

Economía social: *Sumak Kawsay* y empoderamiento de la mujer

Social economy: *Sumak Kawsay* and empowering woman

Carmen Amelia CORAL Guerrero [1](#); María Eulalia CHÁVEZ Rivera [2](#); Carlos FERNÁNDEZ García [3](#); Cristina PÉREZ Rico [4](#)

Recibido: 02/03/2018 • Aprobado: 01/04/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)
- [Referencias](#)
- [Anexos](#)

RESUMEN:

El objeto de este artículo es analizar la Economía Social en Ecuador, desde un enfoque de tipo cualitativo, a través del estudio de casos de las empresas más representativas de la economía solidaria. En la actualidad, estas empresas están constituidas en su mayoría por indígenas y campesinos, suponiendo estas organizaciones plataformas de desarrollo alternativo en las comunidades rurales de de la Sierra y la Amazonía. El estudio concluye con la importancia del trabajo comunitario como mecanismo de progreso económico y social.

Palabras-Clave: Economía Social, *Sumak Kawsay*, Equidad de Género, Empresas Comunitarias, Comercio Justo

ABSTRACT:

The purpose of this article is to analyze the Social Economy in Ecuador, from a qualitative approach, through case studies of the most representative companies in the solidarity economy. Currently, these companies are mostly made up of indigenous people and peasants, with these organizations assuming alternative development platforms in the rural communities of the Sierra and the Amazon. The study concludes with the importance of community work as a mechanism of economic and social progress.

Keywords: Social Economy, *Sumak Kawsay*, Gender Equity, Community Enterprises, Fair Trade

1. Introducción

Nos encontramos en un mundo donde la desigualdad está latente y existen problemas significativos que aún las naciones no han logrado resolver como la contaminación, la pobreza, el acceso a servicios básicos, etc. El informe, una *Economía para el 99%* presenta cifras alarmantes donde el 1% de la población, que corresponde a tan solo ocho personas, acumulan la riqueza que equivale a lo que posee la mitad de los habitantes más pobres del planeta (OXFAM, 2017). Los avances en materia tecnológica, comunicación e infraestructura han proporcionado un adelanto considerable en el desarrollo de productos y servicios que facilitan mejoras en las condiciones de vida de los seres humanos. Sin embargo, la desigualdad económica ha impedido que se produzca una accesibilidad igualitaria para todas las personas. El Informe sobre pobreza y la prosperidad compartida: Abordar la desigualdad (World-Bank,

2016) y el libro el Capitalismo del Siglo XXI (Piketty, 2013) reafirmaron que la desigualdad dentro de los países es mayor que hace 25 años, y advirtieron de que la reducción de la desigualdad será clave para cumplir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible sobre pobreza del Banco Mundial del año 2016. Vivimos en un mundo globalizado, pero sin embargo cada día está más deshumanizado generando un número mayor de externalidades negativas para el desarrollo sostenible (Stiglitz, 2002).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), resumen las necesidades por lograr un equilibrio socioeconómico por los países en los próximos años, debido a que los pactados Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) no fueron alcanzados en el 2015, y razón por la cual, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha incorporado de nuevo en la agenda 2030, diecisiete objetivos (United Nations General Assembly, 2015) . Dentro de los objetivos más importantes para nuestra investigación se encuentra el Objetivo número 8: Trabajo decente y crecimiento económico, el cual analizamos a través de la economía social en Ecuador.

En este estudio se analizan los principios de la Economía Popular y Solidaria (E.P.S.) y se describe los principales impactos en las empresas seleccionadas para el estudio, a través del uso de una investigación exploratoria con las herramientas cualitativas como la entrevista y la observación directa de los fenómenos permitiendo la difusión de los aprendizajes de las experiencias en las comunidades indígenas y campesinas, como un aporte a la economía social desde la periferia.

1.1 Economía Social – Popular y Solidaria

A nivel mundial son muchos los avances que se han producido en materia de Economía Solidaria (E.S.), entre los diferentes países de Europa destaca España con la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) que fue creada en 1995 con el propósito de promover alternativas económicas sostenibles a las economías tradicionales (REAS, 2011).

En Latinoamérica, el Foro Brasileiro de Economía Solidaria (FBES) sobresale por su buena organización y desempeño, además ha conseguido implicar a los principales actores públicos y privados (Guerra, 2012). La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC) que está formada por 300 organizaciones, fundamentalmente cooperativas que operan bajo los principios del comercio justo, como **World Fair Trade Latin America (WFTO-LA) es un organismo supranacional con el mismo fin**. También merecen ser mencionadas otras organizaciones que agrupan a otros actores del movimiento como son la Red Intercontinental de Economía Social y Solidaria (RIPESS LA) y el Espacio Mercosur Solidario (EMS).

Ecuador ha logrado avances significativos en la economía social, para Coraggio (2011) el país, es un referente mundial en cuanto a la institucionalización jurídica de la economía popular y solidaria ya que posee un marco jurídico más desarrollado en estos temas que el resto de los países andinos. En la Constitución, se incluye la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, que ha propiciado la creación en el 2012 del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) dentro del cual hay un organismo dedicado exclusivamente a la supervisión y control de este tipo de actividades, llamado Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS, 2017).

