

Anuario de exportaciones
**DEL SECTOR
ASOCIATIVO
Y COMERCIO
JUSTO**

2018

Iván Ontaneda Berrú
Ministro de Producción, Comercio
Exterior, Inversiones y Pesca

Manuel Navia Carofilis
Viceministro de Promoción de
Exportaciones e Inversiones

Veronica Virginia Chavez Man Ging
Subsecretaria de Promoción de
Exportaciones

Daniel Salazar Andrade Coordinador
de Promoción de Exportaciones e
Inversiones en el Exterior

Pedro Álvarez Mendoza
Director de Inteligencia de Negocios

Verónica Narcisa Andrade Herrera
Directora de Balcón de Servicios

Raúl Farías Bohórquez
Unidad de Comercio Inclusivo

Claudia Ugarte López
Directora de Marketing Estratégico

Mauricio Gabino Galindo Castro
Director de Comunicación Social

Jorge Cevallos Chóez
Diseño y Diagramación



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	4
ENTREVISTA A EXPORTADOR DESTACADO: AGROCOEX	5
PRODUCTORES Y PRODUCTOS DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA (EPS) Y COMERCIO JUSTO EN ECUADOR	6
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	8
PRINCIPALES PRODUCTOS	9
PRINCIPALES DESTINOS	11
EXPORTACIONES DE COMERCIO JUSTO	12
PRINCIPALES PRODUCTOS	12
PRINCIPALES DESTINOS	14
ENTREVISTA: LA EMPRESA PRIVADA EN EL COMERCIO JUSTO	16
TRABAJO DE PRO ECUADOR CON LA EPS Y COMERCIO JUSTO EN EL AÑO 2018	18
BOLETÍN DE INTELIGENCIA COMERCIAL: TENDENCIAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN FRANCIA	19
CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO: REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS	20
PASOS PARA OBTENER UNA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO	20

PRESENTACIÓN



La nueva edición del anuario de exportaciones del sector asociativo y Comercio Justo tiene buenas noticias. Las ventas al exterior de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria no se detienen. En 2018, crecieron un 12 % en comparación al 2017, representando el 3 % de las exportaciones del país.

Durante los meses de 2018, las exportaciones de Comercio Justo se mantuvieron en un valor por encima de los 140 millones de dólares, cifra similar a la de 2017, debido a un ajuste en la metodología del cálculo de las ventas al exterior de este sector. Lo que se destaca es el incremento en la cantidad de exportadores, de 34 en 2017 se pasó a 54 organizaciones de pequeños productores y empresas de capital privado, que realizaron ventas al exterior, beneficiando directamente a más de 35 mil agricultores y artesanos.

Una tendencia cada vez más visible es el interés de la empresa privada en la certificación Fair Trade. En 2018, el número de compañías limitadas, sociedades anónimas y personas naturales ascendió a 46, es decir 11 más que en 2017. Si continúa la tendencia, este grupo de exportadores y proveedores superará a las organizaciones de pequeños productores (47 en 2018.) Los principales productos que se internacionalizaron fueron banano, flores, cacao en grano, café y agroindustria.

El crecimiento de empresas certificadas nos llevó, en esta edición, a conversar con Diego Espinosa, gerente de la empresa Agrocoex S.A., exportadora de flores desde hace 27 años, quien nos comentó los motivos para obtener la certificación de Comercio Justo y los logros alcanzados. También tuvimos la oportunidad de entrevistar al experto en Fair Trade, Marco Coscione, quien nos dio a conocer su visión del impacto, ventajas y desventajas en los mercados de comercio justo, que un mayor número de empresas comercializadoras y transnacionales accedan a sellos sociales.

Desde el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y PRO ECUADOR trabajamos en el desarrollo sustentable de las exportaciones ecuatorianas, garantizando el respeto a nuestros trabajadores, artesanos y agricultores. Las fuentes de trabajo pueden venir de la empresa privada o de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS). Nuestro objetivo es ofrecerles oportunidades de negocios y de trabajo.

IVÁN ONTANEDA BERRÚ

Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca



ENTREVISTA A EXPORTADOR DESTACADO: AGROCOEX

Diego Espinosa es el gerente general de Agrocoex S.A., una empresa familiar con 27 años en la producción y exportación de rosas, un negocio con visión social que impulsa acciones en beneficio de sus trabajadores y las comunidades aledañas a sus plantaciones.

¿Cómo se integra Agrocoex al Comercio Justo?

Al ser una empresa familiar con vocación agrícola, nuestra filosofía ha sido producir con mucha conciencia ambiental y social, siendo promotores del desarrollo en la Sierra. Fuimos buscando alternativas, así en 1990 conseguimos una certificación internacional que nos permitió iniciar una producción sostenida en aspectos ambientales y sociales, que conecta al productor con el consumidor.

¿Cuál es su visión y quiénes son los actores que se benefician a través de su producción?

Hace 27 años empezamos con 1 hectárea de rosas y fuimos creciendo de a poco, al reinvertir los recursos generados. Hoy contamos con tres fincas: dos en Cotopaxi, una en Pichincha y más de 250 empleados, que viven en las comunidades aledañas a las plantaciones y reciben los beneficios del Fair Trade, entre ellos el 10 % de la venta FOB. Este valor es invertido por los trabajadores en proyectos de su elección, que contemplan servicios de lavandería, asistencia médica y odontológica, centros de cómputo e incluso el acceso a crédito para financiar la construcción de sus viviendas, en una urbanización con servicios modernos como soterrado de cables, separación de aguas servidas y aguas lluvia. Estos proyectos mejoran su calidad de vida.

Nombre: Diego Espinosa

Cargo: Gerente general

Organización: Agrocoex S.A. World Friendly

Actores involucrados: Más de 250 trabajadores contratados.

Principales productos: Flores, actualmente cuentan con 35 ha de plantación

Principales mercados: Estados Unidos, Rusia, Holanda y Canadá.

