Estrategia Ecuatoriana

• 2026-2035 •

COMERCIO *justo*







GOBIERNO DEL ECUADOR

Ministerio de Desarrollo Económico y Productivo

INTRODUCCIÓN

En un contexto global caracterizado por crecientes desafíos económicos, sociales, ambientales y comerciales, el Comercio Justo se consolida como una herramienta estratégica para promover sistemas de producción, comercialización y consumo más inclusivos, sostenibles y equitativos. **Su enfoque busca generar mejores oportunidades para pequeños productores, artesanos, trabajadores y organizaciones de la economía popular y solidaria, fortaleciendo relaciones económicas basadas en la transparencia, la corresponsabilidad, la sostenibilidad ambiental y la distribución justa de los beneficios a lo largo de las cadenas de valor.**

Desde su origen, hace más de seis décadas, el movimiento internacional de Comercio Justo ha demostrado que es posible construir alternativas comerciales que combinen competitividad económica con justicia social. En la actualidad, el desafío trasciende en la creación de nichos de mercado especializados y se orienta a incorporar los principios del Comercio Justo como un eje transversal de las políticas de desarrollo productivo, comercio exterior, sostenibilidad y cohesión social.

Con este propósito, desde octubre de 2012 y durante el 2013, los actores del comercio justo en el Ecuador trabajaron conjuntamente y en distintos espacios, en la configuración de la presente Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, la cual está orientada a la sensibilización, promoción, fomento, incentivo, regulación, control y rectoría del comercio justo en el país, y que constituye

un camino programático de acción consensuada, que vincula la voluntad de múltiples actores e iniciativas, para asumir la corresponsabilidad de su implementación, a fin de posicionar, desarrollar, consolidar y fomentar el Comercio Justo en el Ecuador.

> ***El Comercio Justo es una alternativa real para construir un desarrollo más justo, inclusivo y sostenible.***

El proceso de diseño de esta Estrategia comenzó con un evento internacional en el que participaron 230 actores de Comercio Justo: productores y productoras, artesanos y artesanas, empresas sociales de comercialización, diseñadores, importadores, académicos, redes nacionales e internacionales de comercio justo, instituciones públicas de fomento y promoción relacionadas con el comercio justo, y organismos de cooperación internacional vinculados al tema, y continuó con un conjunto de talleres participativos con la tipología de actores vinculados al comercio justo, como un proceso de construcción colectiva, mediante espacios de diálogo, análisis y propuesta, que configuró mediante consenso, el contenido de la presente Estrategia.

A partir del 2017, que **la Estrategia fue declarada como política, ha constituido el principal instrumento estratégico y de seguimiento para el fomento del comercio justo en el Ecuador, permitiendo la elaboración de un plan de acción y establecimiento de mesas técnicas orientadas a la implementación de la Estrategia.** En 2019,



se aprobó el Acuerdo Nro. MPCEIP-DMPCEIP-2019-0025, mediante el cual se actualizó los miembros del comité y se definieron las responsabilidades tanto del referido comité como del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (hoy, MDEP) en su calidad de Presidencia y Secretaría Técnica, a fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos en la Estrategia.

En atención a la vigencia de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, aprobada y emitida en 2017 con aplicación hasta el año 2025, a partir de finales de dicho año se inició el proceso de su actualización. Este proceso se fundamentó en los lineamientos, estrategias y objetivos definidos desde el inicio de su implementación, incorporando la actualización de los actores y la información relevante del comercio justo, así como las nuevas políticas públicas orientadas a impulsar su desarrollo.

La Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo (EECJ) 2026-2035 fue oficializada mediante Acuerdo Ministerial Nro. MPCEI-MPCEI-2026-0045-A y publicada en el Registro Oficial, Tercer Suplemento Nro. 351, de fecha 20 de agosto de 2026. Este instrumento constituye el marco estratégico nacional para orientar las acciones y políticas públicas destinadas al fomento, fortalecimiento y desarrollo del Comercio Justo en el Ecuador durante el período 2026-2035.



El documento consta de seis capítulos:

- **El primer capítulo** presenta el marco constitucional, legal e institucional que sustenta el Comercio Justo en el Ecuador.
- **El segundo capítulo** desarrolla los fundamentos conceptuales, la evolución histórica del movimiento y los principios que orientan su aplicación.
- **El tercer capítulo** expone la situación actual del Comercio Justo en el país, incluyendo sus principales avances, cifras y desafíos.
- **El cuarto capítulo** presenta los objetivos estructurales de la Estrategia, así como sus ejes y lineamientos de política pública.
- **El quinto capítulo** desarrolla las estrategias de implementación para cada eje de intervención.
- **El sexto capítulo** detalla los programas y proyectos emblemáticos por cada eje.

01

Capítulo 1

MARCO CONSTITUCIONAL, LEGAL E INSTITUCIONAL DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR







1.1 Marco Constitucional

La Constitución de la República del Ecuador

establece las bases Comercio Justo mediante principios de:



JUSTICIA, SOLIDARIDAD, EQUIDAD Y SOSTENIBILIDAD.

Reconoce la importancia de un sistema económico equilibrado, promueve las exportaciones ambientalmente responsables de pequeños y medianos productores y del sector artesanal, y contempla expresamente los intercambios económicos y el Comercio Justo.

Estos principios se articulan con el Plan Nacional de Desarrollo ***"Ecuador no se Detiene"*** 2025–2029, que impulsa la inclusión económica, la producción sostenible, la reducción de desigualdades y el fortalecimiento de las capacidades productivas.



El tema del Comercio Justo está posicionado en la Constitución de la República en varios de sus articulados y establece las bases de un comercio justo, solidario y sostenible.

Art. 276	Construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible.
Art. 281	Responsabilidad del Estado en la soberanía alimentaria.
Art. 283	Sistema económico social y solidario; relación equilibrada entre sociedad, mercado, economía con la naturaleza.
Art. 284	Objetivos de la política económica: distribución adecuada, empleo, productividad y sostenibilidad.
Art. 304	Objetivos de la política comercial, incluyendo impulsar el comercio justo.
Art. 306	Promoción de exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia por pequeños y medianos productores y sector artesanal.
Arts. 335-337	Intercambios económicos y Comercio Justo.
Art. 416 *Numeral 12*	Nuevo sistema de comercio e inversión entre Estados basado en justicia, solidaridad y complementariedad.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO "ECUADOR NO SE DETIENE"

2025–2029

El PND articula el mandato constitucional con la planificación y la acción pública.



1.2 Marco Legal e Institucional

El marco legal del Comercio Justo en Ecuador se sustenta en cuatro normas principales que promueven **la economía popular y solidaria, la comercialización adecuada, el desarrollo productivo y el fortalecimiento territorial.**

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria reconoce el Comercio Justo como principio y medida de promoción; la Ley Orgánica de Defensa y Desarrollo de la Economía Familiar Campesina impulsa la comercialización y la agregación de valor; el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones fomenta el comercio justo y los mercados transparentes; y el COOTAD establece responsabilidades para los gobiernos autónomos descentralizados en el fortalecimiento de las organizaciones, los encadenamientos productivos y los espacios de comercialización.



02

Capítulo 2

COMERCIO JUSTO, FUNDAMENTOS Y MARCO CONCEPTUAL









2.1 Definición del Comercio Justo

De acuerdo con la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, el Comercio Justo en el Ecuador se entiende en dos dimensiones:

1 Primera dimensión

Como todo cambio en relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo con el propósito de lograr justicia y equidad en el comercio, esto mediante la incorporación de principios y valores éticos que abarquen aspectos humanos, económicos, sociales y ecológicos; pero que al mismo tiempo ayude a construir nuevas relaciones humanas, sociales y geopolíticas.

