

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA CIENCIAS POLÍTICAS Y GESTIÓN PÚBLICA



PROYECTO DE GRADO
DIAGNÓSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
POLÍTICAS DE FOMENTO AL COMERCIO JUSTO EN
BOLIVIA

POSTULANTE : JUAN CARLOS HUANCA CÁCERES

TUTOR : LIC. MARCO AURELIO VELASCO

LA PAZ – BOLIVIA
2012

Dedicatoria

A todas las personas que trabajan a diario para que el país progrese poniéndole el hombro a este país como los productores de comercio justo.

A todos mis amigos que me apoyaron en el desarrollo del proyecto por sus consejos y ayuda.

Agradecimientos

Agradezco a la Carrera de Ciencia Política y Gestión Pública de la Universidad Mayor de San Andrés por la formación académica.

A mi docente guía Marco Aurelio Velasco por sus enseñanzas y críticas para el perfeccionamiento del presente trabajo.

A todos los miembros del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia por su cooperación, disposición e interés en el trabajo.

A la Lic. Wilma Quinteros por la ayuda brindada durante todo el tiempo que el trabajo se desarrolló.

Resumen

En la conferencia de la “UNCTAD”¹⁵, de Ginebra en 1964 se oyó por primera vez el grito de comercio no ayuda. En aquel momento, los países industrializados eludían problemas centrales tales como el precio de las materias primas y la apertura de mercados. Preferían ofrecer créditos y ayuda al desarrollo. Durante la segunda conferencia de la UNTAC en Nueva Delhi en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo, pero los países desarrollados no hicieron caso a los pedidos de apertura de mercados, entonces nacen iniciativas de organizaciones no gubernamentales en el mundo con un enfoque distinto al comercio convencional con una filosofía más solidaria lo que ahora se conoce como comercio justo.

En Bolivia el comercio justo se fue desarrollando lentamente hasta el 2005 donde se dio el primer encuentro de productores emprendedores de economía solidaria y comercio justo de América latina realizado en Cochabamba, ahí se fundó la coordinadora nacional de economía solidaria y comercio justo de Bolivia, en el 2007 se realiza el segundo encuentro nacional de economía solidaria y comercio justo con 80 representantes donde asistieron invitados de cámaras de comercio de Brasil y Paraguay, el 2008 el encuentro de economía solidaria y comercio justo derivó en la creación del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia (MES y ES).

El trabajo toma la propuesta del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia sobre la creación de un viceministerio de economía solidaria y comercio justo para que esta institución gubernamental planifique políticas públicas a favor de los productores de comercio justo en Bolivia, el trabajo presenta un esquema de organización por direcciones y unidades de producción.

El trabajo pretende dar un enfoque distinto al comercio convencional con otra filosofía de producción y comercialización con responsabilidad ecológica, donde los actores principales son los productores, distribuidores o comercializadores y consumidores con una filosofía de responsabilidad social.

ÍNDICE GENERAL

<i>Dedicatoria</i>	i
<i>Agradecimientos</i>	ii
<i>Resumen</i>	iii
<i>Índice general</i>	iv
<i>Introducción</i>	viii

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I. ARGUMENTACIÓN METODOLÓGICA	1
1. Objetivos	2
- 1.1. Objetivo general.....	2
- 1.2. Objetivos específicos.....	2
- 1.3. Justificación.....	2
- 1.4. Problema.....	4
- 1.5. Metodología.....	4
- 1.6 Aproximación teórica.....	6
CAPITULO II. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO JUSTO	11
2.1. Antecedentes del Comercio Justo a nivel internacional.....	12
2.2. Antecedentes del Comercio Justo en Bolivia.....	18
CAPITULO III. COMERCIO JUSTO	26
3.1. Comercio Justo y Economía Solidaria.....	27
3.2. Principios y criterio del Comercio Justo.....	27
3.3. Comercio convencional.....	29
3.4. Actores sociales involucrados.....	30
3.5. Federaciones y organizaciones del comercio justo.....	37

3.6. Certificadoras.....	41
CAPITULO IV BASE INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS.....	43
4.1. Ministerio de desarrollo productivo y economía plural.....	44
4.2. Instituciones no gubernamentales.....	46
4.3. Políticas públicas estatales y gubernamentales.....	49
CAPITULO V. DATOS ESTADÍSTICOS DE TIENDAS, PRODUCTOS Y NIVELES DE EXPORTACIÓN EN COMERCIO JUSTO.....	51
5.1. Productos de economía solidaria y comercio justo.....	52
5.2. Productos compuestos.....	52
5.3. Niveles de exportación.....	54
5.4. Cifras de comercio justo.....	55
CAPITULO VI. PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....	57
6.1. Déficit en políticas públicas en comercio justo.....	58
6.2. Falta de información y difusión en el tema de comercio justo.....	60
6.3. resultados de encuestas.....	61
6.4. Ausencia de políticas de educación y capacitación en comercio justo.....	64
6.5. Dificultad en la inserción de productos de comercio justo.....	65
CAPITULO VII. PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA.....	67
7.1. Políticas públicas en educación de comercio justo.....	68
7.2. Ampliación de sectores de la sociedad.....	69
7.3. Herramientas de difusión y socialización.....	70
7.4. Finanzas solidarias en comercio justo.....	71
7.5. Créditos para tecnologías.....	73
7.6. Fondo financiero solidario.....	74
7.7. Programas de producción y asistencia técnica.....	74
7.8. Sistema de registro, información y certificación.....	76

7.9. El sello nacional.....	77
7.10. Políticas públicas para ventas de productos de comercio justo.....	78
7.11. Aperturas de mercados a nivel internacional.....	79
7.12. Implementación del viceministerio de comercio justo.....	80
7.13. Conclusión.....	84
Bibliografía.....	86

ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Datos relevantes de incidencia de la Economía Social Solidaria.....</i>	<i>23</i>
<i>Cuadro 2. Surgimiento de la economía solidaria en Bolivia.....</i>	<i>25</i>
<i>Cuadro 3. Características, condiciones de los consumidores.....</i>	<i>31</i>
<i>Cuadro 4. Quiénes son productores.....</i>	<i>32</i>
<i>Cuadro 5. Características de los productores.....</i>	<i>33</i>
<i>Cuadro 6. Comercializadoras.....</i>	<i>34</i>
<i>Cuadro 7. Características de las comercializadoras.....</i>	<i>35</i>
<i>Cuadro 8. Condiciones de las comercializadoras</i>	<i>36</i>
<i>Cuadro 9. Organizaciones del comercio justo</i>	<i>37</i>
<i>Cuadro 10. Organizaciones de Apoyo</i>	<i>37</i>
<i>Cuadro 11. Instituciones y Organizaciones del Comercio Justo.....</i>	<i>38</i>
<i>Cuadro 12. Otras organizaciones que trabajan en el Comercio Justo.....</i>	<i>38</i>
<i>Cuadro 13. Organizaciones matrices por departamento.....</i>	<i>40</i>
<i>Cuadro 14. Políticas de Estado.....</i>	<i>47</i>
<i>Cuadro 15. Políticas de gobierno.....</i>	<i>48</i>
<i>Cuadro 16. Productos de Comercio Justo.....</i>	<i>49</i>

Cuadro 17. Organizaciones y Productos certificadas en Bolivia.....	50
Cuadro 18. Comportamiento de las exportaciones.....	51
Cuadro 19. Tiendas Importadoras.....	51
Cuadro 20. Tiendas tradicionales y tiendas de ES y CJ.....	53
Cuadro 21. Difusión y Concientización.....	64
Cuadro 22. Finanzas Solidarias.....	66
Cuadro 23. Participación de OECAS y familias rurales.....	67
Cuadro 24. Tipo de producto agropecuario apoyado.....	68
Cuadro 25. Tecnologías de Producción bio. Estable.....	70
Cuadro 26. Sistema de Certificación.....	71
Cuadro 27. Principios del sello social.....	72
Cuadro 28. Comercio Justo.....	73
Cuadro 29. Estructura Organizativa del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 resultado de la pregunta Nº 1.....	52
Gráfico Nº 2 resultado de la pregunta Nº 2.....	53
Gráfico Nº 3 resultado de la pregunta Nº 3	54

Introducción

“Desde los sesenta del siglo pasado en América Latina, con la drástica modificación de las relaciones entre el Estado y la sociedad al iniciarse los procesos de privatización, desregularización de los mercados, entre ellos el trabajo y los derechos laborales, disminuyó la incorporación al trabajo asalariado en los procesos productivos”¹.

Tuvieron que pasar 20 años, para que en contexto boliviano se implementaran los citados procesos de privatización y como producto de una pésima administración en *“el gobierno de Hernán Siles Zuazo se da la hiperinflación por consecuencias de políticas económicas anteriores que datan desde 1952 tras las reformas en el ámbito económico que en los primeros años era estatal para luego privatizar las empresas estatales, por ser insostenibles algunas empresas estratégicas como ser la Corporación Minera de Bolivia - COMIBOL, por la baja de precios internacionales de la minería, el Estado tuvo que relocalizar a varios mineros con el Decreto Supremo N° 21060, generando el desempleo de más de 20.000 mineros que tuvieron que inmigrar hacia áreas rurales de Bolivia”².*

Este fenómeno genera la colonización del Chapare Cochabambino con la plantación de la coca, el oriente se mecaniza la agricultura y expande la plantación de soya tienen el apoyo gubernamental y la accesibilidad al crédito bancario; aspectos que productores en pequeña escala vienen reclamando a instancias gubernamentales, para poder tener apoyo de instituciones públicas como privadas (ejemplo. bancos, cooperativas y demás entidades financieras), en este contexto surge una alternativa al comercio convencional de libre mercado y competencia desigual; la misma que trata de articular el mercado interno e internacional el comercio justo y la economía social surgen como alternativa que favorecen a los pequeños productores del área rural.

El **comercio justo** se define como un conjunto de prácticas socioeconómicas que representan alternativas al comercio internacional convencional, cuyas reglas son globalmente injustas para los países del **Sur**, y en particular para los productores rurales (*Vizcarra Gastón 2002*).³ Estas prácticas establecen relaciones entre productores y consumidores, basadas en la equidad, asociación, confianza y el interés compartido, obedecen a criterios precisos y persiguen objetivos en distintos planos: obtener condiciones más justas para los grupos de productores marginados y hacer evolucionar las prácticas y reglas del comercio internacional con el apoyo

de una parte de los consumidores. En las últimas décadas, el movimiento del comercio justo ha conseguido un desarrollo sostenido, entre otros en Europa del norte. A pesar de una progresión constante, están apareciendo divergencias y surgen preguntas en cuanto al impacto de estas prácticas y su capacidad para representar al movimiento de economía solidaria.

El comercio justo, representa una alternativa para Bolivia, ya que se enmarca dentro de los parámetros establecidos en principios de reciprocidad, equidad económica para la comercialización de sus productos, para una exitosa aplicación, lastimosamente las medidas que se implementa para su fomento son insuficientes.

El presente trabajo pretende hacer el Diagnostico para la Implementación de Políticas de Fomento al Comercio Justo en Bolivia, como la creación de este "Vice ministerio de Solidaria y Comercio Justo"⁴. Que beneficie a los pequeños productores rurales y las pequeñas y medianas empresas, permitirá proponer la estructura de organización, funcionamiento y financiamiento.

1. Boris Marañón es investigador del instituto de investigaciones económicas de UNAM (México), Dania López es de facultad de filosofía y letras de posgrado en estudios latinoamericanos UNAM (México), son autores de "Economía Solidaria y Sociedad Alternativa en América Latina"
2. Carlos Mesa Gisbert, Historia de Bolivia. realiza una recopilación del gobierno de Víctor Paz Estensoro cuando lanza el decreto 21060 generando incertidumbre en los mineros relocalizados.
3. Gastón Vizcarra, consultor de la FAO 2002.
4. Propuesta de creación de un Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo, realizada por el movimiento de economía solidaria y comercio que integra varias organizaciones productoras ecológicas en pequeña escala.

Esta iniciativa surge de los productores, organizaciones y el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, que trabajan en el marco del comercio justo y una economía solidaria basados en la Constitución Política del Estado, considerando para tal fin los artículos referentes a la Estructura y Organización Económica del Estado, los cuales textualmente hacen referencia a la economía plural, el diagnóstico de la investigación pretende contribuir a la sociedad, específicamente a los pequeños productores de las OECAS, micro y medianas empresas que aglutina el movimiento de economía solidaria y comercio justo, investigando la pre factibilidad de creación de un vice ministerio de economía solidaria y comercio justo que diagnostique los problemas sus potencialidades y debilidades que tiene este sector para recomendaciones posteriores que beneficie a los productores y al colectivo de la sociedad.

CAPITULO I
ARGUMENTACIÓN METODOLÓGICA

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Investigar, analizar y diagnosticar el comercio Justo, su desarrollo e implementación con el objeto de extraer recomendaciones y propuestas para la implementación de políticas que fomenten el Comercio Justo en Bolivia desde el 2005 hasta el 2011.

1.2. Objetivos específicos

- Analizar las condiciones del mercado local e internacional actuales, y su relación con las prácticas del comercio justo
- Observar las formas de organización de los pequeños productores, y sus iniciativas para lograr precios razonables por sus productos.
- Identificar a instituciones e instancias que se relacionan con prácticas del comercio justo en Bolivia.
- Sistematizar información institucional y normativa para la creación del Vice Ministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo.
- Definir las funciones administrativas y/o técnicas, contemplando direcciones y unidades de producción, capacitación, comunicación y asesoramiento técnico sobre políticas económicas, las mismas que coadyuvarían a optimizar las prácticas del comercio justo en Bolivia.
- Proponer la implementación o creación del Vice ministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo en Bolivia, a cargo de desarrollar políticas públicas en beneficio de los pequeños productores.

1.3. Justificación

Bolivia como estado puede tomar ventaja de los beneficios que representa la práctica del comercio justo; sin embargo no se aprovecha esta situación, porque productos que se enmarcan en el mismo (café, cacao, quinua orgánica y todos aquellos que deban certificarse), tienen bajos niveles de producción, esto debido a la falta de incentivos para su producción y

exportación, añadiendo la poca información y socialización del movimiento, ya que la sociedad ignora en su mayoría, esta nueva alternativa comercial.

“Un tema de vital importancia para el fomento de prácticas de comercio justo es contar con una institucionalidad (INSTITUCION) que sea la entidad o centro de planificación, ejecución, capacitación e información de instituciones que desarrollan actividades, además se tiene que tener un banco de datos que contemple datos estadísticos como: niveles de producción, exportación; productos y número de familias que trabajan bajo esta modalidad; instituciones y organizaciones que apoyan a productores de distintos rubros ya sea en la agricultura o artesanía; todos estos datos estarán orientados a generar políticas públicas para implementar el fomento y desarrollo del movimiento”⁵.

en el país, no existe institución especializada en este tema de comercio justo y economía solidaria; las organizaciones no gubernamentales – ONG´s y fundaciones trabajan con grupos de productores este tema, pero conjuntamente a otros proyectos que abarcan su área de cooperación, por lo que se puede afirmar que no existe una institución gubernamental especializada en el tema de comercio justo y economía solidaria.

El presente trabajo pretende aportar el *diagnóstico para la implementación de Políticas de Fomento al Comercio Justo en Bolivia* identificando debilidades, fortalezas y oportunidades para futuras propuestas públicas como la creación de un viceministerio de ES y CJ constituyéndose en la institución que coordine con productores y organizaciones que vienen trabajando desde hace mucho tiempo; buscando fomentar esta actividad como alternativa al comercio convencional, poniendo en práctica el buen vivir que está establecido en la CPE y señalados en la cuarta parte (estructura y organización económica del estado), fundamentos que dan lugar a esta propuesta para el beneficio de los productores y la sociedad en general.

El diagnóstico pretende como política de fomento al comercio justo la creación del viceministerio que aglutinara a varios sectores productivos como la incorporación de productores de las aéreas rurales y urbanas “productores de pequeña escala con una filosofía económica distinta a la del comercio convencional, especialmente dedicados a la producción ecológica” al sistema de comercio justo con ayuda técnica, capacitación y crédito aumentando el número de familias beneficiadas; con la creación y el respaldo de dicha institución se viabiliza y facilita escenarios de comercialización acordes a la realidad de los productores, y a una compensación justa por sus productos de parte del consumidor final.

El trabajo del Viceministerio⁶ de economía solidaria y comercio justo, tenderá a ser la institución que fomente la sostenibilidad productiva implementando planes de desarrollo a mediano y largo plazo, conjuntamente a los productores.

1.4. Problema

En Bolivia el desarrollo y la aplicación de prácticas de comercio justo constituyen una opción que puede generar grandes oportunidades para los productores. Sin embargo, el aprovechamiento de sus ventajas es limitado y los niveles de producción y exportación bajo esta modalidad es limitado por que no existe políticas públicas que incentiven la producción y exportación del comercio justo en Bolivia.

1.5. Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se emplearan los métodos: cualitativo (analítico y descriptivo), el cuantitativo (tabulación de datos); como el método participativo, los cuales los dividimos en las siguientes fases:

- **Planificación.-** Se realizará a través de la elaboración de la matriz de operatividad a continuación detallada:

Matriz de Operatividad

Variables	Indicadores	Fuentes
Instituciones e instancias relacionadas al comercio justo en Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. • Ministerio de Planificación para el Desarrollo. • Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. • Vice Ministerio de Comercio Interno y Exportación. • Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia 	<p>Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.</p> <p>Cámara de Comercio de Bolivia</p> <p>Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia</p>
Productos y niveles de exportación en el marco del comercio justo en Bolivia.	<ul style="list-style-type: none"> • Café • Miel • Manufacturas • Jugo de naranja • Castaña • Cacao • Artesanías 	<p>Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo.</p> <p>CAMEX, IBCE (Instituto Boliviano de Comercio Exterior)</p>

Para el desarrollo de las variables e indicadores descritos precedentemente, se realizaran las siguientes etapas:

- **Recolección de información.-** La cual se efectuara en las diferentes instituciones que coordinan su trabajo en relación al tema del comercio justo.

- **Elaboración de instrumentos de investigación.-** Consistentes en guías de encuesta y entrevista, ambas dirigidas a personas con conocimientos del tema de investigación y **documentación**.
- **Trabajo de campo.-** Se emplearan los instrumentos antes descritos visitando instituciones públicas y privadas, simultáneamente se procederá a realizar entrevistas para la recolección de información inherente a la investigación.
- **Sistematización y Formulación.-** Con la información recabada se procederá al análisis respectivo para luego extraer conclusiones referentes al tema mencionado para su posterior redacción y formulación de políticas públicas (creación de un vice ministerio), fundamentando la recomendación respectiva.
- **Redacción de Propuesta.-** La misma que contendrá, información referente a instituciones relacionadas, procedimientos básicos y aspectos relativos a la creación del vice ministerio de economía solidaria y comercio justo, para su posterior implementación.

Para las actividades mencionadas se utilizarán fuentes primarias y secundarias. Entre las primarias se encuentra la información recabada mediante: entrevistas, encuestas, reuniones técnicas y otras; entre las secundarias: bibliografía, reportajes, legislación y obras o trabajos relacionados al comercio justo.

