



♦ Estrategia ♦ ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017



▼
Grupo de trabajo:

- ▶ CECJ, Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo
- ▶ Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo
- ▶ Empresas Florícolas certificadas en Comercio Justo
- ▶ Empresas que trabajan cadenas productivas, con criterios de Comercio Justo
- ▶ Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo
- ▶ VECO Andino
- ▶ Ministerio de Comercio Exterior
- ▶ Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR
- ▶ Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES
- ▶ Instituto de Economía Popular y Solidaria IEPS/ Dirección de Intercambio y Mercado
- ▶ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca / Viceministerio de Desarrollo Rural /Coordinación General de Redes Comerciales

▼
Créditos

Fotografía: Ministerio de Comercio Exterior y VECO Andino
Facilitación, compilación y redacción: Rosario Jácome Mena
Diseño y diagramación: Pamela Peña / Trivium

♦ Estrategia ♦ ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017

Aporte del sector de Comercio Justo para promover el desarrollo de un sistema económico social, soberano, justo, democrático, solidario y sustentable.

mayo 2014

◆ índice ◆

Presentación. ► 7
Introducción. ► 10



◆ I ◆

- 1. Comercio Justo, un camino al Buen Vivir. ► 13
 - 1.1 Marco Político y Constitucional del Comercio Justo en el Ecuador. ► 14
 - 1.2 Breve sinopsis de la evolución del Comercio Justo en el Ecuador. ► 16
 - 1.3 Conceptualización del Comercio Justo en el Ecuador. ► 19



◆ II ◆

- 2. La situación actual del Comercio Justo en el Ecuador. ► 33
 - 2.1 Algunas Cifras del Comercio Justo en el Ecuador. ► 34
 - 2.2 Breve aproximación a los actores del Comercio Justo. ► 37
 - 2.3 Caracterización de la problemática del Comercio Justo en el Ecuador. ► 45



◆ III ◆

- 3. Objetivos estructurales de la Estrategia, ejes y lineamientos. ► 51
 - 3.1 Objetivos Estructurales y Ejes de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. ► 52
 - 3.2 Lineamientos para la acción por cada eje. ► 54



◆ IV ◆

- 4. Estrategias de implementación. ► 57
 - 4.1 Estrategias por cada eje de intervención. ► 58
 - 4.2 Programas y proyectos emblemáticos. ► 82



◆ V ◆

- 5. Seguimiento a la implementación de la Estrategia. Instancia encargada del seguimiento de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. ► 85

Participantes en el proceso de construcción de la estrategia. ► 88
Siglas. ► 92
Bibliografía. ► 94
Adjunto: cd con información detallada.





Francisco Rivadeneira
Ministro de Comercio Exterior

◆ Presentación ◆

A lo largo de la historia, los tradicionales sistemas internacionales de intercambio comercial, si bien han generado riqueza y bienestar para pocos, también han propiciado explotación, pobreza y desigualdad; de allí que, hace más de 60 años, nace el movimiento de Comercio Justo, como una herramienta para incorporar principios éticos, en todos los eslabones de las cadenas productivas y comerciales, y de esta manera crear oportunidades para los sectores más vulnerables de un país, promoviendo un consumo responsable, ético y solidario, para evitar que al momento de comprar un producto, los consumidores seamos cómplices de prácticas injustas con el ser humano y el medioambiente. Muchas veces sucede que vivimos tan rápido que no nos detenemos, para preguntarnos sobre las condiciones bajo las cuales fueron elaborados los productos que consumimos y compramos mecánicamente, sin pensar un segundo sobre los efectos de estas prácticas en una sociedad.

Es así como surge la necesidad de trabajar en conjunto con actores públicos y privados para fomentar un nuevo sistema de comercio que rompa con los esquemas injustos de los tradicionales sistemas internacionales de comercio, toda vez que, a nivel internacional existe una alta demanda de productos de Comercio Justo, lo que significa que, cada vez más, los consumidores prefieren productos que han sido elaborados bajo criterios de equidad, solidaridad, relaciones comerciales transparentes y responsabilidad con el medio ambiente, y reconocen a través de un pago justo, el trabajo de los pequeños productores.

En el caso ecuatoriano el 1% de las exportaciones no petroleras ecuatorianas corresponden a exportaciones de productos de Comercio Justo, lo que ha generado un gran impacto económico y social en los sectores históricamente excluidos del país; sectores que, durante muchos años, han enfrentado las desfavorables condiciones comerciales, desde un lugar casi invisible para el Estado.

La nueva estructura constitucional e institucional del Estado que surgió a raíz del proceso de la Revolución Ciudadana que vivimos actualmente en el Ecuador desde el 2007, establece como prioridad, la consolidación de un “sistema económico social y solidario”, y el “fomento de un nuevo sistema de comercio que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad”, convirtiendo a estos sectores que permanecían invisibilizados y excluidos, a pesar de su importancia en la actividad económica del país, en el centro de atención del gobierno, permitiéndonos ahora apostar, junto a ellos, al desarrollo de una nueva economía, que respeta a las personas y al medio ambiente, y a la vez genera trabajo digno y desarrollo sustentable, en nuestra sociedad.

Para su efecto y con la finalidad de aportar a la construcción del Buen Vivir, a través del posicionamiento y fomento del Comercio Justo en el Ecuador, que tiene incidencia en el ámbito internacional; el entonces Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración (MRECI), en el 2012, inició la construcción de una propuesta de política pública para el Comercio Justo, con la participación de los distintos actores involucrados: organizaciones de pequeños productores, comercializadoras solidarias, empresas que trabajan con cadenas productivas, empresas florícolas certificadas y entidades públicas con competencia en el sector.



Debido a la diversidad de los actores, la construcción de esta propuesta, implicó el desarrollo de talleres de trabajo de acuerdo a la tipología de actor; con el propósito de identificar las necesidades de cada uno en relación con la problemática del sector en el país, ante la ausencia de un marco normativo para el Comercio Justo, una insuficiente capacitación integral de los productores y productoras, unos bajos niveles de inversión en el sector, un débil posicionamiento del Comercio Justo, dentro del sistema comercial convencional, tanto a nivel del país, de la subregión, de la región y del mundo, entre otros.

Tras la restructuración del MRECI y la creación del Ministerio de Comercio Exterior, que asume entre sus competencias la elaboración de política pública para Comercio Justo, este Ministerio, tomó la posta de este importante proceso participativo, para dar continuidad a la generación de un documento consensuado de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo cuyo objetivo es la reivindicación política de los pequeños productores de Comercio Justo del país, y de esta manera garantizar un proceso de democracia participativa y de autogestión.

Este trabajo tiene el mérito de haber contado con la participación de todos aquellos que están implicados en el Comercio Justo, con quienes hemos asumido el compromiso y responsabilidad de la implementación de la Estrategia que promueva un comercio más humano, donde el valor principal no es el capital sino la equidad, la inclusión, la cooperación y la solidaridad.

Francisco Rivadeneira
Ministro de Comercio Exterior

◆ Introducción ◆

Hablar de distribución equitativa de los recursos, condiciones de pagos y precios justos, protección del medio ambiente, y defensa de los derechos humanos, en una negociación comercial, forma parte de un gran desafío a las prácticas habituales de mercado, que no establecen relaciones justas entre las partes involucradas. Asumir este desafío, dentro de un sistema que difícilmente se doblega ante la urgencia y necesidad de solidaridad y equidad en la economía, significa luchar con lo que muchos creen que es una utopía.

Hace más de 60 años nació el movimiento de Comercio Justo como alternativa al comercio convencional internacional, el cual se ha fortalecido a través del tiempo y ha alcanzado grandes logros en comercialización de productos bajo los criterios de Comercio Justo, sin embargo, el camino por recorrer aún es extenso. Si bien es cierto el Comercio Justo nació para crear oportunidades comerciales a los pequeños productores de países del Sur, el reto es trascender hacia un enfoque estructural y sostenible que genere alto impacto, cuyos principios no solamente se circunscriban a sus actores sino que puedan transversalizarse en el comercio general.

Con este propósito, desde octubre de 2012 y durante el 2013, los actores del Comercio Justo en el Ecuador han venido trabajando, conjuntamente y en distintos espacios, en la configuración de la presente Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, como una propuesta de política pública 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 proceso de diseño de esta propuesta de política pública 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.

El documento que usted tiene en sus manos, es un resumen del documento en extenso que se encuentra en el CD adjunto, y que da cuenta de todos los contenidos abordados en el proceso. Este resumen condensa la globalidad de los contenidos de la Estrategia y está organizado en cinco capítulos:

- ▶ El primer capítulo parte del marco político y constitucional del Comercio Justo en el país y conceptualiza el tema desde nuevos paradigmas.
- ▶ El segundo capítulo presenta sintéticamente la situación del Comercio Justo en el Ecuador y caracteriza su problemática y a sus actores.
- ▶ El tercer capítulo presenta los objetivos estructurales de la Estrategia, sus ejes de articulación y los lineamientos para la acción.
- ▶ El cuarto capítulo detalla las estrategias de implementación por cada eje de intervención.
- ▶ El quinto capítulo presenta al grupo de organizaciones e instituciones que dará seguimiento a la implementación de la presente Estrategia.



I Comercio Justo, un camino al buen vivir

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

*Rosa Guamán,
Directora Ejecutiva de JAMBI KIWA y Tesorera de la CLAC*

1.1

Marco político y constitucional del Comercio Justo en el Ecuador

Desde enero de 2007, el Ecuador inició un cambio de época caracterizado por un conjunto de transformaciones profundas a nivel político, social, económico y ambiental, que ha gozado de un amplio respaldo popular, y que ha logrado alentadores resultados durante el primer período de gobierno¹ del presidente Rafael Correa y en lo que va de su segundo período, que termina en mayo de 2017.

El proceso de cambio fue posible gracias a un conjunto de instrumentos de política pública que constituyen los pilares fundamentales del mismo: la nueva Constitución de la República del Ecuador aprobada en Referéndum en octubre del 2008, que propone la ruta estratégica para el cambio; el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 y 2013-2017, que posiciona el

Buen Vivir no solo como un concepto sino como el objetivo del cambio; y, finalmente, los cambios profundos en la institucionalidad del Estado, que le han permitido recuperar y fortalecer sus capacidades de rectoría, planificación, regulación y control.

En este marco, la nueva Constitución Política de la República del Ecuador posiciona el tema del Comercio Justo en importantes articulados y el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 establece un conjunto de políticas públicas relacionadas al Comercio Justo en 6 de sus 12 Objetivos Nacionales, así también en las Agendas Sectoriales e Intersectoriales para su aplicación. Por su parte, el Plan de Gobierno 2013 – 2017 menciona temas relacionados con el Comercio Justo en 6 de las 7 propuestas programáticas de la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo.²

¹ El crecimiento económico del Ecuador alcanzó, durante el 2011, el 7.8%, frente a la media latinoamericana de 4.3%, el 1.6% de la Unión Europea y el 3.8% global. PNBV 2013 – 2017.

² Los detalles en extenso de los articulados constitucionales, de las políticas públicas y los postulados del Plan de Gobierno, referentes al Comercio Justo se pueden ver en el documento completo que se encuentra en el CD adjunto.

Correspondencia del Comercio Justo (CJ) de la Constitución de la República del Ecuador

Art. Enunciado Constitucional

Art. 276 Objetivos del régimen de desarrollo, numeral 2: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 281 La soberanía alimentaria, numeral 11: Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

Art. 283 El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 284 Objetivos de la política económica, numeral 8: propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes; numeral 9: Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Art. 304 Objetivos de la política comercial, numeral 5: impulsar el desarrollo de las economías de escala y del Comercio Justo.

Art. 306 El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. Capítulo sexto, sección quinta: Intercambios Económicos y Comercio Justo.