2 Segunda dimensión

El Comercio Justo será la creación y ampliación de mercados para productos y servicios que se derivan de prácticas y relaciones de Comercio Justo.

2.2 Breve sinopsis de la evolución del Comercio Justo

El Comercio Justo surgió tras la Segunda Guerra Mundial como una iniciativa solidaria impulsada por organizaciones religiosas de Estados Unidos y Europa, que buscaban mejorar los ingresos de comunidades vulnerables a través de la comercialización de artesanías y otros productos.



En las décadas de 1950 y 1960 se consolidó como una alternativa al comercio convencional bajo el principio "Trade, Not Aid" ***(Comercio, no ayuda),*** promoviendo relaciones comerciales más equitativas entre productores del Sur y consumidores del Norte.

Durante los años 80 se produjo un hito clave con la creación de los primeros sellos de certificación, como Max Havelaar (1988), que permitió la incorporación de productos de Comercio Justo en los canales tradicionales de comercialización.

En los años 90 el movimiento se fortaleció institucionalmente con la creación de organizaciones internacionales como la WFTO (World Fair Trade Organization) y Fairtrade International (FLO), que establecieron estándares y sistemas de certificación reconocidos a nivel mundial.

En América Latina, el Comercio Justo evolucionó incorporando principios de economía solidaria, asociatividad, soberanía alimentaria y consumo responsable. En Ecuador, las primeras experiencias surgieron en los años 70 con iniciativas pioneras como Gruppo Salinas, seguidas por Camari (1981) y Maquita Cushunchic MCCH (1985), organizaciones que promovieron modelos de comercialización solidaria y fortalecieron a pequeños productores rurales.

En 2003 se creó la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), actualmente integrada por más de 50 organizaciones de pequeños productores certificados en Comercio Justo, que representan a miles de familias dedicadas a productos como cacao, café, banano, quinua y panela. Paralelamente, Ecuador ha fortalecido su compromiso con este modelo a través de iniciativas como Quito Ciudad por el Comercio Justo, reconocida desde 2016 como la primera capital latinoamericana con esta distinción, y la aprobación en 2025 de una ordenanza metropolitana para promover el Comercio Justo y el Consumo Responsable.

Hoy, el Comercio Justo constituye una herramienta de desarrollo sostenible que impulsa mejores condiciones económicas, sociales y ambientales para productores y consumidores, contribuyendo al fortalecimiento de la economía solidaria en Ecuador y en el mundo.

2.3 Los Principios del Comercio Justo a Nivel Mundial

El Comercio Justo se basa en un conjunto de principios que promueven una economía más inclusiva, sostenible y equitativa para productores, trabajadores y consumidores:

1. **Generación de oportunidades** para pequeños productores y grupos en situación de vulnerabilidad económica.

2. **Transparencia y rendición de cuentas** en la gestión organizacional y en las relaciones comerciales.

3. **Relaciones comerciales justas** basadas en la confianza, la solidaridad y el respeto mutuo.

4. **Pago de un precio justo** que cubra los costos de producción y garantice condiciones de vida dignas.

5. **Prohibición del trabajo infantil y la explotación laboral** respetando los derechos humanos y laborales.

6. **Fortalecimiento de capacidades** mediante formación, asistencia técnica y desarrollo organizativo.

7. **Equidad de género, no discriminación y libertad de asociación** promoviendo igualdad de oportunidades y participación.

8. **Condiciones de trabajo seguras y saludables** en cumplimiento de las normas laborales nacionales e internacionales.

9. **Protección y valorización de la identidad cultural** preservando los saberes tradicionales y el patrimonio de las comunidades productoras.

10. **Promoción y sensibilización sobre el Comercio Justo** fomentando un consumo responsable e informado.

11. **Respeto por el medio ambiente** impulsando prácticas productivas sostenibles y responsables.

2.4 Implicaciones teórico-metodológicas del Comercio Justo en el Ecuador

A más de los principios que constan en el punto 2.2, el Comercio Justo en el Ecuador tiene las siguientes implicaciones teórico-metodológicas:

El Comercio Justo, mucho más que sellos y certificaciones



El Comercio Justo no se limita a la obtención de certificaciones para acceder a mercados especializados.

Es una propuesta de transformación de las relaciones económicas, sociales y ambientales, basada en valores de equidad, solidaridad y respeto. Además de promover productos certificados, busca generar mercados donde prevalezcan prácticas comerciales justas en beneficio de productores y consumidores.



El Comercio Justo, un puntal de la Economía Popular y Solidaria

El Comercio Justo forma parte de un modelo económico centrado en las personas y no en la acumulación del capital. Promueve la cooperación, la asociatividad y el trabajo digno, fortaleciendo emprendimientos comunitarios, cooperativos y asociativos que contribuyen al bienestar colectivo y al desarrollo local.

El Comercio Justo, una herramienta para eliminar la pobreza y la desigualdad

El Comercio Justo busca mejorar las condiciones de vida de pequeños productores, artesanos y trabajadores mediante relaciones comerciales más equitativas. Contribuye a reducir brechas económicas, sociales y territoriales, fortaleciendo la distribución justa de los beneficios generados en las cadenas de valor.

El Comercio Justo, una estrategia para el desarrollo territorial

Las iniciativas de Comercio Justo nacen de las potencialidades de cada territorio, poniendo en valor la identidad local, los saberes ancestrales y las características propias de los productos. Esto fortalece las economías locales, promueve el desarrollo equilibrado de las comunidades y fomenta la articulación entre actores públicos y privados.

El Comercio Justo promueve la equidad económica y de género

El Comercio Justo impulsa la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, promoviendo la participación activa de las mujeres en los procesos productivos, organizativos y de toma de decisiones. Asimismo, combate prácticas de discriminación y favorece el empoderamiento económico y social.

El Comercio Justo, una herramienta para cambiar las reglas del comercio nacional e internacional

El Comercio Justo plantea una nueva forma de entender las relaciones comerciales, basada en la transparencia, el respeto mutuo y la distribución equitativa de beneficios. Su objetivo es corregir las desigualdades presentes en los mercados convencionales y promover un comercio más humano e inclusivo.

El Comercio Justo como eje transversal de la política de desarrollo productivo y comercial del Ecuador

El Comercio Justo contribuye a la diversificación productiva, la generación de valor agregado y la competitividad inclusiva. Además, facilita la participación de pequeños productores, organizaciones comunitarias y MIPYMES en los mercados nacionales e internacionales.



El Comercio Justo contribuye a la sustentabilidad

El Comercio Justo promueve la sostenibilidad económica, social, ambiental, cultural y política. Fomenta prácticas productivas responsables, fortalece la participación ciudadana, protege el ambiente y contribuye a la preservación de la identidad cultural de las comunidades.

El Comercio Justo va de la mano con la soberanía alimentaria

El Comercio Justo fortalece la producción local y el derecho de las comunidades a decidir sobre sus sistemas productivos y alimentarios. Promueve cadenas de valor que priorizan la agricultura sostenible, los mercados locales y el acceso equitativo a los recursos productivos.

El Comercio Justo implica el fomento de un consumo responsable

El Comercio Justo impulsa una ciudadanía consciente de los impactos sociales y ambientales de sus decisiones de compra. Promueve hábitos de consumo que valoran el origen de los productos, el bienestar de los productores y la protección del medio ambiente.

El Comercio Justo implica una visión de la cadena de valor

El Comercio Justo involucra a todos los actores de la cadena, desde la producción hasta el consumo final. Busca que los principios de justicia, transparencia y solidaridad se apliquen en cada etapa del proceso productivo y comercial.

El Comercio Justo requiere de asociatividad y organización

La organización de productores, artesanos y emprendedores es fundamental para acceder a mejores mercados, fortalecer capacidades y lograr economías de escala. El Comercio Justo reconoce la cooperación y la confianza como elementos esenciales para el desarrollo sostenible.

