



PLAN ESTRATÉGICO

CAMPAÑA

QUITO CAPITAL LATINOAMERICANA POR EL COMERCIO JUSTO

2016 - 2021

| | |
|--|----|
| 1. ANTECEDENTES..... | 3 |
| 2. INTRODUCCIÓN..... | 5 |
| 3. COMITÉ LOCAL QUITO CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO | 6 |
| 4. CAMPAÑA QUITO CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO | 10 |
| 5. MISIÓN | 11 |
| 6. VISIÓN..... | 11 |
| 7. VALORES Y PRINCIPIOS..... | 11 |
| 8. FODA | 12 |
| 9. OBJETIVO GENERAL | 13 |
| 10. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 14 |
| 11. PLAN DE TRABAJO..... | 14 |
| PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO | 14 |
| COMPONENTES DE LA CAMPAÑA “QUITO CAPITAL LATINOAMERICA POR EL COMERCIO JUSTO” | 15 |
| 1. Componente: Compra institucional de productos de comercio justo y de la Economía Popular y Solidaria | 15 |
| 2. Componente: Fomento y Promoción del Consumo Responsable | 16 |
| 3. Componente: Promoción del Comercio Justo en y desde el sector educativo y representantes de la sociedad civil..... | 16 |
| 4. Componente: Eventos, campañas de sensibilización y promoción de Comercio Justo | 17 |
| 12. ALIADOS | 18 |

PLAN ESTRATÉGICO

1. ANTECEDENTES

La campaña global “Fair Trade Towns” y su réplica en América Latina, “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo”

Unas de las actividades más importantes para el desarrollo del movimiento por un comercio justo son las que se refieren a la incidencia política y la concientización de los ciudadanos. Para estos fines, el movimiento usa diferentes herramientas una de estas son las campañas, es Así que surge “Fair Trade Town” (<http://www.fairtradetowns.org/>), creada en el año 2000 y que ahora ya cuenta con más de 2000 ciudades del mundo sumadas oficialmente a ella.

En América Latina y el Caribe, las dos redes continentales de productores de comercio justo (CLAC, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo, y WFTO-LA, Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo) lanzaron en julio de 2015 la campaña “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo” (<http://ciudades-comerciojusto.org/>) para llevar a cabo el necesario trabajo de incidencia y sensibilización, tanto con las instituciones públicas como con las organizaciones de la sociedad civil, para apoyar desde las ciudades la filosofía, los principios y las prácticas del comercio justo y construir otra economía posible y necesaria.

Para el desarrollo de la campaña en América Latina y el Caribe consideramos que es indispensable la construcción conjunta de la estrategia local entre productores de comercio justo, organizaciones de la sociedad civil y autoridades locales. Al faltar uno de estos tres pilares, la campaña perdería su sentido de construcción de un movimiento “desde abajo”; especialmente en el Sur donde hay amplia presencia de productores de comercio justo.

Los productores (agricultores y artesanos) con el apoyo de sus organizaciones de comercio justo deben ser considerados como verdaderos actores de desarrollo y no como simples beneficiarios de programas asistenciales o políticas “desde arriba”. En este sentido, las dos redes continentales (CLAC y WFTO-LA) fomentan un enfoque de construcción conjunta entre los tres actores (productores de comercio justo, organizaciones de la sociedad civil y autoridades locales), en el cual las autoridades locales reconocen el rol de los productores y con ellos

construyen la estrategia local, y la sociedad civil organizada reconoce la importancia de fomentar relaciones comerciales justas y solidarias y un consumo responsable y comprometido con las comunidades menos favorecidas.

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ y el Consorcio de Comercio Justo en Ecuador trabajan en conjunto para promover la campaña entre sus miembros y con diferentes municipalidades y autoridades. Estas organizaciones son referentes de la campaña a nivel nacional.

El objetivo de la campaña es promover los valores y las prácticas concretas del comercio justo desde los ámbitos locales. Fomentando así una producción más sostenible y un consumo más responsable y solidario.