1.6. Aproximación teórica

Con el objeto de tomar conocimiento de la base teórica sobre la cual se encuentra el tema del comercio justo, a continuación se desarrollan los principales conceptos relacionados al mismo, partiendo de lo general a lo específico:

Economía.- Es preciso definir el concepto como la ciencia de las leyes sociales que rigen la producción y distribución de los medios materiales que sirven para satisfacer las necesidades humanas⁷; sin embargo actualmente se puede ver que a esta concepción se le ha sumado la característica; que esta ciencia estudia los fenómenos sociales que rigen la producción y distribución de los medios materiales y servicios para satisfacer las necesidades, ahora el medio de distribución de la producción por excelencia es el **Mercado** entendido como el

conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores, en contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. Asimismo se puede entender como el ambiente social que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los oferentes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones y bajo estas condiciones establecer el precio del mismo, toda esta actividad está a cargo del **comercio** denominado como actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes y servicios, como el cambio o transacción de un producto o servicio de igual valor un ejemplo es la compra de una prenda de vestir que tiene el valor total de producción (material, tiempo de transformación o fabricación, más la ganancia).

Otro ejemplo es la compra de productos agrícolas que tiene un valor de producción (similar al anterior pero con un plus de producción y no de fabricación), de esta definición pasamos a un nivel macro, el **comercio exterior** donde los **individuos** y el Estado se convierten en agentes económicos que se dedican a exportar los productos fabricados en el país hacia otros países y a importar productos fabricados en otros países para venderlos dentro su jurisdicción; en el comercio exterior puede haber desigualdad económica por eso cada Estado tiene su indicador económico donde se puede apreciar la balanza comercial y confirmar el estado financiero del país, entre exportación e importación. **Exportación** entendido como el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo en el exterior. Es decir la venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles. Los servicios tangibles corresponden generalmente a los servicios no factoriales tales como, servicios por transformación, transportes diversos, fletes y seguros; y los intangibles corresponden a los servicios, como servicios financieros que comprenden utilidades, intereses, comisiones y algunos servicios no financieros; en resumen la exportación es la salida de mercancías y de otros bienes, por la frontera aduanera de un país, incluidas las compras directas en el interior del país, efectuadas por las organizaciones extraterritoriales y las personas no residentes.

Importación: Es el ingreso legal al territorio, de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país, diferenciando por cada producto el arancel varia el costo para su ingreso a territorio nacional, pero también puede haber productos libres de arancel dependiendo de tratados

comerciales bilaterales o bloques económicos, hay dos componentes muy importantes para realizar la importación o exportación la **certificación** que es un procedimiento que evalúa, monitorea y proporciona garantía escrita en el sentido de que un negocio, producto o servicio se ajusten a requisitos específicos, otorga un logotipo o etiqueta mercadeable a quienes cumplen los estándares básicos nacionales e internacionales. Como también la **normativa** es un componente que establece las reglas y leyes dentro de cualquier grupo u organización (siempre son necesarias las reglas, leyes y políticas) debido a que debe existir un orden y común acuerdo de los integrantes o grupos u organizaciones que existen, un ejemplo de esto son los acuerdos comerciales de bloques económicos o acuerdos bilaterales donde establecen reglas de producción y exportación (ISO. 999), para el control y la calidad del producto final. Existen áreas dentro de las organizaciones que demandan que se enfoque en concreto a dicha parte del establecimiento de orden y control principalmente en las grandes organizaciones, como lo son las gubernamentales, o las transnacionales o de organismos internacionales, todo este procedimiento hasta que entre al mercado, pero también existen otras formas de producción y distribución de los propios productores como definiciones relacionadas a la economía social.

Equidad Económica: Que se puede definir básicamente como la idea de igualdad comercial, concepto de equidad económica, se refiere a tener las mismas oportunidades en el mercado exterior subsanando las trabas comerciales que tenemos empezando del desconocimiento de las normas fitosanitarias, exportación y mercados; además de las restricciones que tienen estos productos en aranceles altos puesto que su producción es reducida; otra definición complementaria es la **economía social** que trata de una economía cuyo principal recurso es el trabajo y se basa en los siguientes valores y practicas (*Coraggio, José Luis, "Economía del trabajo" en la otra economía, Buenos Aires, 2004*). **La Economía Solidaria:** Es un proceso socio económico en la cual las personas son el centro y objetivo principal de los esfuerzos que los seres humanos realizan para mejorar su calidad y sus condiciones de vida, fortaleciendo sus capacidades.

*"Sistemas socioeconómicos, culturales y ambientales desarrollando de forma individual o colectiva a través de prácticas solidarias, participativas, humanistas y sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano con fin de la economía (Centro Canadiense de Estudios y Cooperación Internacional (CECI))"*⁸.

También podemos complementar con el término de **economía social solidaria**: la economía social y solidaria está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad. Incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía (Ministerio de Desarrollo Social de Argentina. Dirección de Desarrollo Económico Social, 2009.)

5. Entrevista realizada a Edmundo Janco Mita, ex jefe de ventas de EL CEIBO miembro institucional del movimiento de economía solidaria y comercio justo, hace una apreciación de la realidad coyuntural que pasa el movimiento.
6. Pagina web www.rrhhblog.com/.../definición de vice ministerio, como una entidad gubernamental parte del poder ejecutivo para ejecutar los planes de desarrollo referente a el área correspondiente, en el presente trabajo se hace énfasis en la creación de un vice ministerio de economía solidaria y comercio justo, propuesta hecha por los productores que conforman el movimiento de economía solidaria y comercio justo.

Economía plural: constituida por formas de organizaciones económicas comunitarias, estatales, privada y social cooperativa, la economía plural articulan las diferentes formas de organización económica bajo los principios de: complementariedad, reciprocidad, solidaridad, redistribución, igualdad, seguridad jurídica, sustentabilidad, equilibrio, justicia y transparencia. La economía social y comunitaria complementara el interés individual con el vivir bien colectivo (Asamblea Constituyente de Bolivia “nueva Constitución Política del Estado” 2009, Art. 306). Lo que quiere decir que hay una concientización del Estado hacia los productores desde una visión más amplia de la economía incluyendo prácticas como el **Comercio Comunitario:** el comercio comunitario es una forma de comerciar los productos comunitariamente, generalmente se desarrolla en ferias locales de las comunidades rurales en donde los pequeños productores acuden a estos espacios para intercambiar productos equivalentes, sin la intervención de intermediarios (propuesta de promoción y desarrollo de la economía solidaria y comercio justo en Bolivia, junio de 2007). Con estos antecedentes podemos definir en **conclusión** podemos mencionar que **comercio justo** surge como una alternativa de producción donde el productor vende al consumidor el producto ecológico reduciendo los intermediarios recibiendo una remuneración justa de acuerdo al costo de producción y añadiendo un valor agregado con el cual compensa el costo de vida para una existencia digna del productor y su familia, por su parte los comercializadores venden el producto de comercio justo a un “*precio más alto que en el mercado convencional*”⁹. El comercio justo con los principios basados en la solidaridad, reciprocidad e igualdad son compatibles con los principios de la economía plural de la nueva Constitución Política del Estado plurinacional.

7. Pagina web www.rrhhbolg.com/.../ ¿Qué es economía?

8. Manual de Economía Solidaria y Comercio Justo” Guía del formador. La Paz, 2008).

9. revista mensual de IBCE octubre 2010, concepto extraído de esta revista por ser de reciente publicación en Bolivia.

CAPITULO II
ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO JUSTO

2.1. Antecedentes del Comercio Justo a Nivel Internacional

En la década de los 40, el comité menonita central de los Estados Unidos, del cual luego nació la ATO (*Alternative Trading Organization en sus siglas en inglés*)¹⁰. Comerció con comunidades pobres del sur con el propósito de generar fuentes de trabajo e ingresos.

“En Gran Bretaña, Oxfam GB”¹¹. Iniciaba a comerciar a una escala muy pequeña en la década de los 60. El crecimiento del comercio justo alternativo desde fines de la década de los sesenta ha estado asociado en un inicio con los movimientos políticos solidarios. Uno de los primeros fue “*Stichting Ideeële Import*”¹². En Holanda comenzó a importar bienes de países de tercer mundo, países en desarrollo, que estaban económica y políticamente marginados, paralelamente a este trabajo nace una iniciativa a nivel mundial para comprar café de Nicaragua durante el régimen sandinista.

“*Twin Trading*”¹³. En el Reino Unido fue fundado por el gran consejo de Londres (la antigua entidad de gobierno local de la capital) En respuesta a los requerimientos de asistencia a países económicamente en desventaja como Vietnam, Cabo Verde, Mozambique, Cuba y Nicaragua. También en “*Bélgica Oxfam Wereldwinkels*”¹⁴. También crece a partir de un movimiento de solidaridad política. Si bien organizaciones externas del norte tuvieron esta iniciativa, los gobiernos de los países en desarrollo empezaron a pedir apertura de mercados.

Los programas de desarrollo apoyados desde el norte estaban centrados en donaciones de dinero para programas de desarrollo en los países en desarrollo, pero países del sur buscaban abrir mercados para sus productos, aun existiendo medidas proteccionistas para evitar la introducción de sus productos a mercados del norte.

En la conferencia de la “*UNCTAD*”¹⁵, de Ginebra en 1964 se oyó por primera vez el grito de comercio no ayuda. En aquel momento, los países industrializados eludían problemas centrales tales como el precio de las materias primas y la apertura de mercados. Preferían ofrecer créditos y ayuda al desarrollo. Durante la segunda conferencia de la UNTAC en Nueva Delhi en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo, pero el resto del mundo hizo caso omiso a estas exigencias.

En Europa de los 60, los problemas de países en desarrollo no despertaban mucho interés en la población. Entre los pocos grupos que se sentían preocupados, nació la idea de crear tiendas

UNTAC para vender productos del tercer mundo cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por aranceles.

En 1967 la organización católica “*SOS WERELDHANDEL*”¹⁶: los países bajos empieza a vender productos artesanales de los países en vías de desarrollo a través de catálogos, consolidando una de las mayores redes de tiendas solidarias, las cuales se convirtieron en importadoras directas de productos.

Las ventas tenían por objetivo protestar contra el comercio internacional y la repartición desigual del poder. En abril del 1969 la primera tienda solidaria se inauguró en el pueblo (Breukelen). Holanda fue el inicio de un periodo de crecimiento rápido del movimiento de las tiendas solidarias. En solo dos años los países bajos ya podían vanagloriarse de poseer (120)¹⁷. Tiendas de este tipo y el movimiento se difundió rápidamente en Alemania, Suecia, Austria, Gran Bretaña, Bélgica y en el sur de los países bajos.

10. Es una organización no gubernamental que ofrece soporte al movimiento Fairtrade (comercio justo) para reducir la pobreza, con su sigla en ingles ATO (organismo alternativo para el comercio) <http://faircompanies.com/news/view/sobre-la-organizacion-comercio-alternativo-ato/>.

En otoño de 1973 se lanzó el primer café de comercio justo importado de cooperativas de Guatemala el (*Indio Solidary Codee*)¹⁸. Aceleró considerablemente la expansión del comercio justo y las ventas del café no tardaron en sobre pasar las de las artesanías. En la década de los 70 tuvo lugar un replanteamiento y una difusión ideológica sobre los objetivos del comercio justo.

Se plantea la venta de productos sobre todo como una manera de dar información y conciencia a la población de puntos de venta, las tiendas solidarias se convirtieron en cedes de campañas.

Hoy en día existen organizaciones de comercio justo en diez países Europeos, en Canadá, Estados Unidos y Japón. Para acercar el producto al consumidor hay una red de (3.000 tiendas solidarias)¹⁹. Grupos de venta por catálogo, representantes y otros grupos locales. En Alemania y los países bajos, las iglesias desempeñan también un papel muy importante en la venta de productos. En cuanto a las ventas por mayor a empresas, organizaciones y organismos estatales, aumentan rápidamente. Además, se han tomado las primeras medidas para comercializar los productos en tiendas normales. Se supone que la venta de productos por estos canales de distribución ganará mucho peso en los próximos años.

11. Es una organización no gubernamental independiente, sin vinculación partidaria ni religiosa, que trabaja con organizaciones, comunidades y poblaciones en mas de 80 países, <http://www.predes.org.pe/oxfam.htm>.
12. Es una organización de comercio justo de Holanda que ayuda a los productores de café, en centro América, http://www.google.com.bo/#hl=es&lr=lang_es&tbs=lr%3Alang_les&q=Stichting+Ideele+import&aq=f&aqi=&aql=&oq=Stichting+Ideele+import&gs_rfai=&fp=cad228bfd3b5f91
13. Es una organización perteneciente a pequeños productores que se dedica a desarrollar cadenas de suministros de productos de comercio justo para productores de café, nueces, cacao, azúcar y fruta. <http://twin.org.uk/about>.
14. Es una organización no gubernamental independiente, sin vinculación partidaria ni religiosa, que trabaja con organizaciones, comunidades y poblaciones en mas de 80 países, wereldwinkels, es un proyecto para América central, es <http://www.predes.org.pe/oxfam.htm>.
15. Es el órgano principal en la asamblea general en la esfera de comercio y desarrollo (Naciones Unidas)
16. En 1967, la organización católica SOS Wereldhandel, de los Países Bajos, comenzó a importar productos artesanales desde países subdesarrollados, con un sistema de ventas por catálogo. http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_justo

Los programas de desarrollo apoyados desde el norte estaban centrados en donaciones de dinero para programas de desarrollo en los países del tercer mundo o países en desarrollo, buscaban abrir mercados para sus productos, no recibir ayuda económica por que tienen medidas proteccionistas, para evitar la introducción de productos a sus mercados.

El comercio justo o alternativo de fines de los 60 y 70 estaban más preocupados por encontrar mercados para los productos de países que estaban excluidos de los canales convencionales del comercio por razones políticas, que en promover el bienestar de los productores.

Además el comercio justo o alternativo, también apareció una rama del comercio justo o alternativo que puede ser descrita como el comercio para el desarrollo, esta nació en respuesta a la pobreza y a veces, a los desastres ocurridos en el Sur y se enfocó en primer lugar en el mercado de productos artesanales. Sus fundadores fueron en su mayoría grandes agencias de desarrollo y a veces organizaciones religiosas de países Europeos como Oxfam, Hivos, Pan para el mundo Caritas, entre otros.

Al mismo tiempo estas organizaciones trabajando con sus contra partes en el Sur, estaban ayudando a establecer lo que serían los ATOs (Alternative Trade Organizations) Del Sur que se encargarían de organizar a los productores y exportar al Norte organizaciones como BRAC y CORR, The Jute Works en Blangladesh, St Mary s Ahmedabad²⁰, en la India, Pekerti en Indonesia y la Community Crafts Associaton de Filipinas, solo son algunas de las que se crearon en esa época.

17. Son tiendas solidarias donde ofrecen productos orgánicos con valor agregado para ayudar a productores del sur.
18. Es la marca del café en Guatemala, que se caracteriza por ser el primer producto en ser exportado como producto de comercio justo, exportan café por primera vez con la marca Indio Solidary Codee.
19. Dato proporcionado por CAMEX (cámara nacional de exportación) Bolivia.
20. Son dos organizaciones que Trabajan con 350 grupos rurales, de los que 21.000 son mujeres. Comercializa colchas, camisetas, carteras y joyeros de cuero dentro y fuera del país. También Engloba a 7.000 mujeres del país distribuidas en 200 cooperativas. Todas trabajan el yute, uno de los recursos más importantes de la India.

Desde mediados de los 70, las ATOs Europeas se reunían en encuentros informales cada cierto tiempo. Para mediados del 80s se creó la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) y la Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) dos diferentes tipos de organización: EFTA es una asociación de las 12 más grandes importadoras Europeas que se reunieron para aumentar al máximo posible la eficiencia y efectividad para evitar la duplicación de esfuerzos y costos, IFAT es una organización democrática global de cerca de 150 organizaciones (a julio de 1999) distribuidos en 47 países con objetivo de mejorar las condiciones de la población en desventaja a través del comercio en base al código de ética.

Es significativo el hecho que cuando estas dos organizaciones comenzaban su trabajo, nace la primera certificadora, "*Max Havelaar*"²¹. Fundada en Holanda en 1988 el interés fundamental de Max Havelaar fue el café debido a que los productores del café estaban sujetos a los precios del mercado internacional, la idea Max Havelaar era crear un sello Fair Trade²². Para el café que pudiera aparecer empacada en los estantes de los supermercados para mostrar a los consumidores que los comerciantes de ese café, en particular, lo habían comprado de pequeños productores de café a un precio especial que les pudiera garantizar ingresos justos.

"Hoy en día existen organizaciones de comercio justo en diez países Europeos, en Canadá y Estados Unidos y Japón, para acercar el producto al consumidor. Hay una red de (3.000) tiendas solidarias, grupos de venta por catálogo, representantes y otros grupos locales, en Alemania y los países bajos, las iglesias desempeñan un papel importante en la venta de productos. En cuanto a las ventas al por mayor a empresas, organizaciones y organismos estatales aumentan rápidamente. Además se han tomado las primeras medidas para comercializar los productos en tiendas normales. Se supone que la venta de productos por estos canales de distribución ganara mucho peso en los próximos años.

21. Max Havelaar es una asociación sin fines lucrativos, fundada en el 1993, que otorga un sello a los productos que responden a las normas internacionales del comercio justo.

A nivel mundial las organizaciones de comercio justo importan de unas 800 contrapartes comerciales repartidas en 45 países del hemisferio sur. La mayor parte de estas contrapartes son asociaciones de cooperativas, talleres y pequeñas fábricas, así como un número creciente de empresas privadas según una estimación muy aproximada estas contrapartes reúnen a 800.000 familias, 5. Millones de personas (en muchos países del sur, la mujer, el marido y a veces los niños y miembros de la familia ampliada Se reparten el trabajo de producción). *Estas personas son pequeños y medianos campesinos, artesanos, tejedores, costureros y operarios que conducen maquinas o trabajan en cadena*²³, el comercio justo está creciendo a nivel mundial, se ha generado una conciencia sobre el consumo solidario y equitativo con los productores.

- *“En Austria, el 70% de los encuestados han oído hablar del comercio justo y el 17 – 26 % están dispuestos a pagar más por un producto justo*
- *En los países bajos, se estima que el 80% del público le suena mucho el nombre de tienda solidaria el 70% conocen la marca Max Havelaar y el 14% (sobre todo mujeres entre 21 y 45 años de edad) dicen estar dispuestas a comprar productos del comercio justo y pagar un precio comparativamente más alto.*
- *En el reino unido, el 85% de los encuestados dijeron que quisieran ver productos del comercio justo en sus supermercados, el 40 % sabía dónde encontrarlos”*

Elaboración propia datos extraídos de la Revista de comercio exterior (INBEX) octubre 2010

Hoy en día, al menos *“100 organizaciones de comercio justo y sociedades comerciales en por lo menos 20 países europeos importan del sur productos del comercio justo”*²⁴.

22. Con sus siglas en ingles Fairtrade (comercio justo) es un movimiento dentro de FLO (labellig organizations international) que certifica y evalúa los productos ecológicos que se comercializan como productos de comercio justo en el mundo.

23. Comentario y datos del trabajo, El comercio justo una alternativa de agroindustria de la FAO del consultor Gaston Vizcarra.

24. Datos de la propuesta de economía solidaria y comercio justo en Bolivia, 2007 memoria institucional de la plataforma multisectorial de Bolivia.

Esto dio lugar al nacimiento de otras organizaciones de etiquetado: Fairtrade foundation en Gran Bretaña y Transfair, primero en Alemania y luego en otros países Europeos.

En 1997 varias organizaciones de etiquetado justo (iniciativas nacionales) decidieron juntarse bajo una organización sombrilla denominada FLO Internacional (Fair Label Organization – Organización Internacional de Etiquetado Justo).