¿En qué se diferencia su producción?

Nos diferencia la calidad. Contamos con sellos de diferenciación internacionales, siendo Fair Trade el más importante. Sin embargo, el punto fundamental es una calidad traducida en tallos más largos, colores brillantes y botones más grandes, que resultan al producir a 3000 metros sobre el nivel del mar. Además de la altitud y latitud, propias de nuestra geografía, los ecuatorianos tenemos actitud para producir flores de calidad.

¿Cómo han logrado posicionar sus productos en el mercado internacional?

Nuestra estrategia consiste en la renovación permanente de variedades de rosas. Para acceder a los mercados europeos debemos tener una constante renovación. Es así que nosotros tenemos más de 100 variedades distintas de rosas. Esto sumado a la participación permanente en ferias internacionales, visitamos a nuestros principales clientes.

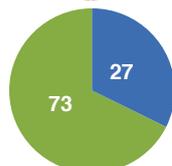
¿Cuál ha sido el acompañamiento y apoyo de Pro Ecuador?

Desde hace varios años, Pro Ecuador ha facilitado nuestra participación en ferias internacionales y el establecimiento de contactos con clientes, a través de redes de negocios. Recientemente tuvimos una participación destacada en una feria en Shanghái-China y hace pocas semanas enviamos un embarque, gracias a la promoción directa de Pro Ecuador, para su comercialización en la plataforma de comercio electrónico Alibaba.

¿Cómo se proyecta el Comercio Justo en el país?

Definitivamente, Ecuador es un país productor con una amplia oferta de productos que son requeridos, cada vez más, por países del hemisferio norte y esto representa mayores y nuevas posibilidades para el Comercio Justo. Para ello, es necesario reforzar una promoción que abra las puertas de más mercados a nuestra producción nacional.

PRODUCTORES Y PRODUCTOS DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EPS Y COMERCIO JUSTO EN ECUADOR



■ COMERCIO JUSTO
■ SIN CERTIFICACIÓN

Las organizaciones EPS que exportaron sus productos en 2018 alcanzaron un número de 73, presentando crecimiento del 17 %, en comparación al período anterior (2017), que registró una cantidad correspondiente a 62. Este crecimiento sostenido en los últimos años son el reflejo de cada vez un mayor nivel de preparación por parte de los pequeños productores del Ecuador para llegar a mercados del exterior.

En 2018, los exportadores EPS certificados Comercio Justo se mantuvieron en un número de 19, en relación con 2017. Este valor refleja que, a pesar que el número total de asociaciones que vendieron sus productos al exterior incrementó (73), ninguno más lo hizo en mercados Fair Trade. La principal razón es que, cada vez más, las organizaciones de pequeños productores se arriesgan desde el inicio a comercializar sus productos en mercados convencionales, principalmente en el sector banano y no están dispuestos a incurrir en los costos del sello social.

Regiones



1. La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria – SEPS – es el organismo público que regula al sector asociativo productivo y financiero en el país.

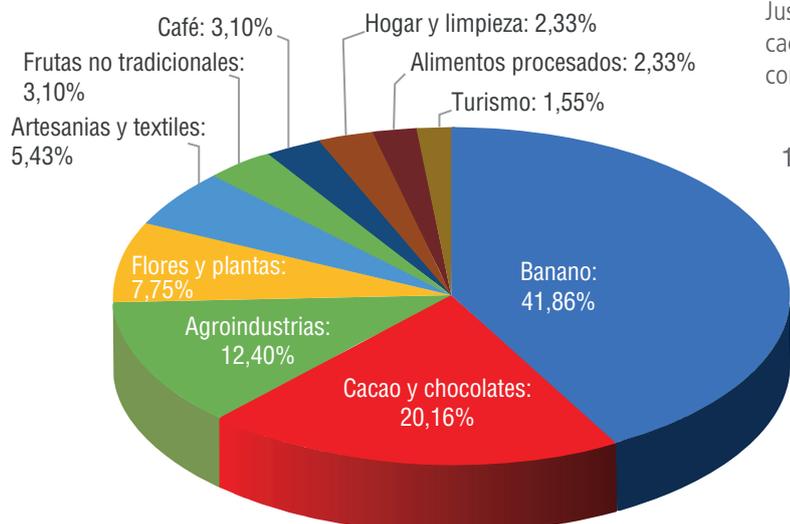


TIPO	EXPORTA	NO EXPORTA	TOTAL
ORGANIZACIONES EPS	19	28	47
EMPRESAS PRIVADAS	35	11	46
TOTAL	54	39	93

En 2018, el total de exportadores de Comercio Justo alcanzó un número de 54, al igual que en 2017, divididos en 19 organizaciones de pequeños productores y 35 empresas privadas.

Si se compara el número total de exportadores (54), con el total de organizaciones EPS y empresas privadas de Comercio Justo certificadas (93), la diferencia la constituyen 28 organizaciones de pequeños productores y 11 empresas privadas o personas naturales que trabajan como proveedores de los exportadores que utilizan el sello.

CERTIFICADOS COMERCIO JUSTO SEGÚN SECTOR



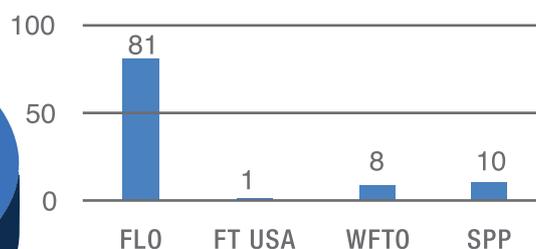
Fuente: FLO Internacional, WFTO, Sello SPP, IMO
 Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, PROECUADOR

El Comercio Justo en el Ecuador trabaja con cuatro sellos: FLO (Fair Trade Labelling Organization), Fair Trade USA, el Sello de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés) y el Símbolo de Pequeños Productores (SPP).