La Constitución Política del Ecuador, artículo 283 establece que: “el sistema económico es popular y solidario (...) propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado (...) y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir” (Asamblea Nacional Ecuador, 2008) respaldando y reconociendo todo lo que se conoce como la Economía Popular y Solidaria. El artículo. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (Asamblea Nacional Ecuador, 2011) define este tipo de economía como “una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos”.

Entre los principios de la Economía Popular y Solidaria establecidos en la ley ecuatoriana se destacan: la búsqueda del Buen Vivir y el bienestar común, la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales, el comercio justo, el comercio ético

y responsable, la equidad de género, el respeto a la identidad cultural, la autogestión, la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas, la distribución equitativa y solidaria de los excedentes.

En la presente investigación se ha hecho un análisis y una clasificación de los principios de la Economía Popular y Solidaria y los tres ejes de análisis que efectuaremos: *Sumak Kawsay*, comercio justo y equidad de género.

Tabla 1
Clasificación de los principios de economía popular y solidaria en Ecuador

Principios de la economía popular y solidaria	Ejes de economía popular y solidaria
La búsqueda del Buen Vivir y el bienestar común.	<i>Sumak Kawsay</i>
La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.	
La distribución equitativa y solidaria de los excedentes.	
La responsabilidad social y ambiental.	Comercio Justo
La solidaridad y rendición de cuentas.	
La equidad de género. El respeto a la identidad cultural.	Equidad de género

Fuente: *elaboración propia

1.2. *Sumak Kawsay* como alternativa al desarrollo

El *Sumak Kawsay* es un vocablo Kichwa que se ha traducido al Español como Buen Vivir y al Inglés como Well Living. El Buen Vivir expresa la idea de una vida no mejor, ni mejor que la de otros, ni en continuo desvivir por mejorarla, sino simplemente buena en los términos definidos por la propia cultura. El Vivir Bien (Suma qamaña en el aymara boliviano) introduce el elemento comunitario, por lo que tal vez se podría traducir como "buen convi- vir", la sociedad buena para todos en suficiente armonía interna y con particular respeto a la madre tierra (Tortosa, 2011).

El *Sumak Kawsay* se presenta como una visión alternativa al desarrollo ortodoxo de las grandes potencias que pretenden promover el crecimiento económico olvidando la forma de vida de sus habitantes, su cultura, sus preferencias y su filosofía de respeto a la naturaleza (Guardiola, 2011; Rodríguez, 2017). Para Giovannini & Monroy (2016) el Buen Vivir, es "una contribución original de los pueblos indígenas latinoamericanos que merece atención en el debate sobre el desarrollo".

En Ecuador, el término Kichwa *Sumak Kawsay* ha sido incorporado en la Constitución del 2008 y en los Planes de Desarrollo nacionales, provinciales y cantonales. En el mismo preámbulo de la Constitución se señala que se ha decidido construir "una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el *Sumak Kawsay*" (Asamblea Nacional Ecuador, 2008). La Constitución enfatiza que el Buen Vivir está enfocado en el desarrollo económico tal y como se señala en el Art. 275 donde se expone que el "régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales que garantizan la realización del Buen Vivir del *Sumak Kawsay*" (Asamblea Nacional Ecuador, 2008).

Además, estos conceptos se relacionan con los principios de la cosmovisión indígena de los pueblos andino-amazónicos como el ayni, minka, reciprocidad, solidaridad, respeto, complementariedad, dignidad, participación colectiva, justicia social, armonía con la madre

naturaleza y con la comunidad, bienestar colectivo y familiar, y que podrían traducirse como buen vivir o vivir bien (CELADE, 2014).

Hasta la fecha se han diseñado dos planes de desarrollo en el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir, el primero es el de 2009 - 2013 el cual tuvo el eslogan "Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural" (SENPLADES, 2009) y el segundo es el de 2013 - 2017 denominado "todo el mundo mejor" (SENPLADES, 2013), donde se han concertado plataformas de trabajo para la E.P.S. basada en el Sumak Kawsay, con el propósito de romper los esquemas de la economía ortodoxa y propenden por una economía solidaria al servicio de las comunidades y de los pueblos.

1.3. Equidad de género

De acuerdo a Zamudio (2016), históricamente la mujer indígena ha sido menos valorada que el hombre en el interior de su cultura especialmente en algunos países latinoamericanos.

Investigadores de género como Saavedra y Camarena (2015), indican que las responsabilidades familiares siguen siendo una importante limitación en América Latina debido a que aún persiste la tradicional división de roles, donde el hombre es el proveedor del hogar y la mujer la responsable de la crianza de los hijos. Aunque en los últimos años existe una tendencia creciente a cambiar estos prejuicios, por ejemplo, hay madres que están asumiendo el rol de "empresaria" y "presidentas" dentro de su comunidad (Saavedra y Camarena, 2015). La disminución de la brecha entre géneros se ha logrado a través de la participación activa en las EEPS, por ello se está abriendo paso a través de la cultura hacia mayores posibilidades.

