

REGISTRO OFICIAL[®]

ÓRGANO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

SUMARIO:

Págs.

FUNCIÓN EJECUTIVA

ACUERDO:

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES:

MPCEI-MPCEI-2026-0045-A Se establece como Política de Estado la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2026 - 2035”	2
--	---

RESOLUCIÓN:

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES:

MPCEI-SC-2026-0141-R Se aprueba y se oficializa con el carácter de obligatorio la Primera Revisión del: Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”	62
---	----

ACUERDO Nro. MPCEI-MPCEI-2026-0045-A**SR. ING. LUIS ALBERTO JARAMILLO GRANJA
MINISTRO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES****CONSIDERANDO:**

Que el artículo 154 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que las ministras y ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde: *“Ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión”*;

Que el artículo 226 de la Constitución de la República del Ecuador determina que: *“Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.”*;

Que el artículo 227 de la Constitución de la República del Ecuador, señala que *“La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.”*;

Que el artículo 261 de la Carta Magna, establece que el Estado Central tendrá competencias exclusivas sobre: *“(…) 5. Las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria: fiscal y monetaria: comercio exterior y endeudamiento. (…)”*;

Que el artículo 276 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador establece la construcción de 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;

Que el artículo 304, numeral 5 de la Constitución de la República establece como uno de los objetivos de la política comercial: *“Impulsar el desarrollo de las economías de escala y de comercio justo”*;

Que la norma fundamental en su artículo 336, establece que, *“El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios 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 ley”*;

Que el numeral 12 del artículo 416 de la Constitución establece que, dentro de las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional se fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo;

Que el artículo 5 del Código Orgánico Administrativo, determina: *“Las administraciones públicas deben satisfacer oportuna y adecuadamente las necesidades y expectativas de las personas, con criterios de objetividad y eficiencia, en el uso de los recursos públicos”*;

Que en el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, se dispone: *“Los Ministros de Estado son competentes para el despacho de todos los asuntos inherentes a sus ministerios sin necesidad de autorización alguna del Presidente de la República, salvo los casos expresamente señalados en leyes especiales”*;

Que el numeral 12 del artículo 4 del Decreto Ejecutivo Nro. 25, publicado en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 19 de 20 de junio de 2013, señala como una de las atribuciones del Ministerio de Comercio Exterior, establecer políticas de comercio justo, de comercio inclusivo y de consorcios de comercio exterior, con trato preferencial a las microempresas y actores de la economía popular y solidaria;

Que mediante Decreto Ejecutivo Nro. 559 publicado en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 387 de 13 de diciembre de 2018, el Presidente Constitucional de la República dispuso la fusión por absorción al Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, del Ministerio de Industrias y Productividad, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, y el Ministerio de Acuacultura y Pesca; Una vez concluido el proceso de fusión por absorción esta Cartera de Estado, modificará su denominación a Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca;

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 636 de 11 de enero de 2019, el Presidente de la República dispuso la creación de los Viceministerios de Producción e Industrias, Promoción de Exportaciones e Inversiones, y Acuacultura y Pesca, de manera adicional al Viceministerio de Comercio Exterior, en la estructura orgánica del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca;

Que con Decreto Ejecutivo Nro. 60 de 24 de julio del 2025, publicado en el Segundo Suplemento al Registro Oficial Nro. 93 de 31 de julio de 2025, se dispuso en su artículo 1, el inicio de la fase de decisión estratégica de las siguientes reformas institucionales a la Función Ejecutiva: *"Fusiones: (...) 7. El Ministerio de Turismo se fusiona al Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca" y, " Traslado: 1. El Viceministerio de Acuacultura y Pesca se fusiona al Ministerio de Agricultura y Ganadería"*;

Que el artículo 1 del Decreto Ejecutivo Nro. 99 de 14 de agosto de 2025, publicado en el Segundo Suplemento al Registro Oficial Nro. 105 de 19 de agosto de 2025 establece: *“Fusiónese por absorción el Ministerio de Turismo al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (...)”*; y el artículo 3, prevé: *“(...) modifíquese la denominación del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca a Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones”*;

Que el artículo 1 del Decreto Ejecutivo ibidem establece: *“Una vez concluido el proceso de fusión por absorción contemplado en el artículo del presente decreto, modifíquese la denominación del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca a Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones el cual asumirá todas las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones constantes en leyes, decretos, reglamentos y demás normativa vigente que le correspondían a Ministerio de Turismo”*;

Que mediante Decreto Ejecutivo Nro. 302 de 9 de febrero de 2026, suscrito por el Presidente Constitucional de la República del Ecuador, se dispuso en su artículo 1), la fusión por absorción al Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, *"(...) el Instituto de Promoción del Ecuador – Pro Ecuador, el cual se integrará en la estructura orgánica del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, como el Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones."*;

Que en el artículo 1 del Decreto Ejecutivo Nro. 425 del 18 de junio de 2026, publicado en el Registro Oficial Cuarto Suplemento Nro. 312 de 24 de junio de 2026 el Presidente de la República dispuso: *“Fusiónese por absorción, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones*

y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca al Ministerio de Economía y Finanzas. Las entidades absorbidas se integrarán a la estructura orgánica de esta cartera de estado, a través de los viceministerios que se determinan con base en la necesidad institucional. Las competencias, atribuciones y funciones que se asignen en virtud del presente decreto se ejercerán, garantizando la desconcentración de los procesos para la adecuada gestión institucional.”;

Que la Disposición Transitoria Primera de Decreto Ejecutivo No. 425 del 18 de junio de 2026, determina: *“En el plazo máximo de sesenta (60) días, contados a partir de la publicación del presente Decreto Ejecutivo en el Registro Oficial, deberá culminarse el proceso de fusión por absorción dispuesto. En los casos en los que sea necesario implementar procesos de adscripción, estos deberán ejecutarse en un plazo máximo de noventa (90) días, a partir de la publicación del presente Decreto Ejecutivo en el Registro Oficial. Los plazos contemplados en esta disposición podrán ser prorrogados.”;*

Que mediante Acuerdo Ministerial No. 003-2017 de 19 de enero de 2017, publicado en el Registro Oficial Edición Especial Nro. 945 de 10 de marzo de 2017, se estableció como política de Estado la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo”; y, se creó el “Comité Interinstitucional de Fomento del Comercio Justo en el Ecuador” con el objeto de coordinar y realizar el seguimiento a la implementación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo;

Que mediante Acuerdo Ministerial No. MPCEIP-DMPCEIP-2019-0025 de 20 de marzo de 2019, publicado en el Registro Oficial Nro. 467 de 12 de abril de 2019, se reforma el Acuerdo Ministerial No. 003-2017 sobre la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo”; y, el “Comité Interinstitucional de Fomento del Comercio Justo en el Ecuador”;

Que el numeral 1 del artículo 3 del Acuerdo Ministerial No. MPCEIP-DMPCEIP-2019-0025 de 20 de marzo de 2019, establece que le corresponde al entonces Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, actual Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones: *“Actualizar la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo como una herramienta de planificación”;*

Que mediante Acuerdo Ministerial No. MPCEIP-DMPCEIP-2019-0025 de 20 de marzo de 2019, publicado en el Registro Oficial Nro. 467 de 12 de abril de 2019, se reformó el artículo 2 del Acuerdo Ministerial No. 003-2017; en cuyo texto se incorpora lo siguiente: *“Cada entidad pública nombrará un delegado permanente y un delegado alterno (técnico)”;*

Que, mediante Acuerdo Ministerial Nro. 21 001 de 04 de marzo de 2021, publicado en el Registro Oficial Suplemento Nro. 415 de 22 de marzo de 2021, el Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, expidió el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), estableciendo como misión: *“Fomentar la inserción estratégica del Ecuador en el comercio mundial, a través del desarrollo productivo, la mejora de la competitividad integral, el desarrollo de las cadenas de valor y las inversiones”;*

Que, durante VIII Reunión del Comité Interinstitucional de Fomento del Comercio Justo en el Ecuador, de 23 de febrero de 2026, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones puso en conocimiento de los delegados de dicho comité el documento de la actualización de la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo”, cuya vigencia regirá para el período 2026-2035;

Que, mediante Informe Técnico s/n aprobado por el Subsecretario de Políticas de Comercio Exterior el 24 de julio de 2026, mediante el cual se justificó la necesidad de actualizar la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo”, se verificó el cumplimiento de las formalidades previstas para dicho proceso y se recomendó la emisión del correspondiente Acuerdo Ministerial para su aprobación y aplicación;

Que mediante Decreto Ejecutivo Nro. 141 de 16 de septiembre del 2025, el Presidente de la República del Ecuador, designó al señor Luis Alberto Jaramillo Granja, como Ministro de Producción, Comercio Exterior e Inversiones; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva; y, el Decreto Ejecutivo Nro. 141 de 16 de septiembre de 2025.

ACUERDA:

Artículo 1.- Establecer como Política de Estado la “Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2026-2035”, instrumento que es parte integrante del presente acuerdo que consta como Anexo 1.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA: Encárguese a la Dirección de Secretaría General realizar la gestión necesaria para su publicación en el Registro Oficial.

SEGUNDA: Encárguese a la Dirección de Comunicación Social la publicación del presente Acuerdo Ministerial en el sitio web institucional.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

ÚNICA.- Deróguese el Acuerdo Ministerial 003-2017 expedido el 19 de enero de 2017, así como, todos los actos administrativos de igual o menor jerarquía que se opongan a lo dispuesto en el presente instrumento.

El presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.

Dado en Quito, D.M., a los 31 día(s) del mes de Julio de dos mil veintiséis.

Documento firmado electrónicamente

SR. ING. LUIS ALBERTO JARAMILLO GRANJA
MINISTRO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
LUIS ALBERTO
JARAMILLO GRANJA

ESTRUCTURA DE ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO (EECJ) 2026-2035

TABLA DE CONTENIDO INTRODUCCIÓN

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO I: Marco Constitucional, Legal e Institucional del Comercio Justo en el Ecuador

- 1.1 Marco Político Constitucional
- 1.2 Marco Legal e Institucional

CAPÍTULO II: Comercio Justo, Fundamentos y Marco Conceptual

- 2.1 Definición de Comercio Justo
- 2.2 Breve sinopsis de la evolución del Comercio Justo
- 2.3 Los principios del Comercio Justo a nivel mundial
- 2.4 Implicaciones Teórico-Metodológicas del Comercio Justo en el Ecuador

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO III: Situación actual del Comercio Justo en el Ecuador

- 3.1 Algunas Cifras del Comercio Justo en el Ecuador
- 3.2 Caracterización de la problemática del Comercio Justo en el Ecuador
 - 3.2.1 Marco Legal e Institucional
 - 3.2.2 Comercialización y Mercado
 - 3.2.3 Producción
 - 3.2.4 Organización y Gestión
 - 3.2.5 Consumo

TERCERA PARTE

CAPÍTULO IV: Objetivos estructurales de la Estrategia, Ejes y Lineamientos de Política Pública

- 4.1 Objetivos Estructurales de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo
- 4.2 Ejes de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo
- 4.3 Lineamientos de Política por cada Eje

CAPÍTULO V: Estrategias de Implementación

- Eje 1: Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo
- Eje 2: Fomento, Promoción e Incentivo del Comercio Justo
- Eje 3: Mejoramiento de los Procesos de Producción, Comercialización y Apertura de Mercados para los productos y servicios del Comercio Justo
- Eje 4: Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de Comercio Justo, así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo

CAPÍTULO VI: Programas y Proyectos Emblemáticos Programas y Proyectos Emblemáticos por cada Eje

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Anexo 1: Detalles de la inclusión de las temáticas relacionadas con el Comercio Justo en el marco político y constitucional del país

Anexo 2: Lista de organizaciones e instituciones participantes en el proceso de construcción de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo

SIGLAS

AECJ	Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo
AME	Asociación de Municipalidades del Ecuador
ARCSA	La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
BNF	Banco Nacional 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
CONAGOPARE	Consorcio de Gobiernos Parroquiales del Ecuador
CONGOPE	Consorcio de Gobiernos Provinciales del Ecuador
COOTAD	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización
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 Nacional de Economía Popular y Solidaria
IMO	Institute for Marketecology Instituto de Ecomercado
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
LOEPS	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria
MAE	Ministerio de Ambiente y Energía
MAGP	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
MDH	Ministerio de Desarrollo Humano
MDT	Ministerio de Trabajo
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
MINEDEC	Ministerio de Educación, Deporte y Cultura
MIT	Ministerio de Infraestructura y Transporte
MPCEI	Ministerio Producción, Comercio Exterior e Inversiones
MREMH	Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana
ONGs	Organizaciones no Gubernamentales
PND	Plan Nacional de Desarrollo

PROECUADOR	Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones
SENAE	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
SNAP	Secretaría Nacional de Planificación
SENESCYT	Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
SEPS	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
SETEC	Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional
SRI	Servicio de Rentas Internas
WFTO (antes IFAT)	World Fair trade Organization Organización Mundial de Comercio Justo

INTRODUCCIÓN

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 trabajaron conjuntamente y en distintos espacios, en la configuración de la presente Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, la cual está orientada a la sensibilización, promoción, fomento, incentivo, regulación, control y rectoría del comercio justo en el país, y que constituye un camino programático de acción consensuada, que vincula la voluntad de múltiples actores e iniciativas, para asumir la corresponsabilidad de su implementación, a fin de posicionar, desarrollar, consolidar y fomentar el Comercio Justo en el Ecuador.

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

A partir del 2017, que la Estrategia fue declarada como política, ha constituido el principal instrumento estratégico y de seguimiento para el fomento del comercio justo en el Ecuador, permitiendo la elaboración de un plan de acción

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

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

Este documento consta de seis capítulos:

- El primer capítulo presenta el marco político y constitucional del comercio justo en el país y conceptualiza el tema desde nuevos paradigmas.
- El segundo capítulo presenta una breve aproximación de la evolución del movimiento de Comercio Justo a nivel mundial, sus principios y las implicaciones teóricas-metodológicas del Comercio Justo en el Ecuador
- El tercer capítulo presenta sintéticamente la situación del comercio justo en el Ecuador y caracteriza su problemática y a sus actores.
- El cuarto capítulo presenta los objetivos estructurales de la Estrategia, sus ejes de articulación y los lineamientos para la acción.
- El quinto capítulo detalla las estrategias de implementación por cada eje de intervención.
- El capítulo sexto presenta los programas y proyectos por cada eje.

CAPÍTULO I: MARCO CONSTITUCIONAL E INSTITUCIONAL DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR

El Ecuador impulsa una gestión pública orientada a la competitividad, el desarrollo productivo inclusivo y el fortalecimiento de las capacidades estatales y ciudadanas. Este proceso se enmarca en los cambios institucionales y en la actualización de los instrumentos nacionales de planificación, que buscan responder a los desafíos contemporáneos en materia económica, social, ambiental y comercial, promoviendo un modelo de desarrollo sostenible, equitativo y territorialmente equilibrado.

El proceso de desarrollo se sostiene en un conjunto de instrumentos de política pública que constituyen los pilares fundamentales del mismo:

- 1) La Constitución de la República del Ecuador (2008), que establece un marco normativo que propone la ruta estratégica para el cambio;
- 2) El Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador no se Detiene” 2025 – 2029, el cual constituye el principal instrumento orientador de las políticas públicas, programas, inversiones y acciones estratégicas del Estado, el mismo reconoce la importancia de fortalecer la producción asociativa, la economía popular y solidaria, el comercio ético y responsable, la generación de oportunidades para pequeños productores, y el impulso a cadenas de valor sostenibles, elementos todos que se vinculan directamente con el Comercio Justo. El mismo estructura la planificación nacional en torno a 5 grandes ejes: social; económico, productivo y empleo; ambiente, agua, energía y conectividad; institucional; y de riesgo.
- 3) Marco legal e institucional relacionado con el comercio justo, que permiten articular las políticas sectoriales, intersectoriales y territoriales; mejorar la eficiencia de la gestión pública; promover la participación ciudadana; e impulsar la coordinación entre niveles de gobierno, actores productivos y sociedad civil.

