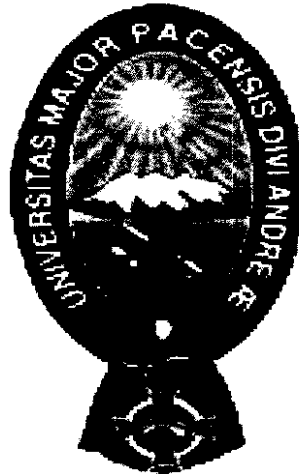


**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DERECHO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SEMINARIOS**



TESIS DE GRADO

**“PROPUESTA JURÍDICA PARA UNA POLÍTICA DE COMERCIO EN EL
MARCO DEL TRATADO DE COMERCIO DE LOS PUEBLOS Y EL
COMERCIO JUSTO”**

(TESIS PARA OPTAR AL GRADO LICENCIATURA EN DERECHO)

POSTULANTE : ALEJANDRA THAIS JERIA PANIAGUA
TUTOR : DRA. DAEN. DIANA IMPERIO BORELLI GELDREZ

LA PAZ – BOLIVIA

2011

DEDICATORIA

*A LAS PERSONAS QUE ME APOYAN
INCONDICIONALMENTE, EN ESPECIAL A
MI MADRE.*

AGRADECIMIENTO

*A LA DRA. DIANA IMPERIO BORELLI
GELDREZ, TUTORA DE LA PRESENTE
TESIS.*

*A LAS ORGANIZACIONES DE
COMERCIO JUSTO QUE ME BRINDARON
LA INFORMACIÓN PERTINENTE.*

*A LAS PERSONAS QUE ME BRINDARON
EL APOYO INCONDICIONAL PARA LA
REALIZACIÓN DE LA PRESENTE TESIS.*

*UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL A MI
MADRE QUE GRACIAS A ELLA SOY
QUIEN SOY.*

RESUMEN ABSTRACT

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia establece la economía plural, la que permite la aplicación de nuevas formas de economías como la Economía Alternativa y Solidaria que se basa en los principios de igualdad, empleo, medio ambiente, cooperación, sin carácter lucrativo y compromiso con el entorno, identificándose claramente con la filosofía del Vivir Bien que busca el bienestar común. El Comercio Justo constituye una faceta de la Economía Alternativa y Solidaria cuya esencia es trabajar deliberadamente con productores y trabajadores marginados del comercio convencional, a quienes se les otorga poder de decisión, por tanto un rol más amplio y participativo en la economía interna e internacional.

Los criterios señalados precedentemente de igual manera han servido de base del Tratado de Comercio de los Pueblos con Cuba y Venezuela, sin embargo, solo establecen las líneas generales, dejando una incertidumbre para la aplicación del Comercio Justo entre Estados.

*En Bolivia, si bien se hizo un reconocimiento implícito del Comercio Justo, en la actualidad no se cuenta con una herramienta normativa que regule el Comercio Justo, demostrando así la necesidad del planteamiento de una norma jurídica que proporcione un marco normativo claro y preciso para la persona practicante del Comercio Justo, las entidades públicas relacionadas al tema y al plenipotenciario boliviano. Es por eso que la presente tesis propone un Anteproyecto de Ley denominado **"LEY DE DESARROLLO DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA"** que toma los aspectos mencionados.*

La propuesta jurídica se sustenta en el estudio del Marco Histórico, así como el Marco Jurídico, Marco Práctico y Marco Comparativo, con estos conocimientos fue posible determinar las bases que permitieron formular el presente Anteproyecto de Ley para que pueda ser considerado por las instancias pertinentes encargadas del análisis y la aprobación de la regulación normativa.

ABREVIATURAS

ALBA: Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América

ASARBOLSEM: Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo

CCS: Center for Civil Society

CIOEC: Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas

EFTA: European Fair Trade Association

FAO: Food and Agriculture Organization

FINE: Es la reunión de las cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional, FLO, IFAT, NEWS, EFTA.

FLO: FairTrade Labelling Organization

GRESA: Grupo Red de Economía Solidaria del Perú

IFAT: International Fair Trade Association

MESyCJ: Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo

NEWS: Network of European World Shops

ODM: Objetivos del Milenio

OECA: Organización Económica Campesina

ONG: Organización No Gubernamental

RENACC: Red Nacional de Comercialización Comunitaria

RIPES: Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria

S.A.: Sociedad Anónima

S.R.L.: Sociedad de Responsabilidad Limitada

TCP: Tratado de Comercio de los Pueblos

UNASUR: Unión de Naciones Suramericanas

WFTO: World Fair Trade Organization

ÍNDICE GENERAL

	PAG.
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen Abstract	iii
Abreviaturas	iv
 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	
1. Identificación del problema	1
2. Problematización	1
3. Delimitación de la investigación	2
4. Fundamentación e importancia del tema de la Tesis	2
5. Objetivos a los que se ha arribado en la investigación	3
6. Marco teórico que sustenta la investigación	4
7. Hipótesis de trabajo de la investigación	5
8. Métodos que fueron utilizados en la Tesis	6
9. Técnicas que fueron utilizadas en la investigación	6
 DESARROLLO DEL DISEÑO DE PRUEBA	
Introducción	7
 CAPÍTULO I	
MARCO HISTÓRICO	
1.1. Datos Históricos del Comercio Justo	8
1.1.1. Datos Históricos del Comercio Justo a Nivel Internacional	8
1.1.2. Datos Históricos del Comercio Justo a Nivel Nacional	11
1.1.2.1. Acontecimientos Internacionales en los que Bolivia ha sido participe	11
1.1.2.2. Acontecimientos realizados en Bolivia	17
1.1.2.3. Organizaciones de Comercio Justo en Bolivia	19
1.2. Datos Históricos del Tratado de Comercio de los Pueblos	29

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Teoría de la Economía Alternativa y Solidaria	34
2.1.1 Antecedentes y Definición	34
2.1.2. Principios de la Economía Alternativa y Solidaria	35
2.1.3. Facetas de la Economía Alternativa y Solidaria	36
2.1.4. Comentario y Análisis	39
2.2. Comercio Justo	40
2.2.1. Concepto de Comercio Justo	40
2.2.1.1 Comentario y Análisis	42
2.2.2. Esencia del Comercio Justo	47
2.2.3. Principios del Comercio Justo	47
2.2.4. Estándares del Comercio Justo	48
2.2.5. Criterios de Comercio Justo	53
2.2.5.1. Comentario	58
2.2.6. Organizaciones del Comercio Justo	59
2.2.6.1. Comentario	60
2.2.7. Productos de Comercio Justo y el Precio Justo	61
2.2.7.1. Comentario y Análisis	63
2.2.8. Tiendas de Comercio Justo	66
2.2.8.1. Comentario	68
2.2.9. Garantía y Reconocimiento de un Producto de Comercio Justo	68
2.2.9.1. Comentario y Análisis	72
2.2.10. El Comercio Justo como estrategia para cumplir los Objetivos del Milenio	73
2.3. Tratado de Comercio de los Pueblos	80
2.3.1. Propuesta del Presidente Juan Evo Morales Ayma sobre Tratado de Comercio de los Pueblos	82
2.3.2. Principios Fundamentales del Tratado de Comercio de los Pueblos	84
2.3.3. Comentario y Análisis	89

CAPÍTULO III

MARCO JURÍDICO

3.1. Normativa Nacional	92
3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia	92
3.1.2. Decreto Supremo N° 29272 e 12 de septiembre de 2007. Plan Nacional de Desarrollo	100
3.1.3. Decreto Supremo N° 29894 de 7 de Febrero de 2009. Estructura Organizativa del Poder Ejecutivo del Estado Plurinacional de Bolivia	103
3.2. Normativa Internacional	105
3.2.1. Principios del Comercio Justo	105
3.2.2. Tratado de Comercio de los Pueblos y Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP	107
3.2.2.1. Tratado de Comercio de los Pueblos	107
3.2.2.2. Proyecto Grannacional de Comercio Justo-TCP	117

CAPÍTULO IV

MARCO PRÁCTICO

4.1. Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, dependiente del Ministerio de Desarrollo productivo y Economía Plural	119
4.2. Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia	120
4.3. Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia	120
4.4. Otras Instituciones	120
4.5. Resultados de las Entrevistas	121
4.5.1. Viceministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural	121
4.5.2. Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia (CIOEC Bolivia)	122
4.5.3. Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia	124
4.6. Resultados de la Encuesta de Percepción	126
4.7. Análisis del Comercio Justo en Bolivia	133

CAPÍTULO V	
MARCO COMPARATIVO	136
CONCLUSIONES	142
RECOMENDACIONES	144
ANTEPROYECTO DE LEY	
LEY DE DESARROLLO DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA	146
BIBLIOGRAFÍA	v

ÍNDICE DE ANEXOS

	PAG.
1. ENTREVISTAS	
ENTREVISTA N° 1	viii
ENTREVISTA N° 2	xx
ENTREVISTA N° 3	xxx
2. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN	
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN	xliv
RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN	xlvi
3. ALGUNAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO	xlvii
4. GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO	li

**DISEÑO
DE
INVESTIGACIÓN**

“PROPUESTA JURÍDICA PARA UNA POLÍTICA DE COMERCIO EN EL MARCO DEL TRATADO DE COMERCIO DE LOS PUEBLOS Y EL COMERCIO JUSTO”

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El Estado Plurinacional de Bolivia, en función a la nueva visión política, económica y social, ha suscrito el Tratado de Comercio de los Pueblos opuesto a los Tratados de Libre Comercio. Éste se basa en una nueva teoría económica, llamada Economía Alternativa y Solidaria y da lugar a la implementación de la faceta Comercio Justo entre Estados. Empero, dicho tratado no da los lineamientos básicos y generales del Comercio Justo, situación que se repite en el contexto jurídico del país, siendo que el gobierno ha reconocido esta nueva forma de economía y por ende, esta nueva forma de hacer comercio, dejando a la persona practicante del Comercio Justo sin un marco regulatorio en cual manejarse, a las Entidades Públicas sin los lineamientos estratégicos y plenipotenciario boliviano sin las bases para negociar tratados de esta naturaleza con más claridad y especificidad.

2. PROBLEMATIZACIÓN

¿Hasta el primer trimestre de 2010 se ha creado alguna norma específica del Comercio Justo?

¿Qué temas, aspectos normativos y estrategias se deben incorporar en la política de comercio enmarcada al Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo?

¿Cuáles serían los desafíos que el Estado Plurinacional de Bolivia enfrentaría para impulsar la política de comercio propuesta?

3. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Delimitación Temática

La investigación de este tema se delimita al Derecho Económico y Derecho Internacional Público. Siendo que el Estado, a través de la norma jurídica, regula las relaciones económicas y la creación de un tratado debe regirse por las normas de Derecho Internacional Público.

3.2. Delimitación Temporal

La investigación tiene el siguiente parámetro temporal, desde el año 2000 hasta el primer trimestre del año 2010, porque en estos diez años se ha visto un cambio trascendental en el ámbito político, económico, social y en el aspecto internacional en cuanto a la formulación de los tratados de comercio.

3.3. Delimitación Espacial

La propuesta jurídica de la presente tesis tiene aplicación en el Estado Plurinacional de Bolivia, siendo que la investigación se realizó en la ciudad de La Paz, debido a que en ésta se encuentran las instituciones relacionadas a este tema como el Ministerio de Relaciones Exteriores, Viceministerio de Comercio Exterior e Integración, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía, Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones y otras entidades relacionadas al ámbito económico.

4. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El 29 de abril de 2006, los Presidentes de Bolivia, Cuba y Venezuela, suscriben el primer Tratado de Comercio de los Pueblos que es un acuerdo de voluntades de dos o más Estados, de forma escrita, en un instrumento único o más que se rige por las normas de Derecho Internacional, que tiene por objeto principalmente crear un nuevo modelo de comercio, el Comercio Justo, en base a la teoría de la Economía

Alternativa y Solidaria a fin de mejorar la calidad de vida de las personas de estos tres países.

Sin embargo, en este tratado no se hace mención de los principios, criterios y demás aspectos que hacen al Comercio Justo y tampoco la normativa jurídica nacional, por lo que se deja a la persona practicante del Comercio Justo sin un marco regulatorio al cual regirse, a las entidades públicas sin lineamientos estratégicos y al plenipotenciario boliviano sin la base de negociación de futuros tratados de esta naturaleza.

Al no contar con marco regulatorio, la persona practicante del Comercio Justo no sabrá a qué ceñir su conducta en la relación comercial, que por el momento podría haber cumplido ciertos o todos los aspectos del Comercio Justo.

Asimismo, las entidades públicas no tendrán los lineamientos estratégicos para el desarrollo del Comercio Justo en Bolivia.

Y para el plenipotenciario boliviano tampoco tendrá las bases para la realización de tratados de esta naturaleza, porque no se puede concebir que a nivel entre Estados se proclame una nueva teoría económica y una nueva forma de hacer gobierno que no resulten ser coherentes con el contenido del tratado.

Por estos motivos, se concibe la presente tesis, además de demostrar la importancia de tener una propuesta jurídica que contemple estos aspectos.

5. OBJETIVOS A LOS QUE SE HA ARRIBADO EN LA INVESTIGACIÓN

5.1. Objetivos Generales

Demostrar la necesidad de regular jurídicamente el Comercio Justo a fin de dar un marco jurídico a la persona practicante del Comercio Justo, a las entidades públicas y al plenipotenciario bolivianos para la ejecución y desarrollo del Comercio Justo en Bolivia y la negociación de tratados de esta naturaleza.

Se ha demostrado la necesidad de regular jurídicamente el Comercio Justo a fin de dar un marco jurídico a la persona practicante del Comercio Justo, a las entidades públicas y al plenipotenciario bolivianos para la ejecución y desarrollo del Comercio Justo en Bolivia y la negociación de tratados de esta naturaleza.

5.2. Objetivos Específicos

“Determinar los datos históricos del Comercio Justo y el Tratado de Comercio de los Pueblos.”

Se ha determinado los datos históricos del Comercio Justo y el Tratado de Comercio de los Pueblos.

“Establecer la base teórica de la propuesta jurídica para una política de comercio definida en el marco del Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo.”

Se ha establecido la base teórica de la propuesta jurídica para una política de comercio definida en el marco del Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo.

“Establecer las bases jurídicas fundamentales de la propuesta jurídica para una política de comercio definida en el marco del Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo.”

Se ha establecido las bases jurídicas fundamentales de la propuesta jurídica para una política de comercio definida en el marco del Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo.

6. MARCO TEÓRICO QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

El surgimiento del Tratado de Comercio de los Pueblos es la muestra del cambio en la forma de hacer comercio entre Estados, se basa en la teoría de la Economía Alternativa y Solidaria que determina a la rentabilidad económica como un medio para mejorar la calidad de vida de las personas que es el fin que se busca. Además se hace presente la faceta del Comercio Justo que es una forma de hacer comercio diferente al

comercio convencional, ya que busca la inclusión de los productores y trabajadores excluidos de éste último, siempre respetando los Derechos Humanos, derechos laborales, seguridad industrial con el fin de satisfacer sus necesidades básicas y un poco más.

7. HIPÓTESIS DE TRABAJO DE LA INVESTIGACIÓN

“Si el Estado Plurinacional de Bolivia regula jurídicamente el Comercio Justo, en el marco del Comercio Justo a nivel internacional y el Tratado de Comercio de los Pueblos con Cuba y Venezuela, la persona practicante del Comercio Justo, las Entidades Públicas y el plenipotenciario bolivianos tendrán un marco legal de referencia para la ejecución y desarrollo del Comercio Justo en Bolivia y la negociación de tratados de esta naturaleza.”

