



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Freddy Tobias Salazar Montalvan¹, Carlos Julio González Guanin², Franklin Xavier Taranto Haon³

1 Universidad Técnica Estatal de Quevedo, fsalazar@uteq.edu.ec

2. Universidad Técnica Estatal de Quevedo , cgonzalez@uteq.edu.ec

3. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, ftaranto@uteq.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo analiza los requisitos del modelo de gestión de las organizaciones de Economía Popular y Solidaria (EPS) en el Ecuador, propuesto por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). Adicionalmente plantea una herramienta de medición de indicadores del modelo de gestión solidario, para una mejor clasificación de las organizaciones y direccionamiento de las políticas públicas. Para analizar y contextualizar en cifras cómo se encuentra el sector de la EPS en la economía ecuatoriana, se utilizaron las estadísticas del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). Se realizó una revisión teórica de los principales conceptos de la economía solidaria, los principios que la rigen y los modelos de gestión de las organizaciones. Posteriormente se efectuó una caracterización de la situación socio-económica del Ecuador y las condiciones que condujeron a que el país impulse la economía solidaria. A continuación, se examinó a la EPS en el Ecuador desde la aplicación de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS), así como también las políticas públicas empleadas por el Gobierno ecuatoriano para fomentar, incentivar y regular a las organizaciones y actores del sector. Finalmente, se presenta el modelo de gestión utilizado por la SEPS para categorizar a los actores de la EPS y se proponen algunos indicadores fundamentales para determinar el grado de solidaridad de una organización.

Palabras claves: economía popular, economía solidaria, marketing, políticas públicas



The contribution of marketing in the popular and solidarity economy as an emerging development model in Ecuador

ABSTRACT

This document analyzes the management model requirements of Popular and Solidarity Economy organizations in Ecuador, proposed by the Superintendency of Popular and Solidarity Economy. Additionally, it suggests a tool to measure solidarity indicators about the management model, to improve the classification of these organizations and to address the public policy. To analyze through data how the sector of the Popular and Solidarity Economy is in the Ecuadorian economy this document used statistics data from the National Institute of Popular and Solidarity Economy, and the Superintendency of Popular and Solidarity Economy. A theoretical review of the main concepts of solidarity economy, the principles that rule it, and the management models of organizations was carried out. subsequently, it was made a characterization of the socioeconomic situation of Ecuador, and the conditions that led the country boost the solidarity economy. Then, it examined the Popular and Solidarity Economy in Ecuador since the implementation of the Organic Law of Popular and Solidarity Economy and the Popular and Solidarity Financial Sector, as well as the public policies employed by the Ecuadorian government to promote, encourage and regulate organizations and actors of that sector. Finally, the document showed the management model used by the Superintendency of Popular and Solidarity Economy in order to categorize the Popular and Solidarity Economy actors, and it proposed some key indicators to determine the solidarity level of the organizations.

Keywords: Popular economy, solidarity economy, marketing, public policy



1. INTRODUCCIÓN

La economía solidaria es el conjunto de emprendimientos asociativos de producción, transformación, comercialización y servicios de grupos de personas que se han juntado con el fin de mejorar su calidad de vida y el de su comunidad, generando desarrollo territorial y fortalecimiento de tejidos de los colectivos sociales (Arcos et al, 2011: 9). Se puede decir que ésta economía tiene su origen en el siglo XIX, puesto que es aquí donde toman fuerza las organizaciones de forma cooperativa, asociativa y de ahorro y crédito, las cuales surgen como respuesta a las necesidades de una parte de la población (Guridi et al, 2014: 15). En los años sesenta y setenta la economía solidaria presenta una importante expansión, tanto en Europa como en América Latina, debido a la crisis económica por la que atravesaba el mundo. Sin embargo, se menciona que ésta economía ya existía desde años remotos en donde los agricultores se asociaban y se ayudaban mutuamente para obtener productos y alimentos que satisfagan sus necesidades.

