**COMITÉ POLITICA PRODUCTIVA**

**“EJE DE MERCADO”**

**I. Objetivo**

* Fomentar la inserción estratégica en el comercio mundial con enfoque de demanda, a través de la mejora de la competitividad sistémica, el desarrollo de las cadenas de valor y los acuerdos comerciales con los socios estratégicos.

**II. Objetivo Específicos**

* Diseñar e implementar un plan de fomento e incentivos para promover las exportaciones con miras al aprovechamiento de los mercados internacionales.
* Diseñar e implementar una política productiva para el mercado interno enfocado en la mejora de la competitividad sistémica y cadenas de valor, con énfasis a las MIPYMES y EPS.
* Identificar las oportunidades de la demanda del mercado mundial con miras a diseñar y ejecutar planes de fomento productivo.

**III. Estrategias**

* Mercado Externo
  + Agenda Comercial
  + Promoción comercial de bienes y servicios
  + Diversificación de Exportaciones
  + Logística
* Mercado Interno
* Desarrollo de Cadenas de Valor
* Zonas de Desarrollo Territorial
* Fomento sector productivo

**IV. Instrumentos**

|  |  |
| --- | --- |
| **Mercado Externo** | |
| **Estrategias** | **Instrumentos** |
| **Agenda Comercial** | Implementar la agenda de negociaciones e inserción estratégica comercial del Ecuador ( EEUU, Alianza Pacifico, Rusia, Corea, Japón, otros).  Fortalecer la capacidad del Ministerio para la negociación de Acuerdos Comerciales (con participación de los sectores productivos, cuarto de al lado) |
| Mejorar el sistema aprovechamiento acuerdos comerciales vigente. |
| Desarrollar estrategias y organizar misiones públicas – privadas, orientadas facilitar el acceso real de las exportaciones a los mercados dedestino(medidas sanitarias, normas técnicas, administrativas, entre otras); y, definir una agenda de defensa comercial frente a terceros países. |
|
| **Promoción comercial de bienes y servicios** | Establecer el plan de exportación para la oferta de bienes y servicios (ferias, ruedas de negocios, misiones, show rooms etc) . |
|
| Fortalecer el modelo de gestión de los servicios de promoción de la exportación con enfoque de demanda - Público y Privado. |
| Desarrollar catálogos de productos y servicios, uso de herramientas tecnológicas y redes sociales, marketing digital, articulada a la agenda comercial. |
| Fortalecer el Sistema de Inteligencia comercial, realizar un plan de capacitación permanente al sector productivo: tendencias de mercado, estrategias de comercialización, segmentos –nichos de mercado, canales de venta, determinación de costos y precios, ruedas de negocios, acceso a ventas por internet a través de marketplaces nacionales y regionales. |
|
| **Diversificación de Exportaciones** | Identificar y promover la inserción en cadenas de valor regionales y globales para incrementar los beneficios de comercio, con especial énfasis en MIPYMES /EPS. |
| Definir el sistema de gestión de calidad como diferenciador importante para tener mejores precios en el mercado nacional e internacional. |
| Desarrollar instrumentos técnicos de diferenciación: trazabilidad, denominaciones de origen, irradiación ionizante y certificaciones de comercio justo, orgánicos, sostenibles, etc. |
| **Logística** | **Facilitación de comercio**: Fomentar mecanismos de mejora y simplificación de los procesos de exportación. Reducción y eliminación de tramitología / duplicidad de funciones/coordinar acciones para reducir los costos de los servicios de transporte y logística, para la exportación. |
| Promover la utilización del programa Operador Económico Autorizado Operador - OEA. |
| Implementar protocolos logísticos para los productos de exportación. Racionalizar el sistema de aplicación de la “duda razonable” en la aduana. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Mercado Interno** | |
| **Estrategias** | **Instrumentos** |
| **Desarrollo de Cadenas de Valor** | Generar un modelo de gestión para el diseño de las cadenas de valor y/o encadenamientos productivos. |
| Fomentar la asociatividad y consorcios de exportación con énfasis en las MIPYMES y EPS. Desarrollar encadenamientos productivos con apoyo de empresas anclas; y, cadenas productivas agroexportadoras e industriales. |
| Impulsar el manual de buenas prácticas comerciales( Disenso en el Comité) |
| **Zonas de Desarrollo Territorial** | Implementar planes de mejora competitiva Provincia - Región |
| Impulsar agenda de trabajo con CONGOPE y AME Institucionalidad |
| Implementar ruedas de negocios y show rooms territoriales - Ferias MIPRO. |
| Fomentar el uso de plataformas tecnológicas- .Facilitación de comercio electrónico para MIPYMES y EPS. |
| **Fomento Sector Productivo** | Facilitar el acceso de materias primas y bienes de capital para fomento productivo( optimización diferimientos arancelarios ) |
| Elaborar una propuesta de política comercial para el incentivo productivo y la competitividad (Resolución 82-2012; Res 31-2015 y Acuerdo 4-2012) |
| Desarrollar una política tecnológica e innovación alineada a la política comercial, orientada a generar productos con valor agregado, esta política deberá estar aliñada a la inversión del capital humano, la sociedad del conocimiento que permita una definición de la demanda laboral, acciones conjuntos sector privado y académico. |
| Definir instancia público y privado para analizar y promover estímulos directos e indirectos para las exportaciones: créditos para fortalecimiento de exportaciones, drawback, cats, innovación y tecnología, acceso automático a los créditos bancarios subsidiados para capital de trabajo; reducción de los impuestos al ingreso generado por las actividades exportadoras, y tarifas preferenciales de energía para la producción, optimizar y promocionar regímenes especiales para la exportación.).  Inclusión oportuna de las partidas arancelarias a la lista de crédito tributario o exoneración del ISD cuando se realiza una apertura de las partidas por parte del COMEX. |
|
|

Nota: El Comité decidió crear un jefe para Compras Públicas.

**Institucionalidad& Metodología**

El Ecuador debe contar con instrumentos que potencien la inserción estratégica en el mercado internacional y fortalecimiento del mercado interno, para lo cual es necesario contar con una política productiva que articule acciones y actores público-privada, con el fin de incrementar la producción y exportaciones de calidad medida desde la competitividad. La Competitividad entendida desde una de sus definiciones como la capacidad de producir bienes y servicios de puedan cumplir con las exigencias del mercado internacional.

En esa perspectiva en el “Eje de Mercado” se ha definido el trabajo en dos ámbitos el mercado externo – interno considerando las nuevas competencias del Ministerio.

Las propuestas planteadas por el sector productivo se han consolidado y se les ha dado una lógica estratégica para el diseño de la Política Productiva de Estado.

Para la implementación de las acciones del MCEI - MIPRO en este eje se debe articular con:

* COMEX
* Servicio Nacional de Aduanas
* Ministerio de Agricultura y Ganadería
* Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP)
* Ministerio de Finanzas
* Cancillería
* Asamblea Nacional
* Corporación Financiera Nacional- CAF
* Banco del Fomento
* BanEcuador
* CONGOPE- AME
* SRI
* Superintendencia de Compañías
* Sector productivo – Cámaras y Gremios representantes de bienes y servicios.
* INEN
* ARCSA

**Indicadores**

-Se trabajará con las estrategias acordadas en el Comité.