Comercio Justo es más que exportación

Aunque tiene una importante dimensión internacional, el Comercio Justo también promueve los mercados locales y nacionales. Su propósito es fortalecer las economías territoriales y generar oportunidades comerciales que beneficien directamente a las comunidades productoras.

El Comercio Justo requiere de un trabajo de sensibilización y educación de la sociedad

La consolidación del Comercio Justo requiere procesos permanentes de educación, formación y comunicación que fomenten valores de solidaridad, responsabilidad social y sostenibilidad en toda la sociedad.

El Comercio Justo requiere de sistemas adecuados de fomento, reconocimiento, seguimiento y control

El Comercio Justo necesita mecanismos que permitan identificar, diferenciar y promover productos y servicios elaborados bajo principios justos y sostenibles. Estos sistemas contribuyen a generar confianza y asegurar el cumplimiento de estándares de calidad y equidad.

El Comercio Justo reconoce actores diversos

El Comercio Justo integra a pequeños productores, artesanos, organizaciones comunitarias, empresas sociales, sector privado, academia, organizaciones de apoyo y entidades públicas. La articulación entre estos actores fortalece el ecosistema del Comercio Justo y amplía su impacto en el desarrollo del país.

03

Capítulo 3

SITUACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR









3.1 Algunas cifras del Comercio Justo en el Ecuador

Actualmente no se cuenta con información centralizada sobre las dinámicas económicas del Comercio Justo en el Ecuador.

En lo que se refiere al mercado externo, el Instituto de Promoción del Ecuador, PRO ECUADOR ha desarrollado una metodología para contar con datos estimados que permitan visibilizar las exportaciones del sector.

La metodología se basa en la actualización del listado de exportadores que tienen la certificación de comercio justo (bases de datos disponibles en la web de las certificadoras), así como en la aplicación de filtros por destinos de Comercio justo (Países de la UE, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Australia, Japón, Corea del sur, Hong Kong y Nueva Zelanda), por tipo de producto y por la aplicación de un factor porcentual de las ventas consideradas Fairtrade (aproximadamente 9%).

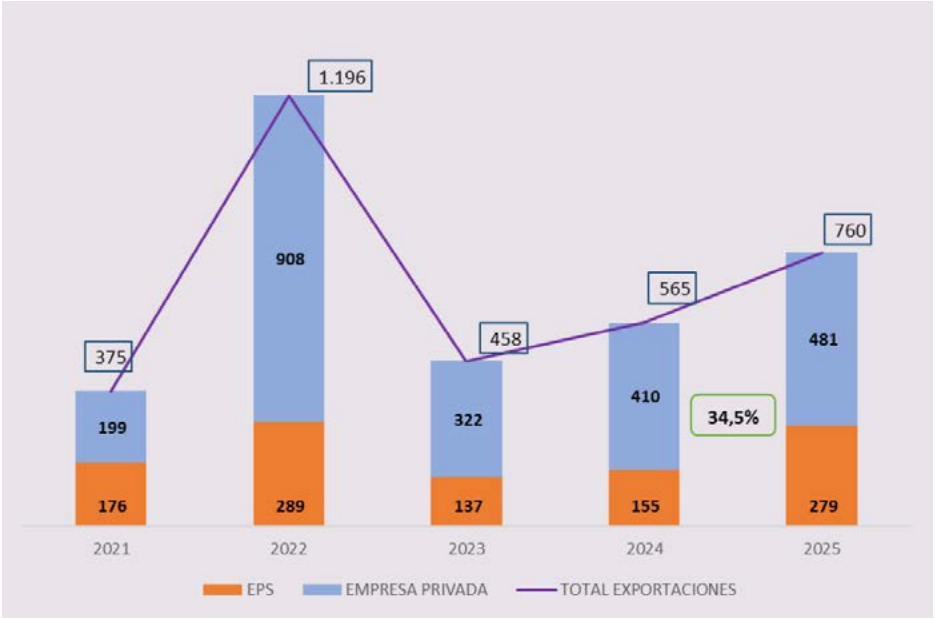
Empresas certificadas en Comercio Justo en el Ecuador (2025)

De acuerdo a las diferentes instituciones certificadoras del país (Fairtrade International (FLO), Fairtrade USA, WFTO, ECOCERT, IMO, SPP), para el 2025, se registraron 170 organizaciones certificadas con el sello de comercio justo, de las cuales 63 son EPS y 107 Empresas. Las certificaciones que predominan son la certificación FLO, sola o combinada con FT USA, seguida por SPP y WFTO, como se muestra a continuación:

CERTIFICACIÓN	EPS	EMPRESAS	TOTAL
FLO	35	45	80
FT USA	-	23	23
SPP	8	1	9
WFTO	3	2	5
FLO / FT USA	13	36	49
SPP / FT USA	1	-	1
FLO / FT USA / SPP	2	-	2
FLO / FT USA / WFTO	1	-	1
TOTAL	**63**	**107**	**170**

Fuente: *Certificadoras del Standard Map –CCI (Fairtrade International, Fair Trade USA, Símbolo de Pequeños Productores-SPP, WFTO -World Fair Trade Organization), 2025*
Elaboración: *Coordinación General de Promoción de Exportaciones, PRO ECUADOR,2025*

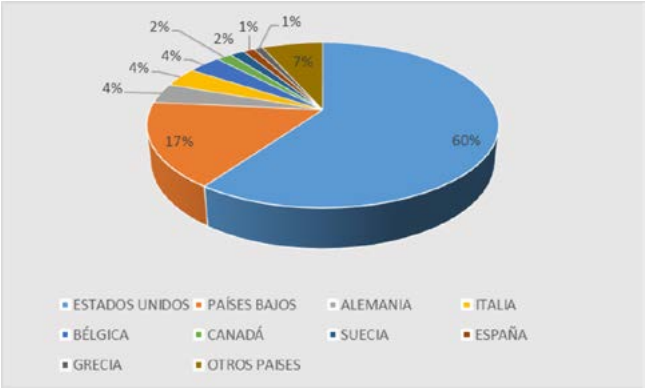
Evolución de las exportaciones de comercio justo 2021-2025



Fuente: *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENAE, Pro Ecuador 2025*
Elaborado por: *Viceministerio de Comercio Exterior, 2025.*

Las exportaciones de comercio justo realizadas por las empresas y por la economía popular y solidaria, en conjunto, alcanzaron en 2025 un total de USD 760 millones, cifras superiores a las registradas en 2024, con una variación del 34.50%. Durante el período 2021–2025, estas exportaciones evidenciaron una tasa de crecimiento promedio anual del 26.65% en términos de valor.

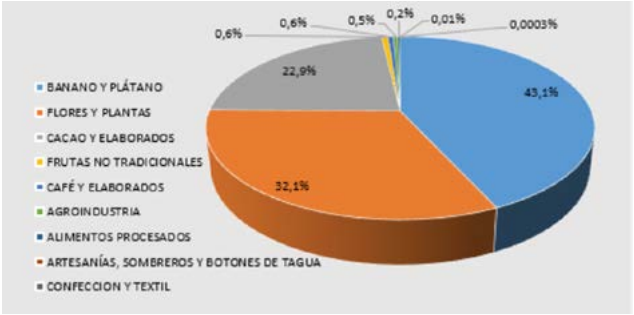
Exportaciones de Comercio Justo 2021-2025 por país de destino



Fuente: *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENAE, Pro Ecuador, 2025*
Elaborado por: *Viceministerio de Comercio Exterior, 2025*

Las exportaciones de productos ecuatorianos bajo el sello de comercio justo se dirigieron a 35 mercados internacionales en el periodo del 2021 al 2025. Entre los principales destinos se ubican Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Italia y Bélgica.