En el caso ecuatoriano la economía social y solidaria adquiere relevancia y visibilidad en el año 2008, cuando los ecuatorianos determinaron la necesidad de una nueva constitución para redefinir las normas de convivir y fraguaron la nueva Carta Magna de Montecristi, misma que indica en el artículo 283: “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”. Es importante definir a qué nos referimos con que una economía es solidaria, por lo cual si se toma en cuenta la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS) que fue implementada mediante Decreto Ejecutivo publicado en el Registro Oficial N°444 del 10 de Mayo del 2011, se define en el artículo 1 que la economía solidaria es: “La forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”.

Por todo esto, es indispensable conocer cómo se manejan las organizaciones de economía popular y solidaria para poder direccionar de manera efectiva las políticas públicas que impulsen al sector. Adicionalmente, al ser un sector que no ha sido visibilizado anteriormente por los gobiernos ni por los académicos, es un tema que no cuenta con una cantidad de estudios respecto a su funcionamiento, por lo cual, es necesario conocer más a fondo sobre éste sector en el país. Ahora bien, el objetivo de este trabajo fue caracterizar un modelo de gestión de la economía social y solidaria en el Ecuador, con el fin de determinar los principales elementos de gestión de las organizaciones de EPS en el marco de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; así como también, establecer indicadores solidarios como un esfuerzo de clasificación de las organizaciones de EPS en el Ecuador que oriente la política pública. A continuación se relata cada paso que se realizó en la investigación para cumplir con el objetivo planteado.

2. METODOS

.Para poder desarrollar la investigación se realizó una investigación bibliográfica con el objetivo de poder precisar:

Función del marketing en el Sistema Económico

Fundamentos del desarrollo económico local y de la economía solidaria

Papel de la asociatividad en el desarrollo local

Experiencias de la economía solidaria

Análisis socio económico del Ecuador

Todo ello con la finalidad de poder analizar los modelos de desarrollo aplicados en el Ecuador



3. RESULTADOS

LA FUNCIÓN DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO

La función del marketing en una economía de mercado es organizar el intercambio voluntario y competitivo de manera que asegure un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios.

Exige la organización de actividades de dos tipos: por un lado, la organización material del intercambio que se refiere a los flujos físicos de productos que proceden de la producción y van al consumo. Por otro lado se refiere a los flujos informativos que deben preceder, acompañar y seguir al intercambio con el fin de asegurar un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda.

*La organización física del intercambio la realiza la distribución, que permite que los productos puedan estar disponibles para el consumidor en el mercado. Esto implica la realización de actividades de tres tipos:

Transformación de tipo material: destinadas a poner los bienes en condiciones de consumo, entre ellas el funcionamiento, acondicionamiento, etc... Estas transformaciones generan utilidad de forma.

Transformaciones espaciales: como las realizadas por el transporte, el reparto geográfico, etc que contribuye a colocar los bienes a disposición del consumidor, por lo tanto crea utilidad de lugar.

Transformaciones temporales: como el almacenamiento que permite la disponibilidad de los bienes en el momento deseado por el comprador. Genera utilidad de tiempo.

La organización de la comunicación: con las actividades desarrolladas por la distribución no será suficiente para que se produzca un ajuste eficiente entre la oferta y la demanda. Por lo tanto, es necesaria la existencia de un flujo informativo que permita el conocimiento de los productos por parte del consumidor. Estas actividades las podemos agrupar en los flujos compradores - productores y en los flujos productores – compradores.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

El flujo compradores - productores se refiere a, por un lado, una información a priori que remonta del mercado a las empresas y que se refiere a las necesidades de los consumidores y, por otro lado una información a posteriori que se refiere al resultado de los productos obtenidos en el mercado.

En cuanto al flujo productores - compradores, se trata de un flujo informativo, pero también persuasivo que puede obedecer a la iniciativa de los productores que quieren dar a conocer el producto utilizando herramientas de promoción, como las posibles relaciones públicas, promoción de ventas, etc. o también a la iniciativa de los intermediarios que de alguna forma también quieren participar en el proceso informativo. (Intermediarios: los que compran para vender al consumidor).

IMPORTANCIA DEL MERCADO

El mercado lo conforman los clientes reales y los potenciales, los clientes son la razón de ser del negocio, ellos consumen nuestros bienes o servicios y pagan por ello, de ellos provienen todos los ingresos.