En este contexto, la estructura constitucional señala el qué debe lograr el país, mientras que el Plan Nacional de Desarrollo 2025 - 2029 señala el cómo hacerlo, en ese sentido, la Constitución de la República se enfoca en tres grandes ámbitos: la construcción del Régimen de Desarrollo, el fortalecimiento del sistema de derechos y garantías, las Relaciones Internacionales Soberanas y Marco Regulatorio, y, en consecuencia, la planificación nacional articula plenamente con los mandatos constitucionales relacionados con el sistema económico social y solidario, la sostenibilidad ambiental, la inclusión social, y la promoción de intercambios comerciales justos.

1.1 MARCO CONSTITUCIONAL

El tema del Comercio Justo está posicionado en la Constitución de la República en varios de sus articulados: en el mandato referido a la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible (Art 276); en las responsabilidades del Estado. (Art.281); en el establecimiento de un sistema económico que propenda a la relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza (Art.283); en los objetivos de la política económica (Art.284) y de la política comercial (Art.304); en la promoción de exportaciones ambientalmente responsables de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal (Art.306); y, especialmente en el Capítulo Sexto, Sección Quinta, que se refiere a los Intercambios Económicos y Comercio Justo (Art. 335 al 337 como se puede ver en el cuadro No. 3), en el fomento de un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad (Art. 416.12.)

El Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador no se Detiene” 2025 – 2029¹: incorpora lineamientos directamente vinculados al Comercio Justo en varios

¹ Ver Anexo 01, detalle del Plan de Desarrollo Nacional “Ecuador no se Detiene” 2025-2029, ejes estratégicos y propuestas

de sus ejes estratégicos y objetivos nacionales. En el Eje 1: Social, se destacan políticas orientadas a la inclusión económica, la reducción de desigualdades y el fortalecimiento de la seguridad alimentaria, que favorecen la participación de pequeños productores y comunidades vulnerables en condiciones justas. En el Eje 2: Económico, productivo y empleo, se promueven acciones para generar un empleo de calidad, sostenible, inclusivo y equitativo, además de acciones relacionadas con la gestión responsable de la biodiversidad y los recursos naturales, así como la transición hacia una producción ambientalmente sostenible, coherente con los principios del Comercio Justo. El Eje 3: Ambiente, Agua, Energía y Conectividad, se promueven acciones relacionadas con la gestión responsable de los recursos naturales, la sostenibilidad ambiental y la trazabilidad en la producción, elementos que fortalecen la competitividad de los actores de Comercio Justo. Por su parte, el Eje 4: Institucional, se establecen compromisos de transparencia, participación ciudadana y cooperación internacional, coherentes con los principios, tratados y acuerdos internacionales en materia de Comercio Justo y desarrollo sostenible. Finalmente, el Eje 5: Riesgos, contempla medidas de resiliencia y protección frente a amenazas naturales y socioeconómicas, que inciden en la estabilidad de los sistemas productivos y comerciales.

1.2 MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

Las leyes secundarias que se relacionan con el Comercio Justo son la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, la Ley Orgánica de Defensa y Desarrollo de la Economía Familiar Campesina, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en su definición (Art.1) ampara a los emprendimientos de Comercio Justo como formas de organización basadas en “relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad”; reconoce al Comercio Justo como uno de sus Principios (Art.4), y lo coloca también entre las Medidas de Promoción (Art.137), pero además, está implícito en los temas de competencia desleal (Art.11), de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Art.133), en el tema tributario (Art.139) y en el de Incentivos por responsabilidad ambiental (Art. 141).

La Ley Orgánica de Defensa y Desarrollo de la Economía Familiar Campesina, hace referencia a la comercialización adecuada (Art. 21), en donde menciona “El ente rector de agricultura en coordinación con el ente rector de la producción, comercio exterior, inversiones y pesca y los gobiernos autónomos descentralizados, impulsarán planes, programas, proyectos y acciones específicas para establecer incentivos para la comercialización, implementación de procesos de agregación de valor a los productos de la economía familiar campesina, a través de políticas que se orienten...”.

En el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Comercio Justo está referido en el Ámbito de la Ley (Art.1): “desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y

el intercambio comercial, el consumo”; en los Fines (Art.4,s): “impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente”; en el Rol del Estado para la transformación productiva (Art.5,e): “implementación de una política comercial... para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo”; y, finalmente (Art.22): en las medidas específicas para el desarrollo productivo de la economía popular y solidaria. En el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD) los aspectos relacionados con el Comercio Justo hacen relación a la obligación de los gobiernos autónomos descentralizados de fomentar la economía popular y solidaria y los encadenamientos productivos y comerciales, estableciendo una concordancia entre el artículo 133 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria con los artículos 3 y 4 del COOTAD, señalando que “los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley, incluirán en su planificación y presupuestos anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, e impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros. Los Gobiernos Autónomos en el ámbito de sus competencias, determinarán los espacios públicos para el desarrollo de las actividades económicas de las personas y las organizaciones amparadas por esta Ley.

CAPÍTULO II: COMERCIO JUSTO, FUNDAMENTOS Y MARCO CONCEPTUAL

2.1 DEFINICIÓN DE COMERCIO JUSTO

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

- a) Como todo cambio en relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo con el propósito de lograr justicia y equidad en el comercio, esto mediante la incorporación de principios y valores éticos que abarquen aspectos humanos, económicos, sociales y ecológicos; pero que al mismo tiempo ayude a construir nuevas relaciones humanas, sociales y geopolíticas.
- b) En una segunda dimensión, el Comercio Justo será la creación y ampliación de mercados para productos y servicios que se derivan de prácticas y relaciones de Comercio Justo.

2.2 BREVE SINOPSIS DE LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO JUSTO

Las primeras iniciativas que se aproximan a la idea de Comercio Justo son las actividades posteriores a la segunda guerra mundial, en las comunidades religiosas americanas a través de organizaciones como Ten Thousand Villages

y Sales Exchanges for Refugee Rehabilitation Vocation, que importaron a EEUU productos artesanales producidos por poblaciones instaladas en los campos de refugiados (Allemand et Soubelet, 2008) y cuyo objetivo era generar empleo y mejorar los ingresos en las regiones apoyadas. Así nació la idea revolucionaria de aproximar la solidaridad al comercio, configurando la noción de un comercio solidario.

En 1957, en Holanda, aparece la primera tienda especializada en la importación de productos provenientes de países “en vías de desarrollo”, puesto que la comercialización se realizaba a través de iglesias y redes de voluntariado. En 1960 el discurso sobre el Comercio Justo se radicaliza, pasando a considerarse como una alternativa al comercio convencional y negándose a ser catalogado como una ayuda a los países pobres. En 1964, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (CNUCED, 2009) se lanza el slogan “trade, not aid” (COMERCIO NO AYUDA, Díaz, 2006; Allemand et Soubelet, 2008).

Durante los años 60’s la comercialización de productos de Comercio Justo se realiza en centrales de ventas y tiendas especializadas en productos provenientes del Sur, administradas exclusivamente por voluntarios y con precios establecidos por los productores, considerando tanto costos de producción como el costo social (necesidades familiares, costo ambiental, etc.). Debido a que la idea de ayuda estaba ligada a la moral y no a la parte comercial, este tipo de tiendas no progresaron, pues solamente eran frecuentadas por consumidores ya convencidos por el Comercio Justo.

A partir de los años 80’s las prácticas de Comercio Justo se diversifican y extienden dada la aparición de los sellos de Comercio Justo y gracias a la sensibilización de una mayor parte de consumidores (Johnson, 2003). Un interesante ejemplo fue el de una cooperativa de café de Chiapas- México que tuvo la idea de crear un sello para comercializar sus productos en los lugares habituales de compras de sus clientes, esta idea se concretizó con Nico Roozen de la Asociación Solidaridad y el sacerdote holandés Frans van der Hoff. En 1988 se crea en los Países Bajos el sello Max Havelaar, con este sello cambia radicalmente la lógica de Comercio Justo y comienza a ser parte de las estructuras clásicas del comercio convencional (importador y distribuidores no especializados en Comercio Justo).

Durante los años 90’s el movimiento de Comercio Justo se estructura. Nace IFAT (International Federation Alternative Trade) que más tarde se denominará WFTO (World Fair Trade Organization) movimiento que empezó a aglutinar organizaciones productoras y consumidoras de todo el mundo con el objetivo de incidir en el cambio de las reglas del comercio. De igual forma, estableció y desarrolló un sistema de certificación de organizaciones de comercio justo. En 1997 nació FLO Internacional (Fairtrade Labelling Organizations), organización que reagrupa a diferentes iniciativas de sellos del mundo como Max Havelaar, Transfair (Alemania, Austria, Japón e Italia) y Fairtrade (Irlanda y Reino Unido). De igual forma se estandarizan los criterios de registro de productores y de importadores de Comercio Justo (Díaz, 2006;

Como se puede apreciar, en sus inicios el Comercio Justo estuvo ligado a un sistema de solidaridad entre los países del norte y los pequeños productores del Sur (Bucolo, 1999), actualmente las estrategias de Comercio Justo buscan consolidar y fortificar este tipo de comercio en los países que lo acogen (IICA, 2007). El Comercio Justo ha crecido y ha tomado mayor importancia en los últimos años. En Europa a más de las tiendas de Comercio Justo, se conformaron redes de incidencia política, importadoras solidarias y aparecieron numerosos debates sobre los criterios, la filosofía, y las estrategias de desarrollo del Comercio Justo (Coutrot, 2007). En África, Asia y América latina, de igual manera se desarrollaron redes regionales de incidencia política y un cambio de mentalidad hacia la comercialización más especializada con productos innovadores y de calidad. En Latinoamérica en cambio, se da mayor relevancia a la economía solidaria y a desafíos como la asociatividad, las sinergias, la soberanía alimentaria, los servicios, el consumo responsable, la calidez y relaciones de justicia en toda la cadena.

En el caso ecuatoriano, 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 con la misión de 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, agroexportadora de cacao y el turismo comunitario, con criterios de Comercio Justo² y 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 y Corporación de Ferias de Loja. 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. En 1996 nace la CLA (Coordinadora Latinoamericana), en aquel entonces agrupaba a organizaciones de caficultores y productores de miel de abeja (PAUAL Pequeños Apicultores Unidos de América Latina). Posteriormente en el 2004 nace la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y trabajadores de Comercio Justo) quién a su vez motiva la conformación de Coordinadoras Nacionales de comercio justo. Todas las organizaciones antes mencionadas tienen la particularidad de estar certificadas como organizaciones de Comercio justo por la Organización Mundial de Comercio

Justo (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 pública y fomento del comercio con justicia.

En el 2003 nació la coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo CECJ, logrando consolidarse legalmente en el MAG (Actualmente MAGP) como la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador en el 2010. Está conformada con más de 50 organizaciones de primer y segundo grado con certificaciones de comercio justo (Fairtrade, SPP), aunque no todas han legalizado su pertinencia. Las organizaciones se dedican a la producción de: café, cacao, banano, panela granulada, quínoa, plantas medicinales y aromáticas, en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Guayas, El Oro, Loja, Zamora Chinchipe, Chimborazo, Bolívar, Cotopaxi, Pichincha, Napo, con más de 6000 familias involucradas directamente.

Con el fin de visibilizar a los pequeños productores y tener el apoyo de las autoridades locales, el Sistema de Comercio Justo a nivel mundial apoya las campañas de ciudades y pueblos por el comercio justo, así como las universidades por el comercio justo. En América Latina el apoyo se fortalece en el 2015, por iniciativa de La Coordinadora Latinoamericana de América Latina y el Caribe (CLAC), Word Fair Trade Organization, (WFTO); en el año 2016 la campaña se fortalece en el Ecuador obteniendo Quito la Certificación Ciudad por el Comercio Justo, Quito siendo la primera Capital Latinoamericana en obtener este reconocimiento, luego se suman Portoviejo y Riobamba a formar parte de esta campaña nacional.

En el año 2025 se aprueba la Ordenanza N° 092-2025 que regula el comercio justo en el Distrito Metropolitano de Quito, promovida por los actores de comercio justo y miembros del Comité “Quito Ciudad Por El Comercio Justo”, la misma tiene por objeto fomentar la práctica activa del Comercio Justo y el Consumo Responsable en el ámbito urbano y rural como una alternativa al desarrollo social, económico, ambiental local, promoviendo una relación directa, justa y equitativa entre productores, productoras, consumidores y consumidoras, hasta alcanzar un sello metropolitano de Comercio Justo y Consumo Responsable.

En conclusión, 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 una fuente importante en el desarrollo económico e integral del Ecuador.

2.3 LOS PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL MUNDIAL

A nivel mundial las organizaciones de Comercio Justo³, han desarrollado y establecido varios mecanismos de evaluación para asegurar la práctica de los Principios del Comercio Justo en toda la cadena productiva comercial. Estos principios, que en el Ecuador también han sido adoptados, son:

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. Su objetivo es crear oportunidades para productores y productoras que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.
2. **Transparencia y rendición de cuentas:** El Comercio Justo requiere una gestión transparente de las organizaciones y de sus relaciones comerciales. Las organizaciones de Comercio Justo fomentan la participación de sus empleados y empleadas, miembros o personas productoras a través de procesos colectivos de toma de decisiones y/o negociaciones formales e informales.
3. **Relaciones comerciales justas:** Las Organizaciones de Comercio Justo, comercian teniendo en cuenta el bienestar social, económico y ambiental de los productores y las productoras marginados y no maximizan sus ganancias a costa de ellos. Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuye a la promoción y al crecimiento del Comercio Justo. Se realizan pagos por adelantado en las fases de pre-cosecha y pre-producción.
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 solamente cubre costos de producción, sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Ofrece un pago justo a los productores y a las productoras y toma en consideración el principio de igual remuneración para igual trabajo tanto de mujeres como de hombres. Quienes comercian justamente aseguran un pago puntual a sus socios y socias, y en lo posible, apoyan a los productores y productoras a obtener acceso a financiación para las fases previas al cultivo y la cosecha. Las organizaciones de Comercio Justo ofrecen capacitación a sus productoras y productores para establecer un precio justo a sus productos.
5. **Respeto de las normas de trabajo infantil y a la no explotación laboral:** Las organizaciones de Comercio Justo respetan la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño, así como las leyes locales y del país respecto al trabajo infantil. También aseguran que no hay explotación laboral durante los procesos de producción. Las organizaciones de Comercio Justo controlan que si existe participación de niños y niñas en los procesos de producción de artículos ésta no afecte adversamente ni a su bienestar ni a su seguridad y no interfiera en su educación.

6. **Compromiso con la equidad de género, la no discriminación y la libertad de asociación:** Las organizaciones de Comercio Justo no discriminan en los procesos de contratación, remuneración, acceso a formación, promoción, y finalización o jubilación por raza, casta, estrato socio-económico, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, pertenencia a organizaciones, afiliación política, edad, estado legal o VIH/SIDA. Las organizaciones de Comercio Justo respetan y promueven el derecho de sus trabajadores a asociarse en sindicatos o en cualquier otra forma de asociación y la negociación colectiva. Comercio Justo significa que se valora y recompensa debidamente el trabajo de la mujer. Las organizaciones de Comercio Justo ofrecen oportunidades de desarrollo a las mujeres y toman en cuenta sus necesidades a nivel social, de salud y seguridad cuando están embarazadas o en periodos de lactancia.
7. **Condiciones de trabajo y prácticas saludables:** Mediante el Comercio Justo se promocionan 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 de las trabajadoras. Las organizaciones de Comercio Justo cumplen con las leyes locales y del país, así como con las convenciones de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) al respecto.
8. **Desarrollo de Capacidades:** El Comercio Justo persigue maximizar el impacto en el desarrollo de las familias productoras. Tanto las organizaciones productoras como las organizaciones importadoras participan en el proceso de desarrollo de conocimientos y capacidades de los productores y productoras, y de toda la cadena de Comercio Justo.
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 en qué condiciones son fabricados respetando siempre los códigos éticos de publicidad y marketing.
10. **Respeto por el Medio Ambiente:** El Comercio Justo promueve activamente mejores prácticas ambientales y la aplicación de métodos de producción responsables. Estas prácticas contemplan el uso de materias primas sostenibles, la gestión de los residuos, la agricultura ecológica, el uso sostenible de embalajes, etc.
11. **Respeto y difusión de la identidad cultural** (como nuevo principio): El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y los conocimientos tradicionales de las familias productoras como queda reflejado en sus diseños de artesanía y en los productos alimentarios. Esta identidad cultural incluye la tecnología, los materiales y el diseño utilizados en el proceso de producción y, desde una perspectiva dinámica, ha de ser protegida, divulgada y desarrollada.

