



Políticas de Responsabilidad Social Empresarial en el sector de la pesca artesanal en Jaramijó (Ecuador¹)

Policies of Corporate Social Responsibility on artisanal fishing in Jaramijó (Ecuador)

Grace Zurita Maldonado

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

grace.zurita@uleam.edu.ec

ORCID: [https:// orcid.org/0000-0002-8548-148](https://orcid.org/0000-0002-8548-148)

María Belén Vásquez Campuzano

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

belen.vasquez@uleam.edu.ec

Recibido/Received: 19/12/2017

Aceptado/Accepted: 23/02/2018

RESUMEN:

Este estudio se realiza con las asociaciones de pesca artesanal oceánica o “long line” del cantón Jaramijó en Ecuador. Los instrumentos utilizados fueron construidos a partir de los indicadores Ethos y evaluaron el nivel de conocimiento que sobre los ejes de la responsabilidad social empresarial (RSE) poseen los armadores (propietarios o encargados de los barcos pesqueros), la tripulación y los pescadores que trabajan en las embarcaciones. La información obtenida responde al objetivo central de investigación que se fundamenta en conocer como comunican los elementos y acciones de RSE a sus stakeholders.

El estudio permitió conocer que las asociaciones de pesca artesanal desconocen de las políticas y dimensiones de la RSE, por consiguiente no hay difusión formal de las acciones empíricas que realizan en relación al tema.

Palabras clave: responsabilidad social; divulgación; pesca artesanal; Jaramijó-Ecuador

ABSTRACT:

This investigation was done of oceanic artisanal fishing associations or "long line" of the canton Jaramijó in Ecuador. The instruments used were constructed from the Ethos indicators and evaluated the level of knowledge on the axes of corporate social responsibility (CSR) owned by shipowners (owners or managers of fishing vessels), the crew and fishermen working in the boats. The information obtained responds to the central objective of research that is based on knowing how the elements and actions of CSR are communicated to its stakeholders.

¹ Se agradece la colaboración de los fondos asignados para el proyecto de investigación a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

The study made it possible to know that artisanal fishing associations are unaware of the policies and dimensions of CSR, therefore there is no formal dissemination of the empirical actions they carry out in relation to the subject.

Keywords: social responsibility; release; artisanal fishing, Jaramijó-Ecuador

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo conocer el nivel de información que poseen sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), las asociaciones de pesca artesana de Jaramijó y cómo divulgan la información a los grupos de interés. En la última década se han concretado iniciativas sobre el tema como son las guías, normas técnicas y certificaciones que sirven de pauta para divulgar las acciones o políticas que tienen las empresas u organizaciones (Viteri y Jácome, 2013). La herramienta de comunicación más utilizada ha sido las memorias de responsabilidad social que comunican los compromisos que la empresa u organización tiene con la sociedad en los ejes económicos, sociales y medioambiental, las pequeñas empresas utilizan otras estrategias menos costosas como son la divulgación vía freepress o por medio de la web (Romero, 2013). La RSE debe ser considerada como una herramienta imprescindible para toda actividad en los entornos donde se desarrolle la empresa u organización.

El sector pesquero artesanal del cantón Jaramijó (provincia de Manabí, Ecuador) se enfrenta a grandes cambios estructurales a nivel social, comunicacional y económica, sobre todo luego de atravesar el seísmo del 16 de abril de 2016, que ha disminuido la pesca de manera considerable debido a los cambios del ecosistema que este evento provocó de acuerdo con la agencia de noticias Los Andes (2016). Las organizaciones actuales deben estar conscientes de la importancia de la preservación del medio ambiente, mantener la atención sobre el capital humano que lo integra e interés sobre una sociedad justa y equitativa, además todo lo que hace o deja de hacer también implica una reacción de la sociedad, en especial en sus stakeholders, ya que las asociaciones tienen una alta influencia en la cultura social a través de sus procesos comunicativos (Zanjirchi y Moradi, 2012). En el ámbito comercial, debido a las restricciones de varias naciones, en un corto tiempo las licencias de operación se basarán en estos aspectos.

Finalmente, se pretende que este estudio sea una contribución para la industria pesquera artesanal del cantón Jaramijó y ser un aporte para las prácticas de esta cultura porque es necesario que las estructuras se adapten a los clientes, el entorno, y sobre todo aprender a usarlo como una ventaja sobre la competencia.