7.1. VARIABLES

7.1.1. Variable independiente

“Si el Estado Plurinacional de Bolivia regula jurídicamente el Comercio Justo, en el marco del Comercio Justo a nivel internacional y el Tratado de Comercio de los Pueblos con Cuba y Venezuela”

7.1.2. Variable dependiente

“la persona practicante del Comercio Justo, las Entidades Públicas y el plenipotenciario bolivianos tendrán un marco legal de referencia para la ejecución y desarrollo del Comercio Justo en Bolivia y la negociación de tratados de esta naturaleza.”

8. MÉTODOS QUE FUERON UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

El método general utilizado fue el Método Deductivo porque comencé de lo general que es el Tratado de Comercio de los Pueblos y el Comercio Justo a nivel internacional para llegar a lo particular que es la realidad boliviana.

El método específico fue el método gramatical, a través del contenido y de la etimología de la palabra que permitió entender el sentido y el alcance de la norma jurídica.

También utilicé el método teleológico, con la finalidad de encontrar el bien jurídicamente protegido, que debe ir en beneficio de toda la población en su conjunto, por tratarse de una política que tendrá consecuencias sociales y económicas.

9. TÉCNICAS QUE FUERON UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

Los materiales utilizados fueron libros especializados en el tema tanto en físico como en internet y grabadora para la entrevista.

Las técnicas fueron la lectura de documentos, análisis de documentos, entrevistas y encuesta con personas especializadas en el tema.

DESARROLLO DEL DISEÑO DE PRUEBA DE LA TESIS

INTRODUCCIÓN

El Comercio Justo en Bolivia actualmente no cuenta con una norma jurídica que establezca un marco normativo claro y preciso para la persona practicante del Comercio Justo, las entidades públicas relacionadas al tema y al plenipotenciario boliviano. A pesar de que se hizo un reconocimiento implícito del Comercio Justo y su base teórica la Economía Alternativa y Solidaria.

En consideración a lo mencionado anteriormente, el objetivo de la presente tesis está encaminado a establecer una **“PROPUESTA JURÍDICA PARA UNA POLÍTICA DE COMERCIO EN EL MARCO DEL TRATADO DE COMERCIO DE LOS PUEBLOS Y EL COMERCIO JUSTO”**.

Para cumplir este objetivo en el Capítulo I se realizó una aproximación de los datos históricos del Comercio Justo a nivel internacional y a nivel nacional.

En el Capítulo II se establecieron las bases teóricas que fundamentan el estudio del Comercio Justo: teoría de la Economía Alternativa y Solidaria, Comercio Justo y principios del Tratado de Comercio de los Pueblos.

En el Capítulo III se han establecido las bases jurídicas que forman el sustento de la propuesta normativa.

En el Capítulo IV se realizó el trabajo de campo, efectuando entrevistas a las personas responsables del tema en el ámbito público y privado, así como una encuesta de percepción en la sociedad que permitieron establecer las conclusiones sobre el grado de conocimiento del tema y el alcance del mismo.

En el Capítulo V se realizó un análisis comparativo de las organizaciones de Comercio Justo de otros países, aspecto que sustenta y refuerza la propuesta jurídica de la tesis. Finalmente, planteo mis conclusiones y recomendaciones, las cuales son producto de todo el trabajo de investigación realizado.

CAPÍTULO I

MARCO HISTÓRICO

CAPÍTULO I

MARCO HISTÓRICO

En este primer capítulo se determinan los datos históricos del Comercio Justo y el Tratado de Comercio de los Pueblos.

1.1. Datos Históricos del Comercio Justo

Este primer punto se subdivide en dos partes, para hacer referencia a los datos históricos del Comercio Justo a nivel internacional y el Comercio Justo a nivel nacional.

1.1.1. Datos Históricos del Comercio Justo a Nivel Internacional

Se ha mencionado que el Comercio Justo nació en los años sesenta pero la primera muestra de su génesis no se encuentra precisamente dentro de esos años, sino en el año 1946, cuando “Self Help Crafts” (ahora “Ten Thousand Villages”) compró bordados provenientes de Puerto Rico y SERRV comerció con comunidades pobres del Sur a fines de los años cuarenta. La primera Tienda de Comercio Justo, que vendía éstos y otros productos, se estableció en 1958.

A finales de los años cincuenta, en Europa, OXFAM United Kingdom empezó a vender artesanías de refugiados chinos en sus locales. En 1964, se creó la primera Organización de Comercio Justo. En 1967, se creó la organización importadora Fair Trade Original.

Grupos de Holanda, trabajando en Países en Desarrollo, empezaron a vender azúcar de caña con el mensaje: “Al comprar azúcar de caña, usted da un lugar en el sol de la prosperidad a personas de países pobres”.

Estos grupos siguieron vendiendo artesanías del Sur y, en 1969, se inauguró la primera tienda del “Tercer Mundo”.

En 1968, los Países en Desarrollo tomaron la palabra en la Segunda Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) para dar un mensaje claro: “Comercio, no Ayuda”, en Nueva Delhi-India.

Paralelamente en los años sesenta y setenta, Organizaciones No Gubernamentales e individuos con fuerte motivación social dieron nacimiento al movimiento del Comercio Justo en países de Asia, África y Latinoamérica, otorgando asistencia, asesoría y apoyo a productores en desventaja. Algunos países ingresaron tardíamente como Bolivia, Ecuador, Chile y Perú en la década de los ochenta.

En 1973, el primer producto que entró en este nuevo sistema de comercio fue el café producido por cooperativas guatemaltecas bajo la marca común “Indio Solidarity Coffee”.

Los años ochenta representaron un avance para el acceso a mercados e introducción de nuevos productos como té, miel, azúcar, cacao y nueces, gracias a la perfección de las técnicas en calidad y diseño junto a un buen marketing.

En los años noventa nacieron la cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional: Fairtrade Labelling Organization (FLO-Organización Internacional del Sello de Comercio Justo), International Fair Trade Association (IFAT-Asociación Internacional de Comercio Justo), Network of European World Shops (NEWS-Red de las Tiendas del Mundo Europeas) y European Fair Trade Association (EFTA-Asociación Europea de Comercio Justo).

Fairtrade Labelling Organization es una de las más grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional. Se define a sí misma como “la organización paraguas global para el Comercio Justo Fairtrade”¹ que ha establecido los principios básicos del Comercio Justo junto a las otras tres grandes organizaciones, además de los criterios y el sello de Comercio Justo que se han convertido en las líneas matrices para el desarrollo y cumplimiento del Comercio Justo a nivel internacional.

¹ <http://www.fairtrade.net/home.html?&L=1>

International Fair Trade Association que posteriormente cambia de denominación a World Fair Trade Organization (WFTO-Organización Mundial del Comercio Justo) es un cuerpo global representativo de más de 350 organizaciones comprometidas 100% con el Comercio Justo. Opera en los cinco continentes en 70 países, agrupando a 110 millones de artesanos, granjeros, agricultores y productores que generan 2.2 billones de dólares estadounidenses en ventas.²

Network of European World Shops es una organización de Comercio Justo que consta de 2500 tiendas en 13 países europeos: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Suecia, Suiza y Reino Unido. Para no establecer una imagen de provecho del Comercio Justo, esta organización ha decidido denominarse World Shops, hoy en día está expandiéndose a otros países como Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda. Sus principales actividades son organizar actividades de Comercio Justo, ser parte de campañas políticas relacionadas al Comercio Justo y cooperar en todos los niveles local, regional, nacional e internacional.³

La última organización es European Fair Trade Association que nace en enero de 1990 gracias a la iniciativa de once organizaciones de Comercio Justo (importadoras) de países europeos: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia, Noruega, Países Bajos, Reino Unido y Suiza cuyo propósito principal es la adopción de los principios del Comercio Justo en las prácticas comerciales europeas. Su importancia radica en que se armonizan progresivamente las políticas referentes a los productores y se hace uso creciente de los conocimientos y experiencias de sus miembros como Gepa de Alemania que es experto en el cultivo biológico.⁴

En América Latina también se constituyeron organizaciones de Comercio Justo como la Asociación Latinoamericana de Comercio Justo (IFAT-LA), la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio (CLAC), la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS), la

² <http://www.wfto.com/index.p>

³ <http://www.crossing-borders-fair-trade.com/network-of-european-worldshops.html>

⁴ <http://www.eurosur.org/EFTA/descrip.htm>

Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, Comercio Justo México, Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário (FACES), Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESP), Comercio Justo Uruguay, la Red Nicaragüense de Comercio Comunitario, la Alianza Chilena por un Comercio Justo y Responsable y organizaciones argentinas creadas a partir del año 2004.

1.1.2. Datos Históricos del Comercio Justo a Nivel Nacional

Como se ha mencionado, en Bolivia el Comercio Justo aparece en la década de los ochenta. Sin embargo, al no contar con documentación física o digitalizada unificada sobre este tema no se puede dar una presentación histórica como el punto anterior, por lo que se recurre a la presentación de acontecimientos internacionales en los que Bolivia ha sido partícipe, acontecimientos realizados en Bolivia y por último algunas organizaciones de Comercio Justo existentes en el país de las cuales se tiene la información pertinente.

1.1.2.1. Acontecimientos Internacionales en los que Bolivia ha sido Partícipe

a) **Primer Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria. Declaración de Cochabamba: “Encuentro de Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina”. (Cochabamba-Bolivia, del 13 al 15 de septiembre de 2005)⁵**

Los participantes bolivianos eran: Productores de Visión Mundial de Bolivia, Red Nacional de Comercialización Comunitaria de La Paz, Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia y El Ceibo.

Quienes se comprometieron junto con los otros participantes latinoamericanos a:

- Impulsar la articulación del Movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Ético cuyos espacios serán centros de participación con equidad, en los que los grupos más excluidos serán los protagonistas.
- Impulsar la construcción de Sistemas de Certificación Participativa para la Economía Solidaria de Comercio Justo en cada país, unificando los criterios.

⁵ http://www.rel-uita.org/internacional/suplemento_pt/declaracion-cochabamba.htm

- Compartir productos, tecnologías, experiencias para fortalecer el comercio Sur-Sur.
- Hacer alianzas con quienes anuncien una nueva sociedad.
- Impulsar alianzas con otros movimientos sociales para influir en la orientación de las políticas públicas
- Oponerse a las certificaciones FLO en grandes plantaciones y certificadoras en la producción orgánica en plantaciones.
- Fortalecer redes de economía solidaria para seguir construyendo la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS)

b) Segundo Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria. Bajo el lema: Armando Prácticas Democráticas y Estrategias Solidarias para un Desarrollo Sustentable. Declaración de La Habana. (La Habana-Cuba, del 20 al 23 de febrero de 2007)⁶

Los participantes bolivianos fueron: Ayuda en Acción, Centro Canadiense de Estudios y Cooperación Internacional (CECI), Fondo de Crédito Solidario Potosí (FONCRESOL), Red Nacional de Comercialización Comunitaria La Paz (RENACC),

Se comprometieron a:

- Seguir buscando instrumentos, métodos y sistemas para mejorar los actuales niveles de eficiencia económica y social de los emprendimientos solidarios.
- Promover y fortalecer circuitos de economía solidaria en los contextos nacionales, subregionales y latinoamericano y caribeño.
- Promover el comercio justo Sur-Sur y apoyar a la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC) en la búsqueda de soluciones a la problemática que enfrentan los pequeños productores y diversos actores del país.

⁶ http://www.ripessiac.net/recursos_galeria/20090223_060911_Declaracion_Habana.pdf

- Impulsar alianzas con otros movimientos sociales para influir en la orientación de políticas públicas y fortalecer la economía solidaria.
- Fortalecer y promover a las redes nacionales de economía solidaria como espacios idóneos para la mejor articulación y fortalecimiento de sus actores.
- Consolidar a la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS) como un espacio representativo de productores, entidades de promoción y el sector académico.

En este encuentro es necesario resaltar que los participantes acordaron “incluir en la agenda el conocimiento, discusión y difusión de los beneficios reales y potenciales del Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América para los países de la región y los procesos de integración subregionales existentes”. Para ellos “este proceso de integración es una línea de pensamiento y acción alternativa y propositiva frente al pensamiento neoclásico y liberal sobre la integración económica en Latinoamérica y el Caribe...un proyecto alternativo económico, político, ideológico, social, cultural que incluye el comercio pero excluye el libre comercio.”⁷

c) Tercer Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria. Declaración de Montevideo. (Montevideo-Uruguay, del 22 al 24 octubre de 2008)⁸

Este tercer encuentro se dirigió bajo el lema: “Sí hay alternativas: la Economía Social y Solidaria y Comercio Justo”, en el que participaron 16 países latinoamericanos, entre ellos Bolivia, que establecieron:

- Que los Tratados de Libre Comercio solo han logrado afirmar la posición del modelo económico imperante e impedir que se formulen políticas públicas nacionales soberanas e incluso han debilitado los procesos de integración subregional y han introducido nuevas condiciones desfavorables.

⁷ http://www.ripesslac.net/recursos_galeria/20090223_062915_Memoriadelahabana.pdf.

⁸ http://www.ripesslac.net/recursos_galeria/20090223_060911_Declaracion_Montevideo.pdf

- Promover una integración regional que privilegie los derechos, sabidurías e intereses de los pueblos latinoamericanos y que tenga fundamentos de cooperación, reciprocidad y complementariedad en la producción, comercio y finanzas muy diferente al modelo de libre comercio.
- Apoyar y acompañar la lucha y reivindicaciones de los pueblos de América Latina y el Caribe cuyo objetivo es reclamar el respeto a su carácter multicultural, multiétnico y multilingüístico y sus aportes socio-económicos.
- Solidarizarse con las organizaciones sociales que luchan por la defensa de la democracia participativa e incluyente, paz y conquistas políticas y económicas.
- Convocar a compartir, perfeccionar e innovar instrumentos, métodos y sistemas para mejorar los actuales emprendimientos solidarios.
- Promover y/o fortalecer redes y movimientos nacionales de economía solidaria.
- Instar al Banco del Sur constituya una oportunidad de soberanía financiera en América del Sur y un instrumento de desarrollo de la economía solidaria.
- Que los gobiernos nacionales, parlamentos y las instancias estatales regionales y locales de América Latina y el Caribe abran espacios públicos participativos para la formulación, implementación y control de leyes, políticas y programas específicos para el fomento y desarrollo de la economía solidaria.

d) Cuarto Encuentro de Economía Solidaria y Comercio Justo. Declaración de Medellín. (Medellín-Colombia, del 21 al 24 de julio de 2010)⁹

En este encuentro participaron 16 países, entre ellos Bolivia, estaban invitados Canadá y Japón. Se determinó lo siguiente:

- 1) Se hace aún más evidente la necesidad de desarrollar **la Economía Social y Solidaria como opción económica integral para los pueblos**, pues ofrece esperanza de una vida fraterna y solidaria, con base a la capacidad de autogestión de

⁹ http://www.economiasolidaria.org/files/declaracion_medellin_2010.pdf

los actores económicos; la reciprocidad entre las personas y colectivos sociales; el desarrollo de una relación armoniosa entre la producción, el consumo y la naturaleza; el manejo sostenible y sustentable de los recursos naturales; y la afirmación de relaciones democráticas y de convivencia mutua.

2) Se comprometen a trabajar por una integración de los pueblos y regiones, privilegiando los intereses, los derechos y conocimientos de los pueblos latinoamericano-caribeños, en las dimensiones económicas, sociales, culturales, ecológicas y políticas; acompañando y participando en las luchas y reivindicaciones de los pueblos de América Latina y el Caribe. En esa perspectiva saludan la anunciada apertura del Banco del Sur y la necesidad de fortalecer el UNASUR.

