

Economía Popular y Solidaria: factores para el desarrollo de asociatividad empresarial en Ecuador

Popular and Solidarity Economy: Factors for the Development of Business Associativity in Ecuador

Fernando Neptalí Terán Guerrero

<https://orcid.org/0000-0002-6454-482X>
nandot28@yahoo.es

Instituto Superior Tecnológico Vicente León, Universidad Técnica Ambato

Mariana de Lourdes Silva Garzón

<https://orcid.org/0000-0002-2846-075X>
marianasilvagarzon1977@gmail.com

Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Verónica Elizabeth Murgueitío Reyes

<https://orcid.org/0009-0002-5222-2265>
veromure@gmail.com

Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Diana Maribel Quintana Yáñez

<https://orcid.org/0009-0004-6373-5490>
diany8644@hotmail.com

Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Fernanda Elizabeth Albán Molina

<https://orcid.org/0009-0002-1083-153X>
felizabethalban@gmail.com

Instituto Superior Tecnológico Vicente León

RESUMEN

El artículo se centra en la Economía Popular y Solidaria (EPS) en Ecuador y su relación con el desarrollo asociativo empresarial. Se revisa la literatura existente sobre la EPS, así como las teorías relacionadas con la formación de asociatividad como estrategia para impulsar la competitividad y el crecimiento económico. La metodología utilizada en el artículo se basa en una revisión bibliográfica de estudios e investigaciones previas sobre la EPS y asociatividad empresarial en Ecuador. Se realiza un análisis crítico de los factores que influyen en el desarrollo de asociatividad empresarial en el contexto de la EPS. Se discuten posibles desafíos y oportunidades para el desarrollo de asociatividad empresarial en el marco de la EPS en Ecuador, así como posibles implicaciones para acciones estratégicas. Los

resultados del artículo destacan varios factores que influyen en el desarrollo de asociatividad empresarial en Ecuador dentro del marco de la EPS. Entre ellos se encuentran la colaboración y cooperación entre los actores de la asociatividad, el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental, la capacitación empresarial, y la articulación con los mercados internacionales. Se destacan posibles áreas de mejora y se proponen recomendaciones para promover dicha asociación exitosa en el marco de la EPS en Ecuador.

Palabras clave: asociatividad, economía, factores, popular, solidaria.

Recibido: 17-03-23 - Aceptado: 19-04-23

ABSTRACT

The article focuses on the Popular and Solidarity Economy (EPS) in Ecuador and its relationship with business associative development. The existing literature on the EPS is reviewed, as well as the theories related to the formation of associativity as a strategy to promote competitiveness and economic growth. The methodology used in the article is based on a bibliographical review of previous studies and research on the EPS and business associations in Ecuador. A critical analysis of the factors that influence the development of business associativity in the context of the EPS is carried out. Possible challenges and opportunities for the development of business associations within the framework of the EPS in Ecuador are discussed, as well as possible implications for strategic actions. The results of the article highlight several factors that influence the development of business associations in Ecuador within the framework of the EPS. Among them are the collaboration and cooperation between the actors of the associativity, access to financing, government support, business training, and articulation with international markets. Possible areas for improvement are highlighted and recommendations are proposed to promote such a successful association within the framework of the EPS in Ecuador.

Keywords: associativity, economy, factors, popular, solidarity.

INTRODUCCIÓN

La Economía Popular y Solidaria (EPS) es un enfoque económico que busca promover la participación y solidaria de la comunidad en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, con el objetivo de generar desarrollo local y reducir la desigualdad económica. En este contexto, los clústeres empresariales se han convertido en una estrategia clave para fomentar la competitividad y el crecimiento económico en diversos países, incluyendo Ecuador. La EPS ha emergido como una alternativa de desarrollo económico en varios países de América Latina, incluyendo Ecuador.

En Ecuador, la EPS ha cobrado una gran importancia en las últimas décadas, ya que ha sido reconocida como una herramienta clave para enfrentar la exclusión y la pobreza. La EPS se basa en la participación de los actores sociales, incluyendo a las comunidades, organizaciones de la sociedad civil, cooperativas, empresas y personas individuales. Estos actores trabajan juntos para producir bienes y servicios, compartir recursos y conocimientos, y mejorar su calidad de vida.

Según Muñoz Farfán y Paredes Terán (2018), la asociatividad empresarial es una herramienta clave para el desarrollo económico de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la economía popular y solidaria. Los autores destacan que la asociatividad empresarial permite a las Pymes mejorar su capacidad de negociación, acceder a recursos y conocimientos, y reducir costos de producción.

Por su parte Lastra et al. (2020), destacan que la asociatividad empresarial puede mejorar la competitividad de las empresas en la EPS al permitirles trabajar en conjunto y aprovechar economías de escala. Además, los autores señalan que la asociatividad empresarial puede generar un impacto positivo en la comunidad al fomentar el desarrollo económico local.

La EPS ha demostrado ser efectiva en la reducción de la pobreza y la exclusión social en el Ecuador. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en 2020 el sector de la EPS generó más de 1.2 millones de empleos, lo que representó el 21,5% del empleo total en el país. Además, la EPS ha contribuido al desarrollo de las comunidades locales y ha mejorado la calidad de vida de sus habitantes (SEPS, 2021).