Responsabilidad Social

La responsabilidad social empresarial parte del concepto de la responsabilidad social corporativa (RSC), que nace en 1950, y se consolida en el mundo de los negocios por brindar una diferencia a los dueños, accionistas y administradores de las organizaciones (Wood, 1991, p. 765). Durante las décadas de los años 60's y 70's del siglo XX, era considerada como una moda o un discurso filosófico teórico (Moura-Leite y Padgett, 2014), en los 80's se convirtió en una cultura y política organizacional, la cual tomó como base el comportamiento socialmente responsable, que mantenía a la organización con una orientación estratégica a través del enfoque en los grupos de interés mutuo (Rojas Muñoz y Oyala Garcerá, 2012), también conocidos como *stakeholders*.

En los 90's esta visión es asumida por figuras de los ámbitos político, económico, social, cultural, incluyendo también a instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocios y algunos gobiernos (Navarro-García, 2010). En la actualidad se encuentra orientada al desarrollo de la capacidad ética de las empresas y de sus líderes para responder a los desafíos de la sociedad permeada por la globalización del conocimiento que presenta desequilibrio económico-social, por lo tanto, no es una ideología ni una moda empresarial (Martínez Herrera, 2011, p. 30).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se conceptualiza a partir de la perspectiva de la mejora social y ambiental, a través del compromiso empresarial con la sociedad a partir de los ejes económicos, ambientales y bienestar social del sector o sociedad en que se encuentra inmersa la organización o empresa y evitar el abuso de poder y falta de comportamiento ético (Fernández García, 2009, p. 17).

Las reglamentaciones nacen para evitar las malas condiciones laborales, la contaminación medioambiental, el aumento de la pobreza, como las más e importantes (Frederick, Lawrence, Post, & Weber, 1996), de manera que se puede decir que:

La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y ambientales y de respeto de los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes con sus Grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones (Red Pacto Mundial España, 2013).

En Sudamérica comienza a manifestarse, este tipo de reglamentaciones en los años 70 del siglo XX. En Ecuador, la Fundación Esquel inicia sus labores en el tema a partir de 1990 (Esquel, 2000), así como el proyecto Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), miembro de la Red Continental de Fórum Empresa desde 1995. CERES crea instrumentos para fomentar esta cultura en las empresas a partir de 1998, trabajando junto a otras organizaciones nacionales y el Synergos Institute de Estados Unidos (Viteri, 2009, p. 99), esta entidad se considera líder en gestión del conocimiento e investigación sobre Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador, además de que cuenta con alianzas estratégicas, nacionales e internacionales, para ofrecerles más beneficios a sus miembros (CERES, 2011).

Contemporáneamente se utiliza la RSE como un modelo empresarial basado en el desarrollo sostenible como modelo de negocios que le permite a la empresa captar la atención del consumidor, que lo convierte en un instrumento de aumento de su competitividad dentro del mercado (Saloner, Shepard et al., 2001) y que a la vez favorece el desarrollo sostenible, lo que implica tanto desarrollo económico como el desarrollo social (Escobar-Espinoza, 2010). Lo más importante es que cada empresa, organización o asociación asuma de forma voluntaria su compromiso para evitar los efectos negativos y conseguir un beneficio a largo plazo (Serna, Barrera y Montiel, 2011). Este compromiso debe estar claro y basarse en la legislación y reglamentación nacional e internacional.

Al tener en cuenta estos puntos, esta investigación permitirá caracterizar el estado de la RSE en las asociaciones pesqueras de Jaramijó en relación a los stakeholders –comunidad, proveedores, trabajadores, organizaciones ambientales, entre otros- y establecer una línea de base para generar propuestas en pro del mejoramiento de la divulgación de la RSE.

Divulgación de la Responsabilidad Social Empresarial

La divulgación de las políticas de RSE se ha visto influenciada por diversos factores de tipo económico, legal, cultural, político, tecnológico, social y ambiental, no obstante, la información acerca de desarrollo sostenible permite un incremento en la responsabilidad (Conde, 2015). Según Gallardo y Castilla (2013) es un tema importante a tratar en la empresa debido a la exigencia de claridad y rendición de cuentas demandadas por sus stakeholders (Gray et al, 1995). La creación de índices y clasificación de las acciones socialmente responsables son elementos que favorecen la divulgación de estas políticas (Marques y Texeira, 2008).