3) Denuncian las pretensiones de privatizar nuestros recursos naturales, desconociendo los derechos de los pueblos originarios y la soberanía de nuestros territorios. Defendiendo el agua como un derecho humano fundamental, oponiéndonos a la deforestación de nuestros bosques naturales y a la contaminación ocasionada por las industrias extractivas.

4) Expresan preocupación e indignación por la catástrofe ecológica sufrida en el Golfo de México que causará daños irreversibles para el futuro de la humanidad. Exigimos a los responsables de este hecho la adopción de medidas inmediatas para paliar y solucionar este gravísimo problema.

5) Es necesario superar el clima de conflictividad entre liderazgos políticos en algunos países de la región, que afecta a los pueblos hermanos y, por lo tanto, exhortan a los gobernantes a transitar por los caminos de la paz y cooperación entre nuestros países de la región. Al respecto llaman a los hermanos colombianos a superar el conflicto armado por la vía del diálogo y la negociación y los respaldamos en ese propósito.

6) Desde el movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo y la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria en América Latina y el Caribe, RIPESS LAC se comprometen a:

- Trabajar por un comercio justo sur-sur: desarrollando mercados locales y regionales desde el enfoque de comercio justo; intercambiando productos y experiencias entre organizaciones; desarrollando una certificación/acreditación participativa al interior de nuestros países y la región; defendiendo el protagonismo de las organizaciones de pequeños productores ante las pretensiones de certificar a las grandes empresas y plantaciones.
- Promover el desarrollo de las finanzas solidarias, las que no se expresan sólo en dinero, sino fundamentalmente en acciones colectivas de relaciones e intermediación para el desarrollo local y satisfacción integral de las necesidades de las personas y sus comunidades.
- Fortalecer el diálogo y concertación entre el movimiento de economía solidaria y los estados para la gestación de marcos normativos, planeación y políticas públicas que fortalezca las iniciativas económicas solidarias, respetando su autonomía y su aporte al desarrollo local integral.
- Construir e impulsar prácticas solidarias que rescaten las identidades de los pueblos y la autogestión para el bien vivir y la consolidación de la vida plena.
- Impulsar un encuentro latinoamericano de gestores públicos para compartir experiencias y generar propuestas de relación efectiva entre el estado y la sociedad.

e) Cumbre de Seguridad Alimentaria: “Declaración Cumbre Presidencial. Soberanía y Seguridad Alimentaria: alimentos para la vida”. (Managua-Nicaragua, 7 de mayo de 2008)¹⁰

En esta cumbre participaron los Presidentes de las Repúblicas de Nicaragua, Bolivia, Ecuador, Honduras, Venezuela, San Vicente y las Granadinas, Haití, Guatemala, México, Belice y República Dominicana quienes expresaron su posición de rechazo sobre los subsidios que otorgan otros gobiernos, constituyéndose en barrera comerciales para los Países en Desarrollo al querer ingresar a ese territorio. Otro punto

¹⁰<http://chichicaste.blogcindario.com/2008/05/01119-declaracion-cumbre-presidencial-soberania-y-seguridad-alimentaria-alimentos-para-la-vida.html>

importante fue el compromiso de preparar “un plan de acción conforme a los principios de solidaridad y cooperación, entre los países participantes; de complementariedad y reconocimiento de asimetrías de comercialización justa entre y, a lo interno, de los países; precio justo a los productores y consumidores.”

1.1.2.2. Acontecimientos Realizados en Bolivia

a) Primer y Segundo Encuentro Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo (Achocalla-Bolivia, del 22 al 24 de marzo de 2007 y La Paz-Bolivia, 2007)¹¹

Contó con la participación de más de 80 representantes de organizaciones productivas de nivel nacional. La organización estuvo a cargo de la Red Nacional de Comercialización Comunitaria Regional La Paz (RENACC) en coordinación con CECI Uniera y la cooperación de DFID.

En este encuentro se plantearon los siguientes objetivos:

- Diseñar estrategias y consolidar mecanismos de interrelación, diálogo político, producción y acceso a mercados desde las experiencias y los avances del movimiento en otros países y la socialización del II Encuentro Latinoamericano, realizado en Cuba, para fortalecer el desarrollo de la Economía Solidaria y Comercio Justo en Bolivia.
- Identificar perspectivas, mecanismos potenciales e iniciativas de los diferentes actores para promover la inclusión de la economía solidaria y comercio justo en las políticas gubernamentales y definir estrategias nacionales de desarrollo desde las prácticas del comercio comunitario y el comercio justo con la participación de todos los actores.

Cuya propuesta la resumo y la expongo de la siguiente manera:

¹¹ <http://www.economiasolidaria.org/files/Propuestabolivia020607.pdf>

LINEAS ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS
<p>I. Asociatividad, Producción y Comercialización</p>	<p>Objetivo General: Integrar asociaciones de productores, comercializadores y consumidores entorno a la Economía Solidaria y el Comercio Justo.</p> <p>Objetivo Específico: Mejorar los productos y asociarse para llegar a alcanzar un mercado competitivo.</p> <p>Lograr una comercialización justa y solidaria (interna y externa) tomando en cuenta la calidad, cantidad, continuidad y costo.</p> <p>Lograr una conciencia de consumo de productos elaborados y producidos en una economía solidaria y comercio justo.</p>
<p>II. Inserción de las Prácticas de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en el Gobierno Central, Prefecturas, Municipios y la Sociedad Civil</p>	<p>Objetivos: Insertar las prácticas de la Economía Solidaria y Comercio Justo en las estructuras del gobierno a través de políticas públicas.</p> <p>Sensibilizar, posicionar y articular en la sociedad civil a nivel nacional las prácticas de Economía Solidaria y Comercio Justo.</p>
<p>III. Promoción y Difusión</p>	<p>Objetivos: Complementar el sistema económico actual y de comercio dentro del marco de la Economía Alternativa Solidaria y Comercio Justo.</p> <p>Difundir permanentemente la nueva alternativa de superar la pobreza a través de la implementación de una política estatal basada en Comercio Justo y Economía Solidaria.</p>

También se propuso: la creación de una instancia gubernamental de Economía Solidaria y Comercio Justo, establecer las Finanzas Solidarias y la creación de una Certificación Nacional de los Productos de Comercio Justo.

1.1.2.3. Organizaciones de Comercio Justo de Bolivia

Se estima que existen alrededor de 500 organizaciones de Comercio Justo que no se encuentran diferenciadas entre organizaciones productoras-exportadoras, importadores, tiendas y organizaciones de sello, todas ellas creadas a partir de los años setenta hasta comienzos del siglo XXI.

A continuación presento algunas organizaciones de Comercio Justo en Bolivia:

a) Q'ANTATI¹²

La asociación de artesanos Q'antati es el esfuerzo unido de artesanos bolivianos que viven cerca del Lago Titicaca y en los alrededores de las montañas de La Paz. Todos los artesanos son miembros de comunidades originarias; la mayoría pertenecen a la nación aymara. La palabra "Q'antati" es una palabra aymara que se traduciría como "alba naciente", símbolo de esperanza. Los artesanos han estado trabajando desde 1974. Comprometidos con el Comercio Justo en todos los niveles, Q'antati es miembro de IFAT. Uno de sus grandes compradores es Ten Thousand Villages desde 1984.

Sus productos son: bolsos de mano, abrigos, capas, suéteres, chalecos, cardigans, prendas para bebé, guantes, mitones, manoplas, mantas, ropa de cama, sombreros entre otros hechos en lana, pelo fino y fieltro.

Los países destino son: Austria, Bélgica-Luxemburgo, Canadá, Estados Unidos e Italia.¹³

b) El Ceibo¹⁴

Creado en 1977, El Ceibo es una "cooperativa de segundo piso" que significa que está compuesta por varias pequeñas cooperativas localizadas a lo largo de Alto Beni.

¹² http://www.tenthousandvillages.com/catalog/artisan.detail.php?artisan_id=38

¹³ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

¹⁴ http://www.elceibo.com/ceibo/es/about_elceibo.html

Asocia a más de 1200 personas que producen chocolate en sus diversas presentaciones desde el oscuro hasta la cobertura, granos de cacao, licor y manteca, productos comercializados en el territorio nacional y en el exterior desde los años ochenta con certificación orgánica y de Comercio Justo.

c) Artesanías “La Khochalita”¹⁵

Es una asociación civil sin fines de lucro, fundada por artesanos bolivianos el 29 de enero de 1979. Su finalidad principal es desarrollar a través de la educación varios servicios en la organización, la salud, la capacitación, la producción y la comercialización de productos artesanales, agropecuarios y agroindustriales. Acoge a 800 familias y su trabajo consiste en fomentar y promover la artesanía boliviana con productos como: tejidos, decorativos e instrumentos musicales nativos.

Los países destino son: Alemania, Australia, Bélgica, Chile, España, Francia e Italia.¹⁶

d) Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo (ASARBOLSEM)¹⁷

La actual Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, la Señora Antonia Rodríguez Medrano fue la fundadora de ASARBOLSEM que comienza su trabajo el 8 de julio de 1989. Su objetivo es consolidar una Empresa Social de estructura administrativa autogestionaria que logre ser económicamente viable, socialmente aceptada y ecológicamente sostenible. A partir de inversiones individuales, grupales y comunales, unen sus esfuerzos para la nivelación y perfeccionamiento de calidad y capacidad productiva destinada a satisfacer la demanda de sus productos cumpliendo las exigencias del mercado local e internacional. Desde 1998, forma parte de IFAT y WFTO.

Los productos son: cerámica, textiles, instrumentos, objetos decorativos, madera y prendas de vestir.

Los países destino de los productos son: Australia, Austria, Canadá, Corea del Sur, Dinamarca, Estados Unidos, Etiopía, Francia, Italia, Reino Unido, Suecia y Suiza.¹⁸

¹⁵ http://www.comerciojusto.org/productores/prod_lakhochalita.htm

¹⁶ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

¹⁷ <http://www.senor-de-mayo.org>

e) Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas (CIOEC Bolivia)¹⁹

Nació el 27 de octubre de 1991 como el Comité Integrador de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia, CIOEC-B. En abril de 2002 pasó a denominarse Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia, la máxima instancia de representación e integración de las Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas y Originarias, que contribuye al desarrollo socio-económico sostenible del país y de los pequeños productores afiliados, mediante el modelo de Economía Solidaria con autogestión y soberanía alimentaria.

Su objetivo es representar, integrar, coordinar y gestionar actividades de las Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas y Originarias, ante las instituciones gubernamentales y no gubernamentales a nivel nacional e internacional, buscando el fortalecimiento de las OECA's bajo los principios de Economía Solidaria, Agricultura Sostenible, Soberanía Alimentaria y Autogestión Campesina.

A continuación un cuadro que muestra la cantidad de OECA's en Bolivia, distribuidas por departamento²⁰:

¹⁸ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

¹⁹ <http://www.cioecbolivia.org/index.php?mc=10>

²⁰ <http://www.cioecbolivia.org/index.php?mc=10>

Bolivia: Número de OECA's por Departamento		
Chuquisaca	98	13%
La Paz	181	22%
Cochabamba	71	9%
Oruro	109	14%
Potosí	114	15%
Tarija	98	13%
Santa Cruz	83	11%
Beni	20	2%
Pando	4	1%
TOTAL	778	100%

f) Crisil S.R.L.²¹

Es una fábrica de vidrio que usa vidrio reciclado que se localiza en Cochabamba. Establecida en 1997 como negocio familiar cuyo objetivo es producir y crear trabajos bajo buenas condiciones sociales. Ahora se emplea a 140 personas. Además, provee trabajo a las personas pobres de la región que forman parte de una cadena de pequeños negocios que colectan y clasifican botellas de la vecindad local.

Sus productos son: recipientes para beber, vasos, jarras, artículos para el servicio de mesa o de cocina y demás artículos. Los países destino: Estados Unidos, Italia, Holanda y Reino Unido.²²

²¹ www.kartimarket.com

g) Ayni Bolivia²³

Ayni Bolivia es una organización boliviana de Comercio Justo fundada el año 2002 de carácter autosostenible y formada por más de 30 talleres de artesanos de varias regiones de Bolivia que hacen productos de alta calidad. Son más de 200 familias de artesanos que tienen un trabajo digno, seguro y que valora sus habilidades y manifestaciones culturales.

Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de los miembros haciendo una comercialización justa y apoyándose en el sistema de organización Ayni.

El fortalecimiento de la cultura originaria es importante para la organización que la adapta a las exigencias de los mercados actuales y a la dinámica del mundo actual.

A continuación un cuadro de los miembros de Ayni Bolivia y sus productos²⁴:

MIEMBRO	PRODUCTO
Alpacalli	Prendas de alpaca superfina: gorro, chalinas, guante, mantillas, chompas, ponchos y tapices.
Cerámicas Walter	Figuras andinas artesanales en cerámica muy coloridas: saleros, nacimientos, campanas, ángeles y lapiceros.
Markasa Layku	Tarjetas de papel de alta calidad con su sobre, en los que se muestran nueve personajes bordados hechos en mano.
Sumaj Ori	Cerámica funcional y decorativa: saleros, campanas, cajitas y joyeros

²² <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

²³ <http://www.aynibolivia.com/fairtrade>

²⁴ <http://www.aynibolivia.com/fairtrade/es/nuestros-miembros>. La presentación es de la tesista.

Amach (Asociación de Mujeres Artesanas de Chimoré)	Tejidos en jipijapa muy coloridos: llaveros, cajitas, lápices y diversos insectos como mariquitas, mariposas, grillos, libélulas, abejas, etc.
Chuqui luki	Accesorios hechos en papa deshidrata pintadas a mano con pinturas no tóxicas conforme a la norma ASTM D4236 y con seguros de plata 925, libre de níquel: prendas, collares, aretes, pulseras, relojes, etc.
Martha Calle	Productos hechos a mano y otros bordados a mano en base al aguayo: productos para el hogar, bolsas, tarjetas, marcapáginas.
Talleres Llampu	Prendas para bebé en aplaca superfina hechas y bordadas a mano: chompitas, chulitos, chalinas, gorros y mantas.
Arte Naranja	Cajitas hechas de cáscara de naranja secadas en horno acompañan tres rosas hechas de pomelo.
Creaciones Stella	Cajas con un adorno muy especial, cholitas hechas en técnica soft y sin olvidar el aguayo tradicional para cualquier uso.
Pankara	Aretes hechos de alpaca superfina en diferentes modelos y colores, usando además plata 925 libre de níquel para las orejeras.
Talleres Maya	Chalinas y mantillas hechas de alpaca superfina delgada y gruesa siguiendo las tendencias de la moda.
Artemán	Cajas hechas en madera de pino y de madera reciclable con técnicas de cerámica en diversos colores.

