



ANUARIO DE EXPORTACIONES

DEL SECTOR ASOCIATIVO
Y COMERCIO JUSTO 2021



CRÉDITOS

Julio José Prado Lucio-Paredes

Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Lorena Konanz Baquerizo

Viceministra de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Desirée Byrne Solís

Subsecretaria de Promoción de Exportaciones.

Lady Briones Vargas

Directora de Balcón de Servicios

Dannylo Subía Pinto

Director de Promoción de Exportaciones

Jaime Vega

Director de Comunicación Social

Equipo técnico:

Raúl Farías Bohórquez.

Especialista en Comercio Inclusivo

Stefanie Zambrano Celi

Especialista de Gestión de Información y Estudios de Mercado

Evelyn Aguirre Peñafiel

Comunicación Social

Jorge Cevallos Chóez

Diseño y Diagramación

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
PRODUCTORES Y PRODUCTOS EPS Y COMERCIO JUSTO EN ECUADOR	4
ENTREVISTA A EXPORTADOR DESTACADO	6
TRABAJO DE PRO ECUADOR CON ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y COMERCIO JUSTO	8
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	9
EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES	9
EXPORTACIONES POR PRODUCTO	9
EXPORTACIONES POR PAÍS	10
COMERCIO JUSTO	
EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES	11
EXPORTACIONES POR PRODUCTO	11
EXPORTACIONES POR PAÍS	12
ESPECIAL: CERTIFICACIÓN ORGÁNICA Y EL SELLO COMERCIO JUSTO	13
ENTREVISTA A SOLENE BRYON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	14
ENTREVISTA A EMILIE SARRAZIN CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	16
RECOMENDADO: JORNADAS DEL COMERCIO JUSTO Y SOSTENIBILIDAD	18
LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA LOS PRODUCTOS EPS Y COMERCIO JUSTO	19

PRESENTACIÓN

¡Buenas noticias! Ecuador es el mayor proveedor de alimentos con certificación orgánica a la Unión Europea. Nuestros principales consumidores fueron Alemania, Países Bajos, Irlanda, Suecia y Francia en este nicho de mercado.

En el país, la entidad reguladora Agrocaldidad, tiene registradas un total de 47,70 mil hectáreas certificadas orgánicas, correspondiendo una parte de estos cultivos a 101 organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y empresas que también cuentan con el sello de Comercio Justo.

Por este motivo y más, dedicamos la presente edición del Anuario de Exportaciones del Sector Asociativo y Comercio Justo a la inquebrantable conexión entre los criterios Fairtrade y la agricultura orgánica, y que se refleja en las palabras de la experta Solene Bryon, jefa de proyecto de la feria Natexpo en Francia, quien destaca la complementariedad de los sellos, valorando en lo orgánico los modos de producción y los aspectos sociales a través del Comercio Justo.

En las siguientes páginas también podremos disfrutar con las entrevistas a Emilie Sarrazin, experta en Comercio Justo para Fairtrade Advocacy Office, quien destacó las oportunidades a mediano plazo para las organizaciones de productores que cuentan con un sello orgánico; y también dialogamos con Rubén Tufiño, gerente de la Cooperativa El Paraíso, quienes actualmente exportan panela orgánica y Comercio Justo a Italia, beneficiando a más de 42 familias en Pacto - Pichincha.

Una buena noticia que también nos dejó 2021, es la recuperación de las exportaciones de las organizaciones de pequeños productores en el país, que tuvieron un crecimiento del 39,57% en valor FOB, en comparación a 2020, con el banano orgánico como el principal producto comercializado. En las ventas al exterior de Comercio Justo, además del crecimiento del 12,90% FOB es positiva la recuperación del sector de flores y que USD 68,80 millones FOB fueron ventas de organizaciones de productores certificados Fairtrade.

En PRO ECUADOR fuimos y somos testigos, en primera fila, de la resiliencia de las organizaciones de productores: más de 190 participaron en actividades de formación y desarrollo de conocimientos exportadores, 32 se registraron en eventos B2B y mantuvieron reuniones con importadores del exterior, además 7 asociaciones y cooperativas exportaron por primera vez en el 2021.

7 nuevos exportadores se registraron entre las asociaciones y cooperativas que forman parte de la Ruta del Exportador.