En este contexto las normas y certificaciones proporcionan una guía para implementar y comunicar a los públicos de interés el desenvolvimiento, de la empresa u organización. Los medios más comunes en las grandes empresas son las memorias, sin embargo, Gallardo y Castilla (2013) y Alejos (2014), entre otros autores, consideran que el medio más efectivo en la actualidad, es la internet la cual permite informar constantemente de los avances realizados en RSE a los stakeholders, quienes pueden interactuar y dialogar de forma directa.

Hay dos tipos de motivaciones que llevan a las empresas a revelar sus políticas de Responsabilidad Social, primero el considerar su difusión como una ventaja competitiva que permitirá resultados económicos positivos al tener buenas relaciones con los grupos de interés y la segunda sería la presión externa al sentir la necesidad de rastrear lo que realizan otras empresas por considerar que de no hacerlo podrían tener problemas económicos y de supervivencia, en este sentido utilizan la RSE como mecanismo de defensa y ser vistos como aceptables dentro de las expectativas de los grupos de interés (Branco y Rodríguez, 2006).

Problemática y objetivos

Las herramientas para la difusión sobre Responsabilidad Social Empresaria (RSE) generalmente son subutilizadas cuando se busca establecer valores agregados a las empresas, debido a que no se usan los recursos al momento de difundirla hacia los públicos de interés (Murillo, 2012). En el mundo empresarial es indispensable diferenciarse de la competencia, tener una ventaja frente a los competidores basada en la responsabilidad social mejora la reputación e imagen hacia sus stakeholders, debido a que tienen la percepción de que estos compromisos son éticos, juiciosos y sinceros (Aguilera y Puerto, 2012). Sin embargo, en Jarmijó, provincia de Manabí, Ecuador, según acercamiento previo a las asociaciones de pesca artesanal se observó que éstas organizaciones poseen poco conocimiento sobre el tema en cuestión, por consiguiente, es necesario determinar el nivel de conocimiento de RSE, reconocer si realizan algún tipo de acción y establecer cuáles son los canales y mensajes que divulgan información sobre el tema. En general, en la provincia de Manabí, la difusión de la RSE como factor diferenciador para la gestión de una imagen socialmente responsable es escaso, por ende, la RSE es poco utilizados y en muchos casos se desconoce de sus beneficios.

Esta falencia llevó a cuestionarse si la divulgación de las políticas de RSE en este sector otorgarán un plus diferenciador a las asociaciones, de manera que se partió con el análisis del conocimiento y cumplimiento de los indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial tanto de los emisores (armadores) como los perceptores (tripulación y pescadores), pero también se buscó detectar si esas asociaciones tienen noción de la existencia de herramientas, canales y mensajes utilizados para la divulgación de la RSE

Metodología

Población y muestra

Las poblaciones utilizadas para el estudio fueron: los miembros de las asociaciones pesqueras de Jaramijó y la tripulación y los pescadores por embarcación. De acuerdo con la Instituto Nacional de Pesca (2015) en el puerto de Jaramijó, la población de armadores de pesca oceánica (long line) o naves nodrizas artesanales es de treinta, la población de pescadores artesanales es de 2500, de los cuales aproximadamente 450 personas trabajan con las asociaciones de pesca artesanal oceánica.

Por esta razón la muestra se calculó con el principio de saturación que permite consolidar “proposiciones descriptivas” (Berteaux, 1989, p. 5) de la población escogida. El número de casos depende de la profundidad e involucramiento de la investigación. Para este caso en cuestión se utilizó para los armadores de las naves nodrizas el nivel de variedad de aspectos del objeto de estudio, que necesita 10 casos, en el caso de pescadores y tripulación (segunda población) se utilizó la redundancia en el conocimiento de las pautas de los procesos, logrando así la saturación de datos, para lo que se escogieron 30 pescadores (Martínez-Salgado, 2012). Por la estructura de esta población y la poca accesibilidad que se tiene al sector de los pescadores y armadores, tres meses en alta mar quince días en tierra, se manejó un muestreo por conveniencia. Se escogió a los pescadores, tripulación y armadores que se encontraban en tierra al momento del levantamiento de datos.