2.2. Antecedentes del Comercio Justo en Bolivia

El movimiento de la economía solidaria y el comercio justo tiene como principio la pre colonia con raíces muy profundas en las culturas originarias como los Kóllas y Aymaras con costumbres que aun, en el presente se practican en los ayllus y las comunidades rurales del Altiplano. Los principios de la vida comunitaria como la solidaridad, reciprocidad y la equidad son principios que busca el vivir bien y en armonía que traducido en aymara es el Suma Qamaña.

Se puede decir que las prácticas culturales de los pueblos indígenas visibilizan esos principios fundamentales que constituyen la economía solidaria a si podemos mencionar las prácticas correctas como:

- El Comercio Comunitario que se desarrolla en las ferias locales rurales y sub urbanas en donde podemos ver el intercambio de productos inclusive sin la intervención de la moneda (trueque).
- La auto ayuda comunitaria como la *“mink’a el ayni etc”*²⁵.

Son prácticas culturales todavía vivas al interior de las diversas culturas que tiene Bolivia. Practicas desarrolladas por los pueblos originarios indígenas desde tiempos remotos velando el bienestar social de sus habitantes.

Desde estos antecedentes, se pueden mencionar también otras prácticas concretas en el presente, organizaciones productivas que trabajan en la producción orgánica desde hace más de 20 años como los productores del cacao, café, castaña, quinua, y otros, pero a un no se visibilizan los términos de la economía solidaria y el comercio justo como una temática y practica separada del comercio convencional, la realización del *“primer encuentro emprendedor de la economía solidaria y comercio justo de América latina”*²⁶, en Cochabamba del 14 al 16 de septiembre del 2005 (Cochabamba) que visibilizo el avance del movimiento de la economía solidaria y el comercio justo y América Latina gracias a iniciativas propias de las organizaciones productivas.

La participación en el *“tercer encuentro internacional”*²⁷, de la economía solidaria realizado en Dakar, Senegal África del 20 al 26 de noviembre de 2005. Bolivia estuvo presente con sus representantes productores y se difundió la declaración de Cochabamba.

Posteriormente, a nivel nacional. La red Nacional de Comercialización Comunitaria RENACC Bolivia y sus regionales, como la RENACC La Paz en especial, ha venido trabajando permanentemente desde sus organizaciones afiliadas realizando diversas actividades.

La realización del primer encuentro departamental de economía solidaria y comercio justo y su inserción en políticas públicas realizado en el mes de marzo del 2006 en la ciudad El Alto con el apoyo del centro de promoción de la mujer Gregoria Apaza en donde participaron cerca de 200 representantes de diversas organizaciones productivas e instituciones, este evento ha permitido fortalecer la propuesta de decreto supremo para plantear al gobierno, el desarrollo de la economía solidaria y el comercio justo en Bolivia.

Se realizaron también diversas ferias del comercio justo a nivel departamental, nacional e internacional en coordinación con instituciones afines como CEPAS Caritas Boliviana²⁸.

El Centro de la promoción de la mujer Gregoria Apaza, Aymaras sin frontera y otras organizaciones desde el año 2005.

25. Son institutos del tawantisuyo donde la ayuda era recíproca en los modos de producción de la época.
26. El primer encuentro que se realizó en Cochabamba el 2005, iniciativa de las organizaciones productoras y de apoyo.
27. El encuentro fue gracias a las organizaciones de apoyo que ayudaron a las organizaciones productoras estuvieran presentes en Dakar.
28. CEPAS CÁRITAS es una institución funcional de la Conferencia Episcopal Boliviana. En su desarrollo se remonta a una relación con CÁRITAS INTERNACIONALIS que es una Confederación de 172 organizaciones católicas para la asistencia, el desarrollo y la acción social, con presencia en 201 países y dio origen en Bolivia, a CÁRITAS creada en 1958 y la PASTORAL SOCIAL, creada en 1964. http://www.caritasbolivia.org/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=5&Itemid=27

La “RENACC”²⁹. La Paz en coordinación con “PROCOIN”³⁰. Caritas Bolivia, el 14 de febrero de 2007 realizaron la reunión de coordinación nacional de la economía solidaria y comercio justo con el objetivo de conocer experiencias de desarrollo del comercio justo y el avance del movimiento en Bolivia,

Como base para la realización del encuentro nacional de la economía solidaria y comercio justo en Bolivia a realizarse del 22 al 24 de marzo de 2007 donde participaron alrededor de 60 representantes a nivel nacional.

Del 22 al 24 de febrero de 2007, se realizó el segundo encuentro Latinoamericano de la economía solidaria y el comercio justo en la Habana Cuba en donde también estuvo presente la delegación Boliviana.

Del 20 al 24 de marzo, se realizó el encuentro nacional por la economía solidaria y el comercio justo en Bolivia, con la participación de 80 representantes de organizaciones productivas de nivel nacional, organizado por la Red Nacional de Comercialización Comunitaria RENACC desde la regional La Paz en coordinación con “CECI Uniera”³¹, y la “cooperación de DFID”³².

El encuentro reunió a tres actores importantes de país Productores el Gobierno y la Banca además de contar con la presencia importante de invitados especiales del Brasil, Uruguay y Ecuador.

De los representantes del sector productivo de Bolivia, participaron de los departamentos de La Paz, Tarija, Oruro, Santa Cruz, Potosí y Cochabamba.

Del gobierno estuvieron presentes: Vice Ministerio de producción y Exportaciones la jefa de comercio interno Lic. Elizabeth Ferrel y representantes de “CEPROBOL”³³ dependiente de la Cancillería, de la banca estuvo presente el representante del Banco Interamericano de desarrollo BID y de “FONCRESOL”³⁴. Como invitados de Brasil estuvo el Sr. Dione Soares Manetti, director nacional de economía solidaria de Brasil, de Uruguay el Sr. Rubén Roberto Sánchez Vicepresidente del Comercio Justo en Uruguay, de Ecuador la Sra. Luz María Cuadrado representante de la RENACC Latinoamericano del comercio comunitario dieron lugar a una reflexión sobre la situación Boliviana con relación a otros países Latinoamericanos, donde existen diferentes experiencias y avances desarrolladas principalmente por los sectores productivos y trabajadores marginados y excluidos que luchan para mejorar la calidad de vida comprometiendo cada vez más a los diferentes sectores y actores sociales y políticos de los Estados.

En las exposiciones de los tres invitados especiales. Coincidieron que es posible construir una economía al servicio de las personas, y esa es la economía solidaria y el comercio justo que se requiere desarrollar como una alternativa de lucha contra la pobreza. Enfatizaron que la economía solidaria busca la calidad del producto y calidez humana que permite un crecimiento integral partiendo desde una actitud práctica frente al modelo neoliberal de desarrollo capitalista y busca desarrollar un modelo de desarrollo sostenible y solidario.

“Por su parte los artesanos, productores de cacao, los caficultores, los representantes de la cadena de quinua, los pequeños ganaderos de Santa Cruz, los ganaderos de camélidos, los apicultores estuvieron presente en el encuentro para dar a conocer experiencias exitosas de desarrollo de comercio justo en Bolivia, gracias a iniciativas propias de los productores” Son sectores olvidados por el gobierno de turno principalmente los productores pequeños que nunca recibieron incentivos de parte del gobierno, sin embargo son los que generan mayor empleo aportando a la economía del país.

Los productores tienen la esperanza de dialogar con el gobierno, la importancia de generar políticas públicas para cambiar el sistema económico del estado a favor de los sectores de pequeños productores, artesanos, micro empresarios, plantean al gobierno y a la banca apoyo al mejoramiento de la producción de calidad, créditos solidarios, certificación justa y promoción de mercados a nivel nacional e internacional.

El 2008 el encuentro de economía solidaria y comercio justo derivó en la creación del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia. MES y ES. a continuación podemos observar un cuadro resumen sobre las actividades e incidencia que se llevaron a cabo en Bolivia.

Cuadro Nº 1: Datos relevantes de incidencia de la Economía Social Solidaria

Nº	EVENTO	ACTIVIDADES	RESULTADOS	QUIENES PARTICIPARON
1	Encuentro Nacional de la Economía solidaria y el Comercio Justo en Bolivia, La Paz 2007.	Elaborar una propuesta que permita visibilizar ante el Gobierno la problemática de un amplio sector de la economía como actor fundamental para el desarrollo	Se conforma la plataforma Multisectorial de Promoción de ES y CJ. Su mandato es elaborar una propuesta desde los sectores productivos hacia las instancias gubernamentales.	Organizaciones productivas del país, CARITAS, CEIBO, ASARBOLSEM, RED OEPAIC, COMART y otros.
2	Encuentro Multisectorial de la Plataforma de la ES y CJ Bolivia marzo/ 2007. La Paz.	Diseñar estrategias y mecanismos para promover la inclusión de la ES y CJ en las políticas gubernamentales.	Se desarrolla la propuesta de desarrollo de ES y CJ y se elige la directiva de la plataforma.	RENACC, FECAFEB, organizaciones de la plataforma, instituciones de apoyo (CEPAS Cáritas, CECI UNITERRA, Alcaldía Sucre, CDMA, Gregoria Apaza entre otras).
3	Encuentro bilateral de economía solidaria y comercio justo Bolivia-Brasil abril/2008.	Intercambio de experiencias de desarrollo. En este evento se establecen redes de cooperación y solidaridad entre ambos países.	Conformación de la comisión redactora de la propuesta de creación de la dirección nacional de ES y CJ, con delegados ministerios, movimientos sociales y cooperación internacional	Representantes de la Secretaria Nacional de Economía Solidaria de Brasil (Representantes del Gobierno Nacional, Organizaciones que conforman la Plataforma).
4	Se instaure el día internacional de la ESS y CJ, en La Paz mayo/2008.	Promoción y difusión de experiencias bajo la concepción del comercio justo.	Se promocionan y difunden experiencias de ES y CJ a nivel nacional e internacional.	Organizaciones productivas y cooperativas.
5	Participación en la elaboración y aprobación de la Ley de ES y CJ.	El objeto de la ley es promover el desarrollo de las actividades inmersas en el Comercio Justo.	Existe un anteproyecto de ley, que se encuentra en revisión por el MESCJ y las organizaciones que la componen.	Movimiento de ESS y CJ, OIT, Ministerio de Desarrollo Rural, Vice ministerios de Comercio Interno y Exportaciones y Micro y Pequeña Empresa.
6	Ferias de comercio justo, (Movimiento de ES y CJ Cepas Caritas, Centro Gregoria Apaza)	Sensibilizar a la población con productos con sello de calidad e identidad cultural, rueda de negocios, divulgación y estímulo del consumo ético y solidario.	Se exponen los productos Permitiendo un incremento en las ventas, la integración de productores y el intercambio de Saberes.	Productores a nivel nacional, responsables de emprendimientos solidarios que desarrollan actividades en el ámbito de la agricultura familiar.
7	3er Encuentro Internacional de ESS Dakar Senegal. Bolivia llevó la Declaración de Cochabamba.	Fortalecer las organizaciones sobre consumo solidario, surgimiento de las finanzas solidarias.	Bolivia presentó la Declaración de Cochabamba dando a conocer a todos los y las participantes del encuentro.	Representantes de países de América Latina y El Caribe. Bolivia fue representada por la RENACC productores de Bolivia.

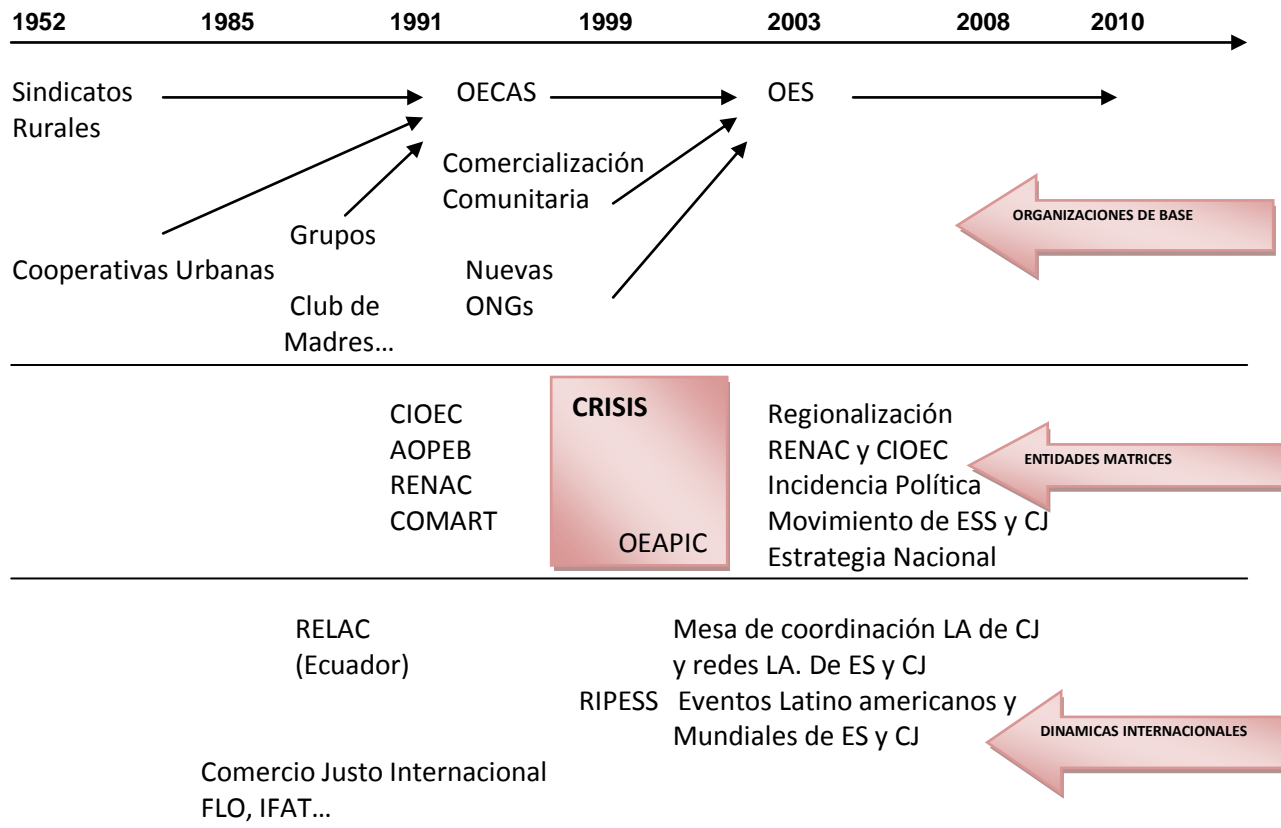
FUENTE: Marco Aurelio Velasco FIESS 2011

El cuadro N° 1. Muestra un resumen de las actividades de las organizaciones que participaron en distintas actividades que se realizaron desde el 2007 y los resultados que arrojaron cada uno de estos eventos donde los productores intercambian experiencias, este cuadro fue extraído del foro internacional sobre la economía social y solidaria (fiess) “2011, hace el estudio de las políticas públicas de economía social y el dialogo entre los poderes públicos y la sociedad social con la colaboración del movimiento de economía social y solidaria y comercio justo de Bolivia”³⁵.

Existen trabajos que muestran la construcción del comercio justo en Bolivia que data desde los años 50 como lo muestra el siguiente cuadro N° 2.

29. RENACC es la red nacional de de comercialización comunitaria de Bolivia que trabaja en temas..de..comercio..justo. http://www.cafolis.org/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=134
30. Es el Programa de Desarrollo del Comercio y Promoción de las inversiones también trabajo con los productores de comercio justo y economía solidaria en la actualidad no trabaja con el movimiento de economía solidaria y comercio justo.
31. CECI UNITERRA apoya a los productores del movimiento de economía solidaria y comercio justo.
32. DFID Departament for International Development en Bolivia también ayuda al sector productor del movimiento de economía solidaria.
33. Centro de Promoción de Bolivia estuvo presente en 2005 y 2007 en la creación de la Plataforma Multisectorial, <http://www.exportapymes.com/comercio-externo-america-esp/category/ceprobol-centro-de-promocion-bolivia/>
34. Fondo de Crédito Solidario es parte de caritas Bolivia que trabaja con el movimiento de economía solidaria y comercio justo,
35. Trabajo realizado por Marco A. Velasco (estudio de los casos: LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y EL DIÁLOGO ENTRE LOS PODERES PÚBLICOS Y LA SOCIEDAD CIVIL) para el Foro Internacional sobre la economía social y solidaria llevado a cabo en Canadá 2011.

Cuadro N° 2: Surgimiento de la economía solidaria en Bolivia



Elaboración: Marco A. Velasco Fiess 2011

El presente cuadro muestra la evolución del comercio justo que surge desde 1952 con los sindicatos rurales hasta transformarse con lo que hoy conocemos como "OECA"³⁶, sumándose otros grupos de las zonas periféricas de las ciudades, con el tiempo se suman las organizaciones de apoyo como (CIOEC, AOPEB, RENAC, COMERT) el movimiento hoy es muy importante que los productores de todo el mundo realizan convenciones y permanentes reuniones donde Bolivia está presente.

CAPITULO III

COMERCIO JUSTO

3.1. Comercio Justo y Economía Solidaria.

El **comercio justo** se define como un conjunto de prácticas socioeconómicas que representan alternativas al comercio internacional convencional, cuyas reglas son globalmente injustas para los países del Sur, y en particular para los productores rurales (Vizcarra Gastón 2002).

Se define como alternativa por que brinda al pequeño productor la oportunidad de poder vender sus productos al exterior, pueden exportar con el sello de comercio justo y recibir una mejor remuneración económica.

El comercio justo es una alternativa al comercio convencional por que la producción está basada en principios y valores que mejoran la calidad de vida de los productores pagando un precio mejor por los productos, mejorando la calidad de vida de los productores especialmente en el área rural y áreas sub urbanas.

3.2. Principios y criterio del comercio justo

Para Productores del sur y norte³⁷.

- Los productores deben funcionar y tomar decisiones de manera democrática en el seno de sus organizaciones.
- Contribuir al desarrollo de su comunidad.
- Garantizar la sostenibilidad de sus actividades desde lo ambiental, social y económico.
- Tener unas condiciones de trabajo aceptables.
- Tener como prioridad la seguridad alimentaria de su territorio.
- Respetar el código deontológico de las ONG europeas sobre la imagen que se da de los productores.
- Ser productores asociados.

Pertenecer a grupos socioeconómicos desfavorecidos con difícil acceso al mercado.

- Mantener igualdad de oportunidades para todos.
- Generar productos de alta calidad.
- Tener producción de pequeña escala.
- Valores basados en la solidaridad.
- Independencia política.
- Las organizaciones deben buscar el desarrollo económico integral y la diversificación de la producción para evitar la dependencia de un monocultivo comercial.
- Mantener relaciones comerciales de igualdad y equidad dentro de las asociaciones.

*Los países del norte se comprometen a:*³⁸

- Dar a los productos del sur acceso directo al mercado europeo, evitando en lo posible los intermediarios.
- Pagar un precio justo para los productores que cubra sus necesidades vitales y los costes de producción, gastos sociales y medioambientales y deje un margen para invertir.
- Pagar por adelantado parte del precio (40-50%) para que los productores no se endeuden.
- Otorgar pre financiamiento a las asociaciones de productores, que aseguren las organizaciones de Comercio Justo.
- Mantener relaciones de trabajo y firmar contratos a largo plazo con los productores.
- Respeto por el papel de la mujer en cuanto a darle un empleo seguro, mejorar sus ingresos, darle acceso a la tecnología, el crédito y la toma de decisiones (este compromiso también lo deben asumir los productores).
- Las organizaciones de comercio justo se comprometen a participar en campañas de sensibilización y de presión política para promover el Comercio Justo y la creación de una estructura comercial internacional que sea de provecho para los productores.