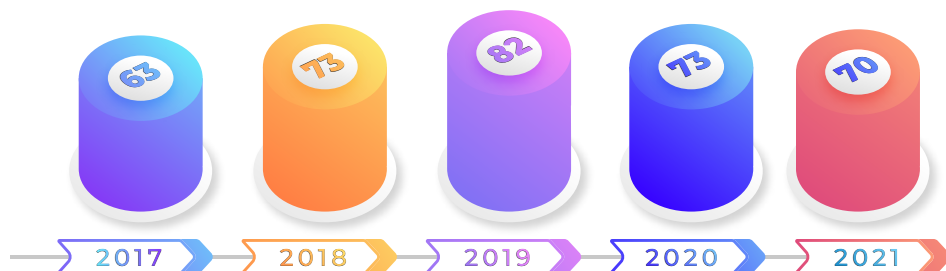
Si ustedes, estimados lectores, consideran que son los próximos exportadores de productos saludables, amigables con el ambiente y socialmente responsables, no se olviden de destacar los beneficios a la salud, el bienestar para los productores en su trabajo, el pago que reciben y el cuidado al medioambiente.

¡Bienvenidos!



PRODUCTORES Y PRODUCTOS EPS¹ Y COMERCIO JUSTO EN ECUADOR

NÚMERO EXPORTADORES EPS



Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR.



7 organizaciones EPS exportaron por primera vez en 2021

En el 2021, el 51,43% del monto total FOB exportado por la EPS, corresponde a organizaciones certificadas con Comercio Justo.

Certificados comercio justo



Fuentes: Certificadoras Comercio Justo.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR.

Ecuador cuenta con un total de 146 organizaciones de productores y empresas con certificación de Comercio Justo.

De las cuales, 85 organizaciones y empresas exportaron en 2021.

SELLOS COMERCIO JUSTO EN ECUADOR

Sello	Logo	Organizaciones EPS certificadas	Empresas certificadas	Total ²
Fairtrade International		56	71	127
Fairtrade USA		17	37	54
Fair for life		-	2	2
Sello de Pequeños productores del Comercio Justo		14	-	14
World Fairtrade Organization (WFTO)		9	1	10

Fuentes: Guía Commerce Equitable France.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR

46 de las 146 organizaciones y empresas con certificación Comercio Justo cuentan con dos o más de estos sellos sociales para banano, azúcar de caña, cacao, flores y otros productos.

FLO de Fairtrade International es el sello más utilizado por las organizaciones y empresas certificadas (62,12%).

¹ Economía Popular y Solidaria.

² Valores acumulados considerando que existen casos de organizaciones y empresas que cuentan con más de un sello de Comercio Justo.

OFERTA EXPORTABLE COMERCIO JUSTO

Sector	Organización EPS ³	Empresa	Productos
Banano y musáceas	32	45	Banano y musáceas
Cacao y elaborados	35	20	Cacao en grano Semielaborados / Chocolates
Flores	-	15	Rosas / Claveles / Otras flores
Agroindustria	15	2	Azúcar / Quinua / Hierbas y condimentos / Lácteos / Tubérculos
Artesanías	7	-	Artesanías de tagua / Fibras naturales / Textiles / Sombreros
Café y elaborados	3	1	Café verde / Café tostado
Frutas no tradicionales	3	1	Guanábana / Guayaba / Piña / Mango / Uvilla
Alimentos procesados	2	1	Frutas Deshidratadas Mermeladas / Confitería / Snacks
Cosméticos	2	-	Aceites esenciales

Fuentes: Certificadoras Comercio Justo.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR.



El banano orgánico Cavendish, cacao en grano y las flores son los productos con más empresas y organizaciones con sellos de Comercio Justo



El sector de cacao y elaborados agrupa el mayor número de organizaciones EPS con certificación de Comercio Justo



Otros productos como caña de azúcar, quinua, guayusa, hierbas y condimentos, aceites esenciales, frutas deshidratadas y snacks muestran también un interesante crecimiento de los sellos de Comercio Justo.

PRODUCTORES Y TRABAJADORES BENEFICIADOS POR LAS EXPORTACIONES EPS Y COMERCIO JUSTO



Mujeres



Hombres

Beneficiarios

Productores y artesanos socios de organizaciones comercio justo

14.141

20.999

Trabajadores en empresas y plantaciones de comercio justo

3.074

3.927

Total

17.215

24.926

Fuentes: Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria, IEPS.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR.



Las exportaciones EPS y de Comercio Justo benefician en Ecuador al menos a 42.141 familias.



El 40,85% del total de productores, artesanos y mano de obra contratada beneficiaria de las exportaciones EPS y Fairtrade corresponden a mujeres.

³ Valores acumulados considerando que existen casos de organizaciones y empresas que tienen más de un producto certificado.



ENTREVISTA A EXPORTADOR DESTACADO

Nombre: Rubén Tufiño.

Cargo: Gerente de la Cooperativa de Producción de Panela El Paraíso - COPROPAP

Trabajo con PRO ECUADOR: Desde julio del 2013

Productos: Panela orgánica y derivados de caña de azúcar

Mercados: Importadores de Comercio Justo de Francia e Italia.

Beneficiarios: 42 microempresas familiares.

“El trabajo asociativo es la base para mantenernos en el mercado. La transparencia, el operar con procesos democráticos, la equidad y la inclusión al pequeño y grande productor, son los factores que nos permiten crecer”.

La idea de la creación de la Cooperativa de Producción de Panela El Paraíso nace en 1991, motivada por las limitaciones que encontraban los productores al momento de comercializar sus productos. Fue así que la unión hizo la fuerza, pues se organizaron 42 cañicultores, es decir 42 microempresas familiares ubicadas en el noroccidente de la provincia de Pichincha, en 7 comunidades de la parroquia de Pacto.

Esta cooperativa fomenta la inclusión del pequeño, mediano y gran productor, con el objetivo de conseguir un comercio justo vinculado a productos de calidad. Con esfuerzo han alcanzado las certificaciones de producción orgánica, del sistema HACCP y de Buenas Prácticas de Manufactura, reconocimientos importantes a la hora de buscar nuevos clientes internacionales.

Rubén afirma que obtener las certificaciones les permitió entrar a la Unión Europea, un mercado que valora la producción orgánica, saludable y amigable con el medio ambiente, que busca elevar la calidad de vida de los productores, con relaciones transparentes y duraderas. Asimismo, menciona que el valor agregado de su producto ha ido despertando el interés

de nuevos destinos y consumidores, pues a escala mundial crece la demanda orgánica, el Comercio Justo y la Economía Popular y Solidaria.

Con el inicio de operaciones de Copropap, la panela se convirtió en una gran fuente de ingreso y desarrollo para la localidad, todo esto vinculado a fines sociales y ambientales, factores que permiten que la canasta exportable ecuatoriana se posicione como producción sostenible, sustentable y saludable, abriendo camino para que más productores ecuatorianos se animen a ser parte del comercio asociativo.

EXPECTATIVAS

La Cooperativa de Producción de Panela El Paraíso está consciente del creciente interés del mercado internacional por los productos orgánicos, es así que apuntan a construir una planta centralizada a fin de tecnificar y estandarizar sus procesos, lo que fortalecerá la calidad e inocuidad de sus productos, factores que permiten postular a nuevas certificaciones.

La idea es ajustarse a los requerimientos del mercado y crecer para abrir la puerta a más productores, además de diversificar y dar valor agregado a su producción, como ya lo hicieron con los cubitos de panela compactos que han tenido gran aceptación por parte de los clientes.

Abrir nuevos mercados también está en la mira, la cooperativa busca llegar a más países de la Unión Europea y al Reino Unido, pues han identificado una gran afinidad con los productos naturales, no descartan otros destinos porque afirman que el mercado orgánico es el futuro, con una tendencia mundial de consumir productos sanos.

En ese sentido aprietan el paso, han participado en varias ferias internacionales de promoción de exportaciones con el apoyo y asesoría de Pro Ecuador y la Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR. Es así que se han dado a conocer y no han parado, la necesidad de salir adelante les llevó a exportar en los mercados más exigentes.



TRABAJO DE PRO ECUADOR CON ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y COMERCIO JUSTO

32 organizaciones EPS mantuvieron reuniones B2B con compradores internacionales.

582 organizaciones EPS registradas en la ruta del exportador PRO ECUADOR.

Eventos de promoción internacional

Programas y proyectos de cooperación

Asesoría al exportador

Capacitaciones

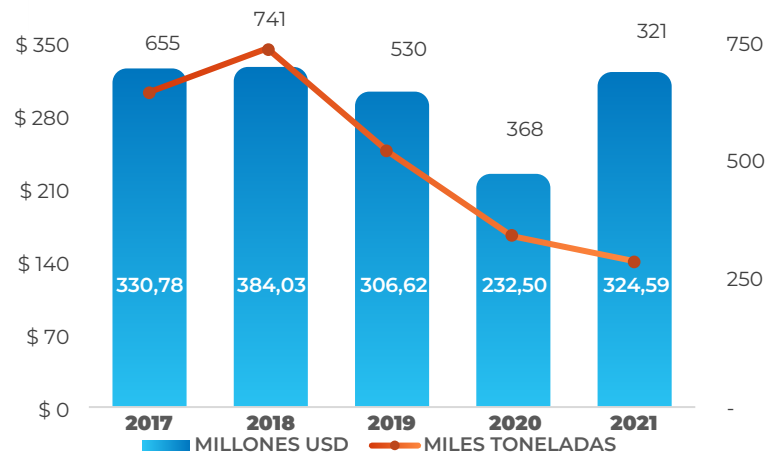
7 organizaciones EPS vinculadas a proyectos de cooperación internacional.

190 participantes de organizaciones de productores y Comercio Justo en más de 100 programas de formación.

ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA⁴



EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES



Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA.

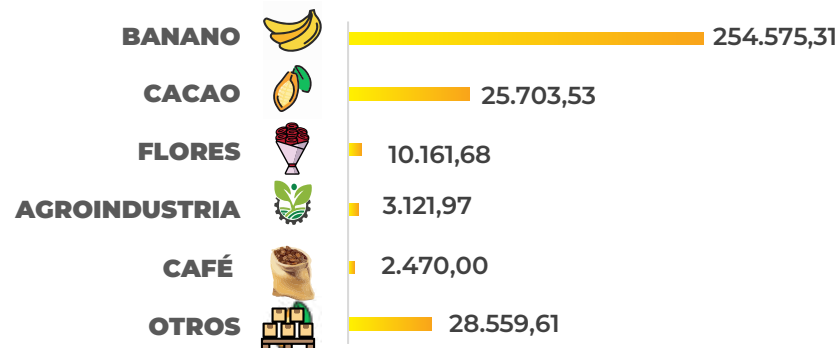
Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.

El año 2021 presentó una recuperación de las exportaciones EPS, pasando de USD 232,50 millones FOB en 2020 a USD 324,59 millones.

El 21,19 % del monto FOB total exportado por la EPS cuenta con certificación Comercio Justo.

EXPORTACIONES POR SECTOR

Miles USD FOB



Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.

El sector de banano y plátano representó el 78,43 % de las exportaciones EPS en 2021.

En comparación al año 2020, se presenta una notable recuperación del sector flores (145,21% de crecimiento) en 2021, así como una disminución en las ventas de cacao en grano (-32,82%).

SUBPARTIDA – PRODUCTO		UNIDADES	Miles USD FOB2021	Crecim FOB (2021 – 2020)
0803.90.11.10	Banano Cavendish orgánico	MILES USD	144.484,38	433,23%
		TM	57.583	
0803.90.11.90	Bananas Cavendish	MILES USD	108.346,51	-16,78%
		TM	238.44	
1801.00.19.90	Cacao en grano	MILES USD	25.425,82	-32,80%
		TM	9.187	
5305.00.11.00	Coco, abacá y demás fibra	MILES USD	24.843,97	8,04%
		TM	9.468	
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas	MILES USD	5.463,86	115,21%
		TM	253	
0603.12.90.00	Los demás claveles	MILES USD	4.044,39	256,13%
		TM	12	
0901.11.90.10	Café sin tostar arábigo	MILES USD	2.325,90	31,42%
		TM	376	
Otros productos EPS		MILES USD	9.657,26	8,00%
		TM	6.028	
TOTAL		MILES USD	324.592,09	39,61%
		TM	321.352	

Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.



Los productos más vendidos por la EPS en el 2021 fueron el banano orgánico, banano convencional, cacao en grano, fibras de abacá y las rosas frescas.



Los productos con mayores tasas de crecimiento entre 2020 y 2021 fueron el banano certificado orgánico, las rosas frescas, los claveles frescos, azúcar de caña y café sin tostar.

⁴ Incluye todas las ventas al exterior de asociaciones, cooperativas y redes de comercialización solidarias que trabajan con pequeños productores en Ecuador.

EXPORTACIONES POR PAÍS

PAÍS / MILES USD	Miles USD FOB 2021	Crecimiento FOB (2021 - 2020)	PRINCIPALES PRODUCTOS
 Estados Unidos	151.646,88	634,70%	Banano orgánico, banano, rosas y cacao
 Eslovenia	23.045,08	-18,66%	Banano
 Países Bajos	21.947,17	13,48%	Cacao, banano orgánico, banano y claveles
 Rusia	18.933,26	162,91%	Banano, claveles, rosas y manteca de cacao
 Filipinas	14.177,51	-2,55%	Fibras de abacá y rosas
 Argelia	10.144,21	-61,51%	Banano y cacao en grano
 Italia	10.068,88	-45,60%	Banano, cacao, banano orgánico y azúcar de caña
 Reino Unido	9.429,76	39,48%	Fibras de abacá, quinua convencional y orgánica, y pasta de cacao
 Turquía	8.879,26	-40,92%	Banano
 Bélgica	7.201,40	70,04%	Banano orgánico, cacao, banano, almidón y fécula
 Alemania	5.565,30	-65,93%	Cacao, banano, banano orgánico, café y azúcar en caña
 Chile	4.480,22	-29,63%	Banano, plátanos, rosas y piñas
 Indonesia	3.942,43	-44,46%	Cacao, fibras de abacá y rosas
 España	3.772,74	166,83%	Banano, azúcar de caña, fibras de abacá y claveles
 Otros países	31.358,00	0,90%	-
TOTAL	324.592,09	39,61%	-

Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.



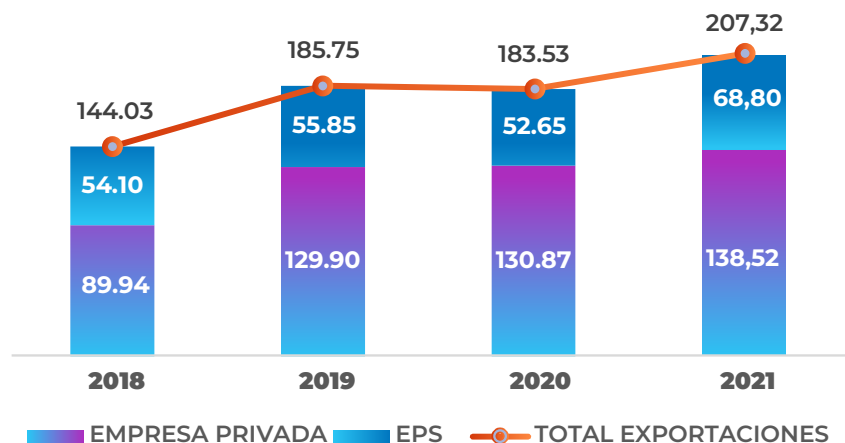
Estados Unidos, Eslovenia y los Países Bajos fueron los principales destinos de las exportaciones EPS del Ecuador, en 2021.

COMERCIO JUSTO⁵



EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES

MILLONES USD



Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.



Las exportaciones certificadas en 2021 alcanzaron el valor de USD 207,32 millones FOB, lo que implica un incremento del 12,90 % en comparación a 2020.



Las ventas al exterior certificadas Comercio Justo y provenientes de organizaciones de pequeños productores llegaron a USD 68,80 millones FOB en 2021, lo que resultó un incremento del 30,68 % en comparación al 2020.

EXPORTACIONES POR PRODUCTO

Productos Comercio Justo	Miles USD FOB 2021	Crecimiento FOB (2021 - 2020)
Banano	102.535,76	-24,38%
Flores naturales	70.068,97	1.010,97%
Cacao	25.910,93	5,61%
Elaborados de banano	2.399,80	43,87%
Café lavado	2.373,88	25,47%
Plátano	1.586,27	-74,62%
Productos agrícolas en conserva	1.215,22	302,39%
Otros productos agrícolas	635,51	-16,16%
Elaborados de cacao	335,35	-92,81%
Otros productos	261,68	-83,07%
TOTAL	207.323,37	12,97%

Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.



Banano, flores y cacao fueron los productos con mayor monto de exportaciones en 2021.



En 2021, se presentó una importante recuperación en la exportación de las flores naturales certificadas, así como una disminución en las ventas al exterior del banano convencional y orgánico Comercio Justo.



Adicional a las flores naturales, los productos con mayor crecimiento en el 2021 fueron las conservas agrícolas, los procesados a base de banano y el café.

⁵ Para el cálculo de estos valores se consideraron las exportaciones de empresas y organizaciones con sello de comercio Justo, filtrando destinos y productos, además de información proporcionada por las empresas al Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, PRO ECUADOR.

EXPORTACIONES POR PAÍS

PAÍS	Miles USD FOB 2021	Crecimiento FOB (2021 - 2020)	PRINCIPALES PRODUCTOS
 Estados Unidos	100.465,10	41,33%	Banano, cacao y flores
 Países Bajos	37.232,83	47,37%	Banano, cacao y flores
 Bélgica	14.611,33	43,51%	Banano, cacao y plátano
 Alemania	10.922,09	-5,17%	Banano, cacao y café
 Italia	10.501,12	-55,06%	Banano, cacao y flores
 Suecia	6.150,84	-45,26%	Banano, flores y elaborados de cacao
 Canadá	4.885,32	12,63%	Banano, flores y cacao
 Nueva Zelanda	3.664,85	-9,17%	Banano, plátano y piñas
 Grecia	3.367,16	-64,46%	Banano y piñas
 Francia	3.082,12	60,39%	Café, alimentos procesados y cacao
 España	2.600,65	26,95%	Cacao, plátano y banano
 Finlandia	2.326,05	3,80%	Banano, flores y elaborados de cacao
 Bulgaria	1.554,84	-30,90%	Banano, cacao y flores
 Australia	1.172,87	756,14%	Flores, otras frutas y alimentos procesados
 Reino Unido	1.156,22	-46,22%	Banano, alimentos procesados y elaborados de banano
 Otros países	3.629,98	59,24%	-
TOTAL	207.323,37	12,97%	-



Estados Unidos, Países Bajos y Bélgica fueron los principales destinos de las exportaciones Comercio Justo ecuatorianas.

Australia, Francia y España presentaron las mayores tasas de crecimiento en sus montos FOB para los productos ecuatorianos con certificación de Comercio Justo, adicional a los valores de los principales mercados.

Fuentes: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA.

Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO ECUADOR.

ESPECIAL: CERTIFICACIÓN ORGÁNICA Y LA RELEVANCIA DEL TRABAJO CON PEQUEÑOS PRODUCTORES, TRABAJADORES Y EL SELLO COMERCIO JUSTO



PRODUCCIÓN MUNDIAL

1,50 % de las tierras cultivables en el mundo son orgánicas (72, 30 millones de hectáreas).

8,29 millones de hectáreas de producción ubicadas en América Latina y el Caribe.

Australia, Argentina, España e India son los países con mayor extensión de tierras certificadas.



PRODUCCIÓN ECUADOR

47,70 miles de hectáreas certificadas en el país.

Alemania, Países Bajos, Irlanda, Suecia y Francia son los principales destinos de exportación.

101 organizaciones EPS y empresas certificadas Comercio Justo cuentan con una certificación orgánica.



MERCADO MUNDIAL

Ventas globales de USD 96 billones en 2019.

Estados Unidos de América (USD 40 billones) y la Unión Europea (USD 37 billones) son los principales mercados.

Dinamarca (USD 312), Suiza (USD 307) y Luxemburgo (USD 241) tienen el mayor consumo per cápita anual.



TENDENCIAS

63 % de bananas FT cuentan con sello orgánico y el 90 % de productos de Comercio Justo también son orgánicos, en Francia.

Es importante educar a los clientes en las razones por las que los alimentos orgánicos son mejores.

Propuesta de valor de alimentos orgánicos en: beneficios para la salud, bienestar de productores y protección del ambiente.

ENTREVISTA A EXPERTA EN MERCADOS ORGÁNICOS:

“LOS CONSUMIDORES DE HOY EN DÍA ESPERAN TRANSPARENCIA DE LAS MARCAS.”



Nombre: Solene Bryon

País de residencia: Francia

Cargo actual: Jefa de proyecto en la feria Natexpo, primera cita profesional para el sector orgánico en Francia

Experiencia profesional 10 años de experiencia con empresas orgánicas, en actividades de networking entre productores, importadores y distribuidores.

¿DOS CERTIFICACIONES QUE SE COMPLEMENTAN?

En Francia, el 90% de los productos de Comercio Justo también tienen certificación orgánica, para Solene Bryon estas distinciones son elementos complementarios, pues una producción orgánica, sin pesticidas y buena para la salud, se relaciona con los aspectos económicos y sobre todo sociales del método de producción: la remuneración justa de los agricultores. En esa línea las etiquetas se reinventan o incluso se crean para integrar estos dos aspectos que están estrechamente vinculados.

¿NUEVAS TENDENCIAS POST - COVID?

Señala que durante la pandemia de la Covid-19 el mercado orgánico fue altamente apreciado, por lo que ganó un 15% de nuevos consumidores. Era el momento de proteger la salud y los orgánicos respondían a esta problemática. Además, menciona que el poder adquisitivo para los bienes de primera necesidad como los de alimentación aumentó durante el periodo de confinamiento, ya que no era posible realizar ningún otro gasto como las actividades de ocio.

Ahora han identificado un leve descenso de las compras en las tiendas, pues los consumidores se inclinan por los alimentos locales con precios más bajos. Sin embargo, refiere que la tendencia es temporal, pues las marcas orgánicas están adoptando una estrategia de acoplamiento con estas expectativas locales y saludables, mediante el lanzamiento de grandes campañas de comunicación. Asimismo, destaca que en Francia, desde el 1 de enero, las administraciones, como escuelas y hospitales, deben integrar un 50 % de productos sostenibles y dentro de esto un 20 % de productos orgánicos: una oportunidad para los exportadores.

¿QUIÉNES DISTRIBUYEN Y CUÁLES SON LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS MÁS DEMANDADOS?

Acota que otra gran oportunidad para este segmento es que los canales de distribución mayoristas se están adaptando a la tendencia de consumo orgánico para satisfacer la demanda del mercado, sumándose a las tiendas especializadas e independientes, que tradicionalmente distribuían estos productos.

En la distribución de productos orgánicos existen cadenas históricas de tiendas especializadas como Biocoop, La Vie Claire, etc., y nuevas grandes superficies del estilo Carrefour y Auchan; entre los productos orgánicos con mayor demanda en la actualidad se encuentran la frutas y verduras frescas, víveres, leche y huevos.

¿CÓMO LLEGAR A LOS CONSUMIDORES?

Enfatiza que los consumidores esperan transparencia de las marcas, sobre su origen y beneficios, por lo que es esencial destacar estos aspectos. Resalta que no todo puede decirse en el envase, por lo que un aliado ideal son las redes sociales, las organizaciones vinculadas a causas ambientales y los proveedores, quienes son un vínculo directo a los consumidores.

Concluye señalando que en Francia se entiende que el hecho de exportar no significa que no sea local. En efecto, promover el origen, la identidad y el know-how de un producto son componentes importantes a la hora de comunicar, pero también son altamente valoradas las marcas que demuestran su compromiso en todos los sentidos con la trazabilidad y la responsabilidad social.



ENTREVISTA A EXPERTA EN COMERCIO JUSTO:

“EL DESARROLLO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS TAMBIÉN PERMITE SER MÁS RESILIENTE Y ANTICIPARSE A LAS NUEVAS CONDICIONES DE MERCADO IMPUESTAS POR LA UE.”



Nombre: Emilie Sarrazin

País de residencia: Francia

Cargo actual: Experta en comercio justo y productos orgánicos para Fair Trade Advocacy Office

Experiencia profesional: Asociación de productores orgánicos de Loir-et-Cher, Gironde, Loc'Halle, Bio – Cooperativa regional de productores de verduras orgánicos y Fairtrade International

¿DOS SELLOS PARA CONSUMIDORES RESPONSABLES?

La certificación de Comercio Justo y producción orgánica son dos sellos que interesan a los mismos consumidores, quienes hacen sus compras teniendo en cuenta un modo de producción respetuoso con las personas y el medioambiente. Se les llama consumidores responsables, al considerar criterios de desarrollo sostenible en sus compras, manifiesta Emilie Sarrazin.

Comenta que ambas certificaciones funcionan de manera similar para los productores al cumplir estándares y sometiéndose a auditorías periódicas. En el caso de Comercio Justo, los criterios se refieren al funcionamiento de la organización de productores, al respeto de los derechos humanos y el medio ambiente; para los productos orgánicos, los estándares se apoyan sobre una producción sin químicos sintéticos.

¿PRODUCTOS ORGÁNICOS Y COMERCIO JUSTO MÁS BARATOS?

Emilie hace una retrospectiva sobre el inicio de la comercialización de los productos orgánicos, que aparecieron en la década de 1980 expendidos por empresas especializadas, cuyo consumo empezó a despegar en los 2000, vendiéndose a un precio más elevado, justificado por los mayores costes de producción, pero también por ser sectores menos estructurados. Ahora este mercado se enfrenta a una producción de economías de escala, de mayor volumen a un menor costo. Esto permitiría a los consumidores tener un mayor acceso a productos que cuiden su salud, pero también representa un reto para los productores al momento de cubrir sus costos de producción y distribución.

¿CÓMO GENERAN VALOR LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES?

Resalta que la propuesta de valor es lo que marcará la diferencia a la hora de comercializar productos orgánicos y de Comercio Justo. El origen, las variedades locales, el

sabor característico y la historia permiten a las organizaciones justificar un mayor precio en su oferta, por lo que quienes sepan aprovechar estas ventajas podrán beneficiarse.

Otro factor positivo para las organizaciones de productos orgánicos es que al producir sin químicos, dependen menos de insumos importados. También les permite ser más resiliente ante las crisis internacionales, como hemos visto con la COVID-19 o en los últimos conflictos geopolíticos

¿NUEVOS DESAFÍOS PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES?

Su producción se ha anticipado a las nuevas condiciones de mercado impuestas por la Unión Europea, como la normativa contra la deforestación. Por otro lado, si se dedican al Comercio Justo, los productores tendrán la seguridad de un precio mínimo, un compromiso a largo plazo y una prima.

Sin embargo, ser orgánico presenta desafíos. En las fincas, se requiere un conocimiento profundo de agroecología para prescindir de químicos como el glifosato. En ese sentido, destaca el apoyo de instituciones que dan soporte a los pequeños productores como la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), que opera a escala mundial.

Al concluir pondera el rol del consumidor a la hora de identificar las certificación de productos orgánicos que efectivamente cumplan los parámetros para ser considerados como tal, pues la proliferación de sellos sostenibles en los últimos años permitió que grandes marcas crearan, entre otros temas, confusión en los consumidores logrando una imagen ecológica haciendo lo mínimo posible.



RECOMENDADO: JORNADAS DEL COMERCIO JUSTO Y SOSTENIBILIDAD



TEMÁTICAS:

1. LA IMPORTANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD PARA INGRESAR A MERCADOS DE LA UE. (05/MAYO 10H00 - 11H00)
2. COMERCIO JUSTO Y LAS ALIANZAS ENTRE COMPRADORES INTERNACIONALES Y PRODUCTORES: UN MODELO DE NEGOCIOS QUE BENEFICIA A LOS AGRICULTORES, ARTESANOS Y A LOS CONSUMIDORES. (06/MAYO 11H30 - 12H30)
3. PANEL DE EXPERTOS: EL FUTURO POST COVID-19 PARA LAS ORGANIZACIONES Y EXPORTADORES DE COMERCIO JUSTO. (07/MAYO 10H00 - 11H00)

El Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, en 2021, con motivo de la celebración del Día Mundial del Comercio Justo, y en medio de las medidas de aislamiento a causa de la pandemia COVID-19, llevó a cabo la serie de webinars “Jornadas de comercio justo y sostenibilidad.”

Tres días y tres temas desarrollados por expertos nacionales e internacionales permitieron, a más de 150 participantes, entender la relevancia de la sostenibilidad y el bienestar humano en los mercados del exterior.

La importancia de la sostenibilidad para ingresar a mercados de la UE (María Paula Gómez y Daniel Oppermann – Import Promotion Desk de Alemania)

<https://bit.ly/3oWfgjC> 

Comercio justo y las alianzas entre compradores internacionales y productores (Javier Fernández – Fundación COPADE)

<https://bit.ly/3BtC0fW> 

Panel de Expertos: El futuro post Covid-19 para las organizaciones y exportadores de comercio justo (Sagrario Angulo – Camari, Alfredo Zabarain – CLAC, Lorena Muñoz – MPCEIP y Oliver Vásquez – SULA)

<https://bit.ly/3H0CNX9> 

Los invitamos a que puedan acceder al material completo de los tres días de jornadas de comercio justo y sostenibilidad.

LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA LOS PRODUCTOS EPS Y COMERCIO JUSTO

Las exportaciones de la Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo son una oportunidad para los pequeños productores, de estar más cerca de los consumidores. A diferencia del comercio convencional la cadena de distribución se acorta, existe mayor transparencia entre todos los actores y se distribuyen los ingresos de forma más equitativa con todas las partes.

COMERCIO CONVENCIONAL:



COMERCIO JUSTO Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA:



Fuentes: Fairtrade International, FLO.

Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, Viceministerio PRO ECUADOR.

www.produccion.gob.ec

Ministerio de Producción,
Comercio Exterior,
Inversiones y Pesca



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras



República
del Ecuador



Juntos
cumplimos