	%(niños menores de 5 años)	38.58
Tasa de mortalidad neonatal	Tasa por 1.000 nacidos vivos	2.65

INDICADORES DE VIVIENDA

Agua entubada por red pública dentro de la vivienda	%(viviendas)	36.27
Casas, villas o departamentos	%(viviendas)	76.31
Cuarto de cocina	%(hogares)	78.80
Ducha exclusiva	%(hogares)	26.65
Hacinamiento	%(hogares)	25.51
Medios de eliminación de basura	%(viviendas)	60.13
Red de alcantarillado	%(viviendas)	27.31
Servicio eléctrico	%(viviendas)	79.42
Servicio higiénico exclusivo	%(hogares)	64.35
Servicio telefónico convencional	%(viviendas)	16.84
Tipo de piso	%(viviendas)	95.41
Uso de gas para cocinar	%(hogares)	90.70
Uso de leña o carbón para cocinar	%(hogares)	6.34
Vivienda propia	%(hogares)	64.75

INDICADORES DE POBLACIÓN - DINÁMICA DEMOGRÁFICA

Población - hombres	Número	21,552.00
Población - 1 a 9 años	Número	11,230.00
Población - 10 a 14 años	Número	5,306.00
Población - 15 a 29 años	Número	11,206.00
Población - 30 a 49 años	Número	8,465.00
Población - 50 a 64 años	Número	3,482.00
Población - de 65 y más años	Número	1,811.00
Índice de feminidad	%(mujeres c/100 hombres)	97.13
Población - menores a 1 año	Número	986.00

Población - mujeres	Número	20,934.00
Población (habitantes)	Número	42,486.00
Población afroecuatoriana	Número	30,660.00
Población Blanca	Número	1,089.00
Población indígena	Número	2,243.00
Población mestiza	Número	8,132.00
Proporción de mujeres	%(población total)	49.27

INDICADORES DE EMPLEO DE LA NIÑEZ

Tasa de niños (5 - 17 años) que No trabajan ni estudian	%(niños 5-17 años)	12.62
Tasa de niños (5 - 14 años) que Trabajan	%(niños 5-17 años)	5.24
Tasa de niños (15 - 17 años) que Trabajan	%(niños 5-17 años)	24.46
Tasa de niños (5 - 17 años) que No trabajan y sí estudian	%(niños 5-17 años)	78.38
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan	%(niños 5-17 años)	8.98
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Area Rural	%(niños 5-17 años)	10.85
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Area Urbano	%(niños 5-17 años)	7.39
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Etnia Indígena	%(niños 5-17 años)	10.24
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Etnia Afroecuatoriana	%(niños 5-17 años)	8.95
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Etnia Blanco	%(niños 5-17 años)	7.92
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Etnia Mestiza	%(niños 5-17 años)	8.62
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Etnia Montubia	%(niños 5-17 años)	18.64
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Sexo Hombre	%(niños 5-17 años)	12.54
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan - Sexo Mujer	%(niños 5-17 años)	5.23
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan y estudian	%(niños 5-17 años)	4.52
Tasa de niños (5 - 17 años) que Trabajan y no estudian	%(niños 5-17 años)	4.46

INDICADORES DE EMPLEO - OFERTA LABORAL

Población económicamente activa (PEA)	Número	16,269.00
Población en edad de trabajar (PET)	Número	30,270.00
Tasa de participación laboral bruta	Porcentaje	38.30
Tasa de participación laboral global	Porcentaje	53.70

FUENTE: CENSO DE 2010, ELABORO SIISE. MCDS- 2012

ANEXO 2: Materiales que se utilizan para realizar la actividad conchera



ANEXO 3: Presencia de niños en este tipo de actividad



ANEXO 4: El producto de mayor comercialización



ANEXO 5: Intermediarios en las zonas de desembarque del producto



ANEXO 6: Centro de Acopio