Exportaciones de comercio justo 2021-2025 por sector exportador

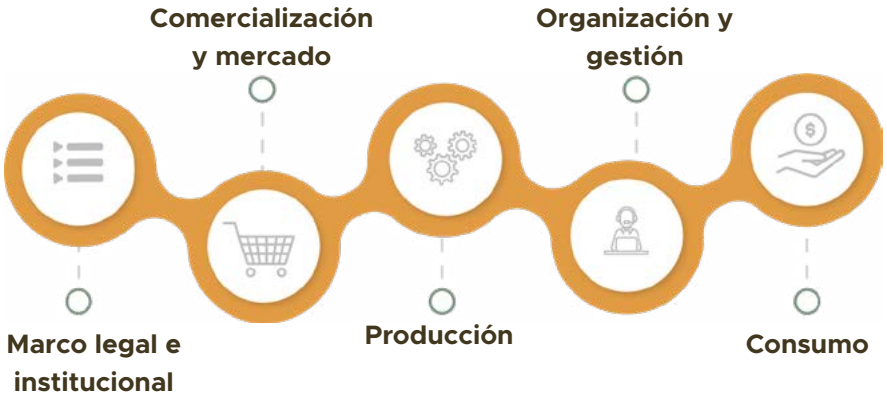


Fuente: *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENAE, Pro Ecuador, 2025*
Elaborado por: *Viceministerio de Comercio Exterior, 2025*

En lo que se refiere a productos de Comercio Justo exportados, el sector de banano y plátano concentra el 43.1% del valor total exportado en 2025. En segundo lugar, se ubica el sector de flores y plantas, con una participación del 32.1%, y en el tercer lugar cacao y elaborados, con el 22.9%. En conjunto, estos tres sectores representaron el 98,1% del total de las exportaciones de comercio justo realizadas en 2025.

3.2 Caracterización de la Problemática del Comercio Justo en el Ecuador

La problemática del Comercio Justo en el Ecuador ha sido abordada en varios espacios de análisis y reflexión, y se la ha estructurado por ámbitos de intervención:



3.2.1 Marco legal e institucional

Aunque el Comercio Justo está reconocido en la Constitución del Ecuador, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) y el Código Orgánico de la Producción, todavía no cuenta con un marco legal e institucional específico que garantice su aplicación efectiva. Esta situación genera dispersión entre las instituciones públicas, falta de coordinación, competencias poco definidas y una implementación limitada

de políticas relacionadas con el Comercio Justo.

Como consecuencia, el tema tiene una débil presencia en las estrategias nacionales y regionales, así como una escasa incidencia en el comercio convencional. Para que el Comercio Justo contribuya realmente a la reducción de la pobreza, la equidad social y el fortalecimiento de la economía social y solidaria, es necesario establecer normas específicas y una institucionalidad clara que impulse, coordine e institucionalice su desarrollo en el país.

3.2.2 Comercialización y mercado

El principal desafío del Comercio Justo en Ecuador es su débil posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. Los pequeños productores, artesanos y organizaciones enfrentan dificultades para alcanzar volúmenes de producción competitivos, cumplir estándares de calidad, acceder a mercados, promocionar sus productos y manejar herramientas de comercialización internacional.

A esto se suman las limitaciones de financiamiento, el alto costo de las certificaciones y la falta de incentivos específicos que apoyen la comercialización de productos de Comercio Justo. Además, existe un bajo nivel de conocimiento y valoración del Comercio Justo por parte de los consumidores, lo que reduce la demanda y las oportunidades de crecimiento del sector.

También persisten retos relacionados con la articulación entre los actores de la cadena de valor, la escasa orientación hacia el mercado interno y el comercio Sur-Sur, así como barreras generadas por los sistemas de certificación, cuyos costos pueden excluir a los pequeños productores. Frente a ello, se requiere fortalecer la promoción, el acceso al financiamiento, la cooperación entre actores y las políticas públicas que impulsen mercados más inclusivos y sostenibles.

3.2.3 Producción



La producción enfrenta importantes limitaciones que afectan la competitividad de pequeños productores y productoras. Entre los principales desafíos se encuentran la falta de inversión y financiamiento, los altos costos de producción, la baja productividad, la limitada innovación tecnológica y las dificultades para acceder a asistencia técnica, infraestructura adecuada y recursos productivos esenciales como tierra, agua y tecnología.

Además, existen deficiencias en la gestión empresarial, la logística, los centros de acopio y las redes de distribución, lo que reduce la capacidad de los productores para responder a las exigencias del mercado.

Estos factores se traducen en problemas de calidad y competitividad de los productos, dificultando el crecimiento y la sostenibilidad de las iniciativas de Comercio Justo en el Ecuador.

3.2.4 Organización y gestión

Las organizaciones de Comercio Justo en Ecuador enfrentan desafíos relacionados con la articulación, la gestión y el fortalecimiento institucional.

Los pequeños productores y productoras presentan dificultades para trabajar de manera asociativa, mantener el compromiso con los principios del Comercio Justo, acceder a capacitación y fortalecer sus capacidades de liderazgo y representación.

Además, persisten limitaciones en la coordinación entre organizaciones, la construcción de objetivos comunes y la incidencia en espacios de toma de decisiones. La falta de información sistematizada, de un registro nacional de actores y de asistencia técnica especializada dificulta una gestión más eficiente y el desarrollo del sector.

Para fortalecer el Comercio Justo, es necesario impulsar procesos de formación, liderazgo, cooperación entre actores y mejora de la capacidad organizativa, promoviendo estructuras más sólidas, representativas y sostenibles.





3.2.5 Consumo

Uno de los principales desafíos del Comercio Justo en Ecuador es el bajo nivel de conocimiento y sensibilización de la población sobre sus principios, beneficios e impacto social. La falta de información y educación sobre consumo responsable limita la demanda de productos de Comercio Justo y dificulta el fortalecimiento de una relación más cercana y solidaria entre productores y consumidores.

Además, existe una escasa promoción de estas temáticas tanto a nivel nacional como internacional. Por ello, se requieren campañas permanentes de comunicación y educación, con la participación de instituciones públicas, organizaciones sociales y medios de comunicación, que fomenten hábitos de consumo responsables y contribuyan a construir una sociedad más consciente, justa y sostenible.

04

Capítulo 4

OBJETIVOS ESTRUCTURALES DE LA ESTRATEGIA, EJES Y LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PÚBLICA









4.1 Objetivos estructurales de la estrategia ecuatoriana de Comercio Justo

La construcción de los objetivos estructurales de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo parte de las implicaciones conceptuales del Comercio Justo en el país y de la problemática identificada, y constituyen una respuesta programática a los principales nudos críticos encontrados.

Los objetivos de la Estrategia hacen relación a los profundos cambios que se quieren provocar en las dinámicas productivas y comerciales a nivel nacional e internacional y al desarrollo de condiciones adecuadas para el fomento del comercio justo y el posicionamiento de sus productos en el mercado interno y externo, con políticas diferenciadas, institucionalidad eficiente, participación activa de los actores, programas y presupuestos efectivos a favor de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras ecuatorianas.

OBJETIVO 1

Promover la construcción de nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización interna y externa, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad.

Este objetivo permite recuperar y posicionar la dimensión política transformadora del Comercio Justo para cambiar las injustas estructuras del comercio internacional y nacional que generan y reproducen la pobreza y la desigualdad, y plantea como una propuesta programática la necesidad de incorporar y poner en práctica los valores y principios éticos del Comercio Justo en todos los eslabones de las cadenas productivas y comerciales, provocando un cambio de las relaciones de poder a favor de los históricamente desfavorecidos, transformando no sólo las relaciones económicas y sociales, sino también las relaciones humanas, y las relaciones con la naturaleza.