En síntesis, la EPS es un modelo económico importante en el Ecuador, ya que ha demostrado ser una herramienta efectiva para reducir la exclusión y la pobreza, promover la inclusión social y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

En el contexto ecuatoriano, varios autores han investigado los factores que impulsan el desarrollo de clústeres empresariales en el sector de la EPS. Por ejemplo, Roca et al. (2020), Rocha (2004), Rocha y Sternberg (2005). sostienen que la cooperación y la colaboración entre empresas, así como la existencia de instituciones de apoyo y políticas públicas favorables, son factores clave para la formación de clústeres empresariales en Ecuador.

En este artículo, se analizarán los factores clave para el desarrollo asociativo empresarial en Ecuador, desde la perspectiva de diferentes autores y expertos en el tema. Se revisarán diversas fuentes bibliográficas para fundamentar los argumentos presentados.

METODOLOGÍA

Se realizará una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre Economía Popular y Solidaria (EPS), asociatividad empresarial y desarrollo económico en Ecuador. Esto implica buscar y revisar investigaciones, estudios y publicaciones académicas relevantes en revistas especializadas, libros, informes gubernamentales y otras fuentes confiables para obtener una comprensión sólida del estado actual del tema de investigación.

Se identificarán las variables relevantes para el estudio que son los factores, basadas en la revisión de método bibliográfico de tipo descriptivo con enfoque cualitativo. Una vez definida la metodología, se debe llevar a cabo la recopilación de datos. Esto puede implicar la obtención de datos secundarios de fuentes confiables, como bases de datos gubernamentales, informes de financieras y otros estudios previos.

Una vez realizado el análisis de datos, se deben interpretar los resultados obtenidos en relación con los objetivos del estudio y la revisión bibliográfica realizada. Esto implica analizar los hallazgos y relacionarlos con las teorías existentes y los conceptos discutidos en la literatura revisada.

Finalmente, se deben elaborar las conclusiones del artículo. Esto implica resumir los principales hallazgos, destacar las contribuciones y limitaciones del estudio, y proponer

recomendaciones para acciones políticas relacionadas con la EPS y el desarrollo asociativo empresarial en Ecuador.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Economía Popular y Solidaria (EPS)

Es un enfoque económico que ha sido abordado por varios autores desde diferentes perspectivas. A continuación, se presenta una revisión bibliográfica de dicho concepto:

Paul Singer, en su libro "Economía Solidaria: Una perspectiva brasileña" (2020), aborda la economía popular y solidaria como "un conjunto de actividades económicas organizadas y llevadas a cabo por trabajadores en busca de su subsistencia, bajo una lógica solidaria y cooperativa, en contraposición a la lógica del mercado del capitalismo" (p. 29). Singer destaca la importancia de la cooperación y la solidaridad como principios fundamentales en este enfoque de economía.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), define la economía popular y solidaria como "el conjunto de actividades y procesos económicos y sociales orientados a la producción, distribución, consumo y financiamiento de bienes y servicios, llevados a cabo por personas naturales y jurídicas, de manera individual o colectiva, que promueven relaciones solidarias y de reciprocidad, y que tienen como fin el bienestar de sus integrantes y de la comunidad en su conjunto" (Artículo 2). Esta ley establece los principios, objetivos, políticas y regulaciones para el desarrollo de la EPS Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017).

Arcos et al. (2011) citado por Ruiz Revelo (2015), la EPS se define como un conjunto de prácticas económicas y sociales que promueven la participación y solidaria de las personas en la producción, distribución, consumo y finanzas, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida y trabajo de las comunidades.

También en otro estudio la EPS se basa en la construcción colectiva de un modelo económico que busca la justicia social, la solidaridad, la participación ciudadana y la sostenibilidad, a través de la cooperación, la autogestión y la democracia económica (Morales Molina y Llamuca Pérez, 2021).

Nos menciona el investigador Coraggio (2011, 2018), se refiere a la EPS engloba una amplia variedad de organizaciones económicas, tales como cooperativas, mutuales, asociaciones y otras formas de empresas sociales, que buscan combinar la eficiencia económica con la equidad social y la participación ciudadana.

La EPS se fundamenta en la cooperación, la solidaridad, la justicia social y la participación ciudadana, con el propósito de promover la emancipación humana y la transformación social, superando las desigualdades económicas y sociales inherentes al sistema capitalista (Herrera, 2019).

Los autores Vilchez-Tornero y Correa-Herrera (2023), explican que la EPS es una alternativa económica que surge en América Latina, caracterizada por la cooperación, la autogestión, la justicia social y la democracia económica, con el objetivo de promover la inclusión social, la participación ciudadana y la soberanía económica de los sectores más vulnerables de la sociedad.

Estas son algunas citas de varios autores que abordan el concepto de EPS desde diferentes enfoques y perspectivas. Estos autores coinciden en que buscan promover la justicia social, la participación ciudadana, la cooperación y la solidaridad en las prácticas económicas.

Por lo tanto, se define a la EPS como una forma de producción, distribución, consumo y financiamiento que promueve la justicia social, la igualdad, la solidaridad y la participación ciudadana, con el fin de superar la exclusión y la pobreza; se destaca la importancia de la participación ciudadana y la promoción de la justicia social en este enfoque de economía.

También es importante señalar el Art. 4 de la LOEPS en el año 2011, las organizaciones de este sector se guían por los siguientes principios, que deben aplicar los actores involucrados en el entorno empresarial (ver figura 1):



Figura 1: Principios de la Economía Popular y solidaria.

Fuente: Serrano y Andrea (2019).