2.4 IMPLICACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR

En el Ecuador debido a la gran diversidad de actores que desde los años 70 han desarrollado estrategias concretas de comercialización local e internacional con el enfoque del comercio justo, ha tenido lugar un proceso de evolución conceptual y metodológica del tema orientándose hacia un enfoque estructural de transformación de las relaciones sociales y económicas de desigualdad mediante la incorporación de principios, valores y prácticas de Comercio Justo, que se proyectan no solo a los actores de los distintos eslabones de las cadenas de valor vinculadas al comercio justo, sino especialmente en la construcción de relaciones justas y equitativas en la economía, la sociedad y el mercado en general. Más aún, en el marco constitucional se habla de un nuevo modelo de desarrollo, en el cual el Comercio Justo constituye un puntal importante para la construcción del sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible que manda la constitución (Art. 276) y es una estrategia clave para el desarrollo y fortalecimiento de los ecuatorianos y ecuatorianas.

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

☉ **El Comercio Justo, mucho más que sellos y certificaciones**

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, existen iniciativas de producción que cumplen los criterios de comercio justo y que han optado por no certificarse. En esta Estrategia se entiende al Comercio Justo en dos dimensiones:

- 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 que al mismo tiempo construyen nuevas relaciones humanas, sociales y geopolíticas.
- 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**

Entendemos al Comercio Justo como un puntal de la Economía Social y Solidaria, puesto que la economía de solidaridad es un nuevo enfoque conceptual, al nivel de la teoría económica, referido a las formas económicas cooperativas, 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, el trabajo se antepone y tiene primacía por sobre el capital, puesto que se trata de una “economía para la vida” que surgió como una respuesta históricamente construida por los y las socialmente excluidos y desfavorecidos, quienes mediante su organización y articulación con enfoque de inclusión, identidad cultural, y territorial, han dado lugar a emprendimientos sociales y solidarios

que van desde lo local (comunidad, parroquia, cantón) hasta lo nacional, regional y global⁴.

En el modelo o circuito de la economía solidaria⁵ se juntan diversas expresiones y prácticas de producción asociativa y orgánica, comercio justo y solidario y, comercialización comunitaria, consumo responsable, finanzas solidarias, educación solidaria, innovación, tecnologías, generación y promoción de saberes y servicios que privilegian la persona, como por ejemplo el turismo alternativo, la salud comunitaria o la vivienda alternativa, etc.

Todas estas iniciativas están interrelacionadas y sustentadas en valores y principios como la solidaridad, la unión, la organización, la equidad, el trabajo, la soberanía, la inclusión y la sostenibilidad, cuyo centro o razón de ser es la persona, la familia y la comunidad en armonía con el ambiente, incluye la espiritualidad y las características de la solidaridad o Factor C⁶. Alrededor de este circuito interrelacionado, las prácticas de economía solidaria antes mencionadas se relacionan también con el Estado y los gobiernos locales, los organismos internacionales y regionales, la cooperación internacional y el mercado. El gran desafío es que todos estos actores y sectores estén coordinados y generando movimiento sinérgico que impulsen el crecimiento y desarrollo del país.

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

El Comercio Justo surge históricamente para posicionar mejor a los pobres y excluidos de la sociedad y del mercado, pero representa una propuesta económica y política para la sociedad en su conjunto. El Comercio Justo constituye una vía estructural para la eliminación de la pobreza y la construcción de la equidad, puesto que se enfoca en la transformación de las relaciones productivas y comerciales, que son relaciones de poder entre ricos/pobres, centro/periferia, norte/sur, ciudad/campo, hombres/mujeres, culturas dominantes/culturas dominadas.

El Comercio Justo constituye un mecanismo estratégico que permite enfrentar las diferentes dimensiones de la desigualdad social y posicionar mejor a los que están en desventaja, fomenta la equidad de género, inter-generacional, étnico-cultural y territorial; transparenta las relaciones de producción y comercialización, genera trabajo digno y estable, fortalece la inserción competitiva de pequeños productores en mercados nacionales e internacionales, mejora el ingreso de productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, buscando la redistribución justa y

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

5 TAPIA, Rubén. Escuela Economía Solidaria: un nuevo modelo de desarrollo integral para la sociedad. Quito. 2012

6 RAZETO, Luis. Universidad Bolivariana. Lecciones de Economía Solidaria. Realidad, Teoría y Proyecto. Escuela Virtual. Santiago de Chile. 2006.

equitativa de los excedentes a lo largo de la cadena de valor y construyendo, al mismo tiempo, nuevas relaciones y prácticas sociales basadas en la justicia, la equidad y el respeto a la naturaleza.

☉ **El Comercio Justo, una estrategia para el desarrollo 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. Al nacer de una base territorial común, estas iniciativas nacen de la valorización de prácticas y saberes culturales compartidos, surgen de identidades sociales y geográficas, así como también de pisos climáticos que les dan particularidades organolépticas a sus productos (sabor, color, aroma, etc.), impregnándoles de un importante valor intangible que constituye el origen y la trazabilidad de sus productos.

El Comercio Justo no sólo que contribuye a la identidad territorial de los productos y servicios, sino que favorece un desarrollo equilibrado e integrado del territorio, en la medida que se enfoca en los sujetos social y económicamente desfavorecidos vinculándoles a iniciativas y emprendimientos que cada vez se articulan en espacios territoriales mayores, mejorando no sólo su ingreso económico, su calidad de vida, sino también su posicionamiento social y político.

Por otro lado, el enfoque territorial del Comercio Justo contribuye a crear sinergias entre actores territoriales con diferentes roles, pero con similares propósitos (producción orgánica, comercio justo, consumo responsable, finanzas solidarias, etc.), facilitando procesos de integración multi-actores para una adecuada coordinación con los distintos niveles del gobierno (central, autónomos descentralizados) y con la sociedad civil.

El Comercio Justo permite superar la visión comercial norte – sur con la que nació y ampliar la perspectiva desde las relaciones comerciales sur – sur, enfocándose en iniciativas regionales a fin de que mejoren su incidencia en la correlación de fuerzas de los mercados locales y regionales.

☉ **El Comercio Justo promueve la equidad económica y de género**

Las y los productores por muchos años han sido explotados vulnerando de esta manera sus derechos económicos, sociales y culturales, y, entre los productores, las mujeres han sido las que en mayor medida han sufrido la discriminación, el pago desigual por su condición de género y la exclusión de los procesos de decisión. El Comercio Justo promueve el cierre de las brechas económicas y de las desigualdades sociales, ha favorecido la integración de las mujeres en iguales condiciones que los hombres, y ha facilitado sus procesos de empoderamiento, de tal manera que las mujeres son un sujeto social clave de los emprendimientos de Comercio Justo y de las directivas de las redes y circuitos locales, nacionales y regionales.

◎ **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 benefician en adecuada proporción a los pequeños productores y productoras. El Comercio Justo pretende desterrar las prácticas productivas y comerciales injustas, su punto de partida es una nueva visión de las relaciones económicas y comerciales, basada en la comprensión de que las relaciones de producción y mercado son relaciones sociales y políticas, entre actores concretos, cuya relación comercial debe basarse en términos de intercambio justos y equitativos.

En este sentido, el Comercio Justo constituye una herramienta estructural para cambiar la correlación de fuerzas en este campo de disputa política que constituye el comercio internacional y nacional, y se orienta a la transformación de su reglas de juego, que consolidan la pobreza y la desigualdad: El Comercio Justo fomenta la justicia y la equidad entre los sujetos sociales y políticos vinculados en las relaciones comerciales, y promueve una mayor justicia en el comercio mundial, regional, nacional y local.

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

El Comercio Justo contribuye de manera directa a los objetivos actuales de la política de desarrollo productivo y de comercio exterior del Ecuador, orientados a la diversificación productiva, la generación de valor agregado, la competitividad inclusiva y la inserción estratégica del país en los mercados internacionales, conforme a lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador No Se Detiene 2025–2029”⁷.

En este marco, el Comercio Justo promueve esquemas sostenibles de generación, distribución y redistribución de la riqueza, fortalece la resiliencia del aparato productivo nacional, contribuye a la reducción de brechas territoriales, y fomenta la inclusión económica de actores históricamente excluidos del desarrollo de mercado, en particular de la economía popular y solidaria, asociaciones de pequeños productores, organizaciones comunitarias y MIPYMES.

Asimismo, los principios, actores y relaciones del Comercio Justo se articulan con los ejes actuales de la política productiva y comercial del país, especialmente aquellos orientados al fomento de exportaciones con valor agregado, la diversificación de la oferta exportable y la ampliación de destinos internacionales, priorizando productos nuevos o diferenciados provenientes de actores nuevos, particularmente de la economía popular y solidaria, así como bienes y servicios con mayor contenido de valor agregado, tales como alimentos frescos y procesados, confecciones, calzado y turismo sostenible.

⁷

Ver Anexo 01, detalle del Plan de Desarrollo Nacional “Ecuador no se Detiene” 2025-2029, ejes estratégicos y propuestas

☉ **El Comercio Justo contribuye a la sustentabilidad**

El Comercio Justo contribuye a la sustentabilidad económica, social, ambiental, política y cultural de la comunidad. En el ámbito de la sustentabilidad económica el Comercio Justo propende a que los actores del Comercio Justo puedan trabajar en cadenas de valor donde la asociatividad brinda posibilidades de autosostenerse, dejando de lado visiones asistencialistas generadoras de dependencia. Propende a relaciones de justicia en los productos y servicios y una remuneración digna para el trabajo, así mismo a un excedente que permita capitalizar el emprendimiento, aportar a la vida comunitaria o redistribuir excedentes entre los y las socias.

En el ámbito de la sustentabilidad social, se promueve a la construcción de la equidad social (clase, género, étnico-cultural, inter-generacional, centro-periferia, norte-sur, etc.) y la participación activa de los actores el Comercio Justo en los procesos productivos y comerciales, con transparencia y rendición de cuentas, favoreciendo su protagonismo en la toma de decisiones.

En el ámbito de la sustentabilidad ambiental el Comercio Justo promueve prácticas, métodos y tecnologías ambientalmente responsables en todo el proceso de producción, comercialización y también un consumo responsable con el ambiente.

En el ámbito político el Comercio Justo contribuye a la inclusión de los actores sociales tradicionalmente excluidos y desfavorecidos, así como también a la profundización de la democracia y a la construcción de ciudadanía.

En el ámbito cultural el Comercio Justo contribuye a la construcción de identidad e interculturalidad y promueve la revalorización de los conocimientos ancestrales.

☉ **El Comercio Justo va de la mano con Soberanía Alimentaria**

Dado que la Soberanía Alimentaria es el derecho de los pueblos a controlar sus políticas agrícolas y alimentarias; el derecho a decidir qué cultivar, qué comer y cómo comercializar; a producir localmente respetando el territorio y evitando la dependencia de las importaciones de alimentos; a tener el control de los recursos naturales: el agua, las semillas, la tierra...⁸, el Comercio Justo es un concepto estrechamente unido a éste puesto que sus encadenamientos productivos deberán promover y fortalecer la Soberanía Alimentaria, en igual forma los esfuerzos por articular la producción local/nacional, su distribución, comercialización y consumo. En tal sentido, la consecución de la Soberanía Alimentaria y de un Comercio Justo sólo será posible con el trabajo conjunto de organizaciones de base campesinas, las organizaciones y empresas de Comercio Justo, que con el apoyo del Estado apuesten por un modelo justo, sostenible y soberano de agricultura, de comercio y de consumo.

☉ **El Comercio Justo implica el fomento de un consumo responsable**

8 Vivas, Esther. "¿Adónde va el comercio justo?". Icaria, 2006.

Históricamente el Comercio Justo nace desde los y las consumidoras y consumidores europeos y de su compromiso de articulación directa con productores y productoras de los países del sur, con un precio justo que les permita mejorar su calidad de vida, superando las injustas reglas del comercio internacional y con prácticas productivas amigables con el ambiente, por lo cual una de sus características es la conexión entre productores y productoras con los consumidores, motivados por las prácticas del consumo responsable con el ambiente y solidario con los grupos social y económicamente excluidos y desfavorecidos.

El Comercio Justo implica un trabajo importante con consumidoras y consumidores hacia un consumo consciente y responsable, lo que implica transformaciones en las prácticas y hábitos culturales de consumo, y requiere de procesos de cooperación entre productores y consumidores, extendiendo la conciencia de la responsabilidad ambiental y de los límites biofísicos de la naturaleza, pautando un cambio en el estilo de vida y la ruptura con el consumismo.

☉ **El Comercio Justo implica una visión de cadena de valor**

El Comercio Justo no sólo 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, en ese sentido, el Comercio Justo implica solidaridad entre actores de un mismo eslabón de la cadena, pero también entre eslabones de la cadena. En la medida en que cada eslabón cumpla un rol diferenciado este debe ser adecuadamente valorado y armonizado para que la cadena en su conjunto pueda ser competitiva y genere excedentes que se puedan redistribuir equitativamente entre los diferentes actores que intervienen en los distintos eslabones.

☉ **El Comercio Justo requiere de asociatividad y organización**

El único camino a través del cual los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, han podido acceder al mercado en condiciones más justas y equitativas ha sido la organización, por ello hay una relación directa entre Comercio Justo y organización social. La organización ha permitido a los productores y productoras, artesanos y artesanas, acceder a recursos productivos (tierra, agua, equipamiento, crédito, tecnología, etc.), capacitación y asistencia técnica, y especialmente lograr economías de escala para acceder a insumos y mercados, pero fundamentalmente 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.

El Comercio Justo requiere de una organización cuya base sea la confianza y la transparencia, tanto entre socias y socios de una misma organización como

entre organizaciones que pertenecen a un mismo eslabón de la cadena productiva y comercial, pero también entre actores de los distintos eslabones de la cadena de valor, a fin de asegurar los niveles de especialización y las complementariedades necesarias que hagan sostenible la presencia en el mercado de los productos y servicios del Comercio Justo.

De los niveles de asociatividad y organización dependerá el éxito de la gestión de los emprendimientos de Comercio Justo, han sido las redes, consorcios, empresas asociativas las que les ha permitido superar paulatinamente los desafíos de eficiencia y solidaridad en la producción, distribución y comercialización de productos y servicios del Comercio Justo.

☉ **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 transformación productiva del país, en ese sentido, el Comercio Justo puede contribuir a una orientación nacional y regional que logre no sólo 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 mercados⁹.

El Comercio Justo debe tomar en cuenta los distintos niveles territoriales en una estrategia de ampliación del impacto, que diseñe mecanismos, de un lado, para extender las relaciones y prácticas basadas en principios y valores de Comercio Justo, y de otro lado, para lograr la inserción de los productos del Comercio Justo en los mercados locales, regionales, e internacionales, en condiciones de mayor justicia y equidad. El mercado no es la meta del desarrollo sino un instrumento para mejorar ingresos y es el espacio en donde se debe demostrar que, con prácticas de justicia y solidaridad también es posible ser eficientes.

☉ **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. Requerirá de un esfuerzo sostenido de varias generaciones que fomenten la investigación, sistematización, desarrollo de capacidades, innovación, tecnologías apropiadas, nuevos liderazgos sociales militantes y especializados en la economía social y solidaria.

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

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

El Comercio Justo implica cambios profundos en las relaciones y prácticas de producción, distribución, comercialización y consumo, por tanto sus procesos, productos y servicios requieren contar con mecanismos que reconozcan su origen justo y equitativo, así como el cumplimiento de los principios y valores en toda la cadena, a tal punto que puedan diferenciarse de otros productos y servicios que vienen de prácticas y relaciones convencionales, lo cual, en el caso del país, plantea el desafío de encontrar mecanismos adecuados, incluyentes y formales que garanticen el fomento de organizaciones eficientes y solidarias, el desarrollo productivo, el reconocimiento y diferenciación de los productos y servicios del Comercio Justo, así como también el seguimiento y control de los procesos, productos y servicios de calidad.