36. OECA (organización económica campesina).

37. Orlando Lara Pineda, *El Comercio justo en Europa*, CIAT "Centro Internacional de Agricultura Tropical" Pág. 16-27, Bogotá 2000, en el trabajo se menciona los principios de la economía solidaria y comercio justo.

- Respeto a la identidad cultural de la contraparte.
- Informar regularmente a los productores sobre precios, tendencias, moda, normas de seguridad e higiene.
- Respeto de los derechos humanos, del medio ambiente, y de las comunidades.

Lo que relevante es que los principios se dividen en dos el de los productores e importadores del norte lo que aclara mas el panorama y rol de cada sector que trabaja en el comercio justo.

Una de las ventajas que ofrece el comercio justo al productor es que se acorta el universo de intermediarios de productos que muchas veces generaba el incremento de muchos productos, el comercio justo propone vender directamente al consumidor final abaratando los costos para el consumidor asegurándose el productor de recibir una buena remuneración.

3.3. Comercio convencional:

El comercio convencional se caracteriza por dejar los precios de los productos al mercado donde se practica la oferta y la demanda, este sistema de producción y repartición es desventajoso para los productores pequeños de las áreas rurales por que no producen a gran escala por una serie de problemas:

- Acceso a créditos
- Acceso a semillas
- Acceso a tecnología agraria
- Asesoramiento productivo

38. Orlando Lara Pineda, El Comercio justo en Europa, CIAT "Centro Internacional de Agricultura Tropical" Pág. 16-27, Bogotá 2000, en el trabajo se menciona los compromisos de la economía solidaria y comercio justo.

Lo que imposibilita al sector de pequeños productores competir con grandes agroindustriales del país, que reciben subvención de combustibles además son sujetos de crédito facilidades al que los pequeños y medianos productores no pueden acceder, el sector de pequeños se ve forzado a vender sus productos a precios que no compensan los costos de producción, no satisfacen las necesidades básicas del pequeño productor de vivir con dignidad con todos los servicios básicos.

3.4. Actores sociales involucrados

En los procesos de comercio justo, los actores principales participan en el proceso de producción hasta el consumo final de productos, a continuación mencionamos a tres, los **productores, consumidores y mediadores** (conocidos también como los importadores comercializadores) en los países del norte, desempeñan un papel fundamental. La concepción de comercio justo se basa en un cambio en las relaciones entre ellos y en reglas diferentes a la libre competencia del mercado convencional. Estos tres elementos económicos son importantes tanto en el mercado tradicional, como en el que se propone como comercio justo y solidario. La participación de los actores en el intercambio tiene una perspectiva ética y principios distintos.

Desde la perspectiva del comercio justo el **consumidor**, tiene que ser el de un ciudadano consciente de los problemas sociales, ecológicos o económicos derivados de los sistemas actuales y actúa coherentemente con esta conciencia. Asume una responsabilidad y su acción intenta ser consecuente con ella. La idea de que el consumidor tiene algún poder de decisión esta detrás del auge de este tipo de comercio. El ciudadano - como consumidor - puede incidir de una u otra forma en lo que se produce, en lo que se compra, en lo que se publicita como el proceso de socialización.

Las prácticas comerciales están ligadas a formas de producción que son aceptadas por el consumidor final, con principios del comercio justo. Productos de impacto negativo sobre el medio ambiente son rechazados por consumidores de países del norte, pero también en los países del sur se reconoce la importancia de cuidar la naturaleza. De hecho el comercio de productos orgánicos tiene un amplio escenario desde la **“Cumbre de Rio de 1992”**³⁹, en el país varias organizaciones trabajan cuidando el medio ambiente produciendo productos ecológicos en armonía con la naturaleza.

Como sustento de un nuevo tipo de relación comercial, la ética y principios del comercio justo se entiende como un llamado a la responsabilidad del consumidor sobre aquellos valores que

no juegan en el mercado capitalista convencional; es decir, la solidaridad con los que por alguna razón son excluidos del desarrollo o el progreso.

El **consumidor** se asume como actor clave en la cadena, cuya valoración de la realidad de los más pobres lo hace participe, pero también responsable de la situación, habría que observar con mucha atención que no se trata de un voluntariado, a manera de hacer el bien trabaja en pro de los pobres, cosa que corresponde a otras instancias, sino que al ser consiente de los problemas generados por el modelo de comercio actual, decide hacer uso de su poder adquisitivo, se vincula como promotor y participe de la solución de la pobreza haciendo adquisición de productos orgánicos del comercio justo teniendo en

Cuenta que adquiere un producto de alta calidad y que el productor recibe una remuneración justa acorde a la realidad nacional.

Es preciso que el consumidor este en contacto permanente con los productores del sur, para que de esta forma se convierta en difusor y forme parte de una red de nuevos consumidores articulados.

39. 1992 Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Cumbre de la Tierra) Brasil.

Cuadro Nº 3: Característica, condiciones de los consumidores

CONSUMIDOR:

<u>Quiénes</u>	<u>Características</u>	<u>Condiciones</u>
*Consumidores autónomos e individuales.	*Con conciencia ecológica y social.	*Cumplir con los principios de la Estrategia nacional de Comercio Justo.
*Afiliados a asociaciones de consumidores.	*Sensibilizados sobre los problemas sociales de pobreza y exclusión.	* Pagar precios justos a los productores,
*Miembros de: grupos		

FUENTE: CIAT "centro internacional de agricultura tropical"

El **productor** participa de una forma singular, una de las tendencias más fuertes del sistema económico es el trabajo individual de agricultores constituidos en empresas, en el comercio justo se busca que la cooperación y solidaridad sea uno de los ejes fuertes. Es así como se entiende que el productor se organiza en asociaciones con un proyecto de economía alternativa como medio de solidaridad y armonía con el medio ambiente. Su trabajo se desarrolla en el marco de la solidaridad y el respeto, busca en la cooperación una forma de lograr el vivir bien como esta estipulado en la constitución política del estado plurinacional de Bolivia, sobre la base de principios, dando a sus productos una base de respaldo social.

La asociatividad mejora la calidad de la producción, las condiciones del trabajo así como la productividad. Por ello una organización de productores que mejora la capacidad de gestión del colectivo, puede lograr reducir costos de transacción, de transporte y permite así mismo disponer de una oferta de productos con mayores niveles de respuesta a la demanda de productos orgánicos que requieren los países del norte. El grupo meta de las organizaciones de productores lo constituyen: campesinos (-as) y artesanos (-as) que tengan una producción a pequeña escala, diversificada y cuenten con medios de producción propios. Tienen como responsabilidad velar por la seguridad alimentaria de su territorio, garantizar la sostenibilidad de sus actividades desde lo ambiental, social, económico y vigilar el bienestar de sus comunidades a través del nuevo papel que asumen como gestores y administradores de la

economía plural. Comparten la inversión colectivamente, planteando estructuras comunitarias para cambiar las relaciones de explotación de trabajo. Además, cobran un 10% o 15 % de sobreprecio en sus productos⁴⁰, que se caracterizan por ser de excelente calidad y amigables con el medio ambiente. Siguiendo la experiencia de productos como el café (FECAFEB) y el cacao (CEIBO), con el surgimiento del movimiento de la **economía solidaria y comercio justo**, se evidencio la necesidad de que los productores asociados crearan sus propias estrategias de mercado para comercializar sus productos y así agilizar su acercamiento al mercado.

Cuadro Nº 4. Quienes son productores

<u>PRODUCTORES</u>
Quienes: <ul style="list-style-type: none">• Población indígena y campesina organizada.• Organizaciones micro y pequeñas empresas.• Organizaciones de pequeños empresarios rurales y urbanos• Organizaciones de artesanos rurales.• Cooperativas y asociaciones de productores

Elaboración propia con datos de CIAT.(centro internacional de agricultura tropical)

Los productores albergan varios sectores de la población principalmente están los indígenas campesinos y artesanos en las áreas rurales, las micros, pequeñas empresas y cooperativas se encuentran por lo general en zonas urbanas.

40. Orlando Lara Pineda, el comercio justo en Europa

Cuadro Nº 5: Características de los productores.

<u>PRODUCTORES</u>
Características:
<ul style="list-style-type: none">• Producción consolidada a pequeña y mediana escala.• Dificultades de acceso a los mercados.• Escasa información sobre: tecnologías de producción y agregación de valor, mercado, tendencias de consumo, normas de calidad y gestión empresarial.• Dificultades para acceder a capital de trabajo y desconexión con el sistema financiero formal.• Actitud positiva para adecuarse a las exigencias del mercado (volumen, precio, calidad, oportunidad y periodicidad).

Elaboración propia con datos de CIAT.(centro internacional de agricultura tropical)

Las características son las dificultades a acceso de mercados por falta de información sobre el uso de las nuevas tecnologías también es la dificultad de acceder a capital de trabajo lo que impide que tengan mas inversión.

Por ultimo, el tercer elemento clave de esta cadena es el **mediador (tiendas de comercio justo)**, que a diferencia del comerciante tradicional, se orienta por valores y principios como la solidaridad y la cooperación. Además, cumple un papel fundamental en la promoción de este tipo de comercio, valores que lo animan y reglas que lo orientan. Su papel es además de un actor principal en la difusión de información, de los avances técnicos que sirvan para los productores del movimiento, de las experiencias en otros lados y su adaptación al mercado. En el comercio justo, los que asumen el papel de facilitadores o mediadores son las "ATOs"⁴¹. Estas mantienen el vínculo entre el comprador y el vendedor, se localizan en países desarrollados y se encargan de comercializar los productos, los cuales son vendidos a través de tiendas, ordenes por Catalogo, vendimias en iglesias y en empresas familiares. Las ATOs proporcionan a los consumidores productos de alta calidad y garantizan el precio justo de los bienes; educan y conciencian a los consumidores y mantienen informados a los productores sobre las nuevas tendencias de productos y precios.

Se promueve que los intermediarios o facilitadores sean voluntarios o sin ánimo de lucro. En Bolivia los nuevos mediadores o facilitadores pueden llegar a ser las ONGs (Cepas Caritas,

CIOEC, AOPEB etc.) O entidades gubernamentales (mediante ferias locales y nacionales), quienes deben facilitar la comercialización de productos de comercio justo.

Luego, deben vender a los consumidores los productos con un porcentaje más alto del que obtienen del productor. Por ejemplo, si compran con un sobreprecio del 10%, venden el producto al consumidor con el doble del porcentaje del que lo obtuvieron; es decir, un 20%. El beneficio diferencial (10%) que obtienen las organizaciones de comercio justo se destina a campañas de sensibilización, proyectos de desarrollo o inversión para mejorar las condiciones de la tienda o importadora (el precio diferencial fluctúa del 10% al 20% sobre el precio final que es de 100%).

Cuadro Nº 6: Comercializadoras

COMERCIALIZADORAS NACIONALES

Quienes:

- Tiendas minoristas
- Tiendas de Comercio Justo: locales, regionales o nacionales.
- Exportadoras de Comercio Justo.
- COORATIENDAS.
- Plazas de mercado.
- Mercados de pueblo.

Elaboración propia con datos de CIAT.(centro internacional de agricultura tropical)

Como socios estratégicos son fundamentales los comercializadores manejan el concepto de solidaridad estas pueden ser encontradas en las tiendas que tienen algunas organizaciones como AOPEB, CEIBO, FECAFEB y otros....

Cuando nos referimos a plazas de mercado nos referimos a los supermercados de las ciudades donde se pueden encontrar algunos productos como lo del CEIBO, respecto a los mercados de pueblo son las ferias que realizan los productores para promocionar los productos.

Cuadro Nº 7: Características de las comercializadoras

COMERCIALIZADORAS NACIONALES

Características:

- Son distribuidores de productos con sello de Comercio Justo.
- Organizaciones con responsabilidad social y ambiental

Elaboración propia con datos de CIAT. (Centro internacional de agricultura tropical)

No cualquiera puede acceder a ser comercializador de estos productos sin tener en cuenta los principios y valores se emplean para la producción y distribución de estos productos, los distribuidores pueden ser personas individuales y organizaciones con responsabilidad social y ambiental.

Cuadro Nº 8: Condiciones de las comercializadoras

<u>COMERCIALIZADORAS NACIONALES</u>
Condiciones <ul style="list-style-type: none">• Haber participado en procesos de habilitación para cumplir los compromisos de Comercio Justo.• Cumplir con los principios de la Estrategia Nacional de Comercio Justo.• Pagar precios justos a los productores, artesanos y microempresarios.• Respetar los derechos de sus trabajadores y normas de seguridad industrial.• Implementar procesos tecnológicos amigables con el medio ambiente.• Ser organizaciones formalizadas y contar con capacidad administrativa y financiera.• Ser espacios de difusión y puntos de información sobre el Comercio Justo.

Elaboración propia con datos de CIAT.(centro internacional de agricultura tropical)

El establecimiento de condiciones para ser comercializador no es obligatorio pero sería bueno haber participado en los encuentros y reuniones nacionales.

3.5. Federaciones y Organizaciones del comercio justo

Entre las organizaciones del comercio justo tenemos las nacionales e internacionales que brindan apoyo técnico y también comercializan los productos en los países del norte. Hay organizaciones que trabajan a nivel internacional como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 9: Organizaciones Internacionales del Comercio justo

- FLO-Internacional(Fairtrade – Labeling – Organisation), Transfair, Fairtrade, Max Havelar y Otras.
- EFTA (Federación Europea de Tiendas)
- WFTO (Organización Mundial de Comercio Justo)
- NEWS (Red de Tiendas del Mundo de Europa)
- IFAT (Federaci3n Internacional de Economía Alternativa)

Elaboraci3n propia con datos de la revista IBCE.de octubre 2010

Estas organizaciones est3n presentes donde se trabaja con el tema de comercio justo con valores y principios distintos al de comercio convencional tambi3n existen organizaciones de apoyo en el comercio justo en el contexto internacional que prestan sus servicios en Bolivia estas organizaciones se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 10: Organizaciones de Apoyo

- Cepas Caritas (pastoral)
- CECI (Centro Internacional Econ3mico Canadiense)
- Vision Mundial
- FLO CERT
- FLO EV

Elaboraci3n propia en base al cuadro de ibce

Trabajan en permanente coordinaci3n con las organizaciones internacionales para coordinar proyectos a favor de los productores nacionales que se señalan en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 11: Instituciones y organizaciones del comercio justo.

Organizaciones e de Base	Organizaciones e instituciones de apoyo no gubernamentales	Instituciones Gubernamentales
CENTRO Wiñay	CECI Uniterra	Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural
CIOEC	RENACC La Paz	Vice ministerio de interno y Exportaciones
CEIBO	CEACDEM	
CEPAS Caritas Bolivia	CIOEC	
CDIMA	CEPAS CARITAS Bolivia	
CIMA	Red OEPAIC	
CONACOPROQ	EL CEIBO	

Cuadro Nº 12: Otras organizaciones que trabajan en el Comercio Justo.

OEPAIC	ARTE INTI	ARTESANIA SORATA
CASSA	FUNDAWI	UNAP
ANPROCA	WARMY	QANTATI
RENACC	ASARBOLSEM	AOPEB
FECAFEB	BARTOLINA SISA	Asociación Choque Pankara

Confederación Sindical de Trabajadores Artesanos de Bolivia (CSTAB)	AMORBA	ICAB
Juana Azurduy de Padilla	YALETA	Asociación Centro de Mujeres
Rama Rocosa	Lura Maya	Tejidos Jwaki
Talo Telar	MOJSA UMA	Pachamama
Centro Arte El Alto	ARTRIPRESS	RIPESS Bolivia
ASIA Chuquisaca	CADER	UPBL Potosí
Fundación Tejido Arte	AMOR	CONAMYPE
Artesanía Cestería	Artesanía Hermanos Anes	APROBOL
Asociación de Artesanos Sao Parito	Mujeres Indígenas de Qoyasullo	Artex Mujeres Aymaras

Elaboración propia de datos del movimiento de economía solidaria y comercio justo.

Aclarar que todas estas organizaciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales son las que participan en todas las actividades que convocan las distintas organizaciones e instituciones pero no todos están dentro del comercio justo pero se está trabajando en la socialización y unificación de criterios para trabajar en beneficio mutuo de todas las organizaciones de productores.

Cuadro N° 13: Organizaciones matrices por departamento.

DEPARTAMENTOS	DEPARTAMENTO ORGANIZACIONES MATRICES
LA PAZ	58
BENI	1
CHUQUISACA	5
COCHABAMBA	4
ORURO	58
PANDO	1
POTOSI	3
SANTA CRUZ	5
TARIJA	2

FUENTE: Marco Aurelio Velasco en el trabajo estudios de casos Bolivianos FIESS. 2011

En el cuadro N°13 se puede evidenciar que La Paz y Oruro concentran una cantidad mayor de organizaciones es porque La Paz es sede de los poderes Ejecutivo y Legislativo más las instituciones internacionales que tienen relación con el estado Boliviano también La Paz y Oruro concentran la mayor población indígena aymara con la que trabajan las ONGs y FUNDACIONES e INSTITUCIONES INTERNACIONALES lo que explica la falta de instituciones de apoyo nacionales e internacionales.

En el cuadro N° 12 podemos apreciar las organizaciones e instituciones que trabajan en los distintos departamentos.

3.6. Certificadoras

Como mencionamos anteriormente en el pasado las organizaciones del norte se encargaban de vender los productos que importaban, “*la idea de implementar un sello surge de un sacerdote que trabajaba con jornaleros cafeteros en México y un colaborador de una ONG con base en la iglesia holandesa concibió la idea de un sello para el Comercio Justo*”⁴². El café comprado, comercializado y vendido respetando las condiciones del Comercio Justo, calificaría para tener un sello que haría resaltar el producto entre el café tradicional de las repisas en las tiendas y que permitiría no sólo a las Organizaciones de Comercio Justo sino a cualquier otra compañía vender productos de Comercio Justo. En 1988, el sello “Max Havelaar” se estableció en los Países Bajos⁴³. El concepto tuvo acogida: en el transcurso de un año el café con este sello tuvo una cuota de mercado de casi tres por ciento. En los años siguientes, otras organizaciones similares sin fines de lucro de sellos de Comercio Justo se crearon en otros países europeos y en Norteamérica. En 1997 se creó la asociación mundial, Fairtrade Labelling International

(FLO)⁴⁴. Hoy en día, FLO es responsable de fijar estándares internacionales para los productos de Comercio Justo, certificar la producción y auditar el comercio de acuerdo con estos estándares y de etiquetar los productos.

- **FLO (Fairtrade – Labeling – Organisation)**
- **Max Havelaar**
- **Transfair, Fairtrade**

Aclarar que Max Havelaar y Transfair, Fairtrade trabajan bajo la sombrilla de FLO con los mismos estándares de certificación para los productos orgánicos que las importadoras y tiendas en comercio justo exigen para la conformidad del consumidor final.

42. <http://www.ifat-la.org/quienessomos.html>

43. <http://www.labeling.com.html>

44. <http://www.flo.com>

CAPITULO IV
BASE INSTITUCIONAL PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO
JUSTO EN BOLIVIA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS

4.1. Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.