Cusy Cusy	Insectos y llamas hechas en madera tallad a mano y pintadas también a mano en colores modernos, retro y nativos.
Pintores Urubichá	Cajas y artículos de madera de cedro pintadas a manos con pinturas no tóxicas. Los diseños están inspirados en la Amazonía boliviana
Tejidos Nueva Esperanza	Títeres para dedos hechos con hilo acrílico, más de cien diseños que se exportan a Canadá y Estados Unidos, cumplen las normas norteamericanas de seguridad para juguetes para niños de dos años.
Bordados Mollo	Accesorios para niños y adulto como estuches, bolsas, monederos y accesorios para el hogar hechos en base de bayetilla con diseño que representan su cultura intacta, la cultura mollo.
Kusisiña	Prendas hechas de alpaca superfina tejidas en máquinas manuales y/o a crochet: chalinas, gorros, guantes, chompas, ponchos entre otros.
Rhema	Vasijas hechas de madera de la Amazonía de manejo sostenible como cuta, verdolago, almendrillo entre otros. También se usa los pedazos de madera rescatados de la Amazonía.
Telares Santa Fe	Artículos para el hogar de hilo de algodón y sintético hechos en telares manuales verticales por mujeres de la selva tropical en Bolivia: individuales, hamacas, alfombras y bolsas.
Cerámicas Jiwasa	Cerámicas inspirada en la cultura tiwanakota con sus

	colores y diseños: kerus, vasos ceremoniales, etc.
Mariposa Azul	Accesorios en forma de mariposas hechas en cáñamo sintético y piedras semipreciosas, inspiración tomada de las mariposas de Güenbe en Santa Cruz: collares, pulseras, aretes y tobilleras.
Sumaj Inti	Objetos hechos en fieltro de lana con colores diversos: zapatones, carteras, flores, jabones exfoliantes, etc.
Villa Esperanza APTEC	Textiles quechuas-aymaras con técnicas de tejido ancestrales, iconografía y tintes naturales, manteniendo en vida la cultura quechua y aymara.

h) Productos Ecológicos Naturaleza S.A.²⁵

Es una organización que se encuentra en Cochabamba especializada en la producción de té de frutas en diversas clases como el té verde sin fermentar, té de frutas con edulcorantes y frutas secas ya sea sin o con edulcorante.

Los países destino de los productos son: Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Estados Unidos, Italia, Holanda, Perú y Rumania.²⁶

i) Artesanías Pachamama²⁷

Organización establecida en la ciudad de La Paz que se dedica a la producción de artesanías en algodón y en lana hechas a mano, teniendo como productos: tejidos de algodón, suéteres, chalecos, cardigans, chales, pañuelos de cuello, mantillas, velos, guantes, mitones, manoplas, tapicería. También se produce cerámica como estatuilla.

Los países destino de los productos son: Alemania, Irlanda e Italia.

²⁵ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>.

²⁶ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

²⁷ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

j) COMART Tukuypaj²⁸

COMART Tukuypaj, “Comunidad de Productores de Artesanía para Todos” es una organización sin fines de lucro que busca, según sus objetivos, la sostenibilidad y sustentabilidad, con independencia y autonomía propia para los artesanos y artesanas. Asocia a 37 talleres organizados de artesanas y artesanos quienes participan en la organización a través de sus representantes, en las asambleas, seminarios, encuentros y capacitaciones.

Sus productos son: bolsos de mano, estatuillas, objetos de madera, tejidos de fibras textiles vegetales, tejidos hilados de papel, alfombras de nudo de material textil, instrumentos musicales de viento, suéteres, guantes, mitones, pañuelos de cuello, mantillas, velos y otras prendas confeccionadas en lana o pelo fino.

Los países destino son: Australia, Canadá, Colombia, Italia, Japón y Reino Unido.²⁹

k) Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia³⁰

El Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia es una instancia de representación integrada por varias organizaciones matrices y de base de todo el país y además integran otras instancias sociales comprometidas con los derechos de los productores.

Su origen recae en la “Plataforma de Economía Solidaria y Comercio Justo” que resultó de los encuentros de:

- 2005: Primer Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria (Cochabamba-Bolivia)
- 2006: Declaración de Cochabamba y una serie de ferias de Comercio Justo en todo el país.

²⁸ <http://www.comart-tukuypaj.com/>

²⁹ <http://www.promueve.gob.bo/directorio/empdetalle>

³⁰ <http://www.economiasolidaria.org> Brochure del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia.

- 2007: Segundo Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria (La Habana-Cuba).

Primer Encuentro Nacional de Economía Solidaria Comercio Justo (Achocalla- Bolivia). En este último evento se creó la Plataforma Multisectorial de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria.

Segundo Encuentro Nacional de Economía Solidaria (La Paz-Bolivia).

- 2008: Creación del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia.

El movimiento tiene por misión promover, desarrollar y difundir la Economía Solidaria y el Comercio Justo. Su visión es ser el referente nacional e internacional de la Economía Solidaria y el Comercio Justo.

Está conformado por: Organizaciones productoras de sectores textiles, madera, cerámica, joyería, alimentos, artesanía, cuero y otros, CECI Uniterra, RENACC La Paz, CECADDEM, CIOEC, CEPAS CARITAS Bolivia, Red OEPAIC, El CEIBO e instituciones públicas como: Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.

Sus lineamientos estratégicos y sus respectivos objetivos son:

I. Organización para el fortalecimiento del Movimiento de Economía Solidaria y el Comercio Justo (MESyCJ)	<ul style="list-style-type: none">- Integrar a todas las organizaciones inmersas en la economía solidaria a nivel nacional y motivar la participación activa de las organizaciones afiliadas al MESyCJ.- Gestionar recursos económicos a nivel de la cooperación para el funcionamiento orgánico y administrativo del MESyCJ.- Implementar una estrategia de comunicación del movimiento.
--	---

	- Construcción de bases teóricas para que la economía solidaria y comercio justo se conviertan en una alternativa de desarrollo.
II. Incidencia política y relacionamiento interno	- Promover la promulgación de una Ley que permita la creación de una instancia gubernamental que permita visibilizar y poner la economía solidaria y comercio justo en Bolivia.
III. Fortalecimiento de la capacidad de los recursos humanos, comunicación, investigación y sistematización.	- Gestionar y promocionar la producción y comercialización local, nacional e internacional bajo los principios de comercio justo.
IV. Gestión de la producción, generación de valor agregado y búsqueda de mercados.	- Fortalecer, sistematizar y socializar los conocimientos y experiencias tomando en cuenta los saberes previos para la calidad de la producción.

1.2. Datos Históricos del Tratado de Comercio de los Pueblos³¹

Los datos históricos del Tratado de Comercio de los Pueblos se centran en la Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) que nace en diciembre de 2001 como el gran sueño del Libertador Simón Bolívar de “ver formar en

³¹ (No se toma en cuenta los propios antecedentes históricos de la Alternativa Bolivariana para las Américas porque sería entrar a un campo con características únicas que difiere del camino de esta tesis)

América la más grande nación del mundo, menos por su extensión y riqueza que por su libertad y gloria”³².

Esta idea de crear un nuevo proceso de integración en las Américas surge del Presidente de la República Bolivariana de Venezuela Hugo Chávez Frías en la III Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de la Asociación de Estados del Caribe, celebrada en la Isla Margarita-Venezuela cuya base radica en hacer frente al proceso conocido como Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) concebido como el punto de culminación del poder de Estados Unidos.

Después de tres años, el 14 de diciembre de 2004 se plasmó ese nuevo proceso de integración con la firma del documento fuente, la **“Declaración Conjunta entre el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela y el Presidente del Consejo de Estado de la República de Cuba para la creación de la Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América”** en La Habana-Cuba.

En este documento ambos representantes de sus respectivos países reconocen que “la integración es condición imprescindible para aspirar al desarrollo en medio de la creciente formación de grandes bloques regionales que ocupan posiciones predominantes en la economía mundial”³³, motivo por el cual se crea la Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América, un proceso de integración que se basa en la cooperación, la solidaridad y la voluntad común de avanzar hacia niveles aún más altos de desarrollo, en base a los siguientes principios y bases cardinales³⁴: (mencionados de manera enunciativa)

1. El comercio y la inversión no deben ser fines en sí mismos, sino instrumentos para alcanzar un desarrollo justo y sustentable.
2. Trato especial y diferenciado.

³² iicumbrepetrocaribe.menpet.gob.ve

³³ <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2060>

³⁴ Órgano Divulgativo del Banco de Comercio Exterior. ALBA Economía: Revista de Economía Política. (Bancoex). Págs. 6-8.

3. La complementariedad económica y la cooperación entre los países y producciones.
4. Cooperación y solidaridad que se exprese en planes especiales para los países menos desarrollados en la región, que incluya un Plan Continental contra el analfabetismo.
5. Creación del Fondo de Emergencia Social.
6. Desarrollo integrador de las comunicaciones y el transporte entre los países latinoamericanos y caribeños.
7. Acciones para propiciar la sostenibilidad del desarrollo mediante normas que protejan el medio ambiente.
8. Integración energética entre los países de la región que asegure el suministro estable de productos energéticos.
9. Fomento de las inversiones de capitales latinoamericanos en la propia América Latina y el Caribe.
10. Defensa de la cultura latinoamericana y caribeña y de la identidad de los pueblos de la región, con particular respeto y fomento de las culturas autóctonas e indígenas.
11. Normas de propiedad intelectual.
12. Concertación de posiciones en la esfera multilateral y en los procesos de negociación de todo tipo con países y bloques de otras regiones.

En esa misma fecha se suscribe el **“Acuerdo entre el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela y el Presidente del Consejo de Estado de Cuba para la aplicación de la Alternativa Bolivariana para las Américas”**.³⁵

Decididos a establecer un proceso de integración que tiende a alcanzar un comercio beneficioso para las partes mediante la complementariedad productiva con bases de

³⁵ <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2097>

racionalidad, aprovechamiento de ventajas existentes, ahorro de recursos, ampliación del empleo útil, acceso a mercados u otra consideración sustentada en el principio de solidaridad, ayudado con el intercambio de paquetes tecnológicos, ejecución de inversiones en iguales condiciones que las inversiones nacionales, apertura de subsidiarias de bancos estatales en el territorio de la otra parte, facilitación de pagos y transacciones comerciales y financieras y la novedad de practicar un comercio compensado siempre y cuando sea beneficioso para el intercambio comercial.

Siendo un proceso de integración que ve más allá de lo comercial pretende eliminar el analfabetismo, impulso de programas culturales que contengan las características y la identidad cultural de la región.

Cada parte ha establecido un conjunto de acciones como la eliminación de modo inmediato de aranceles o cualquier tipo de barrera no arancelaria a las importaciones hechas por ambos países, exención de impuestos sobre utilidades a las inversiones estatales y de empresas mixtas de ambos países, facilidades a los barcos y aeronaves, consolidación de paquetes turísticos, ofrecimiento de becas para estudios, transferencia de tecnología, financiamientos para proyectos de infraestructura, pago con productos del país de destino u otra moneda, servicios en la educación y la salud, incentivos fiscales, precio del petróleo venezolano de 27 dólares por barril.

El 29 de abril de 2006, Bolivia ingresa a la Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América mediante la **“Contribución y suscripción de la República de Bolivia a la Declaración Conjunta firmada en La Habana, el 14 de diciembre del 2004”**, en la que hace suyos los principios, objetivos y bases conceptuales del ALBA.

También ingresaron la República de Nicaragua, la Mancomunidad de Dominica, la República de Honduras, la República de Ecuador, San Vicente y las Granadinas y Antigua y Barbuda.

En cuanto a su estructura, el ALBA tiene por cabeza el **Consejo de Presidentes** que se reúnen en las Cumbres ALBA-TCP, luego están el **Consejo de Movimientos Sociales** y el **Consejo de Ministros** conformado por los Cancilleres. De este último,

dependen la **Comisión Política**, la **Comisión Económica-Social-DD.HH.**, la **Comisión de Energía**, el **Banco del ALBA** y la **Coordinación Permanente** con sus respectivas **Coordinaciones Nacionales**.³⁶

³⁶ <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2097>

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La presente tesis tiene como marco teórico la Teoría de la Economía Alternativa y Solidaria, la teoría del Comercio Justo y los principios del Tratado de Comercio de los Pueblos, cada uno comentado y/o analizado, dando el sustento a la existencia de la presente investigación.

2.1. Teoría de la Economía Alternativa y Solidaria³⁷

La Teoría de la Economía Alternativa y Solidaria es una nueva teoría económica creada por la sociedad civil que ha visto la necesidad de acabar con los desajustes de los sistemas económicos actuales como la desigualdad en los ingresos, la pobreza, la exclusión y otros. La sociedad civil está en permanente proceso de desarrollo de esta teoría con el objetivo de que los gobiernos la apliquen, siendo que ella ya lo ha venido haciendo.

2.1.1. Antecedentes y Definición

A partir del II Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre, Brasil del 25 al 30 de enero de 2001, se estableció la necesidad de adoptar una denominación única y poderosa a esta nueva revolución de pensamiento que se basa en la justicia, la ética y la solidaridad, y que muchos grupos de diferentes países han venido proponiéndola y aplicándola, llamada Economía Alternativa y Solidaria.

La Economía Alternativa y Solidaria puede definirse como:

- El sistema socioeconómico, cultural y ambiental desarrollado de forma individual o colectiva a través de prácticas solidarias, participativas, humanistas y sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como fin de la economía.³⁸

³⁷ La teoría de la Economía Alternativa y Solidaria fue obtenida de la página web http://www.economiasolidaria.org/ecoso_dic_ed.pdf. Pero la presentación es idea de la tesista, por lo que no es copia idéntica del documento original.

- El conjunto de las actividades de producción, distribución y consumo que contribuyen a la democratización de la economía a partir de compromisos ciudadanos tanto a escala local como global.³⁸

2.1.2. Principios de la Economía Alternativa y Solidaria

Los principios de la Economía Alternativa y Solidaria son⁴⁰:

1. Igualdad

Promover la igualdad en las relaciones y satisfacer de manera equilibrada los intereses de todas las personas protagonistas en las actividades de la empresa o de la organización.

2. Empleo

Crear empleo estable, favoreciendo especialmente el acceso de personas en situación o riesgo de exclusión social, asegurando a cada persona condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y la asunción de responsabilidades.

3. Medio ambiente

Favorecer acciones, productos y métodos de producción respetuosos con el medio ambiente.

4. Cooperación

Favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización.

5. Sin carácter lucrativo

Las iniciativas solidarias tienen como fin principal la promoción humana y social, por lo que son de carácter esencialmente no lucrativas. Los beneficios revertirán a la

³⁸ http://www.economiasolidaria.org/ecoso_dic_ed.pdf/Carlos Askunze, REAS Euskadi (Red de Economía Alternativa y Solidaria)

³⁹ http://cooperacion.ayuncordoba.es/images/stories/cooperacion/publicaciones/Libro_certificacion_CJ_y_etico_lcaria.pdf

⁴⁰ http://www.economiasolidaria.org/ecoso_dic_ed.pdf/ Carlos Askunze, REAS Euskadi (Red de Economía Alternativa y Solidaria)

sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros.

6. Compromiso con el entorno

Las iniciativas solidarias estarán comprometidas con el entorno social en el que se desarrollan, lo que exige la cooperación con otras organizaciones así como la participación en redes, como camino para que experiencias solidarias concretas puedan generar un modelo socioeconómico alternativo.

2.1.3. Facetas de la Economía Alternativa y Solidaria

La Economía Alternativa y Solidaria se muestra en sus facetas con características propias que siguen evidentemente la base teórica anteriormente mencionada:

a) Producción social y ecológicamente sostenible

La elaboración de un producto debe cumplir con las normas laborales, normas de seguridad industrial y normas medioambientales. Las técnicas a utilizar no deben dañar al medio ambiente, caso contrario el daño causado debe ser compensado.

b) Finanzas Éticas

Es un abanico de posibilidades de inversión con una finalidad más social que monetaria. Sus principios básicos son:

- El ahorrador tiene derecho a saber de qué modo se está utilizando su dinero, qué proyectos, ideas o empresas se están financiando con él.
- Los recursos económicos deben utilizarse con un provecho social, creando empleo, ayudando a la inserción socio-laboral de personas excluidas, proveyendo de productos o servicios de utilidad social, apoyando procesos productivos limpios, etc.
- Las entidades promotoras de fórmulas financieras alternativas no deben centrarse únicamente en la recuperación de las cantidades prestadas o invertidas, sino también realizar labores de apoyo en la medida de sus posibilidades.