Diseño del Estudio

Este estudio descriptivo intenta detallar la situación de la RSE en el cantón de Jaramijó, por medio del análisis de datos obtenidos a través las dimensiones de Responsabilidad Social que se establece en Ethos² para los negocios sustentables y responsables, que se las toman como categorías de investigación:

- a. Dimensión de gobierno corporativo y gestión, se analizaron los siguientes criterios con sus indicadores:
 - Gobernabilidad organizacional a través de los indicadores: gobernabilidad y rendición de cuentas.
 - Prácticas de operación y gestión, sus indicadores: competencia leal, prácticas anticorrupción, participación política responsable, sistemas de gestión.
- b. Dimensión social
 - Derechos humanos (situaciones de riesgo para los derechos humanos, acciones afirmativas).
 - Prácticas de trabajo (relaciones de trabajo, desarrollo humano, beneficios y entrenamiento, salud y seguridad en el trabajo y calidad de vida).

² “Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, que representan el esfuerzo del Instituto Ethos para ofrecer a las empresas una herramienta que las auxilie en el proceso de profundización de su comprometimiento con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. Estructurados en forma de cuestionario, los Indicadores Ethos son un excelente instrumento de concienciación, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial” (De Melo Custodio y Moya, 2007, p.3)

- Cuestiones relativas al consumidor (respeto del derecho del consumidor, consumo consciente).
- Participación en la comunidad y su desarrollo (gestión de impactos en la comunidad y desarrollo).

c. Dimensión ambiental:

- Cambio climático
- Gestión y monitoreo de los impactos sobre ecosistemas y biodiversidad
- Impactos del consumo

Mediante la comparación de los datos obtenidos por medio de los indicadores de estas dimensiones, en las dos poblaciones se han obtenido los resultados que se presentarán en el siguiente apartado. Se escogió este tipo de estudio ya que permite diferenciar características y elementos de los grupos, para descubrir diferencias y similitudes (Monge, 2010). Basadas en una causa que produce un efecto, tomando la causa como la aplicación de la RSE y como efecto el conocimiento de sus políticas debido a su divulgación.

Este método utilizará la técnica de triangulación de información, dentro de cada unidad de análisis un levantamiento de datos, para constatar el nivel de cumplimiento de los indicadores.

Técnicas e instrumentos

En la etapa de levantamiento de datos, se utilizaron instrumentos que ofrecieron la posibilidad de triangular la información obtenida de los diversos sujetos. Para la población de tripulantes y pescadores se utilizó dos instrumentos, una encuesta y tres grupos focales. La encuesta fue estructurada y cerrada que permitió recolectar datos estadísticos sobre el conocimiento de los indicadores Ethos. A través de los grupos focales se obtuvieron datos cualitativos. Tanto para las encuestas como para los grupos focales la población fue de 35 personas, cumpliendo el principio de saturación. La encuesta recopiló los datos de la asociación respecto al tamaño, condiciones de empleo, código de ética, políticas de responsabilidad, estabilidad laboral, entre otras.

En los grupos focales se trabajó con una guía de preguntas que abordó la RSE, la percepción que tienen sobre el tema, conocimiento, canales por los cuales se han enterado de las políticas de responsabilidad de su asociación o de otro sector del giro del negocio, actuación de la asociación, prácticas personales de responsabilidad social.

Para los armadores se utilizó una entrevista estructurada para reconocer los parámetros de cumplimiento, canales de comunicación utilizados, conocimiento de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, de manera que se pueda comparar con las opiniones y datos recogidos con la población anterior. Para mayor credibilidad y veracidad de la investigación, se realizará una observación insitu, que describirá las condiciones internas de los trabajadores, la relación con el entorno (Monge, 2010).

Resultados

Para el criterio de gobernabilidad organizacional en relación al código de ética tanto armadores (100%) como pescadores y tripulación (71%) reconocen tener un código de ética como valores corporativos que sustentan las prácticas sustentables, sin embargo, los propietarios de las

naves nodrizas establecen que no hay difusión de las políticas de RSE de manera formal sino de forma verbal. No utilizan otros canales que no sea el oral.

Al hablar de las prácticas de operación y gestión de las tareas de las asociaciones pesqueras de Jaramijó las dos poblaciones concuerdan en cuanto a que no existe una competencia leal, así como el no haber establecido normas o prácticas de anticorrupción, aun cuando el Instituto Nacional de Pesca busca reducir este tipo de problemas dentro de este sector.