Art. 336 El Estado impulsará y velará por el Comercio Justo como medio de acceso a bienes de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante la ley.



Fuente: Constitución de la República, 2008.

1.2

Breve sinopsis de la evolución del Comercio Justo³

En Ecuador, desde los años 70 varias organizaciones de productores y productoras, conjuntamente con comercializadoras solidarias, generaron nuevas prácticas productivas y comerciales que les permitieron comercializar sus productos bajo los conceptos y criterios del Comercio Justo. La primera organización que trabajó desde 1970 con una idea de justicia para los productores fue el Gruppo Salinas en Guaranda, desarrollando y comercializando de forma comunitaria una gran diversidad de productos y servicios. Seguidamente, con la motivación del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), en 1981 nació Camari como comercializadora solidaria para promover el desarrollo integral de las comunidades.

En 1985 nació el Movimiento Maquita Cushunchic, Comercializando como Hermanos (MCCH), como un puente directo entre productores y productoras campesinas con consumidores urbanos, vinculados a las Comunidades Eclesiales de Base, primero en el sur de Quito y después en otras ciudades del país, a lo que después se sumó la comercialización de artesanías,

alimentos transformados, alimentos andinos, agroexportación de cacao y turismo comunitario, con criterios de Comercio Justo⁴ y se creó la figura de empresas sociales.

A partir de 1990 surgen otras experiencias y expresiones sociales y solidarias de comercialización como la Fundación Sinchi Sacha, Chankuap, Pro Pueblo y Kuen. En enero de 1991 se inició en Ecuador la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC) con la misión de fomentar la comercialización comunitaria a través de la conformación de redes nacionales en América Latina. Todas las organizaciones antes mencionadas tienen la particularidad de estar certificadas como organizaciones de Comercio Justo por la WFTO, característica colectiva que desde el 2011 les impulsó a promover el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador como un espacio de incidencia política y fomento del comercio con justicia. De igual forma, se crearon organizaciones como la Fundación Mujer y Familia Andina con sus tiendas Organicatessen que trabaja con 15.000 mujeres indígenas y campesinas de las zonas más vulnerables del país.

³ La evolución del Comercio Justo a nivel internacional, la puede encontrar en el documento en extenso (CD adjunto).

⁴ Memorias Institucionales MCCH: 20 años de trabajo en el Ecuador, marzo 2005.



En el 2003 nació la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), jurídicamente legalizada en el 2010 como Unión Nacional de Asociaciones Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador, que agrupa a 11 organizaciones⁵ certificadas con FLO, unas de primer grado y otras de segundo grado, con un total de 11.138 socios y socias, que trabajan en los rubros de cacao, café, banano, cereales, aromáticas y mermeladas, en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, El Oro, Chimborazo, Loja, Sucumbíos y Zamora

Chinchiipe. En este marco se puede afirmar que en el Ecuador, en los actuales momentos existen numerosas y diversas organizaciones de productores y productoras con una gran variedad de productos y servicios, empresas de Comercio Justo y colectivos de economía solidaria, que desarrollan interesantes iniciativas productivas y comerciales orientadas a los mercados locales, nacionales e internacionales con una incidencia social y económica, que en conjunto constituyen un pilar importante en el desarrollo del país.



⁵ Ver detalle de organizaciones integrantes de la CECJ en el punto 2.2 de este documento.

1.3

Conceptualización del Comercio Justo en el Ecuador

En el largo recorrido y experiencia del Comercio Justo en el Ecuador, ha tenido lugar un proceso de evolución conceptual y metodológica que se resume a continuación:



El Comercio Justo es mucho más que sellos y certificaciones.

Se ha generalizado la idea de que el Comercio Justo se refiere únicamente a certificación para acceder a nichos específicos en el comercio internacional, sin embargo en el Ecuador existen iniciativas de producción que cumplen a cabalidad los criterios de Comercio Justo y que han optado por no certificarse. En esta Estrategia se entiende al Comercio Justo en dos dimensiones:

- a. Como el cambio de las relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo para lograr justicia y equidad en el comercio, mediante la incorporación de principios y valores éticos que abarcan aspectos humanos, económicos, sociales y ecológicos, y, que al mismo tiempo construyen nuevas relaciones humanas, sociales y geo-políticas.

- b. Como creación y ampliación de mercados para los productos y servicios que vienen de relaciones y prácticas de Comercio Justo.

▼
El Comercio Justo, un puntal de la Economía Social y Solidaria.

El Comercio Justo calza perfectamente dentro de las prácticas de la economía de solidaridad, que es un nuevo enfoque conceptual al nivel de la teoría económica, referido a las formas económicas cooperativas, asociativas y comunitarias, donde la solidaridad se inserta en la economía para gestar un nuevo ser humano y una nueva sociedad, donde la economía y el mercado están al servicio de la sociedad, y donde el trabajo se antepone y tiene primacía por sobre el capital. "El Comercio Justo al igual que la Economía Social y Solidaria, surgió como una respuesta históricamente construida para favorecer a los y las socialmente excluidos y desfavorecidos, y para generar nuevas relaciones económicas, sociales y políticas".⁶

▼
El Comercio Justo, una estrategia hacia el Buen Vivir.

El Sumak Kausay o Buen Vivir reivindica los valores esenciales y los derechos del ser humano e introduce otras formas de entender su desarrollo, rescatando los principios de

solidaridad estructural, igualdad, equidad, libertad, respeto de la naturaleza, y trabajo digno, en ese sentido, el Comercio Justo contribuye directamente a la construcción del Buen Vivir puesto que implica la incorporación y puesta en práctica de un conjunto de principios y valores éticos, a lo largo de toda la cadena de producción y comercialización, teniendo como centro a las personas y enfocándose en sus relaciones, generando condiciones para que productoras y productores, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, no sólo accedan a mejores ingresos sino al gozo de una vida digna.



Principios que rigen el Comercio Justo

1. Creación de oportunidades para productores y productoras en desventaja económica.

El Comercio Justo es una estrategia para eliminar la pobreza y lograr el desarrollo sostenible, crea oportunidades para productores y productoras que se encuentran en desventaja económica y se encuentran marginados o excluidos por el sistema de comercio convencional.

2. Transparencia y rendición de cuentas.

El Comercio Justo impulsa una gestión clara y transparente de las organizaciones, de sus negocios y relaciones comerciales, con procesos colectivos de toma de decisiones y rendición de cuentas.

3. Relaciones comerciales justas.

Las Organizaciones de Comercio Justo, comercializan teniendo en cuenta el bienestar social, económico y ambiental de los productores y las productoras y no maximizan sus ganancias a costa de ellos.

4. Pago de un precio justo.

Un precio justo en el contexto local o regional, es aquel que se ha acordado a través del diálogo y la participación, no solo cubre costos de producción sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable.

5. Respeto de las normas de trabajo infantil y explotación laboral.

Las organizaciones de Comercio Justo respetan la normativa local e internacional que prohíbe la explotación laboral y el trabajo infantil.



⁶ Armando De Melo Lisboa. Los Desafíos de la Economía Social y Solidaria. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil, 2000.

Principios que rigen el Comercio Justo

6. Compromiso con la equidad de género, la no discriminación y la libertad de asociación.

Las organizaciones de Comercio Justo promueven el empoderamiento de las mujeres, favorecen la equidad entre hombres y mujeres, eliminan todo tipo de discriminación y promueven el derecho de sus trabajadores y trabajadoras a la libre asociación y a la negociación colectiva.

7. Condiciones de trabajo y prácticas saludables.

Las organizaciones de Comercio Justo cumplen las leyes nacionales e internacionales del trabajo, promueven prácticas saludables y seguras en el lugar de trabajo con el objetivo de reducir los riesgos para la salud, así como fomentar el bienestar social de los trabajadores y trabajadoras.

8. Desarrollo de capacidades.

Las organizaciones de Comercio Justo enfocan importantes esfuerzos y recursos en el desarrollo del talento humano y en el fortalecimiento de conocimientos y capacidades de los productores y productoras, en toda la cadena de valor.

9. Promoción del Comercio Justo.

Las organizaciones de Comercio Justo generan conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Ofrecen a sus clientes información sobre la organización, sus productos y las condiciones en que estos son fabricados, respetando siempre los códigos éticos de publicidad y marketing.

10. Respeto por el ambiente.

Las organizaciones de Comercio Justo promueven activamente mejores prácticas ambientales y el uso de métodos de producción responsables. Estas prácticas contemplan el uso sostenible de materias primas y embalajes, la gestión de los residuos, la agricultura ecológica, etc.

11. Respeto y difusión de la identidad cultural.

El Comercio Justo reconoce, promueve, desarrolla, protege y difunde la identidad cultural, los saberes ancestrales, los conocimientos y tecnologías tradicionales de las familias productoras.



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

El movimiento de Comercio Justo surge históricamente para posicionar a los pobres y excluidos de la sociedad y del mercado, por tanto representa una propuesta económica y política para la sociedad en su conjunto. Se enfoca en la transformación de las relaciones de poder entre ricos y pobres, centro y periferia, norte y sur, ciudad y campo, hombres y mujeres, culturas dominantes y culturas dominadas.

El Comercio Justo, una estrategia para la equidad territorial.

Las iniciativas de Comercio Justo nacen desde una base territorial común y promueven articulaciones cada vez mayores, creando circuitos económicos solidarios que van desde lo local hasta lo nacional, regional y global. No solo que contribuye a la identidad territorial de los productos y servicios, sino que favorece un desarrollo equilibrado e integrado del territorio, mejorando no solo el ingreso económico de las personas y su calidad de vida, sino también su posicionamiento social y político.

▼
El Comercio Justo, un eje transversal del proceso de cambio de la matriz productiva.

El Comercio Justo contribuye directamente a los objetivos del cambio de la matriz productiva del país: “transformar el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y lograr una inserción estratégica y soberana en el mundo, lo que nos permitirá:

- ▶ Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza.
- ▶ Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana.
- ▶ Eliminar las inequidades territoriales.
- ▶ Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.”⁷

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

Los sistemas internacionales de comercio han sido generalmente injustos y no han beneficiado en adecuada proporción a los pequeños productores y productoras, por ello, es necesario construir un nuevo sistema de comercio internacional que genere alternativas a los esquemas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y establezca

una nueva y más justa manera de comerciar⁸. El Comercio Justo pretende desterrar las prácticas productivas y comerciales injustas, y constituye una herramienta estructural para cambiar la correlación de fuerzas en este campo de disputa política que constituye el comercio internacional y nacional, se orienta a la transformación de las reglas de juego, que consolidan la pobreza y la desigualdad.

▼
El Comercio Justo contribuye a la sustentabilidad.

El Comercio Justo contribuye a la sustentabilidad económica, social, ambiental, política y cultural de la comunidad. Económica porque abandona visiones asistencialistas generadoras de dependencia; social porque promueve la construcción de la equidad social (clase, género, étnico-cultural, inter-generacional, centro-periferia, norte-sur, etc.); ambiental porque incentiva prácticas, métodos y tecnologías ambientalmente responsables en todo el proceso de producción, comercialización y también un consumo responsable con el ambiente; política porque promueve la inclusión, la democracia y la construcción de ciudadanía; y cultural porque revaloriza los saberes ancestrales, contribuye a la construcción de identidad y fomenta la interculturalidad.



⁷ SENPLADES. Informativo 1. Transformación de la Matriz Productiva, pág.11. Quito, 2012.

⁸ Discurso del Canciller Ricardo Patiño en el Primer Encuentro Internacional del Comercio Justo. Cuenca-Ecuador. Octubre 2012.

▼
El Comercio Justo promueve la Soberanía Alimentaria.

El Comercio Justo promueve y fortalece la Soberanía Alimentaria porque se fundamenta en el trabajo conjunto de organizaciones de base campesinas indígenas y mestizas en torno a la producción, comercio y consumo, evitando la dependencia de las importaciones de alimentos y fomentando el adecuado manejo de los recursos naturales: tierra, agua, semillas, etc.

▼
El Comercio Justo fomenta un consumo responsable.

Históricamente el Comercio Justo nace desde las consumidoras y consumidores europeos, quienes motivados por las prácticas del consumo responsable con el ambiente y comprometidos con los grupos social y económicamente excluidos, buscaron articulación directa con productores y productoras de los países del sur; por ello, desde su nacimiento el Comercio Justo fomenta un consumo consciente y responsable, motivando un cambio en el estilo de vida y una ruptura con el consumismo.

▼
El Comercio Justo implica una visión de cadena de valor.

El Comercio Justo no solo se enfoca en la comercialización de productos sino que también integra los eslabones de la cadena de valor que van hacia atrás y hacia delante de la comercialización, abarcando toda la cadena productiva y comercial, y conectando a productores y



productoras con los consumidores y consumidoras, buscando que en cada uno de los eslabones y a lo largo de la cadena, se apliquen los principios y valores de Comercio Justo.

▼
El Comercio Justo requiere de asociatividad y organización.

El único camino a través del cual pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, han podido acceder al mercado, a los recursos productivos (tierra, agua, equipamiento, crédito, tecnología, etc.), a la capacitación y a la asistencia técnica, ha sido la organización y sus distintas formas de

asociación, por ello hay una relación directa entre Comercio Justo y organización social. Además la organización les ha permitido acceder a una nueva visión de sí mismos, de sus capacidades y potencialidades, así como también a un mejor posicionamiento social y político en entornos cada vez mayores.

▼
Comercio Justo es más que exportación.

Si bien el Comercio Justo nace de la comercialización en el mercado externo, debe enfocarse también en el mercado interno y priorizar la producción doméstica orientada a la soberanía alimentaria y al cambio de la



matriz productiva del país. En ese sentido, el Comercio Justo puede contribuir a una orientación nacional y regional que logre no solo enfrentar la globalización, si no también adentrarse soberanamente en ella, propiciando cambios en los términos de intercambio y en las correlaciones de poder en los mercados.⁹

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

Afirmar la justicia y la solidaridad dentro de la economía, así como transformar las relaciones sociales y las prácticas culturales de producción, comercialización, distribución y consumo hacia la justicia y la equidad, requiere de procesos sostenidos e integrales de sensibilización de la sociedad y de educación, capacitación y formación de las personas; y seguramente se requerirá de un esfuerzo sostenido de varias generaciones.

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

Los procesos, productos y servicios de Comercio Justo requieren de mecanismos que reconozcan su origen justo y equitativo, así como el cumplimiento de los principios

y valores a lo largo de la cadena de valor, a tal punto que puedan diferenciarse de los del sistema convencional, lo cual, en el caso del país, plantea el desafío de encontrar mecanismos adecuados, incluyentes y formales que garanticen este reconocimiento y diferenciación, así como también el adecuado seguimiento y control.

▼
El Comercio Justo promueve la equidad económica y de género.

Los productores y productoras por muchos años han sido explotados vulnerando de esta manera sus derechos económicos, sociales y culturales, en especial de las mujeres, quienes en mayor medida han sufrido la discriminación, el pago desigual por su trabajo y la exclusión de los procesos de decisión. El Comercio Justo promueve el cierre de las brechas económicas y de las desigualdades sociales, favorecido la inclusión de las mujeres y orientando hacia ellas acciones positivas que faciliten su empoderamiento.

▼
El Comercio Justo reconoce actores diversos.

El Comercio Justo en el Ecuador agrupa a un conjunto de diversos de actores, unos certificados por las organizaciones

▼
⁹ Armando De Melo Lisboa. Los Desafíos de la Economía Social y Solidaria. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil, 2000.

internacionales y otros no certificados pero que aplican los principios y valores del Comercio Justo, y buscan construir relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo más justas y equitativas. Entre la diversidad de actores del Comercio Justo en el Ecuador, encontramos los directamente relacionados y los actores de apoyo.

Entre los actores relacionados directamente al Comercio Justo, encontramos los siguientes:

- ▶ Los pequeños productores y productoras organizados, que aplican los principios y valores del Comercio Justo y han conformado redes de organizaciones para acceder al mercado en condiciones más justas y equitativas. En este grupo se incluyen también las iniciativas de la Agricultura Familiar Campesina.
- ▶ Los artesanos y artesanas, que transforman materia prima en productos elaborados, y que fueron los primeros grupos organizados que se vincularon al Comercio Justo para la exportación de sus productos.
- ▶ Las empresas sociales de comercialización solidaria, vinculadas a procesos de desarrollo rural y que en el marco de un

apoyo integral comunitario, comercializan productos de pequeños productores y productoras organizados, y de la Agricultura Familiar Campesina.

- ▶ Las empresas privadas que trabajan con pequeños productores y productoras en cadenas de valor.
- ▶ Las empresas privadas que certifican trabajo contratado, mantienen un ambiente laboral adecuado y pagan salarios dignos a sus trabajadores/as.

Entre los actores de apoyo al Comercio Justo, encontramos los siguientes:

- ▶ Los organismos no gubernamentales (ONGs), nacionales o internacionales, de apoyo a las iniciativas de los pequeños productores y productoras para el posicionamiento de sus productos en el mercado, en condiciones más justas y equitativas.
- ▶ La Academia, con las universidades y centros de educación superior, en su rol de formación e investigación.
- ▶ Los organismos del Estado, que cumplen diferentes roles y tienen competencias en el tema de Comercio Justo.



El crecimiento económico del Ecuador alcanzó, durante el 2011, el 7.8%, frente a la media latinoamericana de 4.3%, el 1.6% de la Unión Europea y el 3.8% global. PNBV 2013 – 2017. latinoamericana de 4.3%, el 1.6% de la Unión Europea y el 3.8% global. PNBV 2013 – 2017.



II

Situación del Comercio Justo en el Ecuador

“Desde que nosotros logramos conformar la organización, nuestro trabajo ha sido en familia y en compañerismo, con mingas, conservando nuestra tradición, dando la mano en las labores culturales, esto para nosotros es una gran alegría trabajar de manera organizada con nuestra familia y en comunidad; el Comercio Justo garantiza la conservación de nuestras tradiciones.”

*José Manuel Sagñay,
Corporación de Productores y Comercializadores
Orgánicos del Chimborazo*

2.1

Algunas cifras del Comercio Justo en el Ecuador¹⁰

No se cuenta con información centralizada sobre las dinámicas económicas del Comercio Justo en el Ecuador y sobre el mercado externo solo se cuenta con alguna información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduana (SENAE) y por las empresas certificadoras, información que ha sido procesada por el Ministerio de Comercio Exterior. Menos aún se puede contar con informes de evaluación e indicadores del impacto económico, social y ambiental del Comercio Justo en la economía del país y en la vida de los productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras vinculadas a los emprendimientos de Comercio Justo.

En el Ecuador el Comercio Justo representa aproximadamente el 1% del total de exportaciones no petroleras, agrupa a 42 organizaciones y empresas certificadas y comprende 16 productos con sello de CJ.

De las 42 organizaciones y empresas que cuentan con certificación Comercio Justo¹¹: 30 de ellas (71%) poseen certificación de Fairtrade International (FLO) y Fairtrade USA, 6 organizaciones (14%) tienen certificación de WFTO; 4 organizaciones (10%) tienen certificación de ECOCERT, y, 2 organizaciones (5%) tienen certificación de IMO.

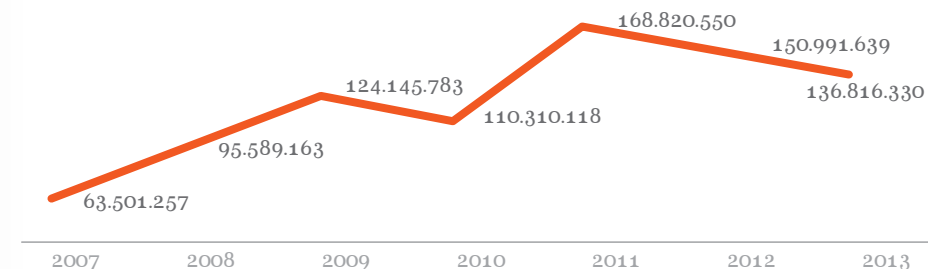
De las organizaciones y empresas que cuentan con certificación de Comercio Justo, el 79% exportan directamente y el 21% a través de intermediarios; el 42% son organizaciones de productores y productoras, el 29% son empresas sociales intermediarias y el 29% son productores independientes (principalmente de flores). Las exportaciones del Comercio Justo han tenido un crecimiento significativo entre el 2007 y el 2013, siendo su punto más alto el 2011, como se puede visualizar en el siguiente gráfico:

¹⁰ Información estimada, referida a empresas certificadas con sello de Comercio Justo - MCE.

¹¹ Panorama General del Comercio Justo. MCE, octubre 2012.

Exportaciones Comercio Justo 2007 - 2013

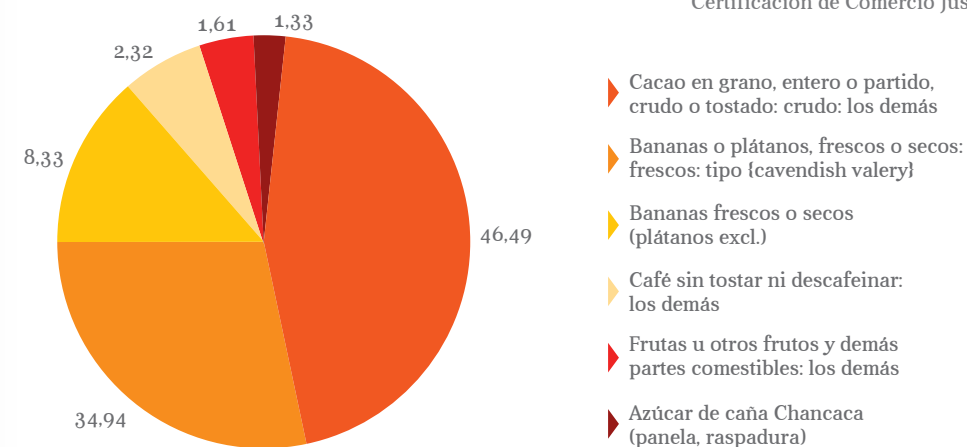
Exportaciones de Empresas y Organizaciones con Certificación de Comercio Justo



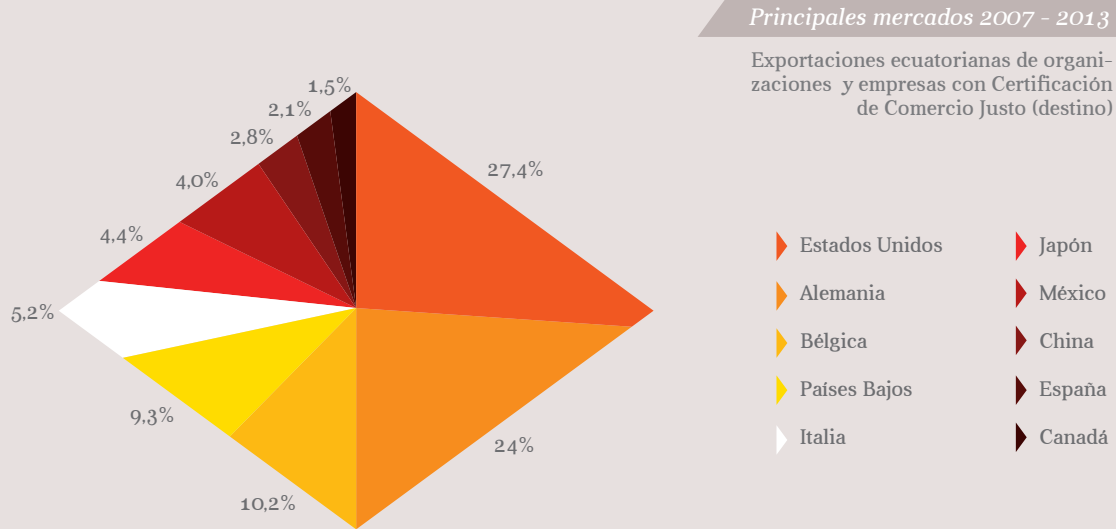
Fuente: SENAE/FLO/WFTO/IMO/ECOCERT Elaborado por: CPE - MCE