TIPOS DE VARIABLES

Mercado actual Lo constituyen todos los consumidores actuales, es el resultado total de la oferta y la demanda para cierto artículo o grupo de artículos en un momento determinado.

Mercado autónomo Se dice que un mercado es autónomo cuando los sujetos que intervienen en él llevan a cabo las transacciones en las condiciones que libremente acuerden entre sí.

Mercado de capital Lugar en el que se negocian operaciones de crédito a largo plazo y se buscan los medios de financiación del capital fijo.

Mercado de competencia Es la parte del mercado que está en manos de la competencia.

Mercado de demanda En este tipo de mercado la acción se centra en el fabricante.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

Mercado de dinero Es en el que se negocian operaciones de crédito a corto y largo plazo y se buscan los medios de financiación del capital circulante.

Mercado de la empresa Es la parte del mercado que la empresa domina.

Mercado exterior Ámbito en donde se desarrolla la actividad comercial y que corresponde a un país diferente de aquel donde la empresa se encuentra localizada.

Mercado gubernamental Es el constituido por las instituciones estatales.

Mercado imperfecto Se llama así a aquel en que las propiedades de la mercancía no están objetiva y completamente definidas.

MERCADO POTENCIAL

El Mercado Potencial Total está compuesto por todos aquellos que puedan, aunque remotamente, llegar a usar o adquirir el producto. Se consideran todas las variables duras, los aspectos demográficos que describen a una sociedad en términos de tamaño, estructura (edad, ingresos, educación y ocupación) y distribución (ubicación geográfica).

MERCADO OBJETIVO O TARGET

DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y ECONOMÍA SOLIDARIA

El desarrollo económico local, como lo menciona la Comisión Económica para América Latina CEPAL, incurre en el mejoramiento de la competitividad, aumenta el desarrollo sostenible y asegura la inclusividad del crecimiento. Si bien es cierto, por algún tiempo el tema de desarrollo económico local no se lo ha tomado en cuenta para desarrollar teorías, actualmente este contenido ha sido relevante para la elaboración de las mismas. “El desarrollo económico local se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región” (CEP L, 2009:21). Por su parte, Tello (2006: 11) menciona que “El Desarrollo Económico Local es el proceso de la dinámica económica, social y política de un área geográfica específica, dentro las fronteras de una economía (país o nación), resultante



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

del comportamiento, acciones e interacciones de los agentes (económicos, políticos, y sociales) que residen en el área geográfica y que tiene la finalidad de incrementar sostenida y sosteniblemente el nivel y la calidad de vida de los habitantes de dicha área geográfica usando plena y eficientemente sus recursos humanos y no humanos”. }

Se puede definir el Mercado Objetivo en términos de unidades de producto, que multiplicadas por su precio promedio estimado permite dimensionar el mercado en términos monetarios. Por el que solamente pasa la cantidad de personas que la empresa puede atender.

La participación de mercado dependerá de la estrategia elegida, de los competidores que operen en el mercado, de la estructura del sector, etc.

Se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

MERCADO DE DEMANDA

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Se refiere a las ventas de un producto a una determinada parte del mercado durante un período de tiempo limitado y con plan de marketing determinado. Está basado en la demanda que tengan los productos para el consumidor final.

MERCADO DE OFERTA

Bucheli (2006: 27) plantea que el desarrollo local es una respuesta a los sistemas económicos dominantes y una respuesta a la democracia y al fortalecimiento del empoderamiento de la comunidad. En éste punto es fundamental la interacción entre el grupo social, en las experiencias las organizaciones colectivas como las cooperativas y las asociaciones, han sido actores y factores de desarrollo. Como menciona Bucheli