En relación con la participación de las políticas responsables tan solo el 28,57% de los pescadores y tripulación afirma conocer sobre el tema, ya que acotan que no hay capacitaciones sobre el tema, aunque encuentran interesante tener acceso a ese tipo de información. En el caso de los armadores aun cuando no conocen las políticas de responsabilidad social, ellos mantienen una bitácora con la información de las actividades de cada uno de los tripulantes, de manera que tienen un registro que le permite trabajar responsablemente con sus colaboradores.

El escaso conocimiento de términos de sustentabilidad, responsabilidad ambiental o gestión, influye en la retribución que hacen a la sociedad, ya que solo el 14% de los armadores, pescadores y tripulación afirman contribuir con la sociedad de forma económica y social o en caso que la sociedad lo necesita, como fue en el caso del terremoto donde ayudaron en los rescates mar adentro y en la ciudad, mientras que otros colaboraban con la reconstrucción de Jaramijó.

En cuanto a la dimensión social, el 85,72% de los armadores afirman comunicar a sus trabajadores sobre los valores de cada embarcación. Sin embargo, el 100% de la tripulación afirman no conocer los valores ni de la asociación ni de las embarcaciones, esto se debe a la informalidad como se trabaja este indicador.

En correspondencia con las acciones afirmativas se observó dos puntos importantes, primero desconocen el término, al explicarse los elementos del indicador afirman que no pueden estar en estas labores personas discapacitadas ni mujeres, de manera que estas minorías se encuentran excluidas. Los pescadores y tripulación afirman que los integrantes de estas asociaciones colaboran cuando surgen problemas en la vida laboral o familiar.

Las relaciones de trabajo son informales, debido a que el 100% de los pescadores laboran jornadas de 25 días adentro y 15 días afuera, es decir modalidad a destajo, de manera que no cumplen con la reglamentación del código de trabajo donde todo colaborador (tripulante o pescador) debe ser afiliado a la seguridad social del país. Lo que incumple con el indicador de desarrollo humano, beneficios y entrenamiento, ya que el 100% de los entrevistados concuerdan con:

- La remuneración es de acuerdo con la pesca, no hay beneficios sociales (seguridad, salud, entre otras).
- No existe un compromiso de parte de los armadores para el desarrollo profesional, solo de la empresa pública Infraestructura Pesquera del Ecuador (IPEE), que desarrolla cursos de capacitación sobre tratamiento del producto.
- Si el trabajador tiene algún contratiempo familiar o personal, no es considerado para la pesca de esa salida, por consiguiente, no existe ningún tipo de estabilidad laboral.

Las bitácoras de las embarcaciones registran los problemas presentados a bordo en relación a la salud, seguridad y condiciones de vida en la embarcación. Los dueños de las embarcaciones y los armadores tratan de mejorar las condiciones para prever problemas de

los trabajadores en alta mar, como son salvavidas, botiquines, mejores espacios de descanso, entre los más importantes, pero no tienen documentos donde se establezcan reglamentaciones ni procesos. Al relacionar estas acciones con el indicador de salud, seguridad y calidad de vida se concluye que no hay políticas previas establecidas, aun cuando se tomen acciones preventivas.

Para los pescadores y armadores es importante la participación dentro la comunidad para contribuir con su desarrollo, por esta razón se encuentran pendientes de asuntos internos, educación de los niños, niñas y adolescentes, problemas intrafamiliares, cumpliendo con este indicador de la dimensión social que trabaja el compromiso con la comunidad, sin tomar en cuenta el impacto de su actividad en la comunidad, ni el desarrollo de proveedores.

En la dimensión de Medio ambiente, uno de los ejes importantes es la reciprocidad con el medio ambiente. Las asociaciones han capacitado a su personal sobre el medio ambiente y el impacto ambiental de sus actividades (82% de pescadores, 100% de armadores), de esta manera cada uno de ellos se ha convertido en interlocutor del tema, sin embargo, no se ha interiorizado que estas actividades tienen implicaciones en el cambio climático, gestión y monitoreo de impactos sobre el ecosistema y biodiversidad ni el en el impacto que implica el consumo (transporte, logística, distribución). Reconocen que su actividad afecta la biodiversidad, ya que aseveran que la pesca cada vez es más escasa y de menos calidad, no obstante ninguno de ellos se ha interesado en temas como la restauración de hábitats, manejo de desechos, uso sustentable de recursos. Consideran que no conocen sobre políticas ambientales que implica el manejo sustentable de la pesca artesanal.

RSE de los propietarios de las embarcaciones o naves nodrizas de pesca oceánica.