OBJETIVO 2

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños productores, artesanos y trabajadores, dando sostenibilidad económica, social y ambiental a los emprendimientos de Comercio Justo

Este objetivo permite poner énfasis en la participación de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, puesto que históricamente han sido estos actores sociales y económicos los menos beneficiados de las ganancias y excedentes de los intercambios económicos y comerciales, en tal sentido, el Comercio Justo posiciona la mejora de su calidad de vida como propuesta programática.



4.2 Ejes de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo

Para **alcanzar el objetivo 1** de la estrategia se definen dos ejes fundamentales:

01 Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo

02 Fomento, Promoción e Incentivo del Comercio Justo

Para **lograr el objetivo 2** de la Estrategia se definen los siguientes ejes adicionales:

03 Mejoramiento de los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del Comercio Justo

04 Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de comercio justo, así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo

Cada uno de los ejes de la estrategia comprende un conjunto de lineamientos de política pública y para cada uno de dichos lineamientos se han diseñado las correspondientes estrategias de implementación.

4.3 Lineamientos de política por cada eje

EJE 1

Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo

Lineamientos de política:

1. Fortalecer la gobernanza institucional del Comercio Justo, incluyendo la definición de roles y competencias claramente definidos para las entidades públicas relacionadas con el Comercio Justo.
2. Contar con un marco normativo específico que regule, fomente, promocione e incentive el Comercio Justo y facilite su institucionalización.
3. Difundir las normativas y los principios del Comercio Justo, y concientizar a los actores para su aplicación práctica.
4. Contar con un sistema de Registro e Información actualizados sobre las Organizaciones y Empresas del Comercio Justo.
5. Contar con instancias fortalecidas de representación de los actores del Comercio Justo y con un Observatorio de Comercio Justo consolidado (Academia).



EJE 2

Fomento, promoción e incentivo del Comercio Justo

Lineamientos de política:

1. Fomentar, promocionar e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel local, nacional, regional y suprarregionalmente.
2. Desarrollar procesos de sensibilización, formación y organización en Comercio Justo.
3. Fomentar, promocionar e incentivar el consumo social y ambientalmente responsable.
4. Desarrollar procesos de investigación e innovación en Comercio Justo.
5. Desarrollar sistemas de calidad para productos y servicios de Comercio Justo.



EJE 3

Mejoramiento de los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del Comercio Justo

Lineamientos de política:

1. Promover internacionalmente al Ecuador como un "País Justo".
2. Consolidar y ampliar los mercados de Comercio Justo a nivel local, nacional, regional y global.
3. Contar con mecanismos de participación y promoción de mercados para el Comercio Justo.
4. Facilitar información sobre trámites de exportación del Comercio Justo.
5. Contar con logística de exportación para productos del Comercio Justo.
6. Contar con un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen del Comercio Justo, tomando en cuenta la sostenibilidad ambiental.
7. Fortalecer las cadenas de valor del Comercio Justo para la generación de valor agregado y la inserción en mercados.



EJE 4

Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de comercio justo, así como de la oferta de productos y servicios de comercio justo

Lineamientos de política:

1. Construir confianza entre los actores de la cadena productivo-comercial en el marco del Comercio Justo.
2. Contar con modelos de gestión exitosos y eficientes, logrando economías de escala en las cadenas de valor, por tipología de actores.
3. Fortalecer la productividad y la competitividad de los productos y servicios de Comercio Justo.
4. Fortalecer procesos de manejo, tecnificación y diversificación de la producción del Comercio Justo para asegurar cantidad, calidad, continuidad en la oferta de productos y servicios del Comercio Justo.



05

Capítulo 5

ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN









EJE 1.

FORTALECIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL DEL COMERCIO JUSTO

Generar condiciones institucionales y legales para el reposicionamiento y expansión del Comercio Justo, contribuyendo a la equidad social y territorial y a una transformación productiva justa, solidaria y sostenible.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.1	**Fortalecer la gobernanza institucional del comercio justo, incluyendo la definición de roles y competencias claramente definidos para las entidades públicas relacionadas con el comercio justo**	• Constituir una mesa de trabajo entre actores del Estado y los actores comunitarios y privados del Comercio Justo, para definir y delimitar con claridad qué instituciones del Estado ejercerán los roles de rectoría, fomento y promoción, regulación, supervisión del Comercio Justo en el país. • Definir las competencias de cada una de las entidades en el cumplimiento del rol asignado. • Definir y articular el rol de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en la temática del Comercio Justo. • Insertar estas definiciones en el marco normativo específico para el Comercio Justo.
	Nivel Territorial: Nacional	**Actores Sugeridos:** Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, Secretaría Nacional de la Administración Pública y Administración, delegados de CONGOPE, AME y CONAGOPARE.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.2	**Contar con un marco normativo específico que regule, fomente, promocione e incentive el comercio justo y facilite su institucionalización**	• Crear un Comité pro-normativa del Comercio Justo en el Ecuador, integrada por representantes de la tipología de actores de Comercio Justo para que impulse la propuesta, diseñe el proceso de construcción de la misma y coordine las acciones. • Revisión de normativas de Comercio Justo de otros países. • Formar mesas de trabajo y elaborar la propuesta de marco normativo específico para el Comercio Justo, en consenso con representantes de todos los actores del Comercio Justo. • El marco normativo deberá incluir la institucionalidad adecuada para el rectoría, fomento y promoción, regulación y control de las actividades del Comercio Justo en el país, así mismo las fuentes de los fondos que se asignen al tema. • Promocionar la propuesta e incidir políticamente en las instancias del Estado relacionadas con el tema
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** Actores Sugeridos: Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, u otras certificadoras como SPP, Fair Trade International, entre otras, Aseguradoras, Técnicos, SENAE.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.3	**Difundir las normativas y los principios del comercio justo, y concientizar a los actores para su aplicación práctica**	• Diseño, elaboración e implementación del Plan de difusión de la normativa de Comercio Justo. • El Plan incluirá un encuentro a nivel nacional con representantes locales de todos los tipos de actores del Comercio Justo, para diseñar la territorialización del proceso de difusión • Se buscarán acuerdos de colaboración con los Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel nacional con sus organizaciones gremiales y a nivel local en los distintos niveles territoriales: provincias, cantones, parroquias. • La difusión contemplará instrumentos de mediación pedagógica acordes a la variedad de públicos destinatarios. • Contemplará medios masivos para orientar el mensaje a la ciudadanía en general, y otro tipo de medios impresos y audiovisuales para la tipología de actores del Comercio Justo.
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, representantes de CONGOPE, AME y CONAGOPARE.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.3	**Difundir las normativas y los principios del comercio justo, y concientizar a los actores para su aplicación práctica**	• Diseño, elaboración e implementación del Plan de difusión de la normativa de Comercio Justo. • El Plan incluirá un encuentro a nivel nacional con representantes locales de todos los tipos de actores del Comercio Justo, para diseñar la territorialización del proceso de difusión • Se buscarán acuerdos de colaboración con los Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel nacional con sus organizaciones gremiales y a nivel local en los distintos niveles territoriales: provincias, cantones, parroquias. • La difusión contemplará instrumentos de mediación pedagógica acordes a la variedad de públicos destinatarios. • Contemplará medios masivos para orientar el mensaje a la ciudadanía en general, y otro tipo de medios impresos y audiovisuales para la tipología de actores del Comercio Justo.
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, representantes de CONGOPE, AME y CONAGOPARE.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.4	**Contar con sistema de registro e información actualizados sobre las organizaciones y empresas del comercio justo**	• Hacer un diagnóstico - inventario de las organizaciones y empresas que cumplen con los principios del Comercio Justo en el Ecuador. • Diseñar e implementar un Sistema de Registro y Actualización de la información de las organizaciones y empresas del Comercio Justo en el país, considerando la tipología de actores diferenciados, que permita conocer sus dinámicas económicas en el mercado interno y en el mercado externo, así también su impacto económico, social y ambiental. • Se deberá establecer en qué instancia del Estado se institucionaliza y cómo funcionará el sistema, para que brinde información pública actualizada y permanente.
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** Representantes del sector comunitario, sector privado y sector público del Comercio Justo, WFTO, Academia, INEC, SNAP.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 1.5	**Contar con instancias fortalecidas de representación de los actores del comercio justo y con un observatorio de comercio justo consolidado**	• Fortalecer los espacios de encuentro, diálogo y coordinación de los actores del Comercio Justo, por tipo de actor. • Estructurar formalmente una instancia nacional de coordinación y representación de los actores del Comercio Justo en el Ecuador, con representación de cada tipo de actor, y reconocida en la normativa específica de Comercio Justo, que se constituya en una contraparte permanente e interlocutora del Estado para la temática del Comercio Justo en el país. • Fortalecer el trabajo del Observatorio de Comercio Justo.
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** • CECJ, organizaciones de pequeños productores y productoras no vinculados a la CECJ, organizaciones de artesanos y artesanas vinculados al Comercio Justo, Agricultura Familiar Campesina, Empresas Sociales de Comercialización Solidaria, Empresas privadas que trabajan con cadenas productivas y comerciales con pequeños productores y productoras, Empresas privadas que certifican mano de obra contratada y ONGs de apoyo a emprendimientos de Comercio Justo • Observatorio del Comercio Justo (Academia) • Sector público relacionado con el Comercio Justo