El gobierno mediante el viceministerio de exportación y producción perteneciente al ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural ha estado haciendo seguimiento al movimiento desde la creación de la plataforma multisectorial en el 2007, participando del encuentro nacional de economía solidaria y comercio justo desde febrero del mismo año, hasta la actualidad, viene trabajando con el movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo, trabajan con las organizaciones productivas que aglutinan productores de las áreas rurales y artesanos de las ciudades.

El apoyo que brinda el ministerio y el vice ministerio es coadyuvando y coordinando ferias de economía solidaria y comercio justo en distintas partes del país, con la filosofía del movimiento de vender directamente al consumidor productos orgánicos, además el ministerio a través del vice ministerio han venido trabajando una estrategia para que este movimiento se potencie y llegue a ser una alternativa económica para pequeños productores fortaleciendo mercados internos y buscando nuevos mercados externos ampliando la gama de productos, otro avance es la posibilidad de crear un (*vice ministerio de economía solidaria y comercio justo*)⁴⁵. Lo que implicaría un gran avance para el movimiento, en términos de capacitación, captación de recursos económicos, apertura de mercados básicamente lo que permitiría crear institucionalidad, esta propuesta viene de las organizaciones productoras que aglutina el movimiento de economía solidaria y comercio justo, el ministerio está estudiando esta posibilidad para lo cual las organizaciones se comprometieron a socializar todo lo referente al comercio justo y economía solidaria, realizando encuentros de productores y organizaciones difundiendo todo lo referente al movimiento en distintos puntos del país, para recoger inquietudes y propuestas del futuro funcionamiento del vice ministerio de economía solidaria y comercio justo.

El reconocimiento del estado plurinacional de Bolivia a la economía plural es muy importante para este sector, ya que el modelo de producción de economía solidaria y comercio justo se adecua a la economía plural por manejar la misma filosofía y tener el mismo objetivo el vivir bien, que están contemplados en el plan nacional de desarrollo y en la constitución política del estado plurinacional, ley LOPE y el plan nacional de desarrollo (PND) aclarar que no menciona comercio justo y economía solidaria, el movimiento puede perfectamente acogerse al PND que propone la transformación agraria hacia una agricultura ecológica, orientadas a la eliminación de agroquímicos que limiten el uso de estos productos y sean sustituidos por productos orgánicos, también menciona la priorización del desarrollo de pequeñas y medianas unidades

de producción acortando la brecha agroindustrial. El plan nacional de desarrollo es una gran oportunidad para los productores orgánicos, el PND se enmarca en los ejes de una economía ecológica con desarrollo sostenible, los productores del movimiento de economía solidaria y comercio justo pretende cuidar el medio ambiente.

La ley LOPE (*ley de organización del poder ejecutivo*)⁴⁶, además de regular la estructura, organización y funcionamiento del Estado a nivel gubernamental, dicta las directrices generales para planificar y coordinar el desarrollo, mediante la elaboración, coordinación y seguimiento de la estrategia nacional del desarrollo económico, social y cultural para poder definir políticas que fortalezcan la presencia del estado como actor productivo y financiero para la redistribución de la riqueza económica las políticas de planificación permitirán plantear estrategias de inversión pública y financiamiento para el desarrollo nacional, los operadores del ministerio de planificación del desarrollo deberán impulsar todo el PND por ende el ministro de turno (Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural), pero no es el único ministerio involucrado.

El ministerio de hacienda. deberá formular, ejecutar y controlar la política fiscal nacional en materia de tesorería, crédito público, contabilidad integrada, elaboración y ejecución presupuestaria, política tributaria y arancelaria, además el ministerio de producción y micro empresa, al cual le corresponde diseñar una estrategia y política nacional de desarrollo productivo en coordinación con el ministerio de planificación del desarrollo, también es importante que el ministerio planté políticas dirigidas a buscar acceso a mercados nacionales y extranjeros: promocionar las compras estatales, para la promoción de compras estatales de producción artesanal e industrial de la micro, pequeña, mediana y gran empresa están involucrados varios actores como el ministerio de desarrollo rural, agropecuario y medio ambiente siendo su obligación trabajar por desarrollar una política de estrategia nacional de desarrollo rural, en coordinación con el ministerio de planificación de desarrollo, ministerio de producción y economía plural.

4.2. Instituciones no gubernamentales.

AOPEB la **asociación de organizaciones de productores ecológicos de Bolivia** es miembro de la **federación internacional de movimientos de agricultura ecológica (IFOAM)**, fue

creada en 1991 con la participación de varias organizaciones productoras como las de apoyo en las que podemos mencionar “EL CEIBO”⁴⁷, ANAPQUI, CORACA, y NINGA la finalidad de esta alianza es mejorar la producción agroecológica prestando los servicios que necesitan sus afiliados como ser capacitación técnica, asesoramiento técnico en producción y comercialización cuenta con tiendas de productos orgánicos en todo el territorio nacional. Actualmente agrupa a 56 organizaciones tanto como productoras y las de apoyo, entre los que se encuentra “VISION MUNDIAL”⁴⁸, que es una organización cristiana que trabaja en Bolivia desde 1983 trabaja en 14 países de centro América y América del sur apoyando a los pobres, este concepto está establecido en su misión, también tiene como principio preservar el medio ambiente, apoya al sector productivo con asesoramiento en producción y comercialización de productos ecológicos para cuidar el medio ambiente por que la deforestación y desertificación agudizan la pobreza, en Bolivia el principal logro es la consolidación de relaciones y planificación de actividades con las asociaciones de productores y microempresarios, capacitando técnicas empresariales y en gestión de créditos siempre cuidando que no haya explotación infantil para su normal desarrollo en el ámbito de salud y educación; en el año 2007 con coordinación con la cámara de exportadores “CAMEX”⁴⁹, se hizo una presentación con todas las organizaciones productoras y de apoyo que trabajan en el tema de comercio justo dicha presentación mostro la evolución del comercio justo y economía solidaria en estadísticas de comercialización de productos orgánicos.

CAMEX. Fue fundada en 1993 y empieza a trabajar desde 1994 está conformada como una asociación gremial de carácter empresarial, en su visión esta en consolidarse como un órgano único y representativo de los exportadores, la misión es promover, proporcionar e incentivar el comercio internacional a través de la presentación de servicios de pequeños, medianos y grandes empresarios de manera que se creen las condiciones necesarias para conseguir ventajas competitivas y normas transparentes en el momento de la exportación, esta asociación es la única que trabajo el tema estadístico de los productos orgánicos en coordinación con otras organizaciones que trabajan el tema de comercio justo y economía solidaria, la exposición de CAMEX mostro la evolución que se tiene, IBCE el instituto Boliviano de comercio exterior en su publicación del mes de octubre del 2010 hace referencia al comercio justo mostrándolo como un movimiento interesante para los productores Bolivianos, dejando en claro las nuevas relaciones entre los productores y los consumidores “CECADEM”⁵⁰, el centro de capacitación y desarrollo de la mujer y familia, trabaja desde 1991 con el motivo de apoyar a la mujer para su desarrollo integral en el marco de la promoción y protección de sus derechos, dirigiendo su trabajo a mujeres en situación de pobreza discriminación marginal para mejorar

su desarrollo económico y social aplicando el principio de formación de trabajo para lograr el reconocimiento y valoración de sus potencialidades, entre sus programas esta la capacitación que está dirigido en dos áreas complementarias el de orfebrería y el emprendimiento dirigido a generar capacidades emprendedoras facilitándoles las herramientas necesarias para que se introduzcan al mercado, sus principios son complementarios con los del movimiento de economía solidaria y comercio justo sobre la no discriminación en el trabajo, también es miembro del movimiento. "CECI"⁵¹.

45. La propuesta surge de la necesidad de institucionalizar el movimiento por parte de las organizaciones productoras y de apoyo por el compromiso de la ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural Antonia Rodríguez.
- 46.5 La ley 3351 es la que estructura y organiza el estado para su funcionamiento, mediante la planificación y desarrollo de directrices que concuerdan con el movimiento de economía solidaria y comercio justo.
47. El CEIBO es una cooperativa que trabaja con el movimiento de economía solidaria y comercio justo, también parte de su producción va al mercado convencional con las reglas de oferta y demanda.

El Centro Canadiense de Estudios y Cooperación Internacional fue creado en 1958 para la lucha contra la pobreza apoyando iniciativas de desarrollo local en América del sur tiene su sede en Bolivia ciudad de La Paz trabaja en conexión con Ecuador y Perú trabajando en estas regiones desde el año 1999 adecuándose a la realidad de cada país en Bolivia trabaja especialmente por el sector del altiplano paceño con mujeres y niños capacitándolos en el tema de producción y comercialización en productos derivados de los camélidos en el caso de los niños se trabaja en el tema de salud y educación CECI también es parte del movimiento de economía solidaria y comercio justo puesto que en sus principios establece la erradicación de la pobreza mediante el cuidado de la naturaleza e inclusión social de las mujeres al ámbito productivo mediante la búsqueda de mercados para sus productos.

48. Visión Mundial es una organización cristiana que trabaja desde los años 80 en Bolivia en una primera etapa y en plena formación de la plataforma participo junto a otras organizaciones de apoyo en la actualidad no integra el movimiento de economía solidaria.
49. CAMEX es una de las pocas instituciones que tienen estadísticas del comercio justo del año 2007.
50. CECADEM brinda apoyo a las mujeres sin discriminación alguna siguiendo los principios y valores del movimiento de economía solidaria y comercio justo.
51. CECI o el centro de estudios y cooperación internacional con su programa de ayuda uniterra viene trabajando desde el año 1999 con organizaciones campesinas productoras y es miembro del movimiento de economía solidaria y comercio justo desde el 2008 junto con otras organizaciones de apoyo.

4.3. Políticas Públicas “Estatales y Gubernamentales”

Cuadro N° 14: Políticas de Estado

Políticas de Estado	
Constitución Políticas de Estado	La constitución política del estado promulgada el 9 de febrero de 2009 reconoce la pluralidad de la economía, en el art. 306 donde se reconoce 4 tipos de economía (Publica, Privada, Cooperativa y Comunitaria) como política de estado beneficia al sector del Comercio Justo que se complementa con las dos últimas formas de economía con principios y valores que están plasmadas en la constitución.
Ley Marco de Autonomías y Descentralización	La ley N° 031 Aprobada el 19 de julio de 2010 tiene como objeto la regulación de los niveles e institucionales que el nivel central le asignará el art. 92 (Desarrollo Productivo) y el art. 112 donde están las competencias, programas, y proyectos concurrentes son similares a la del comercio justo pues los programas y competencias respecto al desarrollo productivos son de largo alcance con sostenibilidad orgánica en armonía con el entorno ambiental.
Nivel Municipal (cartas orgánicas)	Se esta trabajando en la elaboración de las cartas orgánicas en base al art. 302 - 304 de la CPE. Donde menciona competencias donde contempla los programas de desarrollo productivo donde conmina a los municipios a construir infraestructuras con la formulación y ejecución de planes de desarrollo municipal y autonomías indígena originario, los objetivos de desarrollo del comercio justo con los objetivos de desarrollo son los mismos con el comercio justo.
El Decreto Supremo 0808	Aprobado el 2 de marzo del 2010 al Banco de Desarrollo Productivo la constitución de un fideicomiso de (\$ 39,37 millones) para financiar micro y pequeños productores urbanos y rurales existentes en Bolivia ^{xxxx} Marco Au.
COMPROBOL	DS. 27328 del 22 de enero de 2004 y ratificado por el DS. 29190 donde dan preferencias a los micro productores para proveer bienes y servicios a entidades nacionales y municipales.

Elaboración propia con datos de fess 2011

Son identificadas como políticas de estado las leyes, normas y decretos dictadas a favor del sector o que tengan relación que puedan beneficiar a los productores que trabajan con la economía solidaria y comercio justo.

Cuadro N° 15: Políticas de gobierno

Políticas de Gobierno	
El Plan Nacional de Desarrollo	Un desarrollo sustentable en armonía con la naturaleza “Para el vivir bien” incluyendo otras formas de organización económicas como la comunitaria y cooperativa respetando la diversidad e identidad cultural para satisfacer las necesidades con principios similares a las del comercio justo para la ampliación del sector productivo y seguridad alimentaria.
Estrategia Plurinacional de la Economía Solidaria y Comercio Justo	(Aprobada por Resolución Ministerial N° 293.2010 de fecha 21 de diciembre de 2010). De manera conjunta con todas las organizaciones que trabajan en el tema de comercio justo, donde se pretende incidir en la política institucional, certificación y sistemas financieros.
El Servicio Nacional de Desarrollo Productivo (SENADEPRO)	Creada el 22 de noviembre de 2006 dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, con el fin de elaborar propuestas, estrategias, programas y proyectos para el desarrollo de los pequeños productores, también intenta orientar e integrar iniciativas de redes de organizaciones.
El Banco de Desarrollo Productivo	Creado el 2007 tiene por objeto intermediar fondos hacia entidades financieras privadas para otorgar créditos a las asociaciones productivas emprendedoras (OECAS, cooperativas, asociaciones) para la producción, acopio y comercialización, puede otorgar créditos desde 1 millón a 10 millones de dólares con un interés del 6% anual.
Proyecto “Exporta fácil”	Apoyado por el gobierno de Brasil orientado a fomentar la producción de los micro y pequeños productores del país sus recursos provienen del Banco de Desarrollo Productivo (40 millones de Bolivianos) priorizan productos orgánicos.
Propuestas de ley que están actualmente en la agenda legislativa	<ul style="list-style-type: none"> a) Ley del artesano: se encuentra en etapa de socialización en esferas departamentales con participación de senadores b) Anteproyecto de ley de economía social y solidaria: plantea una visión de economía social esta en la cámara baja sin avances este año. c) Ante proyecto de ley de comercio justo: basado en la ética de comercio justo para los productores esta en fase de discusión. d) Proyecto de ley de OECAS: constituido por organizaciones campesinas para responder a las necesidades y retos de la producción esta en la cámara baja sin avances.

Elaboración propia: en base a datos extraídos de Marco A. Velasco fess 2011

CAPITULO V
DATOS ESTADÍSTICOS DE TIENDAS, PRODUCTOS Y NIVELES DE
EXPORTACIÓN EN COMERCIO JUSTO

5.1. Productos de economía solidaria y comercio justo.

Entre los productos de economía solidaria y comercio justo son varios a nivel internacional que llevan el sello de FLO.

Cuadro 16. Productos de Comercio Justo

Banano	Todos los productos de economía solidaria y comercio justo llevan la certificación de FLO. (Labelling Organizations International) es la organización responsable de la definición y certificación en 21 países, el sello internacional de certificación de comercio justo garantiza a los consumidores que los productores de los países en vía de desarrollo reciben un trato justo.
Cacao	
Café	
Algodón	
Castaña	
Fruta Fresca	
Miel	
Jugos	
Arroz	
Espicias hiervas	
Quinoa	
Azúcar	
Te	
Vino	
Productos compuestos	

Elaboración propia con datos de FLO fair trade

Los productos que están en negrilla son los que en la actualidad están certificados por FLO cert. Bolivia, productos que se exportan al exterior que tienen un mercado ganado por el trabajo consecuente.

5.2. Productos compuestos

Los productos compuestos son productos hechos con más de un ingrediente. Por ejemplo, una barra de chocolate está hecha de cacao, manteca de cacao, azúcar y otros ingredientes, dependiendo del tipo de chocolate.

En los productos de Comercio Justo Fairtrade, todos los ingredientes para los que existen criterios Fairtrade deben estar certificados. Así, en el caso del chocolate, el cacao y el azúcar deben estar certificados. “En los productos compuestos, aparece una nota informativa en el envase que pone claramente de manifiesto cuales son los ingredientes que están certificados. *“En el caso de los productos de un solo ingrediente, como el café, el 100% del café debe estar certificado para que el producto pueda llevar el Sello FAIRTRADE”*⁵².

Cuadro Nº 17: Organizaciones y Productos certificadas en Bolivia.

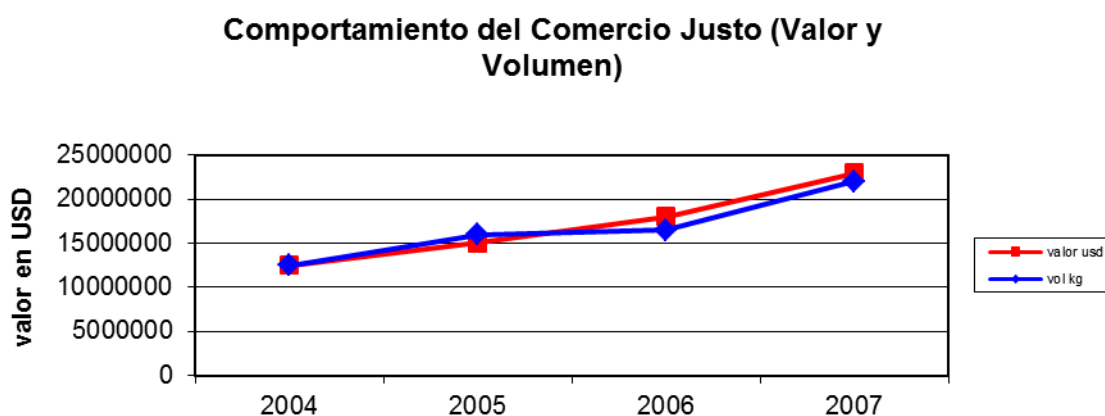
Organizaciones de productos alimenticios	de productos	Organizaciones de instrumentos musicales	de artesanías e
El Ceibo FECAFEB ANAPQUI CECAOT Cooperativa Campesino COINACAPA	(cacao) (café) (quinua) (quinua) (castaña) (castaña)	ASARBOLSEM COMART Tukuypay CDC La Khochalita Q'ANTATI	(Artesanías) (instrumentos queñas)

CUADRO DE CIPCA

52. Fair Trade en los requisitos para la certificación de productos agrícolas contempla que el producto tienen que ser el 100% orgánico pero hay una variación en las artesanías en otras palabras que hay flexibilidad en los productos por no ser comestibles.

5.3. Niveles de Exportación: (estadísticas de exportación de comercio justo)

Cuadro 18. Comportamiento de las exportaciones.



Dato: de Camex 2007

En el recuadro se puede evidenciar un aumento en la exportación los últimos cuatro años un aumento en la exportación de productos de comercio justo y economía solidaria.

Cuadro Nº 19: Tiendas Importadoras

ORGANIZACIONES EN EL SUR	SELLO	ORGANIZACIONES A LAS QUE SE VENDEN EN EL NORTE		PAISES	RED DE COMERCIO JUSTO
		Nº	NOMBRES		
EL CEIBO	FLO	12	GEPA, ALTERECO, RAPUNZEL, CLARO, SOLIDAMON, GLOBAL VILLAGE, Otros	Austria, Suiza, Francia, Alemania y Estados Unidos	FLO
ANAPQUI	n.d	n.d	GEPA y otros	Europa y Estados Unidos	EFTA, FLO

CECAOT	FLO	2	Lea Institute Vital, EtMIQUABLE	Francia	FLO
CAIC	n.d	n.d	Fair Trade Organic, GEPA, OXFAM GB	Europa	n.d
FECAFEB	FLO	16	HACOFECO, ALTER ECO, FAIRTRADE, OXFAM, ELAN ORGANIC, EQUAL EXCHANGE, LOBODIS, HAMBURG COFFE COMPANY, SIMON LEVEL, VOLCAFE, Otros	Europa, Estados Unidos y Japón	FLO
ASARBOLSE M	IFAT	n.d	PRECIO Alternativa, 10.000 Velange, ELARDE, CUSICUI, MANDAKARU, Chico Méndez, STM, Comercio Alternativo, OXFAM	Colombia, Italia, Austria, Japón y Estados Unido	IFAT
COMART TUKUYPAJ	n.d	2	YAMTAO, MASI	Estados Unidos y Austria	IFAT

Cipca

En el siguiente recuadro se puede observar el número de países que importan productos de comercio justo y economía solidaria también las importadoras que son 100 repartidas en 3.000 tiendas por todo EU, USA y Japón.