El 80% de los propietarios de las embarcaciones conoce sobre RSE, no obstante, no hay una planificación estratégica, por consiguiente, no hay misión ni visión establecidas. Los códigos de valores y objetivos, entre otros, solo son conocidos de manera verbal. Los valores más importantes son: solidaridad, comunicación, prestigio, calidad, respeto, mejora continua. Son menos importantes la creatividad, el compromiso, la responsabilidad y la retribución.

En relación con las diversidades no incluyen mujeres y no establecen planes de igualdad para las diversidades porque el trabajo es netamente familiar. La capacitación corre por cuenta de cada trabajador debido a que el trabajo es por largas jornadas.

Las embarcaciones no tienen servicios extras a no ser alimentos en los barcos, creen no es necesaria la seguridad social, ya que, a no ser un accidente laboral, no se hacen responsable de sus colaboradores (tripulantes o pescadores), y sobre todo al no tener claro las políticas de responsabilidad social y su importancia no difunden las actividades que desarrollan en función de las dimensiones antes estudiadas.

Conclusiones y recomendaciones

En relación con el sector pesquero artesanal en el Ecuador y América se puede observar que los estudios están relacionados con el factor medioambiente, no en específico sobre la difusión de la Responsabilidad Social a la comunidad. Trabajos de la caletas pesqueras de Chile (Saavedra-Gallo, 2011; Saavedra-Gallo y Macías-Vásquez, 2012;), de Argentina (Cañete, 2008), pesca artesanal en Perú (Veneros, 2008; Paredes, 2012), pesca en Colombia (Tassara y Rivera, 1991) y Centro América (Fonseca y Solis, 2005; Tolentino y Mejía-García, 20074;) concluyen que la pesca artesanal debe buscar mayor participación en generación de políticas públicas que favorezcan al sector, generar espacios de debate y capacitación que permitan mejorar la gestión sustentable de la pesca, sin embargo ninguno habla de la difusión de estas acciones,

generalmente se obvia a la comunicación, porque se cree que con la actuación es suficiente (Hollenhorts, Jo y Puentes, 2008).

En el Ecuador los estudios sobre pesca artesanal y responsabilidad social, están cimentados en la conservación de las especies y en la creación de herramientas legales punitivas para evitar que los pescadores incumplan con la pesca de especies protegidas dentro del territorio ecuatoriano y la extensión de las aguas oceánicas que le corresponden (Aguilar, Chalén y Villón, 2005; Arriaga), por lo general en el Ecuador se puede encontrar estudios desde el eje económico de la RSE.

El problema más importante que se ha detectado es el desconocimiento y falta de interés sobre la RSE tanto de los directivos como los trabajadores, aun si se cumple con algunas acciones, no ponen énfasis en registrar los procesos y difundirlos, es así que se mantienen en nivel empírico. La impericia sobre la RSE no les permite tener una visión a futuro de la capacidad competitiva que pueden tener frente a las grandes empresas pesqueras, debido a las legislaciones internacionales sobre RSE.

Los directivos de estas embarcaciones de pesca artesanal trabajan haciendo entrega de su producto a empresas multinacionales razón por la cual no se han preocupado por trabajar en el desarrollo y potenciación de una imagen corporativa ni en la reputación de sus empresas (López y González, 2012). En las embarcaciones pertenecientes a la Asociación de pescadores de Jaramijo no existen herramientas ni canales de difusión con los stakeholders, por dos razones, primero no conocen sus grupos objetivos y segundo debido a que no conceptualizan la responsabilidad social, no les ha interesado difundir sus logros.

Si se piensa que la pesca artesanal en el Ecuador sea una actividad sustentable y responsable, debería cumplir con las dimensiones propuestas en Ethos ya que permitirá trabajar para la certificación ISO 26000 (Hahn, 2013) en la que se propone elementos que estandarizan las estrategias del proceso para la sustentabilidad de la responsabilidad social.

Se puede deducir que este tipo de actividades no podrán cumplir al cien por ciento las dimensiones. Un ejemplo se puede ver en la dimensión social, ya que no se trata de una empresa que envía al mercado un producto y conoce todos los pasos de la producción, distribución y comercialización; en el caso de este tipo de asociación, trabaja con mayoristas y no tienen inferencia en las cuestiones relativas al consumidor como son el respeto al derecho del consumidor y el consumo consiente.