☉ El Comercio Justo reconoce actores diversos

El Comercio Justo en el Ecuador agrupa a un conjunto diversos de actores, unos certificados por las organizaciones internacionales 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. 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 y medianos productores, 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.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO III: SITUACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR

3.1 ALGUNAS CIFRAS DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR¹⁰

Actualmente no se cuenta con información centralizada sobre las dinámicas económicas del Comercio Justo en el Ecuador. En lo que se refiere al mercado externo, el Instituto de Promoción del Ecuador, PRO ECUADOR ha desarrollado una metodología para contar con datos estimados que permitan visibilizar las exportaciones del sector.

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

- Empresas certificadas en Comercio Justo en el Ecuador**

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

Tabla 1. Cantidad de empresas certificadas en Comercio Justo por tipo de organización y tipo de certificación 2025

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

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

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

• **Evolución de las exportaciones de comercio justo 2021-2025**

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

Gráfico 1. Evolución de las exportaciones de Comercio Justo 2021-2025



Fuente: SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENA, Pro Ecuador 2025
Gráfico elaborado por: Viceministerio de Comercio Exterior, 2025.

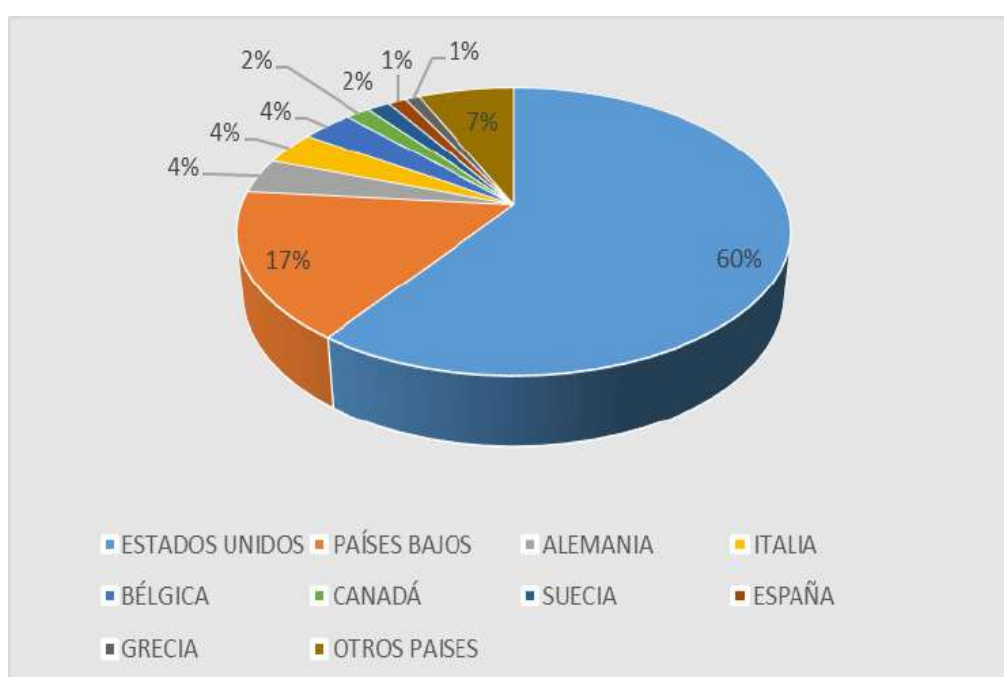
Nota aclaratoria:

Es importante señalar que las cifras registradas en 2022 presentan un crecimiento atípico en comparación con los demás años analizados. Este comportamiento puede deberse a errores en el registro de la información.

- **Exportaciones de Comercio Justo 2021-2025 por país de destino**

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

Gráfico 2. Exportaciones de Comercio Justo 2021-2025 por país de destino



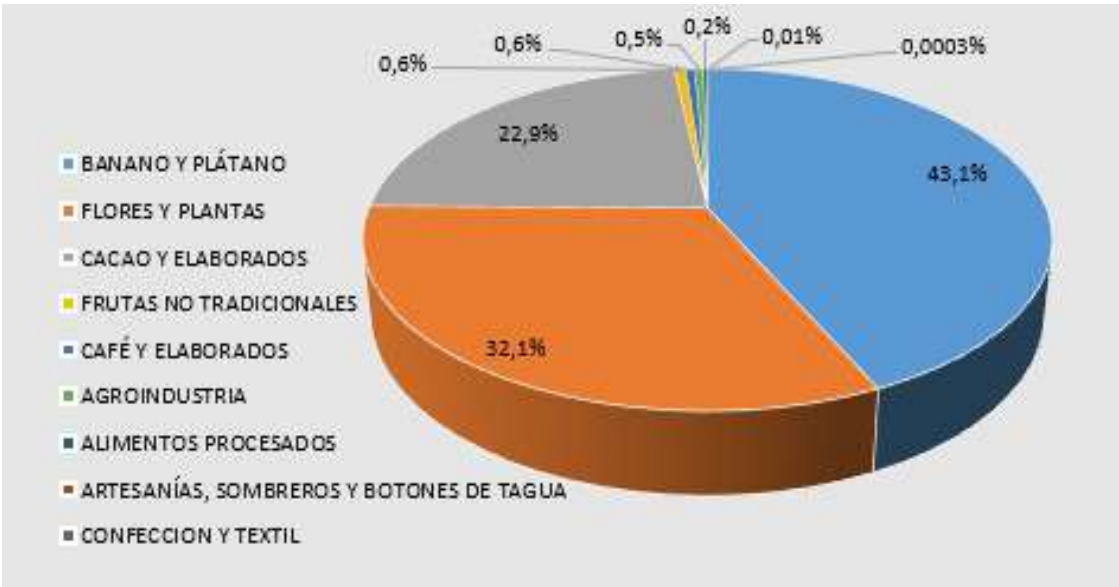
Fuente: SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENAE, Pro Ecuador, 2025

Elaborado por: Viceministerio de Comercio Exterior, 2025

- **Exportaciones de comercio justo 2021-2025 por sector exportador**

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

Gráfico 3. Exportaciones de Comercio Justo por sector exportador 2025



Fuente: SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, SENAE, Pro Ecuador, 2025

Elaborado por: Viceministerio de Comercio Exterior, 2025

3.2 CARACTERIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR

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

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

3.2.1 Marco legal e institucional

Si bien la Constitución de la República posiciona el Comercio Justo a lo largo de importantes articulados y dedica la sección quinta del capítulo sexto a los “Intercambios Económicos y Comercio Justo”, por su parte la LOEPS coloca al Comercio Justo entre sus principios y el Código Orgánico de la Producción lo sitúa entre sus fines, es necesario fortalecer el marco institucional. Es importante enfatizar que el Comercio Justo no es un tema menor, puesto que se trata de una propuesta estructural para el cambio de las relaciones económicas internacionales, pero también y especialmente, para la construcción del sistema económico social y solidario, para el desarrollo endógeno y para el cambio de la matriz productiva del país.

Como se ha visto en los primeros capítulos de esta Estrategia, existen numerosas instituciones del Estado que, de una y otra manera, se conectan con la temática del Comercio Justo, pero dada la inexistencia de un marco normativo específico y de un marco competencial claro para el Comercio Justo, la práctica cotidiana de las instituciones del Estado relacionadas con el Comercio Justo está regida por indefinición competencial, dispersión institucional, abordaje del tema de manera declarativa y coyuntural, débil articulación y coordinación inter-institucional, lo que conlleva a un débil posicionamiento del tema en las Estrategias nacionales y de los organismos de integración regional, y como consecuencia de ello, a una escasa incidencia en el comercio convencional.

Dado que el Comercio Justo constituye una herramienta estructural para la erradicación de la pobreza, para la construcción de la equidad social y territorial, para el cambio de las reglas del comercio internacional, se requiere contar con instrumentos legales específicos y con un marco institucional claramente definido, que potencie su dimensión político económica transformadora, y lo institucionalice.

3.2.2 Comercialización y mercado

La primera gran dificultad percibida por los actores en este ámbito es el débil posicionamiento del Comercio Justo dentro del sistema comercial convencional, tanto a nivel del país, de la subregión, de la región y del mundo, así como de la posibilidad de incidir en las negociaciones internacionales del comercio para provocar nuevas relaciones comerciales que integren a los sectores más vulnerables de la economía, con productos de alta calidad.

No se cuenta con una oferta exportable suficiente y diversificada, las organizaciones de pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, 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. Se encuentran 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).

Las empresas de Comercio Justo, especialmente las dedicadas a la floricultura, enfatizan en las necesidades de investigación, exploración e información de mercados, y en lo limitado del mercado de Comercio Justo, puesto que no crece, cuenta con pocos compradores, mientras que las empresas hacen importantes inversiones y esfuerzos financieros para cumplir con los compromisos adquiridos y con los estándares del Comercio Justo, la respuesta del mercado es menor de la esperada, lo cual hace que cada vez, la relación beneficio/costo sea menos interesante y atractiva, lo que desestimula y pone en riesgo las actividades del Comercio Justo. Los organismos no gubernamentales de Comercio Justo señalan también las grandes dificultades para acceder al mercado nacional, regional e internacional.

Tanto las organizaciones de productores y productoras como las empresas de Comercio Justo enfatizan en el limitado acceso a capital de trabajo para comercialización y a las grandes dificultades financieras que encuentran para cubrir costos y pagar certificaciones, enfatizando en que las actividades del Comercio Justo deberían contar con una política especial de incentivos financieros y con líneas de crédito específicas que permitan el desarrollo de sus campos de actividad.

Hace falta un fuerte trabajo de promoción de los productos del Comercio Justo, la temática del Comercio Justo es en general desconocida por la sociedad en su conjunto, hace falta sensibilizar, difundir y visibilizar las propuestas del Comercio Justo, por lo que se requieren de procesos sostenidos de difusión y promoción de los principios y valores, de los procesos y de los productos de Comercio Justo en el mercado interno y externo, y esto no es posible desde pequeñas iniciativas de las organizaciones de productores y productoras y de las empresas de Comercio Justo, sino que demandan de una intervención estatal sostenida en el tiempo y de alcance territorial nacional y regional. Así mismo se requiere de políticas públicas orientadas hacia el consumidor final (ciudadanía, colegios, escuelas, instituciones, etc.) para generar conciencia y responsabilidad social y ambiental en estos actores de la cadena de valor.

Los pequeños productores/as, artesanos/as, las empresas sociales y los organismos no gubernamentales de apoyo, enfatizan en la débil orientación de las actividades del Comercio Justo hacia el mercado interno y una desconexión con los temas de soberanía alimentaria. En los mercados locales sólo existen pequeñas iniciativas de desarrollo de mercados mediante nichos especializados que alcanzan un mínimo porcentaje de la población. Así mismo se constata la escasa orientación del Comercio Justo hacia los países del Sur, y se considera que debería potenciarse el Comercio Justo Sur – Sur.

Autocríticamente los distintos actores del Comercio Justo en el Ecuador reconocen que existe desconfianza y falta de solidaridad de los propios actores: productores – comercializadores - compradores, y que hace falta trabajar en procesos de concientización, relacionamiento y asociación entre actores de la cadena productiva y comercial, a fin de eliminar percepciones equivocadas que los hacen verse como enemigos y no como aliados estratégicos en la cadena de valor. Por otro lado, señalan también la necesidad de trabajar con los compradores de Comercio Justo del Norte porque algunos de ellos hacen una desvalorización consciente de los comercializadores certificados del Sur y pretenden romper la cadena comercial en vez de fortalecerla.

Los sellos y las certificaciones internacionales del Comercio Justo surgieron como instrumentos operativos para garantizar a los consumidores del Norte que los productos vienen de las redes y relaciones de Comercio Justo, sin embargo, con el transcurso de los años se ha distorsionado el concepto y, en la práctica, los sellos 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 como para mantenerlo periódicamente, lo que a su nivel de escala económica reduce

significativamente sus ganancias. Por otro lado, los pequeños productores y productoras consideran que la certificación se ha ampliado a grandes empresas productoras, generando una competencia asimétrica con los pequeños productores. Sin embargo, el crecimiento de la venta de productos con sello de Comercio Justo es indicativo de que los sellos juegan un rol importante para la comercialización de productos que debe ser rescatado, por tanto, es necesaria una mayor reflexión sobre el rol que cumplen los sellos y certificaciones para encontrar salidas a las necesidades de los pequeños productores y productoras en torno a las certificaciones.

3.2.3 Producción

Los principales problemas que enfrentan los pequeños productores y productoras son bajos niveles de inversión, no disponen de recursos para pre-inversión, altos costos de producción y distribución, los bajos niveles de productividad y calidad, los bajos niveles de profesionalización e innovación tecnológica, los débiles sistemas de distribución de productos, el limitado acceso a asistencia técnica, la falta de capital de trabajo y de líneas de financiamiento específicas, la infraestructura productiva deficitaria, el déficit de redes logísticas y de centros de acopio, la débil gestión empresarial, y como barreras estructurales el limitado acceso a recursos productivos fundamentales como la tierra, al agua y a la tecnología.

Las empresas sociales y organismos no gubernamentales de apoyo al Comercio Justo, señalan como prioritarios los problemas de 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 por su parte enfatizan en que los problemas más relevantes constituyen la baja productividad en toda la cadena de valor y la deficiente calidad de los productos.

3.2.4 Organización y gestión

Es necesario diferenciar los tipos de actores de Comercio Justo para una mejor precisión en la identificación de los problemas de organización y gestión, tal es así que las dinámicas de las organizaciones de productores y productoras son muy diferentes a las de las empresas de Comercio Justo, y entre empresas también hay importantes diferencias que deben ser consideradas: por un lado las empresas sociales de comercialización solidaria tienen desafíos diferentes de las empresas privadas que trabajan en cadenas de valor con pequeños productores y productoras, y éstas a su vez son muy diferentes de la problemática que enfrentan las empresas privadas con trabajo certificado en Comercio Justo. Hace falta un diagnóstico más fino y detallado de los problemas y cuellos de botella que enfrentan estos actores 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 con la aplicación de los valores y principios del Comercio Justo, pues señalan que todavía persiste una cultura individualista, así también la falta de capacitación integral a 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.

Entre organizaciones asociadas de productores en instancias de coordinación, se evidencian dificultades para vencer las visiones y los intereses sectoriales del rubro productivo y anteponer los intereses comunes. Se habla también de una débil incidencia para garantizar, mantener y ampliar las prácticas y los principios del Comercio Justo. Consideran que es necesario fortalecer los espacios de inter-aprendizaje asociativos para aprender el manejo global de la temática del Comercio Justo. Se señala además que en ciertos casos los costos para ingresar a las asociaciones son demasiado elevados, y existen debilidades en los procesos de legalización de las organizaciones y aplicación de los reglamentos.

No existe un registro centralizado de las organizaciones de Comercio Justo y tampoco información sistematizada sobre la tipología de actores. Hace falta asistencia técnica, información y apoyo para el fortalecimiento de las organizaciones y de su capacidad de gestión.

3.2.5 Consumo

El Comercio Justo nace históricamente del vínculo directo entre productores y consumidores, lo que plantea la necesidad de trabajar con una estrategia específica para este eslabón de la cadena de valor, en ese sentido, las propuestas de asociatividad deben provocar una nueva forma de relacionamiento entre productores y consumidores que lleve a otro paradigma de vida.

Los pequeños productores y productoras identifican como graves deficiencias el desconocimiento de la sociedad sobre lo que es el Comercio Justo y la ausencia de un trabajo dirigido a los consumidores y consumidoras dentro y fuera del país. La sociedad, en sus distintos niveles, no conoce lo que es el Comercio Justo, no tiene sensibilidad ni conciencia al respecto.

Las organizaciones de productores y productoras, así como las organizaciones facilitadoras de la comercialización y ONGs de apoyo, enfatizan en la necesidad de sensibilizar y visibilizar las temáticas relacionadas con el Comercio Justo y el consumo responsable a través de campañas de difusión, mediante la inclusión efectiva de los medios de comunicación públicos y

privados como importantes actores de la construcción de nuevos hábitos de consumo.