5. 4. Cifras de Comercio Justo.

<i>Nº DE PAISES</i>	18
<i>Nº DE IMPORTADORAS</i>	100
<i>Nº DE TIENDAS</i>	3.000

Cipca

En estas cifras se evidencia datos del aumento de número de países, el número de países viene aumentando año que pasa lo cual es muy alentador para los productores del país.

Cuadro Nº 20: Tiendas tradicionales y tiendas de ES y CJ

Dimensión	Tienda convencional	Tienda de ES y CJ
Objetivos	Básicamente comerciales	Comerciales, culturales y de campañas de sensibilización
Finalidad	Lucro	Promoción
Propiedad	Privada individual o por acciones	Organizaciones sociales, comunitarias
Gestión	Piramidal	Participativa
Tipo de involucramiento	Rentado	Básicamente voluntarios
Vínculos con organizaciones	No interesa	De fundamental importancia sociales y redes
Estrategias de competitividad	Variada incluye competencia de precios	Basada en la calidad y valores
Factor predominante	Capital	Factor C.(propia fuerza de trabajo y energía grupal)
Tipo de consumo funcional	Consumismo	Consumo responsable
Relación con los productores	Compra y venta	Alianzas a largo plazo Cogestión
Tipo de productos comerciales	Definidos por la ley de oferta y demanda	Que cumplan con determinados requisitos morales (estándares ecológicos, sociales y culturales)

Fuente: Pablo Guerra Revista electrónica sobre comercio justo

CAPITULO VI
PROBLEMAS IDENTIFICADOS

6.1. Déficit en políticas públicas en comercio justo. debemos entender por **Políticas públicas.-** que es una disciplina de la “*Ciencia Política que tiene por estudio la acción de las autoridades públicas en el seno de la sociedad, aunque en su diseño e implementación técnica confluyen otras disciplinas como el Derecho, la economía, la sociología e incluso la ingeniería y psicología*”⁵³. Buscando el logro de los objetivos planteados en el documento de políticas públicas que pueden ser planes y estrategias de desarrollo en distintas ramas como ser salud, educación, empleo, etc. En el tema de comercio justo y economía solidaria las autoridades gubernamentales no implementaron ninguna política pública que favorezca al sector, dejando en total abandono a productores de la pequeña y mediana empresa (agrícola y artesanal) siendo “*este sector el que más genera empleo en el país, genera empleo a un 80% de la población activa en edad de trabajar*”⁵⁴, la falta de implementación de políticas públicas perjudica y mantiene a este sector aislado de los mercados nacionales e internacionales, perdiendo a nivel internacional mercados importantes que otros países vecinos aprovechan, abriendo una brecha más grande de desigualdad económica cada año que pasa. Otros países con ayuda de su gobierno (Brasil) logran cooptar estos mercados que son atractivos en los países del norte por no llevar agroquímicos y ser orgánicos, como ser productos agrícolas, también pierden mercados nacionales por falta de una política pública agresiva en todo el territorio, sin embargo la ley LOPE, PND y la CPE mencionan que se debe trabajar en el tema de desarrollo económico a nivel nacional poniendo énfasis en el área rural protegiendo el medio ambiente, la ley se propone la transformación agraria hacia una agricultura ecológica que estén orientadas a la eliminación de agroquímicos que limiten el uso de estos productos y sean sustituidos por productos orgánicos, también se menciona que se priorizara el desarrollo a pequeñas y medianas unidades de producción acortando la brecha agroindustrial.

El plan nacional de desarrollo es una gran oportunidad para los productores en el ámbito productivo y jurídico, la CPE como norma mayor se enmarca en los ejes de una economía ecológica agrícola sobre todo pretende cuidar el medio ambiente.

. Pero si bien la norma fundamental del estado menciona en la cuarta parte, precisamente en la estructura y organización económica, una filosofía del vivir bien en la actualidad el gobierno y los respectivos ministerios no están aplicando políticas que favorezcan a los productores en pequeña escala, además la asamblea legislativa está tratando una nueva ley productiva donde hay artículos que atentan contra la producción ecológica y la filosofía del vivir bien no concuerdan con el CPE y PND, la aprobación de esta ley perjudicaría drásticamente al sector productor ecológico, los productos del comercio justo se ven amenazados por las contantes

subidas de precios a nivel nacional e internacional lo que repercuten en la economía de las familias Bolivianas, La economía social y comunitaria complementara el interés individual con el vivir bien colectivo. Estos principios no son incompatibles al contrario tienen mucho en común con la filosofía del movimiento de economía solidaria y comercio justo, en los artículos siguientes del 307 al 312 en resumen general menciona que el estado reconocerá, respetará, protegerá y promoverá la organización económica comunitaria, iniciativa privada y cooperativas para que contribuya al desarrollo económico social, reconociendo a estas unidades productivas de forma igual, fomentando el área comunitaria como una alternativa solidaria, también menciona que todas las formas de organización económica tienen por obligación proteger el medio ambiente, todos estos enunciados se enmarcan dentro de los principios y valores que maneja en su filosofía el movimiento de economía solidaria y comercio justo, también tenemos la ley LOPE (ley de organización del poder ejecutivo) además de la estructuración, organización y funcionamiento del gobierno a nivel gubernamental dicta las directrices generales para planificar y coordinar el desarrollo, mediante la elaboración, coordinación y seguimiento de la estrategia nacional del desarrollo económico, social y cultural para poder definir políticas que fortalezcan la presencia del estado como actor productivo y financiero para la redistribución de la riqueza económica las políticas de planificación permitirán plantear estrategias de inversión pública y financiamiento para el desarrollo nacional, todo esto en cuanto al ministerio de planificación del desarrollo por ende el ministro de turno,

pero no es el único ministerio involucrado también el ministerio **de hacienda** que es importante, está encargado de formular, ejecutar y controlar la política fiscal nacional en materia de tesorería, crédito público, contabilidad integrada, elaboración y ejecución presupuestaria, política tributaria y arancelaria, además el ministerio de producción y micro empresa , al cual le corresponde diseñar una estrategia y política nacional de desarrollo productivo en coordinación con el ministerio de planificación del desarrollo, lo que también tienen que hacer este ministerio es planificar políticas públicas dirigidas a buscar acceso a mercados nacionales y extranjeros: promocionar las compras estatales para generen producción artesanal e industrial de la micro, pequeña, mediana y gran empresa, también el ministerio de desarrollo rural, agropecuario y medio ambiente viene trabajando en desarrollar una política de estrategia nacional de desarrollo rural, en coordinación con el ministerio de planificación de desarrollo, pero estas no se desarrollan con prontitud por la burocracia y falta de interés que se tiene sobre el tema.

Si bien el PND, ley LOPE y la CPE tienen como contenido formas de desarrollo productivo que son compatibles con el movimiento de economía solidaria y comercio justo lo que falta es

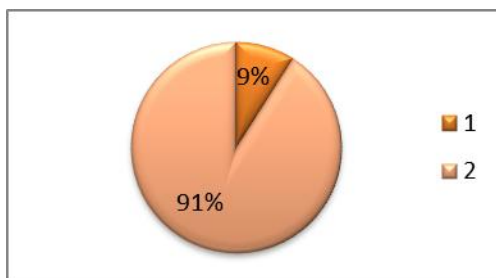
aplicar el contenido para direccionar e implementar políticas públicas a favor del movimiento con un decreto ley creando institucionalidad para la posterior creación de un vice ministerio de economía solidaria y comercio justo que es una posibilidad que está abierta, se está trabajando con el ministerio de desarrollo productivo y economía plural.

6.2. Falta de información y difusión en el tema de comercio justo: otro problema es el desconocimiento que tiene la población de este tema, por falta de una política pública de socialización en términos comunicativos de medios existentes, la sociedad en general tiene una idea muy general y distorsionada sobre economía solidaria y comercio justo asociándolos con tratados comerciales dentro del ALBA, o relacionándolos con los programas gubernamentales de distribución como EMAPA o en su defecto simplificándolo solo con decir pagar menos por algunos productos. En una encuesta realizada por la fundación CIAPP (Centro de Investigación y Análisis Político Plurinacional) es una entidad no gubernamental con sede en la Ciudad de La Paz en las ciudades de La Paz y El Alto arrojan los siguientes resultados:

6.3. Resultados de encuestas de la fundación CIAPP

En la pregunta N° 1 **¿usted sabe que es economía solidaria y comercio justo?** La respuesta fue un 9% respondió que **sí** y un 91% respondió que **no**, se puede ver en el grafico

Gráfico N° 1 resultado de la pregunta N° 1



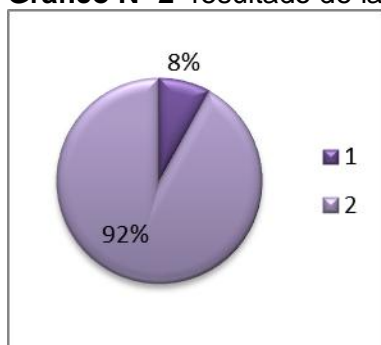
FUENTE: FUNDACION CIAPP

Este tema es delicado recordemos que las encuestas no son exactas ni definitivas pero son un referente que nos permite medir la percepción de la ciudadanía, lo que se puede evidenciar en el grafico es preocupante un 91% de los encuestados en la ciudad de La Paz no sabe que es economía solidaria y comercio justo y un 9% dice saber sobre el tema, si tenemos en cuenta que el tema de comercio justo y economía solidaria tiene como actor principal al productor y consumidor, esto amerita reflexionar sobre las políticas de socialización que vienen realizando

el ministerio de desarrollo productivo y economía plural junto al movimiento de economía solidaria y comercio justo, si analizamos bien la gráfica podemos concluir que el tema de comercio justo y economía solidaria es desconocido para la mayor parte de los encuestados lo que nos hace presumir que la sociedad Boliviana desconoce sobre el tema, el movimiento es aislado y restringido a un grupo de productores que no está aprovechando la coyuntura actual para incrementar el universo de productores donde muchas más familias se beneficiarían, coyuntura que viene acompañado por la falta de alimentos en el mercado nacional e internacional, el problema es que los mercados son restringidos porque no hay información sobre este tema, además no solo es difundir todo lo que es el comercio justo y economía solidaria queda un trabajo mas difícil, es concientizar a la sociedad sobre un consumo responsable explicarle que el consumo que realiza beneficia a muchas familias que a su vez mejora la calidad de vida de los productores pagando un precio justo.

En el gráfico N° 2 la pregunta es ¿conoce usted alguna organización que trabaja en el tema de economía solidaria y comercio justo? Los resultados son:

Gráfico N° 2 resultado de la pregunta N° 2



FUENTE: FUNDACION CIAPP

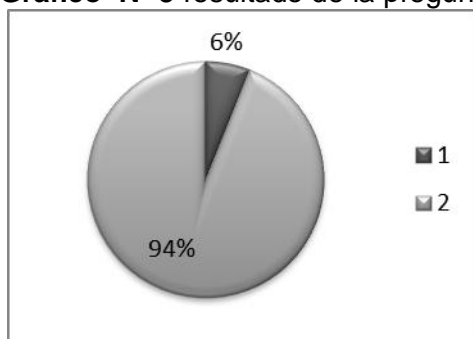
Las respuestas de los encuestados son que un 92% no conocían ninguna organización y solo el 8% conocía alguna organización en las mayorías de los casos confundiéndolo con la entidad gubernamental de EMAPA. estos datos deberían ser preocupantes para el movimiento de economía solidaria y comercio justo sobre todo para las organizaciones de apoyo que trabajan con financiamiento externo, el desconocimiento del tema quiere decir no se están implementando bien las políticas de socialización en la ciudadanía en general.

53. el concepto de políticas públicas fue extraído de una página web:http://www.google.com.bo/#hl=es&source=hp&q=politic+publicas&aq=0&aqi=g10&aql=&oq=politic+publicas&gs_rfai=&fp=f5bdeb0537372c47
54. los datos fueron extraídos del trabajo de consultoría que realizo Gastón Vizcarra en el año 2002 para la FAO.

También el gobierno y el movimiento de economía solidaria y comercio justo no han sabido llegar a la sociedad con esta nueva propuesta alternativa de comercio justo y economía solidaria, perjudicando a los productores que están dentro de este movimiento que ven que los mercados son reducidos por el bajo nivel de consumo que existe en la actualidad, las organizaciones de apoyo externas como nacionales tienen que poner más énfasis en el tema de socialización masiva dirigida a los productores y consumidores del país, si bien las cifras son preocupantes debemos recalcar que el ministerio de desarrollo productivo y economía plural y el movimiento de economía solidaria y comercio justo han venido desarrollando actividades de socialización pero estas actividades no son suficientes.

La tercera pregunta es **¿Usted conoce u escucho sobre el movimiento de Economía Solidaria y Comercio justo de Bolivia?** Las respuestas no variaron mucho los datos que arrojaron las encuestas son que un 6% de los encuestados había escuchado y un 94% nunca escucho de este movimiento como ejemplo se puede evidenciar el siguiente cuadro:

Gráfico N° 3 resultado de la pregunta N° 3



FUENTE: FUNDACION CIAPP

Estos datos son negativos y deberían ser una llamada de atención para el movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia por que estos datos develan muchas de las dificultades que tiene el movimiento para consolidarse como una institución que aglutina a productores que trabajan con la filosofía del movimiento los datos referenciales de las encuestas demuestran que se está trabajando muy poco en el tema de difusión pese a ser uno de los principales elementos que se deberían trabar junto con las instituciones de apoyo y el gobierno para concienciar a la población generando un reconocimiento de la población sobre todo de los consumidores que son un potenciales aliados para el movimiento que a largo plazo beneficiaran a los productores.

6. 4. Ausencia de políticas de educación y capacitación en comercio justo: el tema de educación y capacitación es importante para el movimiento de economía solidaria, precisamente se parte de la educación a la sociedad en general que es el consumidor final pero lastimosamente se tiene una idea vaga o se ignora, el tema lo asocian con pagar un precio mejor o comprar con un menor precio, detrás de los productos orgánicos hay toda una filosofía con principios y valores que ayudan al productor a llevar una vida digna sin exclusión, discriminación y explotación en una encuesta realizada para esta investigación el 91% de la ciudadanía no tiene idea de lo que es comercio justo y economía solidaria solo un 9% respondió que sí sabe o había escuchado de economía solidaria (estos datos están en los gráficos anteriores en las páginas 52,53 y 54) este es un problema para el movimiento porque si la población que consume el producto final no conoce de los productos en el mercado es por la ausencia de una política de educación sobre la producción y consumo responsable, esto perjudica en la apertura de tiendas de comercio justo en el país, una socialización del tema ayudaría a la consolidación del movimiento pero las organizaciones de apoyo trabajan en este tema sacando cartillas informativas es el caso de CEPAS Caritas con el programa de microempresas productivas con mujeres (comercio justo y economía solidaria) y CIOEC con el documento de propuesta de las OECAS de Bolivia (hacia una nueva visión sobre políticas comerciales y agricultura), CECI (Manual del Comercio Justo) que informan a la ciudadanía en general sobre que es comercio justo y economía solidaria, los objetivos, misión, visión, valores, principios y todas las experiencias en el sector, pero es importante intensificar una política de educación masiva que no solo incluya a los productores que es un sector importante pero no debemos olvidar al consumidor.

En cuanto a las políticas de capacitación va más dirigida a los productores tanto en el área rural y urbana, sin tener en cuenta a otro actor principal que es el consumidor final que tiene que tener conciencia del movimiento para que este pueda replicar y así ampliar el universo de consumidores responsables en el país y el mundo, también se necesita ampliar el universo de organizaciones productivas para intercambiar experiencias y buscar soluciones a los problemas desde las fortalezas que tiene este sector con ayuda de técnicos entendidos en el tema para ampliar los mercados tanto a nivel nacional como internacional, la falta de políticas de educación y capacitación en temas de comercio justo y economía solidaria hacen que la consolidación del movimiento avance lento, se necesita concentrar a todas las organizaciones productivas y de apoyo en una sola institución ya sea gubernamental como no gubernamental que tenga personería jurídica esta cabe aclarar que la personalidad jurídica está en pleno

tramite en la gobernación de La Paz, este se encargara de todos los problemas con acciones educativas y de capacitación, socializando el movimiento a la ciudadanía en general, para acelerar la consolidación del movimiento tanto en el mercado nacional como el internacional en bien de los productores.

6. 5. Dificultad en la inserción de productos de comercio justo (orgánicos) mercado nacional e internacional.

La dificultad de inserción de productos de comercio justo y economía solidaria es por falta de información y ausencia de políticas de educación y capacitación, los consumidores primero velan por su economía, al ver un producto caro en el mercado a comparación de un producto similar lo primero que hace es remplazarlo por uno más barato, ese procedimiento es natural y normal esto ocurre por lo general y poner una tienda de comercio justo en el país hace que este negocio sea poco rentable haciendo fracasar a la tienda de comercio justo, el consumidor no tiene conocimiento de lo que significa comprar productos del comercio justo y economía solidaria, se sobre entiende que no tiene conciencia y prefiere productos importados con menor calidad, pero existe experiencias interesantes de tiendas de productos ecológicos en Bolivia, el mejor ejemplo son las tiendas de productos "IRUPANA"⁵⁵, que no solo vende sus productos si no que tiene una variación de productos, AOPEB tiene tiendas donde se venden productos orgánicos que tienen gran aceptación en la población, cabe aclarar que el CEIBO tiene tiendas en todo el territorio nacional y exporta sus productos al mercado exterior como AOPEB son una de las pocas organizaciones que tienen éxito, en el caso de exportar la dificultad pasa por el desconocimiento que tiene el sector productor de que existen mercados que requieren productos orgánicos, estos ejemplos muestran que hace falta una política de capacitación a los productores del como exportar con estándares internacionales para que estos puedan acceder sin dificultad a otros mercados, no solo es desconocimiento si no también falta de capacitación e información sobre instituciones que prestan los servicios de certificación ya sea estas públicas o privadas, entonces es necesario asociarse y organizarse en un ente matriz que albergue a todos los productores ecológicos y artesanos la plataforma fue una experiencia exitosa que luego derivo en el movimiento de economía solidaria y comercio justo pero este no cuenta con personería jurídica a un por que está en pleno tramite, que facilitaría buscar financiamiento para los productores también se trabaja en crear el vice ministerio de economía solidaria y comercio justo que facilitaría la organización, capacitación, financiamiento y educación para el consumo responsable dirigido a la ciudadanía en general que es un factor

importante a nivel nacional porque es el que paga por un producto que va dirigido a las familias productoras que reciben una mejor remuneración económica, que con el tiempo se convierta en el buen vivir como lo establece la constitución política del estado el plan nacional de desarrollo, para superar todas las dificultades se debe trabajar en una organización más agresiva a favor de los productores.