La dimensión más importante y donde puede ser completamente calificada es en la ambiental, ya que estas actividades influyen en el cambio climático, tiene impacto en el ecosistema y la biodiversidad y por ende en el consumo, de manera que se podría hablar más de una Responsabilidad Ambiental (Sánchez, 2010). Es así que los resultados de esta investigación pueden servir de base para generar una propuesta técnica de capacitación en los indicadores de las dimensiones de la RSE así como en las herramientas y canales propicios para difundir estas acciones a los stakeholders, y así ser utilizada como una ventaja competitiva y factor diferenciador en relación a la gestión de la imagen socialmente responsable (González, 2007). Una de las consideraciones más importantes es el generar estrategias propicias para que las asociaciones se consoliden y trabajen en función de un solo objetivo podría potenciar las ventajas competitivas de la misma y de esta manera conseguir objetivos más ambiciosos como el justo precio.

Referencias

- Aguilera, A. Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Alejos-Góngora, Cl. (2014). Responsabilidad social corporativa en la era digital de la información de la comunicación. *Cuaderno de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, n° 25. IESE Business School, Universidad de Navarra.
- Bertaux, D. (1989). *Los relatos de vida en el análisis social. Módulo Virtual: Memorias de la Violencia*. Disponible en <http://www.cholonautas.edu.pe/memoria/bertaux4.pdf>
- Branco, M. y Rodrigues, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate communications: an international journal*, 11(3), 232-248.
- Branco, M. y Rodrigues, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate communications: an international journal*, 11(3), 232-248.
- Conde, M. (2015). *Diseño de índices de divulgación de la información de responsabilidad social empresarial y gobierno corporativo: un análisis en las mayores empresas de la Península Ibérica*. Tesis doctoral. Disponible en http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/2467/TDUEX_2014_Conde_MF.pdf?sequence=1
- Consortio Ecuatoriano para la responsabilidad social, (2012). Recuperado el 20 de Octubre del 2015, de CERES: <http://www.redceres.org/nuestro-trabajo/asesoria/>
- Esquel, F. (2000). *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social – La Experiencia Ecuatoriana a partir de seis estudios de casos*. Quito: Edimpres.
- Fernández García, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Alicante: Club Universitario
- Frederick, W., Lawrence, A., Post, J., & Weber, J., (1996). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, ethics*. Chicago: McGrawHill.
- Gallardo Vázquez, D.; Castilla Polo, F. (2013). Diseño de un sistema de comunicación eficaz para la responsabilidad social en PYMES., *Tribuna Económica ICE*, 872, 161-178.
- González, E. (2007). La teoría de los " stakeholders": un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS: revista de filosofía y teología*, (17), 205-224
- Gray, R; Kouhy, H. y Lavers, S. (1995), "Corporate, Social and Environmental Reporting: A review of the literatura and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, auditing and accountability Journal*, v. 8, N° 2, 47-77.
- López, J. M. T., & González, K. V. (2012). RSC: Reputación, sostenibilidad, compromiso. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (117), 61-66.
- Los Andes. (2016, 2 de junio) Mar adentro, los pescadores de Manabí encuentran esperanza para reconstruir sus vidas tras el terremoto. *Los Andes*. Disponible en

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/mar-adentro-pescadores-manabi-encuentran-esperanza-reconstruir-sus-vidas-tras-terremoto>

Marqués, M. y Teixeira, C. (2008), A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional, *Revista de Estudos Politécnicos*, v. VI, n° 10, 149-164.

Martínez Herrera, H. (2011). *Responsabilidad social y Ética Empresarial*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3).

Melo-Custodio, A. & Moya. R. (Eds) (2007). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. São Paulo: Instituto Ethos.

Monge, E. C. (2010). *El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas*. *Revista Nacional de Administración*, 1(2), 31-54. Recuperado el 30 de octubre de 2015 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693387>

Moura-Leite, R. & Padgett, R. (2014). La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico. *Revista ESPACIOS* | Vol. 35 (N° 5) Año 2014.

Murillo, D. (2012). *La responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva: el caso Human Company*. Asturias: Economía y Sociedad, No 42. Recuperado el 7 de noviembre de 2015

Navarro-García, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: ESIC editorial.

Orjuela, S. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: El papel de la comunicación en la ISO 26000*. *Temas de Comunicación*, (23), 179-197.