- Los recursos económicos deben invertirse en proyectos viables, de manera que no se incurra en pérdidas que defrauden las expectativas de los ahorradores o mermen la capacidad de reutilización de tales recursos.
- Una gestión financiera no debe perseguir fines lucrativos, sino que manifieste una decidida vocación social.

Todo se resume en la creación de la **Banca Ética** que es una propuesta de intermediación financiera que persigue la transformación social, por lo que la captación de capital, inversión y préstamo se realizan en base a fines serviles a la justicia. Sus objetivos son:

- Financiar actividades económicas que comporten un impacto social positivo y transformador. Es decir, apoyar empresas, actividades y proyectos sociales, ecológicos, culturales y solidarios, favoreciendo el desarrollo humano en la sociedad, poniendo dinero a disposición de las personas excluidas y de las organizaciones que trabajan con ellas.
- Ofrecer instrumentos de ahorro y de inversión responsables. Se trata de poner a disposición de la ciudadanía la posibilidad de apoyar con sus ahorros ese tipo de actividades, decidiendo responsablemente el uso que de éstos hace la entidad financiera y excluyendo cualquier inversión en actividades o empresas que colaboren con el mantenimiento de la injusticia y el deterioro del mundo (tráfico de armas, explotación laboral, destrucción del medio ambiente...)

c) Comercio Justo

El comercio justo, también llamado comercio alternativo, es definido de forma general como la forma alternativa de comercio que promueve una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

d) Consumo Responsable

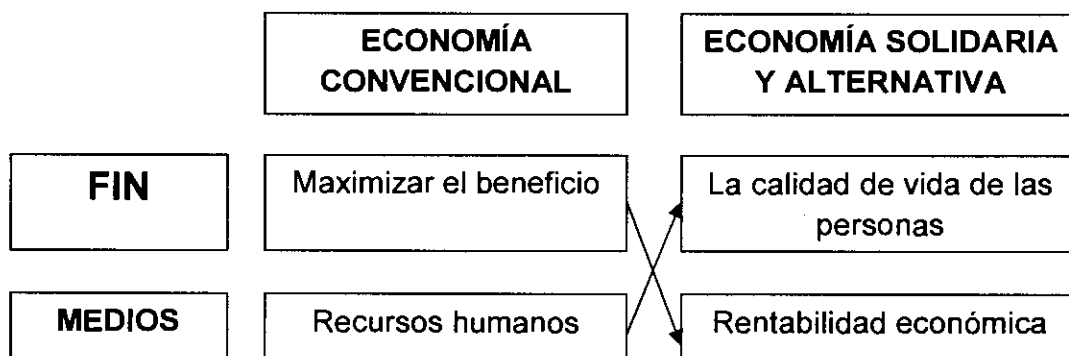
El consumo responsable es la satisfacción de una necesidad humana de forma eficiente, lo que quiere decir que se satisfarán las necesidades humanas con los productos necesarios, evitando la compra excesiva. El consumidor será un consumidor sensibilizado y conocedor del impacto ecológico, social y económico que efectúa su consumo.

Inciden tres factores. El primero, **la observancia del impacto ecológico que lleva en sí la producción de un producto**. Al consumir responsablemente se debe conocer que la elaboración del producto no ha utilizado técnicas que han tenido por efecto la destrucción del medio ambiente. Por eso, se toman en cuenta variables como el ritmo de crecimiento de los recursos utilizados, emisión de residuos y gases tóxicos, reemplazo por otros recursos y demás que van surgiendo en el proceso de conocer el mejor camino de producción pro-medio ambiente.

El segundo factor es **conocer el tipo de comercio que se favorece**. Al ser parte el consumo responsable se beneficia consecuentemente al comercio justo.

Y el tercer factor es la **calidad del producto**, se subraya en la elaboración de productos saludables, así como no se quiere hacer más daño al medio ambiente y buscar nuevas alternativas de producción, acontece lo mismo con la salud humana que en los últimos tiempos se ha visto el boom del consumo de lo natural y ecológico. Además de ser saludables, los productos deben durar un tiempo razonable. Si se consumen productos que duran poco tiempo, se necesitarán otros que igual durarán poco tiempo, generando un círculo de daño al medio ambiente.

Como conclusión, en la Economía Alternativa y Solidaria el medio es la rentabilidad económica y el fin es mejorar la calidad de vida de las personas, situación que no acontece en la Economía Convencional ya que el medio es el recurso humano y el fin es la rentabilidad económica.



(Cuadro realizado por Carlos Askunze de REAS Euskadi, Red de Economía Alternativa y Solidaria para www.economiasolidaria.org)

Las relaciones se asientan en la cooperación, la complementariedad, la no competitividad, desarrollo de la democracia, conservación ecológica, generación de riqueza, aprovechamiento de ventajas, financiamiento en condiciones éticas, refuerzo a las capacidades de las personas y colectivos excluidos y empoderamiento de la participación civil entre otras cosas.

2.1.4. Comentario y Análisis

La teoría de la Economía Alternativa y Solidaria valora las necesidades y capacidades de las personas por encima del capital y su acumulación, situación que es demostrada por los seis principios establecidos y que por consiguiente sus facetas los cumplen para crear y aplicar su propia teoría.

Sin embargo, no hay que considerarla como el reemplazo de la Economía Convencional y sus diversas facetas, sino hay que tratarla y aplicarla de manera paralela a la Economía Convencional. Hay tres aspectos a considerar: el primero, jamás se podrá hacer a un lado aquella economía y comercio que se realiza día a día por millones de personas, ya que existe un estructura y una superestructura que dan lugar a esta situación; el segundo, no se puede negar que de la misma sociedad civil emergió la voz de implantar una nueva economía que reduzca las desigualdades y que

brinde nuevas oportunidades para la inclusión al orden económico mundial; y el tercero, no se puede forzar a las personas a entrar y aplicar esta nueva economía, ya que su misma realización y desarrollo dependen de la voluntad de la persona y sobretodo del compromiso ideal y práctico para su elección y ejecución.

En conclusión, la Economía Alternativa y Solidaria nunca reemplazará a la Economía Convencional y sus facetas, a pesar de que ésta surge por la necesidad que observa la sociedad civil de mejorar las relaciones económicas y alejarse de esos parámetros de desigualdad y exclusión, pero que solo su aplicación dependerá de la voluntad y compromiso de ingresar y efectivizar la misma y sus diversas facetas.

Bolivia ha realizado un reconocimiento de la Economía Alternativa y Solidaria en los diversos encuentros de las diferentes organizaciones de Comercio Justo del país y lo mismo hace el gobierno del Presidente Juan Evo Morales Ayma en la Constitución Política del Estado, el Plan Nacional de Desarrollo y el Tratado de Comercio de los Pueblos, puntos que serán desarrollados en el Marco Jurídico.

2.2. Comercio Justo

El Comercio Justo es faceta de la Economía Alternativa y Solidaria, por consiguiente es otra base teórica que sustenta la presente tesis.

2.2.1. Concepto de Comercio Justo

a) Según el grupo **FINE**⁴¹, "el comercio justo es una asociación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando el cumplimiento de los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores) están comprometidas activamente y

⁴¹ **FINE** es la reunión de las cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional: FLO (Fairtrade Labelling Organization International), IFAT (International Fair Trade Association), NEWS (Network of European Worldshops) y EFTA (European Fair Trade Association).

prestando su apoyo a los productores, despertando la conciencia pública y luchando por cambiar las normas y prácticas habituales del comercio internacional.”⁴²

b) La **Comisión del Consejo de la Unión Europea** indica que “el comercio justo se aplica generalmente a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial. Apunta principalmente a los Países en Desarrollo y,..., consta de dos elementos principales:

- Garantizar que los productores, incluidos los trabajadores, tengan una participación adecuada en el beneficio total;
- Mejorar las condiciones sociales, en concreto las de los trabajadores en los casos en que no existen estructuras desarrolladas de servicios sociales y representación laboral (sindical por ejemplo), etc.”⁴³

c) Para la **Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España**, “el Comercio Justo es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional. La novedad del Comercio Justo es que las organizaciones del Norte no se limitan a transferir recursos para crear infraestructuras, capacitar o pre-financiar a los grupos productores, sino que participan activamente en la comercialización mediante la importación, distribución y venta directa al público. Además realizan una importante labor de denuncia y concienciación.”⁴⁴

d) Según **FLO**, “el Comercio Justo es una estrategia para la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible. Su propósito es crear oportunidades para productores y

⁴² [http:// www.befair.be](http://www.befair.be)

⁴³ Comisión del Consejo de la Unión Europea. Comunicación de la Comisión al Consejo, de 29 de noviembre de 1999, relativa al «comercio justo» [COM (99) 619 final - no publicada en el Diario Oficial]. <http://europa.eu/legislation>

⁴⁴ http://www.e-comerciojusto.org/mm/file/EI_ABC_del_CJ_1.pdf

trabajadores en el Sur que han sido marginados o colocados en una situación económica desventajosa por el sistema comercial convencional.”⁴⁵

2.2.1.1. Comentario y Análisis

Todos los conceptos tienen un aspecto en común “pequeños productores y trabajadores del desfavorecidos, marginados del comercio convencional”, por lo que se considera al Comercio Justo como una estrategia o una alternativa que ayuda a incluirlos para que obtengan mejores condiciones de vida en los parámetros de una nueva forma de hacer comercio.

Falta dar una definición⁸⁵ⁿ de Comercio Justo y para ello hay que comenzar indicando que el Comercio Justo lleva la palabra comercio que significa “la actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza”⁴⁶, en otras palabras es el intercambio de bienes y servicios de libre circulación para obtener lucro. A diferencia del comercio convencional, en el Comercio Justo no se habla de lucro sino de ganancias con fines sociales, bajo el principio “sin carácter lucrativo”.

En segundo lugar, diferenciándose del comercio convencional, el Comercio Justo busca la inclusión de los trabajadores y productores excluidos del comercio convencional y paralelamente respetar y cumplir estrictamente los Derechos Humanos, los derechos laborales, las normas de seguridad industrial, la satisfacción de necesidades básicas y un poco más, es decir que los trabajadores y productores están por encima del capital y su acumulación.

Por tanto, la definición de Comercio Justo es “el intercambio de bienes y servicios de libre circulación, obteniéndose una ganancia destinada a fines sociales y dentro del cual se aplican y cumplen estrictamente los Derechos Humanos, las normas laborales y de seguridad industrial, la satisfacción de necesidades básicas y un poco más que

⁴⁵ http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/GTS_Aug09_SP.pdf

⁴⁶ Ossorio, Manuel. Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Editorial Heliasta. 26ª Edición. 2005. Pág. 193.

ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas, bajo la teoría de la Economía Alternativa y Solidaria y sus principios”.

Una cosa es cierta, en el Comercio Justo solo se ha llegado a comerciar bienes y no así servicios, es todo un proceso que hay que seguir paso a paso con las herramientas que se tienen.

Algunas veces se puede llegar a confundir el Comercio Justo con comercio ético y soberanía alimentaria.

El **comercio ético**, es el comercio con bases éticas cuyo “objeto es hacer cumplir condiciones sociales y medioambientales mínimas, basadas en las normas internacionales reconocidas, como las de la Organización Internacional del Trabajo para lo que es derechos de los asalariados (salarios mínimos, derecho de asociación, etc.), y a fomentar el progreso social para los trabajadores de estas empresas”⁴⁷. Surgió por las denuncias de las violaciones a los Derechos Humanos de los trabajadores, consecuentemente las empresas tuvieron que establecer ciertos criterios éticos para el desarrollo de la producción y el trabajo. Se insiste en la responsabilidad social de la empresa por su gran poder económico que puede favorecer al cambio de las condiciones sociales y medioambientales, sobretodo en países pobres. La diferencia entre comercio ético y Comercio Justo es que el último no se circunscribe solamente a lo ético, sino también a lo justo y a lo solidario y las empresas que puedan surgir en el Comercio Justo (micro, pequeña, mediana o grande que sería excepcional) se manejan dentro de la Economía Alternativa y Solidaria, mientras que las empresas que hacen comercio ético lo hacen dentro de sistemas económicos distintos al del Comercio Justo.

La **soberanía alimentaria**, entendida como “una estrategia específica de promoción y protección a una agricultura nacional que, aprovechando los recursos y capacidades disponibles, impulse la diversificación de cultivos que reduzca la alta dependencia de

⁴⁷ <http://www.lequitable.fr/es/ethique.html>

alimentos importados, y un manejo económico, social y ecológicamente sustentable.”⁴⁸
El Comercio Justo puede ser utilizado como una herramienta para ejecutar la soberanía alimentaria en nuestro país, pero no puede reducirse a ella, ya que éste busca la inclusión de trabajadores y productores excluidos del comercio convencional. Otra situación es que estos actores colaboren a la soberanía alimentaria del país con su producción para el consumo interno, evitando la importación de determinados productos, aunque siempre parte de esta producción es direccionada a la exportación.

Una frase que se utiliza para referirse al Comercio Justo es “comercio con justicia”, esta denominación es correcta dependiendo el contexto. Es usada por organizaciones como Intermón Oxfam en su libro “Comercio con Justicia.” (Barcelona-España. 2002. Págs. 270) o la Organización de las Naciones Unidas a través de su ex Secretario General Kofi Annan⁴⁹ y de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO-Food and Agriculture Organization).

En el primer caso, Intermón Oxfam usa la frase “comercio con justicia” para hacer referencia al Comercio Justo, siendo esta organización parte de este “movimiento” desde 1996, que cuenta con 46 tiendas de Comercio Justo en España.

En el segundo caso, la Organización de las Naciones Unidas utiliza la frase “comercio con justicia” para indicar que las reglas en que se manejan las relaciones comerciales a nivel internacional deben ser orientadas a ser más equitativas, por ejemplo reducir los subsidios a la producción que otorgan los países industrializados a sus productores, lo que no sucede en Países en Desarrollo y Países Menos Adelantados. Por lo tanto, esta frase no hace referencia al Comercio Justo, porque para implantarlo y desarrollarlo se necesita de una estructura que es la Economía Alternativa y Solidaria y recién se manifiesta el Comercio Justo. La Organización de las Naciones Unidas

⁴⁸http://www.rel-uita.org/internacional/suplemento_pt/declaracion-cochabamba.htm/ DECLARACIÓN DE COCHABAMBA "Encuentro de Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina" en Cochabamba, Bolivia, del 13 al 15 de septiembre del 2005

⁴⁹ Esto expresó el Ex Secretario General de las Naciones Unidas Kofi Annan en el marco de inauguración de la Ronda de Doha: "Si los países en desarrollo pudieran competir en condiciones justas, y no tener que lidiar con subsidios injustos y tarifas demasiado altas, cosecharían dividendos mucho mayores que los que la ayuda y otras medidas pueden generar". (<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/onu-aboga-por-comercio-justo-para-impulsar-el-crecimiento-208158-208158.html>)

reconoce al Comercio Justo, es así que en la página web de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación, www.fao.org, menciona al Comercio Justo como es en realidad de manera informativa y como una alternativa como lo demuestra en su documento “El Comercio Justo: Una alternativa para la agroindustria rural de América Latina” por Gastón Vizcarra K., Consultor de la FAO.⁵⁰

Con el Comercio Justo existen dos palabras muy implícitas, sociedad civil y desarrollo. La sociedad civil es el personaje que promueve el Comercio Justo sin tener conexiones con el gobierno de turno y que construye nuevas relaciones comerciales que reportan desarrollo a los miembros de las organizaciones de Comercio Justo y al país en general.

a) Sociedad Civil

Según Center for Civil Society (CCS) de la London School of Economics, “sociedad civil refiere a la arena de acción colectiva no coercitiva alrededor de intereses compartidos, propósitos y valores. En teoría, sus formas institucionales son distintas de aquellas del Estado, familia y mercado, sin embargo en la práctica, las fronteras entre Estado, sociedad civil, familia y mercado son a menudo complejas, nubladas y negociadas. Sociedad civil, comúnmente, abarca una diversidad de espacios, actores y formas institucionales, variando en sus grados de formalidad, autonomía, y poder. Sociedades civiles son a menudo pobladas por organizaciones como asociaciones de caridad, ONG’s, grupos comunitarios, organizaciones de mujeres, organizaciones de base, asociaciones profesionales, sindicatos, grupos de auto-ayuda, movimientos sociales, asociaciones de negocios, coaliciones y grupos de abogados.”⁵¹

Según Marco Coscione, “la sociedad civil es el conjunto organizado de actores o grupos de actores, particulares u organizados, que promueven de manera no violenta intereses, ideas o ideales comunes que indirectamente benefician a la sociedad local, regional, nacional o global. La relación entre estos actores no incluye actividades con fines de lucro o de gobierno. Todos los actores de la sociedad civil actúan de manera

⁵⁰ <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/agro/pdf/comerjus.pdf>

⁵¹ [www.lse.ac.uk/Definición de Sociedad Civil del Center for Civil Society](http://www.lse.ac.uk/Definición%20de%20Sociedad%20Civil%20del%20Center%20for%20Civil%20Society)

independiente respecto al Gobierno de turno, defienden valores democráticos y la idea de un mundo más justo, solidario y sostenible donde ellos mismos puedan jugar un papel más protagónico.”⁵²

b) Desarrollo

Según Amartya Sen en el libro *Development as Freedom*, “desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutan los individuos.”⁵³

La palabra desarrollo se utiliza para mencionar desarrollo humano, desarrollo económico, desarrollo sostenible, desarrollo productivo y otros. Lo que interesa para la presente tesis es desarrollo humano y desarrollo económico que hacen el desarrollo sostenible.

Según el Informe de Desarrollo Humano del año 2005, “el desarrollo humano consiste en la libertad y la formación de las capacidades humanas, es decir, en la ampliación de la gama de cosas que las personas pueden hacer y de aquello que pueden ser. Las libertades y derechos individuales importan, pero las personas se verán restringidas en lo que pueden hacer con esa libertad si son pobres, están enfermas, son analfabetas o discriminadas, si se ven amenazadas por conflictos violentos o se les niega participación política.”⁵⁴

Desarrollo económico es “la capacidad que tienen los países o las regiones para generar riqueza a fin de que sus habitantes tengan bienestar”⁵⁵, desde un punto de vista de crecimiento económico, porque actualmente este término debe ser entendido

⁵² Coscione, Marco. *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 22.

⁵³ Coscione, Marco. *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 17.

⁵⁴ Coscione, Marco. *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 18-19.

⁵⁵ <http://www.gestipolis.com>

desde el punto de vista de la calidad de vida como la “capacidad para satisfacer las necesidades básicas de las personas con ese incremento en la riqueza.”⁵⁶

Desarrollo sostenible se define como “el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades”⁵⁷. Presenta tres elementos: lo social (el desarrollo humano), lo económico (desarrollo económico) y lo ambiental manejado en forma equilibrada.

2.2.2. Esencia del Comercio Justo⁵⁸

El Comercio Justo intenta:

- deliberadamente trabajar con productores y trabajadores marginados a fin de ayudarlos a moverse de la posición de vulnerabilidad hacia una posición segura y económica autosuficiente.
- facultar a los productores y trabajadores como stakeholders (las personas interesadas)⁵⁹ en sus propias organizaciones.
- activamente jugar un papel más amplio en la arena global para alcanzar mayor equidad en el comercio internacional.

2.2.3. Principios del Comercio Justo

Los Principios del Comercio Justo han sido establecidos por las cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional: FLO, IFAT; NEWS y EFTA, los cuales son aplicados por todas las organizaciones de Comercio Justo del mundo y que muchas de éstas han logrado establecer criterios e incluso estándares en base a estos principios, teniendo parámetros más específicos del Comercio Justo.

⁵⁶ <http://www.gestipolis.com>

⁵⁷ <http://www.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/14PolEcSoc/140DesSost.htm>. Definición de la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (Comisión Brundtland) en 1987.

⁵⁸ FAIR TRADE DEFINITION AND PRINCIPLES as agreed by FINE1 in December 2001 / www.scribd.com/doc/.../Fair-Trade-Definition-and-Principles

⁵⁹ **stakeholder** (*stakeholders plural*) **Stakeholders** are people who have an interest in a company's or organization's affairs. (BUSINESS) n-count <http://diccionario.reverso.net/ingles-cobuild/stakeholder>

Los Principios del Comercio Justo se desarrollan en el Capítulo IV: Marco Jurídico, punto de la normativa internacional, ya que son el marco en que se basa la propuesta de la presente tesis.

2.2.4. Estándares del Comercio Justo

La Organización Mundial del Comercio Justo, en la Declaración de 18 de noviembre de 2009, instituyó diez estándares que deben aplicar las organizaciones de Comercio Justo en el mundo dentro de su trabajo diario para cumplir a cabalidad sus funciones con un sistema de monitoreo constante⁶⁰:

1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica

La reducción de la pobreza a través del Comercio Justo es la llave que forma parte de los objetivos de las organizaciones. La organización apoya a pequeños productores marginados, sean éstos negocios de familia independientes o grupos de asociaciones o cooperativas. Se les permite moverse de un ingreso inseguro y pobre hacia una economía autosuficiente y de propiedad.

2. Transparencia y rendición de cuentas

La organización es transparente en su administración y relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus grupos de interés y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial proporcionada. La organización encuentra maneras apropiadas y participativas para involucrar empleados, miembros y productores en la toma de decisiones. Asegura que la información relevante sea provista a todos los socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena.

3. Prácticas comerciales

La organización de Comercio Justo comercia para obtener el bienestar social, económico y medioambiental de los pequeños productores marginados, nunca en su desmedro ni mucho menos para maximizar ganancias. Es responsable y profesional en

⁶⁰ http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14

el cumplimiento de sus compromisos en forma oportuna. Los proveedores respetan los contratos y entregan productos a tiempo y con la calidad deseada y las especificaciones.

Los compradores de Comercio Justo, reconociendo las desventajas financieras de los productores y proveedores, aseguran que los pedidos se pagan en el recibo de los documentos y de acuerdo con las directrices adjuntas. Un desinteresado pago de por lo menos 50% es realizado si éste es solicitado.

Cuando los proveedores del sud reciben este pre-pago de los compradores, ellos aseguran que este pago es pasado a los productores o granjeros quienes hacen o cosechan sus propios productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar los pedidos. Cuando los pedidos son cancelados, no por fallas de los productores o compradores, es garantizada una compensación adecuada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan a los compradores si hay problemas con la entrega y aseguran una compensación cuando las cantidades y calidades entregadas no concuerdan con aquellas facturadas.

La organización mantiene relaciones de largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y crecimientos del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus contrapartes. Las partes participantes en la relación comercial buscan aumentar el volumen del comercio entre ellos y el valor y diversidad de los productos ofrecidos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores en orden de incrementar sus ingresos. La organización trabaja cooperativamente con otras organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Evita la duplicación de diseños y patrones de otras organizaciones sin su permiso.

4. Pago de una precio justo

Un Precio Justo es aquel que ha sido acordado a través del diálogo y participación, que provee un pago justo a los productores y también que sea sostenible en el mercado.

Cuando exista una estructura de precios de Comercio Justo, esos precios serán usados como el mínimo. El pago justo significa dar una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores y que considera el principio de pago igualitario tanto para hombres como para mujeres.

Cubre costos de producción y permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Además, el pago debe considerar el principio de igualdad entre hombres y mujeres. El marketing y las importadoras de Comercio Justo apoyan a las capacidades constructivas de los productores, cuando sea requerido, para permitirles establecer un precio justo.

5. Trabajo infantil y trabajo forzado

Las organizaciones se adhieren a la Convención sobre los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas y leyes nacionales y locales sobre el empleo de los niños. La organización asegura que no existe trabajo forzado en sus fuerzas de trabajo y/o en sus miembros o trabajadores a domicilio.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo de productores, ya sea de forma directa o por intermediarios, asegura que no se usa trabajo forzado en la producción y el productor cumple con la Convención de los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas, y leyes nacionales y locales sobre el empleo de los niños. Cualquier participación de niños en la producción de productos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje del arte tradicional) es siempre monitoreado y divulgado y no afecta adversamente el bienestar del niño, seguridad, requerimientos educativos y necesidades de recreación.

6. No discriminación, equidad de género y libertad de asociación

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso de entrenamiento, promoción, terminación o retiro basado en la raza, casta, origen nacional, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, VIH/SIDA, estatus o edad.

La organización provee oportunidades para mujeres y hombres para desarrollar sus habilidades y activamente promueve las candidaturas de mujeres para vacantes en trabajos y posiciones de liderazgo en la organización. La organización tome en cuenta las necesidades de salud y seguridad de mujeres embarazadas y madres en periodo de lactancia. Las mujeres participan en las decisiones concernientes al uso de los beneficios de los procesos de producción. La organización respeta el derecho de los empleados de formar sindicatos y hacer negociaciones colectivas. Donde sean restringidas ambas figuras, por ley y/o políticas ambientales, la organización las permitirá. La organización asegura que los representantes de los empleados no son sujetos de discriminación en el lugar de trabajo.

Las organizaciones, que trabajan directamente con los productores, aseguran que las mujeres son siempre pagadas por su contribución en el proceso de producción, y cuando las mujeres realicen el mismo trabajo que los hombres serán pagadas bajo los mismos parámetros que los hombres. Las organizaciones también buscan asegurar que en las situaciones de producción donde el trabajo de las mujeres es valorado menos en relación que el de los hombres, el trabajo de las mujeres es reevaluado para equilibrar los parámetros de pago y las mujeres están permitidas de aceptar el trabajo de acuerdo a sus capacidades.

7. Condiciones de trabajo

La organización provee de ambientes de trabajo seguros y saludables a los trabajadores y/o miembros. Cumple, por lo mínimo con las leyes nacionales y locales y las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo sobre salud y seguridad.

En cuanto a la horas de trabajo y condiciones de los empleados y/o miembros (y algunos trabajadores a domicilio), se cumple con las condiciones establecidas por las leyes locales y nacionales y las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo.

Las organizaciones de Comercio Justo están conscientes de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores a quienes compran. Buscan, en forma

permanente, aumentar la conciencia de los temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de producción.

8. Construcción de capacidades

La organización busca aumentar los impactos de desarrollo positivo para productores pequeños y marginados a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones trabajan directamente con pequeños productores, desarrollando actividades específicas para ayudar a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y acceso a mercados (local, regional, internacional). Las organizaciones que compren productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur asisten a esas organizaciones a desarrollar sus capacidades.

9. Promoción del Comercio Justo

Todas las organizaciones deben generar conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial, suministrando a los clientes información sobre la organización, sus productos y las condiciones en que son fabricados al mismo tiempo utilizando técnicas honestas de publicidad y mercadeo que apunten a los estándares más altos en calidad y empaquetado del producto.

10. Medio Ambiente

La organización que produce productos de Comercio Justo maximiza el uso de materias primas desde la gestión sostenible de las fuentes en sus áreas de distribución, comprando localmente cuando sea posible. Usa tecnología de producción que busquen la reducción del consumo de energía y donde sea posible el uso de energías renovables que disminuyen los gases de efecto invernadero. Busca minimizar el flujo de residuos en el medio ambiente. Los productores dedicados a la agricultura minimizan los impactos ambientales mediante el uso de plaguicidas orgánicos o de bajo uso de métodos de producción cuando sea posible.

Compradores e importadores de productos de Comercio Justo otorgan prioridad a la compra de productos hechos de materia prima que origina gestión de recursos sostenible y que tengan el menor impacto sobre el medio ambiente.

Todas las organizaciones usan materiales reciclables o de fácil biodegradación para empaquetar y mandar las mercancías por mar cuando sea posible.

Estos diez estándares ya han sido aceptados por el Parlamento Europeo mediante Resolución de 2 de julio de 1998 sobre Comercio Justo.

2.2.5. Criterios de Comercio Justo

Los criterios varían en el sentido que las organizaciones de Comercio Justo en el Norte indican que deben cumplir más criterios con relación a las organizaciones de Comercio Justo en el Sur a fin de brindarles ayuda, asistencia y colaboración para su mejor desarrollo.

Los criterios de Comercio Justo que se enuncian a continuación pertenecen a la **Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España**⁶¹, en base a los principios de FINE:

a) Criterios referentes a los productores

- Los grupos productores procederán de colectivos registrados bajo forma de asociaciones, sociedades o cualquier forma de microempresa, dependiendo del tipo de objetivos y actividades que tengan como fin.
- Las organizaciones de Comercio Justo en el Norte se ocuparán en particular de trabajar con organizaciones de países del Sur que:
 - atraviesen problemas especiales debido a su pobreza, prácticas discriminatorias y restricciones comerciales.
 - estén comprometidos en el apoyo de la participación y las necesidades de los trabajadores y trabajadoras, en especial, de las mujeres y de los

⁶¹ www.comerciojusto.org/ Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España

grupos raciales o sociales que sufren discriminación, explotación u otras situaciones injustas.

- Los grupos productores no deben instaurar una dependencia exclusiva de la exportación y deberán tender a la creación y fomento de la economía social.
- La estructura organizativa interna de los grupos productores debe ser participativa y democrática, evitando formas organizativas no representativas, de cargos estáticos o situaciones similares que impidan el desarrollo de los fines últimos del grupo productor.
- Las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras deben ser dignas y no atentar contra la salud.
- Los sueldos deben ser dignos e ir acordes con la realidad socioeconómica de la zona.
- El grupo productor debe estar dispuesto y ser capaz de ofrecer al comprador los detalles requeridos sobre los miembros productores, así como de compartir información sobre sus programas o proyectos dirigidos a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades.
- Las organizaciones de Comercio Justo trabajarán, prioritariamente, con grupos productores que estén involucrados en un proyecto social y/o de transformación socioeconómica. Estos grupos, además, deberán mostrar transparencia en su economía, siendo tarea de cada organización del Norte conocer el destino de los beneficios de los productores.

b) Criterios referentes a los procesos de producción

- El producto debe llegar con el máximo valor añadido posible y se incentivará el manufacturado en origen.

- En el proceso de producción se incentivará la utilización de los recursos de la zona y tecnologías blandas no perjudiciales al medioambiente. En cuanto a la producción agrícola, se fomentará la que proceda de la agricultura ecológica.

c) Criterios referentes a los productos

- El productor deberá ser capaz de ofrecer productos de calidad y de planificar su cantidad de producción y las fechas de entrega antes de aceptar los pedidos. Cualquier prórroga o cambio necesario, respecto a las cantidades o fechas de entrega, debe ser notificado al facilitador y al comprador, exponiendo los motivos, con la mayor brevedad posible.
- El productor garantizará que los productos suministrados confirmen la calidad y otras especificaciones que tuviera la muestra modelo, enviada con anterioridad al comprador, y sobre la que se hayan basados los acuerdos del pedido.
- El productor se comprometerá a mantener el nivel de precios hasta la fecha de entrega del material, tal como acuerde con el comprador al confirmar los pedidos. Cualquier cambio en el precio acordado, surgido por motivos ajenos al control del productor, siempre se realizará con el conocimiento y consentimiento previo del comprador. Ambos, productor y comprador, serán responsables y velarán por la viabilidad económica de la transacción comercial.
- El grupo productor debe estar dispuesto a ser capaz de ofrecer los detalles requeridos sobre el producto y los procesos de producción.
- Respecto a los anteriores criterios, el comprador deberá ser flexible y acompañar a los grupos productores en estas tareas mediante asesoramiento y asistencia técnica necesaria para hacer una buena planificación de todos los procesos que conlleve este tipo de comercio.

d) Criterios referentes a las organizaciones de comercio justo en el norte

- Las organizaciones de Comercio Justo del Norte podrán aceptar cualquier fórmula organizativa de acuerdo a su propio proyecto y planteamiento de

objetivos. Sea cual sea su figura, deben ser organizaciones gestionadas de forma participativa y democrática.

- En ningún caso una organización de Comercio Justo será una organización exclusivamente comercial. Todas, y cada una, asumirán el compromiso de trabajar por el fomento de prácticas comerciales justas y la denuncia de las injustas relaciones comerciales internacionales, tanto a título individual como de forma coordinada con el resto de las organizaciones.
- Las organizaciones establecerán, como prioridad, compromisos con productores del Sur en régimen de intercambio justo que se concretará en diferentes actividades: compra y distribución, venta en tiendas, financiación, asesoramiento, campañas de denuncia y/o sensibilización, etc.
- Las organizaciones, en su carácter comercial, mantendrán una práctica no especulativa y mostrarán transparencia económica con especial atención respecto al destino de los beneficios originados por la actividad comercial.
- En las relaciones comerciales, las organizaciones del Norte tendrán especial cuidado en no propiciar situaciones de dependencia, incentivando la diversificación de mercados y productos en el propio contexto y realidad social de los grupos productores.
- Las organizaciones se comprometen a abandonar un proyecto cuando se demuestra que ese no cumple con la filosofía y el espíritu del Comercio Justo y, en su conjunto, incumple el catálogo de criterios.
- Las organizaciones de Comercio Justo del Norte podrán vender los productos en sus propias tiendas o mediante catálogo. También podrán distribuirlos a través de grupos de apoyo o a otras organizaciones.
- La canalización de productos en el mercado tradicional sólo se hará en establecimientos que garanticen, en todos sus aspectos, la imagen de

productos de Comercio Justo y nunca suponga un lavado de imagen para prácticas comerciales ecológicas y socialmente denunciables.

- Las organizaciones trabajarán de forma organizada y coordinada entre ellas para velar por la imagen del Comercio Justo y evitar prácticas que deterioren dicha imagen.
- Las organizaciones se comprometen a crear un sello de garantía identificativo que permita reconocer los productos que cumplen los criterios de Comercio Justo definidos en el presente catálogo.

e) Criterios referentes a las obligaciones de las organizaciones de comercio justo hacia las contrapartes, los consumidores y otras organizaciones

- Cada organización de Comercio Justo tendrá obligación de facilitar información, lo más transparente y detallada posible, referente a las actividades de Comercio Justo que lleve a cabo.
- Las organizaciones se comprometen, en la medida de lo posible, a informar al consumidor sobre las características del producto, el proceso de producción, los grupos productores y la contraparte, además de la cultura y situación económica, social propias del Comercio Justo.
- La información que ofrezcan las organizaciones no debe contener matices paternalistas, ni sexistas ni racistas. No se utilizará una publicidad engañosa y se transmitirá una imagen respetuosa de los Pueblos del Sur, valorando sus procesos de organización y sus reivindicaciones. Tampoco se utilizarán medios ni formas que dañen la imagen del arte y la cultura de las minorías étnicas.
- Las organizaciones deben potenciar una práctica del consumo consciente y responsable. Por ello, se comprometen a trabajar para obtener un aval de Comercio Justo que sirva de garantía legal para el consumidor y para la propia imagen del Comercio Justo.

- Las organizaciones tendrán que pre-financiar parcialmente a los productores.
- En las relaciones entre organizaciones el objetivo básico es el de cooperar entre sí todo lo posible en los siguientes puntos:
 - Intercambiar información sobre las necesidades de los productores del Sur y la forma en que pueden satisfacerse, mediante la compra y comercialización conjunta, apoyo común a determinados proyectos, etc.
 - Cada organización estará abierta a ofrecer su experiencia y conocimiento siempre que beneficie al conjunto del movimiento del Comercio Justo y no tenga una repercusión desfavorable en sus propias actividades comerciales o en su imagen.
 - Las organizaciones firmantes tenderán a suministrarse entre ellas en vez de recurrir a otras entidades.
 - Implicarse en campañas de presión política, a nivel regional, estatal e internacional que apoyen el desarrollo del Sur, con prioridad en aquellas que promuevan unas relaciones comerciales más justas.
 - Las organizaciones se comprometen a coordinarse entre ellas con el objetivo de que los productores tengan el más amplio y estable mercado y, en general, a velar por la estabilidad del Comercio Justo. A su vez, las organizaciones se comprometen a mantener contacto constante con las

2.2.5.1. Comentario

Como se puede observar, estos criterios establecidos por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo España se fundan en los principios de FINE que han sido desglosados para hacer más especificaciones los puntos más importantes del Comercio Justo.

Una característica es que dentro de estos criterios se encuentran la diferencia entre organizaciones de Comercio Justo en el Norte y organizaciones de Comercio justo en el Sur, debido a que las primeras se encuentran más desarrolladas que las últimas a causa de que en Europa el Comercio Justo nace en los cincuenta, por ende, el

desarrollo era de esperarse, mientras que para los países del Sur el Comercio Justo llegó en los años setenta y ochenta pero no se ha dado un desarrollo por la falta de conocimiento y apoyo como ha sido el caso europeo.

Existen más criterios, y como he indicado, todo depende de la organización de Comercio Justo para hacerlos más específicos como es el caso de FLO que cuenta con criterios muy detallados y que deben ser cumplidos, si cualquier organización de Comercio Justo de cualquier país desea ser parte de FLO que se pueden observar en la parte de Anexos (información obtenida de la página web oficial, www.fairtrade.net, de FLO y que son permitidos mostrarlos, para verlos en más detalle se los puede obtener en pdf pero su reproducción debe ser autorizada).

Los criterios de FLO se basan en cuatro puntos: desarrollo social, desarrollo socioeconómico, desarrollo medioambiental y condiciones laborales, cada uno tiene sus requisitos haciéndolo cada vez más específicos. Los criterios son actualizados cada año, por lo que las organizaciones deben estar en contacto permanentemente

A partir de estas dos muestras de criterios sobre Comercio Justo, concluyo que deben existir criterios abarquen: productores, producción, producto y condiciones de trabajo, bajo principios básicos del Comercio Justo

2.2.6. Organizaciones del Comercio Justo

Los principios básicos, los estándares y los criterios enunciados en los puntos anteriores están dirigidos a las organizaciones de Comercio Justo, las cuales son⁶²:

- a) Las organizaciones de productores- exportadoras que producen y exportan sus productos a los demás países como al mercado interno.
- b) Las importadoras que compran el producto directamente a los productores.

⁶² Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 56.

c) Las tiendas, consideradas como el punto de encuentro de los consumidores y las organizaciones productoras.

d) Certificadora del Sello de Comercio Justo que garantiza que el producto es un producto de Comercio Justo.

2.2.6.1. Comentario

La primera organización de Comercio Justo, **organizaciones de productores-exportadoras**, estar conformada por uno o varios miembros unidos por lazos familiares o por la actividad a que se dedican o pueden ser varios miembros en una sola organización o pueden ser varias organizaciones y formar una sola sin perder sus propios caracteres.

En cuanto a su actividad de exportación se ha visto que en los estándares se puede dar la posibilidad de que las propias organizaciones exporten sus productos o en su caso los “proveedores” quienes se podrían definir como los encargados de la presentación de los productos a los posibles compradores y que una vez que éstos últimos decidan comprar, los proveedores se harán responsables de los trámites de exportación. Estos proveedores son designados por las organizaciones y trabajan dentro del Comercio Justo. Lo ideal es que las propias organizaciones exporten sus productos, teniendo en su estructura una oficina de logística de exportación quien se encargue de relacionarse con los posibles compradores y de realizar la tramitación pertinente.

La segunda organización son las **importadoras** están encargadas de importar productos de Comercio Justo provenientes de otros países sin intermediarios. El tema de “sin intermediarios” es complejo, por un lado se pregona que la relación debe ser directa entre exportador e importador para no sufrir un menoscabo en el precio y por otro lado, está la presencia de proveedores que aún se hace presente en alguna relaciones comerciales.

La tercera organización de Comercio Justo es la **tienda**, que es considerada como el punto de encuentro del consumidor y la organización productora que se manejan

dentro de ciertos parámetros establecidos por NEWS, la organización de Comercio Justo de tiendas más grande del mundo.

La última organización es la **certificadora de sello de Comercio Justo** que brinda la garantía y reconocimiento de un producto que se estudiará más adelante.

Se pueden dar varias posibilidades de trabajo:

1. La organización productora-exportadora puede hacer de tienda para el mercado interno y externo.
2. La organización productora-exportadora puede ser una certificadora de sello de Comercio Justo. (En este caso, la organización no quiere adherirse a ningún sello y quiere crear su propio sello)
3. Las importadoras deben ser únicas, ya que importan productos que no se encuentran en un determinado mercado o que esos productos son demandados en ese mercado. Al mismo tiempo, pueden establecer sus tiendas.

En la práctica internacional, las organizaciones de Comercio Justo se diferencian en su trabajo, así se tiene que FLO-CERT es la certificadora, NEWS es la red tiendas, Coordinadora Estatal de Comercio Justo es la importadora y Q'ANTATI es la organización productora-exportadora.

Las posibilidades de trabajo se dan cuando existe la capacidad o motivación para poder hacerlo.

2.2.7. Productos de Comercio Justo y el Precio Justo

En un comienzo los productos de Comercio Justo consistían en alimentos como café, banano, miel; artesanías como vasijas, ollas de barro; y objetos de regalo como chalinas, chompas, joyería.

Actualmente, la presentación de productos es variada:

a) Alimentos	Café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pastas, ron, vino, vinagre, salsas, miel, especias, dulces...
c) Artesanía	Bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámica y otros objetos decorativos...
g) Cosmética	Productos naturales para la higiene y el cuidado personal como cremas, jabones, aceites, desodorantes...
e) Juguetes	Balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecos, instrumentos, marionetas...
f) Material de papelería	Lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, cajas, marcapáginas, pisapapeles, postales de Navidad...
d) Muebles	Mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros...
b) Textiles	Ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas...

Los precios de estos productos están determinados en base al cumplimiento de los principios de Comercio Justo. Éste comprende los siguientes aspectos:

- Pago justo a los productores.
- Plusvalía que genera las ganancias.
- Respeto a los derechos humanos de los trabajadores.
- Utilización de prácticas pro-medioambiente.

- Sostenimiento del desarrollo económico social de los productores.
- Recursos para las campañas de sensibilización sobre el Comercio Justo.
- La cadena productiva que contempla elementos directos e indirectos para la elaboración de un producto.

Tiene dos parámetros un mínimo y un máximo que en el caso de las organizaciones productoras-exportadoras que forman parte de FLO tiene un plus para aumentar el precio, además de la ganancia.

El precio se acuerda entre estos dos parámetros y es inmodificable, a no ser que en la producción surjan problemas con la adquisición de ciertos elementos constitutivos para la elaboración de un producto.

2.2.7.1. Comentario y Análisis

Un producto de Comercio Justo es diferente que un producto de comercio convencional, tanto la calidad y diseño como el precio.

En la calidad y el diseño, porque para entrar al mercado y ganar consumidores los productos de Comercio Justo deben seguir las tendencias actuales sin perder su originalidad e identidad y tener una calidad única que lo distinga y sea motivo de preferencia por los consumidores.

En cuanto al precio, las materias primas no tendrán un precio relacionado con los de nivel internacional, a causa de los aspectos mencionados que comprenden el precio justo. Para productos manufacturas o con valor agregado no existe problemas ya que no existen medidas de valor.

Cuando se habla del precio también se debe tomar en cuenta que el mismo debe ser sostenible en el mercado, es decir, que el precio debe comprender todos los aspectos mencionados y que debe ser accesible a los consumidores y competitivo frente a otros productos similares. No se puede admitir que exista un precio muy alto, así nadie querrá comprar el producto ya sea en el mercado interno o en los mercados de otros países, sino debe ser razonablemente alto que implique los términos mencionados.

Cuando se paga un precio justo:

- Se respeta el esfuerzo, la calidad de producción, la cultura y la protección al medio ambiente.
- Se respeta, apoya y refuerza el cumplimiento de los derechos de los trabajadores. Con el pago de un precio justo, ellos tienen un salario que satisface necesidades esenciales como un lugar para vivir, acceder a los servicios básicos de luz, agua, salud, alcantarillado, teléfono e internet, alimentarse sanamente, educarse y educar sus hijos y otras familiares, tener actividades recreativas que fomenten su cultura y otras situaciones que enriquezcan positivamente a su persona.
- Se apoya y fomenta el uso de técnicas que protegen el medioambiente combinados con tecnologías blandas.
- Se apoya a sostenimiento en el mercado, al crecimiento y generación de nuevas oportunidades de trabajo.
- Se apoya sensibilización y conocimiento sobre el Comercio Justo.

“Saber que nos pagarán un precio fijo nos da estabilidad. Gracias a esta seguridad los productores no quedamos completamente a la merced de la oferta y a la demanda. Sabemos que nos pagarán al menos 69 dólares por quintal y con esta garantía podemos hacer planes a largo plazo y robustecer la empresa”, relata Felipe Cancari Capcha, de la cooperativa EL CEIBO, en Bolivia.⁶³

Ejemplo: el precio de un producto de Comercio Justo muy clásico como es el café en los meses de octubre y noviembre de 2001, los precios del café de calidad arábica y robusta bajaron a 45 céntimos por libra, hecho que perjudicó a los productores de café del comercio convencional, pero no afectó a los productores de café de Comercio Justo porque el precio que habían establecido era entre 100 y 150 céntimos por libra de café

⁶³ “El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina”. Coscione, Marco. Pág. 115.

de calidad robusta y para el café de calidad arábica entre 120 y 170 centésimos por libra.⁶⁴

Otro punto a tocar es: **¿qué es lo que se debe producir?** No se puede responder esta pregunta de una manera fácil. En la actualidad, la presentación de los productos del Comercio Justo es un abanico de posibilidades que va desde el café hasta la joyería y pasa lo mismo con los productos del comercio convencional. No obstante, se debe tener en cuenta dos aspectos importantes: el impacto ecológico y lo que falta en el mercado.

He aquí un ejemplo llamado “paradoja de las galletas” de un cómico italiano que presenta Marco Coscione en su libro “El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina”.⁶⁵

“Italia produce galletas. Francia produce galletas. Italia exporta galletas a Francia, Francia exporta galletas a Italia... ¿no sería mejor enviarnos las recetas por correo electrónico y producir en casa? Nos ahorraríamos viajes, gastos de combustibles, accidentes en las carreteras, contaminación, construcción de trenes de alta velocidad (para que los productores viajen más rápido), movilizaciones en contra de estas obras.”

Este ejemplo cómico e ilustrativo muestra claramente estos dos aspectos ya mencionados:

a) El impacto ecológico

La producción de cualquier producto no es solamente la elaboración, siempre va estar relacionado a otros factores que ciertamente ayudarán a efectivizarla y desarrollarla. En el caso expresado, para solo producir galleta de exportación se necesitaba viajes en TGV (Train à Grande Vitesse) que implica gasto de combustibles, a su vez

⁶⁴ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 98.