Según Guerrero Carrera y Ramos Masache (2014, p.14) menciona que la Constitución vigente desde octubre de 2008, se replanteó la concepción del sistema como social y solidario en la Constitución de la República del Ecuador, artículo 283, cuyo sujeto y fin es el ser humano, y su objetivo es garantizar la producción y reproducción de condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir para todas las personas, pueblos y nacionalidades que habitan el país; sistema económico justo, definido democrática y participativamente, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Esta nueva visión de la economía involucra a otros actores e integran nuevas formas de hacer una organización económica (ver figura 2), además de las tradicionales pública y privada, sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios y estas se aglutinan bajo la denominación de Economía Popular y Solidaria, en las cuales prevalece el ser humano y la mejora de sus condiciones socio económicas de forma colectiva, por sobre el capital económico y el beneficio individual (Moreno Vaca, 2016).

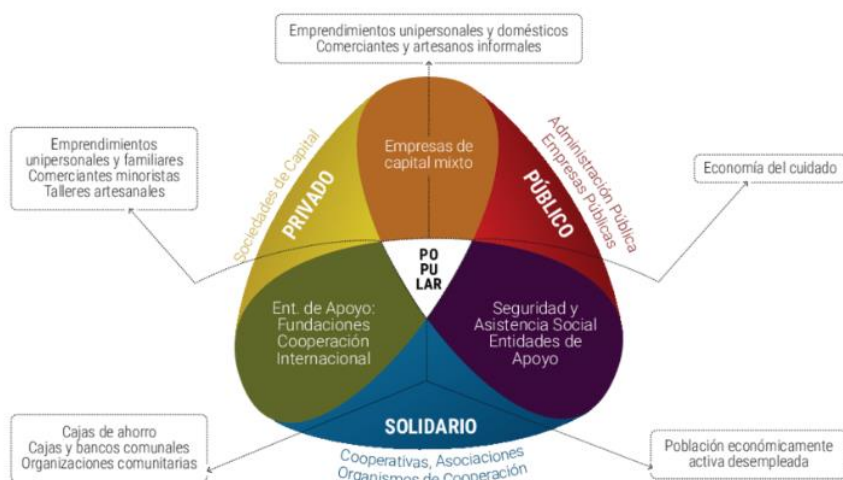


Figura 2: Diagrama del Sistema Económico Social y Solidario.

Fuente: SEPS (2019).

En el estado ecuatoriano, sabemos que se tiene las formas de asociación empresarial (pública, privada y mixta), que reconoce a las formas comunitaria, asociativa y cooperativa, reforzando esta importante definición del Sistema Económico y fomentando la importancia de la EPS.

Asociatividad Empresarial

La asociatividad empresarial se refiere a la capacidad de las empresas para colaborar y trabajar juntas en una forma estratégica y cooperativa para alcanzar objetivos comunes. A continuación, se presentan algunos conceptos de asociatividad empresarial.

La asociatividad empresarial es la forma más efectiva de generar economías de escala y de capacidades complementarias, recursos, tecnologías y estrategias entre empresas, lo que permite aumentar la competitividad de cada una y obtener un beneficio mutuo (Duque et al., 2021).

La asociatividad empresarial se refiere a la creación de una red de empresas interdependientes que colaboran en áreas clave, como la producción, el marketing y la investigación y desarrollo, para obtener ventajas competitivas y aumentar la eficiencia (Tutistar Montezuma, 2022).

Menciona (Salas León, 2022), que la asociatividad empresarial implica la conformación de alianzas estratégicas entre empresas, con el fin de aprovechar las sinergias entre ellas, compartir riesgos y costos, y mejorar la innovación y la eficiencia.

Según David A. Hounshell, la asociatividad empresarial es "el proceso de crear y mantener relaciones de cooperación y colaboración a largo plazo entre empresas, con el objetivo de alcanzar metas comunes y mejorar la competitividad en el mercado" (Hounshell, 2002).

En la investigación escrita por Ibáñez y Cruz Cabrera (2013) menciona a Dini (2010), que señala la asociatividad empresarial en el contexto del desarrollo económico y social de las zonas rurales. Según Dini (2010), la asociatividad es la capacidad de las personas y organizaciones de unirse y colaborar para lograr objetivos comunes, lo que permite la generación de economías de escala y la reducción de costos de transacción.

En este sentido, la asociatividad puede entenderse como una estrategia para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas y organizaciones rurales, especialmente en contextos de pequeña escala y baja productividad. La colaboración y la coordinación entre los diferentes actores de la cadena productiva pueden permitir la optimización de los recursos, la mejora de la calidad de los productos y servicios, y la diversificación de las actividades económicas.

En la investigación escrita por Ibáñez y Cruz Cabrera (2013), se explica que la asociatividad empresarial puede adoptar diferentes formas, tales como las alianzas estratégicas, los consorcios empresariales, los clúster o grupos empresariales, entre otros.

Según los autores, la asociatividad empresarial puede ser una estrategia efectiva para aumentar la competitividad de las empresas, ya que les permite acceder a recursos y conocimientos que de otra manera podrían resultarles difícil obtener. Además, la asociatividad empresarial también puede generar sinergias y economías de escala que beneficien a todas las empresas involucradas.

La asociatividad empresarial se refiere a la capacidad de las empresas de unirse y colaborar entre sí para alcanzar objetivos comunes. En su análisis Colmenarez y Delgado (2003), examinan la importancia de la asociatividad empresarial en el contexto de la competitividad de las empresas. La asociatividad empresarial puede tener diversos beneficios para las empresas que se unen. En primer lugar, puede aumentar su capacidad de negociación con proveedores, clientes y otros actores del mercado. Además, puede permitirles compartir recursos y conocimientos, lo que puede generar sinergias y mejorar su eficiencia y

productividad. La asociatividad también puede ayudar a las empresas a acceder a nuevos mercados y diversificar sus productos y servicios.

Sin embargo, ellos señalan que la asociatividad empresarial también puede tener sus desafíos. En particular, es importante establecer una estructura clara y equitativa para la toma de decisiones y la distribución de beneficios entre las empresas asociadas. Además, es fundamental construir relaciones de confianza y respeto mutuo entre las empresas para lograr una colaboración exitosa.

En síntesis, el análisis de Colmenarez y Delgado (2023), destacan la importancia de la asociatividad empresarial como una estrategia para mejorar la competitividad de las empresas. Sin embargo, también enfatiza la necesidad de abordar cuidadosamente los desafíos que pueden surgir al establecer una colaboración entre empresas.

Factores de Asociación Empresarial para una Economía Popular y Solidaria (EPS)

Se aplicó los factores tomando en cuenta autores especializados en estos temas importantes para fundamentar nuestro análisis; por eso la Asociatividad Empresarial pretenden la cooperación entre empresas de una misma localidad o zona, con el objeto de mejorar la gestión empresarial, la productividad y competitividad, aplicando nuevos modelos de negocios para lograr economías de escala y acceder a nuevos mercados.

Colmenarez y Delgado (2003), establecen que los objetivos principales de un proceso asociativo son la compartición de riesgos y la reducción de costos. Esto implica que, al unirse en una asociación, las empresas o individuos involucrados pueden compartir los riesgos y los costos asociados con el desarrollo de un proyecto o la realización de una actividad.

Desde la representación de Colmenarez y Delgado (2003), Narváez et al. (2009), Laguna et al. (2022), (ver figura 3) los factores asociativos se componen en:

- *Factor organizacional:* Mejoras en los modelos productivos pueden ayudar a aumentar la eficiencia y la productividad de la empresa, lo que puede llevar a una mayor rentabilidad y éxito en el mercado. Las nuevas formas de administración, la planificación estratégica y los sistemas de información pueden ayudar a una empresa a ser más ágil y adaptable a los cambios en el mercado. La capacitación en grupo, la negociación y la I+D+i pueden mejorar la calidad de los productos y servicios y

aumentar la innovación, lo que puede ayudar a diferenciar a la empresa de la competencia.

- *Factor financiero:* El acceso al financiamiento es fundamental para el crecimiento y el éxito de una empresa. Las inversiones en grupo y las compras pueden ayudar a obtener economías de escala, lo que puede reducir los costos y aumentar la eficiencia. También es importante tener un buen control de los costos y la gestión del flujo de efectivo.
- *Factor de mercadeo:* El desarrollo y la apertura de nuevos mercados, la creación de productos y el intercambio de información comercial pueden ayudar a expandir la base de clientes de una empresa y aumentar su presencia en el mercado. Las alianzas para comprar y vender de forma conjunta también pueden ayudar a reducir los costos y aumentar la eficiencia. Es importante tener una buena estrategia de marketing y mantenerse al tanto de las tendencias del mercado para poder adaptarse a las necesidades de los clientes y mantenerse competitivo.

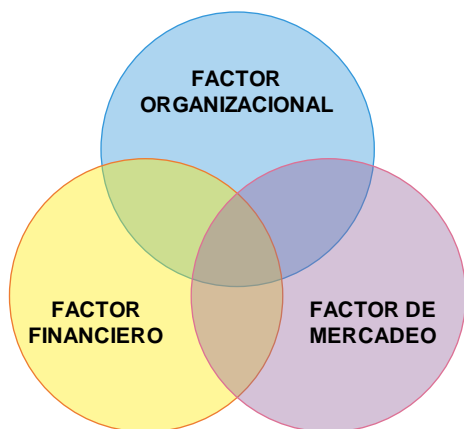


Figura 3: Factores asociativos empresariales.

Fuente: Elaboración propia basado en Colmenarez y Delgado (2003), Narváez et al. (2009), Laguna et al. (2022).

En compendio, según Dini (2010), las empresas pueden obtener varios beneficios al asociarse con otras empresas, tales como: flexibilidad en la gestión empresarial, aprendizaje colectivo que genere conocimiento, fuerzas dinámicas en la negociación, crecimiento con

responsabilidad social y desarrollo sostenible, y mayor competitividad en el sector y la zona en la que actúan las empresas asociadas (Narváez et al., 2009).

De acuerdo, en cuanto a los factores organizacionales en la asociatividad empresarial, Colmenarez y Delgado (2003), Narváez et al. (2009), destacan lo siguiente:

- La necesidad de establecer objetivos y metas claras para la asociación, con el fin de garantizar que todas las empresas asociadas trabajen en la misma dirección.
- La importancia de establecer estructuras organizacionales eficaces para la asociación, incluyendo la definición de roles y responsabilidades de los miembros, y la creación de mecanismos de coordinación y comunicación efectivos.
- La necesidad de establecer procesos eficientes para la toma de decisiones, de tal manera que las empresas asociadas puedan tomar decisiones conjuntas de manera rápida y efectiva.
- La importancia de establecer sistemas de control y monitoreo para evaluar el desempeño de la asociación y garantizar que se logren los objetivos establecidos.
- La necesidad de fomentar la confianza y la colaboración entre las empresas asociadas, ya que esto es esencial para el éxito de la asociación y para asegurar que las empresas trabajen juntas de manera efectiva.
- La necesidad de establecer una cultura empresarial que fomente la innovación y el cambio, lo que puede ayudar a las empresas a adaptarse a los cambios en el entorno empresarial y a encontrar nuevas oportunidades de crecimiento.

Comprendido, los autores Colmenarez y Delgado (2003), Laguna et al. (2022), se enfocan en los factores financieros en la asociatividad empresarial y mencionan que estos pueden incluir:

- La obtención de recursos financieros a través de la asociación, lo que puede permitir a las empresas acceder a nuevas fuentes de financiamiento y mejorar su capacidad para invertir y crecer.
- La reducción de costos mediante la implementación de estrategias de colaboración y la eliminación de actividades redundantes, lo que puede mejorar la rentabilidad de las empresas asociadas.

- La diversificación de riesgos, ya que, al asociarse, las empresas pueden compartir los riesgos y los costos asociados con la inversión en nuevos proyectos y mercados.
- La mejora del acceso a los mercados y la ampliación de la base de clientes, ya que la asociación puede permitir a las empresas llegar a nuevos mercados y clientes que no estarían disponibles para ellas de manera individual.
- La mejora de la rentabilidad mediante el aumento de la eficiencia y la productividad, lo que puede lograrse mediante la colaboración y el intercambio de conocimientos entre las empresas asociadas.
- La posibilidad de acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio, lo que puede mejorar la rentabilidad y el crecimiento de las empresas asociadas.

Los autores Narvárez et al. (2009), Ortiz González (2015), han estudiado los factores de mercadeo o mercado relacionados con la asociatividad empresarial y señalan que los principales factores que influyen en la formación de alianzas y asociaciones entre empresas son:

- *Complementariedad de recursos*: Las empresas que se asocian buscan complementar sus recursos, ya sean financieros, técnicos o humanos, para alcanzar objetivos comunes.
- *Sinergia*: La asociación de empresas busca lograr un efecto sinérgico que permita aprovechar mejor las oportunidades de mercado y mejorar la eficiencia y eficacia en la gestión empresarial.
- *Credibilidad*: Las empresas que se asocian deben tener credibilidad en el mercado, lo que se logra a través de una buena reputación, calidad de los productos y servicios, y compromiso con los clientes y la comunidad.
- *Alianzas estratégicas*: La formación de alianzas estratégicas permite a las empresas compartir recursos y conocimientos, lo que les permite enfrentar mejor los desafíos del mercado y aprovechar las oportunidades.

De igual manera en esta investigación se discute los factores organizacionales, financieros y de mercadeo; basado en las investigaciones previas. Para que la asociatividad empresarial tenga éxito, es importante que los factores organizacionales adecuados estén en su lugar. A

continuación, se propone una serie de factores organizacionales (ver figura 4) que se pueden implementar para fomentar una asociatividad empresarial efectiva:

Objetivos y valores compartidos: Es importante que los socios tengan objetivos y valores compartidos para que puedan trabajar juntos de manera efectiva. Se pueden establecer reuniones regulares para discutir los objetivos de la asociatividad y cómo se pueden alcanzar.

Visión y estrategia clara: Es fundamental que la empresa tenga una visión y una estrategia clara que incluya la asociatividad empresarial como parte de su plan de negocio. La empresa debe tener una comprensión clara de por qué busca establecer alianzas estratégicas, qué objetivos espera lograr y cómo se alineará con la visión y la estrategia de otras empresas. Es importante que la visión y la estrategia sean comunicadas de manera efectiva a todos los niveles de la organización, para que los empleados comprendan la importancia de la asociatividad.

Liderazgo participativo: El liderazgo es un factor crítico en la promoción de la asociatividad empresarial. Un liderazgo participativo, que fomente la participación y la colaboración en la toma de decisiones, puede generar un ambiente propicio para la creación de alianzas estratégicas. Los líderes deben promover una mentalidad abierta y proactiva hacia la búsqueda de oportunidades de asociatividad, además, el liderazgo debe ser capaz de motivar y movilizar a los empleados hacia la colaboración y la cooperación con otras empresas.

Estructura organizativa flexible: Una estructura organizativa flexible puede facilitar la colaboración con otras empresas. Las estructuras jerárquicas rígidas y centralizadas pueden dificultar la toma de decisiones y la agilidad necesaria para establecer alianzas empresariales. Por lo tanto, es importante que la empresa cuente con una estructura organizativa que promueva la autonomía, la flexibilidad y la capacidad de respuesta rápida a los cambios del entorno empresarial. Esto puede incluir la creación de equipos multidisciplinarios, la eliminación de barreras burocráticas.

Cultura organizacional colaborativa: Es un factor clave que puede influir en la disposición de una empresa para establecer alianzas empresariales. Una cultura organizacional basada en la colaboración, el trabajo en equipo y la apertura a la diversidad de ideas y enfoques puede fomentar la voluntad de la empresa para buscar asociaciones empresariales.

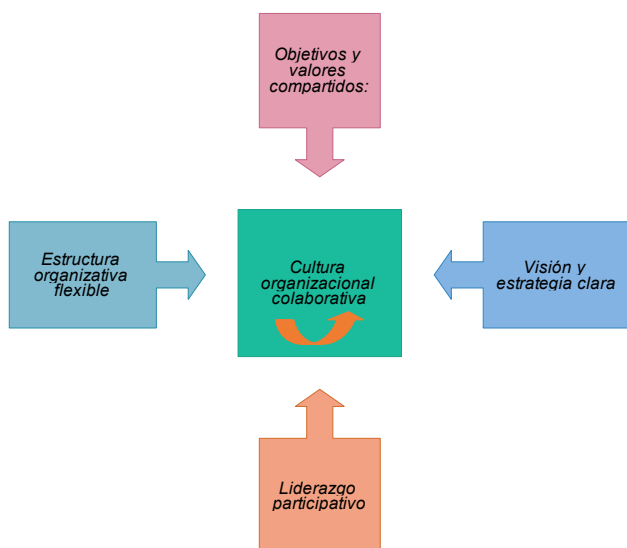


Figura 4: Factores organizativos para la asociatividad empresarial

Fuente: Elaboración propia.

Para fomentar la asociatividad empresarial, es necesario establecer un conjunto de factores financieros que incentiven a las empresas a colaborar (ver figura 5). En esta investigación, se propone algunos de estos factores:

Subsidios e incentivos fiscales: Otra opción para fomentar la asociatividad empresarial es a través de subsidios e incentivos fiscales. Los gobiernos podrían ofrecer beneficios fiscales a las empresas que formen parte de asociaciones empresariales, como exenciones de impuestos, deducciones de gastos y créditos fiscales. Estos incentivos fiscales podrían aplicar tanto en la etapa de creación de la asociación como durante su funcionamiento, con el objetivo de promover la participación activa de las empresas.

Fondos de capital semilla: Los fondos de capital semilla son una forma de financiamiento para nuevas empresas. Si bien pueden ser difíciles de obtener para empresas individuales, las empresas asociadas pueden tener una mejor oportunidad de obtener financiamiento de capital semilla debido a la mayor capacidad de producción y el menor riesgo percibido.

Financiamiento conjunto: Las empresas asociadas pueden solicitar financiamiento conjunto para proyectos específicos. Al compartir los costos y los riesgos, las empresas pueden tener acceso a financiamiento que de otra manera no sería posible.

Compartir recursos: Las empresas asociadas pueden compartir recursos, como equipos y espacio de oficina, lo que puede reducir los costos operativos y mejorar la eficiencia.

Adquisición conjunta: Las empresas asociadas pueden comprar insumos y materiales en conjunto, lo que puede reducir los costos de compra y mejorar las negociaciones con proveedores.

Compartir conocimiento: Las empresas asociadas pueden compartir conocimiento y experiencia, lo que puede mejorar la innovación y el desarrollo de productos.

Creación de nuevas oportunidades de negocio: La asociación empresarial puede crear nuevas oportunidades de negocio al combinar los conocimientos y habilidades de las empresas asociadas. Esto puede aumentar la rentabilidad de la asociación y mejorar la competitividad de las empresas individuales.

Programas de apoyo técnico y capacitación: La falta de conocimientos técnicos y capacidades gerenciales puede ser una barrera para la formación de asociaciones empresariales. Por lo tanto, es importante contar con programas de apoyo técnico y capacitación destinados a las empresas interesadas en formar parte de asociaciones empresariales.

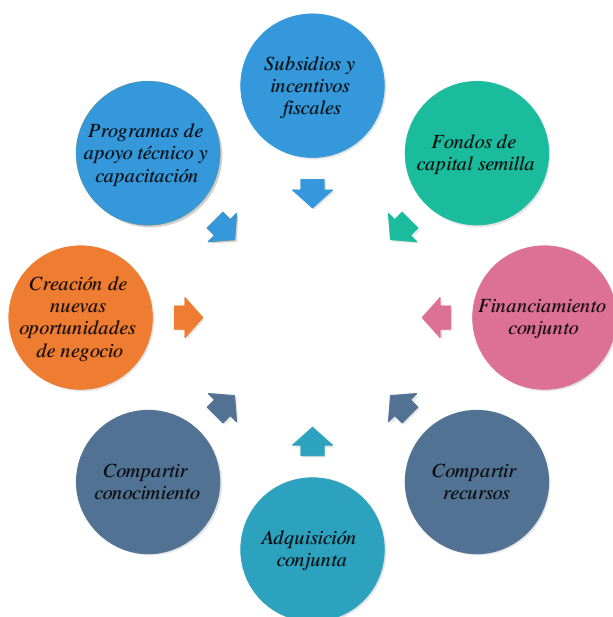


Figura 5: Factores financieros para la asociatividad empresarial.

Fuente: Elaboración propia.

Para fomentar la asociatividad empresarial, es necesario desarrollar una estrategia de marketing efectiva que involucre a todas las empresas involucradas. Aquí se presentan algunos factores de mercadeo que pueden ayudar a fomentar la asociatividad empresarial:

- **Identificación de las necesidades del mercado:** Es importante analizar el mercado y conocer las necesidades de los consumidores para poder ofrecer soluciones más eficientes y efectivas. La asociatividad empresarial puede permitir a las empresas compartir información y recursos para identificar las necesidades del mercado y desarrollar productos y servicios que se adapten a las demandas de los consumidores.

Desarrollar una estrategia de comunicación efectiva: La comunicación es clave para el éxito de cualquier asociatividad empresarial. Las empresas involucradas deben desarrollar una estrategia de comunicación efectiva que incluya la identificación de los mensajes clave y los canales de comunicación adecuados. Esto incluye la comunicación interna entre las empresas involucradas y la comunicación externa con los clientes y proveedores.

Creación de redes de contacto: el establecimiento de redes de contacto entre las empresas interesadas en la asociatividad es un factor clave para el éxito de esta práctica. Es necesario promover eventos de networking y espacios de interacción donde las empresas puedan conocerse y establecer relaciones de confianza y colaboración.

Crear una marca conjunta: La creación de una marca conjunta es una forma efectiva de fomentar la asociatividad empresarial. Una marca conjunta puede ayudar a las empresas involucradas a aumentar su visibilidad en el mercado y construir una imagen positiva en la mente de los consumidores. Esto puede lograrse mediante la creación de un nombre y logotipo conjuntos, la promoción conjunta de productos y servicios y la participación en eventos conjuntos.

Ofrecer beneficios mutuos: Las empresas involucradas en la asociatividad empresarial deben trabajar juntas para ofrecer beneficios mutuos. Esto puede incluir el intercambio de conocimientos y recursos, la reducción de costos a través de compras conjuntas y la colaboración en la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios. Al ofrecer beneficios mutuos, las empresas pueden mejorar su competitividad en el mercado.

Evaluar el éxito: Es importante evaluar regularmente el éxito de la asociatividad empresarial para identificar oportunidades de mejora y hacer ajustes necesarios. Las empresas involucradas deben establecer métricas de éxito y realizar seguimiento periódico para medir el progreso hacia los objetivos comunes identificados.

Transparencia: Es otro factor importante para la asociatividad empresarial. Las empresas deben ser transparentes en su forma de operar y en la toma de decisiones. Esto generará confianza entre los socios y permitirá establecer una relación de largo plazo.

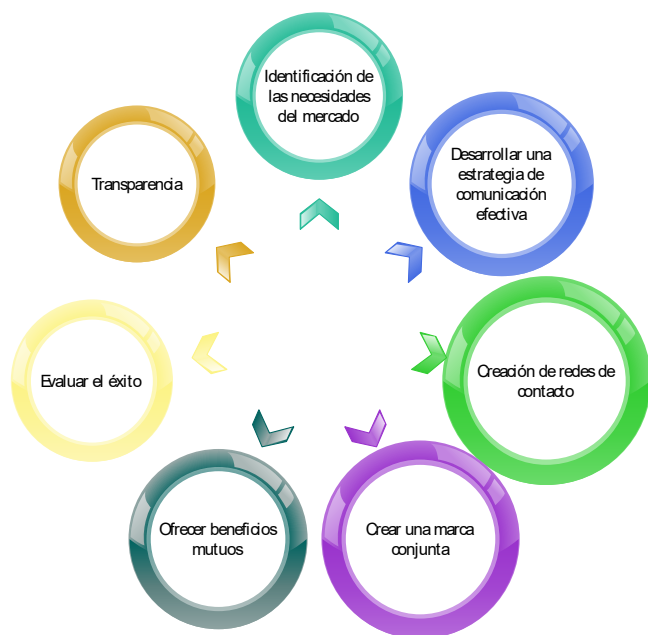


Figura 6: Factores de mercadeo para la asociatividad empresarial.

Fuente: Elaboración propia.

Otro factor importante para el desarrollo de la asociatividad empresarial en el Ecuador es el fortalecimiento de las redes y alianzas entre las organizaciones de la EPS. Estas redes y alianzas permiten a las organizaciones compartir información, recursos y conocimientos, así como colaborar en proyectos conjuntos y en la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades de negocio. Además, la promoción de una cultura solidaria en la sociedad ecuatoriana ha fomentado la creación y el fortalecimiento de las organizaciones de la EPS, así como la colaboración y el trabajo en equipo entre ellas.

Sin embargo, a pesar de los avances realizados en la promoción y el fortalecimiento de la EPS en el Ecuador, todavía existen desafíos que deben ser abordados para consolidar el desarrollo de la asociatividad empresarial. Uno de ellos es el fortalecimiento de la formación y capacitación empresarial, que permita a las organizaciones de la EPS mejorar su gestión y aumentar su capacidad para competir en el mercado. Otro desafío es la mejora del acceso a la tecnología y la innovación, que permita a las organizaciones de la EPS mejorar sus procesos productivos y aumentar su eficiencia y productividad.

CONCLUSIONES

Entre los beneficios específicos de la asociatividad empresarial destacan la posibilidad de compartir riesgos, la reducción de costos, el aumento de la eficiencia, la mejora de la calidad de los productos o servicios, el acceso a nuevos mercados, la innovación y la capacidad de negociación con proveedores y clientes.

Sin embargo, para que la asociatividad empresarial sea efectiva, es necesario que exista una cultura de colaboración y confianza entre las empresas involucradas, así como una clara definición de los objetivos y beneficios que se esperan obtener de la asociación.

La EPS en el Ecuador se ha convertido en un sector importante para el desarrollo económico y social del país, y la asociatividad empresarial es una herramienta fundamental para su fortalecimiento y crecimiento. La implementación de políticas y programas que fomentan la creación y el fortalecimiento de las organizaciones de la EPS, el acceso a capacitación y asistencia técnica, el acceso a financiamiento, el fortalecimiento de redes y alianzas y la promoción de la cultura solidaria son factores clave para el desarrollo de la asociatividad empresarial en el Ecuador.

Entre los principales factores identificados se encuentran el fortalecimiento de las organizaciones de la EPS a través de la capacitación empresarial y el acceso a financiamiento, la creación de redes y alianzas entre organizaciones, la promoción de una cultura solidaria en la sociedad ecuatoriana, así como el acceso a la tecnología y la innovación para mejorar la eficiencia y la productividad de las organizaciones.

La implementación de políticas y programas que fomenten la creación y el fortalecimiento de organizaciones de la EPS, así como el acceso a capacitación y asistencia técnica, son

esenciales para mejorar la gestión y capacidades empresariales de estas organizaciones, lo que les permitirá competir en el mercado y ser más sostenibles en el tiempo. Además, el acceso a financiamiento adecuado es crucial para el crecimiento y fortalecimiento de las organizaciones de la mencionadas anteriormente, ya que les permite invertir en sus actividades productivas y expandir sus operaciones.

A futuro lo que se desea hacer con los factores revisados en este estudio, es crear un modelo de asociatividad empresarial para las empresas ecuatorianas en el sector de la EPS.

REFERENCIAS

Arcos, C., Sánchez, J., Villavicencio, A., López, F., Marchán, C., Bonilla, M. (2011). Economía Solidaria una alternativa de desarrollo integral para la sociedad. IAEN. Quito: Imprenta Mariscal.

Colmenarez, S., Delgado, R. (2003). Reingeniería Socioeconómica y Desarrollo Endógeno Sostenible. Caracas: Organización Profuturo UNESCO.

Coraggio, J. (2011). Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital. Alberto Acosta y Esperanza Martínez. Quito: Editorial Abya-Yala.

Coraggio, J. (2018). Potenciar la Economía Popular Solidaria: una respuesta al neoliberalismo. Otra Economía, 11(20), 4–18. Recuperado de <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14771>

Dini, M. (2010). Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial. CEPAL. Serie Gestión Pública No. 72. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11362/7328>

Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D., y Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *Revesco: revista de estudios cooperativos*, (138), 187-212.

Guerrero Carrera, G., y Ramos Masache, C. (2014). Proyecto para la creación de un centro de desarrollo comunitario para el adulto mayor en el barrio central de la parroquia de Pomasqui. dspace.ups.edu.ec. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7403>

Herrera, J. J. R. (2019). Aproximación sociológica al significado de los términos: economía popular, economía social y economía solidaria en México. *Áreas. Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (39), 61-73. doi: 10.6018/areas.408441

Hounshell, D. A. (2002). *Building partnerships: cooperation between corporations and environmental groups*. MIT Press.

Laguna Alvarado, M. C., Laguna Alvarado, S. J., y Varón González, B. (2022). Impacto de la asociatividad en la competitividad de las empresas turísticas en la región del Tolima (Ibagué y Melgar). *Revista Gestión y Finanzas*, 4(7). Recuperado de: <https://revistas.ut.edu.co/index.php/gestionyfinanzas/article/view/2857>

Lastra, O. R., Rosales, L. V., y Luna, L. A. (2020). Agregación de valor en emprendimientos de economía popular y solidaria. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 7 (1). doi: 10.46377/dilemas.v8i1.2450

Salas León, C. (2022). Asociatividad empresarial como alternativa para el éxito competitivo de las MIPYMES en Costa Rica. *Yulök Revista de Innovación Académica*, 6(1), 28-45. doi: 10.47633/yulk.v6i1.433

Morales Molina, T., y Llamuca Pérez, S. L. (2021). Factores Sociales y emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador post covid. *Uniandes Episteme*, 8(2), 248-261.

Moreno Vaca, M. (2016). *Naturaleza jurídica del acto solidario*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador (Tesis Maestría). Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5317>

Muñoz Farfán, J. C., y Paredes Terán, P. V. (2018). La asociatividad y su incidencia en el desarrollo económico de las PYMES del cantón Milagro Ecuador 2016-2018. *UNEMI (Tesis de Licenciatura)*. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4341>

Narváez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, J. G., y Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. *Multiciencias*, 9(2), 157-166.

Ortiz González, P. A. (2015). Asociatividad: una manera de potenciar la red de apoyo y el desarrollo de las pymes y mipymes en Chile. *Innovar*, 24(53), 95-106. Recuperado de <http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc1/3467>

- Ruiz Revelo, E. (2015). La economía social y solidaria como modelo de desarrollo emergente en el Ecuador. PUCE. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10538>
- Roca, B. N., Caicedo, W. R., Albán, G. P., y Navarro, A. A. (2020). Perspectivas globales del emprendimiento social y su impacto con el desarrollo socioeconómico sostenible. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 5(1), 958-975.
- Rocha, H. (2004). *Entrepreneurship and Development: The Role of Clusters*. *Small Business Economics*. N a 23.
- Rocha, H., y Sternberg, R. (2005). *Entrepreneurship: The Role of Clusters Theoretical Perspectives and Empirical Evidence from Germany*. *Small Business Economics*. N a 24.
- Serrano, L., y Andrea, L. (2019). Economía Popular y Solidaria: Base para el Desarrollo Asociativo y Buen Vivir. *Revista Espacios*, 40(14). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n14/a19v40n14p25.pdf>
- Singer, P. (2020). *Economía Solidaria: Una perspectiva brasileña*. Fundación CEPA.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2017). *Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria*. Registro Oficial 444 de 10 de mayo de 2011. Actualizado el 23 de octubre de 2018. Recuperado de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522>.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Ecuador (SEPS) (2021). *La EPS en el Marco del Sistema Economico Social y Solidario*. Recuperado de <http://www.seps.gob.ec/interna?laeps-en-el-marco-del-sistema-economico-social-y-solidario>.
- Tutistar Montezuma, I. A. (2022). *Análisis de los factores que influyen en un grupo asociativo de organizaciones agropecuarias y campesinas hacia la articulación con el sector empresarial*. Estudio de casos Municipio Puerto Asís 2021.
- Vilchez-Tornero, J. L., y Correa-Herrera, J. F. (2023). *La Economía desde una Perspectiva Psicológica*. *La Economía Popular y Solidaria. Sociedad & Tecnología*, 6(1), 147-163. doi: 10.51247/st.v6i1.330