55. Irupana además de ser productor tienen sus tiendas donde venden sus mismos productos y otros que sean orgánicos.

CAPITULO VII.
PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO JUSTO
EN BOLIVIA

7.1. Políticas Públicas en Educación de Comercio Justo.

Fortalecer la socialización del comercio justo que viene realizando el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo a los productores ampliando el universo de personas hacia las organizaciones civiles de la sociedad por el bajo nivel de conocimiento que existe dentro de las organizaciones productoras, de comercio justo a si lo muestra el estudio estadístico del Foro Internacional sobre Economía Social y Economía Solidaria (FIESS)⁵⁶, donde la pregunta *¿Conoce alguna política nueva que se esté formulando o diseñando a nivel central, departamental o municipal?* Arrojo datos negativos en la sociedad sobre el nivel de conocimiento que tiene la sociedad en los siguientes grupos de organizaciones de productores y esferas de gobierno.

- a) Bases
- b) Dirigentes
- c) Entidades Gubernamentales y no Gubernamentales (ONGs.)

Los datos arrojados por la encuesta de (FIESS) muestra que A y B desconocen alguna política pública se estén implementando en esferas gubernamentales, departamentales y municipales y C da muestras de conocer el tema en un 90% sobre alguna política pública a favor de los productores que trabajan en Comercio Justo, las políticas públicas orientadas a favor de este sector son intenciones que a la fecha no se está cumpliendo como el caso de la Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo que fue elaborado por el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y economía Plural que se muestra en el siguiente cuadro:

COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

Cuadro Nº 21: Difusión y Concientización:

Elementos de Difusión y Concientización	Desarrollo
<ul style="list-style-type: none">- Plan de difusión a organizaciones- Programa de concientización- Programa de educación nacional- Estrategia comunicacional	La difusión y Concientización consiste en elementos que busca la difusión en encuentros de productores, campañas contemplando un proyecto educativo que implica el sistema universitario en el tema de comercio justo con una estrategia comunicacional a nivel nacional

Elaboración propia a base de información del documento base de la estrategia nacional del Vice ministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

Tomando en cuenta los intentos de socializar el tema del comercio justo por el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo y el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones el presente trabajo propone ampliar el universo de población meta para socializar el tema de Comercio Justo a sectores de la sociedad civil de todo el país.

7.2. Ampliación de sectores de la sociedad.

Esta ampliación pretende llegar a más sectores de la sociedad civil que no estaban tomados en cuenta por el movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo como:

- Instituciones Académicas Universidades y Colegios
- Instituciones de la sociedad Federaciones de juntas vecinales, centrales obreras, Clubes, organizaciones juveniles, Comerciantes.

Tomar en cuenta a estos sectores una inversión de mediano y largo plazo porque son potenciales socios en términos de consumo y distribución, concientizando a la mayor parte de ciudadanos se vuelven potencialmente en consumidores en un mediano y largo plazo sin descuidar a los comerciantes que son socios estratégicos para la distribución de los productos para llegar hasta el último lugar donde exista un potencial consumidor, aclarar que el consumidor y el distribuidor tienen que tener el compromiso suficiente para implementar los valores y principios del comercio justo.

Para realizar la socializar y llegar a la mayor parte de la sociedad se tiene que usar todas las herramientas disponibles en el medio.

7.3. Herramientas de difusión y Socialización.

Es necesario mencionar que para la difusión y socialización del comercio justo se tienen que usar los medios que están a nuestra disposición:

- Estrategia de Socialización a la sociedad civil
- Usar los medios de comunicación disponibles

La estrategia de socialización a la sociedad civil es un trabajo complicado por la logística, en recursos humanos capacitados, dinero y tiempo son los seminarios y encuentros pero tienen buenos resultados porque se interactúa con la sociedad civil de manera directa para responder dudas y cuestiones que surgen, además se crean lazos de compromiso de las personas interesadas dando lugar a una base de datos de personas e instituciones a la que representan los interesados.

Los medios de comunicación disponibles son una inversión a mediano y largo plazo e inclusive a corto plazo por que son de una masiva audiencia llegando a todos los rincones del país la radio y televisión no tienen que ser vistos como un gasto si no como inversión el ejemplo más claro que tenemos es el mercado de productores de "*Santa Anita*"⁵⁷. Del Perú donde las asociaciones de productores tienen un supermercado y constantemente usan los medios de comunicación de radio, televisión y prensa escrita para difundir sus productos lo que muestra que este medio es viable y sostenible si es constante el ejemplo claro es este mercado de productores que funciona desde 1983.

Otro medio de difusión masiva es el internet que facilita el funcionamiento institucional con los portales o páginas web. Que permiten al ciudadano encontrarlos por la red saber de su funcionamiento, organización, objetivos, misión y visión en todo el mundo lo que permite tener un fácil contacto institucional y personal con los interesados en pertenecer o trabajar en el comercio justo con los principios y valores permitiendo formar sociedades que benefician a los productores, distribuidores y consumidores.

Todos estos medios de comunicación y red que están a nuestra disposición no son gratis por eso es necesario hacer una estrategia de comunicación con el movimiento y el ministerio correspondiente para que sea sostenible en el tiempo a favor de los productores, distribuidores y consumidores que trabajan dentro de la lógica del comercio justo.

7.4. Finanzas Solidarias en Comercio Justo

Para los productores que trabajan en el Comercio Justo es complicado acceder a créditos por que muchos no cuentan con un respaldo patrimonial que le sirva de garantía, la banca convencional no se atreve a invertir a este sector por considerar que no son seguras.

El ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural junto al Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia trabajaron este tema y lanzaron una estrategia que esta resumida en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 22: Finanzas Solidarias:

<ul style="list-style-type: none">- Capital Semilla- Tecnologías Crediticias Solidaria- Banco de Desarrollo de E.S.- Moneda Social	Las Finanzas Solidarias consiste en brindar un capital semilla además de la implementación de tecnología con la compra de equipos de computación el gobierno, brindar créditos inter corporativos e implementar la moneda social que tiene el objeto de intercambiar bienes y servicios con el banco de servicios.
---	--

Elaboración propia a base de información del documento base de la estrategia nacional del Vice ministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

En el cuadro Nº 21 podemos ver que existe la intención de implementar políticas de corto plazo, empezando por brindar a los productores un capital semilla para que puedan arrancar en la producción, esta política pública pretende brindar un micro crédito social sin aval para personas que quieran realizar una actividad económica, el crédito tiene que ser avalado con un bien expresado en herramientas o la misma producción pero no se menciona este mecanismo, haciendo insostenible en el tiempo esta política pública pero estaría sujeto a una reglamentación donde participen los tres actores importantes: el estado, productores y las instituciones financieras.

Las instituciones financieras son importantes como socios estratégicos existen experiencias interesantes de instituciones financieras que trabajan con el comercio justo y asisten continuamente a todos los eventos que se realiza el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia estas entidades son: (FONCRESOL, ANED y PRO RURAL)⁵⁸, el caso de Pro Rural se tiene datos interesantes establecidas en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 23: Participación de OECAS y familias rurales

Unidad Productiva	Inversión \$us.	%
OECA	1.760,529	49.5%
Productores rurales individuales	650,783	18.3%
Total	2.411,311	67%

Datos extraídos de la presentación de Pro-Rural

El cuadro nos indica que las inversiones de Pro Rural orientadas a productores de las OECAS alcanzan a un 49.5% lo que significa que trabajar con los sectores productivos rurales es interesante, también trabaja con sectores de productores individuales rurales alcanzando un porcentaje de 18.3% con un riesgo muy alto en ambos sectores pero la institución financiera esta consiente del riesgo en caso de que la producción se pierda por factores climatológicos, El proceder de Pro Rural es reprogramar la deuda y crédito hasta la próxima cosecha con facilidades de pago, Pro Rural realiza inspecciones y evalúa el impacto de la perdida.

56. Marco Aurelio Velasco presento un trabajo para su exposición en FIESS. en Canadá 2011.

57. www.mercadoproductores.com.pe

58. Es una entidad financiera sin fines de lucro, www.prorural.org.bo/

Cuadro Nº 24: Tipo de producto agropecuario apoyado

Producto Agropecuario	Inversión, \$us.	%
Orgánico	2.382,197	67.01%
Convencional	1.172, 581	32.99%
Total	3.554,778	100%

Datos extraídos de la presentación de Pro-Rural

El cuadro nos muestra datos importantes favorables para los productores que trabajan en el Comercio Justo, las inversiones de productos orgánicos alcanzan un 67.01% de sus inversiones está demostrado que trabajar con pequeños productores de las áreas rurales es sostenible en el tiempo.

La política pública responsable y sostenible es reunir a estos dos sectores el financiero y los del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia donde el estado sea el garante mediante el (banco de desarrollo productivo)⁵⁹, para facilitar y ampliar el universo de productores que se beneficien de créditos de instituciones financieras reemplazando el capital semilla por ser garante con evaluaciones y reuniones permanentes con productores del comercio justo.

7.5. Créditos para Tecnologías

Los créditos para tecnologías son indispensables especialmente para los productores se deben adquirir herramientas y servicios tecnológicos. El Viceministerio de comercio interno y exportaciones dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural propone brindar un Microleasing Solidario que consiste otorgar créditos para la compra de equipos y maquinarias de producción pagándose en cuotas periódicas también proporcionaría estos equipos y maquinarias en alquiler a los productores, la Política Pública acertada en este caso sería dejar los créditos entre los productores y instituciones financieras que quieran trabajar con este sector el estado participa como garante entre los productores y instituciones financieras.

La adquisición de los equipos y maquinarias no puede estar sujeta al concepto de alquiler tiene que estar sujeta a crédito para empezar a obtener patrimonio propio y disponer de los equipos y maquinaria cuando sea necesario, los créditos son posibles por las experiencias de productores que trabajan con instituciones financieras como (FONCRESOL, ANED y Pro Rural)⁶⁰.

7.6. Fondo financiero solidario

En esta política pública está orientada a que los créditos otorgados por instituciones financieras sean sostenibles el Viceministerio de comercio interno y exportación dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural proponen crear un Banco de Desarrollo de Economía Solidaria para otorgar créditos a corto plazo a productores.

También propone los créditos corporativos para desarrollar un mecanismo de garantías mancomunadas dirigido a desarrollar un capital de operaciones y de inversión pero el estado es quien otorga los créditos mediante el banco de desarrollo de economía solidaria con el riesgo de aumentar la burocracia teniendo en cuenta que muchos de los que trabajan en el estado son administradores con poco o nada de conocimiento en producción.

La política pública adecuada es que el estado no sea el que otorgue los créditos pero si el que facilite la otorgación de créditos ante las instituciones financieras ampliando el universo financiero hacia los productores siendo el garante de todos los productores que trabajan dentro del marco del Comercio Justo, teniendo como principal garantía que no es un crédito individual si no corporativo que aglutina a varias asociaciones productoras del área rural y urbano con el respectivo reconocimiento jurídico de cada asociación.

7.7. Programas de Producción y Asistencia Técnica

Este programa es importante para intercambiar experiencias de producción exitosas también para transmitir conocimientos nuevos para estar listos en la innovación que el mercado exige, el gobierno trabajo junto a los productores una estrategia resumida en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 25: Tecnologías de Producción bio. Estable.

Producción Bio-Estable	
<ul style="list-style-type: none">- Asistencia técnica capacitación- Gestión de Calidad- Diseño- Marca Sello Embalaje	Las tecnologías de producción bio estable consisten en capacitar en el tema creando centros de difusión en temas de calidad con estándares nacionales e internacionales para desarrollar los diseños y etiquetas con estándares generales obteniendo una marca registrada.

Elaboración propia a base de información del documento: estrategia nacional del Vice ministerio

El cuadro Nº 24 muestra la estrategia que debe implementar la Asistencia técnica de capacitación que tienen que generar un programa de asistencia técnica y capacitación en el uso de tecnologías con un enfoque ecológico, La Articulación de Programas para la creación del Centro Productivo de Economía Solidaria y Comercio Justo Boliviano donde se realizara estudios para fortalecer a los productores.

Capacitación en Gestión es un acierto que está orientado a capacitar en gestión de calidad tecnológica apropiada en el uso de estándares internacionales en gestión de calidad como el Desarrollo del sistema de gestión empresarial solidaria para que este elabore programa dirigido a que el productor adquiera nuevas herramientas conceptuales como el Diseño incorporando tecnologías apropiadas para el manejo y diseño de productos de Comercio Justo como el eco-diseño que se pretende implementar para los productos verdes como la Marca, Sello y embalaje implementando tecnologías ecológicas.

Esta Política Pública es acertada de parte del gobierno porque tiene sostenibilidad y es viable no se necesita más que el apoyo gubernamental y la voluntad de los productores y el ministerio involucrado para crear este centro de asistencia técnica para hacer realidad lo que hasta ahora se pretende implementar.

7.8. Sistema de Registro, Información y Certificación

Para la implementación de la estrategia nacional de comercio justo que los productores de Comercio Justo y el Gobierno trabajaron se debe empezar por la implementación de un sistema de registro de productores en el siguiente veremos la estrategia nacional:

Cuadro Nº 26: Sistema de Certificación

Sistema de certificación	
<ul style="list-style-type: none"> - Registro de productores de comercio justo - Proceso de certificación - Sistema de información estadística - Sello nacional 	<p>El sistema de certificación empieza con la creación del sistema de registro de productores para la creación del sistema nacional de certificación, control y verificación para la implementación del sello nacional bajo estándares de calidad.</p>

Elaboración propia a base de información del documento base de la estrategia nacional del Vice ministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

Este cuadro expresa la necesidad de creación de un sistema de registro de productores que trabajan en Comercio Justo por que hasta la fecha no se tiene un dato exacto de cuantos productores están en el movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia, no se cuenta con un sistema de información estadística sobre la producción y exportación esto permitirá construir un mapa de producción que es la identificación de zonas de producción como también los destinos comerciales identificando mercados potenciales, la certificación es una necesidad urgente para los productores para un eficiente control y verificación de productos de comercio justo que estén enmarcados en los principios y valores que hasta ahora se emplean en la producción y comercialización de productos orgánicos.

Como Política urgente a implementar es la creación de este sistema de registro de productores y un sistema de información estadística para fortalecer el movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia así tendremos registro de los productores que se benefician de las políticas públicas a implementarse con el tiempo.

7.9. El sello nacional

Es una necesidad para crear un estándar en todos los productos que está dentro del comercio justo el que más avanza es “CIOEC”⁶¹. Nace a iniciativa del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia, actualmente lo trabaja “CIOEC” junto con las OECAS el sello pretende ser una marca que lleven los productos que empleen en la producción y comercialización los principios y valores del comercio justo y economía solidaria, con este sello se pretende identificar a los productos de comercio justo y economía solidaria en el país para elevar las ventas de productos en el país,

El sello social: se trabajó bajo cuatro principios enmarcado en el estatuto orgánico de CIOEC Bolivia, donde contempla los principios políticos que son aplicados por las OECAS a mediados de año, en el caso del movimiento de economía solidaria y comercio justo se tendrá que coordinar para un futuro uso del sello social, el movimiento de economía solidaria y comercio justo está en pleno proceso de coordinación con CIOEC que es perteneciente al movimiento y la presidencia hasta finales del 2011 estaba representada por un miembro de CIOEC Bolivia

Cuadro Nº 27: Principios del sello social

Agricultura Sostenible	Conservar los medios productivos para las futuras generaciones promoviendo el desarrollo productivo sostenible, preservando los recursos naturales y la biodiversidad genética respetando los usos y costumbres, reconociendo a la familia como el núcleo principal de la producción y de la sostenibilidad productiva.
Soberanía Alimentaria	Es el derecho de cada pueblo a definir sus propias políticas productivas cuidando la biodiversidad para alcanzar metas de desarrollo sostenible, con una producción prioritariamente orientada a la satisfacción de las familias, mercados locales y nacionales.
Economía Solidaria	Es un modo especial de hacer economía, donde prima la decisión colectiva de distribuir los recursos, los bienes y servicios, de comercializar, consumir y de desarrollarse en el marco de relaciones sociales, solidarias, de equidad y reciprocidad, para satisfacer las necesidades humanas, donde se da la primacía de las personas y el trabajo sobre el capital en la repartición de los excedentes, buscando un equilibrio entre lo social y lo económico.
Autogestión campesina	Es la forma de administrar y gestionar de las organizaciones económicas campesinas donde se tiene el poder de decidir y hacer de forma conjunta, donde prima la confianza el compromiso la participación, las responsabilidades con autodeterminación, identidad y autoestima equilibrada que busca el empoderamiento en de todos los asociados hacia la organización.

Elaboración propia en base a datos proporcionado por CIOEC

En el cuadro Nº 26 muestra que los principios del comercio justo están plasmados en el sello social pero como es trabajado actualmente por CIOEC está sujeto a la socialización y a los posibles cambios que represente a todos los productores a favor del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia.

7.10. Políticas Públicas para venta Productos de Comercio Justo

Este tema es el más delicado por no tener un mercado nacional asegurado por la falta de difusión por los medios de comunicación disponibles es difícil establecer que en Bolivia se tiene un mercado asegurado, el Viceministerio de Comercio Interno y Exportación trabajo una estrategia justo con el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia cuya propuesta se refleja en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 28: Comercio Justo:

Comercio Justo	
<ul style="list-style-type: none"> - Tienda virtual de comercio justo - Fortalecimiento de redes y alianzas sectoriales - Establecimiento de tiendas y plataformas de comercio - Promoción de la imagen nacional de comercio justo 	<p>Pretende la creación de un portal web para el fortalecimiento de sectores que trabajan en comercio justo para la comercialización implementando tiendas estatales que a la vez promocionara la imagen del comercio justo</p>

Elaboración propia a base de información del documento base de la estrategia nacional del Vice ministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

Se quiere establecer las tiendas solidarias implementando tecnologías disponibles en el medio como la tienda virtual de Comercio Justo para el desarrollo de **e-commerce** que es un portal web para dinamizar la compra y venta de productos el portal permitirá crear redes y alianzas para la integración con otros productores que utilizan este medio.

La implementación de de tiendas de Comercio Justo en el eje troncal del país (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) es acertada teniendo en cuenta que estos tres departamentos concentran la mayor cantidad de población estas tiendas promocionaran la imagen nacional del Comercio Justo.

En la implementación de tiendas solidarias se debe ser más agresivo en el sentido de que las tiendas solidarias hacen entender que lo que se ofrece son reducidos y el portal web deriva a que unos cuantos productores se beneficien, una Política Pública ambiciosa que beneficiaría a todos los productores del comercio justo es la construcción de súper mercados en el eje central

donde se ofrecerán distintos productos del comercio justo construyendo una imagen basada en la calidad.

Esto no es nuevo el ejemplo más claro es el súper mercado de Santa Anita⁶², en Lima Perú que funciona desde 1989 fundado por asociaciones productoras el éxito es positivo que otras empresas de gran renombre alquilan Stands además de tener su propio canal de televisión donde difunden sus productos con un esquema ecológico y convencional trabajando el marketing publicitario mostrando al productor originario y revalorizando sus valores y cultura.

Tanto el funcionamiento tendría que rotar entre las asociaciones de productores por año las ganancias que se genere por concepto de ventas y utilidades o alquiler tiene que ir a un fondo común para que sirva como capital de rescate cuando una asociación lo necesite no olvidemos que la producción está sujeta a los climas estacionales.