El principal sello de Comercio Justo utilizado en el Ecuador por los exportadores y sus proveedores es FLO (81). Adicionalmente existen 9 organizaciones EPS y empresas que cuentan con dos o más certificaciones Fair Trade.

El banano es el principal sector certificado Comercio Justo, con 54 exportadores y proveedores, seguido por cacao y chocolates (26) y productos de la agroindustria como caña de azúcar, quinua y otros.





En Ecuador, las exportaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y Comercio Justo benefician directamente a más de 35 mil productores y artesanos, e indirectamente a más de 250 mil personas.

PRODUCTORES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Productores vinculados a exportaciones de organizaciones de pequeños productores	12.544	18.679	31.223
Productores vinculados a exportaciones de empresas privadas	1.625	2.209	3.834
TOTAL	14.169	20.888	35.057

Fuente y Elaboración: Dirección de Balcón de Servicios, PROECUADOR

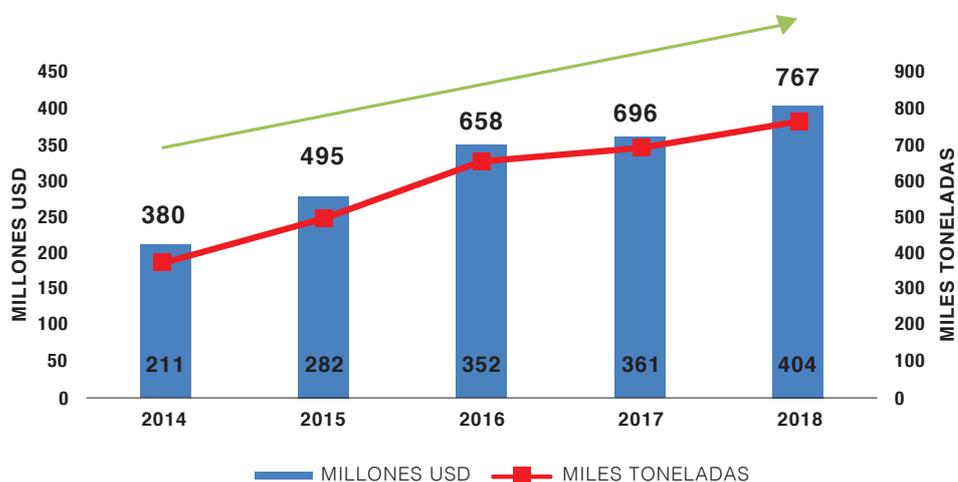
EXPORTACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES:

Desde 2014, las exportaciones de actores de Economía Popular y Solidaria (EPS) han estado en constante crecimiento, alcanzando una tasa promedio anual del 17,55 % en dólares y 19,22 % en toneladas. En 2018, se registró un valor exportado de USD 404 millones, que representaron 767 mil toneladas, esto fue 11,95 % y 10,31 % más que el exportado en 2017, respectivamente. El sector popular y solidario ha ganado importancia en las exportaciones no petroleras del Ecuador, mientras que en 2014 representaban el 1,70 % del valor exportado por el país, en 2018 este porcentaje se incrementó a 3,15 %.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL 2014 - 2018 / USD: 17.55% TON 19.55%



Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

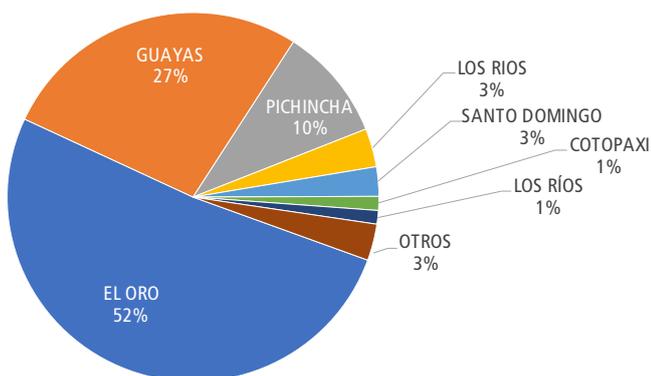


Exportaciones por provincia

La provincia de El Oro registra el valor más alto de exportaciones EPS con el 51,39 % de participación en 2018, seguido por Guayas con 27,14 % y Pichincha con 9,91 %.

Exportaciones EPS por provincia Miles USD.

Exportaciones EPS por provincia Miles USD	
EL ORO	207.402
GUAYAS	109.537
PICHINCHA	39.987
LOS RÍOS	13.598
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	10.399
COTOPAXI	4.932
LOS RÍOS	4.811
ESMERALDAS	2.783
LOJA	2.484
AZUAY	2.204
BOLÍVAR	1.698
MANABÍ	1.419
ZAMORA CHINCHIPE	971
CHIMBORAZO	611
MANABÍ	220
IMBABURA	185
MORONA SANTIAGO	129
NAPO	116
CAÑAR	86
PASTAZA	17