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

(2006), el desarrollo no es un concepto fijo, sino que más bien es un término constructivo que toma características propias en cada comunidad que decide impulsar el cambio y la transformación de sus condiciones de vida. Las iniciativas de desarrollo económico local presenta como elementos básicos la participación y movilización de los actores locales, es decir se busca la creación de un capital comunitario, a su vez se requiere el fomento de la actitud proactiva que el gobierno local debe tener, se busca además una relación adecuada en la cual se genere cooperación entre el sector público y privado. Es importante también fomentar la creación de microempresas y PYMES, así como también la capacitación del capital humano. Las instituciones para el desarrollo económico local también son muy importantes, por ejemplo las cooperativas, mutualistas, entre otras. Por último se debe tener una estrategia territorial de desarrollo, así como también equipos de liderazgo que lleven a que toda la población tenga claro el objetivo común al que se quiere llegar (Albuquerque, 2004: 162). Como lo menciona la CEPAL (2004: 164), el desarrollo económico local exige una acción decidida de las instancias públicas territoriales, lo cual obliga a incorporar dicha dimensión en los actuales programas de fortalecimiento de los gobiernos locales. Para impulsar el desarrollo económico local no sólo es preciso utilizar mejor los recursos endógenos sino también aprovechar las oportunidades de dinamismo externo existentes. Lo importante es saber endogeneizar los impactos favorables de dichas oportunidades externas mediante una estrategia de desarrollo definida por los diferentes actores locales. Las instituciones financieras son muy importantes al momento de la búsqueda de desarrollo económico local, puesto que es indispensable crear fondos locales para el desarrollo de las microempresas y pequeñas empresas con el fin de combatir las dificultades que éstas presentan al momento de solicitar un crédito. Otros puntos fundamentales que se deben dar para generar un desarrollo es el fomento de la asociatividad y la cooperación entre las microempresas y pequeñas empresas conformando empresas solidaria, es importante también el vincular las universidades regionales y los centros de investigación científica y tecnológica con los sistemas productivos locales.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

EL PAPEL DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL DESARROLLO LOCAL

El modelo asociativo surge como uno de los mecanismos de cooperación, el cual persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por falta de escala. La asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor tamaño. Esta forma de trabajo se caracteriza por tener una independencia jurídica de los participantes y una autonomía gerencial de cada una de las empresas (Liendo y Martínez, 2001: 2). Entre las características que presenta la asociatividad están que buscan un interés común, un proyecto común, se busca unir fuerzas para que de esta manera puedan enfrentarse al mercado. Un ejemplo claro de asociatividad es el de Italia, específicamente al noroeste del país en donde se han realizado experiencias de asociatividad y cooperación empresarial. “Los distretti 36 industriali italiani son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, de proveedores de servicios y especializados, de empresas en industrias relacionadas y de instituciones asociadas. Todos los agentes trabajan en una misma área geográfica y todos contribuyen a un sistema que produce los bienes característicos del distrito industrial” (Torres, 2003: 5). Una de las características por lo cual estas organizaciones italianas han triunfado, es debido a que la mayoría de firmas son pequeñas y medianas empresas. Los empresarios son flexibles, manejan organizaciones pequeñas, se orientan en función de la demanda de sus clientes, y son muy competitivos (Torres, 2003: 5). Se percibe a la asociatividad como una de las alternativas válidas y necesarias para enfrentar los cambios estructurales de manera más eficiente, dado que permite estimular las potencialidades y capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas fortaleciéndolas para enfrentar la competencia y lograr un mejor posicionamiento en los mercados. (Liendo y Martínez, 2001: 8). La búsqueda del desarrollo local plantea un modelo de producción mediante una red de empresas que conforman una parte principal de los sistemas productivos locales. La capacidad empresarial y organizativa fuertemente articulada a la tradición productiva de cada territorio propicia una intensa rivalidad en el mercado local, lo cual es un factor determinante de la competitividad interna y externa de las empresas locales. Se puede decir que el intercambio de bienes y servicios entre las distintas empresas que se



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

encuentran en el territorio, la múltiple interacción de los actores, impulsa el aumento de la productividad, con lo cual se mejora su desempeño en el mercado.

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA

Existe una gran cantidad de experiencias de economía solidaria en el mundo, sin embargo, a continuación se presentarán tres ejemplos de América Latina y España, con los cuales se pueden observar algunas características básicas de la economía social y solidaria. Las características que tiene una empresa de economía solidaria son las siguientes:

- Democracia, puesto que las decisiones se toman de manera participativa.
- Equidad, existe una distribución equitativa de los derechos y obligaciones de los participantes.
- Justicia distributiva, se define y se procura una remuneración y distribución de las ganancias lo más justa posible.
- Cuidado del medio ambiente, se tienen presentes objetivos ecológicos en el funcionamiento de la empresa.
- Producción de satisfactores, se producen bienes o servicios que se requieran para satisfacer necesidades.