TERCERA PARTE

CAPÍTULO IV: OBJETIVOS ESTRUCTURALES DE LA ESTRATEGIA, EJES Y LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PÚBLICA

4.1 OBJETIVOS ESTRUCTURALES DE LA ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO

La construcción de los Objetivos Estructurales de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo parte de las implicaciones conceptuales del Comercio Justo en el país y de la problemática identificada, y constituyen una respuesta programática a los principales nudos críticos encontrados. Los objetivos de la Estrategia hacen relación a los profundos cambios que se quieren provocar en las dinámicas productivas y comerciales a nivel nacional e internacional y al desarrollo de condiciones adecuadas para el fomento del comercio justo y el posicionamiento de sus productos en el mercado interno y externo, con políticas diferenciadas, institucionalidad eficiente, participación activa de los actores, programas y presupuestos efectivos a favor de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras ecuatorianas.

Objetivo 1: Promover la construcción de nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización interna y externa, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad.

Objetivo 2: Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los pequeños productores, artesanos y trabajadores, dando sostenibilidad económica, social y ambiental a los emprendimientos de Comercio Justo

Objetivo 1: Promover la construcción de nuevas relaciones, prácticas sociales de producción, comercialización interna y externa, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad

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

Así mismo este objetivo permite desencadenar un proceso de creación de una cultura de Comercio Justo en el país, que ponga bases para la construcción del sistema económico social y solidario.

En el marco de este objetivo y para su aplicación práctica, se proponen los ejes 1 y 2 de la Estrategia, puesto que sólo fortaleciendo el marco normativo e institucional del Comercio Justo, así como también fomentando, promocionando e incentivando el Comercio Justo, se ponen las bases para la ampliación, fortalecimiento y consolidación de relaciones y prácticas de justicia y equidad en el comercio, a fin de ir ganando terreno al comercio convencional, porque no se busca únicamente atender un segmento del mercado, sino lograr que el comercio general sea justo, y eso implica la necesidad de no limitarse al mercado, sino a todo el proceso que va desde la producción hasta el consumo.

Objetivo 2: Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida los pequeños productores, artesanos y trabajadores, dando sostenibilidad económica, social y ambiental a los emprendimientos de Comercio Justo.

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

Esto plantea la necesidad de generar condiciones adecuadas para que los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, accedan equitativamente a los recursos productivos necesarios (tierra, agua, tecnología, capital, infraestructura), fortalezcan sus capacidades de organización y gestión, desarrollen sus potencialidades y se conviertan en protagonistas de la toma de decisiones que afectan sus vidas. Asimismo, se promueve el empoderamiento de estos actores mediante la transición hacia enfoques que fortalezcan su autonomía y capacidades, impulsando modelos productivos sostenibles que contribuyan a la protección del medio ambiente, al uso responsable de los recursos naturales y a la resiliencia de los emprendimientos de Comercio Justo frente a los desafíos ambientales y climáticos.

Para su aplicación práctica, este objetivo abarca los ejes 3 y 4 de la Estrategia que proponen el mejoramiento de los procesos de producción y comercialización, la apertura de mercados para los productos y servicios del Comercio Justo, el fortalecimiento de las organizaciones y empresas de Comercio Justo, así como de la oferta de productos y servicios de Comercio Justo, incorporando criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental.

4.2 EJES DE LA ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO

Para alcanzar el Objetivo 1 de la Estrategia se definen dos ejes fundamentales:

EJE 1: FORTALECIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL DEL COMERCIO JUSTO

EJE 2: FOMENTO, PROMOCIÓN E INCENTIVO DEL COMERCIO JUSTO

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

EJE 3: MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y APERTURA DE MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL COMERCIO JUSTO

EJE 4: FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS DE COMERCIO JUSTO, ASÍ COMO DE LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE COMERCIO JUSTO

Cada uno de los ejes de la Estrategia comprende un conjunto de lineamientos de política pública y para cada uno de dichos lineamientos se han diseñado las correspondientes estrategias de implementación. Los lineamientos de política por cada eje se muestran a continuación y las estrategias de implementación se muestran en detalle en el siguiente capítulo.

4.3 LINEAMIENTOS DE POLÍTICA POR CADA EJE**EJE 1: Fortalecimiento del marco normativo e institucional del Comercio Justo****Lineamientos de política:**

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

EJE 2: Fomento, promoción e incentivo del Comercio Justo**Lineamientos de política:**

- 1) Fomentar, promocionar e incentivar las relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas a nivel local, nacional, regional y suprarregionalmente.
- 2) Desarrollar procesos de sensibilización, formación y organización en Comercio Justo.

- 3) Fomentar, promocionar e incentivar el consumo social y ambientalmente responsable.
- 4) Desarrollar procesos de investigación e innovación en Comercio Justo.
- 5) Desarrollar sistemas de calidad para productos y servicios de Comercio Justo.

EJE 3: Mejoramiento de los procesos de producción, comercialización y apertura de mercados para los productos y servicios del comercio justo

Lineamientos de política:

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

EJE 4: Fortalecimiento de las organizaciones y empresas de comercio justo, así como de la oferta de productos y servicios de comercio justo

Lineamientos de política

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

CAPÍTULO V: ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

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, la transformación productiva del país y constituya una base del sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible que manda la constitución.

LINEAMIENTO 1.1:**FORTALECER LA GOBERNANZA INSTITUCIONAL DEL COMERCIO JUSTO, INCLUYENDO LA DEFINICIÓN DE ROLES Y COMPETENCIAS CLARAMENTE DEFINIDOS PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS RELACIONADAS CON EL COMERCIO JUSTO****Estrategias de Aplicación:**

- Constituir una mesa de trabajo entre actores del Estado y los actores comunitarios y privados del Comercio Justo, para definir y delimitar con claridad qué instituciones del Estado ejercerán los roles de rectoría, fomento y promoción, regulación, supervisión del Comercio Justo en el país.
- Definir las competencias de cada una de las entidades en el cumplimiento del rol asignado.
- Definir y articular el rol de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en la temática del Comercio Justo.
- Insertar estas definiciones en el marco normativo específico para el Comercio Justo.

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores sugeridos:

- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, Secretaría Nacional de la Administración Pública y Administración, Delegados de CONGOPE, AME y CONAGOPARE.

LINEAMIENTO 1.2:**CONTAR CON UN MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO QUE REGULE, FOMENTE, PROMOCIONE 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 rectoría, fomento y promoción, regulación y control de las actividades del Comercio Justo en el país, así mismo las fuentes de los fondos que se asignen al tema.
- Promocionar la propuesta e incidir políticamente en las instancias del Estado relacionadas con el tema

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores sugeridos:

- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, u otras certificadoras como SPP, Fair Trade International, entre otras, Aseguradoras, Técnicos, SENAIE.

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 del proceso de difusión
- Se buscarán acuerdos de colaboración con los Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel nacional con sus organizaciones gremiales y a nivel local en los distintos niveles territoriales: provincias, cantones, parroquias.
- La difusión contemplará instrumentos de mediación pedagógica acordes a la variedad de públicos destinatarios.
- Contemplará medios masivos para orientar el mensaje a la ciudadanía en general, y otro tipo de medios impresos y audiovisuales para la tipología de actores del Comercio Justo.

En qué nivel territorial:

- La difusión de la normativa y los principios del Comercio Justo se realizará en todo el país.

Actores sugeridos:

- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO, representantes de CONGOPE, AME y CONAGOPARE.

LINEAMIENTO 1.4:**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 que cumplen con los principios del Comercio Justo en el Ecuador.
- Diseñar e implementar un Sistema de Registro y Actualización de la información de las organizaciones y empresas del Comercio Justo en el país, considerando la tipología de actores diferenciados, que permita conocer sus dinámicas económicas en el mercado interno y en el mercado externo, así también su impacto económico, social y ambiental.
- Se deberá establecer en qué instancia del Estado se institucionaliza y cómo funcionará el sistema, para que brinde información pública actualizada y permanente.

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores Sugeridos:

- Representantes del sector comunitario, sector privado y sector público del Comercio Justo, WFTO, Academia, INEC, SNAP.

LINEAMIENTO 1.5:**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.

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores sugeridos:

- CECJ, organizaciones de pequeños productores y productoras no vinculados a la CECJ, organizaciones de artesanos y artesanas vinculados al Comercio Justo, Agricultura Familiar Campesina, Empresas Sociales de Comercialización Solidaria, Empresas privadas que trabajan con cadenas productivas y comerciales con pequeños productores y productoras, Empresas privadas que certifican mano de obra contratada y ONGs de apoyo a emprendimientos de Comercio Justo
- Observatorio del Comercio Justo (Academia)
- 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, 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, E INCENTIVAR LAS RELACIONES Y PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN JUSTAS Y EQUITATIVAS A NIVEL NACIONAL 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 Trabajo, en coordinación con los actores del Comercio Justo, en los distintos niveles territoriales: nacional, provinciales, cantonales, parroquiales.
- Especializar a técnicos y técnicas de las instituciones del Estado vinculadas al Comercio Justo y a los de las organizaciones y empresas del Comercio Justo en la promoción de los valores y principios del Comercio Justo en todos los eslabones de sus correspondientes cadenas productivas y comerciales.
- Evaluar mecanismos de Incentivos tributarios, arancelarios, financieros, para las organizaciones y empresas que adopten los principios y valores del Comercio Justo y desarrollen relaciones y prácticas de producción, comercialización y distribución justas y equitativas en sus cadenas productivas y comerciales.
- Posicionar la temática del Comercio Justo en los organismos de integración económica, a través de la presentación de propuestas en los comités o espacios creados para promover la inserción estratégica de las Mipymes, organizaciones de la economía popular y solidaria, emprendedores y artesanos.

En qué nivel territorial:

- Nacional e Internacional.

Actores sugeridos:

- Instancia de coordinación y representación de los actores del Comercio Justo en el Ecuador, instituciones públicas con competencias en Comercio Justo, representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Academia, Sistema Financiero Nacional, SRI, SENA, MAGP, MPCEI, y PRO ECUADOR.

LINEAMIENTO 2.2:**DESARROLLAR PROCESOS DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN 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 los ecuatorianos y

ecuatorianas. Estas campañas tendrán como objetivo principal fortalecer las capacidades de los actores, mejorar la articulación institucional y promover la competitividad e inclusión de los pequeños productores en las cadenas de valor.

- Enfocarse en el nivel nacional y en el nivel local con las particularidades de los pueblos y nacionalidades a los que se dirigen los mensajes y mediante los medios y horarios más idóneos para llegar a los grupos meta.
- Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Educación, Deporte y Cultura (MINEDEC) y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGP) para que se incorpore la temática de economía social solidaria, comercio justo y consumo responsable en el pensum de escuelas y colegios.
- Realizar acciones de incidencia en el Consejo de Educación Superior (CES) para que se incorpore la temática de economía social y solidaria, comercio justo y consumo responsable en el pensum de las carreras universitarias relacionadas.
- Realizar acciones de incidencia en el Ministerio de Educación, Deporte y Cultura (MINEDEC) para que incorpore la difusión de la dimensión cultural y ancestral de las prácticas de Comercio Justo en sus programas de trabajo y se sensibilice a la población en los principios y valores del Comercio Justo.
- Realizar acciones de incidencia en el SENESCYT para el diseño e implementación de procesos sostenidos de formación en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo.
- Diseñar e implementar mecanismos y procesos para la organización de productores y productoras de la Agricultura Familiar Campesina para el Comercio Justo.
- Diseñar e implementar mecanismos y procesos de apoyo a la organización de pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, en torno a productos y servicios del Comercio Justo
- Generación bibliográfica mediante investigaciones de casos en Ecuador.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MAGP, MPCEI, CES, MINEDEC, SENESCYT, Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE.

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.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, , Academia, AME, CONGOPE, CONAGOPARE, MAGP, MPCEI, MINEDEC.

LINEAMIENTO 2.4:**DESARROLLAR PROCESOS DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS PARA PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO****Estrategias de Aplicación:**

- Diseñar e implementar procesos de investigación de mercados y de diversificación de nuevos productos y servicios de Comercio Justo para nuevos mercados a nivel nacional, regional e internacional.
- Apoyar desde PROECUADOR misiones comerciales específicas de comercio justo a los países que en consenso con los actores del Comercio Justo se definan.
- Diseñar e implementar mecanismos de difusión de la información conseguida y de las propuestas de innovación hacia los actores del Comercio Justo.
- Revisar y ajustar los procesos productivos y comerciales, conforme a las especificidades de la demanda de los mercados.

Actores sugeridos:

- Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, SENESCYT, MPCEI, PROECUADOR, MAGP.

LINEAMIENTO 2.5:**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.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores Sugeridos:

- Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MAGP, MPCEI, ARCSA, AGROCALIDAD, IEPS, MREMH, PROECUADOR, Academia. Liderará el proceso la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo.

EJE 3: MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCION, COMERCIALIZACIÓN Y APERTURA DE MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL COMERCIO JUSTO

Este eje tiene como finalidad promocionar y posicionar al país 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 que impulsan al país.

- Se aprovecharán todos los mecanismos que actualmente tiene el comercio exterior del país: participación en ferias, puntos de información en el exterior, stands en eventos internacionales.

En qué nivel territorial:

- Internacional

Actores Sugeridos:

- MREMH, MPCEI, MDT, PROECUADOR, Organizaciones de Asociaciones de Exportadores Certificados con Comercio Justo, con el liderazgo del MPCEI.

LINEAMIENTO 3.2:

CONSOLIDAR Y AMPLIAR LOS MERCADOS DE COMERCIO JUSTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

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.

En qué nivel territorial:

- Nacional, regional e internacional.

Actores Sugeridos:

- Actores comunitarios, públicos y privados del Comercio Justo en el país, en conjunto con el MEF, MDH, MAGP, IEPS, MPCEI, y PRO ECUADOR.

LINEAMIENTO 3.3:

CONTAR CON MECANISMOS PARA CONSOLIDAR Y AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS EXTERNOS PARA EL COMERCIO JUSTO

Av. Malecón 100 y Av. 8 de octubre

Estrategias de Aplicación:

- Definir el apoyo a la búsqueda de mercados de Comercio Justo como parte de las responsabilidades de las oficinas comerciales del Ecuador en el exterior.
- Diseño e implementación de un Plan de promoción de productos y servicios de Comercio Justo en el exterior, con el apoyo de estas oficinas comerciales.
- Diseño e implementación de incentivos para las organizaciones y empresas del Comercio Justo que participan en ferias internacionales.

En qué nivel territorial:

- Regional e Internacional

Actores Sugeridos:

- Actores del Comercio Justo, con el liderazgo del MPCEI - PROECUADOR

LINEAMIENTO 3.4:**FACILITAR INFORMACIÓN SOBRE TRAMITES DE EXPORTACIÓN DE COMERCIO JUSTO****Estrategias de Aplicación:**

- Identificar los organismos del Estado que intervienen en el proceso de exportación.
- Definir un interlocutor válido, por tipo de actor, que conformarán una instancia que represente a los actores del Comercio Justo ante los organismos correspondientes.
- Incidir políticamente en las instancias de gobierno relacionadas con el tema.

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores Sugeridos:

- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, sector privado del Comercio Justo, sector público del Comercio Justo, representantes de la Academia y de los organismos de cooperación relacionados con el Comercio Justo, representantes de WFTO; SENAE, AGROCALIDAD, ARCSA.

LINEAMIENTO 3.5:**CONTAR CON LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN PARA PRODUCTOS DEL COMERCIO JUSTO****Estrategias de Aplicación:**

- Diseñar un Plan de mejoramiento de la logística de exportación de los productos del Comercio Justo, para superar las graves deficiencias y limitaciones actuales.
- El plan se diseñará con participación de la tipología de actores del Comercio Justo y se buscará su implementación en coordinación con los actores públicos y privados.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Actores comunitarios, privados y públicos del Comercio Justo, MPCEI, PROECUADOR, MIT.

LINEAMIENTO 3.6:**CONTAR CON UN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PROVIENEN DE LOS PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO****Estrategias de Aplicación:**

- Diseñar, implementar y consolidar un sistema de reconocimiento de la producción y comercialización de productos y servicios que provienen del cumplimiento de los principios del Comercio Justo, para el mercado interno mediante procesos participativos con análisis y consulta con los actores del Comercio Justo.