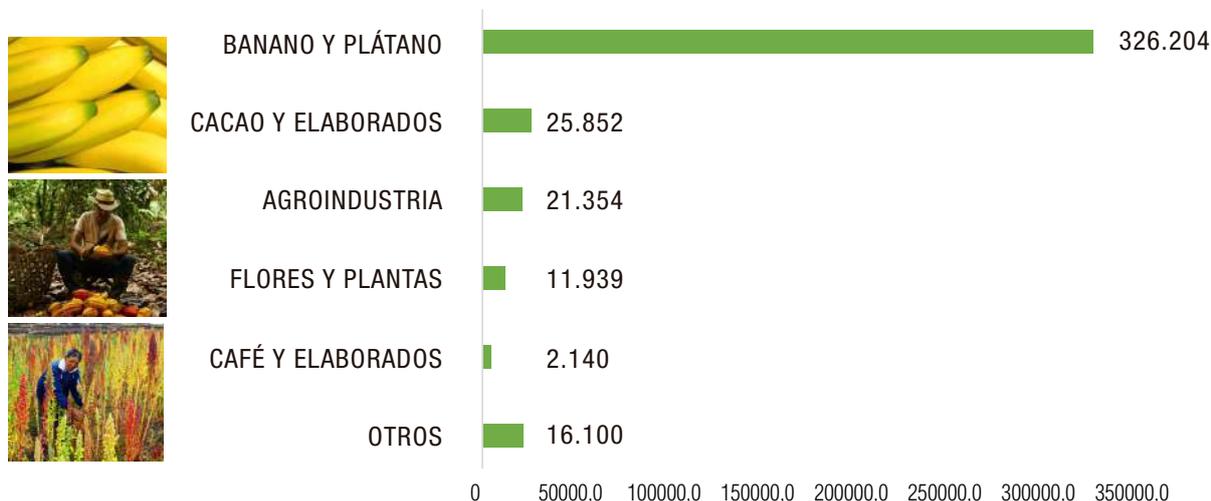


Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E // Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

PRINCIPALES PRODUCTOS:

A nivel de sectores, el banano y plátano representan el mayor volumen de ventas en este sector, siendo el 80,83 % del total exportado en 2018, seguido por cacao y elaborados con 6,41 % y agroindustria con 5,29 %.

EXPORTACIONES DE EPS POR SECTOR - MILES USD



Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP



A nivel de subpartidas (10 dígitos), en 2018 se exportaron en total 119 productos, siendo "banano fresco no orgánico tipo Cavendish Valery" el principal, pues representó 72,87 %, equivalente a USD 294.906 miles y el 87,81 % en peso (673.829 TM). "Banano fresco orgánico certificado" fue el segundo mayor producto de exportación con 7,05 %, en valor USD 28.459 miles y el 5,47 % en peso (42.008 TM). Otros productos de EPS exportados fueron cacao en grano, aceite de palma, fibras de abacá, rosas frescas, entre otros.

Exportaciones EPS por producto

EXPORTACIONES DE EPS POR SUBPARTIDA						
SUBPARTIDA - PRODUCTO	UNIDADES	2016	2017	2018		
0803.90.11.90*	BANANO FRESCO TIPO "CAVENDISH VALERY", NO ORGÁNICO	MILES USD	240,451	241,485	294,096	
		TONELADAS	555,446	565,500	673,829	
0803.90.11.10*	BANANO FRESCO TIPO "CAVENDISH VALERY", ORGÁNICO CERTIFICADO	MILES USD	28,948	43,536	28,459	
		TONELADAS	43,911	67,085	42,008	
1801.00.19.90*	CACAO EN GRANO CRUDO, NO PARA SIEMBRA, NO ORGÁNICO	MILES USD	15,307	18,698	23,970	
		TONELADAS	5,844	8,246	9,757	
1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	MILES USD	21,995	29,656	16,013	
		TONELADAS	32,037	42,521	26,021	
5305.00.11.00	FIBRAS EN BRUTO DE COCO, ABACÁ O DEMÁS FIBRAS TEXTILES	MILES USD	12,887	10,051	10,399	
		TONELADAS	6,145	4,713	4,165	
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS	MILES USD	3,459	4,773	7,434	
		TONELADAS	483	210	207	
0603.12.90.00	DEMÁS CLAVELES FRESCOS	MILES USD	-	1	4,505	
		TONELADAS	-	0.2	4	
7112.91.00.00	DESPERDICIOS DE ORO O CHAPADO DE ORO	MILES USD	-	-	2,540	
		TONELADAS	-	-	0.1	
0803.90.12.00	BANANO BOCADILLO (ORITO) FRESCO	MILES USD	1,228	1,616	2,073	
		TONELADAS	1,703	2,001	2,322	
0901.11.90.10*	CAFÉ ARÁBIGO SIN TOSTAR	MILES USD	945	1,801	1,928	
		TONELADAS	246	322	345	
OTROS PRODUCTOS		MILES USD	26,715	8,905	12,171	
		TONELADAS	11,695	5,001	8,669	
TOTAL		MILES USD	351,936	360,522	403,588	
		TONELADAS	657,512	695,599	767,328	

* Valores 2016 son datos obtenidos por proceso de correlación

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP



PRINCIPALES DESTINOS:



En total, se registraron 77 destinos de las exportaciones de EPS en 2018. El principal país fue Italia, importante mercado que se ha recuperado en el último año, representando el 32,77 % del total de ventas al exterior en ese año (crecimiento del 15,11 % respecto de 2017).

Otros principales destinos fueron Estados Unidos, Rusia, Turquía, Países Bajos, Irak, Arabia Saudita y Emiratos Árabes, los cuales, en conjunto, representaron el 70,57% en 2018. El detalle completo se muestra en el siguiente cuadro.

Principales destinos de las exportaciones EPS ecuatorianas.

PAÍS	2017	2018	PRINCIPALES PRODUCTOS
ITALIA	114.904	132.265	BANANO, CACAO, ENDULZANTES, ROSAS
ESTADOS UNIDOS	31.739	35.935	BANANO, ROSAS, CACAO, ANFIBIOS, CLAVELES
RUSIA	20.490	29.805	BANANO, CLAVELES, PLÁTANOS
TURQUÍA	14.570	26.282	BANANO
PAÍSES BAJOS	21.833	20.951	CACAO, BANANO, ACEITE DE PALMA, CLAVELES
IRAK	6.881	18.594	BANANO
ARABIA SAUDITA	4.533	12.106	BANANO, ROSAS
EMIRATOS ARABES	807	8.855	BANANO, ROSAS
COLOMBIA	20.306	7.767	ACEITE DE PALMA
KUWAIT	463	7.694	BANANO, CLAVELES
ALEMANIA	13.329	7.317	CACAO, BANANO, CAFÉ, ENDULZANTES
REINO UNIDO	9.003	7.029	FIBRAS DE ABACÁ, BANANO, QUINUA
CHINA	2.953	5.985	BANANO, MINERALES DE ORO, SOMBREROS
ESPAÑA	3.507	5.298	ACEITE DE PALMA, ENDULZANTES, CLAVELES
BÉLGICA	11.560	5.260	BANANO, CACAO