Principales productos exportados 2007 - 2013

Exportaciones ecuatorianas de organizaciones con Certificación de Comercio Justo (%)



Fuente: SENAE/FLO/WFTO/IMO/ECOCERT Elaborado por: CPE - MCE



Fuente: SENAE/FLO/WFTO/IMO/ECOCERT Elaborado por: CPE - MCE

Los organismos certificadores de Comercio Justo que operan en Ecuador son organismos privados internacionales (Fairtrade International -FLO, Fairtrade USA, WFTO, ECOCERT, IMO) que certifican en unos casos a las organizaciones y en otros a los productos. La certificación a la organización garantiza que la misma trabaje bajo criterios de Comercio Justo, mientras que la certificación al producto garantiza

que este ha sido producido bajo criterios de Comercio Justo, lo cual implica que una organización o empresa debe pagar certificaciones por cada producto. Casi la totalidad de lo exportado entre 2007 y 2013 está certificado por FLO (96%), mientras que WFTO certifica a las organizaciones y en el caso ecuatoriano representa apenas el 1% de lo exportado en dicho período.

2.2

Breve aproximación a los actores del Comercio Justo en el Ecuador

Revisada la historia del Comercio Justo en el país, se puede afirmar que este sector cuenta con actores que vienen de un recorrido organizativo e institucional de largos años, que les ha permitido acumular una experiencia y construir espacios de articulación entre pares, tal es así que tanto las organizaciones de productores y productoras como las empresas de Comercio Justo han conformado redes y espacios de coordinación y representación. La siguiente aproximación presenta un conjunto de casos que muestran de manera muy sintética pero enriquecedora, las dinámicas particulares de la tipología de actores del Comercio Justo en el país.

En el caso de pequeños productores y productoras, se puede constatar que han venido organizándose en procesos de comercialización alternativa en mercados locales desde hace varias décadas. Posteriormente encontraron en el Comercio

Justo una opción sostenible y conformaron espacios de articulación, coordinación y representación de las organizaciones llegando a estructurar la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) la cual nació en el 2003 y se legalizó en el MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de octubre de 2010, sin embargo, las organizaciones que la integran tienen varias décadas de trayectoria organizativa. Representa a los pequeños productores y productoras de Comercio Justo afiliados; busca desarrollar estrategias globales de mercado y realiza incidencia política a nivel local, nacional e internacional. Está articulada a la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC) y tiene interés en generar el Sello de los Pequeños Productores como alternativa propia de certificación de Comercio Justo.

Organizaciones que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo

Nº	Nombre	Provincia	Producto	#Socios
1	Aroma Amazónico	Lago Agrio	Cacao, café	1.300
2	Cerro Azul	El Oro	Banano	140
3	Coprobich	Chimborazo	Quínoa, trigo y cebada	1.636
4	Coremanaba	Manabí	Café	500
5	Fapecafes	Loja y Zamora Chinchipe	Café, chifles, mermeladas	1.449
6	Fecafem	Manabí	Café	600
7	Fonmsoeam	Esmeraldas	Cacao	400
8	Fortaleza del valle	Manabí	Cacao	600
9	Jambi Kiwa	Chimborazo	Aromáticas	263
10	Unocace	Los Rios	Cacao	2.250
11	Urocal	El Oro	Banano, Cacao	2.000
Total				11.138

JAMBI KIWA

Es una organización de primer grado de la provincia de Chimborazo, tiene 250 socios, de los cuales el 80% son mujeres, se dedica a la producción y transformación de plantas medicinales y aromáticas con certificación orgánica y de Comercio Justo para el mercado local e internacional (Europa, Canadá, Estados Unidos y Japón). Rescata y revaloriza el conocimiento ancestral de los cultivos y de la medicina andina, conserva el medio ambiente, ha generado empleo en la comunidad y disminuido los flujos migratorios a las ciudades, ha reivindicado los derechos de la población campesina y logrado un significativo aumento de los ingresos económicos de las familias socias, así como una gran mejora de su calidad de vida, ha fomentado el empoderamiento de las mujeres campesinas e indígenas y la equidad de género en la zona. Jambi Kiwa ha sido reconocida a nivel nacional e internacional como modelo de gestión social solidaria.

FECAFEM

Es la Federación Campesinos de Cafetaleros de Manabí, integra 6 organizaciones de primer grado, con un total de 375 socios, agrupa a más de 1.300 personas, ubicadas a lo largo de la provincia de Manabí cuya actividad es la producción de café y maní, destinado a los mercados internacionales de exportación. Empezó a trabajar con el Comercio Justo en el 2011, sus volúmenes de producción todavía son bajos, sin embargo, la prima de Comercio Justo ha servido para financiar en parte la mejora de infraestructura, compra de maquinaria, equipo y herramientas para las organizaciones. Al interior de la Federación se creó una microempresa para la producción y venta de abono orgánico, conformada únicamente por mujeres, con el objetivo de incrementar sus ingresos económicos. Por otro lado, FECAMEM está trabajando en el relevo generacional e invirtiendo en capacitación y formación de los y las jóvenes de las familias asociadas.



COPROBICH

Es la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos del Chimborazo, inició en 1998 con 20 socios en la producción de quínoa y ahora son 650 productores de 65 comunidades y cultivan habas, maíz, cebada, trigo y quínoa. Su producción de cereales cuenta con certificación orgánica BCS y de Comercio Justo SPP y FLO, destinada para la venta local, conservación de la semilla, el autoconsumo y la mayor parte a la exportación. Desde sus ancestros la quínoa fue considerada planta sagrada, era solo para el auto consumo y se estaba perdiendo, ahora es parte del Comercio Justo y la exportan, la estabilidad de los precios del mercado justo les ha permitido mejorar su sostenibilidad económica, ha generado ingresos para la educación de los hijos y para mantener sus familias. La prima de Comercio Justo la usan para temas de formación, acceso a la salud preventiva y curativa en las comunidades, apoyo para calamidades de los socios, etc.



Por su parte, el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo está integrado por las organizaciones de Comercio Justo certificadas como tal por WFTO, sus miembros son: Gruppo Salinas, Camari, MCCH, RELACC, Sinchi Sacha, Chankuap y KUEN. Este consorcio nació con la finalidad de fortalecer la integración

nacional de las organizaciones ecuatorianas socias de WFTO. Enfoca su accionar en el modelo de Economía Solidaria o sea, aquellos procesos alternativos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios basados en la cooperación mutua y en las relaciones de reciprocidad. CAMARI, GRUPPO SALINAS, MCCH generan

un impacto social y económico en más de 166.000 personas de los diferentes sectores de la economía solidaria del Ecuador. La RELACC genera un impacto social y económico en más de 147.000 personas de los diferentes sectores de la economía

popular y solidaria de la región. Las ventas totales de los miembros de WFTO Ecuador en el 2010 ascendieron a 29 millones de dólares americanos. A continuación una breve presentación de las organizaciones con mayor trayectoria dentro del Consorcio:

Grupo SALINAS

Economía Solidaria; un camino seguro para mejorar la calidad de vida del campesino andino.

Inicia sus actividades en 1970. Sus ámbitos de acción son: educación, capacitación, salud, género, ambiente, turismo comunitario, finanzas populares, evangelización, producción y Comercio Justo. Cuenta con 210 empleados directos, 2.230 productores y productoras organizados en 29 queseras comunitarias, 5 centros femeninos de producción artesanal, 1 hilandería, 1 fábrica de turrone y chocolates, 2 fábricas de mermeladas, 2 embutidoras, 1 fábrica de aceites esenciales, 1 fábrica secadora de hongos, 1 taller de artesanías en cerámica, 1 hostel, 1 oficina de turismo comunitario, 1 cooperativa de ahorro y crédito.

CAMARI

Productos sanos y de calidad.

Es el Sistema Solidario de Comercialización del Grupo Social FEPP, organización no gubernamental de finalidad social que desde 1981, nace para enfrentar el problema de la comercialización agropecuaria y artesanal de pequeños productores, orientados bajo los principios de la Economía Solidaria y de Comercio Justo, beneficiando a 7.000 familias campesinas a nivel nacional mediante el crédito, la asistencia técnica y la comercialización de productos; cuya misión fundamental es promover el desarrollo integral de las comunidades marginales del campo y la ciudad, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores, para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

MCCH

Maquita Cushunchic Comercializando

Como Hermanos, es una organización de 29 años de trabajo en Economía Social y Solidaria que nace y practica valores humanos y cristianos, para modificar e incidir con equidad en la estructura y las relaciones de la sociedad y la economía de la población de menos recursos del Ecuador, mediante procesos asociativos y productivos-comerciales con el objetivo de mejorar su calidad de vida. Es una organización articuladora de las cadenas productivas comerciales

solidarias de productos estratégicos, que logra un alto impacto en la economía de las familias a través de redes, liderazgos y procesos de incidencia, con los principios de economía solidaria y Comercio Justo. Desde 1985, ha impulsado emprendimientos

productivos, comerciales y asociativos que agrupan a más de 500.000 participantes, de los cuales el 45% son mujeres, en 17 provincias del Ecuador, y cuenta con más de 55 iniciativas comunitarias productivas-comerciales.

Ha capacitado a organizaciones para la búsqueda de la autogestión comercial y el control de los recursos con prácticas transparentes, equitativas y de calidad.

Hasta el año 2013, ha conseguido desarrollar destrezas y capacitar técnicamente a más de 127000 familias.

Ha creado su marca propia “Maquita”, que forma parte de sus tres empresas sociales, que cuentan con certificaciones como: orgánico con sello Flo, Rainforest, Ecocert, BCS, ISO 9001:2008 y Comercio Justo. AgroMaquita exportadora de cacao

en grano, pasta y polvo. Maquita Solidaria empresa que comercializa con “private label” a nivel nacional e internacional, artesanías, alimentos agroindustriales

y procesados. Maquita Turismo es una operadora de turismo receptivo que cuenta con 9 centros de turismo comunitario

en la Costa, Sierra y Amazonía; gracias la sinergia y coordinación que mantiene con organismos financiadores y organizaciones contrapartes, así como también con la inversión de recursos propios.



PACARI

Es una empresa ecuatoriana que fabrica chocolate orgánico desde el año 2007, utilizando exclusivamente cacao nacional fino de aroma. Trabaja con más de 3.500 familias de pequeños productores de cacao pagando precios premium y dando soporte en temas de agricultura orgánica y biodinámica. El chocolate Pacari se encuentra desde hace tres años dentro del top 5 de mejores chocolates del mundo y en octubre del año 2012 ganó los premios International Chocolate Awards en Londres, entre los que se encuentran el Oro mundial a la mejor barra de chocolate, mejor fabricante de chocolate, mejor producto orgánico, mejor país productor de cacao y mejor comercio directo de cacao. Hoy en día Pacari es un referente mundial de relaciones justas y equitativas con campesinos y campesinas productores de cacao, esta empresa apuesta por el comercio directo no certificado. No piensa certificarse como Comercio Justo.

y comercial y no están certificadas por organismos internacionales. En este campo están empresas que trabajan en las cadenas de cacao y café. Se presenta un caso de cacao fino de aroma:



Finalmente están las empresas privadas que certifican trabajo contratado, son las empresas florícolas que cumplen con los parámetros de Comercio Justo, protegen el ambiente, promueven la reducción del uso de pesticidas y químicos, fomentan la capacitación de sus trabajadores y trabajadoras, evitan el trabajo infantil y el trabajo forzado, permiten la libertad de corporación, promueven el establecimiento de relaciones entre compradores y vendedores de flores en la que se respetan mutuamente los derechos e intereses de ambas partes y también garantizan a sus trabajadores buenas condiciones de trabajo y de vida. En el caso ecuatoriano, hay 12 empresas florícolas certificadas, siete de ellas han conformado la Corporación ACE, que las articula y cuyo caso se presenta a continuación:

ACE

Es la Corporación de Productores de Comercio Equitativo de Productores de Flores, entidad sin fines de lucro que nació en el 2002, agrupa a 7 empresas florícolas con certificación Fairtrade USA, FLO y otras en estudio, cuya finalidad es propender a que las empresas asociadas cumplan con los parámetros internacionales del Comercio Justo. De las exportaciones como grupo, alrededor del 95% van a Estados Unidos, pero cada empresa individualmente tiene adicionalmente sus propios mercados, especialmente en los países europeos. Todas las fincas asociadas cumplen con más de 500 estándares relativos a la libertad de asociación, buenas	condiciones laborales, y respeto por el medio ambiente, y permiten que más de 1.500 trabajadores y trabajadoras puedan beneficiarse con proyectos dirigidos bajo la propia administración de los trabajadores, quienes se organizan libremente y de manera democrática conforman instancias colectivas, que reciben y manejan el dinero proveniente de la prima de Comercio Justo por su cuenta y para beneficio de los asociados. Desde el año 2007 al 2012, los trabajadores de las 7 empresas recibieron cerca de 2 millones de dólares para gestionar, en beneficio de sus familias, proyectos de salud, educación, capacitación, vivienda, microcrédito, entre muchos otros.
---	---



2.3

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 para la construcción de la presente Estrategia, se la puede estructurar en los ámbitos que a continuación se detallan:

- ▶ Marco legal e institucional.
- ▶ Comercialización y mercado.
- ▶ Producción.
- ▶ Organización y gestión.
- ▶ Consumo.

2.3.1 Marco legal e institucional

- ▶ No existe una normativa específica que defina qué se entiende por Comercio Justo en el país y que determine con precisión qué instituciones serán las encargadas de los roles de rectoría, regulación y control, fomento y promoción del Comercio Justo.
- ▶ Indefinición competencial, dispersión institucional, abordaje del tema de manera declarativa y coyuntural, débil articulación y coordinación interinstitucional por parte del Estado.



- ▶ Desconocimiento por parte de la sociedad y del Estado, sobre Comercio Justo, sus actores y problemáticas, a nivel nacional y local.
- ▶ Ineficiencia, falta de agilidad y exceso de trámites y registros burocráticos que traban y entorpecen los procesos del Comercio Justo.

2.3.2 Comercialización y Mercado

- ▶ Débil posicionamiento del Comercio Justo dentro del sistema comercial convencional, tanto a nivel del país, de la subregión, de la región y del mundo.
- ▶ No se cuenta con una oferta exportable suficiente y diversificada por parte de las organizaciones de pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, puesto que tienen grandes dificultades para articular sus iniciativas (economías de escala), lograr volúmenes, permanencia en los mercados y cumplir con estándares internacionales de calidad, así como también para promocionar y posicionar sus productos. Tienen limitaciones en el diseño, calidad y presentación de los productos, tienen además una débil capacidad de manejo de instrumentos básicos de comercialización internacional (catálogos, precios diferenciados, manejo de idiomas).
- ▶ Graves deficiencias de investigación, exploración e información de mercados

- ▶ Mercado de Comercio Justo no crece, mientras que las empresas de Comercio Justo hacen importantes inversiones y esfuerzos financieros para cumplir con los estándares internacionales, la respuesta del mercado es menor de la esperada, esto hace que la relación beneficio/costo sea menos interesante y atractiva, lo que desestimula y pone en riesgo las actividades del Comercio Justo.
- ▶ Limitado acceso a capital de trabajo para comercialización, grandes dificultades para cubrir costos y pagar certificaciones.
- ▶ Trámites de exportación demasiado engorrosos y con demoras son excesivas.
- ▶ Ausencia de un trabajo orientado hacia el consumidor final (ciudadanía, colegios, escuelas, instituciones, etc.) para generar conciencia, responsabilidad social y ambiental en estos actores de la cadena de valor.
- ▶ Débil orientación de las actividades del Comercio Justo hacia el mercado interno y desconexión con los temas de soberanía alimentaria.
- ▶ Escasa orientación del Comercio Justo hacia los países del Sur, desaprovecha el potencial del Comercio Justo Sur – Sur.
- ▶ Niveles de desconfianza y falta de solidaridad de los propios actores de la cadena de valor: productores – comercializadores – compradores.



- ▶ Sellos y certificaciones internacionales del Comercio Justo han distorsionado el concepto original y, en la práctica, se han convertido en barreras que han generado procesos de exclusión de pequeños productores y productoras, por los altos costos en que deben incurrir tanto para entrar en el sello y para mantenerlo periódicamente, lo que al nivel de su escala económica reduce significativamente sus ganancias. Amerita mecanismos adecuados que den respuesta a las necesidades de los pequeños productores y productoras en torno a las certificaciones.



2.3.3 Producción

- ▶ Los pequeños productores y productoras vinculados al Comercio Justo tienen bajos niveles de inversión, no disponen de recursos para pre-inversión, tienen altos costos de producción y distribución, bajos niveles de productividad y calidad, bajos niveles de profesionalización e innovación tecnológica, débiles sistemas de distribución de productos, limitado acceso a asistencia técnica, falta de capital de trabajo y de líneas de financiamiento específicas, infraestructura productiva deficitaria, déficit de redes logísticas y de centros de acopio, débil gestión empresarial, y limitado acceso a recursos productivos fundamentales como tierra, agua y tecnología.

- ▶ Las empresas sociales y organismos no gubernamentales de apoyo al Comercio Justo enfatizan en la insuficiencia de recursos económicos para toda la cadena productiva y para el desarrollo de capacidades, así también la falta de innovación, calidad y productividad de acuerdo a las necesidades del mercado.
- ▶ Las empresas privadas de Comercio Justo identifican como grave problema la baja productividad en toda la cadena de valor y la deficiente calidad de los productos.

2.3.4 Organización y Gestión

- ▶ Hace falta un diagnóstico más fino y detallado de los problemas y cuellos de botella que enfrentan los actores de Comercio Justo, según sus especificidades y tipología, así mismo, la aplicación de los principios y valores del Comercio Justo requieren de protocolos diferenciados.
- ▶ A nivel de los pequeños productores y productoras, los procesos de organización y gestión presentan debilidades de articulación y de escala, problemas de falta de compromiso y lealtad de los productores con la comercialización asociativa, y de una mayor difusión y aplicación de los valores y principios del Comercio Justo. Insuficiente capacitación integral de los productores y productoras,

lo que se dificulta aún más con los bajos niveles de escolaridad de un importante número de socios y socias. Se reconoce que por parte de las organizaciones y sus directivas todavía hay limitaciones de liderazgo, falta de compromiso e iniciativa, débil capacidad para representar y hacer efectivos los intereses de los pequeños productores y productoras, así también una falta de representatividad en las instancias de toma de decisiones del Estado. Adicionalmente se evidencian dificultades para vencer las visiones y los intereses sectoriales del rubro productivo y anteponer los intereses comunes.

- ▶ No existe un registro centralizado de las organizaciones de Comercio Justo y tampoco información sistematizada sobre el sector.
- ▶ Existen numerosas redes y circuitos de comercialización asociativa vinculadas al Comercio Justo actuando en los niveles local, nacional, regional e internacional; sin embargo, muchas de éstas no se conocen y reconocen entre sí.

2.3.5 Consumo

- ▶ Inexistencia, a nivel nacional, de un trabajo orientado hacia consumidores y consumidoras.

III

Objetivos estructurales, ejes y lineamientos para la acción

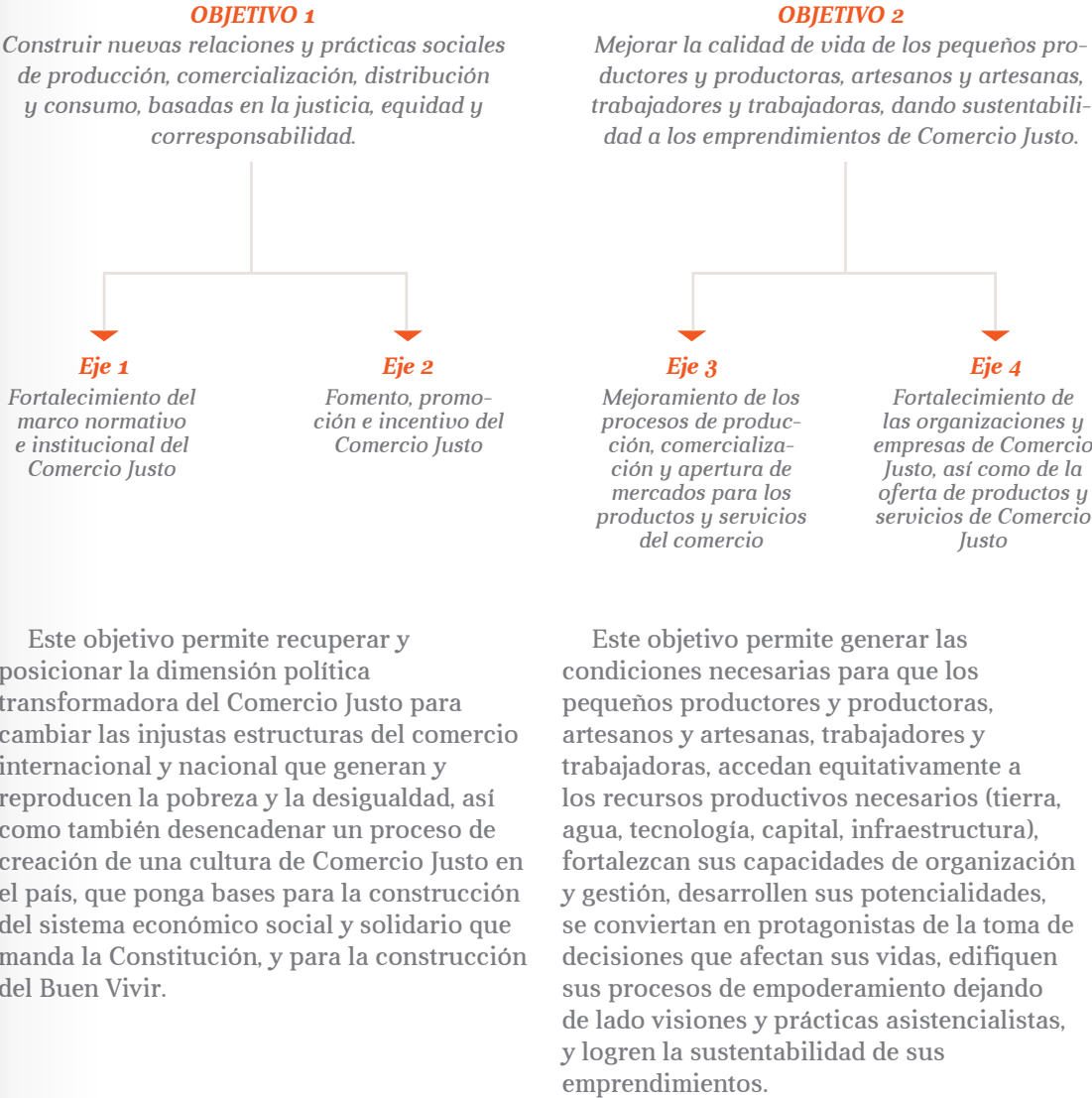
“Me dedico a la cosecha de rosas certificadas de Comercio Justo, tengo 26 años y trabajo desde hace 8 años en la finca, mi meta diaria es cosechar 1700 tallos, me siento feliz con los beneficios de la prima de Comercio Justo, porque conjuntamente con la asociación de trabajadores de la finca la estamos invirtiendo en un programa de vivienda, y ya no tendré que pagar arriendo. El Comercio Justo genera cambios positivos en las fincas y en la vida de los trabajadores”.

Silvia Yáñez, trabajadora Finca Nevado, Corporación ACE.

3.1

Objetivos estructurales y ejes 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.



3.2

Lineamientos para la acción por cada eje

Eje	Lineamientos para la acción
Eje 1 Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo.	1. Contar con roles y competencias claramente definidas para las entidades públicas relacionadas con el Comercio Justo. 2. Contar con un marco normativo específico que regule, fomente, promocióne 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 estándares de Comercio Justo adaptados a la realidad del sector agrícola en el país y con protocolos diferenciados por tipología de actores del Comercio Justo. 5. Contar con una entidad mixta de control y reglamentación del Comercio Justo, con presencia del Estado y representantes de todos los tipos de actores. 6. Contar con un sistema de registro e información actualizados sobre las organizaciones y empresas del Comercio Justo. 7. Contar con instancias fortalecidas de representación de los actores del Comercio Justo y con un Observatorio de Comercio Justo consolidado.
Eje 2 Fomento, promoción e incentivo del Comercio Justo.	1. Fomentar, promocionar e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel local, nacional, regional e internacional. 2. Desarrollar procesos de sensibilización, formación y organización en Comercio Justo. 3. Fomentar, promocionar e incentivar el consumo social y ambientalmente responsable. 4. Contar con líneas de financiamiento y productos financieros específicos para Comercio Justo. 5. Desarrollar procesos de investigación e innovación en Comercio Justo. 6. 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.	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. Lograr eficiencia y agilidad en los 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 7. Fortalecer las cadenas de valor relacionadas con el Comercio Justo y potenciarlas en el marco del proceso de cambio de la matriz productiva. 8. Incluir los productos y servicios del Comercio Justo en el Sistema de Compras Públicas.
Eje 4 Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de Comercio Justo así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo.	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. Mejorar 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 y continuidad en la oferta de productos y servicios del Comercio Justo.



IV

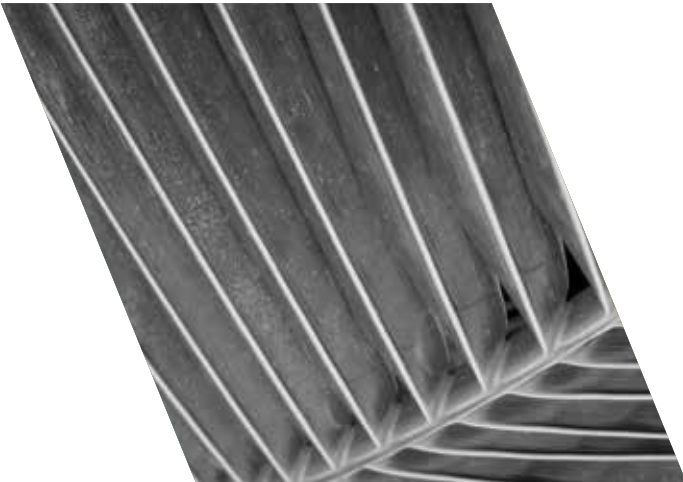
Estrategias de implementación

“Reconocemos que el movimiento de Comercio Justo y economía solidaria ha crecido y se ha diversificado a nivel mundial. Todas estas iniciativas y organizaciones están comprometidas a trabajar conjuntamente, respetando las identidades de las organizaciones y las realidades de cada territorio, para incidir y generar sinergias que contribuyan a desarrollar relaciones justas, solidarias y sostenibles.”

Numeral 2 de la DECLARACIÓN DE LA SEMANA MUNDIAL DE Comercio Justo, Río de Janeiro, 29 de mayo de 2013

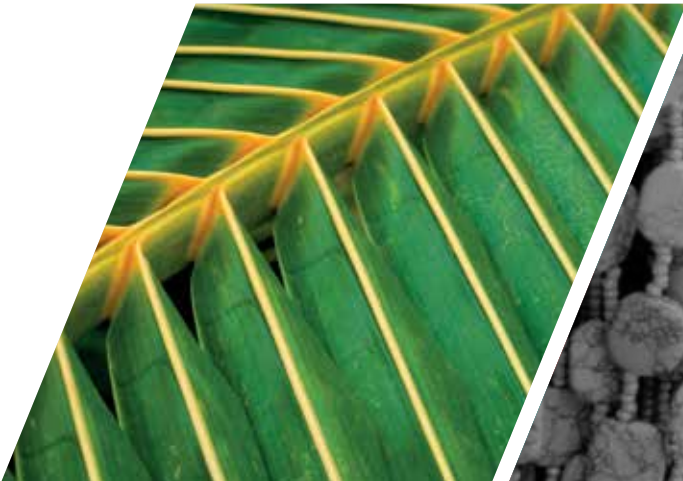
4.1

Estrategias por cada eje de intervención



Eje 1: Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo.

Este eje tiene como finalidad generar las condiciones institucionales y legales para un reposicionamiento y expansión del Comercio Justo en el país, a fin de que pueda constituirse en una herramienta clave para la erradicación de la pobreza, la construcción de la equidad social y territorial, el cambio de la matriz productiva del país y constituya una base del sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible que manda la Constitución.



Lineamiento 1.1	Contar con roles y competencias claramente definidas para las entidades públicas relacionadas con el Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Constituir una mesa de trabajo entre actores del Estado con 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 y control 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	CECJ, organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, Academia y organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, WFTO, SENPLADES, Secretaría Nacional de la Administración, CONGOPE, AME y CONAGOPARE. La Coordinación de Políticas de Exportaciones (CPE), liderará este proceso hasta que queden claramente definidos los roles y sean asumidas las competencias por las instancias estatales correspondientes.



Lineamiento 1.2	Contar con un marco normativo específico que regule, fomente, promocióne e incentive el Comercio Justo y facilite su institucionalización
Estrategias de aplicación	▶ 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 recto- ría, 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. ▶ Realizar procesos de cabildeo con la Comisión encargada de Asuntos Económicos de la Asamblea Nacional y posicionar la propuesta en el pleno de la Asamblea. ▶ Obtener la aprobación de la propuesta de normativa específica para el Comercio Justo.
Nivel territorial	Nacional
Actores	CECJ, 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, WFTO, Certificadoras, Aseguradoras, Técnicos, SENAE. El Comité pro-normativa liderará el proceso.

Lineamiento 1.3	Difundir las normativas y los principios del Comercio Justo, y concientizar a los actores para su aplicación práctica
Estrategias de aplicación	▶ 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 y las responsabilidades 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 y 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	CECJ, organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, Academia y organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, WFTO, SENPLADES, Secretaría Nacional de la Administración, CONGOPE, AME y CONAGOPARE. Liderará el proceso la institución pública encargada de la promoción e incentivo del fomento y promoción del Comercio Justo en el Ecuador.



Lineamiento 1.4	Contar con estándares de Comercio Justo adaptados a la realidad del país y con protocolos diferenciados por tipología de actores del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Identificar y registrar las particularidades de la tipología de actores de Comercio Justo en miras al ajuste de los estándares y protocolos del Comercio Justo, a la realidad ecuatoriana y a las especificidades de cada tipo de actor de Comercio Justo. ▶ Definir los estándares de Comercio Justo, para cada tipo de actor, diferenciando: a. Organizaciones de pequeños productores y productoras. b. Organizaciones de artesanos y artesanas. c. Agricultura Familiar Campesina. d. Empresas Sociales de Comercialización Solidaria. e. Empresas privadas que trabajan con cadenas productivas y comerciales con pequeños productores y productoras. f. Empresas privadas que certifican mano de obra contratada. g. ONGs de apoyo a emprendimientos de Comercio Justo. ▶ Difundir los estándares y protocolos. ▶ Concientizar y capacitar a los respectivos actores para su cumplimiento.
Nivel territorial	Nacional
Actores	Representantes designados del sector comunitario, sector privado y sector público del Comercio Justo, WFTO, Academia, liderados por la instancia nacional de representación de los actores del Comercio Justo (ver lineamiento 1.7) y la institución pública encargada de la rectoría del Comercio Justo.

Lineamiento 1.5	Contar con una entidad mixta de supervisión y control del Comercio Justo, con presencia del Estado y representantes de todos los tipos de actores
Estrategias de aplicación	▶ En el marco institucional y en el marco normativo se preverá la creación de una entidad mixta de supervisión y control del Comercio Justo, encargada de supervisar y controlar la aplicación de la reglamentación, estándares y protocolos del Comercio Justo en el país. ▶ Esta entidad se encargará también de ejercer control sobre el trabajo de las certificadoras internacionales. ▶ La entidad mixta tendrá la presencia del Estado y de representantes de todos los tipos de actores del Comercio Justo.
Nivel territorial	Nacional
Actores	Representantes designados del sector comunitario, sector privado y sector público del Comercio Justo, WFTO, Academia. Liderará el proceso la institución pública encargada de la Regulación del Comercio Justo.

Lineamiento 1.6	Contar con sistema de registro e información actualizados sobre las organizaciones y empresas del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Hacer un diagnóstico - inventario de las organizaciones y empresas 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	Representantes del sector comunitario, sector privado y sector público del Comercio Justo, WFTO, Academia, INEC y SENPLADES. Liderará el proceso la institución encargada de la regulación del Comercio Justo.

Lineamiento 1.7	Contar con instancias fortalecidas de representación de los actores del Comercio Justo y con un observatorio de Comercio Justo consolidado
Estrategias de aplicación	▶ 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	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. Con el apoyo del sector público relacionado con el Comercio Justo.



Eje 2: Fomento, promoción e incentivo del Comercio Justo.

Este eje tiene como finalidad generar profundos cambios en la conciencia y en la cultura de la población ecuatoriana, generando los niveles de compromiso y motivación necesarios para la transformación de las relaciones y prácticas de producción, comercialización, distribución y consumo, tornándolas más justas y equitativas, mediante mecanismos de difusión y promoción de los principios y valores del Comercio Justo ajustados diversidad social y cultural del país, así como también a través de medidas de fomento e incentivo que estimulen y consoliden dichos cambios.



Lineamiento 2.1	Fomentar, promocionar e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel local, nacional, regional e internacional
Estrategias de aplicación	▶ 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 Acción, en coordinación con los actores del Comercio Justo, en los distintos niveles territoriales: nacional, provinciales, cantonales y 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. ▶ Diseñar e implementar un Plan Nacional de Incentivos tributarios, arancelarios y 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. ▶ Posicionar la temática del Comercio Justo en el seno de la UNASUR y conformar una Comisión Regional de Comercio Justo en el marco del Consejo Suramericano de Economía y Finanzas, que diseñe e implemente una propuesta de implementación del Comercio Justo en la región, con planes de trabajo para el corto, mediano y largo plazos, en cumplimiento de sus objetivos¹²: a. El desarrollo social y humano con equidad e inclusión para erradicar la pobreza y superar las desigualdades de la región; b. La construcción de un sistema económico con equidad, justicia social y en armonía con la naturaleza para un desarrollo sostenible; c. El crecimiento y el desarrollo económico que supere las asimetrías mediante mecanismos concretos y efectivos de complementación económica; y d. La cooperación económica y comercial para lograr el avance y la consolidación de un proceso innovador, dinámico, transparente equitativo y equilibrado. ▶ Incluir puntos de negociación relacionados con el Comercio Justo en los Acuerdos Comerciales y de Desarrollo con la Unión Europea y con otras regiones del mundo.
Nivel territorial	Local, Nacional, Regional
Actores	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, CPE-MCE, MRE-UNASUR. Liderará el proceso la institución pública que tenga la competencia del fomento y promoción del Comercio Justo en el país, a nivel internacional lo hará el MRE y el MCE, con la participación activa de la instancia de coordinación y representación de los actores del Comercio Justo en el país.

¹² <http://www.unasurg.org/inicio/organizacion/consejos/csef>

Lineamiento 2.2	Desarrollar procesos de sensibilización, formación y organización en Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ 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 social y solidario y sus implicaciones para el Buen Vivir de los ecuatorianos y ecuatorianas. ▶ 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 (ME) para que se incorpore la temática de economía social y 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. ▶ Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCP) 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 Ministerio de Coordinador de Conocimiento y de Talento Humano (MCCTH) 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 de información bibliográfica mediante investigaciones de casos en Ecuador.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MAGAP, MIPRO, CES, ME, MCP, MCCTH, Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE. Liderará el proceso la institución pública que tenga la competencia del fomento y promoción del Comercio Justo.



Lineamiento 2.3	Fomentar, promocionar e incentivar el consumo social y ambientalmente responsable
Estrategias de aplicación	▶ 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	Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MAGAP, MIPRO, ME, MCP, MCE, Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE. Liderará el proceso la institución pública que tenga la competencia del fomento y promoción del Comercio Justo.



Lineamiento 2.4	Contar con líneas de financiamiento y productos financieros específicos para Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Diseñar e implementar una propuesta para todo el sistema financiero, a fin de que se abran líneas de crédito específicas para Comercio Justo, con sus respectivos productos financieros ajustados a la realidad de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, organizaciones, empresas e instituciones de Comercio Justo, en los distintos tipos de entidades financieras: CONAFIPS, BNF, CFN, BEDE. ▶ Diseñar conjuntamente con las instituciones financieras, los mecanismos de acceso y acreditación, ágiles, eficientes y en territorio, para que los actores del Comercio Justo, de acuerdo a su escala y tipología, interactúen directamente con el tipo de institución financiera en la que estén acreditados: CONAFIPS, BNF, CFN o BEDE y accedan a los recursos financieros. ▶ Diseñar e implementar una estrategia de incidencia política para que la propuesta sea aprobada en los correspondientes organismos del Estado. ▶ Asegurar que los aspectos financieros y los mecanismos específicos estén contemplados en la normativa de Comercio Justo, se diseñará conforme la aplicación del lineamiento 1.1 de esta Estrategia. ▶ Difundir el abanico de posibilidades de acceso a financiamiento que tendrían los actores vinculados al Comercio Justo.
Nivel territorial	Nacional, central y descentralizado
Actores	Representantes de los actores del Comercio Justo, Ministerio Coordinador de la Política Económica, Superintendencia de EPS, MCPEC, CONAFIPS, BNF, CFN, BEDE, Secretaría de la Administración Pública. Liderará el proceso la institución pública que tenga la competencia del fomento y promoción del Comercio Justo.

Lineamiento 2.5	Desarrollar procesos de investigación e innovación en Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Diseñar e implementar procesos de investigación de mercados y de innovación de 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	Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, MCE, PROECUADOR, con el liderazgo de la CPE.

Lineamiento 2.6	Desarrollar sistemas de calidad para productos y servicios de Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ 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	Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MAGAP, MIPRO, IEPS, MRE, MCE, PROECUADOR, 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.

Este eje tiene como finalidad promocionar y posicionar al Ecuador como un país que construye justicia y equidad a nivel nacional e internacional, promoviendo el cambio de las injustas relaciones de intercambio que han generado la pobreza y la desigualdad, transformando el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y buscando una inserción estratégica y soberana en el mundo, creando, a través del Comercio Justo, las condiciones para incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos de desarrollo de mercado: pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras.



Lineamiento 3.1	Promover internacionalmente al Ecuador como un “país justo”
Estrategias de aplicación	▶ 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 en del proceso de construcción del Buen Vivir. ▶ 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	MRE, MCE, MRL, PROECUADOR, Ministerio de Turismo, Asociaciones de Exportadores, con el liderazgo del MCE.

Lineamiento 3.2	Consolidar y ampliar los mercados de Comercio Justo a nivel local, nacional, regional y global
Estrategias de aplicación	▶ 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	Actores comunitarios, públicos y privados del Comercio Justo en el país, con el liderazgo del MCPEC a nivel nacional, y del MCE a nivel internacional.

Lineamiento 3.3	Contar con mecanismos de participación y promoción de mercados para el Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Definir el apoyo a la búsqueda de mercados de Comercio Justo como parte de las funciones 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. ▶ Incorporar la temática del Comercio Justo en los términos de los Acuerdos de Cooperación con los otros países. ▶ Diseño e implementación de incentivos para las organizaciones y empresas del Comercio Justo que participan en ferias internacionales.
Nivel territorial	Regional e Internacional
Actores	Actores del Comercio Justo, con el liderazgo del Ministerio de Comercio Exterior – PROECUADOR.

Lineamiento 3.4	Lograr eficiencia y agilidad en los trámites de exportación del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Identificar los organismos del Estado que intervienen en los procesos 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. ▶ Recoger información, preparar una argumentación válida y elaborar una propuesta para los organismos correspondientes. ▶ Incidir políticamente en las instancias de gobierno relacionadas con el tema.
Nivel territorial	Nacional
Actores	CECJ, 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. Con el liderazgo de la CPE – MCE.

Lineamiento 3.5	Contar con logística de exportación para productos del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Diseñar e implementar 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 su implementación será estrechamente coordinada con ellos.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MCE, PROECUADOR, SENPLADES, con el liderazgo del MCE.

Lineamiento 3.6	Contar con un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ Diseñar, implementar y consolidar un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen del Comercio Justo, tanto para el mercado interno como para el mercado externo, con sistemas participativos de garantías.¹³ ▶ Se realizará mediante procesos participativos con análisis y consulta con los actores del Comercio Justo.
Nivel territorial	Nacional
Actores	Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, CECJ, FUNDEPPO, CLAC, AVSF, PROECUADOR, Instancia representativa de los consumidores, con el liderazgo de la institución rectora del Comercio Justo.

¹³ Los sistemas participativos de garantías suponen la participación solidaria de todos los segmentos interesados en asegurar la calidad del producto final y del proceso de producción. Biosegura, <http://www.biosegura.es/>

Lineamiento 3.7	Fortalecer las cadenas de valor relacionadas con el Comercio Justo y potenciarlas en el marco del proceso de cambio de la matriz productiva
Estrategias de aplicación	▶ Diseñar e implementar un proceso de articulación de las actuales cadenas productivas y de valor del Comercio Justo a la transformación de la matriz productiva, orientándolas a la generación de mayor valor agregado y a la exportación de productos nuevos, provenientes de “actores nuevos”¹⁴, especialmente de la economía social y solidaria, como son los productores y productoras de las organizaciones de Comercio Justo.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Actores comunitarios del Comercio Justo, actores públicos del Comercio Justo, SENPLADES, Secretaría técnica del Cambio de la Matriz Productiva, MCE, con el liderazgo del MCPEC.

Lineamiento 3.8	Incluir los productos y servicios del Comercio Justo en el sistema de compras públicas
Estrategias de aplicación	▶ Alianza con el IEPS para el diseño e implementación de una propuesta de eliminación de las barreras del Sistema de Compras Públicas para la participación de los Actores de la Economía Popular y Solidaria. ▶ Apoyo del IEPS a los actores del Comercio Justo, con capacitación en procesos, para que puedan insertarse en el Sistema de Compras Públicas. ▶ Habilitamiento de los actores comunitarios del Comercio Justo para la participación en el Sistema de Compras Públicas modificado.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Actores comunitarios del Comercio Justo, IEPS, INCOP, MIES, con el liderazgo del IEPS.

¹⁴ SENPLADES. Informativo 1. Transformación de la Matriz Productiva, pág.12. Quito, 2012.

Eje 4: Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de Comercio Justo, así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo.

Este eje tiene como finalidad fortalecer a los actores del Comercio Justo en todos los eslabones de la cadena productiva y comercial, considerando sus especificidades y sus puntos de partida desiguales, en la medida que agrupan a los actores económicos antes excluidos y socialmente desfavorecidos, para que superen sus limitaciones de acceso a recursos productivos: información, conocimiento, capital, tecnología, etc. y puedan lograr una gestión exitosa y eficiente, con altos niveles y estándares de calidad.



Lineamiento 4.1	Construir confianza entre los actores de la cadena productivo-comercial en el marco del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ 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	Liderará el proceso la CPE, con participación de la 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 4.2	Contar con modelos de gestión exitosos y eficientes, logrando economías de escala en las cadenas de valor, por tipología de actores
Estrategias de aplicación	▶ 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	Actores comunitarios y empresas privadas de Comercio Justo, MIPRO, MAGAP, MCE, IEPS, PROECUADOR.

Lineamiento 4.3	Mejorar la productividad y la competitividad de los productos y servicios de Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ 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 Plan de Acción con su correspondientes dispositivos de monitoreo, seguimiento y evaluación.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, MCPEC, MIPRO, MCE, PROECUADOR, con el liderazgo de la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo.



Lineamiento 4.4	Fortalecer procesos de manejo, tecnificación y diversificación de la producción del Comercio Justo para asegurar cantidad, calidad y continuidad en la oferta de productos y servicios del Comercio Justo
Estrategias de aplicación	▶ 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). ▶ Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Coordinador de Conocimiento y de Talento Humano (MCCTH) 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 específico, a los actores del Comercio Justo, con la participación de equipos técnicos especializados del MAGAP, MIPRO, MCE, SENAE, SRI, WFTO. ▶ Introducir las modalidades de Escuelas de Liderazgo, Escuelas de Campo e intercambios de experiencias, en los procesos de capacitación y asistencia técnica a los actores del Comercio Justo. ▶ Introducir el enfoque de educación no formal y educación de adultos, con metodologías y herramientas adecuadas a los públicos destinatarios. ▶ Establecer un porcentaje de impuestos a las exportaciones para que se reinvierta en asistencia técnica, capacitación y formación de las organizaciones y empresas de Comercio Justo.
Nivel territorial	Local y Nacional
Actores	Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MAGAP, MIPRO, MCE, MCCTH, Academia, WFTO, MF, SETEC, MAGAP, MIPRO, MCE, CES, ME, MCP, MCCTH, Academia, SENAE, SRI, WFTO, AME, CONGOPE, CONAGOPARE. Con el liderazgo de la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo.

4.2

Propuesta de programas y proyectos emblemáticos

Eje	Programas y proyectos emblemáticos
Eje 1 Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo.	▶ Programa de fortalecimiento institucional para el desarrollo del Comercio Justo.
Eje 2 Fomento, promoción e incentivo del Comercio Justo.	▶ Programa de reconocimiento y promoción del Comercio Justo a nivel local, nacional y regional. ▶ Proyecto de creación de líneas específicas de financiamiento para Comercio Justo. ▶ Proyecto de fomento del consumo responsable.
Eje 3 Mejoramiento de los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del Comercio Justo.	▶ Proyecto “Ecuador es más justo”. ▶ Programa de fomento, innovación y promoción de mercados. ▶ Proyecto de inclusión de un porcentaje de exportación para Comercio Justo en el acuerdo para el desarrollo con la Unión Europea. ▶ Programa de producción, difusión y consumo de productos orgánicos de pequeños productores y productoras.
Eje 4 Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de Comercio Justo así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo.	▶ Programa de articulación de los actores del Comercio Justo para la construcción de una oferta real, organizada y sostenible. ▶ Programa de mejoramiento productivo. ▶ Programa de formación y capacitación en Comercio Justo.





• V • Seguimiento a la implementación de la estrategia

“El Comercio Justo, es una alternativa real para pequeños productores y productoras más desfavorecidos, creando oportunidades de acceso al mercado en condiciones más justas, bajo principios y valores, que busca cambiar las reglas injustas del comercio mundial. Favorece y fomenta el desarrollo de sus capacidades y la generación de valor agregado de sus productos”

*Augusto Estrella E.
Presidente de WFTO Latinoamérica - Cordinador General del Consorcio
Ecuatoriano de Comercio Justo y Economía Solidaria - Vicedirector
Ejecutivo de MCCH.*

Instancia encargada del seguimiento de la estrategia ecuatoriana de Comercio Justo

En el proceso colectivo de construcción de la Estrategia se estableció que la instancia responsable del seguimiento al cumplimiento de la misma sería el Grupo de Trabajo, conformado por representantes de los distintos actores del Comercio Justo, como se puede ver a continuación. Este grupo será el encargado de revisar, controlar y apoyar la implementación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo en el Ecuador.

Actores Privados Directos

- ▶ Tres representantes de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, CECJ.
- ▶ Representante productores y productoras no articulados a la CECJ.
- ▶ Dos representantes del Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo.
- ▶ Dos representantes de las empresas que trabajan en cadenas productivas y comerciales con pequeños productores y productoras, sin certificación, pero que aplican los principios y valores del Comercio Justo.
- ▶ Dos representantes de las Empresas Florícolas Certificadas.

Actores Públicos

- ▶ Representante del MCPEC.
- ▶ Representante del MCDS.
- ▶ Representante del MIES.
- ▶ Representante del MIPRO.
- ▶ Representante del MAGAP.
- ▶ Representante del IEPS.
- ▶ Representante de la SEPS.
- ▶ Representante del MCE – CPE/ PRO-ECUADOR, institución encargada de la Coordinación del Grupo de Trabajo.

Actores Privados de Apoyo

- ▶ Representante del Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo.
- ▶ Representante de los organismos de Cooperación: VECO Andino.

Lista de organizaciones e instituciones
participantes en la construcción de la estrategia

Miembros de las mesas de trabajo
en el evento internacional de
Comercio Justo
Cuenca, octubre 2012

1. Amazon Aroma (KUEN S.A)

2. Asociación de Desarrollo Integral Semiatug Samai

3. Asociación AgroVerde

4. Asociación Cerro Azul

5. Asociación de Desarrollo Integral Simiatugsamai

6. Asociación de Mujeres Bordados Zuleta

7. Asociación de Toquilleras María Auxiliadora

8. Asociación Kallari

9. Asociación Nuevo Mundo

10. Asociación SALANGOME

11. BCS

12. BTC

13. CIFOR

14. CLAC

15. COCPE
16. Consorcio Agroartesanal Dulce Orgánico, CADO

17. Coordinadora Ecuatoriana De Comercio Justo, CECJ

18. Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España

19. COPROBICH

20. COREMANABA S.A.

21. Corporación Gruppo Salinas

22. Corporación PAKTA MINTALAY

23. Darma

24. DYTALLADO

25. Empresa Comunitaria Totora Sisa

26. ESPOCH

27. ETIQUABLE

28. Fair Trade Canadá

29. Fair Trade International (FLO)

30. FAIRMONKEY

31. FECAFEM

32. FEM Internacional

33. FEPTCE Pacarinan

34. FEPP- CAMARI

35. FONMSOEAM

36. Fortaleza del Valle

37. Fundación Ayuda en Acción

38. Fundación Chankuap

39. Fundación Intercultural Nor Sud

40. Fundación MCCH

41. Fundacion MARCO

42. Fundación Sinchi Sacha

43. Fundeppo - SPP

44. FUNDAMYF

45. GLOBO Fair Trade

46. Gobierno Provincial de Bolívar

47. Gobierno Provincial de Chimborazo

48. Gobierno Provincial de Pichincha

49. IEPS

50. Infinity Foods Cooperative

51. JAMBI KIWA

52. La Gavilla

53. MCE

54. NATURLAND

55. Peter's Store

56. Plataforma de Comercio Justo Francia, PFLE France

57. PLANHOFA

58. Pueblos Nativos

59. RELACC

60. SETECI

61. SISACUMA Extractores de aceites esenciales

62. Subsecretaría de Educación del Distrito Guayaquil

63. Trading Further

64. Universidad Católica, PUCE

65. Universidad de Guayaquil

66. Universidad Internacional

67. Universidad Nacional del Azuay

68. Universidad Técnica Equinoccial

69. UNOCACE

70. UROCAL

71. VECO Andino

72. WAKACHIAI

73. WFTO La



Organizaciones e instituciones participantes en el proceso 2013, por tipo de actor

Coordinadora ecuatoriana de Comercio Justo, CECJ

- ▶ Aroma amazónico
- ▶ Cerro azul
- ▶ Coprobich
- ▶ Coremanaba
- ▶ Fapecafes
- ▶ Fecafem
- ▶ Fonmsoeam
- ▶ Fortaleza del valle
- ▶ Jambi kiwa
- ▶ Unocace
- ▶ Urocal

Otras organizaciones de Comercio Justo

- ▶ APAO Tierra Nueva
- ▶ FUNDAMYF

Empresas privadas que trabajan con cadenas productivas

- ▶ PACARI
- ▶ Café Valdez

Organizaciones de Comercio Justo certificadas por WFTO

- ▶ WFTO La
- ▶ MCCH
- ▶ RELACC
- ▶ Fundación Sinchi Sacha
- ▶ Fundación Chankuap
- ▶ KUEN S.A.
- ▶ Corporación Grupo Salinas
- ▶ FEPP - CAMARI

Observatorio de economía solidaria y Comercio Justo

- ▶ Universidad Tecnológica Equinoccial, UTE
- ▶ Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- ▶ Universidad Internacional del Ecuador
- ▶ Escuela Politécnica de Chimborazo

Empresas privadas que certifican trabajo contratado

- ▶ Corporación ACE
- ▶ Nevado Ecuador
- ▶ Agrocoex
- ▶ Hoja Verde
- ▶ Rosas del Monte
- ▶ PLANHOFA

Organismos internacionales

- ▶ VECO Andino
- ▶ TRIAS

Instituciones del Estado

- ▶ CONAFIPS
- ▶ IEPS-MIES
- ▶ MAGAP- Redes Comerciales / PRONERI
- ▶ MCE- CPE / PROECUADOR
- ▶ MCPEC
- ▶ SENPLADES
- ▶ SETEC
- ▶ SETECI
- ▶ Gobierno Provincial de Chimborazo

Siglas

AME. Asociación de Municipalidades del Ecuador.
AVSF. Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras.
BEDE. Banco del Estado.
BID. Banco Interamericano de Desarrollo.
BNF. Banco Nacional de Fomento.
CAF. Corporación Andina de Fomento.
CECJ. Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo.
CES. Consejo de Educación Superior.
CFN. Corporación Financiera Nacional.
CLAC. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo.
CONAFIPS . Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias.
CONAGOPARE. Consorcio de Gobiernos Parroquiales del Ecuador.
CONGOPE. Consorcio de Gobiernos Provinciales del Ecuador.
COOTAD. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización.
CPE. Coordinación de Políticas de Exportaciones, Ministerio de Comercio Exterior.
EPS. Economía Popular y Solidaria.
FI (antes FLO). Fair Trade International / Comercio Justo Internacional.
FINE. Red informal de cuatro organizaciones de Comercio Justo, FLO, WFTO, NEWS y EFTA.
FLO. Fair trade Labelling Organization International / Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo.
FUNDEPPO. Fundación de Pequeños Productores Organizados.
GADs. Gobiernos Autónomos Descentralizados.
IEPS. Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria.
IMO. Institute for Marketecology / Instituto de Ecomercado.
INCOP. Instituto de Compras Públicas.
INEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

LOEPS. Ley Orgánica de Economía Social y Solidaria.
MAGAP. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
MCCTH. Ministerio de Coordinador de Conocimiento y de Talento Humano.
MCDS. Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.
MCE. Ministerio de Comercio Exterior.
MCP. Ministerio de Cultura y Patrimonio.
MCPE. Ministerio Coordinador de la Política Económica.
MCPEC. Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad.
ME. Ministerio de Educación.
MF. Ministerio de Finanzas.
MIES. Ministerio de Inclusión Económica y Social.
MIPRO. Ministerio de Industrias y Productividad.
MRE. Ministerio de Relaciones Exteriores.
MRL. Ministerio de Relaciones Laborales.
ONGs. Organizaciones no Gubernamentales.
PNBV. Plan Nacional del Buen Vivir.
PROECUADOR. Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones.
SENAE. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
SENPLADES. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
SEPS. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
SETEC. Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional.
SETECI. Secretaría Técnica de Cooperación Internacional.
SRI. Servicio de Rentas Internas.
UNASUR. Unión de Naciones Suramericanas.
WFTO (antes IFAT). World Fair trade Organization / Organización Mundial de 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 reçues. 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, Incerti-

dumbre 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? Dévelo-

ppement 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 un estrategia de fortalecimiento y consolidación del Comercio Justo en

Colombia. Cuaderno técnico.	Gobernar para profundizar el cambio. 35 propuestas para el Socialismo del Buen Vivir.
Instituto del Conurbano. Universidad Nacional De General Sarmiento (2006). Experiencias y Aprendizajes en la construcción de Otra Economía.	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.
Intermón Oxfam. Criterios de Comercio Justo. http://www.intermonoxfam.org/es/que-hacemos/comercio-justo/como-trabajamos/criterios-de-comercio-justo .	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.
Johnson, P. (2003). Commerce équitable et mondialisation. Revue du MAUSS (en línea). 2003/1.	Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010.
Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2011.	SENPLADES, Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013, Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017.
Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria, 2010.	SENPLADES, Guía para la Formulación de Políticas Públicas Sectoriales, Quito, 2012.
Lopera, Luz; Aguirre, Francisco; Salazar, Luz. La economía solidaria: propuesta incluyente para el desarrollo humano con oportunidades. Universidad Bolivariana. Santiago de Chile.	SENPLADES. Informativo 1. Transformación de la Matriz Productiva. Quito, 2012.
Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, Presentación Cambio Matriz Productiva, septiembre 2012.	Ventura – Díaz Vivianne (2011). Serie Crecimiento y Comercio Inclusivo No. 69: La cadena productiva del turismo en Brasil y México.
Ministerio de Inclusión Económica y Social. Estrategia para la Revolución de la Economía Popular y Solidaria, 2010.	Vivas, Esther (2012). Comercio Justo y Soberanía Alimentaria. Editorial Icaria.
Programa de Gobierno 2013-2017. Propuestas de la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo, relacionadas al Comercio Justo.	WFTO. Organización Mundial de Comercio Justo. ¿Qué es el Comercio Justo?. Documento en línea.



Ministerio Coordinador
de **Producción, Empleo
y Competitividad**



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES



Ministerio
de **Agricultura, Ganadería,
Acuacultura y Pesca**



Ministerio
de **Inclusión
Económica y Social**

Construyendo juntos una vida de oportunidades



IEPS
Instituto Nacional de
Economía Popular y Solidaria



Ministerio Coordinador
de **Desarrollo Social**

superintendencia de
**ECONOMÍA
POPULAR Y SOLIDARIA**

FTCS
Función de Transparencia y Control Social



Ministerio
de **Industrias
y Productividad**



Un trato
justo con
el campo



OESCJ
Observatorio de Economía
Solidaria y Comercio Justo