En qué nivel territorial:

- Nacional

Actores sugeridos:

- Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, CECJ, CLAC, PROECUADOR, MPCEI, SAE, MAGP, MAE, PATRIMONIO.

LINEAMIENTO 3.7:**FORTALECER LAS CADENAS DE VALOR DEL COMERCIO JUSTO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO Y LA INSERCIÓN EN MERCADOS**

Estrategias de Aplicación:

- Diseñar e implementar un proceso de articulación de las cadenas productivas y de valor del Comercio Justo con las prioridades actuales de desarrollo productivo y comercio exterior del país, orientándolas a la generación de mayor valor agregado, la diversificación de la oferta exportable y el acceso a mercados nacionales e internacionales, con énfasis en productos provenientes de actores de la economía social y solidaria, en particular de las organizaciones de productores y productoras de Comercio Justo.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores Sugeridos:

- Actores comunitarios del Comercio Justo, actores públicos del Comercio Justo, SNAP, MPCEI, PROECUADOR, MAGP¹¹.

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

¹¹ A través de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCO).

experticias, costos de producción, costos de comercialización, inversiones, etc.

- Realizar iniciativas conjuntas entre actores.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores Sugeridos:

- MAGP, IEPS, con participación de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), representantes de organizaciones de productores y productoras no vinculados a la CECJ, empresas sociales y organismos no gubernamentales del Comercio Justo, entidades gubernamentales relacionadas al Comercio Justo, Academia.

LINEAMIENTO 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.

En qué nivel territorial:

Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Actores comunitarios y empresas privadas de Comercio Justo, MPCEI, MAGP, 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 Planes de Acción con sus correspondientes dispositivos de monitoreo, seguimiento y evaluación.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Representantes de la tipología de actores del Comercio Justo, MEF, MPCEI, PROECUADOR, IEPS.

LINEAMIENTO 4.4:**FORTALECER PROCESOS DE MANEJO, TECNIFICACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL COMERCIO JUSTO PARA ASEGURAR CANTIDAD, CALIDAD, CONTINUIDAD EN LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL COMERCIO JUSTO****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 SENESCYT para el diseño e implementación de procesos sostenidos de capacitación y formación en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo.
- Realizar acciones de incidencia en la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC) para el diseño e implementación de procesos sostenidos de capacitación y formación profesional en las temáticas relacionadas con el Comercio Justo para actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo
- Diseñar e implementar un Plan asistencia técnica en sitio y contexto específico de los actores del Comercio Justo, con la participación de equipos técnicos especializados del MAGP, MPCEI, SENAE, SRI, WFTO.
- Introducir las modalidades de Escuelas de liderazgo, Escuelas de Campo, Intercambios de experiencias, en los procesos de capacitación y asistencia técnica
- Introducir el enfoque de educación no formal y educación de adultos, con metodologías y herramientas adecuadas a los públicos destinatarios
- Establecer mecanismos para desarrollar asistencia técnica, capacitación y formación de las organizaciones y empresas de Comercio Justo.

En qué nivel territorial:

- Local y Nacional

Actores sugeridos:

- Actores públicos, privados y comunitarios del Comercio Justo, MEF, SETEC, MAGP, MPCEI, CES, MINEDEC, Academia, SENAE, SENESCYT, SRI, WFTO, AME, CONGOPE, IEPS, CONAGOPARE. Con el liderazgo de la institución pública encargada del fomento y promoción del Comercio Justo

CAPÍTULO VI

PROGRAMAS Y PROYECTOS EMBLEMÁTICOS POR CADA EJE

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.
- 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 CJ para la construcción de una oferta real, organizada y sostenible.
- Programa de mejoramiento productivo.
- Programa de formación y capacitación en 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, Incertidumbre y Economía Popular, Seminario Internacional sobre Economía y Espacio, organizado por el Centro de Desarrollo y Planificación Regional (Cedeplar), Belo Horizonte, Brasil. (disponible en www.fronesis.org)
- Coraggio, José Luis (2002), “Hacia un proyecto de economía social centrada en el trabajo : contribuciones de la Antropología Económica”, trabajo presentado en el Seminario Internacional PEKEA, Un saber político y ético para las actividades económicas, CEPAL, Santiago de Chile, septiembre 2002.
- De Melo Lisboa Armando (2000). Los Desafíos de la Economía Social y Solidaria. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil.
- De Melo Lisboa Armando (2005). Mercado Solidario. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil.
- De Melo Lisboa Armando (2008). Tercer Sector. Universidad Federal de Santa Catarina –UFSC. Brasil.
- Díaz, V. (2006). Le commerce équitable: un des maillons du développement durable? Développement durable et territoires (en línea) enero 2006
- Dirección de Comercio Inclusivo – Ministerio de Comercio Exterior (2012). Documento de Sistematización del Encuentro Internacional de Comercio Justo. Cuenca-Ecuador, 17-18-19 de octubre de 2012.

ELDA (2013). ¿Qué es el Comercio Justo?.
http://www.comerciojustoelda.es/?page_id=7

ESPANICA (1999) Extracto resumido de la revista N.1 Comercio justo, consumo responsable y productores asociados de Espánica: Breve recorrido histórico de las primeras formas de Comercio Justo a nuestros días.

Heidrich Pablo - Williams Zoe (2011). Serie Crecimiento y Comercio Inclusivo No. 73: Políticas compensatorias para la liberalización del comercio.

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). (2007). El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo. Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico.

Instituto del Conurbano. Universidad Nacional De General Sarmiento (2006). Experiencias y Aprendizajes en la construcción de Otra Economía.

Intermón Oxfam. Criterios de Comercio Justo.
<http://www.intermonoxfam.org/es/que-hacemos/comercio-justo/como-trabajamos/criterios-de-comercio-justo>

Johnson, P. (2003). Commerce équitable et mondialisation. Revue du MAUSS (en línea). 2003/1

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2011.

Ley Orgánica de la Soberanía Alimentaria, 2010.

Lopera, Luz; Aguirre, Francisco; Salazar, Luz. La economía solidaria: propuesta incluyente para el desarrollo humano con oportunidades. Universidad Bolivariana. Santiago de Chile.

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, Presentación Cambio Matriz Productiva, septiembre 2012

Ministerio de Inclusión Económica y Social. Estrategia para la Revolución de la Economía Popular y Solidaria, 2010.

Programa de Gobierno 2013-2017. Propuestas de la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo, relacionadas al Comercio Justo. Gobernar para profundizar el cambio. 35 propuestas para el Socialismo del Buen Vivir.

Programa Kolping, Uruguay (2008). Seminario Internacional: Instrumentos para el desarrollo económico y la protección social. Análisis comparado de experiencias de economía popular y solidaria. Montevideo - Uruguay

Razetto, Luis (2008). Desarrollo económico y economía de solidaridad. El desarrollo como expansión, transformación y perfeccionamiento de la economía en el tiempo. Universidad Bolivariana. Santiago de Chile.

Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010.

Ventura – Díaz Vivianne (2011). Serie Crecimiento y Comercio Inclusivo No. 69: La cadena productiva del turismo en Brasil y México.

Vivas, Esther (2012). Comercio Justo y Soberanía Alimentaria. Editorial Icaria. WFTO. Organización Mundial de Comercio Justo. ¿Qué es el comercio justo? Documento en línea.

ANEXO No. 1

Detalles de la inclusión de las temáticas relacionadas con el Comercio Justo en el marco político y constitucional del país

La temática del Comercio Justo en la Constitución del 2008

El tema de Comercio Justo está posicionado en la Constitución de la República en diferentes articulados, como se puede ver en las siguientes láminas:

Correspondencia del Cjen la Constitución de la República	
Art.	ENUNCIADO CONSTITUCIONAL
276	El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos , 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.
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.
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.
284	La política económica tendrá los siguientes objetivos , 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.
304	La política comercial tendrá los siguientes objetivos , numeral 5: Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
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.

Correspondencia del C/J en la Constitución de la República

Art.	ENUNCIADO CONSTITUCIONAL
CAPÍTULO SEXTO, Sección Quinta: Intercambios Económicos y Comercio Justo	
335	El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.
336	El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios 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 ley.
337	El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.
TÍTULO VII, Capítulo primero: Principios de las relaciones internacionales	
416. 12	Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados.

La temática del Comercio Justo en el Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador no se Detiene” 2025-2029

El Plan Nacional de Desarrollo 2025 — 2029 hace relación al Comercio Justo en los siguientes puntos:

- En el Eje Económico, productivo y empleo, el Plan reconoce la persistencia de brechas estructurales en la economía ecuatoriana y plantea la necesidad de impulsar un desarrollo productivo sostenible, orientado a la diversificación económica, el fortalecimiento de la producción nacional y la reducción de desigualdades territoriales. En este marco, se promueve la inserción de pequeños productores, MIPYMES y actores de la economía popular y solidaria en cadenas de valor más competitivas e inclusivas, lo que se alinea con los principios del Comercio Justo en cuanto a equidad económica y mejora de condiciones de intercambio.
- El Plan establece el fortalecimiento de mercados internos y el acceso a mercados externos, priorizando la generación de valor agregado, la mejora de la productividad y la competitividad de los sectores productivos. Esta orientación es compatible con los enfoques de Comercio Justo al propiciar condiciones más equitativas de participación para productores de menor escala, reduciendo asimetrías en la comercialización y fomentando relaciones comerciales más transparentes y sostenibles.

- En concordancia con el rol del Estado como regulador y promotor del desarrollo, el Plan reafirma la intervención pública para corregir fallas de mercado, fortalecer la institucionalidad económica y garantizar condiciones de competencia en igualdad de oportunidades. Este enfoque resulta coherente con los principios del Comercio Justo, en tanto reconoce la necesidad de disminuir distorsiones derivadas de la intermediación excesiva y mejorar la eficiencia y transparencia de los mercados.
- El Plan impulsa la inclusión económica y social, con énfasis en los sectores históricamente excluidos, promoviendo el empleo digno, el fortalecimiento de la economía popular y solidaria, y el acceso a financiamiento y capacitación productiva. Estas directrices contribuyen a la democratización de los medios de producción y de los mercados, principio central del Comercio Justo, al favorecer una economía más plural, incluyente y territorialmente equilibrada.
- En materia de soberanía alimentaria y desarrollo rural, el Plan reconoce la importancia estratégica del sector agropecuario y de la Agricultura Familiar Campesina, promoviendo el acceso a mercados, la incorporación de valor agregado, el fortalecimiento de estándares de calidad, la trazabilidad y la mejora de la infraestructura productiva y de comercialización. Estas líneas de acción se alinean con el Comercio Justo al fomentar términos de intercambio más justos entre el campo y la ciudad, así como condiciones más dignas para los pequeños y medianos productores rurales.
- Finalmente, el Plan Nacional de Desarrollo 2025-2029 se alinea con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente aquellos vinculados a trabajo decente, producción y consumo responsables, reducción de desigualdades y alianzas para el desarrollo. Este marco internacional refuerza la pertinencia de incorporar y fortalecer el enfoque de Comercio Justo como instrumento complementario para alcanzar un desarrollo económico sostenible, solidario y socialmente responsable en el Ecuador.

ANEXO No. 2**Lista de organizaciones e instituciones participantes en el proceso de construcción de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo.**

ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES PARTICIPANTES EN EL PROCESO 2013, POR TIPO DE ACTOR:

- **COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO, CECJ**
 - AROMA AMAZONICO
 - 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
 - Corporación Gruppo Salinas
 - RELACC
 - Fundación Sinchi Sacha
 - Fundación Chankuap
 - FEPP-Camari
 - KUEN S.A.
- **EMPRESAS PRIVADAS QUE CERTIFICAN TRABAJO CONTRATADO**
 - Corporación ACE
 - Nevado Ecuador
 - Agrocoex
 - Hoja Verde
 - Rosas del Monte
 - PLANHOFA



- **OBSERVATORIO ELECTRÓNICO DE ECONOMÍA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO**
 - Universidad Tecnológica Equinoccial, UTE
 - Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 - Universidad Internacional del Ecuador
 - Escuela Politécnica de Chimborazo

- **ORGANISMOS INTERNACIONALES**
 - VECO Andino
 - TRIAS

- **INSTITUCIONES DEL ESTADO**
 - CONAFIPS
 - MIES- IEPS
 - MAGAP
 - MCE- CPE / PROECUADOR
 - MCPEC
 - SENPLADES
 - SETEC
 - SETECI
 - Gobierno Provincial Chimborazo

Elaborado por:	Cristian Vásquez – Especialista de Organizaciones Comerciales Multilaterales y Regionales	CRISTIAN PAUL VASQUEZ ALARCON Firmado digitalmente por CRISTIAN PAUL VASQUEZ ALARCON Fecha: 2026.07.29 08:35:30 -05'00'
Revisado por:	Lorena Muñoz – Dirección de Organizaciones Comerciales Multilaterales y Regionales	 Validar únicamente en FirmaEC. Firmado electrónicamente por: LORENA VICTORIA MUNOZ ALCIVAR
Aprobado por:	León Roldós, Subsecretario de Políticas de Comercio Exterior	 Validar únicamente en FirmaEC. Firmado electrónicamente por: LEON XAVIER ROLDOS ICAZA

Resolución Nro. MPCEI-SC-2026-0141-R**Guayaquil, 30 de julio de 2026****MINISTERIO DE PRODUCCIÓN COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES****CONSIDERANDO:**

Que, la Constitución de la República del Ecuador en el Artículo 52, establece: *“Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”*;

Que, la Constitución de la República del Ecuador en el Artículo 82, garantiza: *“El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes.”*

Que, la normativa ibidem en su Artículo 154, establece: *“A las ministras y ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde: 1. Ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión.”*

Que, el Protocolo de Adhesión de la República del Ecuador al Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, OMC, se publicó en el Registro Oficial-Suplemento No. 853 del 2 de enero de 1996;

Que, el Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en su Artículo 2 dispone las disciplinas para la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos por instituciones del Gobierno Central; así como su notificación a los demás Miembros;

Que, el Anexo 3 del Acuerdo OTC, establece el Código de Buena Conducta para la elaboración, adopción y aplicación de normas;

Que, la Decisión 827 de 18 de julio de 2018 de la Comisión de la Comunidad Andina establece los lineamientos para la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos, así como para los procedimientos de evaluación de la conformidad en los Países Miembros de la Comunidad Andina y a nivel comunitario”;

Que, la Decisión 850 de la Comisión de la Comunidad Andina, publicada el 25 de noviembre de 2019 en la Gaceta Oficial Nro. 3822, establece el Sistema Andino de la Calidad (SAC), con el objetivo de facilitar el comercio intracomunitario, a través del fortalecimiento de la calidad de los productos y la eliminación de obstáculos técnicos innecesarios al comercio;

Que, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en su Libro VII relativo a las Buenas Prácticas Regulatorias, en su Artículo 237 establece el objeto y ámbito: *“...promover el comercio, la inversión, y el desarrollo económico mediante la aplicación de, buenas prácticas regulatorias, orientadas a la simplificación y mejora de la calidad normativa, así como a la reducción o eliminación de regulaciones innecesarias, onerosas, repetitivas o contradictorias (...)”*;

Que, el Artículo 238 del mismo cuerpo define que para efectos de dicho Libro:1) *“Regulación” es una medida de aplicación general y de cumplimiento obligatorio, adoptada, emitida o mantenida por una autoridad reguladora; y 2) “Autoridad reguladora” es toda autoridad, organismo, entidad u órgano administrativo que forme parte de la Función Ejecutiva”*;

Que, el Código ibidem en su Artículo 246 determina: “*Evaluación de Impacto Regulatorio. El análisis de impacto regulatorio es una herramienta para ayudar a las autoridades reguladoras a evaluar la necesidad y los impactos de los proyectos de regulación. Las autoridades reguladoras realizarán un análisis de impacto en toda propuesta que cree costos de cumplimiento, de conformidad con los parámetros que establezca el órgano central de coordinación regulatoria.*”;

Que, el Artículo 1 de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, señala: “(...) *Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico destinado a: i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en esta materia; ii) Garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y, iii) promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.*”;

Que, de conformidad con el último inciso del Artículo 8 de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, el Ministerio de Industrias y Productividad es la Institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad;

Que, el Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, de acuerdo a las funciones determinadas en el literal b) del artículo 15, de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, le compete: “*Formular, en sus áreas de competencia, luego de los análisis técnicos respectivos, las propuestas de normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad, los planes de trabajo, así como las propuestas de las normas y procedimientos metrológicos; (...)*” ha formulado la **Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano, RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”**;

Que, el literal f) del Artículo 17 de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, establece que “*En relación con el INEN, corresponde al Ministerio de Industrias y Productividad; (...) f) aprobar las propuestas de normas o reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad, en el ámbito de su competencia. (...)*”, en consecuencia, es competente para aprobar y oficializar con el carácter de Obligatorio, la Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano, RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”; mediante su publicación en el Registro Oficial, a fin de que exista un justo equilibrio de intereses entre proveedores y consumidores;

Que, el Artículo 29 de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad establece que: “*La reglamentación técnica comprende la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos necesarios para precautelar los objetivos relacionados con la seguridad, la salud de la vida humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente y la protección del consumidor contra prácticas engañosas (...)*”;

Que, la Ley ibidem en su Artículo 57, dispone: “*La vigilancia y control del Estado a través del Ministerio de Industrias y Productividad, se limita al cumplimiento de los requisitos exigidos en los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad, por parte de los fabricantes y de quienes importen o comercialicen productos o servicios sujetos a tales reglamentos (...)*”;

Que, el Artículo 2 del Decreto Ejecutivo No. 338 publicado en el Registro Oficial-Suplemento No. 263 del 9 de junio de 2014, establece: “*Sustitúyanse las denominaciones del Instituto Ecuatoriano de Normalización por Servicio Ecuatoriano de Normalización. (...)*”;

Que, el Decreto Ejecutivo No. 307 de 27 de junio de 2024, publicado en el Registro Oficial-Suplemento No. 589 de 15 de julio de 2024, en el artículo 1 se declara: “*a la mejora regulatoria como Política*”;

Nacional, con el fin de asegurar una adecuada gestión regulatoria gubernamental, mejorar la calidad de vida de la población, fomentar la competitividad y el emprendimiento, propender a la eficiencia en la economía y garantizar la transparencia y seguridad jurídica en el país.”

Que, por Decreto Ejecutivo No. 425 de 18 de junio de 2026, en su artículo 1 se dispone “*Fusiónese por absorción el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca al Ministerio de Economía y Finanzas. Las entidades absorbidas se integrarán a la estructura orgánica de esta Cartera de Estado, a través de los viceministerios que se determinen con base en la necesidad institucional.*

Las competencias, atribuciones y funciones que se asignen en virtud del presente Decreto se ejercerán garantizando la desconcentración de los procesos para la adecuada gestión institucional”;

Que, en la normativa ibidem el artículo 2 dispone “*Una vez concluido el proceso de fusión por absorción previsto en el presente Decreto Ejecutivo, el Ministerio de Economía y Finanzas pasará a denominarse “Ministerio de Desarrollo Económico y Productivo”, entidad que asumirá todas las competencias, atribuciones, funciones, representaciones, delegaciones, derechos y obligaciones previstas en la Constitución, la ley, los decretos ejecutivos, reglamentos y demás normativa vigente, que correspondían al Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones y al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca”;*

Que, mediante Acuerdo Ministerial No. 11 446 del 25 de noviembre de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 599 del 19 de diciembre de 2011, se delega a la Subsecretaría de la Calidad la facultad de aprobar y oficializar las propuestas de normas o reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad formulados por el INEN en el ámbito de su competencia de conformidad con lo previsto en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y en su Reglamento General;

Que, mediante Acuerdo Ministerial MPCEIP-MPCEIP-2024-0079-A de 17 de octubre 2024, se establecen las directrices para la aplicación del proceso de mejora regulatoria y la ejecución de sus respectivas herramientas metodológicas, así como la gestión de la política nacional en las entidades definidas;

Que, mediante Resolución No. 14 490 del 25 de noviembre de 2014, promulgada en el Registro Oficial No. 407 del 31 de diciembre de 2014 se oficializó con el carácter de **Obligatorio** el Reglamento Técnico Ecuatoriano **RTE INEN 243 “Tableros de madera contrachapada”**, el mismo que entró en vigencia el 31 de marzo de 2015;

Que, mediante Resolución No. 15 098 del 16 de marzo de 2015, promulgada en el Suplemento del Registro Oficial No. 469 del 30 de marzo de 2015 se oficializó con el carácter de **Obligatorio** la **Fe de erratas** del Reglamento Técnico Ecuatoriano **RTE INEN 243 “Tableros de madera contrachapada”**, la misma que entró en vigencia el 16 de marzo de 2015;

Que, de conformidad con el Artículo 2, numeral 2.9.2 del Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC y, el Artículo 12 de la Decisión 827 de la Comisión de la Comunidad Andina, (CAN), el proyecto de Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano fue notificado a la OMC y a la CAN; y, a la fecha se han cumplido los plazos preestablecidos para este efecto de conformidad con el siguiente detalle:

Notificación	Notificación CAN		Notificación OMC	
	Inicio	Finalización	Inicio	Finalización
Primera	2018-07-27	2018-10-25	2018-08-01	2018-10-25
Segunda	2019-06-05	2019-08-04	2019-06-05	2019-08-04
Tercera	2021-03-31	2021-05-30	2021-03-31	2021-05-30
Cuarta	2025-12-10	2026-02-08	2025-12-10	2026-02-08

Que, mediante Resolución No. 002-2023 de 02 de marzo de 2023, el Pleno del Comité de Comercio Exterior, resuelve reformar íntegramente el Arancel del Ecuador, el mismo que entró en vigencia a partir del 01 de septiembre de 2023;

Que, mediante Resolución Nro. 001-2026-CIMC de 30 de marzo de 2026 publicada en el Registro Oficial 261 de 09 de abril de 2026, el Comité Interministerial de la Calidad emitió las “Directrices para establecer el procedimiento de evaluación de la conformidad de los reglamentos técnicos ecuatorianos RTE INEN”;

Que, mediante Oficio Nro. MPCEIP-SC-2025-0371-O de 09 de abril de 2025 el Subsecretario de Calidad del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca establece: “(...) *Bajo ese contexto, de la manera más cordial, me permito disponer que se mantenga en los nombres de los Reglamentos Técnicos Ecuatorianos RTE la palabra INEN, como se ha venido realizando desde que se implementó la reglamentación técnica en el Ecuador (...)*”;

Que, mediante Oficio Nro. INEN-INEN-2026-0370-OF de 25 de junio de 2026, el INEN envió a esta Subsecretaría de Calidad la solicitud de oficialización de la Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) "Tableros de madera contrachapada";

Que, mediante Informe Técnico Nro. INEN-DRE-AR-2026-231-IT (V02) del 21 de julio de 2026, el INEN detalló el proceso técnico y los antecedentes para la elaboración de la Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) "Tableros de madera contrachapada". En dicho documento, la institución recomienda la aprobación y oficialización de esta Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) "Tableros de madera contrachapada"; señalando que dicho reglamento técnico ha sido actualizado en el campo de aplicación, requisitos y bases de estudio, en concordancia con las Buenas Prácticas Regulatorias (BPR);

Que, mediante Informe Técnico realizado por la Dirección de Gestión Estratégica de la Calidad y aprobado por la Directora de Gestión Estratégica de la Calidad, contenido en la Matriz de Revisión No. **REG-0365 (V2)** de 17 de julio de 2026, se recomendó continuar con los trámites de oficialización de la Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) "Tableros de madera contrachapada"; y,

En ejercicio de las facultades que le concede la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y Acuerdo Ministerial No. 11 446 del 25 de noviembre de 2011;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar y oficializar con el carácter de obligatorio la Primera Revisión del: **Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”**, de acuerdo con las especificaciones contenidas en el Anexo 1.

ARTÍCULO 2.- Disponer al Servicio Ecuatoriano de Normalización (INE), la publicación de la Primera Revisión del **Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”**, en la página web de esa Institución (www.normalizacion.gob.ec).

ARTÍCULO 3.- La Primera Revisión del Reglamento Técnico Ecuatoriano **RTE INEN 243 (1R) “Tableros de madera contrachapada”** entrará en vigencia transcurrido el plazo de seis (6) meses contados a partir del día siguiente de su publicación en el Registro Oficial.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Única. Deróguese en su totalidad el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 243 “Tableros de madera contrachapada” oficializado mediante Resolución No. 14 490 de 25 de noviembre de 2014, promulgada en el Registro Oficial No. 407 del 31 de diciembre de 2014 y su Fe de Erratas oficializada mediante Resolución No. 15 098 del 16 de marzo de 2015, promulgada en el Suplemento del Registro Oficial No. 469 del 30 de marzo de 2015.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Única. Los certificados de conformidad de producto bajo el RTE INEN 243:2015 y su Fe de Erratas:2015, emitidos por organismos de certificación de conformidad, acreditados, reconocidos o designados, se aceptarán hasta por un plazo máximo de nueve (9) meses a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento Técnico Ecuatoriano, siempre y cuando los certificados de conformidad de producto se encuentren vigentes.

COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE en el Registro Oficial.

Documento firmado electrónicamente

Sr. Eduardo Xavier Calderón Morales
SUBSECRETARIO DE CALIDAD

Anexos:

- 01.- Anexo 1 - RTE_INEN_243 (1R).pdf

jr/le



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**EDUARDO XAVIER
CALDERON MORALES**

ANEXO 1**REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 243 (1R)
"Tableros de madera contrachapada"****1. OBJETO**

El presente reglamento técnico ecuatoriano establece los requisitos que deben cumplir los tableros de madera contrachapada, con el propósito de proteger la seguridad y salud de las personas; así como prevenir prácticas que puedan inducir a error al consumidor.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

2.1 El presente reglamento técnico ecuatoriano aplica a los siguientes productos sean estos nacionales o importados que se comercialicen en el Ecuador:

2.1.1 Tableros contrachapados. Tipo I. Exterior a prueba de agua y para usos marinos.

2.1.2 Tableros contrachapados. Tipo II. Para uso en Interiores

2.2 Los productos que son objeto de aplicación del presente reglamento técnico ecuatoriano se encuentran comprendidos en la siguiente clasificación arancelaria:

Clasificación/ Código	Designación del producto/mercancía	Observaciones
44.12	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar.	
4412.10.00.00	- De bambú	
	-Las demás maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas de madera (excepto de bambú) de espesor unitario inferior o igual a 6 mm:	
4412.31.00.00	- - Que tengan, por lo menos, una hoja externa de maderas tropicales	
4412.33.00.00	- - Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas, de las especies: aliso (<i>Alnus</i> spp.), fresno (<i>Fraxinus</i> spp.), haya (<i>Fagus</i> spp.), abedul (<i>Betula</i> spp.), cerezo (<i>Prunus</i> spp.), castaño (<i>Castanea</i> spp.), olmo (<i>Ulmus</i> spp.), eucalipto (<i>Eucalyptus</i> spp.), caria o pacana (<i>Carya</i> spp.), castaño de indias (<i>Aesculus</i> spp.), tilo (<i>Tilia</i> spp.), arce (<i>Acer</i> spp.), roble (<i>Quercus</i> spp.), plátano (<i>Platanus</i> spp.), álamo (<i>Populus</i> spp.), algarrobo negro (<i>Robinia</i> spp.), árbol de tulipán (<i>Liriodendron</i> spp.) o nogal (<i>Juglans</i> spp.)	
4412.34.00.00	-- Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas, no especificadas en la subpartida 4412.33	
4412.39.00.00	- - Las demás, con las dos hojas externas de madera de coníferas	
	- Madera chapada estratificada (llamada «LVL»):	
4412.41.00.00	- - Que tenga, por lo menos, una hoja externa de maderas tropicales	

4412.42.00.00	- - Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	
4412.49.00.00	- - Las demás, con las dos hojas externas de madera de coníferas	
	-Tableros denominados «blockboard», «laminboard» y «battenboard»:	
4412.51.00.00	- - Que tengan, por lo menos, una hoja externa de maderas tropicales	
4412.52.00.00	- - Los demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	
4412.59.00.00	- - Los demás, con las dos hojas externas de madera de coníferas	
	- Las demás:	
4412.91.00.00	- - Que tengan, por lo menos, una hoja externa de maderas tropicales	
4412.92.00.00	- - Las demás, que tengan, por lo menos, una hoja externa de madera distinta de la de coníferas	
4412.99.00.00	- - Las demás, con las dos hojas externas de madera de coníferas	
Nota: La información contenida en esta tabla se utilizará para los procesos de notificación del presente reglamento técnico ecuatoriano. Las instituciones del Estado, en función de sus competencias, podrán verificar el cumplimiento de los productos objeto de aplicación del presente reglamento técnico ecuatoriano, que se hayan importado o comercializado de conformidad con el Arancel del Ecuador vigente, considerando que, al momento de la verificación, por efecto de las actualizaciones de dicho Arancel, pudieran existir modificaciones en las subpartidas previamente descritas.		

3. DEFINICIONES

Para efectos de aplicación del presente reglamento técnico ecuatoriano se adoptan las definiciones contempladas en la norma NTE INEN 900 y, las que a continuación se detallan:

3.1 Certificado de conformidad. Documento emitido conforme a las reglas de un esquema o sistema de certificación, en el cual se puede confiar razonablemente que un producto, proceso o servicio debidamente identificado está conforme con un reglamento técnico, norma técnica u otra especificación técnica o documento normativo específico.

3.2 Comercializador o distribuidor. Persona natural o jurídica que de manera habitual vende o provee, al por mayor o menor, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

3.3 Consumidor. Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.

3.4 Chapa (lámina). Hoja delgada de madera, de espesor uniforme obtenida por desenrollado o rebanado y que se emplea en la fabricación de enchapes o de tableros contrachapados.

3.5 Embalaje. Acondicionamiento de la mercancía para proteger las características y la calidad de los productos (mercancías) que contiene durante su manipulación, transporte y almacenamiento.

3.6 Empaque o envase. Es la unidad primaria de protección del producto (mercancía), la cual es acondicionada luego dentro del embalaje.

3.7 Etiqueta. Material escrito, impreso o gráfico fijado, aplicado, adherido, soplado, formado o moldeado, repujado o mostrado en el producto o en su empaque o envase, o adyacente a éste, que contenga cualquier producto, con el propósito de marcar, identificar, o dar alguna información del producto o del contenido del envase o empaque.

3.8 Etiquetado o rotulado. Acción de colocar o fijar la etiqueta en algún sitio visible del cuerpo del producto o de su envase o empaque.

3.9 Importador. Persona natural o jurídica que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

3.10 Inspección. Examen de un producto proceso, servicio, o instalación o su diseño y determinación de su conformidad con requisitos específicos o, sobre la base del juicio profesional, con requisitos generales.

3.11 Límite aceptable de calidad (AQL). Nivel de calidad que es el peor promedio tolerable del proceso cuando se envía una serie continua de lotes para muestreo de aceptación.

3.12 Marca. Cualquier signo que sea apto para distinguir productos en el mercado.

3.13 Marcado. Información aplicada permanentemente a un producto.

3.14 Organismo Acreditado. Organismo de evaluación de la conformidad que ha demostrado competencia técnica a una entidad de acreditación, para la ejecución de actividades de evaluación de la conformidad, a través del cumplimiento con normativas internacionales y exigencias de la entidad de acreditación.

3.15 Organismo Designado. Laboratorio de ensayo, Organismo de Certificación u Organismo de inspección, que ha sido autorizado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) conforme lo establecido por la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, para que lleve a cabo actividades específicas de evaluación de la conformidad.

3.16 Organismo Reconocido. Es un organismo de evaluación de la conformidad con competencia en pruebas de ensayo o calibración, inspección o certificación de producto, acreditado por un Organismo de Acreditación que es firmante del Acuerdo de Reconocimiento Multilateral (MLA) de IAF o del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo (MRA) de la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC), según corresponda.

3.17 País de origen. País de fabricación, producción o elaboración del producto.

3.18 Productores o fabricantes. Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3.19 Proveedor. Persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.