EJE 2.

FOMENTO, PROMOCIÓN E INCENTIVO DEL COMERCIO JUSTO

Promover cambios en la conciencia y cultura de la población y fomentar prácticas justas de producción, comercialización, distribución y consumo mediante difusión, promoción e incentivos.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.1	**Fomentar, e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel nacional e internacional**	• Diseñar Líneas Estratégicas de trabajo y el Plan de Acción de las instituciones estatales que deberán cumplir los roles de fomento y promoción del Comercio Justo en el Ecuador, de manera conjunta y mediante mesas de trabajo entre las instituciones públicas que tengan estas competencias y la instancia de coordinación y representación de los actores del Comercio Justo en el país. • Implementar dicho Plan de Trabajo, en coordinación con los actores del Comercio Justo, en los distintos niveles territoriales: nacional, provinciales, cantonales, parroquiales. • Especializar a técnicos y técnicas de las instituciones del Estado vinculadas al Comercio Justo y a los de las organizaciones y empresas del Comercio Justo en la promoción de los valores y principios del Comercio Justo en todos los eslabones de sus correspondientes cadenas productivas y comerciales. • Evaluar mecanismos de Incentivos tributarios, arancelarios, financieros, para las organizaciones y empresas que adopten los principios y valores del Comercio Justo y desarrollen relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas en sus cadenas productivas y comerciales.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.1	**Fomentar, e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel nacional e internacional**	• Posicionar la temática del Comercio Justo en los organismos de integración económica, a través de la presentación de propuestas en los comités o espacios creados para promover la inserción estratégica de las Mipymes, organizaciones de la economía popular y solidaria, emprendedores y artesanos.
Nivel Territorial: Nacional		**Actores Sugeridos:** Instancia de coordinación y representación de los actores del Comercio Justo en el Ecuador, instituciones públicas con competencias en Comercio Justo, representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Academia, Sistema Financiero Nacional, SRI, SENAE, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.2	**Desarrollar procesos de sensibilización, formación organización en comercio justo**	• Diseñar e implementar campañas publicitarias de TV, radio, ferias, exposiciones, afiches, etc., para difundir lo que es el Comercio Justo, sus valores y principios, su rol en la construcción del sistema económico sociales y solidarias y sus implicaciones para los ecuatorianos y ecuatorianas. Estas campañas tendrán como objetivo principal fortalecer las capacidades de los actores, mejorar la articulación institucional y promover la competitividad e inclusión de los pequeños productores en las cadenas de valor. • Enfocarse en el nivel nacional y en el nivel local con las particularidades de los pueblos y nacionalidades a los que se dirigen los mensajes y mediante los medios y horarios más idóneos para llegar a los grupos meta. • Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Educación, Deporte y Cultura (MINEDEC) y el Ministerio de Desarrollo Económico y Productivo, con su Viceministerio de Agricultura, para que se incorpore la temática de economía social solidaria, comercio justo y consumo responsable en el pensum de escuelas y colegios. • Realizar acciones de incidencia en el Consejo de Educación Superior (CES) para que se incorpore la temática de economía social y solidaria, comercio justo y consumo responsable en el pensum de las carreras universitarias relacionadas.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.2	**Desarrollar procesos de sensibilización, formación organización en comercio justo**	• Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Educación, Deporte y Cultura (MINEDEC) para que incorpore la difusión de la dimensión cultural y ancestral de las prácticas de Comercio Justo en sus programas de trabajo y se sensibilice a la población en los principios y valores del Comercio Justo. • Realizar acciones de incidencia en el SENESCYT para el diseño e implementación de procesos sostenidos de formación en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo. • Diseñar e implementar mecanismos y procesos para la organización de productores y productoras de la Agricultura Familiar Campesina para el Comercio Justo. • Diseñar e implementar mecanismos y procesos de apoyo a la organización de pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, en torno a productos y servicios del Comercio Justo • Generación bibliográfica mediante investigaciones de casos en Ecuador.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, CES, MINEDEC, SENESCYT, Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.3	**Fomentar, promocionar e incentivar el consumo social y ambientalmente responsable**	• Diseñar e implementar un Programa de Promoción e Incentivo del consumo social y ambientalmente responsable, que prevea un conjunto de mecanismos orientados a concientizar a los consumidores y consumidoras del país y la región, sobre la importancia de un consumo social y ambientalmente responsable, y diseñados por segmentos sociales: ciudadanía, escuelas, colegios, empresas, instituciones, etc., tomando en cuenta las realidades locales y los patrones culturales de consumo actual, a fin de orientar diferenciadamente los énfasis de las campañas por tipo de territorio y de público. • Incluir en este Programa la información necesaria y la promoción sobre los objetivos, principios y valores del Comercio Justo y su vinculación con el consumo social y ambientalmente responsable. • Realizar alianzas con los Gobiernos Autónomos Descentralizados para que se responsabilicen de este tema en sus respectivos territorios.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, MINEDEC.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.4	**Desarrollar procesos de investigación, innovación y diversificación de mercados para productos de comercio justo**	• Diseñar e implementar procesos de investigación de mercados y de diversificación de nuevos productos y servicios de Comercio Justo para nuevos mercados a nivel nacional, regional e internacional. • Apoyar desde PROECUADOR misiones comerciales específicas de comercio justo a los países que en consenso con los actores del Comercio Justo se definan. • Diseñar e implementar mecanismos de difusión de la información conseguida y de las propuestas de innovación hacia los actores del Comercio Justo. • Revisar y ajustar los procesos productivos y comerciales, conforme a las especificidades de la demanda de los mercados.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, SENESCYT, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 2.5	**Desarrollar sistemas de calidad para productos y servicios de comercio justo**	• Identificar los principales problemas en la calidad de los productos y servicios, por tipo de actor y por rubro. • Diseñar e implementar un Plan de Calidad del Comercio Justo, que enfrente las causas de los problemas identificados. • Articular a los distintos tipos de actores al Plan de Calidad y crear sinergias entre los eslabones de la cadena productiva y comercial para lograr productos finales de alta calidad.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, ARCSA, AGROCALIDAD, IEPS, MREMH, Academia. Liderará el proceso la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo.