Todos los actores locales (productores y organizaciones de comercio justo, organizaciones de la sociedad civil y autoridades locales), que promueven la campaña en una determinada localidad, se comprometen a velar por el cumplimiento de los criterios establecidos localmente y contribuyen a su realización. Cada uno de los actores locales cumple con la importante función de promover la campaña, velar por el cumplimiento de los criterios establecidos localmente, y visibilizar los avances alcanzados por la ciudad o pueblo por el comercio justo.

En el Ecuador los últimos años se han desplegado diversos esfuerzos de actores públicos, privados y del comercio justo con la finalidad de generar una política pública que enfrente la problemática que vive el productor, reactivar la producción, fomentar la comercialización justa y aportar en la construcción de ciudades sostenibles, prueba de esto es el Acuerdo Ministerial 003-2017 para el Fomento del Comercio Justo que consta en el Registro Oficial 945 del 10 de marzo 2017 impulsado por el Ministerio de Comercio Exterior.

En el ámbito de la política pública local la ciudad de Quito cuenta con la Ordenanza No. 084 para el fomento del Distrito Metropolitano como un territorio sostenible y responsable, la Resolución No. A0030, en la cual se declara el compromiso con el Comercio Justo y la Economía Popular y Solidaria, apoyando la Campaña "Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo" y la Ordenanza No. 259 para el fomento, desarrollo y fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria y las Ferias Inclusivas.

El modelo de economía solidaria se basa en los principios de solidaridad, reciprocidad, equidad, soberanía, respeto al ambiente y la ayuda mutua. Procura la generación de redes y la promoción del empleo. Rescata y promueve el uso de los recursos locales ya sean estos humanos o materiales.

El Comercio Justo es uno de los caminos naturales para fortalecer el modelo de Economía Solidaria que tiene por objetivo generar desarrollo sostenible o sea, el cumplimiento en todas sus acciones de las dimensiones económica, social, cultural, ambiental, ética, política y corporativa desde lo local y el espíritu de las personas con mirada global.

Entre sus propósitos el Comercio Justo busca cerrar con éxito la cadena productiva-comercial tomando como pilares fundamentales el desarrollo de capacidades, la corresponsabilidad, la actitud emprendedora de los productores, la asociatividad, los valores y principios y el liderazgo militante.

2. INTRODUCCIÓN

¿Qué es el comercio justo?

El comercio justo es un movimiento social global cuyas experiencias pioneras empezaron a finales de 1940 como respuestas alternativas al modelo de comercio convencional que no promueve patrones productivos-comerciales responsables y sostenibles, y oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores, campesinos y artesanos en desventaja económica y social respecto a los actores dominantes en el mercado.

El comercio justo es un modelo comercial que pone al centro los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades, dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

El Comercio Justo según lo promueve la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) es una alianza comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados especialmente en el sur.

¿Cuáles son los objetivos principales del movimiento por un comercio justo?

Garantizar a los pequeños agricultores, campesinos y artesanos organizados un acceso directo al mercado en condiciones justas y equitativas, creando un canal de comercialización sostenible, solidario y de calidad, lo más directo posible

entre productores y consumidores, en el cual se reconozca dignamente el trabajo de los productores y sus organizaciones, y éstos se comprometan con el desarrollo de sus comunidades. Además, asegurar a los trabajadores agrícolas y artesanales condiciones de trabajo dignas, promover su asociatividad y empoderamiento.

Fomentar la cultura de un consumo responsable para que los ciudadanos-consumidores entiendan la importancia de comprar directamente de pequeños productores y artesanos organizados democráticamente, eligiendo así el modelo de desarrollo que quieren para sus comunidades también a través de sus compras.

3. COMITÉ LOCAL QUITO CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito como autoridad local

Presidenta de la Comisión de Desarrollo Económico, Productividad, Competitividad y Economía Popular y Solidaria.

La Dra. Renata Moreno Caicedo en su calidad de autoridad de elección popular electa Concejala Metropolitana, Presidenta de la Comisión de Desarrollo Económico, Productividad, Competitividad y Economía Popular y Solidaria y Presidenta del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social, promueve y fomenta desde su espacio los proyectos normativos necesarios para el desarrollo económico local, la generación de trabajo y empleo en el Distrito Metropolitano de Quito, para garantizar la provisión de energía, el desarrollo de sectores estratégicos, promover las formas de organización e incentivar los emprendimientos de la economía popular y solidaria y reforzar la competitividad en Quito, en coordinación con los actores de cada uno de estos campos.

Como parte de sus atribuciones como Concejala promueve el apoyo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a la iniciativa de apoyo a la Campaña Quito Ciudad Latinoamericana por el Comercio Justo y, por su intermedio coordina con las distintas dependencias el apoyo e implementación de acciones para ejecutar estos acuerdos.

Las dependencias que apoyan directamente al proyecto son la Alcaldía Metropolitana de Quito a través del Dr. Mauricio Rodas Espinel Alcalde Metropolitano, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad como ente Rector en la materia, la Agencia de Promoción Económica Conquito como ente ejecutor.



Secretaría de Desarrollo Productivo y competitividad

Dentro de la institucionalidad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Secretaría de Desarrollo Productivo ejerce la rectoría, dirección, planificación, gestión y evaluación del desarrollo económico y productivo en el DMQ y su región de influencia. Trabaja en la generación de empleo sostenible y de calidad, el fomento de la competitividad sistémica, la promoción de exportaciones e inversiones y el apoyo a la innovación del conocimiento, desarrollo y uso de tecnologías que generen valor agregado, en concordancia con los principios generales del Plan Nacional del Buen Vivir.

La Secretaría de Desarrollo Productivo y competitividad en representación del ejecutivo se incorporó al Comité Local con el objetivo de que esta iniciativa se institucionalice para dar continuidad a los procesos de acuerdo a lo establecido en el Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial y las Ordenanzas Metropolitanas N°539 y N°084 que se encuentran alineadas a esta iniciativa.

Agencia de Promoción Económica ConQuito

La Agencia de Promoción Económica CONQUITO, busca fundamentalmente la promoción del desarrollo socioeconómico de la ciudad, mediante la concertación de los actores públicos y privados locales, para incrementar el nivel y calidad del empleo, promocionar la producción local, el emprendimiento y desarrollo empresarial, la innovación y el financiamiento productivo, dentro de un marco de fomento a la formalidad y legalidad.

En este sentido, en CONQUITO trabaja en el desarrollo de programas y proyectos que generen impacto y valor agregado para sus beneficiarios a través de nuestros servicios por lo que se presenta a continuación las intervenciones desarrolladas en función de los criterios que adopta la campaña global para calificar a Quito como Ciudad Latinoamericana de Comercio Justo; en este sentido se identifican 3 unidades que generan y fomentan esta iniciativa entre la ciudadanía y son:

Unidad de Economía Popular y Solidaria (EPS)

Desarrolla actividades que permite fortalecer e incentivar el emprendimiento solidario y desarrollo empresarial de los ciudadanos del Distrito Metropolitano de Quito. Busca fortalecer, potencializar y dinamizar las actividades productivas de



los actores de esta economía a través de la innovación, articulación de mercados y financiamiento.

Unidad de Agricultura Urbana Participativa (AGRUPAR)

Promueve la autoproducción de alimentos como medida de aporte a la seguridad alimentaria de la población en situación de vulnerabilidad, mejora los ingresos a través de la venta de excedentes de producción mediante canales cortos y alternativos de comercialización, fomenta el consumo responsable así como una agricultura más incluyente, respetuosa del ambiente y con menor desperdicio.

Unidad de Responsabilidad Social (RS)

Busca por medio de sus programas y eventos fomentar la construcción de un Quito Sostenible y Responsable. Trabaja en la creación y fortalecimiento de capacidades para que Empresas, Pymes y Emprendimientos incluyan buenas prácticas de Responsabilidad Social y Sostenibilidad.

Representando a los productores locales y actores del comercio justo local

Consortio de Comercio Justo del Ecuador

Es un espacio asociativo, incluyente y solidario que surge como una respuesta concreta de las organizaciones de comercio justo ante los efectos del mercado, que ha provocado pobreza y la exclusión de las productoras y productores. Integran el Consorcio las organizaciones de comercio justo acreditadas ante la WFTO Mundial, y que a su vez pertenecen a WFTO Latinoamérica.

Los miembros del Consorcio tienen una trayectoria de trabajo continua desde la década del 70. Ha desarrollado en el Ecuador diversas estrategias de producción, innovación y comercialización local, nacional e internacional. El Objetivo del Consorcio es facilitar procesos de capacitación, información y promoción del comercio justo para promover el consumo responsable, incidir en la política pública y fomentar el desarrollo social, productivo y comercial de los y las productoras con la finalidad de que sus productos accedan a los mercados y así contribuir a mejorar sus condiciones de vida.

Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ



La CECJ es la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador – CECJ nació en el año 2003 bajo la iniciativa de organizaciones bananeras de comercio justo de la Provincia de El Oro, reactivando sus actividades en agosto del 2008, esta vez gracias al esfuerzo y la participación de organizaciones productoras de café, banano, plantas medicinales, cacao y quínoa. Ahora se encuentra legalmente reconocida por el Ministerios de Agricultura Ganadería, Acuacultura y pesca – MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010.

Es la red nacional que representa a nivel local, nacional e internacional, a las Organizaciones de Pequeños Productores de Comercio Justo (Fairtrade y Símbolo de Pequeños Productores) y tiene carácter de incidencia política, social, medioambiental, cultural, etc.

La CECJ es miembro activa de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), se alinea a su filosofía y comparte los valores de la democracia y participación, la solidaridad, equidad, respeto, transparencia y responsabilidad social y ambiental.

Representando a la sociedad civil

NINAKAY Economía de la Solidaridad y Comercio con Justicia

NINAKAY es una empresa social que desde el 21 de junio del 2010 desarrolla programas y proyectos para vivir y trabajar en comunidad aportando a un mundo más innovador con enfoque de asociatividad y desarrollo humano integral. Tiene por objeto crear y sostener comunidades de práctica y aprendizaje que inspiran, materializan y promueven la innovación social de acuerdo a los contextos locales. Impulsa a través de asesorías y consultorías, proyectos, programas de fomento y procesos de formación y capacitación a la medida de las organizaciones. Trabaja para organismos públicos y privados, multilaterales, empresas de producción y servicios, fundaciones, corporaciones, colectivos y academia. Atiende a los diversos sectores que conforman la ESS.

Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo - UTE

La UTE, persona jurídica de Derecho Privado, creada mediante Ley N° 19 de 18 de febrero de 1986 (R.O. 377), es una Institución de Educación Superior autónoma sin finalidad de lucro, dedicada a la formación de profesionales en diferentes especializaciones, que se rige bajo la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior, su Ley de creación y sus propios Estatutos y Reglamentos expedidos por sus organismos internos de gobierno.

4. CAMPAÑA QUITO CIUDAD POR EL COMERCIO JUSTO

Para el desarrollo de esta campaña es indispensable la construcción conjunta de una estrategia local entre productores, organizaciones de la sociedad civil y autoridades locales que evidencié el fomento del comercio justo y el consumo responsable en la ciudad.

Un logro que a su vez se convierte en desafío es el nombramiento de Quito como la primera capital latinoamericana por el Comercio Justo el 18 de octubre 2016 en el marco de la Cumbre Habitat III que la Organización de las Naciones Unidas desarrolló en Quito.

Para concretar los propósitos de la campaña el Comité Local Quito Ciudad por el Comercio Justo ha impulsado diversas y creativas actividades como la Semana de la Sostenibilidad, la Quincena del Comercio Justo, Foros públicos de sensibilización, ferias y bazares de exposición y ventas de productos de comercio justo, jornadas de formación en universidades con carreras afines a la administración, comercio y el mercadeo, un concurso interuniversidades de emprendimientos con enfoque de comercio justo y consumo responsable y uno de oratoria con colegios secundarios de Quito.

Un hecho significativo en el 2018 fue el lanzamiento y la entrega del Reconocimiento Quito Sostenible y Responsable que el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social de la Alcaldía de Quito otorgó a las mejores prácticas de producción sostenible, comercio justo, consumo responsable y rescate de la identidad cultural en la que el Consorcio de Comercio Justo del Ecuador como miembro del Comité Local jugó un rol importante por su especialización y experiencia en estas temáticas.

En el campo de la promoción a través de audiovisuales con el apoyo de FAMSI y CONQUITO se produjeron dos videos uno con testimonios de los actores de comercio justo local con ocasión del lanzamiento de la carta internacional de comercio justo y otro sobre la campaña que se difunden continuamente en eventos y medios de comunicación.

Finalmente, se ha iniciado un proceso de vinculación y coordinación de las diferentes experiencias de comercio alternativo existentes en el Distrito Metropolitano de Quito, así como el involucramiento con los actores organizados del consumo responsable.

Todo esto es fruto de una minga solidaria en la que participaron activamente con diferentes roles y un mismo objetivo varias personas que valoramos y es digno

reconocer también por ser miembros del Comité Local de la Campaña Quito Ciudad por el Comercio Justo como Renata Moreno Concejal y Presidenta de la Comisión de Desarrollo Económico, Productividad, Competitividad y Economía Popular y Solidaria en representación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y su asesor Diego Calderón, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad y su equipo, la Agencia de Promoción Económica CONQUITO en las personas de Alfonso Abdó en su calidad de Director y Vanessa Rosero, Coordinadora de la Unidad de EPS y su equipo. El Consorcio Ecuatoriano de Comercio Justo (WFTO Ecuador) con su coordinadora Sagrario Angulo, los directivos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), César Marcillo de la UTE y el Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo y, Rubén Tapia, Presidente de NINAKAY -Economía de la Solidaridad y Comercio con Justicia.

5. MISIÓN

Fomentar, Desarrollar e Impulsar los principios del Comercio Justo, sus productores, comercializadoras, actores de la Economía Popular y Solidaria, micro, pequeños productores, y artesanos del Distrito Metropolitano de Quito; en coordinación con el desarrollo del consumo responsable de sus habitantes.

6. VISIÓN

En el 2021, propiciar de condiciones adecuadas para el desarrollo del Comercio Justo, sus productores, comercializadoras, actores de la Economía Popular y Solidaria, micro, pequeños productores, y artesanos así como el desarrollo del consumo responsable de sus habitantes.

7. VALORES Y PRINCIPIOS

1. **Respeto**, valorar y aceptar a nuestros semejantes tal y como son, con sus cualidades y defectos. Respetar la vida, la naturaleza y a los seres humanos. Actuar con respeto significa medir nuestras palabras, gestos, pensamientos y acciones para no herir ni lastimar a otros.

2. **Solidaridad**, que es un sentimiento, una fuerza motriz que nos da felicidad y nos mueve a prestarnos con reciprocidad una ayuda mutua, compartir, dar y recibir generosamente y con corazón agradecido.
3. **Honestidad y transparencia**, ser verdaderos y honestos con nosotros mismos y quienes nos rodean. Mantener una humana y oportuna interacción, ser claros y transparentes en todas las actividades de nuestra vida personal, familiar y comunitaria.
4. **Responsabilidad**, ser cumplidos en las tareas, en el trato con el prójimo, con la familia, la comunidad, su ecosistema y la sociedad. Una acción con líderes, socios y colaboradores responsables aportan verdaderamente en la construcción de una nueva sociedad.
5. **Confianza**, creer en la fuerza de nuestro propio ser y en el estar juntos. Mantener un entorno de confianza entre compañeros y compañeras.
6. **Calidez**, tratarnos con amabilidad y aprecio unos a otros y de manera especial a las mujeres, niños, ancianos, personas con capacidades especiales, gente que nos visita y clientes.
7. **Colaboración**, estar presto a dar una mano y cooperar generosamente sin mirar a quién y sin esperar más recompensa que el estar unidos, trabajar y generar riqueza para todos.

8. FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias de comercio justo superior frente al resto del país en cuanto a consumo. • Lugares de expendio con décadas de funcionamiento. • Conciencia de varios actores corporativos sobre la importancia del Comercio Justo. • Norma administrativa que propende al impulso de una ciudad de comercio justo. • Apoyo de la Alcaldía, que cuenta con normativas, institucionalidad planes, programas para la sostenibilidad económica, social y ambiental. | <ul style="list-style-type: none"> • Forma parte de un movimiento latinoamericano. • En varios niveles en el país se trata de apoyar al Comercio Justo. Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. El Acuerdo Comercial Ecuador-UE. Riobamba una ciudad hermana. • Existen 36.000 productos que comercializa el comercio justo en el mundo. • Se espera campañas promocionales a favor del comercio justo. • Campaña internacional de ciudades y pueblos por el comercio justo. |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ferias inclusivas • Labor de CONQUITO y la Unidad de Economía Popular y Solidaria. • Organizaciones de comercio justo local certificadas WFTO • Consorcio de Comercio Justo del Ecuador • Tiendas de comercio justo en la ciudad • Desarrollo de emprendimientos unipersonales, familiares y asociados. • UTE y universidades afines a la EPS y CJ | <ul style="list-style-type: none"> • WFTO y la regional América Latina • Sector académico abierto a la EPS y el Comercio Justo. • Relación con organizaciones y redes de comercio justo nacional e internacional • Institucionalidad pública, legislación y programas para el fomento de la ESS • Experiencias urbanas y rurales en el MDMQ • Vínculo con la CECJ a nivel nacional • |
| <p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reducida interrelación entre los actores más relevantes, en especial entre entidades del sector público. • Exiguo empoderamiento del sector académico. • Escasa oferta de los pocos pequeños productores asociados con orientación al comercio justo en el Distrito. • Invisibilización del comercio justo no certificado. • Inexistencia de redes de consumidores. • Poca compra pública. • Falta de articulación • EPS y emprendimientos carecen de conocimiento sobre comercio justo • Desconocimiento ciudadano | <p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disputa política • Celos potenciales del sector privado, en especial respecto al comercio justo exportador • Coyuntura socioeconómica del país inestable • Institucionalidad pública y legislación para la ESS desarticulada, lejana de la realidad, paternalista, sin planes y recursos disponibles. • Ciertas organizaciones sociales y de desarrollo desarticuladas, politizadas y contaminadas de corrupción • |

9. OBJETIVO GENERAL

A través del cumplimiento efectivo de los criterios de la campaña internacional de ciudades y pueblos por el comercio justo promover los valores y las prácticas concretas del comercio justo desde los ámbitos locales fomentando así una producción más sostenible y un consumo más responsable y solidario que aporten a la mejora de las condiciones de vida de productores y consumidores.

10. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Proponer e impulsar políticas públicas locales y nacionales que fomenten la producción agroecológica, el comercio justo y el consumo responsable para el desarrollo sostenible.
2. Apoyar los procesos de fortalecimiento asociativo, de producción y de consumo de los actores de la economía popular y solidaria, productores, consumidores y emprendedores.
3. Motivar e incrementar la compra institucional de los productos de la economía popular y solidaria, emprendimientos y comercio justo.
4. Fortalecer e implementar puntos de venta de productos y servicios de la economía popular y solidaria, emprendimientos y comercio justo.
5. Desarrollar en la ciudadanía una cultura de consumo responsable, solidarios y saludable.
6. Lograr que la ciudadanía y la comunidad educativa conozcan sobre comercio justo y la realidad de los productores del campo y la ciudad de manera que se involucren en acciones de fomenten este sector económico
7. Promover que la ciudades y pueblos del Ecuador se incorporen a la campaña como ciudades por el comercio justo

11. PLAN DE TRABAJO

PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

A continuación se señalan los principios de Comercio Justo



Es importante aclarar que los actores de Comercio Justo en Latino América promueven un principio adicional: **Respeto y valoración de la identidad cultural de los pueblos**, que busca rescatar la gran riqueza cultural que posee cada nacionalidad.

COMPONENTES DE LA CAMPAÑA “QUITO CAPITAL LATINOAMERICA POR EL COMERCIO JUSTO”



Compra institucional de productos de comercio justo y de la Economía Popular y Solidaria

Fomento y Promoción del Consumo Responsable



Promoción del Comercio Justo en el sector educativo y representantes de la sociedad civil

Eventos, campañas de sensibilización y promoción de Comercio Justo



1. Componente: Compra institucional de productos de comercio justo y de la Economía Popular y Solidaria

a) Sector Público

A qué queremos llegar al corto plazo?

- Proveedores implementen criterios de comercio justo y generan acercamientos para trabajar bajo el marco solidario (de lo individual a lo asociativo)
- Consumidor Público valore y prefiera la compra de productos/servicios que trabajen criterios de comercio justo.

| Actividad | Entidad Responsable |
|---|---------------------|
| Asesorar a los productores comercio justo y de la Economía Popular y Solidaria para que puedan acceder al sistema de compras públicas. | ConQuito |
| Asistencia Técnica para el acceso de compras públicas. | ConQuito |
| Sensibilización de entidades municipales para el consumo | SDPC - ConQuito |

| | |
|--|--|
| responsable mediante campaña digital de productos/testimonios/ferias para promocionar el valor agregado de la compra y el apoyo al CJ , también para la promoción de eventos futuros | |
|--|--|

b) Sector Privado (Empresas)

A qué queremos llegar al corto plazo?

- Proveedores implementen criterios de comercio justo y generen acercamientos para trabajar bajo el marco solidario (de lo individual a lo asociativo)
- Consumidor (Plan Consumo Responsable)

| Actividad | Entidad Responsable |
|---|----------------------------------|
| Conjunto con Consocio de Comercio Justo realizar boletín (mensual/trimestral) de listado de productos disponibles para remisión a sector público y privado para incentivar la compra productos CJ. | CJ y ConQuito + sector privado |
| Trabajar en una página que sirva de plataforma de venta para la promoción de productos y servicios y la identificación de puntos de venta | CJ y posible apoyo de la CAPEIPI |

2. Componente: Fomento y Promoción del Consumo Responsable

a) Productores:

A qué queremos llegar al corto plazo?

- Proveedores certificados y no certificados cuenten con espacios para visibilizar sus prácticas de comercio justo.
- Trabajar en el desarrollo de propuestas de valor a los productos

- Puntos de Venta
- Canales de Comercialización
- Visibilización

b) Consumidores

- Sensibilización
- Formación
- Capacitación
- Plataforma
- Ferias

3. Componente: Promoción del Comercio Justo en y desde el sector educativo y representantes de la sociedad civil

A qué queremos llegar al corto plazo?

- Conozcan y practiquen el comercio justo desde sus unidades educativas
- Adherir en sus materias de emprendimiento de criterios de comercio justo

Acciones:

- Sensibilización

- Formación
- Capacitación
- Apoyo a productores actuales y a nuevos productores.
- Evaluar posibilidades para exportación aprovechando el Acuerdo con la Unión Europea.

| Actividad | Entidad Responsable |
|--|---------------------|
| Sensibilización para la compra de suministros de CJ en colegios Municipales | ConQuito |
| Charlas de fomento de CJ en los colegios Municipales. | ConQuito |
| Alianzas con Universidades de la ciudad para dar socialización de la temática a través de miembros de consejo de competitividad | SDPC+ConQuito |

4. Componente: **Eventos, campañas de sensibilización y promoción de Comercio Justo**

A qué queremos llegar al corto plazo?

- Sensibilizar el consumidor

Acciones:

- Eventos
- Campañas

| Actividad | Entidad Responsable |
|---|---------------------|
| Campañas con <i>Jump off</i> de plataforma en ferias y campañas de promoción de valor agregado de apoyo a CJ y promoción de participación en el circuito ferial. | SDPC |
| Campaña Día Internacional del Comercio Justo Desarrollado en coordinación con los aliados del comité | |

12. ALIADOS



CIUDADES Y PUEBLOS
LATINOAMERICANOS
POR EL COMERCIO JUSTO