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

EXPORTACIONES DE COMERCIO JUSTO

El consumo de productos de Comercio Justo aumenta cada año. En la actualidad, estos ya no son solo reconocidos en países del hemisferio norte sino en todo el mundo. Según datos de Fairtrade Internacional, en 2017 se registró un crecimiento del 8% en ventas mundiales, contabilizando un total de USD 9,60 mil millones (1)

1 EUR 8.50 mil millones y una tasa de conversión de 0.885 euros por dólar.

En la siguiente tabla se muestran los precios mínimos y las primas para los principales productos de Comercio Justo, exportados por Ecuador. La lista completa de precios se encuentra en el siguiente enlace:

<https://www.fairtrade.net/es/standards/price-and-premium-info.html>

Precios mínimos y primas para productos de Comercio Justo

PRODUCTO	VARIEDAD	UNIDAD	PRECIO MÍNIMO FOB	PRIMA FAIR TRADE
AZÚCAR DE CAÑA	ORGÁNICO, EN BRUTO	USD/TON	PRECIO COMERCIAL	80,00
AZÚCAR DE CAÑA	CONVENCIONAL EN BRUTO	USD/TON	PRECIO COMERCIAL	60,00
AMARANTO	ORGÁNICO	USD/TON	PRECIO COMERCIAL	15% PRECIO COMERCIAL
AMARANTO	CONVENCIONAL	USD/TON	PRECIO COMERCIAL	15% PRECIO COMERCIAL
BANANO	ORGÁNICO	USD/18,14 KG	12,10	1,00
BANANO	CONVENCIONAL	USD/18,14 KG	9,20	1,00
CACAO	GRANO ORGÁNICO	USD/TON	2.300,00	200,00
CACAO	GRANO ORGÁNICO (OCT/2019)	USD/TON	2.300,00	240,00
CACAO	GRANO CONVENCIONAL	USD/TON	2.400,00	200,00
CACAO	GRANO CONVENCIONAL (OCT/2019)	USD/TON	2.400,00	240,00
CAFÉ	ARÁBIGO CONVENCIONAL	USD/LIBRA	1,35	0,20
CAFÉ	ROBUSTA CONVENCIONAL	USD/LIBRA	1,01	0,20
FLORES	CONVENCIONAL	USD/TALLO		10% PRECIO COMERCIAL
QUINUA	ORGÁNICO	USD/TON	2.600,00	260,00
QUINUA	CONVENCIONAL	USD/TON	2.250,00	260,00

Fuente: Fairtrade Internacional

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

Se estima que las exportaciones de Comercio Justo de Ecuador en 2018 fueron de aproximadamente USD 144.031 miles, lo que significa una leve disminución del 3,4% respecto de 2017. La disminución se debió esencialmente por un ajuste en el método de cálculo de las ventas registradas por las empresas del sector privado.

Exportaciones de Comercio Justo de Ecuador

MILES USD	
EMPRESA PRIVADA*	89.936
ORGANIZACIONES EPS	54.095
TOTAL ESTIMADO EXPORTACIONES	144.031

* Para el cálculo de estos valores se consideraron las exportaciones de empresas y asociaciones con sello de Comercio Justo, filtrando destinos y productos considerados realmente de este tipo, además de información proporcionada por las empresas a Pro Ecuador.

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

Principales productos

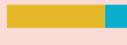
El 90 % de los productores mundiales de Comercio Justo se agrupa en la producción de algodón, azúcar, banano, cacao, café, flores y té. Banano es el principal producto de Comercio Justo que se consume en el mundo, con un total de 641.727 toneladas vendidas en 2017, esto representa un crecimiento del 10,8 % respecto de 2016, liderado por las importaciones en Reino Unido, Alemania, Suiza y Países Bajos.

Cacao en grano registró el mayor crecimiento entre los productos de Comercio Justo, con un destacado incremento del 56,9%, si bien la mayor parte de las ventas provienen de Ghana y Costa de Marfil, los productores latinoamericanos también registraron crecimientos considerables.

Docenas de otros productos cuentan con la certificación Fair Trade, que contempla arroz, uvas de vino, quinua, nueces, especias e incluso pelotas deportivas y proporciona un mejor intercambio comercial a miles de agricultores y trabajadores. En 2017, se introdujeron siete nuevos productos, entre ellos las coles de Bruselas.

https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/annual_reports/2017-18_FI_AnnualReport.pdf



VOLUMEN ESTIMADO DE PRODUCTOS VENDIDOS MUNDIALMENTE DE COMERCIO JUSTO									
PRODUCTO	UNIDAD	2015	2016	2017	VARIACIÓN 2017-2016	COMÚN			ORGÁNICO
ALGODÓN (FIBRA)*		TONELADAS	7,943	8,125	8,311	N/D	27%		73%
AZÚCAR (DE CAÑA)		TONELADAS	122,617	159,402	207,222	30.00%	77%		23%
BANANO		TONELADAS	522,551	579,081	641,727	10.82%	38%		62%
CACAO (GRANO)		TONELADAS	87,107	136,743	214,662	56.98%	85%		15%
CAFÉ (GRANO)		TONELADAS	161,269	185,819	214,106	15.22%	43%		57%
FLORES		1,000 TALLOS	823,490	829,101	834,750	0.68%	100%		0%
TÉ		TONELADAS	13,705	12,123	10,724	-11.54%	71%		29%

*La fuente de la cifra del volumen de ventas de algodón aquí reportada es diferente del año anterior, por lo tanto, no es posible una comparación directa.

El volumen de estos siete productos agrupa aproximadamente el 90% de los productores de comercio justo

Fuente: Fairtrade Internacional

Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

En cuanto a las exportaciones de Comercio Justo de Ecuador, banano es el principal producto ofertado, con ventas totales por USD 80.090 miles en 2018, de las cuales aproximadamente el 28,50% fueron bananos orgánicos certificados. Otros productos importantes contemplan flores, con USD 42.004 miles y cacao con USD 14.598 miles.

PRODUCTO PRINCIPAL CLASIFICACIÓN BCE	MILES USD TOTAL EXPORTACIONES		EXPORTACIONES COMERCIO JUSTO	
	2017	2018	2017	2018
BANANO	2.957.572	3.102.776	76.448	80.090
FLORES NATURALES	881.462	851.931	48.684	42.004
CACAO	58.8416	664.465	16.624	14.598
ELABORADOS DE CACAO	100.574	113.392	806	1.955
CAFÉ LAVADO	15.555	11.751	1.801	1.928
AZÚCAR	38.327	3.489	1.173	1.183
OTROS PROD. AGRÍCOLAS*	53.164	58.041	1.203	920
PLÁTANO	76.967	93.389	685	677
ELABORADOS DE BANANO	142.447	164.983	368	372
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN CONSERVA**	130.221	146.579	251	167
PRENDAS DE VESTIR	14.913	19.816	-	52
JUGOS Y CONSERVAS DE FRUTAS	11.8928	102.556	23	50
OTROS ALIMENTICIOS***	56.262	48.958	43	12
OTRAS MANUFACTURAS DE METALES	310.612	335.006	-	11
HARINA Y ELABORADOS DE CEREALES	13.350	14.637	12	7
CAFÉ INDUSTRIALIZADO	102.515	69.943	-	3
SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA Y MOCORA	16.305	16.015	-	1
ARTÍCULOS DE MADERA Y CORCHO	41.290	69.472	1	1
EXTRACTOS Y ACEITES VEGETALES	273.934	250.329	917	-

*En comercio justo principalmente quinua

** En comercio justo principalmente frutas deshidratadas

*** En comercio justo principalmente té y hierbas aromáticas

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE - Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR



PRINCIPALES DESTINOS:

En 2017, las ventas mundiales de Comercio Justo registraron un crecimiento del 7,00 %, siendo Reino Unido el principal comprador mundial con aproximadamente USD 2.251.693 miles, seguido por Alemania con USD 1.502.085 miles y Estados Unidos USD 1.121.820 miles. Se registraron crecimientos destacados en el mercado europeo, sobre todo en Irlanda con 25,50%, Luxemburgo con 25,00% y Finlandia con 22,95%.

PAÍS	MILES MONEDA LOCAL			MILES USD*	
	2016	2017	VARIACIÓN 2016 - 2017	2016	2017
ALEMANIA	1.155.121	1.329.345	15,08%	1.283.468	1.502.085
AUSTRALIA / N. ZELANDA	376.583	353.988	-6,00%	280.154	270.014
AUSTRIA	270.000	304.000	12,59%	300.000	343.503
BÉLGICA	134.000	145.000	8,21%	148.889	163.842
CANADÁ	392.215	435.358	11,00%	295.877	332.843
ESPAÑA / PORTUGAL	31.515	35.244	11,83%	35.016	39.824
ESTADOS UNIDOS	1.068.400	1.121.820	5,00%	1.068.400	1.121.820
FINLANDIA	89.939	233.533	22,95%	211.043	263.879
FRANCIA	534.961	561.000	4,87%	594.401	663.898
IRLANDA	272.505	342.000	25,50%	302.783	386.441
ITALIA	10.200	130.032	18,00%	122.444	146.929
JAPÓN	11.361.861	11.816.336	4,00%	104.467	106.358
LUXEMBURGO	10.800	13.500	25,00%	12.000	15.254
NORUEGA	926.000	1.129.720	22,00%	110.267	135.980
PAÍSES BAJOS	268.874	290.384	8,00%	298.749	328.117
REINO UNIDO	1.648.997	1.764.427	7,00%	2.234.413	2.251.693
SUECIA	3.598.162	3.814.052	6,00%	420.322	451.795
SUIZA	627.896	703.244	12,00%	637.329	712.146

*Tasa de cambio promedio anual dada por el CIA World Factbook
Fuente: Fairtrade Internacional – Cia World Factbook
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP



En cuanto a las ventas de Comercio Justo de Ecuador, el principal mercado destino de estas exportaciones es Estados Unidos, registrando USD 44.366 miles en 2018, seguido por los Países Bajos con USD 25.541 miles y en tercer lugar Alemania, con USD 16.432 miles; además destacan crecimientos en mercados como Bélgica y Finlandia, con 52,90% y 1.128,50% respectivamente.

Oferta de Ecuador a países compradores de Comercio Justo

MILES MONEDA LOCAL			
PAÍS	2017	2018	PRINCIPALES PRODUCTOS
ESTADOS UNIDOS	53.073	44.366	BANANO, ROSAS Y CACAO EN GRANO
PAÍSES BAJOS	23.469	25.541	BANANO, CACAO EN GRANO Y ROSAS
ALEMANIA	22.471	16.432	BANANO, CACAO EN GRANO Y ROSAS
ITALIA	8.496	8.792	BANANO, CACAO EN GRANO Y ROSAS
BÉLGICA	5.696	8.706	BANANO, CACAO EN GRANO
SUECIA	8.562	6.882	BANANO Y ROSAS
REINO UNIDO	4.321	5.471	BANANO, ROSAS Y QUINUA
SUIZA	5.612	4.637	ROSAS
FRANCIA	2.581	3.787	ROSAS, CAFÉ VERDE Y BANANO
CANADÁ	3.944	3.545	BANANO, ROSAS Y CACAO EN GRANO
FINLANDIA	253	2.849	BANANO Y ROSAS
NUEVA ZELANDA	3.172	2.674	BANANO Y SEMIELABORADOS DE CACAO
ESPAÑA	2.473	2.542	ROSAS Y EDULCORANTES
JAPÓN	-	1.040	SEMIELABORADOS DE CACAO Y ROSAS
PORTUGAL	496	968	ROSAS Y BANANO
REPÚBLICA CHECA	703	910	ROSAS
NORUEGA	954	841	BANANO
LITUANIA	95	809	ROSAS Y BANANO
GRECIA	44	467	BANANO
AUSTRALIA	628	453	ROSAS Y FRUTAS DESHIDRATADAS
SINGAPUR	-	432	BANANO Y ROSAS
ESTONIA	210	429	CACAO EN GRANO Y ROSAS
RUMANIA	743	428	ROSAS
POLONIA	58	335	ROSAS
DINAMARCA	-	192	BANANO
ESLOVENIA	276	164	ROSAS Y BANANO
LETONIA	548	144	ROSAS
BULGARIA	-	96	BANANO
COREA DEL SUR	-	53	CACAO EN GRANO Y BANANO
AUSTRIA	77	38	ROSAS
ESLOVAQUIA	76	6	ROSAS

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP



ENTREVISTA: LA EMPRESA PRIVADA EN EL COMERCIO JUSTO

Nombre: Marco Coscione

Cargo: Consultor en sostenibilidad para la empresa chilena Gestión Social
Consultor de proyectos, planificación, incidencia y comunicación estratégica; Investigador social; Cientista político licenciado en Ciencias Internacionales (Universidad de Génova, Italia, enero de 2004) y Máster Oficial en América Latina Contemporánea y sus relaciones con la Unión Europea (Universidad de Alcalá, España, julio de 2008).

En 2010, la cadena internacional Starbucks empezó a comprar granos de café certificados Comercio Justo para la elaboración de bebidas en todo el territorio español. Las ventas de más de 2000 millones de dólares de productos Fair Trade en el Reino Unido se explican debido a que marcas como Nescafé cuentan con una línea de productos con el sello social.

La tendencia a que cada vez un mayor número de empresas privadas, entre estas multinacionales, opten por mercados de Comercio Justo tiene sus detractores, quienes mencionan se trata de una estrategia para lavar su imagen y su participación puede volver más flexible el cumplimiento de criterios. A su vez, quienes se encuentran a favor defienden que la entrada de un mayor número de actores genera más conciencia entre los consumidores y mayores oportunidades para los pequeños productores.

En este sentido, Ecuador no se queda atrás y las empresas del sector agropecuario ven con mayor interés el Comercio Justo, y en la actualidad presentan un crecimiento más dinámico que el de las organizaciones de pequeños productores en lo referente a comercio exterior.

La empresa privada en el comercio justo	Resultados
Número de organizaciones privadas con sello comercio justo	35 exportadores y 11 proveedores de materias prima
FOB Exportaciones	USD\$ 89.936 miles
Sectores principales	Banano, cacao y chocolates y flores

En una entrevista para Pro Ecuador, Marco Coscione, consultor en sostenibilidad para la empresa chilena Gestión Social, comparte sus percepciones sobre el incremento de compañías limitadas, multinacionales y sociedades anónimas que están optando por la certificación Fairtrade International.

Desde 2004, el consultor de proyectos, planificación, incidencia y comunicación estratégica ha estado vinculado al Comercio Justo. Sus inicios en Italia y España le permitieron llegar a América Latina, donde ha trabajado para la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). Ha desarrollado investigaciones y publicaciones sobre Comercio Justo desde América Latina.

¿Qué motiva a las grandes empresas a certificarse en comercio justo?

A nivel mundial, desde hace varios años vemos que muchas empresas están optando por diferentes esquemas de sostenibilidad para generar mayor impacto en sus cadenas de valor; a esto se suma el impulso de Naciones Unidas para poner en marcha una producción y comercialización más sostenible; y la expansión de muchas certificaciones que abarcan los diferentes ámbitos del desarrollo sostenible, como la certificación Fairtrade International. Este ecosistema favorable al desarrollo sostenible lleva varias empresas a crear sus propios sellos o esquemas de evaluación de proveedores. Dentro del movimiento por un comercio justo, existe más de una certificación con estándares y criterios específicos para empresas privadas que emplean a trabajadores rurales, a diferencia de los criterios para pequeños productores organizados.

Al optar por sellos propios o certificaciones de comercio justo para plantaciones, las grandes empresas pueden llegar a controlar todos los eslabones de la cadena de valor; prácticamente un comercio justo "intra firma". Si pensamos que el comercio justo nació para dar voz y una opción de mercado a quienes no las tenían, obviamente vemos que los principios del movimiento se diluyen. Es una vieja diatriba dentro del comercio justo y que hoy en día está retomando vigor dado el aumento de plantaciones certificadas, como es el caso de las plantaciones de banano en países como el Ecuador o la República Dominicana.

Cuando las grandes empresas o multinacionales bananeras incursionan el mercado del comercio justo, lamentablemente, se debilita la posición de mercado de las asociaciones o cooperativas de pequeños productores.

¿Se podrían establecer acuerdos en beneficio de ambas partes?

Sí, pero urgen estándares y criterios que fomenten una competencia justa y no desleal, también dentro del comercio justo. Por otro, desde el punto de vista de la producción, generar políticas públicas realmente diferenciadas sería una opción para apoyar a los pequeños productores y los actores de la economía social y solidaria, seguramente menos fuertes en términos económicos respecto a las grandes empresas que nunca han tenido problemas de acceso al mercado.

Al mismo tiempo, por el lado de la importación y comercialización, se podrían alimentar mucho más los vínculos con las pequeñas y medianas empresas de los países "consumidores", como los europeos, entre otros. La idea sería fortalecer relaciones lo más directas posible entre pequeños productores organizados y PYMES, reforzando los lazos humanos y sociales que, a mi juicio, se han ido debilitando a partir del ingreso de las grandes cadenas y multinacionales en los canales certificados, algo que, sin embargo, ha favorecido el incremento en los volúmenes de ventas de productos de comercio justo. De hecho, no hay que olvidar que la creación de las primeras certificaciones de comercio justo (Max Havelaar y TransFair) respondía a un llamado de los mismos productores por acceder a más opciones de mercado.

¿A mayor volumen de ventas, mayor conciencia sobre el comercio justo?

Ciertamente, las ventas de productos certificados Fairtrade incrementan las opciones de posicionamiento, marketing e incidencia, pero el consumidor promedio desconoce si el producto proviene de una organización de pequeños productores o de una plantación privada. Aquí está presente el reto para el movimiento y las políticas públicas. Por ejemplo, Brasil cuenta con una diferenciación en la que solo los emprendimientos solidarios, organizados democráticamente y que reparten los ingresos del ejercicio económico pueden participar del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario. Es decir, la política pública brasileña se diseñó y aplica para ciertos actores productivos, no para todos. Una diferenciación que, a mi juicio, debería poder desarrollarse también en el Ecuador.



TRABAJO DE PRO ECUADOR CON LA EPS Y COMERCIO JUSTO EN EL AÑO 2018



PROYECTOS

RESULTADO DE PROYECTOS CON LA EPS 2018:

- **2** Usuarios beneficiarios de Herramientas de Marketing
- **1** Usuario beneficiario de Proyectos de Cooperación Internacional



PROMOCIÓN

PARTICIPACIÓN DE EPS EN EVENTOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL 2018:

- **1** Usuarios beneficiarios en la Feria Fruit Logistic 2018, Alemania
- **1** Usuarios beneficiarios en la SCAA Seattle, Estados Unidos
- **36** Usuarios beneficiarios en la Macrorrueda de negocios 2018 (expectativas USD\$ 13,35 millones).
- **6** Usuarios beneficiarios en la Rueda de negocios de banano 2018 (expectativas: USD\$ 4,74 millones).
- **3** Rueda de negocios de artesanías – Festival CIDAP 2018 (expectativas USD\$ 46 mil).



CASOS DE ÉXITO

CASOS DE ÉXITO – NUEVOS EXPORTADORES DE LA EPS EN 2018

- **Asociación Artesanal Delicias de Triunfo** – Chocolate a Austria.
- **Asociación de mujeres waorani de la Amazonía Ecuatoriana** – Chocolate a Austria.
- **Asociación de productores y comercialización de pitahaya y otros productos Palora** – Pitahaya a Hong Kong.

BOLETÍN DE INTELIGENCIA COMERCIAL: TENDENCIAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN FRANCIA



De acuerdo a la fuente Agence Bio, el mercado de productos orgánicos se ha duplicado en los últimos años, pues 9 de cada 10 franceses los consumen de manera ocasional. El valor promedio estimado para el total consumido en Francia, suministrado por la UE y fuera de ella, se estima en aproximadamente 7.15 mil millones de euros.

Las causas del auge de este tipo de productos son múltiples, principalmente la preocupación creciente de los franceses por su alimentación y la relación directa con la salud. Estos productos despiertan especial interés en la población, porque responden a sus expectativas en materia de naturalidad, salud, calidad y confianza. Comer "más saludable y con mejor calidad" se vuelve más que un eslogan, es una manera de vivir para la población.

En una encuesta, se detectaron las siguientes motivaciones principales de los franceses para el consumo de alimentos orgánicos:

- **90 %**
por el desarrollo sostenible.
- **89 %**
por ser saludable.
- **79 %**
por los nutrientes.
- **72 %**
por su sabor.



El boletín completo se puede descargar en el siguiente link:

<https://www.proecuador.gob.ec/mercado-de-productos-organicos-en-francia-y-su-evolucion/>



LA CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO

REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS

Un producto que desea estar certificado bajo Comercio Justo debe cumplir con los 10 estándares y/o principios establecidos por la Organización Mundial del Comercio Justo:

- 1 CREACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES EN DESVENTAJA ECONÓMICA.
- 2 TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD. (RENDICIÓN DE CUENTAS)
- 3 PRÁCTICAS COMERCIALES JUSTAS.
- 4 PAGO DE UN PRECIO JUSTO.
- 5 NO AL TRABAJO INFANTIL Y AL TRABAJO FORZOSO.
- 6 COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN, LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LA MUJER Y LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN.
- 7 GARANTIZAR BUENAS CONDICIONES DE TRABAJO.
- 8 DESARROLLO DE CAPACIDADES.
- 9 PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO.
- 10 RESPETO POR EL AMBIENTE.

Cuatro sellos de Comercio Justo actualmente operan en el Ecuador:



PASOS PARA OBTENER UNA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO

1. Aplicación en línea

FLO: <https://www.flocert.net/es/unase-al-comercio-justo-hoy/>

Fair Trade USA: <https://www.fairtradecertified.org/es/business-main-for-producers>

WFTO: <http://www.wfto-la.org/membresias/presentacion/>

SPP: <https://spp.coop/productores-opp/#toggle-id-2>

2. Presentación de la documentación de soporte de la organización o empresa.

3. Auditoría externa de cumplimiento de criterios de Comercio Justo.

4. Evaluación, análisis y presentación de los resultados de la auditoría.

5. Aprobación de la certificación.

6. Seguimiento de cumplimiento de criterios.

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,
COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA



EL
GOBIERNO
DE TODOS



 @Pro_Ecuador

 PRO ECUADOR

 www.proecuador.gob.ec

Malecón Simón Bolívar 100 y 9 de Octubre, Edificio La Previsora piso 18
Teléfono: (04) 2597980.