EJE 3.

MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y APERTURA DE MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL COMERCIO JUSTO

Posicionar al Ecuador como un país que promueve la justicia y la equidad, ampliar mercados y facilitar la inserción estratégica de pequeños productores, artesanos y trabajadores.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.1	**Promover internacionalmente al ecuador como un "país justo"**	• Promocionar en el exterior las adecuadas y dignas condiciones laborales de los trabajadores en el Ecuador, los salarios de la dignidad de los trabajadores, el acceso a medidas de seguridad social, y todas las transformaciones sociales que impulsan al país. • Se aprovecharán todos los mecanismos que actualmente tiene el comercio exterior del país: participación en ferias, puntos de información en el exterior, stands en eventos internacionales.
Nivel Territorial: Internacional		• **Actores Sugeridos:** MREMH, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, MTDH, Organizaciones de Asociaciones de Exportadores Certificados con Comercio Justo, con el liderazgo del MDEP.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.2	**Consolidar y ampliar los mercados de comercio justo a nivel nacional e internacional**	• Diseñar e implementar un diagnóstico e inventario de los productos y servicios de Comercio Justo y de sus respectivos mercados. • Diseñar e implementar un estudio de mercados potenciales para los productos y servicios del Comercio Justo ecuatorianos, a nivel nacional, regional e internacional; diversificando y ampliando los destinos internacionales de los productos ecuatorianos Diseñar e implementar un Plan Nacional de Consolidación y Ampliación de Mercados de Comercio Justo, que contemple los niveles nacional, regional e internacional. • Realizar la incidencia política necesaria para la aprobación y financiamiento de los diagnósticos, estudios y del Plan Nacional. • Implementar el Plan de Acción con su correspondiente dispositivo de monitoreo, seguimiento y evaluación.
Nivel Territorial: Nacional, Regional e Internacional		• **Actores Sugeridos:** Actores comunitarios, públicos y privados del Comercio Justo en el país, en conjunto con el MDEP – VICEMINISTERIO DE FINANZAS, VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, MTDH, IEPS.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.3	**Contar con mecanismos para consolidar y ampliar la participación y promoción de mercados externos para el comercio justo**	• Definir el apoyo a la búsqueda de mercados de Comercio Justo como parte de las responsabilidades de las oficinas comerciales del Ecuador en el exterior. • Diseño e implementación de un Plan de promoción de productos y servicios de Comercio Justo en el exterior, con el apoyo de estas oficinas comerciales. • Diseño e implementación de incentivos para las organizaciones y empresas del Comercio Justo que participan en ferias internacionales.
Nivel Territorial: Regional e Internacional		• **Actores Sugeridos:** Actores del Comercio Justo, con el liderazgo del MDEP.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.4	**Facilitar información sobre tramites de exportación de comercio justo**	• Identificar los organismos del Estado que intervienen en el proceso de exportación. • Definir un interlocutor válido, por tipo de actor, que conformarán una instancia que represente a los actores del Comercio Justo ante los organismos correspondientes. • Incidir políticamente en las instancias de gobierno relacionadas con el tema.
Nivel Territorial: Nacional		• **Actores Sugeridos:** Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO; SENAE, AGROCALIDAD, ARCSA.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.5	**Contar con logística de exportación para productos del comercio justo**	• Diseñar un Plan de mejoramiento de la logística de exportación de los productos del Comercio Justo, para superar las graves deficiencias y limitaciones actuales. • El plan se diseñará con participación de la tipología de actores del Comercio Justo y se buscará su implementación en coordinación con los actores públicos y privados.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MDEP - VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, MIT.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.6	**Contar con un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen de los principios de comercio justo**	• Diseñar, implementar y consolidar un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen del cumplimiento de los principios del Comercio Justo, para el mercado interno mediante procesos participativos con análisis y consulta con los actores del Comercio Justo.
Nivel Territorial: Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, CECJ, CLAC, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, SAE, MAE, PATRIMONIO.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 3.7	**Fortalecer las cadenas de valor del comercio justo para la generación de valor agregado y la inserción en mercados**	• Diseñar e implementar un proceso de articulación de las cadenas productivas y de valor del Comercio Justo con las prioridades actuales de desarrollo productivo y comercio exterior del país, orientándolas a la generación de mayor valor agregado, la diversificación de la oferta exportable y el acceso a mercados nacionales e internacionales, con énfasis en productos provenientes de actores de la economía social y solidaria, en particular de las organizaciones de productores y productoras de Comercio Justo.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores comunitarios del Comercio Justo, actores públicos del Comercio Justo, SNAP, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES.



EJE 4.

FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS DE COMERCIO JUSTO, ASÍ COMO DE LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Fortalecer a los actores del Comercio Justo en los distintos eslabones de la cadena productiva y comercial, mejorando su acceso a información, conocimiento, capital y tecnología, así como su gestión y calidad.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 4.1	**Construir confianza entre los actores de la cadena productivo-comercial en el marco del comercio justo**	• Crear mesas de diálogo y articulación de actores del Comercio Justo, por tipo de actor. • Compromiso de las organizaciones para la aplicación de los valores y principios del Comercio Justo mediante reglamentos organizativos internos. • Normar los procesos al interior de las organizaciones y entre los actores de la cadena productiva y comercial. • Establecer acuerdos y alianzas entre los actores de la cadena de valor, mediante diálogos y relaciones transparentes, análisis de roles y experticias, costos de producción, costos de comercialización, inversiones, etc. • Realizar iniciativas conjuntas entre actores.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, IEPS, con participación de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, empresas sociales y organismos no gubernamentales del Comercio Justo, entidades gubernamentales relacionadas al Comercio Justo, Academia.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 4.2	**Contar con modelos de gestión exitosos y eficientes, logrando economías de escala en las cadenas de valor, por tipología de actores.**	• Estudiar varios modelos de gestión según las características de la tipología de actores del Comercio Justo y según los rubros productivos específicos • Diseñar y validar varios modelos de gestión, especialmente para organizaciones de pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, que les permitan lograr economías de escala, y articulen una red de emprendimientos que trabajen con el mismo tipo de producto o productos complementarios. • Establecer conclusiones de la validación y ajustar los modelos, para la réplica. • Asesorar y acompañar a las organizaciones de productores y productoras, en el ajuste y prueba de los modelos de gestión, para asegurar el éxito y eficiencia de los mismos.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores comunitarios y empresas privadas de Comercio Justo, MDEP - VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, MDEP – VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, IEPS.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 4.3	**Mejorar la productividad y la competitividad de los productos y servicios de comercio justo**	• Elaborar un diagnóstico sobre la situación de los actores del Comercio Justo, por tipología, sobre los cuellos de botella de productividad y competitividad de sus emprendimientos. • Elaborar participativamente un Plan de Acción que ataque las causas y los cuellos de botella que determinan la baja productividad y la limitada competitividad de los productos y servicios del Comercio Justo. • Diseñar un Plan de trabajo para la tecnificación de la producción, que incluya fertilización y recuperación de suelos, tecnologías adecuadas, asistencia técnica especializada en sitio, etc., que permita elevar la productividad en base a un adecuado manejo técnico y con estándares de calidad. • Socializar las propuestas con los organismos públicos correspondientes y realizar acciones de incidencia para lograr su aprobación y la asignación de los fondos correspondientes. • Implementar los Planes de Acción con sus correspondientes dispositivos de monitoreo, seguimiento y evaluación.
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, MDEP - VICEMINISTERIO DE FINANZAS, VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, IEPS.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 4.4	**Fortalecer procesos de manejo, tecnificación y diversificación de la producción del comercio justo para asegurar cantidad, calidad, continuidad en la oferta de productos y servicios del comercio justo**	• Hacer un diagnóstico de las necesidades de manejo, tecnificación y diversificación de la producción, por tipología de actor y por sector productivo, y según las exigencias de la demanda identificadas en los estudios de mercado. • En base al diagnóstico, diseñar e implementar Planes de asistencia técnica, capacitación y formación a las organizaciones y empresas de Comercio Justo, así también Programas de tecnificación y diversificación de la producción, ajustados a las necesidades específicas de la tipología de actores y sectores productivos. Implementar los Planes y Programas combinando esfuerzos entre entidades públicas, privadas y comunitarias del Comercio Justo. • Crear sinergias entre actores del Comercio Justo del mismo eslabón de la cadena productiva y comercial, y entre eslabones de la misma, a fin de asegurar una oferta exportable suficiente y diversificada, que cumpla los estándares de calidad exigidos en los mercados de destino. • Habilitar a los actores comunitarios del Comercio Justo para el manejo de instrumentos básicos de comercialización internacional (catálogos, precios diferenciados, idiomas).

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Lineamiento 4.4	**Fortalecer procesos de manejo, tecnificación y diversificación de la producción del comercio justo para asegurar cantidad, calidad, continuidad en la oferta de productos y servicios del comercio justo**	• Realizar acciones de incidencia en el SENESCYT para el diseño e implementación de procesos sostenidos de capacitación y formación en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo. • Realizar acciones de incidencia en la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC) para el diseño e implementación de procesos sostenidos de capacitación y formación profesional en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo • Diseñar e implementar un Plan asistencia técnica en sitio y contexto especifico de los actores del Comercio Justo, con la participación de equipos técnicos especializados del MDEP, SENAE, SRI, WFTO. • Introducir las modalidades de Escuelas de liderazgo, Escuelas de Campo, Intercambios de experiencias, en los procesos de capacitación y asistencia técnica • Introducir el enfoque de educación no formal y educación de adultos, con metodologías y herramientas adecuadas a los públicos destinatarios • Establecer mecanismos para desarrollar asistencia técnica, capacitación y formación de las organizaciones y empresas de Comercio Justo.

LINEAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN
Nivel Territorial: Local y Nacional		• **Actores Sugeridos:** Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, SETEC, MDEP – VICEMINISTERIO DE FINANZAS, VICEMINISTERIO DE AGRICULTURA, VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES, CES, MINEDEC, Academia, SENAE, SENESCYT, SRI, WFTO, AME, CONGOPE, IEPS, CONAGOPARE. Con el liderazgo de la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, Claudia - Tombesi Alejandro (2009). Formación para la Otra Economía. Una experiencia de Política Pública. Buenos Aires – Argentina.
- Allemand, S. y Soubelet, I. (2008). Le commerce équitable, idées recues. 1er ed. Paris: Le Cavalier Bleu.
- Bayle Atúnez, Antonio (2011). Impactos de la crisis sobre el comercio justo. Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España.
- Bucolo, E. (1999). Le commerce équitable (Les notes de l'Institut Karl Polanyi) (en línea). Paris: Impatiences démocratiques.
- CEPAL (2013). Comercio internacional y desarrollo inclusivo: construyendo sinergias. Publicación de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización, 2010.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010.
- Constitución Política de la República del Ecuador, 2008.
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España. ¿Qué es el Comercio Justo? http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/
- CNUCED (2009). Reporte 2009 sobre los países menos avanzados: estado, gobierno y desarrollo (en línea)
- CONAFIPS, Del Programa Sistema Nacional de Micro-finanzas "PSNM" a Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias "CONAFIPS", agosto 2012
- Coutrot, T. (2007). A propos du commerce équitable. Mouvements, n-49
- Consejo Sectorial de la Producción. Estrategia para la Transformación Productiva 2010 - 2013
- Coraggio, José Luis. (2001). "Economía del Trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre", Trabajo presentado en el panel Fronteras de la Teoría Urbana: CGE, Incertidumbre y Economía Popular, Seminario Internacional sobre Economía y Espacio, organizado por el Centro de Desarrollo y Planificación Regional (Cedeplar), Belo Horizonte, Brasil. (disponible en www.fronesis.org)
- Coraggio, José Luis (2002), "Hacia un proyecto de economía social centrada en el trabajo : contribuciones de la Antropología Económica", trabajo presentado en el Seminario Internacional PEKEA, Un saber político y ético para las actividades económicas, CEPAL, Santiago de Chile, septiembre 2002.
- De Melo Lisboa Armando (2000). Los Desafíos de la Economía Social y Solidaria. Universidad Federal de Santa Catarina – UFSC. Brasil.
- De Melo Lisboa Armando (2005). Mercado Solidario. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil.
- De Melo Lisboa Armando (2008). Tercer Sector. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil.
- Díaz, V. (2006). Le commerce équitable: un des maillons du développement durable? Développement durable et territoires (en línea) enero 2006
- Dirección de Comercio Inclusivo – Ministerio de Comercio Exterior (2012). Documento de Sistematización del Encuentro Internacional de Comercio Justo. Cuenca-Ecuador, 17-18-19 de octubre de 2012.
- ELDA (2013). ¿Qué es es el Comercio Justo?. http://www.comerciojustoelda.es/?page_id=7
- ESPANICA (1999) Extracto resumido de la revista N.1 Comercio justo, consumo responsable y productores asociados de Espánica: Breve recorrido histórico de las primeras formas de Comercio Justo a nuestros días.
- Heidrich Pablo - Williams Zoe (2011). Serie Crecimiento y Comercio Inclusivo No. 73: Políticas compensatorias para la liberalización del comercio.
- IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). (2007). El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo. Propuesta para una estrategia de

fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico.
- Instituto del Conurbano. Universidad Nacional De General Sarmiento (2006). Experiencias y Aprendizajes en la construcción de Otra Economía.
- Intermón Oxfam. Criterios de Comercio Justo. http://www.intermonoxfam.org/es/que-hacemos/comercio-justo/como-trabajamos/criterios-de-comercio-justo
- Johnson, P. (2003). Commerce équitable et mondialisation. Revue du MAUSS (en línea). 2003/1
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2011.
- Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria, 2010.
- Lopera, Luz; Aguirre, Francisco; Salazar, Luz. La economía solidaria: propuesta incluyente para el desarrollo humano con oportunidades. Universidad Bolivariana. Santiago de Chile.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, Presentación Cambio Matriz Productiva, septiembre 2012
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. Estrategia para la Revolución de la Economía Popular y Solidaria, 2010.
- Plan Nacional de Desarrollo "Ecuador No Se Detiene" 2025 – 2029
- Programa Kolping, Uruguay (2008). Seminario Internacional: Instrumentos para el desarrollo económico y la protección social. Análisis comparado de experiencias de economía popular y solidaria. Montevideo - Uruguay
- Razetto, Luis (2008). Desarrollo económico y economía de solidaridad. El desarrollo como expansión, transformación y perfeccionamiento de la economía en el tiempo. Universidad Bolivariana. Santiago de Chile.
- Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010.
- Ventura – Díaz Vivianne (2011). Serie Crecimiento y Comercio Inclusivo No. 69: La cadena productiva del turismo en Brasil y México.
- Vivas, Esther (2012). Comercio Justo y Soberanía Alimentaria. Editorial Icaria.
- WFTO. Organización Mundial de Comercio Justo. ¿Qué es el comercio justo? Documento en línea.

GOBIERNO DEL ECUADOR

Ministerio de Desarrollo Económico y Productivo

www.economicoproductivo.gob.ec

@Produccion_Ecu

ProduccionEcu

produccionecu

@ProduccionEcu