Red Pacto Mundial España, (2013) *Red pacto mundial España*. Recuperado el 11 de octubre de 2015, de Red Pacto Mundial España. Disponible en http://www.pactomundial.org/iniciativarsepyme/cap1_2.htm

Rojas Muñoz, A. L., y Olaya Garcerá, J. E. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: su origen, evolución y desarrollo en Colombia*. Universidad Santiago de Cali (USC). Cali, Colombia. (s/f). Recuperado el 30 de octubre de 2015 de en www.redunirse.org.

Romero, F. T. (2013). Una aproximación a las metodologías empleadas en el análisis de la comunicación empresarial. *Sphera Publica*, 2(13), 90-105.

Saloner, G., A. Shepard, et al. (2001). *Strategic Management*. New York, John Wiley & Sons.

Viteri, J. & Jácome, M. (2013). La Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 4, 92-100.

Viteri, R. (2009) *Responsabilidad Social y la Educación Superior*. En Care. (2009). *Sociedad Civil en Responsabilidad Social*. Quito: FLACSO. Disponible en http://www.care.org.ec/wp-content/uploads/biblioteca_virtual/responsabilidad%20social/Boletin-Version-Final.pdf

Wood, D. J. (1991). *Corporate social performance revisited*. *Academy of management review*, 16(4), 758-769.

Zanjirchi, S. & Moradi, M. (2012). Construction project success analysis from stakeholders' theory perspective. *African Journal of Business Management*, 6(15), 5218.

- Escobar-Espinoza, A. (2010). Desarrollo económico y la escuela estructuralista. *Panorama Económico*, 18, 13-45.
- Serna, F.; Barrera, L. y Montiel, H. (2011). Impacto social y económico en el uso de biocombustible. *Journal of Technology Management and Innovation*, 91-97.
- Fonseca, M., & Solís, V. (2005). Pesca artesanal y participación en conservación de recursos de marino-costeros. *Gobernabilidad en zonas marino-costeras transfronterizas. El golfo de Fonseca.*, 44.
- Tolentino, J. A., & Mejía García, L. N. (2007). *Análisis y propuestas del sector pesquero artesanal de Centroamérica ante el acuerdo de asociación con la Unión Europea*. Costa Rica: Funde.
- Cañete, V. (2008). Las políticas públicas hacia el sector pesquero en la República Argentina entre 1977-2007. *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, 1(1), 130-135.
- Tassara, C., & Rivera, J. (1991). Movimientos sociales, medio ambiente y pesca en Colombial. *Asociaciones de base y planificación del desarrollo. El caso de la Selva Baja del Perú*, 137-157.
- Saavedra Gallo, G. (2011). Perspectivas culturales del desarrollo en las costas australes de Chile: aproximación antropológica a las persistencias y transformaciones de las economías de pesca artesanal en el litoral de Aisén.
- Saavedra Gallo, G., & Macías Vázquez, A. (2012). Tradición E Innovación En Las Comunidades De Pesca Artesanal Del Sur De Chile: Hacia Un Enfoque Reflexivo Del Desarrollo Endógeno. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 7(1).
- Veneros, B. (2008). *Caracterización de las bases biológicas-pesqueras para el manejo sustentable de los principales recursos que soportan la pesca artesanal en la zona costera de la Región La Libertad, Perú* (Doctoral dissertation, Tesis para optar el grado de doctor en Ciencias Biológicas. Escuela de Postgrado. Universidad Nacional de Trujillo).
- Paredes, C. E. (2012). Eficiencia y equidad en la pesca peruana: la reforma y los derechos de pesca. *Report to the Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES)*, 111.
- Hollenhorst, T., Johnson, C., & Puentes, R. (2008). Herramientas sobre responsabilidad social empresarial. *Red Puentes, México*. Disponible en <http://www.globalreporting.org>
- Aguilar, F., Chalén, X., & Villón, C. (2005). Plan de acción nacional de tiburones. *Proceso de investigación recursos bioacuáticos y ambiente*. Quito; Instituto Nacional de Pesca.
- Arriaga, L. (2000). Manejo Costero Integrado (MCI) del Ecuador. *Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC)*. Guayaquil: ESPOL.
- Hahn, R. (2013). ISO 26000 and the standardization of strategic management processes for sustainability and corporate social responsibility. *Business Strategy and the Environment*, 22(7), 442-455.
- Sánchez, F. (2010). Responsabilidad Social Ambiental Empresarial. *Colombia: Universidad la Gran Colombia*, 76.