3.20 Tableros contrachapados. Producto constituido por tres o más chapas de madera, unidas con cola y colocadas corrientemente de modo que las fibras de cada una formen ángulo recto con las fibras de la contigua, para lograr una constitución equilibrada.

4. REQUISITOS

4.1 Requisitos de producto. Los productos objeto del presente reglamento técnico ecuatoriano deben cumplir con los requisitos establecidos en la Tabla 1; o, Tabla 2.

Tabla 1. Requisitos basados en normas EN

Producto	Norma de requisitos y ensayos	Numeral de requisito
Tableros de madera contrachapada de uso general (utilización no estructural).	EN 315; y,	3 Contenido de humedad de los tableros
		4 Tolerancias para la longitud y la anchura
		5 Tolerancias para el espesor
	EN 636	6.3 Emisión de formaldehído
		6.2. Propiedades mecánicas 6.2.1 Utilización general (aplicación no estructural)
Tableros de madera contrachapada de uso estructural o construcción.	EN 315; y,	3 Contenido de humedad de los tableros
		4 Tolerancias para la longitud y la anchura
		5 Tolerancias para el espesor
	EN 636	6.3 Emisión de formaldehído
		6.2. Propiedades mecánicas 6.2.2 Utilización estructural

Tabla 2. Requisitos basados en norma NTE

Producto	Norma de requisitos	Numeral de requisito	Norma de ensayos
Tableros de madera contrachapada	NTE INEN 900	5.6 Resistencia al esfuerzo de cizallamiento	NTE INEN 900 (5.6)
		5.5 Humedad de tablero terminado	NTE INEN 896
		5.7.2 Largo y ancho (Tolerancias)	EN 324-1
		5.7.1 Espesor (Tolerancias)	EN 324-1
		5.8 Los niveles de Emisión de formaldehído	ISO 12460-4; o,
			ASTM E1333; o,
			NTE INEN 900 (5.8)

4.2 Métodos de ensayo. Los métodos de ensayo utilizados para la demostración de la conformidad deben ser los establecidos en la Tabla 1 y 2 del presente reglamento técnico ecuatoriano o los métodos equivalentes publicados en normas internacionales, regionales o nacionales, emitidos por organizaciones técnicas reconocidas.

5. REQUISITOS DE ENVASE, EMPAQUE Y ROTULADO O ETIQUETADO

5.1 MARCADO

5.1.1 El rotulado de los productos sujetos del presente reglamento técnico ecuatoriano se debe marcar directamente en el producto en un lugar visible que permita su identificación. La información del marcado debe presentarse con caracteres legibles, en idioma español, sin perjuicio de que además, se pueda presentar en otros idiomas.

5.1.2 El marcado del producto debe contener como mínimo la información detallada a continuación:

5.1.2.1 Marca o nombre comercial o nombre del fabricante

5.1.2.2 Identificación de lote

5.1.2.3 Medidas nominales en milímetros

5.1.2.4 Características de tablero:

a) Tipo de tablero y grado en conjunto con la clase de madera empleada (si es decorativa) como indica el segundo y tercer ítem del numeral 7.1 de la norma NTE INEN 900; o,

b) La letra correspondiente a la utilización prevista: "S" para utilización estructural o "NS" para uso general (utilización no estructural) y la clase de emisión de formaldehído, de acuerdo a la norma EN 636 en el ítem tercero y cuarto del numeral 12.2.

5.1.2.5 País de origen en español o inglés

5.2 Adicionalmente, para la comercialización, los productos objeto del presente reglamento técnico ecuatoriano deben contener la siguiente información (ver nota¹):

5.2.1 Marca o nombre comercial o nombre del fabricante, y el número de Registro Único de Contribuyente (RUC) del fabricante o del importador.

6. REFERENCIA NORMATIVA

6.1 ISO 2859-1:2026, *Sampling procedures for inspection by attributes — Part 1: Sampling schemes indexed by acceptance quality limit (AQL) for lot-by-lot inspection*

6.2 ISO 12460-4: 2016, *Wood-based panels – Determination of formaldehyde release – Part 4: Desiccator method.*

6.3 ISO/IEC 17025:2017, *Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración.*

6.4 ISO/IEC 17050-1:2004, *Evaluación de la Conformidad – Declaración de la conformidad del proveedor. Parte 1: Requisitos Generales.*

6.5 ISO/IEC 17067:2013, *Evaluación de la conformidad. Fundamentos de certificación de productos y directrices aplicables a los esquemas de certificación de producto.*

6.6 EN 315:2001, *Tablero contrachapado. Tolerancias dimensionales.*

6.7 EN 324-1:1994, *Tablero derivados de la madera. Determinación de las dimensiones de los tableros.*

6.8 EN 636:2012+A1:2015, *Tableros contrachapados. Especificaciones.*

6.9 ASTM E1333-22:2022, *Standard Test Method for Determining Formaldehyde Concentration in Air and Emission Rates from Wood Products Using a Large Chamber.*

6.10 NTE INEN 896:2013, *Tablero de madera aglomerada contrachapada y fibras de madera (MDF) Determinación del contenido de humedad.*

6.11 NTE INEN 900:2003, *Tableros de madera contrachapada. Requisitos.*

6.12 NTE INEN 900; Enmienda 1: 2014, *Tableros de madera contrachapada. Requisitos.*

¹**Nota:** Información a incluirse por los fabricantes, importadores o consignatarios directamente o a través de etiquetas en el producto o empaque o envase y no se debe considerar para los procesos de evaluación de la conformidad. Se considera "Fabricante" para los productos nacionales e "Importador" para los productos importados.

6.13 NTE INEN 900; Enmienda 2: 2017, *Tableros de madera contrachapada. Requisitos.*

6.14 NTE INEN 900; Corrigiendo 1: 2019, *Tableros de madera contrachapada. Requisitos.*

7. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

La demostración de la conformidad con los reglamentos técnicos ecuatorianos, mediante la aplicación de Acuerdos de Reconocimiento Mutuo, Convenios de Facilitación al Comercio o cualquier otro instrumento legal que el Ecuador haya suscrito y ratificado con algún país, debe ser evidenciada aplicando las disposiciones establecidas en estos acuerdos. Los fabricantes, importadores, distribuidores o comercializadores deben asegurarse de que el producto cumpla en todo momento con los requisitos establecidos en el presente reglamento técnico ecuatoriano, y los expedientes con las evidencias de tales cumplimientos deben ser mantenidos en poder del fabricante, importador, distribuidor o comercializador por el plazo establecido en la legislación ecuatoriana.

8. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD (PEC)

8.1 De conformidad con lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, previamente a la comercialización de productos nacionales e importados sujetos a reglamentación técnica, deberá demostrarse su cumplimiento a través de un certificado de conformidad de producto expedido por un organismo de certificación de producto acreditado o reconocido por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) ; o, designado en el país por el MPCEI; o, por aquellos que se hayan emitido en relación a los acuerdos vigentes de reconocimiento mutuo con el país.

8.2 Inspección y muestreo. Para verificar la conformidad de los productos con el presente reglamento técnico ecuatoriano, se debe realizar el muestreo de acuerdo con cualquiera de las siguientes opciones:

- Los criterios de muestreo establecidos en la norma técnica aplicada en el numeral 4 del presente reglamento técnico ecuatoriano; o,
- El plan de muestreo establecido en la norma ISO 2859-1, para un nivel de inspección especial S-1, inspección simple normal y un AQL=4%; o,
- Según los procedimientos de muestreo establecidos por el organismo de certificación de producto, acreditado, designado o reconocido.

Los organismos o entidades de control competentes pueden aplicar criterios de inspección o muestreo diferentes a los establecidos en el presente reglamento técnico ecuatoriano, en concordancia a sus procedimientos de control y al ordenamiento jurídico vigente del país.

8.3 Certificado de conformidad de producto, emitido por un organismo de conformidad de producto acreditado, designado o reconocido bajo el presente reglamento técnico ecuatoriano o normativa técnica equivalente. Las equivalencias deben ser validadas por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).

Los fabricantes, importadores o comercializadores de productos contemplados en el campo de aplicación deben demostrar el cumplimiento con los requisitos establecidos en el presente reglamento técnico ecuatoriano o normativa técnica equivalente, a través de la presentación del certificado de conformidad de producto de acuerdo con los esquemas establecidos en la norma ISO/IEC 17067, según las siguientes opciones:

8.3.1 Esquema de Certificación tipo 1b. Este esquema consiste en que una o más muestras representativas de un lote de producto están sujetas a las actividades de evaluación para

determinar su conformidad. Este esquema no requiere vigilancia ya que la certificación solo se refiere al lote del producto; o,

8.3.2 Esquema de Certificación tipo 2. Este esquema consiste en que una o más muestras del producto están sujetas a las actividades de evaluación para determinar su conformidad. La vigilancia incluye la toma periódica de muestras del producto del mercado para someterlas a actividades de evaluación para comprobar que los productos producidos con posterioridad a la certificación inicial cumplen con los requisitos especificados; o,

8.3.3 Esquema de Certificación tipo 3. Este esquema consiste en que una o más muestras del producto están sujetas a las actividades de evaluación para determinar su conformidad. La vigilancia incluye la evaluación periódica del proceso de producción y la toma periódica de muestras del producto desde el punto de producción para someterlas a actividades de evaluación para comprobar que los productos producidos con posterioridad a la certificación inicial cumplen con los requisitos especificados; o,

8.3.4 Esquema de Certificación tipo 4. Este esquema consiste en que una o más muestras del producto están sujetas a las actividades de evaluación para determinar su conformidad. La vigilancia incluye la evaluación periódica del proceso de producción y la toma periódica de muestras del producto desde el punto de producción o del mercado, o de ambos para someterlas a actividades de evaluación para comprobar que los productos producidos con posterioridad a la certificación inicial cumplen con los requisitos especificados; o,

8.3.5 Esquema de Certificación tipo 5. Este esquema consiste en que una o más muestras del producto están sujetas a las actividades de evaluación para determinar su conformidad. La vigilancia incluye la evaluación periódica del proceso de producción o una auditoría del sistema de gestión, o ambas y la toma periódica de muestras del producto desde el punto de producción o del mercado, o de ambos para someterlas a actividades de evaluación para comprobar que los productos producidos con posterioridad a la certificación inicial cumplen con los requisitos especificados.

8.4 Certificado de marca de conformidad de producto, emitido bajo las normas de referencia del reglamento técnico, y que se pueda evidenciar y verificar de forma documental. La marca de conformidad de producto deberá estar en el producto;

8.5 Declaración de conformidad del proveedor según la norma ISO/IEC 17050-1, emitida por el fabricante, importador, distribuidor o comercializador, debe contener la firma, el nombre y la función de la o las personas responsables, que actúan en calidad de emisor.

El emisor de la declaración de conformidad del proveedor se responsabiliza de que se hayan realizado las verificaciones, inspecciones y/o ensayos requeridos en el presente reglamento técnico ecuatoriano, que le han permitido declarar su cumplimiento. Esta declaración y sus documentos de respaldo deben ser reales y auténticos. De faltar a la verdad el emisor asume las consecuencias legales.

8.5.1 La declaración de conformidad del proveedor debe estar sustentada con la presentación de informes de ensayos o certificados de marca de conformidad, de acuerdo con las siguientes alternativas:

8.5.1.1 Informe de ensayos del producto emitido por un laboratorio acreditado o reconocido por el SAE o designado por el MPCEI, que demuestre la conformidad con el presente reglamento técnico ecuatoriano. Se aceptarán informes de ensayo cuya fecha de emisión no debe exceder treinta y seis (36) meses; o,

8.5.1.2 Informe de ensayos del producto emitido por un laboratorio de tercera parte que evidencie competencia técnica según la norma ISO/IEC 17025 y tenga alcance para realizar los ensayos que demuestren la conformidad con el presente reglamento técnico ecuatoriano. Se aceptarán informes de ensayo cuya fecha de emisión no debe exceder treinta y seis (36) meses; o,

8.5.1.3 Certificado de Marca de conformidad de producto, emitido bajo las normas de referencia del reglamento técnico, y que se pueda evidenciar y verificar de forma documental. La marca de conformidad de producto deberá estar en el producto.

8.5.2 A la declaración de conformidad del proveedor se debe adjuntar el informe de rotulado debidamente sustentado con el cumplimiento de los requisitos de etiquetado, marcado e indicaciones para el uso del producto, según corresponda con lo establecido en el presente reglamento técnico, emitido por el fabricante, importador, distribuidor, comercializador u organismo de evaluación de la conformidad.

8.6 Los certificados e informes deben estar en idioma español o inglés, sin perjuicio de que además puedan estar en otros idiomas.

8.7 Los productos que cuenten con Sello de Calidad INEN no están sujetos al requisito de certificado de conformidad para su comercialización.

9. AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN Y/O SUPERVISIÓN

De conformidad con lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, la vigilancia y control será a través del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones; se limitan al cumplimiento de los requisitos exigidos en el presente reglamento técnico ecuatoriano y su respectivo procedimiento de evaluación de la conformidad, por parte de los fabricantes, importadores o comercializadores de los productos sujetos al presente reglamento técnico ecuatoriano.

10. FISCALIZACIÓN Y/O SUPERVISIÓN

10.1 De conformidad al Reglamento General de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones, como organismo rector del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, es competente para implementar el control, la investigación ejecutar políticas y disposiciones relacionadas con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, la seguridad, la protección de la vida, la preservación del medio ambiente, la salud humana, animal y vegetal en favor de los consumidores y usuarios, en el mercado nacional.

10.2 Con el propósito de desarrollar y ejecutar actividades de vigilancia del mercado, la Ministra o el Ministro de Producción, Comercio Exterior e Inversiones podrá disponer a las instituciones que conforman el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, elaboren los respectivos programas de evaluación de la conformidad en el ámbito de sus competencias, ya sea de manera individual o coordinada entre sí.

10.3 Las autoridades de fiscalización y/o supervisión ejercerán sus funciones de manera independiente, imparcial y objetiva, y dentro del ámbito de sus competencias.

10.4 Las autoridades de control y vigilancia de conformidad a la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás normativa aplicable, se reservan el derecho a requerir al fabricante, importador, distribuidor o comercializador, la información asociada a los certificados o declaraciones de conformidad, esto incluye informes de ensayo, informes de inspección o informes de rotulado que evidencien del cumplimiento de los requisitos según corresponda y que sustente la demostración de la conformidad de los productos objeto del presente Reglamento Técnico Ecuatoriano.

11. RÉGIMEN DE SANCIONES

11.1 Los fabricantes, importadores, o comercializadores que por acción u omisión incumplan con lo establecido en el presente reglamento técnico ecuatoriano incurrirán en las infracciones previstas en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y su Reglamento.

11.2 El régimen de sanciones se encuentra previsto en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad; las sanciones serán determinadas según el riesgo que implique para los consumidores y la gravedad del incumplimiento.

12. REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL REGLAMENTO TÉCNICO

Con el fin de revisar las disposiciones del presente reglamento técnico ecuatoriano en un plazo no mayor a cinco (5) años contados a partir de la fecha de su entrada en vigencia, los organismos y entidades reguladoras competentes emitirán las directrices y de ser necesario realizarán un análisis de impacto regulatorio de conformidad a la normativa legal vigente, que permita al Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN formular la propuesta respectiva, sobre la base de las buenas prácticas regulatorias y la legislación ecuatoriana vigente.





Mgs. Jaqueline Vargas Camacho
DIRECTORA (E)

Quito:
Calle Mañosca 201 y Av. 10 de Agosto
Atención ciudadana
Telf.: 3941-800
Ext.: 3134

www.registroficial.gob.ec

MG/AM

El Pleno de la Corte Constitucional mediante Resolución Administrativa No. 010-AD-CC-2019, resolvió la gratuidad de la publicación virtual del Registro Oficial y sus productos, así como la eliminación de su publicación en sustrato papel, como un derecho de acceso gratuito de la información a la ciudadanía ecuatoriana.

"Al servicio del país desde el 1º de julio de 1895"

El Registro Oficial no se responsabiliza por los errores ortográficos, gramaticales, de fondo y/o de forma que contengan los documentos publicados, dichos documentos remitidos por las diferentes instituciones para su publicación, son transcritos fielmente a sus originales, los mismos que se encuentran archivados y son nuestro respaldo.