7. 11. Apertura de mercados a nivel internacional

En el contexto internacional el panorama es más alentador por que las tiendas importadoras de productos del comercio justo están ganando terreno en los mercados del norte que tienen una mejor remuneración económica a nivel salarial que la mayoría de los países en desarrollo del sur, pero la certificación de productos del comercio justo en Bolivia es limitada solo tres productos están certificados por FLO certific. Entre ellos se encuentra el café, cacao y castaña estos productos tiene gran aceptación en el mercado internacional pero los productos certificados por FLO certific a un son bajos comparados con los países vecinos el Perú y Colombia tienen más productos de comercio justo registrados y certificados.

Es de suma importancia la apertura de mercados a nivel nacional e internacional, el vice ministerio deberá fomentar la inversión creando condiciones para el acceso a créditos favorables a si resolverían el problema económico, también se tendrá que trabajar en la socialización y sensibilización a los consumidores finales para la apertura de mercados Solo con el perfeccionamiento y estandarización de los productos podremos ingresar a otros mercados con productos de ecológicos y de calidad.

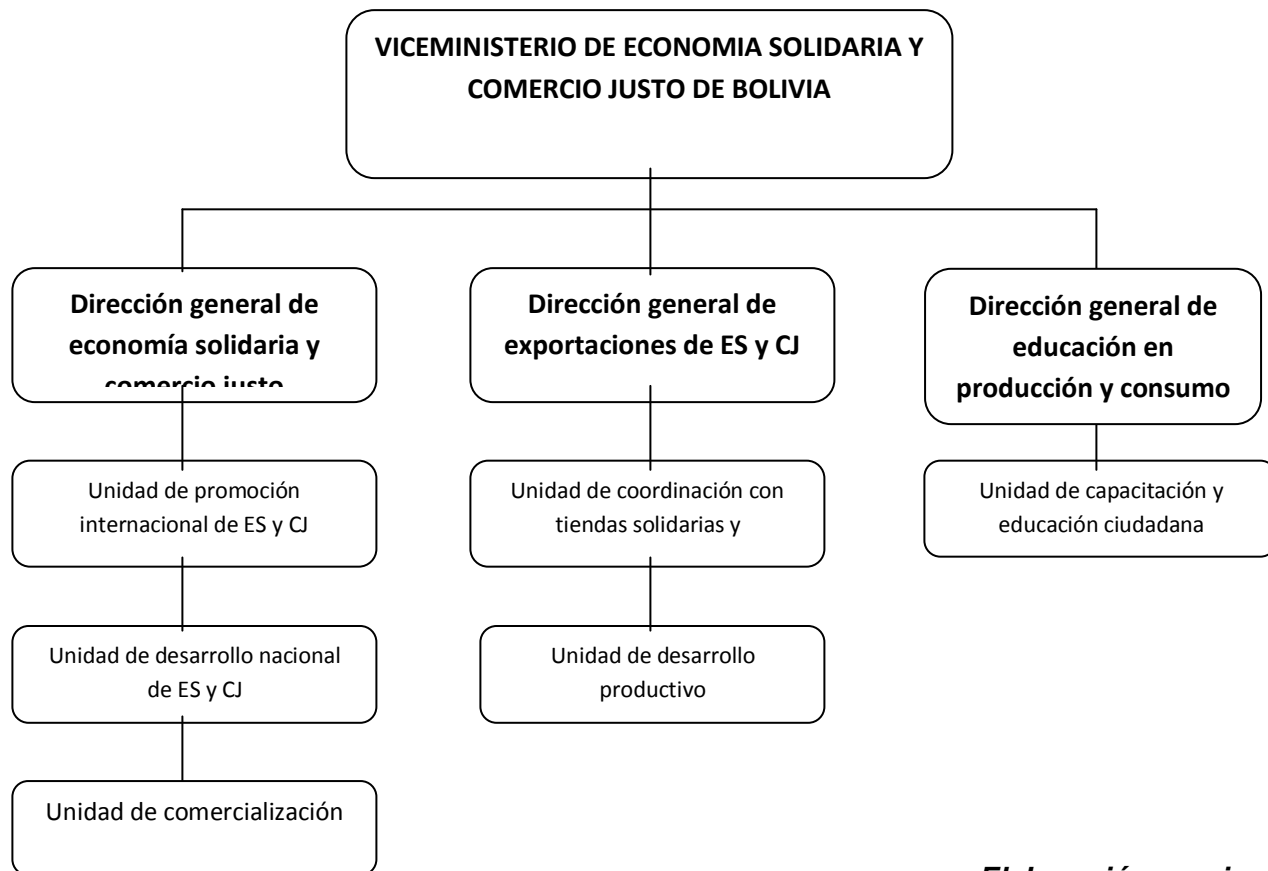
Es necesario hacer una alianza y mantener contacto con todos los sectores que trabajan en el comercio justo desde las certificadoras internacionales, productores y el gobierno para coordinar futuras políticas públicas que tengan sostenibilidad en el tiempo.

7.12. Implementación del Viceministerio de Comercio Justo

La propuesta de creación de un Viceministerio de Comercio Justo es fundamental para proponer Políticas Públicas a favor del sector de los productores, es de vital importancia por que este Viceministerio será el encargado de hacer seguimiento de la estrategia y propuesta mencionados anteriormente, la organización y funcionamiento está sujeto a la voluntad de ambas partes el de los productores y el gobierno se había avanzado mucho con la ex ministra Antonia Rodríguez sobre la posibilidad de crear este Viceministerio el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia Mantiene esta propuesta vigente con la actual Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, en el siguiente cuadro presentamos la propuesta de estructura del Viceministerio:

59. La creación del banco de desarrollo productivo es iniciativa del Viceministerio de comercio interno y de exportación en el año 2010.
60. Son instituciones financieras sin fines de lucro que trabajan con los productores ecológicos
61. La coordinadora de integración de organizaciones económicas campesinas de Bolivia es quien trabaja el sello justo en coordinación con el movimiento de ES y CJ.
62. Fue creado en 1989 por asociaciones de productores y su éxito se debe a que mantienen su cultura e implementan innovaciones tecnológicas.

Cuadro N° 29: Estructura organizativa del Viceministerio de economía solidaria y comercio justo



Elaboración propia.

Este organigrama es tentativo según esta diseñado bajo el criterio del decreto supremo 28631 y la ley 3351 LOPE (derogada el 2010) el cuadro N° 28 se observa la propuesta de estructura y organización del Viceministerio, aclarar que el cuadro fue realizado con la ayuda de la Lic. Wilma Quinteros Vicepresidenta del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia, la organización y funcionamiento está dividida en direcciones y unidades.

La dirección general de Economía Solidaria y Comercio Justo está encargada de coordinar con todas las direcciones y unidades del Viceministerio para ejecutar las directrices que el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural tiene planificado ejecutar cada gestión, el director de esta cantera deberá ser experto en Economía Solidaria y Comercio Justo por el tema complejo este deberá proponer planes de trabajo a los productores que trabajan dentro del Comercio Justo.

Esta dirección cuenta con tres unidades: Unidad de promoción internacional de ES y CJ, Unidad de desarrollo nacional de ES y CJ, Unidad de comercialización, la primera unidad se está encargada de promocionar los productos de comercio justo a nivel internacional usando las tecnologías existentes como el internet, deberá tener relacionamiento con las embajadas en países con potencial de consumo para elaborar políticas de fomento y socialización para promocionar en otros países los productos del Comercio Justo.

La unidad de desarrollo nacional de ES y CJ, esta unidad trabajará en el territorio nacional con los productores de Comercio Justo en promocionar los productos en súper mercados, tiendas de las ciudades del eje central y tiendas de productos ecológicos existentes en el país además de usar tecnologías existentes como el internet y los medios de comunicación existentes de radio y televisión por ser de llegada masiva, además de presentar propuestas innovadoras para mejorar la producción.

La unidad de comercialización deberá buscar mercados para productos del Comercio Justo en tiendas y supermercados de las ciudades además de hacer ferias en las principales ciudades del país sin intermediarios del consumidor al productor, deberá utilizar las tecnologías existentes las tiendas virtuales que son una gran oportunidad para aumentar las ventas, implementar catálogos de todos los productos distribuidos en todas las instituciones públicas, tiendas y súper mercados para aumentar las ventas en el país.

La dirección general de exportaciones de ES y CJ, tiene que coordinar con las demás direcciones para ejecutar las directrices del Ministerio y coordinar con las unidades respectivas esta dirección cuenta con dos unidades: Unidad de coordinación con tiendas solidarias y Exportación de la ES y CJ, Unidad de desarrollo productivo.

La primera unidad tendrá que coordinar con la unidad de promoción internacional por que las tiendas solidarias tienen que aumentar las ventas en el territorio nacional e internacional, esta unidad de tiendas solidarias y exportación tendrá que tener un registro de las exportaciones de todos los productos certificados que se venden afuera.

La unidad de desarrollo productivo es la que coordina con los productores sobre el proceso, desarrollo de la producción hasta la cosecha innovando en las tres etapas con constantes capacitaciones técnicas y brindando insumos ecológicos.

La dirección de general de educación en producción y consumo es importante por que se encarga de la socialización y educación orientada a los productores, comercializadores y consumidores, cuenta con una unidad: Unidad de capacitación y educación ciudadana estará integrada por profesionales entendidos en la materia estos capacitaran a productores sobre los principios y valores del comercio justo, potencialidades de productos y estándares

internacionales sobre producción y productos que tienen que ser internados en nuevos mercados, en educación ciudadana está orientada a la sociedad en general para socializar todo lo referente a comercio justo para concienciar a los futuros consumidores para aumentar el porcentaje de productos puestos en tienda por ende la producción de las mismas produciendo la diversificación de los productos para la sostenibilidad en el tiempo.

Todas las direcciones tendrán como máxima autoridad a los directores generales y las unidades estarán a cargos de los jefes de unidad para que la el funcionamiento del Viceministerio esté en los parámetros de las otras instituciones de gobierno, este cuadro esta elaborado respetando los criterios de funcionamiento de los Viceministerio y las funciones que tienen los directores y jefes de unidades como las funciones de los ministros en la potestad de hacer cumplir el plan nacional de desarrollo, la justificación para la creación del vice ministerio es que los productores tendrán un vice ministerio que coordinara directamente con el movimiento, en temas de capacitación a los productores sobre las formas de producción bajo estándares de la economía solidaria y comercio justo, en temas de formas de exportación busca de mercados coordinación directa con las tiendas solidarias y sobre todo una conexión directa con sectores de productores ecológicos para un mejor cuidado del medio ambiente para el buen vivir principios que el movimiento maneja antes de la promulgación de la nueva constitución política del estado, tanto como productores agrícolas como artesanos se complementa el área rural y urbana en las actividades económicas.

Entre las direcciones y unidades deberá existir coordinación y cooperación para proponer e implementar políticas públicas a favor de los productores del comercio justo además trabajar conjuntamente con los productores sin dejar de lado los principios y valores que se vienen trabajando en la producción y venta de los productos a favor de mejorar la vida de los productores de las áreas rurales.

7.13. Conclusión

El Comercio Justo es una alternativa al comercio convencional si lo entendemos como una sociedad comercial basada en principios y valores que estén orientados a mejorar la calidad de vida de los productores de distintos rubros como el agrícola o artesanal, parece ser un tema nuevo para la sociedad y el gobierno que no entienden por lo general que el Comercio Justo es una oportunidad para muchos productores en la medida que puedan conocer todo lo que abarca el movimiento.

Bolivia podría aprovechar las ventajas de producir ecológicamente en la agricultura y artesanía con usos y costumbres desde nuestros ancestros que son productos aceptados en los mercados del norte, pero también se puede fortalecer el mercado nacional concientizando y educando a los consumidores para favorecer a este sector también para apoyar la producción nacional para en un futuro ser independientes en producción agrícola para la seguridad alimentaria, no solo se alentaría al consumo nacional también se fortalecería la producción nacional con otro enfoque de complementariedad entre las distintas formas de producción que conviven dentro de este movimiento con otro tipo de filosofía económica con principios y valores.

La propuesta del presente trabajo es fortalecer dos ejes temáticos importantes que son de suma urgencia la implementación de estas:

- **Difusión Socialización y Educación del Comercio Justo**
- **Institucionalización del Comercio Justo**

El trabajo demuestra en las encuestas de que hay poco conocimiento del Comercio Justo la recomendación es tomar acciones inmediatas usando las tecnologías que tenemos al alcance que son de alcance masivo como los medios de comunicación tradicionales e internet, la conformación de equipos capacitadores y socializadores que toquen puertas académicas escolares y universitarias para empezar a captar el interés de la sociedad, en el ámbito institucional debemos reconocer al movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo como un ente que pretende aglutinar a varios sectores de productores, este propuso la creación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo, es importante la consolidación de ambas propuestas.

La creación del vice ministerio pretende aglutinar a varios sectores productivos del país teniendo como base el movimiento de economía solidaria que coordinara directamente con el vice ministerio la estrategia del movimiento en busca de mercados y socialización para aumentar la producción con principios y valores en armonía con la naturaleza con la páchamama para el vivir bien como lo establece la economía solidaria, es de mucha importancia la creación de un vice ministerio institucionalizar esta lógica de economía solidaria y comercio justo para que este sector sea tomado en cuenta en el plan nacional de desarrollo y beneficiarse económicamente y poder acceder a créditos teniendo el respaldo el estado además de cumplir con objetivos y metas que se trace el estado en el desarrollo del país beneficiándose tanto los consumidores y productores generando el intercambio responsable el consumidor recibe un producto de calidad que beneficia su salud por ser orgánico y el productor una remuneración justa elevando la calidad de vida.

El Comercio Justo es una alternativa de sociedad comercial, en la actualidad no es tomada con la seriedad del caso y año tras año solo hay reuniones para intercambiar experiencias e intenciones de trabajo pero con la implementación de las propuestas del presente trabajo esperamos resultados a mediano y largo plazo que favorezca a los productores agrícolas y artesanos de todo el país que trabajan con responsabilidad social y ecológica.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Viscarra Gastón, Comercio justo. Santiago de Chile. Edición cuadernos del siglo XXI OEA, Santiago de Chile 2000.
- 2) Leopoldo Mayer Charles, 2002.propuestas para el desarrollo del comercio justo, edición cuadernos del siglo XXI OEA, Santiago de Chile 2002.
- 3) Walter Gonzáles Ibarra, Comercio Justo: una opción para organizaciones de productores de quinua en Bolivia, La Paz – Bolivia 2010.
- 4) Marco A. Velasco Olivarez, Las Políticas Publicas de economía social y el dialogo entre los poderes públicos y sociedad civil, Foro Internacional sobre economía social y solidaria 2011, La Paz – Bolivia 2011.

Documentos de comercio justo y economía social.

- 5) **Hacia una nueva visión sobre Políticas Comerciales y Agricultura**, Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia (CIOEC) La Paz – Bolivia 2005.
- 6) **Manual básico para la tramitación de documentos para organizaciones económicas campesinas (personalidad jurídica)**, Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia (CIOEC) La Paz – Bolivia 2006.
- 7) **Manual de calidad de café para las familias cafetaleras de FECAFEB**, Federación de Cafetaleros de Bolivia, La Paz – Bolivia 2006.
- 8) **Datos y Experiencias sobre Comercio Justo Bolivia 2005**, Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), La Paz – Bolivia 2006.
- 9) **Estándar Genérico FairTrade para organizaciones de pequeños agricultores**, FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL, Lima – Perú 2006.
- 10) **Política Cafetalera Nacional**, Federación de Cafetaleros de Bolivia, La Paz – Bolivia 2007.
- 11) **Programa Microempresas Productivas con Mujeres: Comercio Justo y Economía Social**, Caritas Bolivia La Paz – Bolivia 2008.
- 12) **El comercio como alternativa para el desarrollo equitativo: Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia**, Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (IICA) Bogotá – Colombia 2008.

- 13) **Declaración latinoamericana de Economía y Comercio Justo**, III encuentro de productores, Montevideo – Uruguay 2008.
- 14) **Propuesta de Economía Solidaria y Comercio Justo en Bolivia**, Plataforma Multisectorial de productores del comercio justo La Paz – Bolivia mayo de 2007.
- 15) **Plan de Desarrollo Económico y Social para el vivir bien**, Ministerio de Planificación del desarrollo La Paz – Bolivia 2010.
- 16) **Comercio Justo: una interesante alternativa para productores Bolivianos**, revista de Comercio Exterior (IBCE) N° 187, Santa Cruz 2010.
- 17) **Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo**, Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, La Paz – Bolivia 2010.

Normas Leyes y Decretos

- 18) **Constitución Política del estado**, aprobada en febrero de 2009.
- 19) **Ley Marco de Autonomías y Descentralización**, Ley N° 031, 2010.
- 20) **Banco de Desarrollo Productivo**, decreto supremo 0808, 2010.
- 21) **COMPROBOL**, decreto supremo 27328, 2004 ratificado por Ds. 29190.
- 22) **LOPE**, Ley de Organización del Poder Ejecutivo 3351, 2006.

Portal web:

- 23) Alternative fair trade Institute: (accedida el 17 de junio de 2008). <http://www.ifat-la.org/notas%20internas/ifatestructura.htm>
- 24) Editorial del comercio justo: (accedida el 29 de Junio de 2008) <http://www.mercadojusto-la.com/>
- 25) Editorial del comercio justo: (Accedida el 30 de junio de 2008) <http://www.mercadojusto-la.com/editorial.html>
- 26) Mercado justo en latino América: (Accedida el 1 de julio de 2008) <http://www.mercadojusto-la.com/noticias.html>
- 27) Alternative fair trade Institute: (9 de Julio de 2008) <http://www.ifat-la.org/quienessomos.html>

- 28) Unión Europea: (accedida el 11 de julio de 2008) <http://www.eurosur.org/EFTA/>
- 29) Unión Europea: (accedida el 14 de julio de 2008) <http://www.eurosur.org/EFTA/descrip.htm>
- 30) Pro Rural Bolivia entidad financiera, (accedida el 23 de febrero 2009) <http://prorural.devenet.net/>
- 31) FONCRESOL entidad financiera, www.peap-foncresol.org/datos.htm
- 32) ANED, entidad financiera, (14 de septiembre de 2009) www.aned.org/
- 33) Movimiento de ES y CJ, (29 de dic. de 2010) www.espaciocomerciojusto.org/index.php?...
- 34) Centro de Estudios y Cooperación Internacional, (12 de noviembre de 2010) www.ceci.ca/es/regiones/america-latina/bolivia/

- 35) Caritas Bolivia, (23 de Marzo de 2011) www.caritasbolivia.org
- 36) Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, (17 de ago. 2011) www.cipca.org.bo
- 37) Viceministerio de Comercio Interno y Exportación, (4 de enero de 2012) www.instituciones.gnb.com.bo/
- 38) Ministerio de Pesarrollo Productivo y Economía Plural, (12 de febrero de 2012) www.produccion.gob.bo
- 40) Mercado de Santa Anita, (12 de febrero de 2012) www.mercadoproductores.com.pe/

Personas entrevistadas

Ing. Walter Gonzales I. Oficial de Enlace de “FLO” Internacional Bolivia, Paraguay.

Ing. Carmen Sotomayor Landa, Feje del Departamento Técnico de “AOPEB”.

Lic. Edmundo Janco Mita, Jefe de Ventas de “EL CEIBO”

Lic. Policarpio N. Jefe del departamento de ventas de “FECAFEB”

Lic. Wilma Quinteros C. coordinadora nacional de programas sociales “CARITAS BOLIVIA”, vice presidenta del movimiento de economía solidaria y comercio justo de Bolivia.

Lic. Ramiro Lizarazu C. Responsable del Sello Social “CIOEC” Bolivia.

Sr. Andrés Carrillo. Presidente del movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia