UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE AGRONOMÍA

CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
BIBLIOTECA
DE
AGRONOMIA
La Paz - Bolivia

TRABAJO DIRIGIDO

"ESTUDIO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA ALTO SAJAMA LTDA."

Univ. Egr. ANA MARÍA DEL CARMEN ESCALANTE BALDERRAMA

La Paz – Bolivia
2011

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE AGRONOMÍA
CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA

TRABAJO DIRIGIDO

"ESTUDIO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA ALTO SAJAMA LTDA."

Univ. Egr. ANA MARÍA DEL CARMEN ESCALANTE BALDERRAMA

La Paz – Bolivia
2011

DEDICATORIA

- *Al alma de mi inolvidable padre, también agrónomo* ***Antonio Escalante Crespo*** *Q.D.D.G. que me enseñó a ser humilde, cariñosa y luchadora.*
- *A mi admirable madre, una incomparable mujer* ***Prof. Alicia Balderrama vda. de Escalante****, que con su sencillez, siempre me apoyó incondicionalmente y estuvo esperando este momento.*
- *A mi adorado esposo,* ***Ing. Rodrigo Santivañez Llano****, compañero de toda la vida y*
- *A mis amados hijos* ***Isabel Guadalupe y Rodrigo Antonio*** *que son mi razón de vivir y el motor que me impulsa a ser cada día una persona mejor..*

COMPROMISOS DE MI VIDA

1.- Nunca me compadeceré de mi misma ni llegaré a menospreciarme, no me daré por vencida.

2.- Nunca volveré a saludar el amanecer sin una meta

3.- Siempre bañaré mis días en el dorado resplandor del entusiasmo.

4.- Nunca volveré a ser descortés con ningún ser viviente.

5.- Siempre buscaré la semilla del triunfo en todas las adversidades.

6.- Nunca volveré a desempeñar ninguna tarea si no es en la mejor forma en la que pueda hacerlo.

7.- Siempre pondré todo mi ser en la tarea que tenga entre manos.

8.- Nunca volveré a aguardar en espera de que la oportunidad se presente ante mí.

9.- Siempre examinaré cada noche mis hechos y palabras del día que toca a su fin.

10.- Prometo que siempre me mantendré en contacto con Dios mi Creador y Salvador, a través de la oración.

OG MANDINO

AGRADECIMIENTOS

- A DIOS, porque pese a todos los escollos, me permitió concluir satisfactoriamente este trabajo tan esperado.
- A mis padres, que siempre me dieron lo mejor de su vida y en especial a mi madre que nunca perdió su confianza en mí.
- A mi esposo y mis hijos, que siempre estuvieron junto a mí dándome fortaleza, ánimo y apoyo moral.
- A la Facultad de Agronomía, por la oportunidad de permitirme concluir una meta y ser una profesional digna.
- A la Ing. Teresa Ruiz por su total apoyo y dedicación para lograr el éxito de este plan.
- Al Ing. Ramiro Mendoza que me apoyó al igual que al resto de los estudiantes, en todo el proceso, hasta lograr una conclusión exitosa.
- Al Ing. Humberto Chuquimia que me brindó todo su apoyo en la realización de este trabajo.
- A los Ing. Freddy Carlos Mena y Henry Soria Sanchez, miembros del Tribunal Revisor, que no escatimaron esfuerzos y me brindaron su amplia colaboración y amistad.
- Al Sr. Policarpio Ali, Encargado de comercialización de FECAFEB, por brindarme amplia información y apoyo.
- Al Ing. Eduardo Villarroel, por su incansable colaboración y empuje.
- Al Ing. Willy Tórrez, por su colaboración.

Instituciones

- ASAPBOL, mi institución querida que me brindó apoyo y colaboración.

- SATEM, por su apoyo moral y logístico
- Coop. Alto Sajama, por permitir el estudio de la institución

RESUMEN

El cooperativismo a nivel mundial surgió como una necesidad de socializar la propiedad de la producción. Esta alternativa económica surgió en Bolivia por los años 60 y específicamente en 1991 como cooperativas agrícolas cafetaleras de Caranavi para resolver tres grandes problemas: primero la exclusión financiera, segundo falta de instrumentos que logran el financiamiento de emprendimientos y tercero la falta de conciencia sobre los beneficios del cooperativismo obtenidos a través de actividades económicas ecológicas y socialmente responsables.

El objetivo principal del presente trabajo es realizar un estudio de caso tomando a la Cooperativa Agropecuaria y Comercialización Alto Sajama que es una institución constituida por caficultores con 24 años y analizar los factores que le dan sostenibilidad y tendencia creciente a través de los años. Esta cooperativa se halla en la comunidad Alto Sajama, Cantón San Lorenzo, Provincia Caranavi del departamento de La Paz.

El trabajo se realizó en dos etapas, la primera basada en la recopilación de información secundaria y encuestas realizadas tanto a los productores como a informantes claves. La segunda, donde se sistematizó la información e interpretó los resultados para la redacción del documento final.

Como resultado se determinó que la sostenibilidad de la cooperativa está basada en tres pilares fundamentales que son la sostenibilidad económica demostrada por la exportación de café orgánico en volúmenes considerables según las normas y acuerdos del comercio justo internacional, lo que genera ingresos mayores para los productores y la institución, que los que percibe un caficultor en ventas de ferias locales; la social basada en socios comprometidos con la actividad cafetalera transmitida inclusive por generaciones que practican el gobierno corporativo y finalmente la medioambiental reflejada en la producción ecológica que cumple rigurosamente las especificaciones tanto nacionales como extranjeras hasta conseguir el mejor café de altura con

premios de calidad por la taza de excelencia.

RESUME

In the World, the cooperatives were born because of the need to socialize the production owner. This economic alternative appeared in Bolivia during the 60 years and in 1991 the coffee cooperatives were born in Caranavi to solve three big problems: the first one the financial exclusion, the second one, some instruments needed to get external aids to pay some important ideas and the third one, out of conscience about the cooperatives benefits.

The main objective of this job is to do a case study taking the Alto Sajama Cooperative which joins to coffee producers, with 24 years old and analyze that give it sustainability and a growing expectative during the years. This cooperative is located in Alto Sajama Community, San Lorenzo Canton and Caranavi Province of the La Paz department.

The job was done in two phases, the first based in taking the secondary information and some questions to producers and key informers. The second one where the information was systematized and the results were understood to write the final document.

The result of the job showed that the sustainability of the Cooperative is based in three important PILARES. One of them is the economic sustainability through the exportation of important volumes of organic coffee which follow the rules and treatments of International Fair Trading that gives better incomes to the producers and to the cooperative that common producers that sell just in local fairs; the social one based in associated people convinced with this successful activity also through more than one generation and practicing the corporative government and the third one through the ecologic production that follows completely all the specifications as national as international ones, to get the best coffee of altitude that has some prizes of the excellence cup,

INDICE

	Pag.
I. INTRODUCCION	**1**
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DIRIGIDO	2
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. METAS	5
II. MARCO TEORICO	5
2.1. CONTEXTO NORMATIVO	5
2.2 MARCO CONCEPTUAL	6
2.2.1. Definición de la Sostenibilidad	6
2.2.2. Definición de cooperativas	8
2.2.2.1. Historia del cooperativismo	8
2.2.2.2. Factores que determinaron la organización de cooperativas	10
2.2.2.3. Principios cooperativos	11
2.2.2.4. Valores del cooperativismo	14
2.2.2.5 Importancia de las cooperativas en el ámbito social y Económico	16
2.2.2.6 Clasificación de las cooperativas según su radio de acción	17
2.2.2.7 Las cooperativas agrarias	18
2.2.2.8 La Federación de caficultores de Bolivia FECAFEB	20
2.2.3. Definición de gobernabilidad	22
2.2.4. Gobierno corporativo	22
2.2.4.1 Indicadores del gobierno corporativo	22
2.2.5. Definición de producción ecológica	25
2.2.5.1 Normas de calidad para la producción	

ecológica en Bolivia 25
2.2.5.2. Certificaciones necesarias para la exportación 25
2.2.6. Definición del comercio Justo o Fair Trade 26
2.2.6.1 Historia del Fair Trade 27
2.2.7 La caficultura en Bolivia 29
2.2.7.1 Resumen histórico del café 30
2.2.7.2 Beneficios del café 31
2.3. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN 31
2.4. TECNICAS METODOLÓGICAS 32
2.5. ACTORES Y SUS ROLES 32
III. SECCION METODOLÓGICA 33
3.1. MATERIALES Y METODOS 33
3.1.1 Localización y ubicación del área de estudio 33
3.1.2 Características del lugar 33
3.1.3. Materiales 33
3.1.3.1 Material bibliográfico 33
3.1.3.2 Material no bibliográfico 34
3.1.3.3. Material de gabinete 34
3.2. METODOLOGIA GENERAL 35
IV. SECCIÓN DIAGNÓSTICA 35
4.1. PLAN Y ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACION 35
4.1.1 Primera etapa Recopilación de datos sobre el rendimiento de café verde oro 35
4.1.1.1 Información sobre uso de suelo 36
4.1.1.2 Información social 38
4.1.1.3 Educación 39
4.1.2 Segunda fase. Calculo del costo de producción de café verde oro y el costo final hasta la exportación 40
4.1.2.1 Importancia del mercado externo 43
4.1.2.2 Factores que afectan la calidad del café reduciendo su precio en el mercado 45

4.2. VARIABLES DE RESUESTA 46
4.2.1 Variables de medición de la sostenibilidad financiera 46
4.2.2 Variables de medición de la sostenibilidad sociocultural 47
4.2.3 Variables de medición de la sostenibilidad técnico ambiental 47
4.2.4 Variables de medición del gobierno corporativo 47
V. SECCIÓN PROPOSITIVA 48
5.1. ANÁLISIS DE DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA PROPOSITIVA 48
5.1.1 Sostenibilidad económica 48
5.1.1 1Características del mercado en el que se inserta la cooperativa 49
5.1.1.2 Exportación 51
5.1.1.3 Incremento del capital social 56.
5.1.2 Sostenibilidad sociocultural 57
5.1.3 Sostenibilidad técnico ambiental 57
5.1.4 Sostenibilidad gobierno institucional 59
5.2 GOBIERNO CORPORATIVO 59
5.2.1 Política institucional 59
5.2.2 Políticas de gestión 60
5.2.3 Democracia en la cooperativa 60
5.3.4 Responsabilidad social 61
VI. SECCIÓN CONCLUSIVA 62
VII. RECOMENDACIONES 62
VIII. BIBLIOGRAFIA 64
ANEXOS

INDICE DE CUADROS

Nro.	Contenido	Página
1.	Principales Diferencias entre el Sistema Capitalista, Sistema Público y Sistema Cooperativo	14
2	Asociaciones y Cooperativas que conforman FECAFEB	19
3	Costo de producción por hectárea	35
4	Tenencia de tierra por socio y rendimiento por hectárea	36
5	Factores que influyen en la calidad del café	40
6	Incremento del consumo mundial de café	45

INDICE DE GRAFICOS

Nro	Contenido	Pag.
1	Zonas de Producción cafetalera en Bolivia	25
2	Composición de la superficie a nivel del Municipio de Caranavi	32
3	Uso de tierra en el Municipio de Caranavi	33
5	Principales países que constituyen nichos de mercado externo	44
6	Paises participantes en el Comercio Justo	45
7	Evolución de las exportaciones de FECAFEB	46
8	Evolución de las exportaciones que realiza FECAFEB frente a las empresas privadas	48
9	Distribución de los ingresos de café	50
10	Evolución del capital social	51

INDICE DE TABLAS

Nro	Contenido	Pag.
1	Distribución poblacional de la cooperativa	33
2	Nivel de Educación	45
3	Distribución del café que no es apto para la exportación	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Nro	Contenido	Pag.
1	Organigrama de la cooperativa	54

ESTUDIO DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA COOPERATIVA AGROPECUARIA "ALTO SAJAMA" LTDA.

I. INTRODUCCION

El Cooperativismo emerge como una iniciativa de socializar la propiedad de la producción mediante la valoración del trabajo como factor primordial de la producción por encima del capital. Los primeros registros del cooperativismo datan de mitad de siglo XIX cuando en Inglaterra nacen las primeras cooperativas de consumo.

Posteriormente, en Francia se originan las cooperativas de producción y las de créditos nacen en Alemania. Luego, a finales de ese mismo siglo, el cooperativismo llegó a Latinoamérica con los torrentes de inmigrantes europeos a Argentina, Uruguay y Sur de Brasil. En ese momento el movimiento se bifurcaba en dos grandes tendencias ideológicas. Una, la utópica representada por Charles Gide y su "República Cooperativa". Otra, la pragmática, que se fundamentaba en las cajas Raiffeisen de Alemania y en la herencia de la cooperativa de Rochadle, estos modelos buscaban mejorar las condiciones de vida de los trabajadores a través de cooperativas de consumo, ahorro y crédito.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los caficultores de los Yungas y entre ellos los de Caranavi, hasta antes de 1991 no tenían acceso a los mercados de exportación, debido a que su trabajo estaba limitado a la producción tradicional, sin asistencia técnica ni medidas que precautelen la protección del medio ambiente, por lo que la intermediación de comercializadores privados aprovechaba al máximo sus ganancias sin cuidar la calidad e imagen del café boliviano ni menos el bienestar económico de los productores. Los precios bajos del café pagados por las empresas exportadoras, no cubrían ni siquiera sus costos de producción, entonces se debía buscar una alternativa para romper la dependencia y el control de los mercados.

El mercado internacional castigaba hasta con un 50 % de descuento en el precio, al café boliviano por la irregularidad de su calidad.

Actualmente, la comercialización de café de exportación se torna aún difícil por las condiciones de producción, donde no todos realizan la producción ecológica, el efecto de los cambios climáticos y especialmente por las exigencias de calidad, precio y cantidad de producción exigidos por los agentes de mercado extranjeros, por lo que se ve restringido el éxito de los productores cafetaleros, más aún cuando trabajan en forma individual.

Por otra parte, se hicieron diversos estudios sobre la problemática económica de los productores de café y se pudo evidenciar que los sistemas financieros en general no tienen una línea de crédito exclusiva para este rubro de la producción, ni siquiera las microfinancieras, debido al riesgo que supone la actividad agrícola, lo que hace difícil el acceso al crédito individual por parte de los productores.

Es por eso que entre los diferentes sistemas de organización, se pone en consideración las cooperativas, por ser sobresalientes a nivel mundial. En el estudio de caso específico se tomó la cooperativa agrícola y comercialización Alto Sajama Ltda., que continúa prestando sus servicios en la Provincia Caranavi del departamento de La Paz y vale la pena analizar algunos aspectos que la mantienen sostenible y sólida dentro del rubro de la caficultura.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DIRIGIDO

Las finanzas alternativas hacen referencia al conjunto de organizaciones e iniciativas cuya finalidad actualmente, ya no es sólo la maximización del beneficio económico, sino que además pretenden alcanzar objetivos sociales en el grupo de acción.

Las cooperativas, también conocidas como finanzas “éticas” o “solidarias”, han ido apareciendo a lo largo de las últimas décadas para dar respuesta a tres

grandes problemas. Primero, la exclusión financiera de todas aquellas personas que el sistema financiero tradicional no considera sujetos de crédito al no poder ofrecer el tipo de garantías reales exigidas a tal efecto. En segundo lugar, la falta de instrumentos y vías de financiación desarrollados con el objeto de que se adapten a las necesidades específicas de la Economía Social y Solidaria. Por último, la falta de conciencia en los ciudadanos sobre un manejo eficiente de su economía familiar y la canalización de sus ahorros hacia actividades económicas coherentes con sus propios principios éticos, reduciendo la especulación y promoviendo una economía más ecológica con responsabilidad social.

Desde su creación, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha reconocido el importante papel de las cooperativas para lograr el desarrollo social y económico de los pueblos, promoviendo iniciativas concretas para destacar su vasto potencial para el mejoramiento de las sociedades, alcanzando así la justicia social en las diversas partes del mundo.

El cooperativismo, a lo largo de su historia ha sido considerado y definido de múltiples formas: como doctrina política, modo de producción, sin embargo, actualmente se puede afirmar que el cooperativismo es un plan económico que forma parte importante de la vida de muchos países, su desarrollo y difusión indican que podría llegar a modificar hasta la estructura política de las sociedades que las han implantado.

Una de las características importantes de la teoría cooperativista es su sencillez, pues no surge como producto de sesudas reflexiones de filósofos o teóricos, sino del sentido común.

El sistema cooperativo, si efectúa una serie de ajustes generadores de factores positivos y valores morales, puede ser una alternativa real, capaz de integrar a una amplia gama de grupos de personas, en estructuras que propicien el desarrollo y expansión de sus potencialidades, en marcos socioeconómicos de

carácter participativo solidario, con justicia, libertad y transparencia tan necesarias para la transformación de las sociedades actuales

Si bien existen varias cooperativas agrícolas en el territorio boliviano y específicamente ocho en la provincia Caranavi del Departamento de La Paz, que se dedican a la producción del café con fines de exportación, es bueno analizar porqué algunas de ellas permanecen vigentes en el mercado para que esta tendencia crezca entre los productores agrícolas. Lamentablemente a nivel legal hasta el 30 de noviembre de 2008 que es el último registro histórico, no existe una reglamentación específica que fomente el cooperativismo agrícola en Bolivia.

El principal problema sociocultural identificado en el Programa de Desarrollo Municipal PDM de Caranavi, son los bajos volúmenes de producción agrícola - pecuaria y falta de apoyo a la producción, comercialización e industrialización de algunos productos agrícolas como el café, el plátano o los cítricos que perjudica a los pequeños productores. Este problema se agrava cuando se pretende producir con calidad de exportación porque los costos que esto significa son altos e inalcanzables para un productor en particular,

En el caso específico del café, una licencia que certifique la producción orgánica con fines de exportación tiene un costo anual de $us. 2500 y la dispersión de los productores o falta de capacidad de integración, se muestra como la principal debilidad que ocasiona acceder solo al mercado local o a ferias con precios muy bajos.

Por esto, se plantea el cooperativismo porque este tipo de organización tiene como base fundamental una serie de valores que realzan la calidad humana como principal objetivo de bienestar común a nivel integral, es decir, obteniendo un crecimiento económico, elevando el nivel de vida y buscando siempre nuevas alternativas para que la institución se perpetúe en su actividad.

El hecho de que la cooperativa Alto Sajama permanezca activa y competitiva, nos permite identificar factores que la mantienen en ese sitial luego de varios años.

Es así que para analizar la situación de las cooperativas agrícolas en general y del caso específico, la Cooperativa Alto Sajama, se plantean los siguientes objetivos:

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Estudiar los factores determinantes para la sostenibilidad de la Cooperativa Agropecuaria “Alto Sajama” Ltda.

1.3.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que se plantean alcanzar son:

- Estudiar las características del gobierno corporativo de la Cooperativa “Alto Sajama” que le permiten ser sostenible a nivel social.
- Analizar la sostenibilidad económica de la Cooperativa “Alto Sajama”.

1.4 METAS

Las metas propuestas son las siguientes:

- Efectuar el análisis de los factores positivos dentro la sostenibilidad económica y social que utiliza la Cooperativa Alto Sajama.
- Identificar la estrategia de mercado y las políticas de mejoramiento en la producción de café.

II. MARCO TEORICO

2.1 CONTEXTO NORMATIVO

El presente Trabajo Dirigido, se elaboró dentro del marco legal establecido en la siguiente normativa:

- Ley No. 5035 del 13 de septiembre de 1958 Ley General de Sociedades Cooperativas.
- Resolución Suprema N° 69164 de 5 diciembre 1955. Personería Jurídica que otorga legalidad a las cooperativas agrícolas en Bolivia.
- Norma de Producción Ecológica en Bolivia .AOPEB. 2008
- Lineamientos generales de administración cooperativa ACI 1999.
- Normativas cooperativas sobre gobierno corporativo DGRV. 2004

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Definición de la sostenibilidad.

El ***Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo*** (***PNUD, 1995)***, señala que sostenibilidad es el proceso por el cual una actividad puede perpetuarse en el tiempo manteniendo sus principales características iniciales y tendiendo a una mejora a través de la implementación de nuevas técnicas o procesos productivos.

En general, las condiciones de sostenibilidad se refieren a aspectos relacionados con la construcción de capital social, la lógica institucional, la existencia de mercado, la presencia de transversalidad de género, de generación, de etnia, cultura y de la funcionalidad de las expectativas de operación de los proyectos dentro del contexto. (***PNUD, 1995)***.

La sostenibilidad también se refleja en el desarrollo humano como un proceso conducente a la ampliación de las opciones de que disponen las personas. Las tres opciones esenciales que disponen las personas son: poder tener una vida larga y saludable, poder adquirir conocimientos y poder tener acceso a los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decoroso. Si no se dispone de acceso a esas opciones esenciales, muchas otras oportunidades permanecen inaccesibles. Pero el desarrollo humano no termina allí. Otras

opciones, sumamente apreciadas por muchos, van desde la libertad política, económica y social, hasta las oportunidades de ser creativos, productivos y de disfrutar de auto respeto ejercitando sus derechos humanos. (***PNUD, 1995)***.

La educación para la sostenibilidad pretende potenciar las capacidades para asegurar el bienestar de los pueblos, formando hoy y actuando para el futuro, a largo y corto plazo, contemplando el equilibrio de nuestro planeta, con la participación de diversos esfuerzos de gobiernos, entidades internacionales, educadores, científicos y otros actores involucrados en este particular desafío sostenibilista. **Lazzarini. (2010)**

La Declaración de Río formulada por la Conferencia Mundial de 1992 sobre el medio ambiente y el desarrollo fue basada en la idea de que los seres humanos tenemos derecho a una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza. Haciendo suya esta afirmación, la Declaración de Johannesburgo, adoptada en el Congreso Mundial para el Desarrollo en 2002 confirmaba el compromiso tomado por los jefes de Estado y los gobiernos mundiales de "volver la sociedad mundial más humana, más caritativa y más respetuosa de la dignidad de cada uno". Se reafirmó que la educación era la base del desarrollo sostenible y reiteró el compromiso del Congreso de Río adoptando la resolución 57/254 relativa al Decenio de las Naciones Unidas para la Educación con miras al Desarrollo Sostenible (2005-2014) y designó a la UNESCO como órgano responsable de la promoción del Decenio. **Lazzarini. (2010)**

Entonces, la sostenibilidad, es la capacidad de perpetuar una actividad considerando los ámbitos ambientales, sociales, económicos e institucionales buscando un estado anhelado por la humanidad, como es el bienestar. **Michelutti. (2010)**

Hurtado, H. (2007), hace referencia a la Sostenibilidad en las Cooperativas y menciona que estas organizaciones de cooperación voluntaria diseñadas como modelo alternativo a la competencia capitalista, deben ser estructuradas de modo que se perpetúen de una generación a otra brindando resultados

favorables a su masa societaria, ajustados a las tendencias mundiales como la globalización.

2.2.2. Definición de Cooperativas

La cooperativa es una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y retiro voluntario, para la realización de actividades empresariales comunes, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones tanto económicas como sociales, con estructura y funcionamiento democrático, conforme a los principios formulados por la alianza cooperativa internacional. Además debe estar sujeta a su ente matriz regional o nacional que le permita tener una regulación general y le apoye en emprendimientos grandes como financiamientos externos o planes de exportación, pero principalmente le brinde asistencia técnica y capacitación en liderazgo cooperativo y temas de "formación cooperativa". (***Ley General de Sociedades Cooperativas 27/1999).***

Hurtado, H. (2007), indica que una cooperativa es la asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática basada en los valores de la autoayuda, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social.

La ***(LGSC, 1999)*** menciona que cada cooperativa según el rubro al que corresponda, debe estar conformada por socios afines a la actividad, que tienen un certificado de aportación al capital de trabajo, el cual incrementa el patrimonio de la institución y paulatinamente se constituirá en el capital social.

2.2.2.1. Historia del cooperativismo

A nivel mundial, existen tres grupos de cooperativas; el primer grupo donde están las cooperativas más desarrolladas, el país que se destaca por la

organización de cooperativas es Japón, inclusive emigrando a otros países como ocurre en colonias ubicadas en Bolivia. En Latinoamérica se destacan los países del sur: Argentina, Uruguay, Sur de Brasil y Chile. En éste último, el cooperativismo fue desarticulado durante la dictadura del ex presidente, Augusto Pinochet.

El segundo grupo esta conformado por: México, Costa Rica y Puerto Rico, cuyo cooperativismo consiguió ciertos niveles de crecimiento.

El tercer grupo está integrado por los países Andinos: Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador y Bolivia. En estos países, la historia del sistema cooperativo se remonta a la práctica de diferentes modalidades de asociación tradicional, especialmente en el ámbito rural y en actividades de carácter agropecuario, tal era el caso, por ejemplo de los **ayllus** de la cultura Inca que comprendió lo que ahora es Perú, Bolivia, Ecuador, parte de Chile y el norte argentino. De igual modo, en las culturas del norte de América como la azteca en México y las "**juntas"** en Costa Rica que aún están vigentes en muchos países de América Latina. Este sistema del cooperativismo, que desde sus inicios se identificaba por la autoayuda, solidaridad y cooperación entre sus integrantes, en las diferentes actividades fueron determinantes para iniciar lo que hoy se conoce como los principios del sistema cooperativo.

Luego de la gran depresión económica, de 1930 a 1960 iniciada en la bolsa de valores de Nueva York, específicamente a finales de 1929 se perciben las repercusiones que se materializaron en América Latina. Fue entonces, que surgió la raíz del cooperativismo bajo la orientación del gobierno norteamericano y las uniones de crédito, cooperativas estadounidenses promovidas por el Estado, patronos y organizaciones religiosas, cuando los gobiernos latinoamericanos se propusieron fomentar el cooperativismo e iniciarlo en la mayoría de los países.

Las cooperativas en Bolivia nacieron en 1930 y se han conformado como cooperativas de primer piso (constituidas por socios) y de tercer nivel por falta de tecnología y capacitación, tanto en sostenibilidad económica como en sostenibilidad sociocultural; además solo existían de consumo o de ahorro y crédito. De esta manera, varias cooperativas no pueden sobrevivir en el entorno actual a menos que lleguen a formar alianzas con otras instituciones para fortalecerse. Debido a la ausencia de estas condiciones, algunas cooperativas se han visto obligadas a modificar sus estatutos, para convertirse en sociedades de responsabilidad limitada o con fines de lucro. ***(LGSC 1999)***

La Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias es una institución que funciona desde 1956 y fue la primera en organizarse bajo los impulsos del Consejo Nacional de la Reforma Agraria y que hasta ahora resiste la intervención política. Logró la promulgación de la Ley General de Sociedades Cooperativas, según las instrucciones de la Alianza Internacional de Cooperativas. **(ACI, 1995)**

Es así que en nuestro país, en la década de los años 60, se fueron creando varias cooperativas de ahorro y crédito, todas bajo el abrigo de organizaciones religiosas, por lo que llevan nombres de santos. Poco a poco, los sacerdotes y religiosos, luego de transmitir sus conocimientos en cooperativismo y dejar las bases sólidas, fueron dejando el trabajo a cargo de los mismos socios **(ACI, 1995)**

2.2.2.2 Factores que determinaron la organización de cooperativas.

La corriente religiosa de la Iglesia Católica tuvo su importancia en el desarrollo del sistema cooperativo a partir de las encíclicas Rerum Novarum, Quadragesimo Anno y Populorum Progressio, que buscaron mecanismos cooperativos para solucionar los problemas que afectaban a grandes capas de la población, encontrando en el cooperativismo una posible solución. Esta

acción fue importante en los países de América Central y los de la Región Andina. (***www.geopolis.com,2010).***

A partir de los años de 1950 y 1960 se brindó a través del Programa Alianza para el Progreso, un fuerte impulso al cooperativismo como inductor de progreso económico y social permitiendo además, que los Estados instituyeran oficinas especiales para la promoción, desarrollo y registro de cooperativas, canalizando así muchos de sus recursos y prestaciones. Por tradición, las cooperativas de productores o trabajadores eran asociaciones que aportaban el capital inicial para poner en funcionamiento la cooperativa. Sin embargo, a menudo era una mera aportación nominal, es decir, que no se realizaba el desembolso y permitía a un miembro participar en la gestión y administración de la sociedad. (***ACI, 1995)***.

En estas cooperativas es frecuente que unos miembros aporten sólo capital, (socios capitalistas) y otros aporten trabajo, por lo que se plantea el dilema de si los primeros deben tener derecho al voto o no. Una visión alternativa defiende que sólo los socios trabajadores son miembros con pleno derecho. Según esta interpretación, la cooperativa pide prestado el capital necesario para desarrollar la actividad, pero sólo puede pagar intereses reducidos; el riesgo y el control de la cooperativa lo asumirían los socios trabajadores. Puesto que, en la práctica, el desembolso de capital no se llega a realizar porque las aportaciones en dinero son nominales, la distinción entre socio capitalista y socio trabajador se establece sólo en la teoría. Sin embargo puede tener importantes repercusiones, pues si se permite que haya socios capitalistas que no aporten trabajo, las cooperativas de trabajadores pueden tener socios externos con derecho de voto. Los defensores de los movimientos cooperativos están en contra de este tipo de socios, considerando que la situación ideal es aquella en la que el control (el derecho al voto) sigue el principio de un miembro, un voto, pero sólo para aquellos que aporten trabajo. (***ACI, 1995)***.

2.2.2.3. Principios cooperativos

El movimiento cooperativo moderno mundial se afianza en el pueblo de Rochdale condado de Lancashire, Inglaterra, cerca de Manchester.

La idea tubo su origen a fines del año 1843, cuando la industria textil se encontraba en su apogeo y proporcionaba una gran actividad en las más importantes manufacturas de Rochdale. Frente al desamparo de la clase trabajadora un grupo de 28 trabajadores recordaron las ideas de Robert Owen considerado el padre del cooperativismo, quienes trataron de controlar su destino económico formando una cooperativa.

Lejos de tratar de rehuir responsabilidades, el 24 de octubre de 1844 dieron constitución legal a su sociedad. La entidad fue registrada como la **Rochdale Equitable Pioneers Society** (la Sociedad Equitativa de Pioneros de Rochdale). Por su sencillez y como alternativa de solución para el establecimiento de una nueva forma de vida rápidamente ganó adeptos, además de que las conclusiones formuladas por ellos, revisadas y ampliadas, constituyen los fundamentos del cooperativismo. Estos principios aseguran que una cooperativa mantenga su espíritu democrático y se desenvuelve como negocio sólido y fuerte, es decir, debe ser una empresa de economía solidaria, estos principios han sido divulgados por las diferentes organizaciones como la Alianza Internacional de Cooperativas. **(ACI, 1995).**

Una de las conclusiones importantes de los obreros de Rochdale, fue: "El incentivo de lucro es el origen y la razón de ser de los intermediarios y debe sustituirse por una noción de servicio mutuo o cooperación entre los consumidores". La esencia que encierra esta conclusión es que la clase consumidora, permanente y universal, está siempre a merced de la acción de los intermediarios, cuyo móvil principal es el lucro; por lo tanto, la clase trabajadora tiene el derecho y el deber de defender su trabajo a través de la solidaridad. **(ACI, 1995).**

La Alianza Cooperativa Internacional ***- A.C.I.*** – en su Congreso realizado del 20 al 22 de septiembre de 1995 en Manchester (Inglaterra), denominado CENTENARIO, en homenaje a los 100 años de la formulación de los principios del sistema cooperativo por el fallecido cooperativista, Mauricio Colombain y la existencia de la institución, procedió a reformular los principios Cooperativos o pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores, que son:

- **Primer Principio**: Adhesión Voluntaria y Abierta.
  Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.

- **Segundo Principio**: Gestión Democrática por parte de los Socios.
  Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales tienen iguales derechos y obligaciones, participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar y gestionar las cooperativas son responsables ante los socios e instituciones con las que se mantienen relaciones financieras.

- **Tercer Principio**: Participación económica de los socios.
  Los socios contribuyen equitativamente al capital social de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Normalmente reciben una compensación (si la hay) limitada sobre el capital entregado como condición para ser socio. Los socios asignan los excedentes para la distribución equitativa o la implementación de estrategias para el desarrollo de su cooperativa o mejoramiento en los servicios a los socios.

- **Cuarto Principio**: Autonomía e Independencia.

  Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda, gestionadas por sus socios. Si firman acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si consiguen capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan su autonomía cooperativa.

- **Quinto Principio**: Educación, Formación e Información.

  Las cooperativas deben proporcionar educación y formación a los socios, representantes elegidos, directivos y empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas. Informan al público en general y especialmente a los jóvenes líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperativa.

- **Sexto Principio**: Cooperación entre Cooperativas.

  Las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen al movimiento cooperativo trabajando conjuntamente con organizaciones locales, nacionales, regionales e internacionales. De ser necesario, una cooperativa frente a una contingencia económica puede solicitar apoyo a otra similar o autorizar su absorción para no perjudicar a los socios pero en este caso perdiendo su personería jurídica.

- **Séptimo Principio**: Interés por la Comunidad.

  Al mismo tiempo que se concentran en las necesidades y los deseos de los socios, las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades, creando un impacto social.

2.2.2.4. Valores del cooperativismo

Las cooperativas están basadas en los valores éticos de sus fundadores, como la honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social.

Para poder establecer la caracterización de las cooperativas se debe establecer las diferencias que existen en comparación con las sociedades con capital privado y empresas del Estado. El cuadro siguiente muestra estas diferencias.

Cuadro Nº 1. Principales diferencias entre el sistema capitalista (capital privado), el público (dependiente del Estado) y el cooperativista.

Elementos	Capitalistas	Públicas	Cooperativista
Titulares	**Accionistas – socios**	**Público**	**Asociados**
Objetivo	Maximizar los beneficios en relación al capital aportado	Incrementar el bienestar de la sociedad	Brindar servicios y/o productos a sus asociados sin discriminación alguna
Control y dirección	En función del capital invertido	El Estado	En función de los Asociados (un hombre un voto)
Poder de decisión	A cargo de los propietarios y en relación al capital integrado.	A cargo de funcionarios designados por el estado	Se basa en el principio de igualdad, Todos los asociados poseen los mismos derechos y obligaciones.
Capital	Fijo, por lo tanto generalmente no puede disminuir del monto constituido	Mixto, de acuerdo a políticas públicas	Variable, de acuerdo a ingresos de los asociados; si un socio se retira se le reintegra el valor de las cuotas sociales integradas
Condiciones de ingreso	Restringida al capital	Restringida al Estado	Libre y voluntaria
Ganancia o excedentes	Se invierte y se reparte entre sus accionistas en proporción al capital invertido	Si existen utilidades se las capitalizan	Se capitaliza o se distribuye equitativamente entre los asociados en proporción a las operaciones o servicios prestados.
Equilibrio empresarial	Ingreso marginal es mayor al costo marginal	Ingreso promedio es igual al costo promedio	Ingreso marginal es igual al costo marginal

Fuente: www.gestiopolis 2010.com

2.2.2.5 Importancia de las cooperativas en el ámbito social y económico

En la Ley de Cooperativas promulgada el 7 de septiembre de 1966, se menciona la importancia que tienen las cooperativas en el ámbito social, pues son un instrumento positivo para el desarrollo económico y social de los pueblos. (***LGSC, 1999***)

El cooperativismo implica un conjunto de valores, principios; análisis histórico propio, además se fundamenta con el aporte de las ciencias y la tecnología. En otras palabras, tiene otra forma de entender al mundo, sus supuestos filosóficos y su doctrina orientadora. ***Hurtado H. (2007)***

Hurtado H. (2007). Una cooperativa para adquirir la legalización de su nombre, requiere establecer claramente la actividad a la que se va a dedicar ya que la LGSC ya no permite las cooperativas multiactivas o abiertas, es decir aquellas que se dedican a múltiples actividades no afines entre sí. Por eso los asociados deben estar inmersos en la actividad que desarrolla la cooperativa y tener domicilio legal circundante al radio de acción de la cooperativa.

El cooperativismo estipula que un socio con su certificado de aportación se hace acreedor a recibir beneficios económicos, en servicio, en especie o en acciones, de existir dividendos o réditos, pero si se registran pérdidas, éstas afectarán a todos los socios y serán absorbidas mediante medidas correctivas en la administración o restricción en gastos, de modo que se tengan resultados positivos al final de la gestión. En ambos casos, la participación es equitativa. (***LGSC, 1999***).

En la cumbre de Cooperativas sostenibles, los participantes reconocieron que la humanidad se encuentra en una encrucijada de crisis profunda y de múltiples dimensiones: económica, financiera, social, de valores y principios, cultural y ambiental. El uso indiscriminado e irracional de los recursos energéticos, la búsqueda del lucro a expensas de la naturaleza y de las personas, los

paradigmas en materia de producción y consumo, los abismos que separan a las naciones más desarrolladas de aquéllas que se encuentran en vías de desarrollo y postergadas, constituyen algunos de los signos más graves de la época histórica que atravesamos. La coyuntura actual representa una oportunidad para el sector cooperativo, para fortalecer su papel de generador de cohesión e inclusión social. **www.aciamericas.coop**

Por ello, manifestaron la autonomía de las cooperativas, con personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común a través de una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática cuyo papel es según la Alianza Cooperativa Internacional para las Américas, indiscutible en el escenario de cada país donde actúa coadyuvando a la creación de empleos, movilización de recursos, generación de inversiones, mitigando los efectos de las crisis, así como a la contribución a las economías locales, regionales, nacionales e internacionales promoviendo además la participación de la población en su desarrollo tanto económico como social por medio de la práctica de principios y valores cooperativos. Una sociedad equilibrada precisa la existencia de sectores públicos, privados y de un fuerte sector cooperativo, como uno de los pilares del desarrollo económico y social nacional e internacional. **www.aciamericas.coop**

2.2.2.6 Clasificación de las cooperativas según su radio de acción

Según la (L.G.S.C. 1999), se consideran legales las siguientes clases de sociedades cooperativas:

- ***Agrícolas, ganaderas y de colonización***; las que desarrollan la producción, industrialización y venta en común de artículos agropecuarios, agrícolas, herramientas necesarias para la actividad, o aprovechan tierras comunales para fines sociales.
- ***Industriales y mineras***; las dedicadas a la extracción, elaboración y venta de los productos de la tierra, del subsuelo y de las aguas. artesanías en general.

- ***De servicios***; vivienda, comunicaciones, sanidad, a regadío, servicios eléctricos, transportes.
- ***De ahorro y crédito***; cuyo objeto de proporcionar a sus socios recursos económicos a un interés blando, nunca superior al estipulado legalmente en el mercado bancario.
- ***De consumo***; las que se organizan con objeto de proveer a los socios o a las necesidades de trabajo de éstos, de todo género de artículos o productos de circulación lícita, con excepción de bebidas alcohólicas.
- ***De educación***, cuyo propósito es instruir en el conocimiento teórico y práctico del sistema cooperativo y de sus instituciones auxiliares a toda clase de personas, sin distinción de razas, credos, nacionalidades o posición social.

2.2.2.7 Las cooperativas agrarias

Las cooperativas agrarias, especialmente las que proveen servicios a los agricultores son la forma más común de organización rural de los productores. En muchos países son las organizaciones de la población rural con mayor nivel de penetración local que demuestran alta efectividad en la promoción del progreso socioeconómico de las comunidades y en la protección de intereses de los pequeños productores de la Región. Permiten a los pequeños agricultores estar integrados en economías de escala accediendo a los recursos financieros, a través de un órgano institucional de asociación. **(FAO, 2009)**

Permiten el intercambio creciente de bienes y servicios entre los sectores tradicionales y otros subsectores de la economía contribuyendo a que sus miembros se beneficien con la transferencia de tecnología. En su forma ideal las cooperativas se adaptan a numerosas actividades económicas y resultan especialmente idóneas para proporcionar servicios financieros a las comunidades rurales al operar a nivel de base, entre personas que se conocen bien, requisito fundamental para tener confianza. **(FAO, 2009)**

Factores importantes para el éxito de las cooperativas son, entre otros, el desarrollo institucional “de abajo hacia arriba”, la capacitación a todos los niveles, aunque cabe señalar que las mujeres constituyen una proporción muy pequeña del número total de miembros de las cooperativas agrarias. La confianza en la movilización de ahorros, la responsabilidad social y la auditoría **(FAO, 2009)**

En **Brasil** las cooperativas comercializan el 83% del trigo y el 68% de la leche producida en el país; en **Colombia** las cooperativas de pequeños agricultores comercializan el 35% de la leche fresca y el 6% de las exportaciones totales de café (32). En **Chile** la Confederación de Cooperativas Campesinas (CAMPOCOOP) unificó al movimiento cooperativo. En **Ecuador** de las 1750 cooperativas registradas más del 50% están en la Costa. **www.dgrv.com**

Las cooperativas agropecuarias en Bolivia, lograron su Personería Jurídica, producto de la revolución de 1952 mediante Resolución Suprema N° 69164 de 5 de diciembre de 1955, luego de que el Presidente Víctor Paz Estensoro, encargara a una misión alemana la redacción de la Ley de Cooperativas en 1953.

Entre 1960 y 1970, se incrementa el fomento a las Cooperativas Agrarias como iniciativas tendientes a impulsar programas de reforma agraria con base en cooperativas de producción, suministro de insumos y comercialización.

Durante esta época, se plantearon programas de reforma agraria que circunscribían la viva participación de cooperativas en la mayoría de los países latinoamericanos. Dichos programas fueron de tipo secundario. Es decir, no apuntaban a quebrar la estructura latifundio-minifundio imperante pues recaían sobre: tierras excedentes de los grandes latifundios con presencia de conflictos sociales.

2.2.2.8 La Federación de Caficultores de Bolivia FECAFEB

La Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia FECAFEB es una institución sólida, líder en la caficultura nacional, con una gestión empresarial con base social que representa y defiende los intereses de sus asociados, con equidad, promoviendo su desarrollo sostenible cuya misión es mejorar las condiciones de vida de las familias cafetaleras, facilitando su acceso al mercado nacional e internacional con un producto orgánico de alta calidad.

Es el organismo que agrupa a la mayoría de caficultores que realizan producción ecológica que por sus normas no permite el uso de agroquímicos o insumos agrícolas que no estén permitidos en países extranjeros.

FECAFEB fue creada un 15 de mayo de 1991 con 8 organizaciones, por una necesidad de unir a los caficultores, apoyar y defender sus intereses facilitándoles la comercialización de café. Con su trabajo y a través del tiempo ha logrado impulsar la imagen y calidad del café orgánico. La FECAFEB en sus 20 años ha logrado afiliar a 35 asociaciones de productores cafetaleros que están operando en 5 provincias del departamento de La Paz, 28 de las cuales producen café con calidad de exportación y las 7 restantes van mejorando los procesos productivos pero tienen mercado local. La cobertura aproximada es de 10000 familias beneficiarias por la producción de café.

Cuadro No 2. Asociaciones y cooperativas que componen FECAFEB

PROVINCIA	Cantidad de asociaciones y cooperativas
Caranavi	23
Sud Yungas	5
Nor Yungas	1
Larecaja	1
Inquisivi	1
Franz Tamayo	2

Fuente: SENAVEX FECAFEB 2010

Su principal objetivo es incidir en el consumo interno y fomentar la exportación de café orgánico boliviano que de acuerdo a datos, es la menor en Sudamérica.

FECAFEB brinda a sus asociados, capacitación en el MIP, fortalecimiento institucional, oportunidad de exportación, participación en el precio justo o FAIR TRADE y fortalecimiento económico a través de primas sociales que benefician a toda la comunidad por la producción orgánica con protección del medio ambiente y desarrollo social.

En el aspecto laboral establece las condiciones mínimas para que el trabajo sea digno y responsablemente remunerado.

En el desarrollo medioambiental, se realiza la evaluación del Impacto, Planeamiento y Monitoreo, no uso de agroquímicos, tratamiento de residuos, grado de contaminación de suelo y agua, control del fuego y no uso de organismos modificados genéticamente.

En la parte administrativa, elabora, verifica y controla el fiel cumplimiento de los contratos tanto por parte del mercado externo como de los productores asociados.

2.2.3. Definición de gobernabilidad

La gobernabilidad es una característica cooperativa que se establece como la capacidad que tienen las sociedades humanas para dotarse de sistemas de representación, instituciones, proceso y órganos sociales para administrarse a sí mismas mediante una acción voluntaria. En resumen se dice que la gobernabilidad examina las prácticas, reglas, procedimientos y comportamientos necesarios de adaptar para que el funcionamiento del sistema sea percibido como más legítimo. **Alsina. (2010).**

Una definición amplia de la gobernabilidad, es aquella que indica que; "Es un sistema de personas y procesos que mantienen a la organización encausada y por medio de la cual se toman decisiones de alta importancia". En términos generales, las funciones de la gobernabilidad son: defender la misión y las metas de la organización, guiarla en sus principales directrices estratégicas, mantenerla a largo plazo, además de mitigar cualquier tipo de riesgo, asegurando la responsabilidad corporativa en toda la directiva. (**Carvajal F, 2010)**

Hurtado, (2007). "La gobernabilidad es el ambiente que permite establecer los límites entre el ejercicio del poder y el control del mismo en el seno de una organización". Conjunto de métodos y procedimientos que adoptan las organizaciones económicas para asegurar que sus acciones y las de su directiva se dirijan a cumplir las tareas de los accionistas.

2.2.4 Gobierno corporativo

Es la práctica de la gobernabilidad dentro de una entidad corporativa a través de los órganos de gobierno de una cooperativa como son el Consejo de Vigilancia y el Consejo de Administración.

2.2.4.1 Indicadores del gobierno corporativo

Entre los principales indicadores de gobierno corporativo se puede mencionar:

- ***Liderazgo***: Según ***Hurtado. (2007)***. Influencia y desarrollo del ser humano, carisma, carácter y convicciones.

- ***Responsabilidad social***. **(DGRV, 2010).** La directiva en su conjunto, es responsable del desempeño de la institución frente a los socios, a la comunidad y frente a su ente matriz.

- ***Política Institucional***. **(DGRV, 2010).** Los órganos de gobierno necesarios para un buen diseño, integración y funcionamiento institucional son la conformación del Consejo de Administración y el Consejo de Vigilancia, ambos bajo la decisión de la asamblea general y practicando la democracia de las cooperativas**.**

  Corrobora (***Hurtado. (2007)*** señalando que una sociedad democrática, según los estudios de J. Rawls, es un sistema equitativo de cooperación, basado en el consenso, entre personas libres e iguales, de modo que cada participante puede aceptarlos razonablemente, siempre que todos los demás también los acepten. Los términos equitativos de la cooperación implican una idea de reciprocidad o de mutualidad; todos los que se han comprometido en la cooperación desempeñan su respectivo papel de acuerdo con las reglas y procedimientos admitidos, deben sacar ventajas de manera apropiada, avaluada mediante un criterio correcto de comparación. La idea de cooperación social exige que se tenga una idea de la ventaja racional de cada participante.

  La noción de cooperativa es inseparable de la noción de justicia. El sentido de la justicia es la capacidad de comprender, aplicar y respetar a los demás. Una sociedad democrática es una sociedad cuyos miembros son ciudadanos considerados personas libres e iguales; personas libres, pues están dotadas de aptitudes morales, razón y juicio; personas iguales, pues poseyendo estas capacidades, son miembros de pleno derecho de la sociedad. **(*www.geopolis.com 2010).***

- ***Política de gestión***. **(www.drgv.com 2010).** Cumpliendo con los principios cooperativos, la institución tiene la obligación de publicar los estados financieros auditados para el conocimiento de su masa societaria y de su ente matriz que debe regular su funcionamiento evitando desatinos, lo que da como resultado una gestión transparente.

- ***Política de inversión social***. **(www.dgrv.com 2010).** Es importante realizar una división del monto total del capital social donde un porcentaje se constituye en aporte obligatorio que permite el mantenimiento administrativo de la cooperativa y otro porcentaje va al aporte común que se traduce en obras comunales.

  La ***(ACI, 1995)***, menciona que la recursos humanos en la cooperativa constituyen la meta de la inversión social y tienen su importancia por lo que la capacitación permanente tiene gran incidencia en el avance tecnológico, operativo y económico de la cooperativa, debiendo estar al alcance de socios, dirigentes, técnicos y administrativos de modo que garantice un metódico desarrollo.

  La estructura institucional, los órganos de gobierno, los actos cooperativos, el rol societario, el de director, del trabajador, el régimen jurídico y otras actividades amerita un proceso de aprendizaje constante, ya que se dan renovaciones e incorporaciones anuales de directivos y socios que deben ser capacitados para ser positivos en la dirección de las cooperativas. ***(ACI, 1995)***,

  Todo esfuerzo educativo debe estar dirigido: primero a, orientar a todos los recursos disponibles; segundo a, asegurar la eficacia de las actividades en la cooperativa, difundir los principios e ideales del cooperativismo, que evidentemente precisa de una sólida formación cooperativa; y tercero a los socios de base con el propósito de mantener vivo en ellos el interés y el sentimiento de que la cooperativa no es una organización que está fuera de

ellos, sino que es “su propia siembra y su cosecha les pertenece”, de ellos depende la eficacia y la prosperidad. ***(ACI, 1995)***.

2.2.5 Definición de producción ecológica.

La producción ecológica es aquella que cumple una serie de especificaciones en las labores culturales que deben realizarse previa, durante y posterior a la cosecha de un producto, preservando el medio ambiente y sin el uso de sustancias agroquímicas **(AOPEB, 2008)**

2.2.5.1. Normas de calidad para la producción ecológica en Bolivia

En nuestro país, la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia, AOPEB, estableció algunas reglamentaciones generales para la producción que le dan al producto final ciertas características organolépticas que permiten al consumidor final identificar un producto cuya producción fue orgánica. ***(AOPEB, 2008)***

En el Cap. V, artículo 5.8, de estas normas establecidas por la AOPEB y referidas al cultivo del café, se menciona la producción y transformación del café, aspirando hacia una agricultura ecológica completa considerando parámetros como unidad de Producción, plantación de café ecológico que incluye las instalaciones destinadas a esta actividad, previamente seleccionados y habilitados con los requerimientos necesarios de agua, nutrientes y prácticas cotidianas de conservación de suelos, vale decir impidiendo la erosión hídrica, conservando las distancias reglamentarias y realizando las labores culturales correspondientes hasta la cosecha.

Posteriormente se procederá minuciosamente al despulpado, lavado, secado, trillado, envasado y etiquetado para la exportación.

2.2.5.2. Certificaciones necesarias para la exportación

Cuando se busca la certificación de un determinado producto para acceder a la exportación hacia mercados internacionales, la producción debe regirse a las

normas establecidas por la empresa certificadora exigiendo inclusive la renovación de este certificado en forma anual con un costo significativo para cualquier asociación. **(AOPEB, 2008)**

2.2.6 Definición del comercio Justo o Fair Trade

El **comercio justo** es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que incentivan una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores defendiendo los siguientes principios:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente.
- Libre iniciativa y trabajo, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales (de allí la frase del comercio justo: «Comercio, no ayuda»).
- Rechazo a la explotación infantil.
- Igualdad entre hombres y mujeres.
- Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
- Se valora la calidad y la producción sustentable.
- Se protege el medio ambiente
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.

.

Es favorable a la libertad de comercio en iguales condiciones es decir abolir las restricciones discriminatorias a productos provenientes de países en desarrollo, desde materia prima a manufacturas o tecnología. Así se evita la discriminación y el proteccionismo. Intenta también evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan por un producto los consumidores del primer mundo y el dinero que se les paga a sus productores en el tercer mundo, además de evitar la explotación de los trabajadores. Además, esto contribuye a compensar los efectos de la obsesión consumista por el precio más barato, sin otra consideración, y sus consecuencias:

- Progresivo deterioro de la calidad y durabilidad de los productos.
- Explotación de los productores
- El precio justo, es decir, que éste no contenga componentes influenciados por intervenciones o subsidios estatales que distorsionan el concepto de comercio justo. Las distorsiones y consecuentes quejas en el mercado derivadas de los subsidios son elevadas por las partes interesadas a la Organización Mundial del Comercio.

La filosofía del Comercio Justo es que la mejor ayuda de los países centrales a los países en vías de desarrollo es el establecimiento de relaciones comerciales éticas y respetuosas, con crecimiento sostenible de las naciones y de los individuos. El Comercio Justo es impulsado y practicado por millones de personas solidarias en diversas partes del mundo a través de las tiendas del tercer mundo, comprometidos en apoyar en la venta de productos como Café de Colombia, Ron de Cuba, Miel de Chiapas, Quinua de Perú y café y quinua de Bolivia. **(www.comerciojusto.org)**

2.2.6.1 Historia del Fair Trade

En 1964, comienza el sistema de Comercio Justo, FT, con la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Allí, algunos grupos plantearon suplantar la ayuda económica hacia los países pobres por un régimen de

apertura comercial de los mercados de alto poder adquisitivo. Solo unos pocos grupos de habitantes de los países desarrollados promovieron la creación de tiendas que comercializarían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando las barreras arancelarias de entrada. A partir de ese momento, se inició una cadena de tiendas "Solidarias", en Holanda y luego Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. **(www.comerciojusto.org)**

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 y la formación de una red de Tiendas Solidarias con comercialización estable. Las Tiendas Solidarias gozaron de éxito de ventas, donde las sucursales se transformaron en organizaciones autónomas importando productos en forma directa. **(www.comerciojusto.org)**

En 1973, entró en este sistema de comercio el primer producto alimentario importante: el café FT, producido por cooperativas guatemaltecas bajo la marca común "Indio Solidarity Coffee". El café FT constituye un hito importante, dando un gran impulso al crecimiento del sistema. **(www.comerciojusto.org)**

En 1980, las transacciones y su frecuencia permitieron que muchos productores encaren la mejora de la calidad y el diseño de productos, apoyados en una red que les permitía ingresar a los mercados más importantes. La lista de productos involucrados creció con la incorporación de mezclas de café, té, miel, azúcar, cacao, nueces. Las artesanías crecieron en cantidad y calidad, con técnicas de marketing. **(www.comerciojusto.org)**

En 2006 nacen los Sellos identificatorios para impulsar al sistema. La primera marca de calidad Comercio Justo fue en Holanda en 1988. A partir de ese ejemplo, surgieron varias iniciativas de "Etiquetado Justo". En 1997, varias de ellas se organizaron formando la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO - Organización Internacional de Etiquetado Justo). El miembro español de

la FLO es la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo. **(www.comerciojusto.org)**

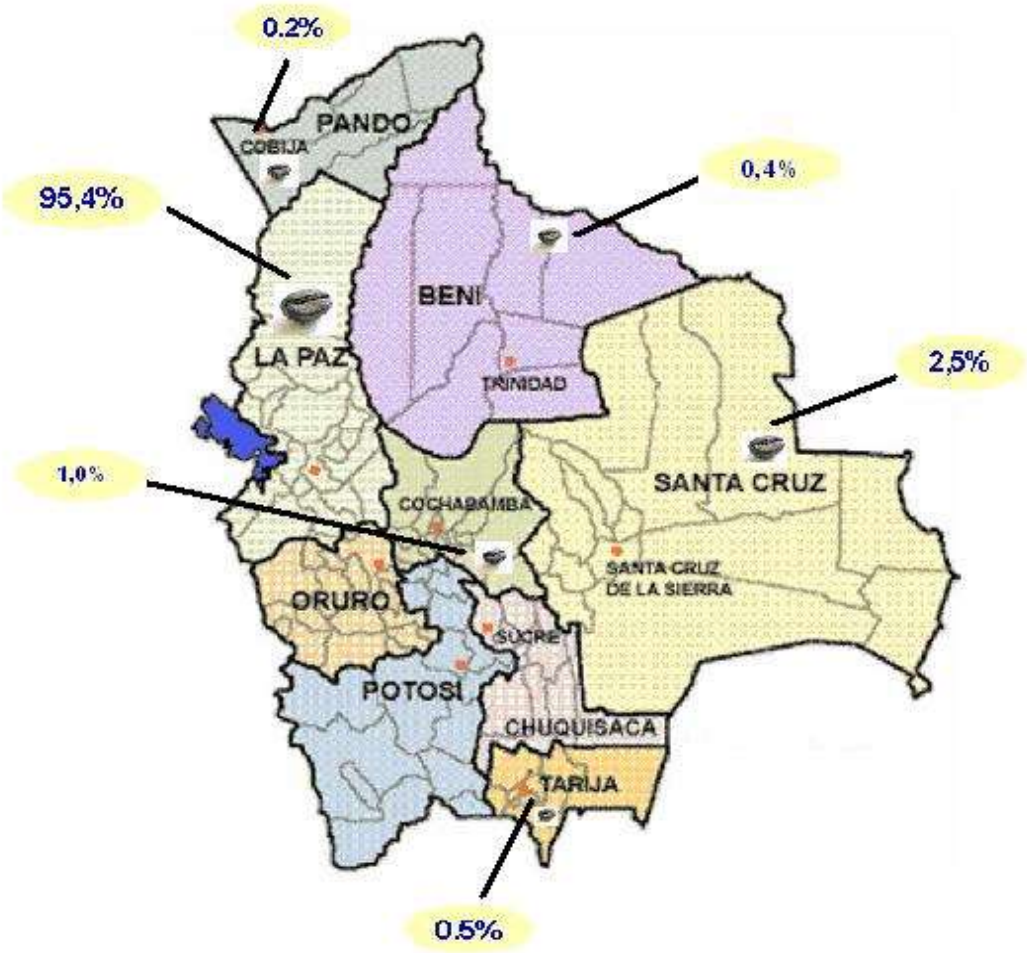
El Sello de Comercio Justo o Sello FAIRTRADE es el que impreso en un producto garantiza, que éste proviene de Comercio Justo y se ha producido y comercializado siguiendo los criterios internacionales de Comercio Justo establecidos por Fairtrade Labelling Organzitions (FLO) International. **(www.comerciojusto.org)**

2.2.7 La caficultura en Bolivia

Las principales regiones cafetaleras del país se encuentran en las provincias de Caranavi, Nor y Sud Yungas del departamento de La Paz, constituyendo el 95,4% de la producción a nivel nacional.

Esta actividad se realiza en el ámbito rural con un área cosechada de 23000 hectáreas y 22000 familias productoras de café. La producción anual llega a 74300 sacos de 60 kg con un rendimiento promedio de 725 kg/ha. El 85 % de las familias cuenta con una superficie de 0,5 a 2 ha de café y el 90 %, realiza labores culturales tradicionales, es decir de forma manual, el 9,5 % utiliza algunas máquinas o equipos que facilitan parcialmente las labores culturales y solo 0,5 % usa maquinaria, como; desbrozadoras a motor, cocos para la cosecha, que acortan el proceso productivo del café, reducen pérdidas e incrementan los rendimientos por hectárea.

Gráfico No 1. Zonas de producción cafetalera en Bolivia



Fuente: SENAVEX-FECAFEB 2010

2.2.7.1 Resumen histórico del café

Como todo en la naturaleza, los orígenes de la planta se remontan a tiempos de la Creación. El descubrimiento de sus propiedades y de su uso como bebida está contado en numerosas leyendas. Se dice que la planta es originaria de Etiopía, donde, un pastor abisinio llamado Kaldi se percató de que el vistoso fruto tenía efectos estimulantes en las ovejas que cuidaba. Pero, dicen los historiadores, fueron los árabes quienes probaron las delicias del café y le llamaron "qahwah", palabra árabe que significa "bebida que se obtiene de la

planta", y cuyo consumo se extendió por los cinco continentes. **www.interlatin.com**

La planta de café que llegó a los Yungas en 1780 junto a los africanos que huían de la esclavitud en Brasil, comenzó a explotarse en forma comercial a partir de 1950, pero sin técnicas ni el cuidado apropiado. A veces se le sacaba la pulpa esa misma noche o al día siguiente, aunque podía fermentarse poco o mucho antes del secado. A veces, ni alcanzaba este nivel, pues venían los compradores y partían con el café húmedo hacia La Paz, sin tener mucha consideración de los efectos que la altura podía ocasionar en el grano verde o crudo. **www.interlatin.com**

2.2.7.2. Beneficios del café

El café tiene una gran importancia social ya que es el primer producto que se comparte con propios y extraños. Se considera un gran estimulante cerebral con un bajo contenido de cafeína entre 0,9 y 1,5 % que brinda claridad intelectual y tranquilidad física. El café boliviano se caracteriza por tener cuerpo cremoso, buen sabor, acidez fina, buen resabio, aroma agradable y color claro. (***SENAVEX FECAFEB, 2010)***

La producción de café se convierte en una actividad rentable con excedentes para la exportación. A partir de 2001, la industria cafetalera reivindica el producto y se convierte en un café especial de altura destinado a selectos mercados del mundo. **www.interlatin.com.**

2.3. PROCESO DE PLANIFICACION

Considerando la importancia del cumplimiento de los objetivos planteados, se procedió a la utilización de encuestas, cuyos resultados posteriormente fueron tabulados, interpretados y analizados durante el trabajo de gabinete.

2.4 TÉCNICAS METODOLOGÍCAS

Entre los instrumentos a utilizar para recolectar la información, están las entrevistas a los informantes claves, la revisión, análisis e interpretación de datos publicados por entidades como FECAFEB, Informes anuales de la Cooperativa Alto Sajama y encuestas a los beneficiarios directos que son los socios productores de café.

Se clasificaron los datos para la obtención de indicadores dirigidos al cumplimiento de los objetivos específicos.

2.5 ACTORES Y SUS ROLES

- Directiva de la Cooperativa Alto Sajama
- Beneficiarios directos (socios productores)
- Comercializador FECAFEB
- Municipio de Caranavi

Entre los principales roles se puede mencionar a la directiva de la cooperativa que planifica su POA, pensando en brindar el asesoramiento y la cooperación a sus socios durante el proceso productivo, en el pre beneficiado, beneficiado, acopio del café verde oro de exportación y obtención de contratos con el comprador..

Los productores que siguen las normas establecidas por el agente de mercado las normas de producción ecológica y orgánica de la AOPEB, tratando de mantener rendimientos constantes o aún crecientes con capacitación en MIP y se comprometen a entregar su producción en lotes a lo largo de cada gestión agrícola. El agente de mercado que es FECAFEB encargada de la exportación del café, controla la calidad del producto a ser exportado, regula los términos del contrato de exportación y el cumplimiento estricto tanto en entregas como en cancelaciones. Finalmente el Municipio que precautela los intereses de la población en general y coordina actividades con todos, buscando el crecimiento regional.

III. SECCION METODOLOGICA

3.1 MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1 Localización y ubicación del área de estudio

La “Cooperativa Agropecuaria y Comercialización Alto Sajama Ltda”, está ubicada en la comunidad de Alto Sajama, cantón San Lorenzo, Provincia Caranavi del departamento de La Paz.

Geográficamente, se halla al Norte entre los 8254000N- 672500E, al Sur con 825300N- 672500E, Al Este con 8253000N- 674000E, y al Oeste con 8253000N- 670500E. (Ver el mapa correspondiente en Anexo 1).

Para llegar al lugar, desde Caranavi, se recorre aproximadamente 40 km en 1 hora y 20 minutos por el camino a Alto Beni. A los 12 km se toma el desvío de San Lorenzo. Se atraviesa los desvíos San Juanito, Los Andes, Alto Lima, Alianza de Alto Lima hasta Alto Sajama.

3.1.2 Características del lugar

El lugar de estudio se caracteriza por tener un clima cálido. Ubicado entre 800 y 1000 m.s.n.m. La temperatura media oscila entre 24 y 25°C.

3.1.3 Materiales

Para la elaboración del presente trabajo dirigido se recurrió a la utilización de recursos bibliográficos y no bibliográficos.

3.1.3.1 Material Bibliográfico

El material bibliográfico consultado en bibliotecas físicas y virtuales, se detalla en el capítulo VIII del presente trabajo.

3.1.3.2 Material no bibliográfico.

Para el cumplimiento de los objetivos establecidos y según la metodología de la planificación, el trabajo se realizó utilizando encuestas a los informantes claves. Con las autoridades de la cooperativa legalmente establecidas y los personeros de FECAFEB, se utilizó encuestas abiertas ya que debido a su experiencia en la producción y comercialización no se puede limitar la información que se llegue a obtener (Ver Anexo 2.). En cambio con los productores miembros de la cooperativa, los formularios de encuestas fueron cerradas ya que la información obtenida está establecida en valores concretos y específicos (Ver Anexo 3).

La información recopilada en las encuestas fue sobre la tenencia promedio de tierra cultivada con café, el costo de producción por hectárea, la conformación de la masa societaria por sexo y edad, la distribución y costos de comercialización de la producción obtenida, los gastos inherentes a la exportación, los ingresos obtenidos por la exportación del café, la rentabilidad de la actividad cafetalera y los beneficios de la pertenencia a la cooperativa.

De la misma manera se recurrió a datos estadísticos referidos a la exportación de café, principales países que forman parte del comercio justo, exportaciones por cooperativa cafetalera, datos de crecimiento de café, todos datos de SENAVEX FECAFEB.

3.1.3.3. Material de Gabinete

Con el objeto de realizar los cálculos respectivos para la obtención de resultados, se utilizó el siguiente material de escritorio:

* Calculadora

* Computadora con acceso a Internet e impresora

* Material de escritorio

3.2 METODOLOGÍA GENERAL

La investigación propuesta fue de tipo descriptiva ya que como menciona Hernandez (2003), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades, asociaciones o cualquier otro tema sujeto a análisis.

Dankee (1989) mencionado por Hernandez (2003), señala que a través de la investigación descriptiva, se miden, evalúan o recolectan datos o se obtiene información sobre diferentes aspectos investigados por el ser humano. Científicamente, describir es el proceso de recolección de datos cualitativos que permiten identificar un tema en cuestión.

La información secundaria es una búsqueda de información relevante y relativa al proyecto, que trata de establecer las características y sistemas generales de la población beneficiaria. Esta información se encuentra en los planes de desarrollo municipal, en entidades o instituciones que hayan trabajado en la zona y en información que disponga el propio oferente.

IV. SECCION DIAGNOSTICA

4.1 PLAN Y ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

El trabajo se elaboró en dos etapas. La primera donde se procedió a la recopilación de información secundaria, a las entrevistas con los actores de la cooperativa y en la segunda etapa, se sistematizó e interpretó la información obtenida, para la redacción del documento final.

4.1.1 Primera etapa. Recopilación de datos sobre el rendimiento de café.

Se comenzó a revisar bibliografía referida a la historia de las cooperativas a nivel mundial, latinoamericano, nacional y regional que dieron inicio al surgimiento de este tipo de instituciones.

Se revisó informes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), referidos al tema de la producción sostenible y los derechos básicos de los seres humanos para vivir con bienestar.

De la misma manera se recurrió a información de Entidades mundialmente reconocidas que se ocupan de la regulación y apoyo técnico a las instituciones cooperativas como son la Organización Alemana de Cooperativas (DGRV), Alianza Internacional de Cooperativas (ACI), Ministerio de Cooperativas e Informes de la Dirección Nacional de cooperativas.

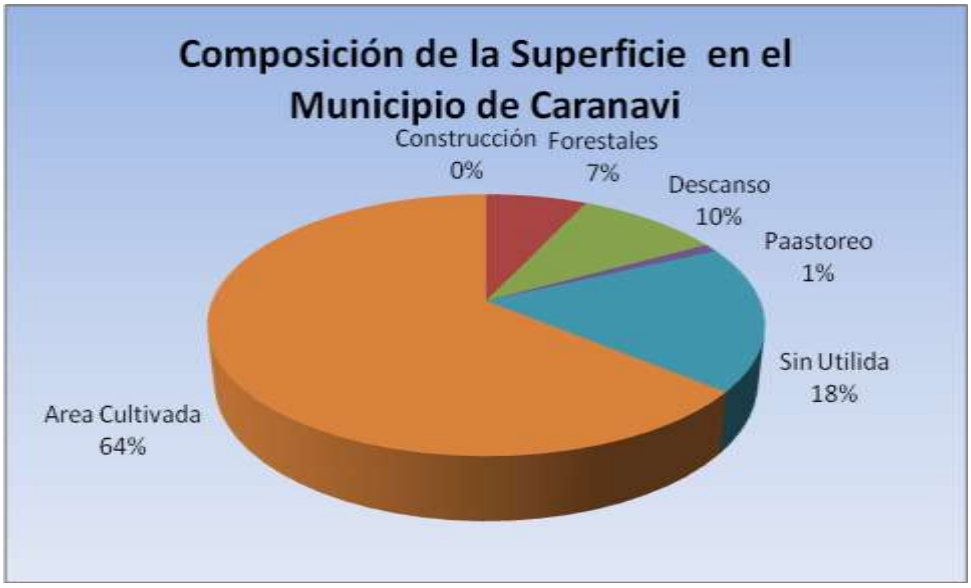
Lamentablemente, en estas dos últimas instancias, tanto en oficinas como en páginas web, no se cuenta con registros recientes, sino con datos de décadas pasadas.

En cuanto al Programa de Desarrollo Municipal (PDM) de Caranavi, que registra un enfoque global de la región, se pudo obtener la siguiente información:

4.1.1.1 Información sobre uso de suelo

A continuación se detalla la información sobre el uso de suelo a nivel del Municipio de Caranavi, lo que nos permite conocer la tierra disponible que se tiene para incrementar la producción en el área.

Gráfico No.2 Composición de la superficie a nivel del Municipio de Caranavi



Fuente: PDM Caranavi 2009

Como puede verse en el gráfico anterior, la superficie total corresponde a un área de 12274.90 ha que se dividen según el uso que se le da a nivel del Municipio al cual pertenece la Cooperativa Alto Sajama, donde viven 1128 familias, pertenecientes a 28 colonias.

A nivel del Municipio de Caranavi, la superficie cultivada a su vez está compuesta de la siguiente manera:

Grafico No.3 Uso de tierra en el Municipio de Caranavi.

Fuente: PDM Caranavi, 2009

El gráfico anterior muestra que el cultivo de café tiene predominancia entre los agricultores, ya que las condiciones de clima y altitud son favorables para su producción y califican al café como de altura, con taza de excelencia.

4.1.1.2 Información social

A través de las entrevistas a los socios de la cooperativa Alto Sajama, se pudo determinar la población beneficiaria, el origen étnico, y la distribución poblacional que es otro factor que determina que un socio se involucre en el funcionamiento de su institución y se constituya en parte del control social.

Tabla No 1. Distribución poblacional de los socios de la cooperativa Alto Sajama

Prom. miembros /flia.		0 A 10 AÑOS		11 – 28 AÑOS		29 A 60 AÑOS		MAYOR A 61 AÑOS		TOTAL	
TOTAL		H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
SUMA	179	26	18	34	36	32	27	4	2	96	83
Media	4,9	0,7	0,5	0,9	1,0	0,9	0,7	0,1	0,1	2,5	2,3
%	100	14	10	19	20	18	15	2	1	53	47

A nivel de los asociados, el 77,5 % son varones y el 22,5 % mujeres.

Fuente: elaboración propia.2010

4.1.1.3 Educación

Esta información obtenida nos permite identificar el nivel de estudio alcanzado por parte de los socios.

Tabla No 2. Nivel de Educación de los socios

Nivel de Educación	Varones	Mujeres	Total
Primaria	29	4	33
Secundaria	2	1	3
Bachilleres	0	4	4
Técnicos Superiores	0	0	0
Profesionales	0	0	0
Analfabetos	0	0	0
TOTALES	**31**	**9**	**40**

Fuente: elaboración propia.2010

4.1.2 Segunda fase. Cálculo del costo de producción de café verde oro y el costo final hasta la exportación

Para calcular el costo de producción por hectárea, se hace la diferenciación correspondiente entre las labores que se realizan una sola vez en más de 10 años, sirven para iniciar la producción y constituyen el capital de inversión. Otras labores culturales se realizan a lo largo de la producción en las diferentes etapas hasta llegar a la exportación.

Cuadro No 3 Costo Actual de producción/ha

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Labores culturales				
Refalle	jornal	2	50,0	100,0
Deshierbe	jornal	30	50,0	1.500,0
Aplicación abono orgánico	jornal	10	50,0	500,0
Cosecha y postcosecha				
Cosecha	jornal	20	50,0	1.000,0
Despulpado	jornal	5	50,0	250,0
Fermentado	jornal	1	50,0	50,0
Lavado	jornal	4	50,0	200,0
Secado	jornal	4	50,0	200,0
Embolsado	jornal	1	50,0	50,0
Traslado al lugar de acopio	jornal	2	50,0	100,0
Insumos				
Bolsas de acopio	bolsas	8	10,0	80,0
Gasolina	Bs/l	0	0,0	0,0
COSTO TOTAL	**Bs.**			**4.030,0**
COSTO TOTAL	**$us**			**569,2**
Costo de producción por socio				18497.7
Costo de producción por cooperativa				739908.-

CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Preparación del terreno				
Chaqueo sin quema c/15 años)	Bs/ha	1	1.000,0	66,7
Basureo	jornal	8	50,0	400,0
Plantación				
Almacigado	jornal	3	60,0	180,0
Plantines	Bs/unidad	80	0,4	32,0
Trasplante c/15 años	jornal	12	50,0	40,0
Insumos				
Gasolina	Bs/l	432	5,0	2.160,0
Semilla de café	Bs/unidad	0	0,0	0,0
COSTO TOTAL	**Bs.**			**2.878,7**
COSTO TOTAL	**$us**			**406,6**
Capital de trabajo por socio				11773,75
Capital de trabajo por cooperativa				470949,87

Fuente: Elaboración propia.2010

A continuación se multiplica el costo de producción por la superficie cultivada para determinar el costo total por socio.

A través de las encuestas, se pudo determinar la superficie total que tiene cada socio y la superficie que tiene cultivada con café.

Tabla No. 3 Tenencia de tierra por socio.

Superficie (Ha)	Cafetal en Producción	Cafetal en crecimiento	Incultivable Ha	Reserva Ha	Total Ha
MEDIA	4,59	0,87	0,58	2.58	8,61
SUMATORIA	183.6	34,85	23,20	103.2	344,50

Fuente: Elaboración propia.2010

Cuadro No 4 Tenencia de tierra por socio y rendimiento por hectárea

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD
Superficie de tierra disponible o en propiedad de la Cooperativa Alto Sajama	ha	321.30
Superficie de la cooperativa cultivada para la producción del café verde oro.	ha	183.6
Superficie de tierra disponible	ha./persona	8,04.
Superficie cultivada para la producción del café	ha./persona	4,59
Rendimiento de café trillado por Ha.	kg/ha	271.13
Producción total (no exportable)	kg/persona/año	1244.49
Producción anual de la cooperativa	kg	49779.47
Cantidad de café caracol y brocado (venta local)	kg/ha	56.94
Producción para la exportación	kg/persona	214.19
Precio promedio de exportación	Bs/kg	24
Ingreso por Ha*	Bs	5140.56
Total producto exportado	kg/persona /año	983.13
Ingreso total anual/socio	**Bs**	**23595.17**
Ingreso total anual/coop.	**Bs**	**943806.82**

Fuente: elaboración propia.2010

*De los 271.13 kg que se obtienen como rendimiento por ha de café trillado, el 79 % equivalente a **214,19 kg**, son café verde de exportación comercializados como producto final es decir, café verde oro de exportación. El restante 21 % está compuesto por los siguientes tipos de café:

Tabla No. 4 Distribución del café que no es apto para la exportación.

Concepto	%	Kg	Precio unit. (Bs)	Bs./Ha	Total Bs
Grano caracol	9	24.40	13	317.20	1455.95
Grano brocado	9	24.40	12	292.8	1343.95
Autoconsumo	2	5.42	0.00	0.00	
Merma	1	2.71	0.00	0.00	
TOTAL	**21**	**56.93**		**610**	**2799.90**

Fuente: elaboración propia.2010

Este dato nos permite obtener el ingreso obtenido por un socio, por el cultivo de café en una hectárea, considerando el precio local.

4.1.2.1 Importancia del mercado externo.

El Mercado debe ser evaluado en su capacidad de proporcionar al productor, la posición necesaria para comercializar los productos y/o servicios que procura. El mercado determina la capacidad de realización de los productos y/o servicios generados por el proyecto de promoción del desarrollo. Por ello se debe tomar particular cuidado analizando los componentes siguientes: ***(Barragán. 2010)***

1. ***La demanda potencial***: La demanda es la cantidad de productos y/o servicios que las personas de un determinado mercado pueden y están dispuestas a adquirir. La evaluación del tamaño de la demanda se realizará mediante la estimación de la demanda potencial.

2. ***Localización:*** La localización de la demanda determina el tamaño de la misma, En el caso de que la demanda que se espera tenga un comportamiento que trascienda la localidad o región, habrán de considerarse las llamadas “barreras de acceso” que los productos y los servicios tienen a los diferentes mercados y en este caso se da la exportación. Estas “barreras de acceso” están constituidas por las certificaciones necesarias, la existencia de impuestos específicos, las características de los sistemas de distribución, los patrones de acceso de los clientes a los productos o servicios.

   En el caso de que la demanda sea internacional, deben considerarse las capacidades y medios existentes para desarrollar esta actividad de exportación, el conocimiento de los mercados internacionales y a través de la exportación de bienes y servicios. Debe notarse que los productos que participan en el comercio internacional tienen barreras de acceso mucho más complejas que no solo corresponderán a certificaciones de tipo fitosanitario, por ejemplo, sino también a aspectos relacionados con volúmenes, cualidades, periodicidad, presentación y a barreras de costo como ser aranceles y cuotas adicionales.

3. ***La oferta***: es la capacidad de dar a conocer a diferentes mercados, la existencia de un producto o servicio que pueda interesarles, con características propias de comercialización, precio, volúmenes y formas de entrega.

4. ***El conocimiento*** de la oferta actual y el establecimiento de las ventajas competitivas que se desarrolla deben ser evaluados.

Es muy importante conocer del mercado ya que en muchos casos el productor lo desconoce por ello rápidamente puede encontrarse con dificultades y requiere de otras herramientas que le permitan comprender adecuadamente este aspecto.

El conocimiento del mercado significa la capacidad de percibir las características y el comportamiento de éste, tales como su estacionalidad, los límites y los efectos de su saturación.

4.1.2.2 Factores que afectan la calidad del café reduciendo su precio en el mercado

Para acceder a los mercados internacionales, el café de exportación producido por la cooperativa, debe cumplir los requisitos y especificaciones técnicas considerando normas internacionales de calidad.

De lo contrario, existen factores que influyen en la calidad del café y que ya no le permiten ser producto de exportación sino de venta local y son los siguientes:

Cuadro No. 5. Factores que Influyen en la Calidad del Café

Cosecha y Beneficio	Buena Calidad	Disminuye la calidad
Cosecha	Frutos maduros y pintones	Frutos verdes maduros y sobre maduros
Despulpado	El mismo día.	Lo almacenan varios días.
Fermentado	Entre 12 a 18 horas	Sobre fermentan por mas de 24 horas y juntan fermentos de varios días.
Lavado y Clasificado	Con aguas limpias, y utilizan canal de correteo	Mal lavado, dejando mucílago, sobre el grano. No clasifican el café.
Secado	Utilizan pisos de cemento o mantas gruesas, humedad de 12 a 14%	Secan en el piso o en mantas muy delgadas, humedad mayor a 20%
Almacenado	En lugares libres de olores fuertes	En lugares cerca de la cocina, en almacenes que tienen olores fuertes, con humedad mayor al 20%
Rendimiento	75 a 80 %	Menos del 75%

Fuente: Castañeda E, 2000

4.2 VARIABLES DE RESPUESTA

4.2.1 Variables de medición de la sostenibilidad financiera

- ***Exportación***: Conociendo las características del mercado y los volúmenes de exportación anual, se puede determinar el ingreso anual de la cooperativa.

- ***Crecimiento del capital social***: Multiplicando el costo del certificado de aportación anual de cada socio y multiplicado por el número de socios por año, se tiene el monto aproximado de este indicador económico.

- ***Calculo del costo total de producción*** para obtener la rentabilidad anual

4.2.2 Variables de medición de la sostenibilidad sociocultural

- Migración.
- Capacitación.

4.2.3 Variables de medición de la sostenibilidad técnico ambiental

- Cumplimiento de las normas de la AOPEB.
- Certificaciones obtenidas

4.2.4 Variables de medición del gobierno corporativo

Mediante un análisis FODA; se pudo establecer variables que midan la práctica del gobierno corporativo dentro la cooperativa.

- ***Democracia en la cooperativa***: Los directivos son elegidos en la asamblea de modo que todos sean electores y posibles electos. En el momento de las votaciones, se practica la norma de un socio, un voto y al momento de cumplir obligaciones o reclamar derechos, todos son iguales.

- ***Política de gestión***: Teniendo una gestión transparente, se pone a disposición de los socios, toda la información que pueda ser requerida en cualquier ámbito

V. SECCIÓN PROPOSITIVA

5.1. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA PROPOSITIVA

Se propone, considerar el cooperativismo como una alternativa real y capaz de integrar a un grupo de personas, con una estructura que propicie el desarrollo y expansión de sus potencialidades, en marcos socioeconómicos de carácter participativo y solidario, con justicia, libertad y transparencia tan necesarias para la transformación de las sociedades actuales en las que operan. (***PNUD, 1995)***

El paradigma del desarrollo humano tiene cuatro componentes fundamentales: ***a) productividad***: posibilitar que las personas aumenten su productividad y participen plenamente en el proceso productivo de generación de ingresos y en el empleo remunerado; ***b) equidad***, es necesario que todas las personas tengan acceso a la igualdad de oportunidades; ***c) sostenibilidad***: es menester asegurar el acceso a las oportunidades no sólo para las generaciones actuales, sino también para las futuras; ***d) potenciación***: el desarrollo debe ser efectuado por las personas y no sólo para ellas. (***PNUD, 1995)***.

La sostenibilidad social, medioambiental y económica es la principal lección que cabe extraer de la cooperativa Alto Sajama.

5.1.1. Sostenibilidad económica

Una institución para tener esta característica, debe ser costo eficiente en términos de una evaluación social o económica de su operación, es decir que los costos de su funcionamiento, sean adecuadamente cubiertos por las operaciones a una tasa de descuento que permita absorber los riesgos

inherentes a la actividad de la que se trata, sean éstos de origen ambiental, socio-político o técnico. ***Barragán. (2010).***

Entre los indicadores que miden la sostenibilidad económica están: las exportaciones, los ingresos per cápita, cálculo de los costos fijos, costos variables y cálculo de la utilidad luego de la operación ***Hurtado, H. (2007).***

En el siguiente cuadro, se resumen los gastos totales y los ingresos totales que tiene un productor cafetalero que es miembro de la cooperativa Alto Sajama.

BALANCE DE OPERACION

DATOS GENERALES	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Superficie cultivada	ha	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,59	4,59	4,59	4,59	4,59
Rendimiento Promedio p/Hectarea	kg	366,1	366,1	366,1	366,1	366,1	439,32	439,32	439,32	439,32	439,32
Producción actual	kg	1497,35	1497,35	1497,35	1497,35	1497,35	2016,48	2016,48	2016,48	2016,48	2016,48
Produccion destinada a la venta	kg	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91	1182,91
Cantidad caracol y brocado	kg	314,44	314,44	314,44	314,44	314,44	833,57	833,57	833,57	833,57	833,57
Precio de venta caracol	Bs/kg	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Ingresos marginales caracol y descarte	Bs	4088	4088	4088	4088	4088	10836	10836	10836	10836	10836
Precio de venta café verde oro	Bs/kg	18	18	18	18	18	21	21	21	21	21
Ingreso por venta café verde oro	**Bs**	**21292,30**	**21292,30**	**21292,30**	**21292,30**	**21292,30**	**24841,02**	**24841,02**	**24841,02**	**24841,02**	**24841,02**
Ingreso total por socio	Bs	25380,07	25380,07	25380,07	25380,07	25380,07	35677,47	35677,47	35677,47	35677,47	35677,47
Ingreso total por asociación	Bs	1015202,62	1015202,62	1015202,62	1015202,62	1015202,62	1427098,80	1427098,80	1427098,80	1427098,80	1427098,80
Costos totales	Bs	18991,7	18991,7	18991,7	18991,7	18991,7	27070,8	27070,8	27070,8	27070,8	27070,8
Costos de producción	**Bs**	**16.482,70**	**16.482,70**	**16.482,70**	**16.482,70**	**16.482,70**	**24.372,90**	**24.372,90**	**24.372,90**	**24.372,90**	**24.372,90**
Costos variables	Bs	16.482,70	16.482,70	16.482,70	16.482,70	16.482,70	24.372,90	24.372,90	24.372,90	24.372,90	24.372,90
Costos fijos	Bs	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costos de administración	**Bs**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**	**42,60**
Costos variables	Bs	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costos fijos	Bs	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60	42,60
Costos de acopio	**Bs**	**210,08**	**210,08**	**210,08**	**210,08**	**210,08**	**350,99**	**350,99**	**350,99**	**350,99**	**350,99**
Costos variables	Bs	210,08	210,08	210,08	210,08	210,08	350,99	350,99	350,99	350,99	350,99
Costos fijos	Bs	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costos comercialización	Bs	**2256,29**	**2256,29**	**2256,29**	**2256,29**	**2256,29**	**2304,29**	**2304,29**	**2304,29**	**2304,29**	**2304,29**
Costos variables	Bs	2256,29	2256,29	2256,29	2256,29	2256,29	2304,29	2304,29	2304,29	2304,29	2304,29
Costos fijos	Bs	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	**Bs**	**6388,40**	**6388,40**	**6388,40**	**6388,40**	**6388,40**	**8606,69**	**8606,69**	**8606,69**	**8606,69**	**8606,69**

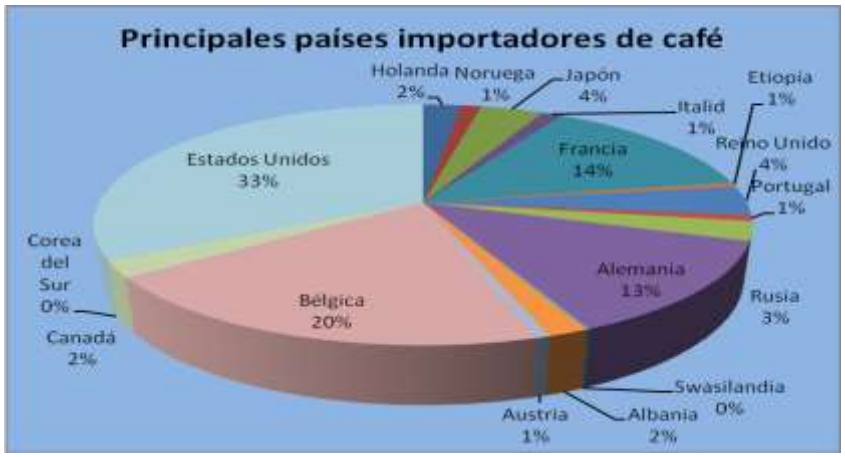
Los resultados obtenidos muestran que la actividad de la exportación de café verde oro realizada por la cooperativa, tienen un resultado positivo y económicamente favorable tanto para cada socio en particular como para la institución, con un amplio margen de ganancia respecto al productor individual cuya única oportunidad es la venta local.

De acuerdo a los datos obtenidos por SENAVEX FECAFEB, actualmente el kg de café verde oro se exporta a Bs 24/kg, lo que representa un 37.5 % más que en las ferias locales donde es comercializado a Bs 15/kg, esto debido a que se cumplen con todas las normas exigidas por el Fair Trade.

5.1.1.1 Características del mercado en el que se inserta la cooperativa

Los mercados fueron incrementándose paulatinamente gracias al trabajo tesonero del departamento de comercialización de la FECAFEB que logró conexiones por Internet, con empresas interesadas en comprar café con calidad de altura, a quienes luego de un primer contacto, se les envió pequeñas muestras del café para que procedan a la valoración y análisis organoléptico para ofrecer un precio por el producto que no esté fuera del establecido en la bolsa de New York.

Gráfico No 5. Principales países que constituyen nichos de mercado externo



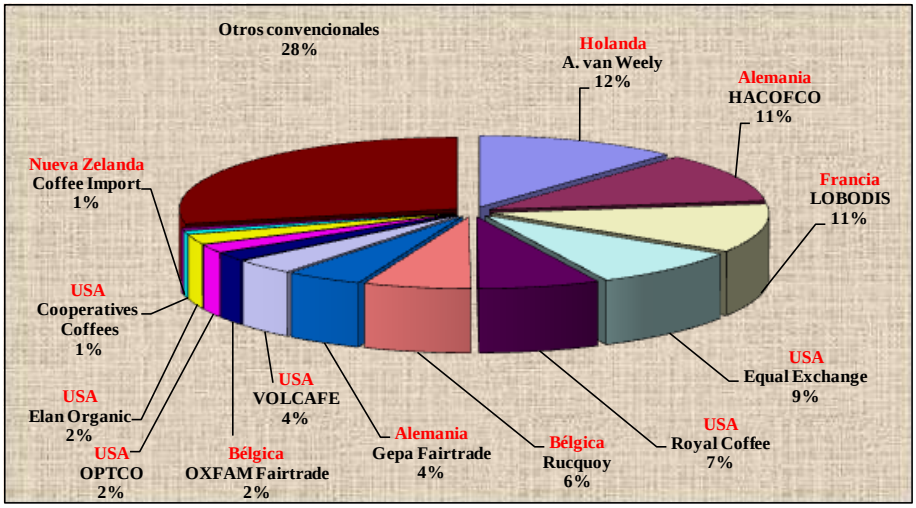
Fuente: SENAVEX – FECAFEB 2010

En la actualidad, existen diferentes mercados a los que se exporta y cada asociación o cooperativa tiene casi en forma exclusiva un comprador en el exterior del país.

Como puede verse, el principal comprador es Estados Unidos donde 10 de sus estados, participan a través del comercio Justo.

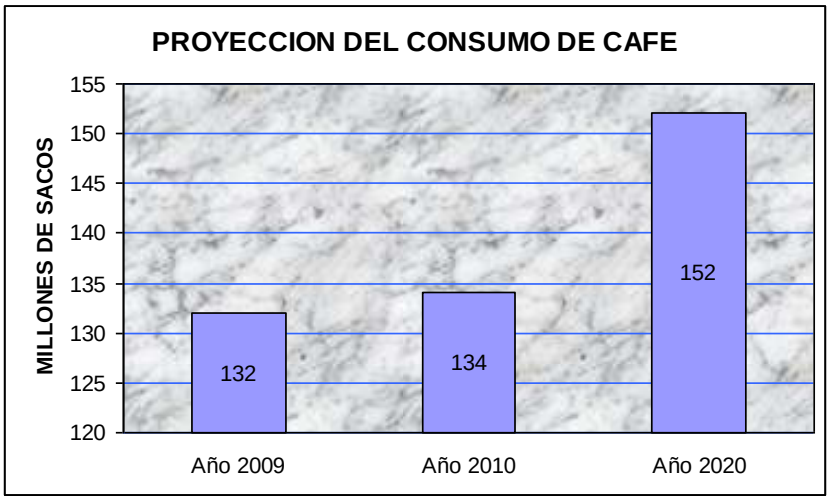
Entre los países miembros del Comercio Justo, tenemos:

Gráfico No 6. Países participantes del Comercio Justo



Fuente: SENAVEX – FECAFEB

Cuadro No 6. Proyección del Incremento del consumo mundial de café



Fuente: FECAFEB

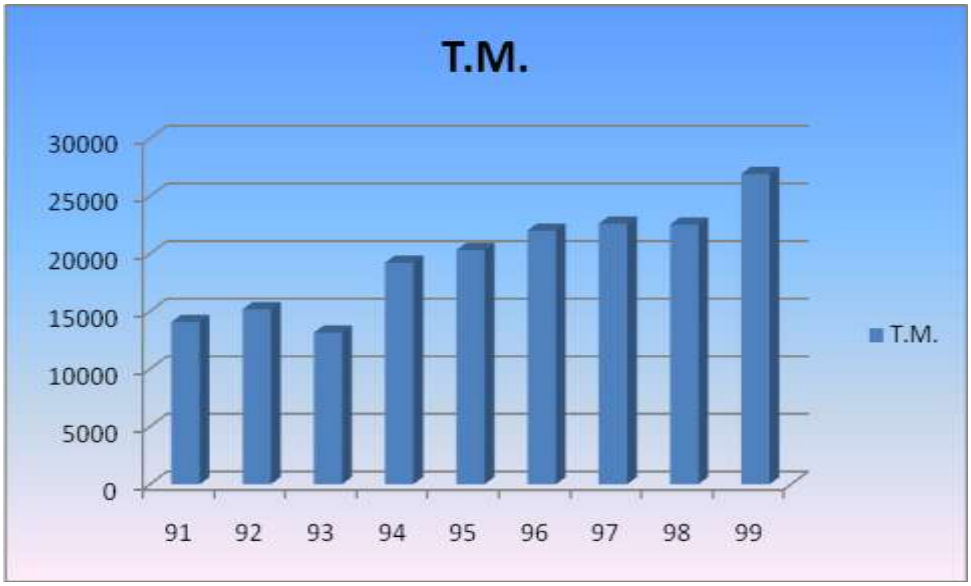
Actualmente se trabaja en el desarrollo de nuevos mercados en Asia, Europa del Este y países productores, estableciendo que el incremento de la demanda se da por:

- cafés diferenciados: finos y o sostenibles en lo ambiental, económico y social.
- café descafeinado y liofilizado

5.1.1.2 Exportación

Entre los datos estadísticos del INE, se registra la exportación de café de FECAFEB según el siguiente gráfico:

Gráfico No. 7 Exportación de café de FECAFEB

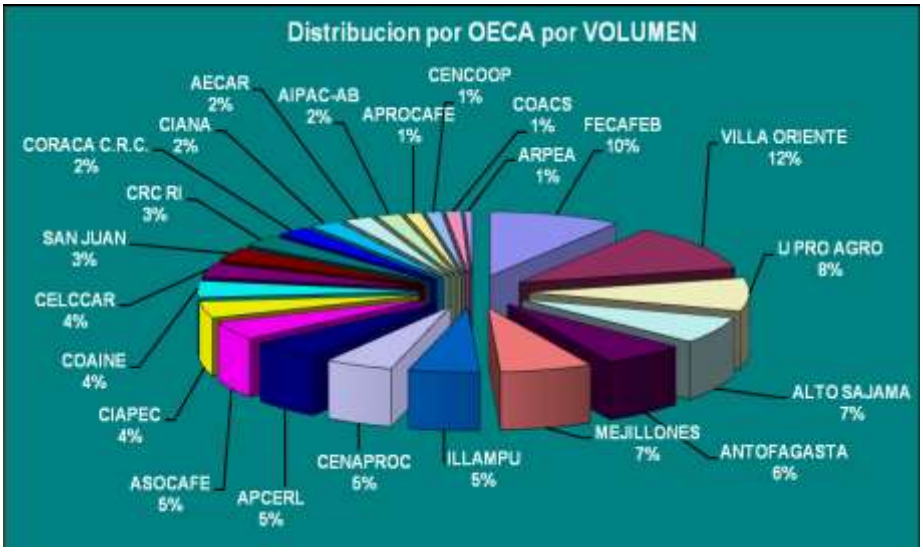


Fuente: INE 2010

En cuanto a los niveles de exportación de FECAFEB, vale la pena mencionar que existe un registro de volúmenes entregados por cada asociación o cooperativa para alcanzar las demandas del mercado exterior.

En ese sentido se tiene la siguiente participación porcentual

Gráfico No 8. Participación porcentual de la exportación de asociaciones y cooperativas.



Fuente: SENAVEX-FECAFEB

Hasta el año 2010, se tiene registrados 50 compradores con contratos establecidos mediante el comercio justo.

La evolución de las exportaciones en dólares es la siguiente

Gráfico No 8. Evolución de las exportaciones que realiza FECAFEB

Fuente: SENAVEX – FECAFEB

En cuanto a los precios se puede mencionar, que hasta 1991, en la bolsa de New York se pagaba $us 0,50/lb de café orgánico. Hoy este precio ha mejorado y está en $us 2,2/ lb. la cooperativa Alto Sajama vendió en el año 2003, 1 contenedor de café equivalente a 19600 kg a o,50 $/lb, es decir, $us 25000. Este volumen fue creciendo paulatinamente y para el 2009, se obtuvo 993484,8 $us por 9 contenedores. En la gestión 2010, solo se obtuvo 5 contenedores debido al efecto del Niño que presentó exceso de lluvias durante la cosecha y se perdió gran parte de la producción.

La empresa que compra su producto es EQUAL EXCHANGE, empresa canadiense cuyo director el Sr. Miguel Karperseng.

El café boliviano había perdido su fama, debido a la actividad de las empresas privadas, por lo que "El primer paso era lavar el nombre del café boliviano en el ámbito internacional". Lo que hizo la cooperativa después de haber establecido técnicas de cultivo de la planta fue el acopio del grano y su tratamiento post cosecha hasta el empaque para su posterior venta.

Se dio a conocer las características, señalando que las plantas de café tipo Arábica, con variedades como la Criolla, Caturra y Catuai, se cultivan orgánicamente, sin uso de químicos, en terrenos que están entre los 800 y 1.800 metros sobre el nivel del mar. La temperatura promedio es de 15 a 26 grados y gran parte se halla bajo riego y a la sombra. Estas características de cultivo debieran tener como resultado un grano excepcional.

Con esta labor de divulgación, desde el año 2001, el café boliviano pudo ingresar al grupo de taza de excelencia, participando anualmente de los concursos de calidad.

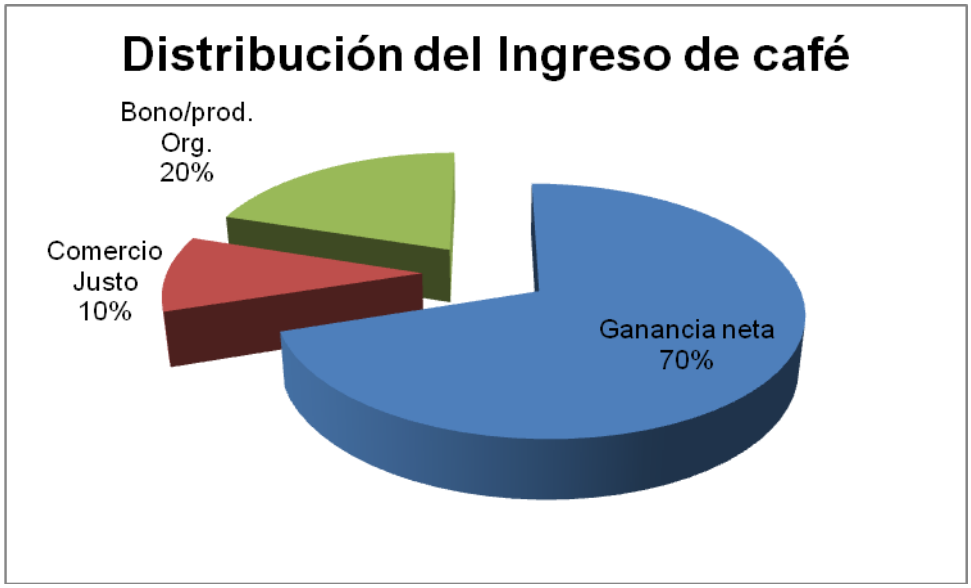
Parte de la exportación de café orgánico se destina al mercado denominado solidario o Fair Trade. Éste favorece la producción de cooperativas o asociaciones de productores de bajos ingresos, los que deben cumplir las exigencias de registro en organismos internacionales, mantiene precios

favorables, pues el objetivo es que los productores mejoren su nivel de vida y tengan buen acceso a la educación y la salud.

Las mejores perspectivas están en el selecto mercado de café especial, donde el grano boliviano tiene buen futuro. No en vano, el país ha sido aceptado en La Taza de la Excelencia, con importantes ventajas y perspectivas dentro del mercado internacional cafetero.

Los dos concursos del producto, el 2002 y el 2003 en Coroico, permitieron que catadores internacionales seleccionen, aplicando normas de calidad, los mejores granos de oro del país. En las dos versiones de cata del café participaron expertos de renombrados organismos de Estados Unidos, Japón, Alemania y Holanda, que al dar su visto bueno determinaron un incremento automático de los precios.
Una vez obtenido el ingreso total por la producción, el monto se enmarca en la siguiente distribución.

Gráfico No. 9. Distribución de los ingresos del café



Fuente: Elaboración propia, 2010

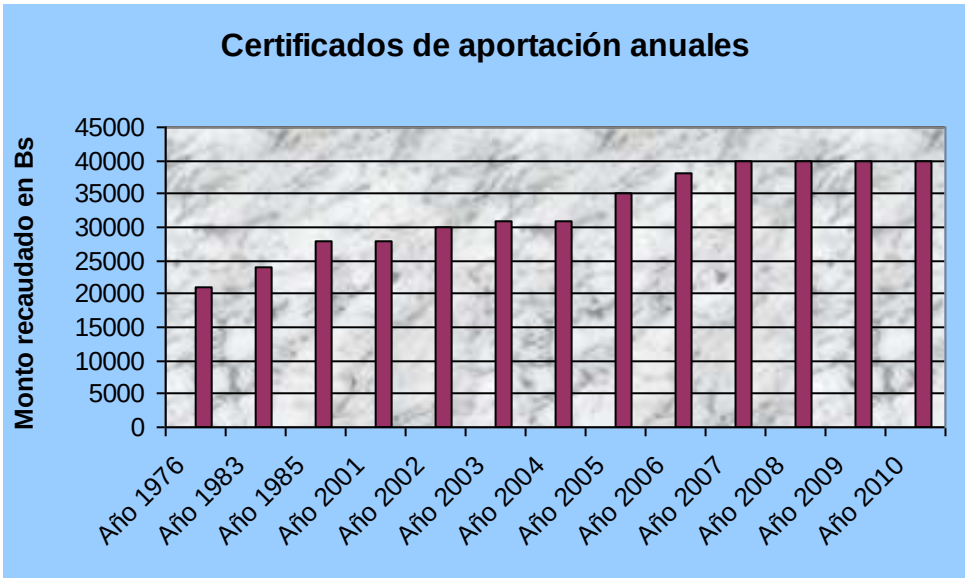
La sostenibilidad económica, se refleja en la evolución de sus ingresos, la rentabilidad de la actividad y el incremento del capital social de la cooperativa. El monto correspondiente al Fair Trade queda en las arcas de la cooperativa para la libre disponibilidad del socio, que puede ahorrar para crear un capital propio que le permita realizar alguna inversión importante, de forma inmediata o accediendo a un crédito interno, cuya garantía real es la producción de su superficie cultivada y con intereses blandos. .

En cuanto al bono por producción orgánica, este monto se mantiene como aporte común para el fortalecimiento de la cooperativa.

5.1.1.3 Incremento del capital social

Anualmente cada socio está obligado a comprar un nuevo certificado de aportación cuyo valor es de Bs 1000 (Un mil oo/100 bolivianos).

Gráfico No. 10 Evolución del capital social



Fuente: elaboración propia.2010

Es bueno resaltar la estrategia que tienen los socios de esta cooperativa de no recoger la totalidad de sus bonos por producción orgánica para libre disposición

sino incrementar el ahorro común a fin de lograr obras de mayor envergadura que no beneficien solo a un asociado sino a todos.

5.1.2. Sostenibilidad sociocultural

La sostenibilidad sociocultural busca que los productores o personas que realizan determinada actividad encuentren atractivo su trabajo y que este no afecte las costumbres y tradiciones de la región, por lo que les incentiva a permanecer en su lugar de origen con mejoras paulatinas en su calidad de vida con acceso a un mayor número de servicios tendiendo a perpetuarse de una generación a otra. ***Barragán.***

La sostenibilidad social se mide en base a dos indicadores que son:

- ***Migración***. Se tiene un índice nulo de migración, lo que significa que la actividad cafetalera es atractiva económicamente y estimula a los jóvenes a permanecer en el lugar, con el firme propósito de continuar con la producción de café orgánico.
- ***Capacitación***. A través de la FECAFEB, los socios de la cooperativa reciben capacitación en temas importantes para su actividad como es el MIP, cálculo de costos, contabilidad básica, liderazgo, formación cooperativa.

La sostenibilidad social, está basada en la capacidad de mantener e incrementar el número de socios caficultores comprometidos con la producción ecológica.

5.1.3 Sostenibilidad técnico ambiental.

El sistema de producción implementado debe estar acorde a la tendencia mundial de protección del medio ambiente, de modo que no se registren deterioros en los elementos componentes del ecosistema y aún con la implementación de maquinaria y equipos, solo se busque mejorar la eficiencia,

incrementar la tecnificación y los rendimientos sin que a largo plazo se registren daños irreversibles. ***Barragán. (2010)***

La sostenibilidad medioambiental, está dada por la iniciativa de potenciar los recursos naturales de la zona y contribuir a su desarrollo. La cooperativa cumple las normas de la AOPEB para obtener producción ecológica de café y realiza inspecciones sorpresivas a los cultivos de sus asociados para verificar este hecho. Paralelamente, tiene entre sus logros, las siguientes certificaciones:

En realidad existen dos certificaciones, una que se refiere al precio justo y otra referida a la producción orgánica. La primera exige que la producción tenga tres componentes de desarrollo, uno socioeconómico donde los productores y la comunidad, mejoran su calidad de vida; el segundo, el desarrollo medioambiental donde la actividad cafetalera se realiza protegiendo el medio ambiente y el tercer componente es practicando una gestión empresarial transparente acompañada de la formación de líderes, manejo administrativo sostenible y empresarial. (***SENAVEX- FECAFEB, 2010)***

La segunda certificación se refiere a la obtención de una regalía de incentivo por producir de forma orgánica, es decir sin el uso de agroquímicos, ni siquiera los permitidos en otros países y cumpliendo estrictamente los estándares de producción ecológica general cuyos requerimientos son exigidos por los países a quienes se exporta el producto. (***SENAVEX- FECAFEB, 2010).***

El programa de Taza de Excelencia es una de las estrategias para la promoción y comercialización de Cafés Especiales en Bolivia, tiene como principal logro el posicionamiento internacional del café boliviano lo cual permite un incremento en los ingresos de los productores, proporcionando un valor agregado al café boliviano. (***SENAVEX- FECAFEB, 2010).***

La oferta de cafés especiales va a un ritmo de crecimiento promedio de 132,79 % desde el año 2004 hasta el 2009, gracias a una asistencia técnica dirigida a

productores organizados aprovechando las características agroecológicas de las zonas productores de café en Bolivia. **(*SENAVEX- FECAFEB, 2010).***

La FECAFEB ha implementado desde junio del 2006, un servicio de laboratorio de control de calidad organoléptica y físico del café, con el fin de mejorar la imagen y calidad del café boliviano en los mercados externos. Este servicio permite que las asociaciones de productores mantengan o mejoren las características del café para facilitar el acceso al mercado externo, luego de pasar la prueba de TASA DE EXELENCIA realizada por expertos catadores de café. ***(SENAVEX FECAFEB, 2010)***

En Bolivia se cuenta con dos instituciones que realizan la certificación de productos obtenidos de forma orgánica, con validación internacional entre los que se menciona el café. Estas instituciones son IMO y BIO LATINA. En el caso específico de la Cooperativa Alto Sajama, la empresa IMO es quién les da la respectiva certificación.

5.1.4 Sostenibilidad gobierno institucional

Las finanzas alternativas hacen referencia al conjunto de organizaciones e iniciativas financieras cuya finalidad no es sólo la maximización del beneficio, sino que pretenden alcanzar objetivos sociales a partir de su actividad de asociación

El aporte de los socios proveniente de la producción orgánica que es según estatutos, un aporte anual obligatorio, les permitió la construcción de un ambiente que es su sede social, con energía eléctrica a motor.

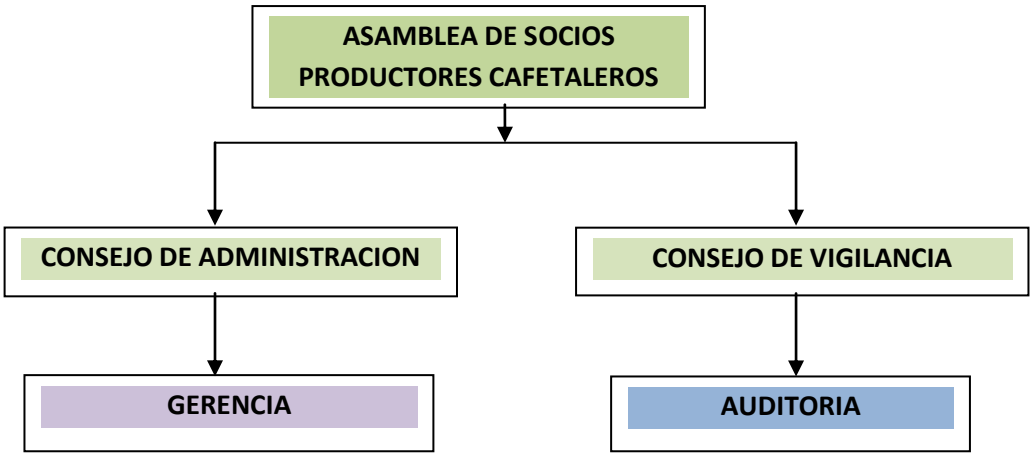
5.2 GOBIERNO CORPORATIVO

5.2.1 Política institucional

Dentro de una cooperativa es indispensable la conformación de una directiva constituida por dos brazos importantes conocidos como los órganos de gobierno que son el Consejo de Administración y el Consejo de Vigilancia. El

primero tiene la función de planificar, administrar y ejecutar programas y proyectos tendientes al desarrollo integral de la institución junto a su masa societaria, siguiendo un plan operativo anual y respetando el marco de los Estatutos. Por su parte, el Consejo de vigilancia se encarga de precautelar y supervisar que las decisiones tomadas por el Consejo de Administración, sean legales, transparentes, acertadas y oportunas, de modo que en un marco de gobierno corporativo donde se comparten las responsabilidades pero también los riesgos, exista una gestión empresarial provechosa y sostenible.

Figura No. 1 Organigrama de la Cooperativa Alto Sajama



5.2.2 Política de gestión

Se debe mencionar que los socios conocen el origen de su cooperativa conservando estos datos históricos como base fundamental para su crecimiento.

Los socios con buena trayectoria de producción y ventas, son sujetos de créditos blandos al interior de su propia cooperativa.

Los socios que sin razón bien fundamentada y comprobada no cumplan con los volúmenes comprometidos para la exportación, son pasibles a sanciones de tipo económico.

5.2.3 Democracia en la cooperativa

La adhesión de los caficultores es voluntaria, previo pago de Bs. 1000 que se constituye en certificado de aportación y les da el derecho de socios. Sin embargo, los socios deben trabajar en la zona aledaña a la cooperativa y se comprometen a entregar en forma oportuna y responsable el volumen comprometido según su superficie familiar, siguiendo estrictamente las obligaciones de la producción ecológica y siendo sujetos a verificaciones sorpresivas.

5.2.4 Responsabilidad social.

La cooperativa Agropecuaria y comercialización “Alto Sajama” Ltda, tiene como domicilio legal, la Comunidad de Alto Sajama, Cantón San Lorenzo, Provincia Caranavi, del departamento de La Paz. Cuenta con Resolución Administrativa emitida por la Dirección General de Cooperativas y personería jurídica ratificada por la misma entidad. Además tiene estatutos que norman el funcionamiento de la institución y el comportamiento de cada socio frente a la institución.

Nació el 4 de enero de 1976 con el nombre de Cooperativa Agropecuaria “Alto Sajama” Ltda, con un total de 21 socios que firman en el acta de constitución, habiendo reunido un monto de Bs 2100 que fue a fortalecer el capital social inicial de la institución. Su objetivo principal fue reunir a los caficultores de esta comunidad y acopiar la producción para facilitar la venta. Pese a su esfuerzo, los réditos eran mínimos porque las empresas privadas eran quienes obtenían mayores beneficios. Por otra parte, su razón social no les permitía acceder a la comercialización y la calidad que aún no era orgánica, tampoco les daba acceso a la exportación. Con el pasar de los años, ingresaron nuevos socios, otros abandonaron su condición por vejez, fallecimiento o voluntad propia y otros transfirieron sus acciones a hijos, esposa o familiares cercanos.

En la actualidad cuenta con 40 socios activos y se constituye en una cooperativa de primer piso. La totalidad de los socios son productores de café y

entregan FECAFEB 156800 kg /año de café verde oro de exportación (8 contenedores) a un precio de Bs 24/kg. La cooperativa cuenta con una extensión de 344,40 has. La tenencia de tierra de un productor, es en promedio 8,04 has, de las cuales solo 4,59 ha están cultivadas.

Es en el año 1991 que con asesoramiento legal, cambian su nombre a Cooperativa Agropecuaria y Comercialización Alto Sajama, de modo que les permita abrir sus horizontes de crecimiento económico. No se registra resquebrajamiento institucional, más al contrario, un importante paso al crecimiento económico. Este cambio de nombre está debidamente registrado y autorizado por las autoridades pertinentes de Cooperativismo. Su antigüedad es de 35 años.

VI. SECCION CONCLUSIVA

- La Cooperativa Alto Sajama, es sostenible económicamente, fundamentalmente debido a la dedicación que le presta a la tarea de producir y exportar café verde oro a mercados serios, solventes y miembros del comercio justo.
- La cooperativa Alto Sajama fortalece anualmente su capital social a través de las bonificaciones del Fair Trade o comercio justo y la adquisición anual de un certificado de aportación, lo que favorece a su sostenibilidad económica
- La cooperativa Alto Sajama, difiere de otras organizaciones similares en la práctica de los diferentes componentes del gobierno corporativo donde todo el directorio es responsable de su crecimiento en el tiempo.
- La sostenibilidad de la Cooperativa Alto Sajama se debe al fortalecimiento en los pilares socio cultural, económico, técnico ambiental e institucional.

VII. RECOMENDACIONES

Luego de concluido el trabajo, se realiza las siguientes recomendaciones:

- Realizar talleres con las asociaciones de caficultores y pequeños productores, que permitan establecer claramente la diferencia de producir como empresa unipersonal y como cooperativa, mediante comparación en costos, ventajas y alternativas de crecimiento económico.

- Recurrir a entidades internacionales como la Organización Mundial de Cooperativas para que brinde cooperación técnica en temas de actualización cooperativa.

- Siendo el café orgánico un producto requerido por el mercado mundial y con demanda creciente, es importante incrementar su producción a nivel de cooperativas para asegurar los volúmenes de exportación con mejores precios y calidad orgánica.

- Revisar otras experiencias de cooperativas que fueron constituidas bajo las normativas japonesas, que tienen un crecimiento importante tanto a nivel económico como social y medioambiental.

- A nivel de la sociedad en general, brindar la información pertinente sobre los beneficios del café de modo que el consumo interno incremente sustituyendo la importación que se realiza de cafés instantáneos extranjeros.

- Replicar las prácticas de sostenibilidad de la Cooperativa Alto Sajama en cooperativas cafetaleras y en otras con rubros diferentes de producción.

- A la Cooperativa Alto Sajama, acopiar también los volúmenes de café caracol y venderla en la ciudad a través de un departamento de comercialización.

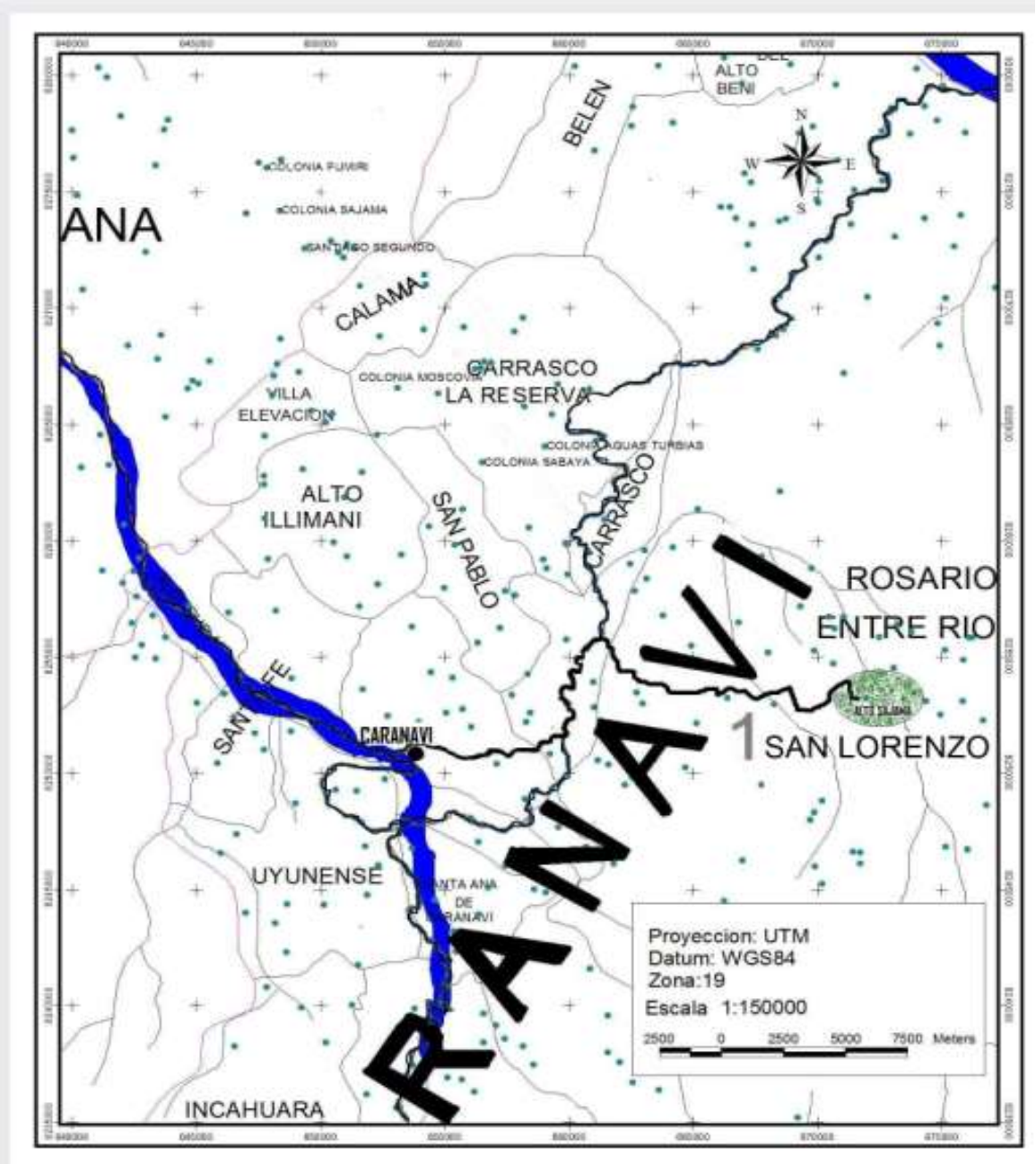
VIII. BIBLIOGRAFÍA

- ACI. Alianza Cooperativa Internacional, 1995. “Memorias del XXIII Congreso de Cooperativas” Viena. Editorial DGRV. Alemania. 80 p.
- ACI. Alianza de Cooperativas Internacional. Memorias 2009. DGRV. Alemania.
- Alsina Oriol.
  Catedrático de Socio economía solidaria. UNESCO. 2010
- AOPEB, 2008. Normas de Producción ecológica a nivel nacional
- Barragán, V, 2010; La sostenibilidad. ACDI/VOCA La Paz, Bolivia. 70 p.
- FECAFEB, 2010. Informe Anual de su Servicio Nacional de Ventas y Exportaciones.24 pgs.
- FAO, 2010. Depósito de documentos. Participación campesina para una agricultura sostenible en países de América Latina.Departamento económico y social. ONU.
- Gaceta Oficial de Bolivia. 1997. Ley General de Sociedades Cooperativas.
- Hurtado, Hoggier.; 2007.Principios filosóficos de la Cooperativa. DGRV. Alemania, 120 p.
- IBIS Consultores S.R.L.2002. Plan de Desarrollo Municipal. Proyecto de Inversión Rural Participativa (PDCR II). H.A.M. Caranavi.
- Lazzarini, Boris.
  Càtedra UNESCO de Sostenibilitat. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Michelutti Enrico. Catedrático de Sostenibilidad. UNESCO. Universidad Politécnica de Catalunya. 2010
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 1996. Informe sobre Desarrollo Humano. IICA.
- PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Informe 2010. Desarrollo Humano. IICA.

- SENAVEX-FECAFEB. 2010. Boletín Informativo. Primera Feria Nacional del Café. La Paz, 2010
- www.drgv.com. 2010. Carvajal Franz. Experto. DGRV Bolivia, 2010. Gobierno Corporativo caso boliviano.
- www.gestiopolis.com 2010. The Seven Rochdale Principles of 1844. Los siete principios de las sociedades cooperativas de 1844. Inglaterra. 109 p.
- www.Interlatin.com 2010. Artículo de MAPA sobre “El café de Yungas se cotiza en la bolsa de New York”.
- www.fairtrade.org. 2010 Organización del Comercio Justo en el mundo entero.
- www.wfto.org,2010 World Fair Trade Organization. Which are the members. Global and regional networks, why join?, voice or WFTO.

ANEXOS

Anexo 1.



Fuente: PDM CARANAVI. 2010

Anexo 2. ENCUESTA A LOS MIEMBROS DE
LA DIRECTIVA DE LA COOPERATIVA
ALTO SAJAMA LTDA.

Nombre de la Cooperativa	Fecha de Fundación

Se fundó | socios | con:

Composición de la cooperativa:

Tipo de socio	**Cantidad**
Fundadores	
Socios activos	
Socios retirados	
Socios pasivos	
Cantidad total de beneficiarios indirectos	

Su principal actividad es:

Consumo	
Ahorro y Crédito	
Producción y comercialización	
Minería	

La Cooperativa cuenta con:

DOCUMENTOS	**SI**	**NO**
Estatutos		
Reglamento Interno		
Personería Jurídica		
NIT		
Actas (fundación, elección de directorio actual)		
Se realizan registro de bienes comunes,		

DOCUMENTOS	SI	NO
equipos, almacenes y otros.		
Se realizan registros de producción, acopio y comercialización		

La Cooperativa tiene experiencia en:

RUBRO	SI	NO
Manejo contable		
Pago de impuestos		
Gobierno corporativo		
Formación cooperativa		
Comercialización		

Principales logros de la cooperativa en los últimos 5 años.

Nº	Logro
1	
2	
3	
4	

Principales compradores de café

FECAFEB	
Otros	

Anexo 3. ENCUESTA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA

ALTO SAJAMA

Nombre del socio	Fecha de ingreso a la cooperativa

Información geográfica

Lugar de Producción	Cantón	Provincia

Información social

Prom miembros /flia.		0 A 10 AÑOS		11 – 28 AÑOS		29 A 60 AÑOS		61 A MAS AÑOS		TOTAL	
TOTAL		H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
SUMA											
Media											
%											

Educación

Grado de Instrucción	
Primaria Inferior	
Primaria Superior	
Bachillerato	
Técnico	
Universitario	

Principal Actividad

Agricultor cafetalero	
Transportista	
Comerciante	
Otro	

Información Técnica

Sup. Total	Sup. Prod.	Sup. Descanso	Rendimiento kg/ha	Producción de c trillado

Información económica

Prod. Café verde oro de export.	% destinado a la venta	Precio convenido Bs/kg	Café brocado y partido	%	Precio de rescate	Costo de prod./ha

Participación de la cooperativa

Actividad	
Compra de Semilla	
Control en el proceso de producción	
Compra de insumos	
Acopio de café verde oro	
Comercialización	
Trámites de exportación	
Capacitación en MIP	
Formación de líderes	