ANÁLISIS SOCIO ECONÓMICO DEL ECUADOR

MODELOS DE DESARROLLO APLICADOS EN EL ECUADOR

El Ecuador ha adoptado varios modelos de desarrollo económico durante lo largo de su historia. El país ha atravesado por una serie de períodos de auge y crisis, estrechamente relacionados con las crisis de los países centrales, por lo cual se podría decir que las fases del desarrollo ecuatoriano vienen de la mano con las diferentes etapas de la economía mundial (Acosta, 2006: 15). El primer modelo de desarrollo que se aplicó en el país fue el Primario Exportador. Al convertirse en República Independiente en 1830,



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

el Ecuador a través de las exportaciones de productos primarios, como el cacao, empezó a integrarse en el mercado mundial. Durante los primeros diez años Ecuador se convirtió en uno de los principales proveedores de cacao del mundo, siendo el principal socio comercial Gran Bretaña (Acosta, 2006: 38). Años más tarde se daría la consolidación del modelo de desarrollo hacia fuera, permitiendo crear las bases políticas e ideológicas necesarias para el desarrollo del capitalismo ecuatoriano. Hasta 1965 el Primario Exportador fue el modelo de desarrollo aplicado en el país, en donde las exportaciones primarias agrícolas eran las principales en su balanza comercial; hasta la segunda década del siglo XX el Ecuador basó su economía en la exportación de cacao, la cual llegó a constituir el 80% del total de exportaciones (Correa; 2009: 15). A principios de los años cincuenta el banano se convirtió en el nuevo producto primario exportador, permitiendo que la economía ecuatoriana se dinamice y el agro costeño se transforme (Correa; 2009: 16). En los años 60 se realizaron algunas reformas, se pretendía modernizar y centralizar el funcionamiento del Estado pues ya se lo veía como una parte fundamental del desarrollo. Al igual que en toda América Latina, en el país se aplicó el modelo de Sustitución de Importaciones. Sin embargo, el modelo no tuvo los resultados esperados, puesto que como menciona Acosta (2006:116), no se dinamizó el mercado interno, no hubo una redistribución productiva, no se dio un fuerte apoyo por parte del sector privado y público a la creación de infraestructura y, uno de los puntos más importantes, no se generó una política arancelaria adecuada para proteger a la naciente industria. Existía una dependencia al capital extranjero, por lo cual la lógica de la industrialización tenía un componente externo determinante que limitaba las propuestas nacionales. En los años setentas, con el boom petrolero, el país empieza a obtener mayores ingresos y esto permite que el Ecuador presente un crecimiento a tasas sin precedentes. Sin embargo, a partir de 1976 el país, y en general los países latinoamericanos, entraron en un agresivo endeudamiento externo (Correa; 2009: 27).

Ya en los años ochenta se impulsó en el Ecuador el modelo neoliberal. El país atravesó por una fuerte crisis, debido a la caída del precio del petróleo (de \$40 por barril en 1980 a \$15 por barril en 1986), el incremento de las tasas de interés internacionales y el cese del crédito internacional (Correa; 2009: 31). Es en ésta década que se implementan políticas de estabilización para los países de América Latina que estaban atravesando



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

por la misma situación que Ecuador. Mediante el Consenso de Washington³, se dictaron diez recetas neoliberales para el desarrollo, tales como la adopción de las reglas de juego del mercado, el sistema de precios como mecanismo de asignación de los recursos, privatizaciones en donde prime la desregulación, apertura al comercio internacional, libre movilidad de capitales; es decir, se vuelve a la ortodoxia. En 1999, el Ecuador sufrió un retroceso económico muy importante, tuvo que atravesar por el Fenómeno del Niño, los precios del petróleo cayeron, los niveles de pobreza y desempleo eran elevados, existía concentración de riqueza, debilidad del mercado interno, elevada propensión marginal a importar, mal manejo administrativo del Estado, que llevaron a que el país pase por su peor crisis, de 1998-2000, y que dio inicio a la dolarización. Como respuesta a la crisis en varias provincias del país, en estos años se dio un inusitado crecimiento en la creación de cooperativas de ahorro y crédito; este fue el caso de la provincia de Tungurahua, especialmente en la ciudad de Ambato. A través de estos años y modelos de desarrollo económico aplicados en el país, el sector de la economía popular y solidaria no ha contado con un verdadero apoyo por parte de los gobiernos. Si bien es cierto, la economía popular siempre ha estado presente, encontrándose en el mercado laboral como parte del llamado sector informal, y la economía solidaria en la asociatividad y el cooperativismo, no existió una institucionalidad ni normativa que promueva a la economía solidaria como un sector fundamental en la economía del país. No es hasta el año 2007 en que la situación ecuatoriana presentó un cambio en este sentido con la llegada del Eco. Rafael Correa a la presidencia de la República. Con él se plantea el modelo del Buen Vivir, el cual busca generar un desarrollo económico y social, en donde la población pueda satisfacer todas sus necesidades básicas; exista una inversión en salud y educación; buscar la disminución de las desigualdades y la creación de oportunidades para todos; en donde la economía sea un instrumento para llegar al bienestar de la sociedad y no que la sociedad esté al servicio del mercado.

Uno de sus principales objetivos de su gobierno es cambiar la estructura productiva del país, pasando de una dependencia de las exportaciones de productos primarios y materia prima a una diversificación de la producción con generación de valor agregado. En el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 se dispone “Apoyar y promover la economía solidaria como una alternativa al desarrollo económico del país, en donde el sujeto y fin



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

es el ser humano”. Es en estos tiempos en donde se empieza a visibilizar a la Economía solidaria como parte del sistema económico del Ecuador, con la promulgación de la Constitución de Montecristi del 2008 y la LOEPS.

4. CONCLUSIONES

La economía solidaria es un tema que ha adquirido relevancia en los últimos años, especialmente desde la crisis capitalista que ha tenido que atravesar el mundo. Respecto al caso ecuatoriano, el país ha presentado algunos modelos de desarrollo económico desde su República, pasando por un modelo primario exportador y un crecimiento hacia fuera en donde las exportaciones primarias agrícolas eran y siguen siendo las principales en su balanza comercial, un modelo de industrialización por sustitución de importaciones en los años setentas, y un modelo neoliberal en los años ochenta, el cual desembocó en la crisis de 1999 provocando que la tasa de desempleo y pobreza en el Ecuador se disparen; esto desembocó en la dolarización de la economía ecuatoriana.

En el año 2007 con el inicio del gobierno del Eco. Rafael Correa se empieza a reestructurar la economía, buscando apoyar alternativas de desarrollo económico que apunten a la mayor equidad y redistribución de la riqueza. A partir de la Constitución del año 2008 se plantea que el sistema económico es social y solidario. Se define a la economía solidaria como todas aquellas formas de organización que se juntan voluntariamente con el objetivo de satisfacer sus necesidades y buscar el desarrollo de la comunidad en la que se encuentran, colocando al ser humano como sujeto y fin de su actividad y basándose en los principios de solidaridad, reciprocidad y cooperación.

En el año 2011 se expide la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario en donde se establecen todas las normas por las cuales se rigen las organizaciones tanto del sector real de la EPS como del sector financiero. Posteriormente se crea la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria la cual es el ente regulador de dichas instituciones. Ésta parte normativa se encuentra enlazada con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, en donde se expone los objetivos, metas y lineamientos necesarios para la consolidación del sistema económico social y solidario de forma sostenible.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, A. (2006). *Breve Historia Económica del Ecuador*. Ecuador: Corporación Editora Nacional.

Alburquerque, F. (2004). *Desarrollo económico local y descentralización*.

<http://digital.csic.es/bitstream/10261/10544/1/lcg2220e-Alburquerque.pdf>

[Consulta: 1 de Diciembre de 2013]

Agencia de Noticias Andes. (2013, Julio, 22). *Hilando el desarrollo un proyecto que genera trabajo para artesanos de la economía popular y solidaria en Ecuador*.

<http://www.andes.info.ec/es/economia/hilando-desarrollo-proyecto-genera-trabajoartesanos-economia-popular-solidaria-ecuador> [Consulta: 17 de Noviembre de 2014]

Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Sudamérica (andes). (2011). *Las políticas públicas*

aplicadas permitieron reducir el desempleo.

<http://andes.info.ec/economia/laspoliticaspUBLICAS-aplicadas-permitieron-reducir-el-desempleo-45812.html> [Consulta: 25 de Agosto de 2014]

Arcos, C. Sánchez, J. Villavicencio, A. López, F. Marchán, C. Bonilla, M. (IAEN). (2011).

Economía Solidaria una alternativa de desarrollo integral para la sociedad. Quito: Imprenta Mariscal.

Arroyo, S. Bustamante, C. (2009). *La dimensión territorial como factor del desarrollo económico: algunos aportes metodológicos para su medición*.

<http://www.jstor.org> [Consulta: 1 de Diciembre de 2013]



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

Banco Central del Ecuador (BCE). (2014). Estadísticas Económicas.

<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas> [Consulta: 19 de Julio de 2014]

Banco Central del Ecuador (BCE). (2014). Evolución del volumen de crédito y tasas de interés.

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/e ct201401.pdf> [Consulta: 19 de Julio de 2014]

Boni, J. Cueva, V. Lucin, A. (2009). “Proyecto de inversión para la creación de una empresa de asesoría integral y publicidad, “los consultores, soluciones integrales” en la ciudad de Guayaquil”.

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7868/1/D-38581.pdf> [Consulta: 3 de Septiembre de 2014]

Bucheli, Marietta (2006). Curas, Campesinos y Laicos como Gerentes del Desarrollo: La Construcción de un Modelo de Desarrollo Emergente en Colombia.

Colombia: EDISOCIAL. 104 Callejón, M. (2003). En busca de las economías externas.

http://www.uib.es/depart/deaweb/webpersonal/javiercapo/EcRegional/lecturas/e c_externas_Callejon.pdf [Consulta: 30 de Noviembre de 2013]

Cañas, S. (2012). Economía Solidaria: Alternativa a la delincuencia y el desempleo. El caso de Santa Marta.

http://www.uca.edu.sv/deptos/economia/media/archivo/ae4f7d_economiasolidariaalalternativaaladelincenciayeldesempleoelcasodesantamarta.pdf [Consulta: 29 de Noviembre de 2013]

Carrasco, I. (1999). Cooperativas de crédito, desarrollo y creación de empleo.

http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/06_Carrasco_32.pdf [Consulta: 3 de Diciembre de 2013]

Casilda, R. (2004). América Latina y el Consenso de Washington.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/14120/original/America_Latina_y_el_consenso_de_Washington.pdf [Consulta: 17 de Agosto de 2014]

Cerdas, E. Jiménez, F. Valverde, M. (2006). Crisis de Ecuador en los años 1999-2000.

<http://www.auladeeconomia.com/articulosot-14.htm> [Consulta: 16 de Marzo de 2014] Cooperativa de Ahorro y Crédito Maquita Cushunchic.

<http://www.maquita.com.ec/index.html#> [Consulta: 5 de Septiembre de 2014]

Coque, J. (2003). La nueva Economía Social. Respuestas cooperativas tradicionales a retos sociales y económicos actuales. <http://www.jstor.org> [Consulta: 29 de Noviembre de 2013] Coraggio, J.L. (2011). El trabajo antes que el capital.

http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economia_social.pdf [Consulta: 10 de enero de 2014] Coraggio, J. L. (2011). José Luis Coraggio: “Los Estados deben marcar el rumbo económico, nuestras economías no pueden quedar libradas al juego del mercado global” Entrevista al reconocido economista.

http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Los_Estados_deben_marcar_el_rumbo_economico.pdf [Consulta: 11 de enero de 2014]

Coraggio, J.L. (s.f.). La economía popular y solidaria en el Ecuador.

http://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/La_economia_popular_solidaria_en_el_Ecuador.pdf [Consulta: 10 de Diciembre de 2013]

Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias.

Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (2014). Informe de Gestión Enero Diciembre 2014.

<http://www.finanzaspopulares.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/03/Informe-ilustrativo-2014.pdf> [Consulta: 28 de marzo de 2015]

Correa, R. (2009). Ecuador: de Banana Republic a la No República. Colombia: Random House Mondadori.



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

Da Ros, G. (2001). *Realidad y Desafíos de la Economía Solidaria Iniciativas comunitarias y cooperativas en el Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.

Demoustier, D. (2005). *Las empresas sociales: ¿nuevas formas de Economía Social en la creación de servicios y empleos?*.

http://www.ciriecrevistaeconomia.es/banco/11_Demoustier_52.pdf [Consulta: 2 de Diciembre de 2013]

Diario El Comercio. (2009, Diciembre, 22). *Maquita Cushunchic es un ejemplo de comercio justo*. <http://www.elcomercio.com/actualidad/maquita-cushunchic-ejemplo-comerciojusto.html> [Consulta: 4 de Septiembre de 2014]

Diario El Comercio. (2014, Agosto, 24). *Emprendimiento de la economía popular y solidaria, en una feria en Quito*. <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/emprendimientoseconomia-popular-solidaria-feria.html> [Consulta: 10 de Noviembre de 2014]

El Telégrafo. (2013, Diciembre, 02). *Pequeños negocios, gran potencial. Las claves de las Mipymes*. <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negociosgran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html> [Consulta: 10 de Noviembre de 2014]

Fajardo, G. (2009). *La economía social en las leyes*. http://www.ciriecrevistaeconomia.es/banco/6601_Fajardo.pdf [Consulta: 30 de Noviembre de 2013]

Gallego, J. (2011). *Teorías del Desarrollo Económico y la Cooperación Científica y Tecnológica Internacional*. [dialnet.unirioja.es descarga articulo 0 3389.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/03389.pdf) [Consulta: 29 de Noviembre de 2013]

Guerra, P. (2012). *Miradas Globales para otra Economía*. Barcelona: SETEM.

Guridi, L. De Mendiguren, J. (2014). *La dimensión económica del Desarrollo Humano Local: La economía social y solidaria*. España: UPV/EHU



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo de Población y Vivienda 2010.

Juste, J. Gómez, J. Fernández, J. (2007). La economía social como agente de desarrollo local. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3956760> [Consulta: 20 de Noviembre de 2013]

Lanas, E. (2014). Políticas Públicas sobre Economía Solidaria en Ecuador.

<http://hdl.handle.net/10644/3843> [Consulta: 17 de Septiembre de 2014]

Liendo, M. Martínez, A. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo de las PYMES.

<http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/liendoasociativ01.pdf> [Consulta: 15 de Noviembre de 2013] 106

Maquita Turismo.

http://www.maquitaturismo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=103 [Consulta: 13 de Agosto de 2014]

Marcillo, C. Salcedo, A. (2010). Economía Solidaria: Teoría y realidades de éxitos comunitarios. Historias de superación en Ecuador y Castilla La Mancha.. Quito: Fundación Iberoamericana para el Desarrollo.

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.

<http://www.desarrollosocial.gob.ec/economiapopular-y-solidaria/> [Consulta: 19 de Septiembre de 2014]



El aporte del marketing en la economía popular y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador

Revista Publicando, 3(8). 2016, 467-486. ISSN 1390-9304

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

<http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/Precautelarla-estabilidad-solidez-desarrollo-y-correcto-funcionamiento-de-las-instituciones-de-laEPS-y-del-SFPS1.pdf> [Consulta: 15 de Noviembre de 2014]

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (s.f.). Escuela de Formación Intensiva El modelo de desarrollo del Buen Vivir ecuatoriano y la Revolución Ciudadana. http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/escuela-de-formacionintensiva_EP-1.pdf [Consulta: 14 de Noviembre de 2014]

Mozas, A. Bernal, E. (2006). Desarrollo territorial y economía social.