Según Lévesque (2003), los promotores de la Economía Solidaria buscan una sociedad que reconoce el lugar de las mujeres, y de ese modo configuran una sociedad más equitativa y justa (Lévesque, 2003). El aporte de las féminas en las E.P.S. es fundamental ya que no sólo ofrecen mano de obra sino también la administración y representación en algunas comunidades, todo esto con el objetivo de promover la igualdad, un factor muy importante en los principios de la asociatividad; atributo que hace que las mujeres al fin puedan mostrar un papel protagónico. Estos casos cobran especial atención en América del Sur, ya que de acuerdo al análisis del informe anual de Global Gender Gap Report (2016), ha aumentado la brecha global de género publicado por el Foro Económico Mundial, países como Colombia, Ecuador y México tienen un Índice de Gini de un 0,7 (donde 0 es perfecta igualdad y 1 es perfecta desigualdad de los ingresos), índice que es mejor al de años anteriores pero aún es insuficiente para alcanzar la equidad total deseada.

1.4. El comercio justo

Para Pérez de Mediguren et. al (2009), el comercio justo es un sistema de negocios que busca satisfacer las necesidades de intercambio de la población utilizando principios solidarios cuyo principal reclamo es mejorar el acceso a los mercados de los productores más desfavorecidos cambiando las antiguas reglas del comercio internacional que consolidan la desigualdad social y el reparto inequitativo de la riqueza (Pérez De Mediguren, Etxezarreta, & Guridi, 2009).

Hoy en día el comercio justo se ha convertido en un movimiento internacional formado por organizaciones de todo el mundo como el World Fair Trade Association (WFTA), cuya misión es ayudar a mejorar el bienestar de los productores que no tienen la capacidad de promocionarse y competir. Todo ello con el fin de fomentar su desarrollo en pro de mejorar la calidad de la vida de los pueblos. Rosa Guamán, Directora Ejecutiva de JAMBI KIWA, enumera las principales ventajas del emprendimiento de la Economía Popular y Solidaria:

El Comercio Justo es un modelo de desarrollo que favorece el empoderamiento de las mujeres, da visibilidad a su trabajo, mejora su participación en las actividades productivas remuneradas de las comunidades, reivindica los derechos de los campesinos, preserva y favorece la soberanía alimentaria y mejora el ingreso económico de las familias, de la comunidad y del país [5].

Ecuador ha mejorado su Índice de Desarrollo Humano (IDH) un 21,3% del período 1980 y 2014, durante esta etapa hubo un incremento medio anual del 0,57 (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015) del IDH que provocó un despegue hacia el desarrollo, con respecto a la parte económica, Ecuador ha sido y continúa siendo dependiente

de la exportación y venta del petróleo, ya que posee unas importantes reservas naturales. Adicionalmente, mantiene una marcada economía basada en otros commodities como son el cacao, atún, camarón, banano y café.

No obstante, en los últimos años la economía ecuatoriana ha aprovechado el auge de los TLC y de la preocupación del primer mundo por las condiciones de producción en los países más desfavorecidos para exportar en mejores condiciones que otras naciones. Por ello y otros motivos se ha producido un incremento de la actividad productora del Comercio Justo. Cabe resaltar que de acuerdo a las cifras del Ministerio de Comercio Exterior (2016) entre 2010 y 2015 las exportaciones de productos clasificados como Comercio Justo registraron un incremento promedio anual de un 25,8% en valor y de un 62,3% en volumen (FOB). Los principales commodities bajo esta modalidad continúan siendo los productos tradicionales: banano 44%, cacao 25% y flores 21% (Ministerio de Comercio Exterior, 2016). Con el fin de ilustrar con más claridad el desarrollo del comercio justo en Ecuador se ha elaborado un descriptivo cronológico (tabla 2) de los acontecimientos más relevantes hasta la fecha.

Tabla 2
Descriptivo cronológico de Comercio Justo en Ecuador

Año	Descripción
1970	Varias organizaciones de productores y productoras, conjuntamente con comercializadores solidarios, generaron nuevas prácticas productivas y comerciales que les permitieron comercializar sus productos bajo los conceptos y criterios del Comercio Justo.
	Creación del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP).
1981	Nace Camari.
1985	Crea el movimiento Maquita Cushunchic.
2003	Nace la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, cuenta con 11.000 socios.

Fuente: Agenda de Comercio Justo 2013-2017.
1st ed. [ebook] Quito, p. Oescj.org.ec

A través de la tabla anterior es posible observar que el movimiento de las asociaciones tiene una trayectoria que no es reciente. Los datos arrojados por los organismos muestran que también se puede obtener beneficios con este tipo de iniciativas de economía social.

2. Metodología

La metodología se sustenta en la investigación de tipo exploratorio, con la utilización de técnicas cualitativas, específicamente la entrevista en profundidad. La técnica del muestreo fue no probabilística y de tipo intencional, ya que se determinaron algunas de las empresas de Economía Popular y Solidaria más importantes de Ecuador. Se establecieron dos criterios que son la presencia de la organización en los mercados internacionales y el uso de prácticas basadas en el Comercio Justo.

Para elegir las empresas con mejores requisitos se utilizó la técnica de la observación directa creando fichas y tablas con las características más importantes de cada una de ellas. Cuando se realizaron las visitas de campo a los centros de producción y comercialización de las empresas se sirvieron de multitud de datos y factores difíciles de clasificar.

2.1. Población y muestra

La muestra está conformada por las siguientes empresas autodenominadas de Economía Popular y Solidaria: Camari y Gruppo Salinas representadas por la empresa El Salinerito, que

es la empresa más grande del Gruppo Salinas, de acuerdo al tamaño de su producción y el número de sus ventas, y la empresa Kallari. En cada una de ellas se realizó una entrevista en profundidad a sus principales directivos:

- Sofía Oña, Gerente de Café Kallari en la ciudad de Quito y Geovanni Grefa.- Coordinador de Kallari en la Provincia del Napo.
- Dra. Sagrario Angulo.- Coordinadora Nacional, Camari, Quito, Ecuador.
- Padre Antonio Polo.- Encargado del proyecto, El Salinerito, Salinas de Guaranda, Ecuador.

La entidad privada Camari fue escogida por ser un referente en Ecuador, ya que ha logrado beneficiar a varias comunidades populares del país, con quienes trabaja como "socios". De acuerdo al informe anual 2015 de la FEPP, Camari cuenta con 1.062 socios y 737 socias (FEPP, 2016) a quienes les compra sus productos para comercializarlos en mercados locales. Camari tiene presencia en 31 cantones y 42 parroquias, realiza exportaciones a Estados Unidos y Europa. En 2015 Camari tuvo ventas superiores a los tres millones de dólares (Grupo Social Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio - FEPP, 2016).

Por su parte, El Salinerito es una empresa de la Corporación Gruppo Salinas, esta fue escogida por su importancia dentro de la economía de Salinas de Guaranda, una pequeña población del Ecuador. Además, genera empleo y trabaja con varias comunidades del centro del país. De acuerdo a su informe anual del 2016, el 47% de sus trabajadores son mujeres. En el 2016 todo el grupo alcanzó en ventas el millón trescientos mil dólares, siendo en exportaciones dos millones de dólares (Corporación Gruppo Salinas, 2017).

Por último, la cooperativa de chocolate Kallari fue escogida por ser una organización referente de la Economía Popular y Solidaria y del Comercio Justo en la Amazonía ecuatoriana. Esta organización está conformada por 850 familias de población indígena kiwcha. Kallari es uno de los principales exportadores de cacao y chocolate orgánico del país, por ello ha logrado posicionarse en el mercado como uno de los productos más premiados a nivel nacional e internacional, convirtiéndose en uno de los mejores del mundo. La empresa ha conseguido romper con la cadena de intermediarios y realiza la venta directa al consumidor final. Sus cultivos de cacao orgánico son realizados con un manejo ambiental conocido como *chakra* que permite la soberanía alimentaria de las familias y un manejo armónico de los cultivos con el medio ambiente (Lehmann & Rodríguez, 2013)

2.2. Estudio de casos

A continuación se realiza una breve descripción de cada una de las entidades que hacen parte de la investigación con el fin de comprender la diversidad de entornos, comunidades, productos y mercados alcanzados.

a. Camari

Camari, es una palabra quichua que significa agrado o regalo, y es la marca con la que la empresa comercializa sus productos agrícolas. Forma parte del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), entidad privada de finalidad social, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana ([anexo 1](#)).

De acuerdo al sitio web de la institución, "nace en 1981 como complemento de la acción del FEPP, para enfrentar los problemas de la comercialización agropecuaria y artesanal que aquejan a los pequeños productores del campo y de barrios urbanos marginales del Ecuador".

Entre los hitos que permiten señalarla como una de las líderes del país andino en el sector de la Economía Popular y Solidaria, cabe destacar que fue la primera en obtener el certificado ISO 9001 en el año 2002. Además, pertenece a la Organización Mundial de Comercio Justo, conocido en inglés como World Fair Trade Association (WFTO), de la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria RELACC.

b. El Salinerito, empresa que forma parte del Gruppo Salinas

La Cooperativa de Producción Agropecuaria El Salinerito PRODUCOOP, es una organización creada por el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), su objetivo principal fue el de mejorar las condiciones de vida de las comunidades de Salinas, lugar situado en la región sierra centro del Ecuador. Con el apoyo de los sacerdotes salesianos en 1972 se creó la primera Cooperativa de Ahorro y Crédito de Salinas, dando inicio así a lo que se conoce

actualmente como Economía Solidaria. El Salinerito tiene una asociación que alberga a 183 socios y 60 proveedores, todos ellos con participación activa dentro de la asociación con voz y voto.

Desde los inicios hasta la fecha la organización ha ido creciendo con ayuda de los voluntarios nacionales y extranjeros que llegan a colaborar con este proyecto cuya actividad principal se ha orientado en la elaboración de gran variedad de quesos, chocolates y turroneos con su valor agregado que incluye el uso de productos orgánicos en su fabricación, llegando a abarcar al mercado ecuatoriano y extranjero. De acuerdo al informe 2016 del Gruppo Salinas, esta empresa puede presumir de haber alcanzado una certificación BPM, que avala el compromiso de calidad que tiene la organización (Gruppo Salinas, 2016). Según datos que provienen de la investigación realizada por la Revista Líderes (2015), la organización comunitaria es muy amplia en este pequeño pueblo en el que habitan alrededor de 10.000 habitantes (Revista Líderes, 2015), cuya economía se sustenta en varias organizaciones que forman parte del Gruppo Salinas, entre ellas se destaca la Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas, que acoge los ahorros de la mayor parte de la comunidad. Sin embargo, la más representativa es el Salinerito en función de las características que se describen en el anexo 2.

La evolución de la empresa hacia la asociación confirma el éxito de este tipo de empresas comunitarias ya que está obteniendo beneficios para toda la comunidad.

c. Kallari

La Asociación Kallari es una cooperativa que agrupa a productores de cacao orgánico de la Amazonía Ecuatoriana. Fue fundada en 1997 con menos de cincuenta familias y ha crecido hasta alcanzar las ochocientas familias. Kallari ha creado una forma de sustento sostenible para estas poblaciones amazónicas, sin recurrir a la tala de árboles, explotación del petróleo y a la venta de sus tierras.

Kallari exporta alimentos y artesanías a diferentes continentes teniendo un valor aproximado de sus ventas de 350.000\$. Estas exportaciones le hacen más independiente del mercado nacional. Hay que recordar que estas organizaciones respetan el medio ambiente y ayudan a las comunidades indígenas a ser autosuficientes.

3. Resultados

Se han ordenado los resultados según su importancia en la Economía Popular y Solidaria. Estos vienen expresados por el papel determinante de la mujer, la revisión del comercio justo y su relación estrecha con el *Sumak Kawsay*.

Autores como Retolaza y Ruíz (2005), abordan los principios sobre economía popular y solidaria donde citan varios autores y leyes en diferentes países, lo que debería llamar la atención es la preocupación por el papel que desarrolla la mujer en la Economía Popular y Solidaria, ya que sin ánimo de generalizar, la mujer en situaciones de vulnerabilidad, afronta índices de exclusión laboral y social superior al de los hombres, lo que se denomina discriminación vertical por causa de género (Retolaza y Ruíz, 2005).

La mujer tiene un papel protagonista en las entidades estudiadas y su rol es determinante en el progreso de las organizaciones y las comunidades. En el caso de Camari, el 41% de sus socios son mujeres, y algunas ocupan puestos directivos. Esta organización y otras trabajan con organismos únicamente de mujeres que comercializan productos como la panela y los jabones artesanales en el norte del país.

En el caso de El Salinerito, el 47% de su fuerza laboral está conformada por personal femenino, las que a través de su empoderamiento han visto progresar a la comunidad, sus familias y obviamente sus negocios. También en Kallari, muchas de las mujeres de la Amazonía han dejado a un lado su rol tradicional y han decidido participar activamente en la recolección de cacao, en la fabricación de las barras de chocolate y en la participación incipiente del turismo comunitario.

Frente al comercio justo, el directivo Geovanni Grefa manifiesta la evidencia del impacto en las comunidades con las que trabaja, provocando un mejoramiento en sus condiciones de vida:

Se ha evitado la migración de los jóvenes a las ciudades, los niveles de ingreso se han incrementado; se ha logrado generar conciencia medio ambiental, con productos cultivados

orgánicamente. Con esta práctica de Comercio Justo se ha logrado posicionar los productos de la economía popular y solidaria en nuevos mercados internacionales y se han logrado ayudar a que pequeños emprendimientos puedan entrar a una cadena de supermercados posicionada a nivel nacional tales como Supermaxi y Megamaxi[6].

De igual manera, Sofia Oña, gerente de Café Kallari reconoce los beneficios de la asociación de productores y recolectores con la comunidad con la que trabajan:

Recientemente nosotros hemos dado un gran paso. Kallari produce y vende chocolates deliciosos y orgánicos que son parte de la Fair Trade. La comunidad ha avanzado en mejorar los ingresos de los miembros, hasta hace diez años los intermediarios mantenían beneficios solo para ellos e imponían precios bajos por las semillas de cacao. Actualmente, las comunidades de Kallari venden el cacao a un mejor precio. Nuestros líderes viajan a Europa y Norteamérica para negociar los precios y así mejorar el ingreso económico de las familias Kichwas. Recientemente nosotros hemos dado un gran paso: Kallari produce y vende chocolates deliciosos y orgánicos que son parte de la Fair Trade [7].

Según los entrevistados estas organizaciones generan ventajas agregadas como la no emigración en los pueblos y comunidades indígenas, la equidad de sus habitantes, respeto al medio ambiente, y el aumento de la diversificación en los mercados nacionales e internacionales provocando un saldo positivo en la balanza comercial.

Además de acuerdo a Sagrario Angulo de CAMARI:

Tenemos relación comercial con varias organizaciones de mujeres que nos proveen de panela procesada, jabones artesanales; es interesante conversar con ellas siempre ávidas de capacitarse y salir adelante para mejorar la vida de sus familias, ellas sin embargo necesitan capacitación en administración de empresas, ya que lo hacen de manera empírica⁸.

Otro impacto positivo del Comercio Justo en el que coinciden las tres organizaciones entrevistadas, es el empoderamiento de la naturaleza, el acceso a recursos básicos y la creación de empleo. De esta forma tan resumida lo expresa Geovanni Grefa de la Comunidad Kallari:

Kallari, somos los agentes de cambio de nuestra comunidad, los guardianes del agua y nuestros bosques, los cuidadores del planeta y de la vida de nuestra gente. Así resume el compromiso Kallari con su comunidad, la cual se encuentra ubicada en una de las provincias con mayor índice de pobreza en Ecuador [8].

En la siguiente tabla se esquematizan los factores positivos de los principios de reciprocidad del *Sumak Kawsay* para las comunidades que participan con las empresas de economía popular y solidaria del Ecuador.

Tabla 3

Factores positivos que aporta el principio de reciprocidad del *Sumak Kawsay* a la comunidad

EEPS	Factores positivos para la comunidad
Camari El Salinerito Kallari	<p>Empoderamiento de la mujer, cuentan con mujeres en cargos directivos de la organización.</p> <p>Trabajo comunitario, para crear productos en conjunto y recibir beneficios colectivos.</p> <p>Mejoramiento de la calidad de vida de las personas de la comunidad incluidas en los proyectos y avaladas por el World Fair Trade.</p> <p>Producción sustentable, sin dañar la naturaleza fomentando el respeto al medio ambiente entre su comunidad.</p> <p>Bienestar de la comunidad, alineados a los ideales del <i>Sumak Kawsay</i> indígena.</p>

Los avances de las tres organizaciones en materia de economía social se destacan a continuación:

CAMARI, empezó dando prioridad a la producción de harinas y productos ancestrales, ahora su principal producto es la panela granulada orgánica que ha tenido una importante aceptación en los mercados internacionales. Esto lo han complementado con productos alimenticios empacados y artesanales.

El Salinerito tiene como producto estrella sus diferentes tipos de queso. Sin embargo, con el tiempo también se han dedicado a la producción de dulces como turrone y chocolates. Además en los últimos años han utilizado maquinaria con alta tecnología para producir embutidos con gran acogida en el mercado nacional.

Kallari ofrece uno de los mejores chocolates del mundo por ello cuenta con la denominación de origen "cacao fino de aroma". La evolución de Kallari consiste en cambiar la vieja tradición de vender cacao a los compradores de grano por cosechar, producir y vender barras de chocolate elaboradas con contenidos de cacao entre el 63% y el 80%. Lograr esta transformación de simple productores de cacao a exportadores de chocolate ha permitido que la comunidad crezca y progrese. Para ello han innovado en cuanto a empaque, embalaje, etiquetado con nuevos diseños, texturas y sabores de chocolate que se han adaptado a los nuevos tiempos y exigencias de los mercados.

4. Conclusiones

Ecuador es un referente internacional en Economía Popular y Solidaria, por ello se debe sistematizar las experiencias de cada una de las organizaciones analizadas, ya que son pioneras en sus áreas, y pueden aportar a las comunidades métodos alternativos de desarrollo enmarcados en el *Sumak Kawsay*. Esta percepción es opuesta a la visión tradicional de la empresa privada, donde se busca un beneficio cortoplacista y no colectivo en detrimento de la naturaleza.

Los ejes principales de la Economía Popular y Solidaria se fundamentan en la equidad de género, los principios del comercio justo, el principio de reciprocidad en la comunidad, la innovación de productos y servicios, los principios y objetivos del *Sumak Kawsay*, y otros fundamentos menos visibles pero no por ello no mencionables.

En este sector se ha observado que la mujer tiene un papel muy importante en el progreso de este tipo de organizaciones y comunidades. En las tres empresas estudiadas la mujer está ocupando puestos claves y esto no es casual debido que son más responsables, se preocupan por la integridad de la familia y se organizan mejor a largo plazo como menciona en las entrevistas.

Las organizaciones de Economía Popular y Solidaria han generado una transformación positiva en las comunidades y pueblos desfavorecidos, a través de las prácticas de asociatividad y la aplicación de las normas de comercio justo se ha desarrollado un nuevo sector productivo y social. Es necesario profundizar la investigación con un mayor número de empresas y provincias con el ánimo de definir su aplicación a otros sectores.

Durante la última década las comunidades pertenecientes a las tres empresas estudiadas han mejorado no solo su capacidad asociativa y productiva sino también su empoderamiento comercial y autoestima. Además estas organizaciones han garantizado el sustento y la soberanía alimentaria de sus familias y han contribuido con sus impuestos al desarrollo de sus localidades.

Algunas entidades ecuatorianas poco a poco han ido adoptando una mentalidad de respeto al medio ambiente y a las culturas ancestrales. Desde el principio las empresas de la Economía Popular y Solidaria se han basado en crear conciencia en defensa del medio ambiente y han limitado el dispendio. Para ello han utilizado sus productos orgánicos en la fabricación de sus bienes y se han interesado por las prácticas más sustentables posibles. Aunque queda mucho por hacer, este tipo de emprendimiento social está abarcando grandes áreas, inclusive la turística y la ecológica, lo que cumple con los principios del *Sumak Kawsay* y el desarrollo armónico con la naturaleza.

La demanda de productos con comercio justo es creciente, bajo un modelo basado en nuevas formas justas de producción. Los bienes solidarios y ecológicos que anteriormente se conseguían únicamente en las tiendas más especializadas actualmente se han extendido a los mercados populares. En el presente, las grandes cadenas comerciales también han incursionado en este tipo de sector ya que genera beneficios pero han generado un desbalance en el mercado al provocar grandes desequilibrios comerciales. Esta competencia podría ser uno de los principales desafíos que deben afrontar las empresas de la EPS.

La principal limitación del estudio es el tamaño de la muestra, que está conformada solo por tres empresas. Para futuras investigaciones sería conveniente ampliar la población para ver las implicaciones en las organizaciones más pequeñas y comparar sus características y su gestión con las de las tres instituciones utilizadas en el presente artículo como modelo a comparar e identificar las variables que determinan el éxito de este tipo de iniciativas, ya que cada una de ellas da prioridad a un eje de la Economía Popular y Solidaria.

Referencias

- Asamblea Nacional Ecuador. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (2011). Ecuador.
- Buen Vivir: Plan Nacional 2013 - 2017. (24 de 06 de 2013). buen vivir . Recuperado el 25 de 01 de 2017, de www.buenvivir.gob.ec: www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional;jsessionid=BDF18B1DF7300541581F430E514BC7FC
- CELADE. (2014). *Los pueblos indígenas en América Latina: Avances en el último decenio y retos pendientes para la garantía de sus derechos*. CEPAL. Retrieved from http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37222/S1420521_es.pdf?sequence=1
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía Social - El trabajo antes que el capital*. Quito, Ecuador: ABYA-YALA.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial del Ecuador.
- Coordinadora de Comercio Justo. (25 de 03 de 2015). Plan Estratégico Comercial de la CECJ. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo: www.cecjecuador.org.ec/coordinadora/plan-estrategico/
- Corporación Gruppo Salinas (2017). Informe anual 2016. Corporación Gruppo Salinas. Guaranda: Digital.
- Giovannini, M., & Monroy, M. (2016). Empresas comunitarias para la solidaridad , la educación y el Buen Vivir: un estudio de caso en México, *10*(19), 185–197. <https://doi.org/10.4013/otra.2016.1019.05>
- Guardiola, J. (2011). ¿Qué aportan los estudios de felicidad al buen vivir, y viceversa? (What is the contribution of happiness studies in buen vivir, and vice versa?). *OBETS: Revista de Ciencias Sociales VO - 6*, 6(1), 97-. Retrieved from <http://ezproxy.uniandes.edu.co:8080/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=d47fc1c553c940f14b3033eead3fb4c9&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- GUERRA, P. (2012). Miradas globales para otra economía (SETEM). OXFAM. (2017). Una economía para el 99%. Retrieved from https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp-economy-for-99-percent-160117-es.pdf
- Junta Parroquial Rural de Salinas (2009). Plan Estratégico de Desarrollo de la parroquia de Salinas de Guaranda. Guaranda: Electrónica.
- Lehmann, S., & Rodríguez, J. (2013). *La Chakra Kichwa*. Quito, Ecuador: GIZ.
- Lévesque, Benoît (2003). "Las empresas de economía social ¿generan mayores innovaciones sociales que las empresas de otro tipo?", en Vuotto, Mirta (compiladora), *Economía Social. Precisiones conceptuales y algunas experiencias históricas*, Colección Lecturas sobre Economía Social, Universidad Nacional de General Sarmiento, Fundación OSDE, Buenos Aires, Argentina, Editorial Altamira.
- Ministerio de Comercio Exterior (05 de 05 de 2016) Crecen las exportaciones ecuatorianas de

comercio justo y su primer mercado es Europa, recuperado el 10 de Febrero de 2017, <http://www.comercioexterior.gob.ec/crecen-las-exportaciones-ecuatorianas-de-comercio-justo-y-su-primer-mercado-es-europa/>

OXFAM. (2017). *Una economía para el 99%*. Retrieved from https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp-economy-for-99-percent-160117-es.pdf

Pérez De Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E., & Guridi, L. (2009). *Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate*. Retrieved from http://base.socioeco.org/docs/papeles_es_1_reaseuskadi.pdf

Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*, Madrid: Fondo de cultura económica de España.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). *Informe Sobre Desarrollo Humano*. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Retrieved from http://hdr.undp.org/sites/default/files/2015_human_development_report_overview_-_es.pdf

REAS. (2011). *CARTA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA*. Retrieved from http://www.economiasolidaria.org/files/CARTA_ECONOMIA_SOLIDARIA_REAS.pdf

REVISTA LÍDERES. (08 de 02 de 2015). Antonio Polo: "Para emprender es indispensable cumplir procesos". *Revista Líderes*.

Retolaza, J. L., & Ruiz, M. (2005). Políticas de género en la economía solidaria. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (13), 119-132.

Rodríguez, M. (2017). Interculturalidad, Plurinacionalidad y Sumak Kawsay en Ecuadr. La construcción de un nuevo modelo de Estado a través de la educación intercultural bilingüe: discurso y realidad. *Perfiles Educativos*, 39(157).

Saavedra, M.L. y Camarena, M.E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Revista Criterio Libre*, 13(22).

SECRETARÍA TÉCNICA DEL SISTEMA NACIONAL DESCENTRALIZADO DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir 2009 - 2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. Quito: SENPLADES.

SENPLADES. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un estado Plurinacional e Intercultural*. Quito, Ecuador.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional para el Buen vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador.

Stiglitz, J. (2002). *El malestar de la globalización*, Madrid: Alfaguara.

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DEL ECUADOR. (2011). *Ley Orgánica De La Economía Popular Y Solidaria Y Del Sector Financiero Popular Y Solidario*. Quito: Registro Oficial del Ecuador.

THE GLOBAL GENDER GAP (2016). *The global gender gap index 2016*. In World Economic Forum.

Tortosa, J. M. (2011). Vivir Bien y Buen Vivir: caminar con los dos pies. *Revista de Ciencias Sociales*, 6(1), 13-17.

United Nations General Assembly. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*.

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/7891Transforming%20Our%20World.pdf>. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

World-Bank. (2016). *Taking On Inequality- Poverty and Shared Prosperity 2016*. World Bank. Washington. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25078/9781464809583.pdf>

Zamudio, T.(2016). La lucha de la mujer indígena. *Revista digital Derechos de los pueblos indígenas*. Recuperado de: <http://indigenas.bioetica.org/mono/inves6.htm>, el 15 de noviembre de 2017.

Anexos

Características de Camari

Localización	Comunidades participantes	Mercados	Principales productos ofertados	Ingresos anuales al 2015 en US Dólares
Planta de producción y centros de comercialización en: Riobamba, Latacunga, Quito, Coca (ciudades del norte, centro y sur del país)	Comunidades de la provincia de Chimborazo: Guamate, Cajabamba, Colta, San Juan.	Mercado nacional y a nivel internacional: Canadá, EEUU, Suecia, Suiza, Japón, Alemania, Italia, Francia, España, Inglaterra.	Panela, granos, harinas, verduras, legumbres, hortalizas y frutas.	3.149.300,52

Fuente: Informe Anual de Camari (2016).

Anexo 2

Características de El Salinerito

Organización	Localización	Comunidades participantes	Mercados	Principales productos ofertados	Ventas anuales al 2016 El Salinerito PRODUCCOOP en US dólares
El Salinerito	Salinas, provincia de Bolívar, zona central del país.	Comunidades de Salinas, Guaranda, Chimbo, San Miguel, Verdepamba, Yacubiana, Chazojuan; entre otras.	Llega a todo el Ecuador continental. Su principal mercado internacional está en Italia y Alemania.	Quesos de varios tipos, confiterías, hongos, embutidos. Servicios turísticos.	1.383.546,64

Fuente: Grupo Salinas (2016).

Anexo 3

Características de Kallari

Localización	Comunidades participantes	Mercados	Principales servicios ofertados	Ventas anuales al 2016 en USD
Provincia del Napo, Tena, Misahualli, Archidona y Quijos.	Comunidades Kichwas de la Provincia del Napo, Amazonía Ecuatoriana.	Mercado nacional en las tiendas orgánicas de Ecuador. Sus principales	Cacao orgánico fino de aroma Chocolate orgánico fino de aroma con	350.000 *

Kallari Café en Quito		compradores son tiendas de comercio justo en Canadá, Japón, Alemania, Francia, España, Bélgica, estados Unidos, entre otros.	diversos contenidos. Café Cacao orgánico en polvo Artesanías	
------------------------------	--	--	---	--

Fuente: sitio web de Kallari y trabajo de campo (2016).
*Valor de ventas estimado

1. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Granada (España) . E-mail: crmen.coral@uisek.edu.ec
2. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Granada (España) . E-mail: meulalia.chavez@uisek.edu.ec
3. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctor en Marco Institucional y Crecimiento Económico en la Universidad Rey Juan Carlos (España) . E-mail: carlos.fernandez@uisek.edu.ec
4. Docente Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Internacional SEK (Ecuador). Doctora en Auditoría y Contabilidad Superior en la Universidad Rey Juan Carlos (España) . E-mail: cristina.perez@uisek.edu.ec
5. Entrevista realizada a Rosa Guamán el día 23 de septiembre del 2015 en Quito, por María Eulalia Chávez y Carmen Amelia Coral.
6. Entrevista realizada a Geovanni Grefa el día 15 de agosto de 2016 en Tena, por Carmen Amelia Coral Guerrero. Geovanni Grefa es el responsable de operaciones de la asociación Kallari.
7. Entrevista realizada a Sofía Oña el día 20 de octubre del 2016 en Quito, por y Carmen Amelia Coral Guerrero. Sofía Oña es la administradora del Café Kallari en Quito.
8. Entrevista realizada a Geovanni Grefa el día 15 de agosto de 2016 en Tena, por Carmen Amelia Coral Guerrero. Geovanni Grefa es el responsable de operaciones de la asociación Kallari.

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Nº 32) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]

©2018. revistaESPACIOS.com • ®Derechos Reservados