⁶⁵ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Pág. 79.

contamina el medioambiente, a su vez descontenta a ciertos grupos pro-medioambiente. En síntesis, se creó un círculo generador de situaciones cuyo efecto fue impactar el medioambiente de manera negativa.

El Comercio Justo siempre buscará que la elaboración de los productos sea compatible con el medio ambiente a través de técnicas de cero o mínima contaminación y de compensación con la participación en programas de protección de medio ambiente como plantar una cantidad de árboles, uso de medios naturales para evitar el uso de leña, energías alternativas, etc.

b) Lo que falta en el mercado

Siempre es necesario hacer un estudio previo para determinar qué se puede producir sin el riesgo de **competir ferozmente** con otros productos. De lo que se trata es **producir de forma segura** en el sentido de que una vez presentado el producto en el mercado las personas darán una respuesta favorable y podrán competir con otros productos si es que existieren.

La verdadera importancia del precio justo es la estabilidad en el tiempo en base al criterio de largo plazo en las relaciones comerciales estables y solidarias. Así los productores podrán programar la producción, las actividades a favor de la comunidad, el acceso al crédito, la inversión en nuevas infraestructuras, la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado y el aumento de la autoestima.

2.2.8. Tiendas de Comercio Justo

Las primeras Tiendas de Comercio Justo son las de Estados Unidos y Holanda establecidas en 1958 y en 1969 respectivamente. Por ejemplo, en España existen 95 Tiendas de Comercio Justo y NEWS cuenta con 2500 tiendas en solo 13 países europeos.

Las tiendas son puntos de venta, en donde los consumidores pueden encontrar y comprar diversos productos. Estas tiendas se caracterizan por ser también puntos de acercamiento entre productores y consumidores y de información sobre el producto.

Sus funciones son:

- Venta

Es el punto de encuentro entre productores y consumidores para hacer una operación comercial, presentando una amplia oferta de productos que han sido producidos con responsabilidad social y ambientalmente justa.

- Sensibilización y denuncia

En las tiendas, los consumidores pueden ser partícipes de este movimiento, comprando y adquiriendo conciencia de lo que implica la obtención de un producto de Comercio Justo que es el respeto a los derechos de los productores y trabajadores, responsabilidad con el medio ambiente y respeto a su identidad cultural para lograr el cambio en las relaciones comerciales.

Así mismo, los consumidores pueden denunciar situaciones negativas que en algún momento puedan acontecer dentro del Comercio Justo como por ejemplo la utilización del Comercio Justo para intereses egoístas o el no cumplimiento de los mandamientos y criterios de las organizaciones, productores, trabajadores y la contraparte o el lavado de imagen.

- Información

Los consumidores adquieren información sobre todos los temas del movimiento de Comercio Justo.

NEWS ha establecido cuatro criterios para las tiendas de Comercio Justo:

1. La tienda promueve la definición y principios del Comercio Justo, a través de su propia misión o declaración de valores, material publicitario y acciones.
2. El primer objetivo de existir como tienda es el de desarrollar el Comercio Justo. De este modo, los productos comercializados justamente forman la parte más importante del stock de la tienda.

3. La tienda reinvierte en el sistema de Comercio Justo los beneficios de sus ventas de productos. La tienda informa al público sobre sus objetivos, el origen de los productos, los productores y sobre el comercio mundial.

4. Apoya campañas para mejorar la situación de los productores, así como influenciar políticas nacionales e internacionales.

2.2.8.1. Comentario

Muchas Tiendas de Comercio Justo pertenecen a una organización Comercio Justo del país donde se encuentran, otras tiendas trabajan de forma independiente. Esto no repercute en las funciones a cumplir ni en los criterios bajo los cuáles deben manejarse. Sean o no independientes las tiendas, éstas transmiten un mensaje y un movimiento que demuestra el valor de lo social y justo.

Otras formas de apoyar a la distribución de los productos de Comercio Justo son el catering, la restauración, las máquinas de vending o expendedoras, regalos institucionales y la compra por páginas internet de las organizaciones de Comercio Justo.

2.2.9. Garantía y Reconocimiento de un Producto de Comercio Justo

En 1988 se creó el primer sello de Comercio Justo, Max Havelaar (en honor al personaje de una novela que luchaba contra la explotación de caficultores javaneses por colonos holandeses), por la agencia de ayuda holandesa "Solidaridad" y el producto que se benefició fue el café mexicano que se vendía en tiendas holandesas.

Esta idea de garantizar un producto de Comercio Justo se esparció hacia otros países como Bélgica, Suiza, Dinamarca, Noruega y Francia con el mismo sello holandés; Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia, Estados Unidos, Canadá y Japón con el sello Transfair; Reino Unido e Irlanda con el sello Fairtrade; Suecia con Rättvisemärkt; y Finlandia con Reilu Kauppa.

Todas estas organizaciones decidieron crear FLO en 1997 con sede en Bonn, Alemania con el fin de unir a todas las iniciativas de sello bajo un paraguas, armonizando los criterios y procesos de certificación.

Para el 2002, se lanzó el nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo FAIRTRADE (International Fairtrade Certification Mark) con objetivos de mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos de exportación para los productores y exportadores.

En el año 2007, FLO es reconocida por ISEAL (asociación global de las normas sociales y medioambientales) como una de las siete organizaciones que han conquistado los criterios de Comercio Justo.

FLO tiene por propiedad exclusiva el Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo, registrado como marca comercial, cuyo objetivo es garantizar un proceso de certificación de los productos según criterios sociales, económicos y medioambientales fijados que se otorga a productos sin hacer valoraciones a las compañías u organizaciones que los venden.

Sin embargo, el sello de FLO no es el único sello de Comercio Justo, existen otros sellos como el sello IFAT o los propios sellos de cada organización establecida en un país. Y esta es la cuestión: ¿qué es lo que debe hacerse? ¿adherirse a un sello de Comercio Justo reconocido a nivel mundial o crear el propio sello de Comercio Justo?. Lo único que no se puede cuestionar es el uso de un sello como el medio de garantía y reconocimiento de un producto de Comercio Justo.

a) Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE

En 2004, FLO decidió dividirse en dos organizaciones independientes: la primera, FLO que establece los criterios de Comercio Justo Fairtrade y brinda apoyo a los productores y la segunda FLO-CERT que inspecciona y certifica las organizaciones de productores y hace la auditoría de los comerciantes.

Para que una organización de Comercio Justo de cualquier país obtenga el uso del Sello FAIRTRADE, debe ser parte de FLO y para eso debe cumplir necesariamente con los criterios de Comercio Justo de FLO, conocido como el procedimiento de Certificación Fairtrade.

La Certificación Fairtrade es asignada por FLO-CERT, compañía internacional independiente que verifica el cumplimiento de los criterios Fairtrade y ofrece sus servicios a más de setenta países, siguiendo las normas ISO 65.

El sistema de certificación es la garantía para el consumidor de que el producto de Comercio Justo ha cumplido con los principios y criterios de Comercio Justo y que con su compra está ayudando a la mejora económica-social de los productores.

Se cumplen las siguientes funciones durante el procedimiento:

- Inspecciones

Realizadas a cargo de sus auditores. En caso que una organización cuente un terreno muy grande, la certificación se hará en grupo con inspecciones aleatorias de la muestra representativa de los productores individuales.

- Auditorías

La auditoría puede durar cuatro días para una organización pequeña y de seis a siete semanas para una organización más grande. Así el tiempo que pase el auditor, dependerá del tamaño de la organización, su complejidad y el número de productos a certificar.

Estas funciones tendrán un coste que dependerá por los días trabajados para realizar la inspección y la auditoría. Después de dar el informe, FLO-CERT hace una evaluación. La decisión corresponde a un certificador especializado que es vigilado por un comité de certificación independiente.

Una vez otorgado la primera certificación, las inspecciones posteriores serán anuales. En casos de excelencia en el trabajo desempeñado por muchos años, las

organizaciones pueden calificar para una revisión de escritorio como parte de un ciclo de inspección de tres años.

Una vez realizado el procedimiento de certificación, recién la organización puede obtener el sello FAIRTRADE.

FLO-CERT ha establecido las siguientes reglas de uso del sello:

- No modificar el uso

El Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE consiste en el elemento gráfico de la "persona que anima", representando a los productores y a los consumidores, cercado por un rectángulo vertical negro con la palabra FAIRTRADE (ocasionalmente con un texto en el idioma local).⁶⁶ Por lo tanto, no se puede rediseñar, ni reconstruir, ni cortar alguna parte del sello. Debe solicitarse una versión de alta definición.

Hay que tener cuidado con asociar el sello con otra marca de fábrica, marca o identidad y productos no certificados por FLO.

Queda terminantemente prohibido usar el sello para engañar o confundir.

- Lugares de exposición del sello

El sello debe ser expuesto en el embalaje de los productos finales, sean éstos al por mayor o para uso promocional (e.g. carteles, prospectos, páginas web, etc).

El uso del sello debe ser solicitado a FLO o a su respectiva iniciativa de sello, siguiendo las instrucciones respectivas.

- Respeto a la propiedad

El Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE es propiedad exclusiva de FLO, registrado como marca comercial. En consecuencia, FLO puede iniciar acción legal contra cualquier persona que reproduzca, copie o asocie el sello sin previa autorización.

⁶⁶ http://www.fairtrade.net/using_the_fairtrade_mark.html?&L=1

b) Iniciativa de un sello propio de Comercio Justo

Esta propuesta aparece a partir de la idea de que el sello Comercio Justo puede ser utilizado por grandes compañías, cuya naturaleza es meramente comercial sin compromiso con el Comercio Justo solo para ampliar sus mercados y hacer un lavado de imagen.

Por este motivo se ha propuesto la creación de sellos locales en base a criterios locales que observen toda la cadena productiva y posteriormente lograr unificarlos con los demás de la región como se ha dicho en el “Encuentro Emprendedor de Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina” en Cochabamba-Bolivia, del 13 al 15 de septiembre de 2005:

“Impulsar la construcción de *Sistemas de Certificación Participativa para la Economía Solidaria de Comercio Justo* en cada uno de nuestros países, con criterios que sean fijados localmente y tendiendo a unificar dichos criterios a nivel latinoamericano.”⁶⁷

2.2.9.1. Comentario y Análisis

La única forma de garantizar que un producto de Comercio Justo es el sello que al mismo tiempo es la señal para ser reconocido como un producto de tal calidad. El sello cumple una función primordial en la promoción del Comercio Justo, ya que éste indica que un producto a cumplido en principio con los principios del Comercio Justo y seguidamente los criterios o estándares según la organización.

Hoy en día no se puede concebir la idea de que un producto de Comercio Justo no cuente con un sello de Comercio Justo otorgado por una certificadora de sello de Comercio Justo, por eso muchas organizaciones en el mundo deciden adherirse a un sello internacionalmente reconocido como FLO (explicado anteriormente), pero cuya adhesión implica el estricto cumplimiento de los principios y los criterios de Comercio Justo.

La otra posibilidad es crear un propio sello y la tarea que conlleva eso es muy difícil y larga, puesto que se debe buscar el reconocimiento a nivel internacional y sobretodo

⁶⁷ http://www.rel-uita.org/internacional/suplemento_pt/declaracion-cochabamba.htm

ser objetivos, es decir, no solo por el hecho de que una organización productora-exportadora quiera crear un sello cumpla solo con ciertos principios y criterios de Comercio Justo, lo que da lugar a una banalización del Comercio Justo. Esta tarea creadora debe llegar a los niveles alcanzados por otros sellos a nivel internacional e inclusive llegar más lejos.

2.2.10. El Comercio Justo como estrategia para cumplir los Objetivos del Milenio⁶⁸

En 1990, en el seno de la Organización de las Naciones Unidas se concordaron los Objetivo del Milenio (ODM)⁶⁹ que son ocho objetivos con plazo de cumplimiento el año 2015.

He visto necesario plasmar esta idea, en base al análisis que presenta Marco Coscione en su libro "El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina" sobre la relación existente entre el Comercio Justo y los Objetivos del Milenio, para demostrar que el Comercio Justo, además de ser una nueva forma de hacer comercio, es un instrumento que permitirá al país cumplir los ODM, apoyando los proyectos en las áreas ya establecidos respectivas.

PRIMER OBJETIVO: ERRADICAR LA POBREZA EXTREMA Y EL HAMBRE

Meta 1: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a US\$1 al día.

Meta 2: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre.

El Comercio Justo ayudará a crear empleos en buenas condiciones y con un salario justo, disminuyendo la pobreza y el hambre. Una persona con trabajo y con una buena

⁶⁸ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 105-122.

⁶⁹<http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTDATRESINSPA/EXTGMRSPA/EXTGMR2007SPA/0>

remuneración satisface las necesidades básicas y un poco más que ayude a mejorar su calidad de vida y de las demás personas que dependan de él o ella o ambos.

Ejemplo: “En la Asociación de Pequeños Productores Bananeros “EL GUABO” (Ecuador), los trabajadores afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) reciben una canasta de productos alimenticios (arroz, azúcar, fideos, café, aceite y otros) por un valor de 10 dólares por mes. El Guabo también participa activamente en actividades de beneficio para otras asociaciones de la comunidad: por ejemplo brinda apoyo a la guardería de la Asociación Agroartesanal “Santa Isabel de Florida”. Además, implementa un programa de alimentación suplementaria llamado “Bananito”, en el Instituto de Educación Especial “San Antonio de Papua” y en dos guarderías “Rincón de los Bajitos” y “Nacidos para Brillar”. ”⁷⁰

SEGUNDO OBJETIVO: LOGRAR LA ENSEÑANZA PRIMARIA UNIVERSAL

Meta 3: Velar por que, para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.

Una persona de Comercio Justo contará con un salario justo que será la fuente para que sus hijos o los dependientes vayan a la escuela, no solamente termina el ciclo primario sino continuar con los estudios secundarios hasta los estudios técnicos o universitarios, siendo más fácil la inserción de los jóvenes en el mercado laboral. No se puede quedar solo es la enseñanza primaria universal, si bien es una base de estudios, el conocimiento no se circunscribe a las operaciones básica, porque para un estudio completo ayuda a respetar opiniones, comprender puntos de vista y generar más conocimiento.

Un punto importante del Comercio Justo es que las ganancias obtenidas por la venta de productos de Comercio Justo deben ir destinados a la creación y desarrollo de otros programas que ayuden a la comunidad y en estos está la posibilidad de crear escuelas donde no existan o de contratar profesores donde no existan o de comprar material

⁷⁰ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 117.

escolar o de dar apoyo económico para continuar los estudios de los jóvenes y muchas otras posibilidades que necesitar hacerse realidad para mejorar y en otros casos implantar una buena educación.

Ejemplo: “Soppexcca (Nicaragua) ha logrado apoyar la construcción de tres escuelas (garantizando los cursos de básica) en las comunidades de Sierras Morenas y Los Alpes y se han entregado 3.500 uniformes escolares a niños y niñas en 2007. En estas comunidades antes no había acceso al sistema educativo: durante dos años Soppexcca asumió los gastos de pago de los maestros hasta que el Ministerio de Nicaragua se hizo cargo de todo.

En la Asociación en El Guabo se entrega un bono escolar a los hijos de trabajadores de los productores afiliados a la Seguridad social del país.

Soppexcca, por ejemplo, mantiene un programa de becas para que doce jóvenes sigan con los estudios secundarios. Ha instalado el único laboratorio de catación de café del departamento, donde los hijos de los socios de la cooperativa se capacitan permanentemente. Además, se estableció el programa “Muchachitos del Café” que quiere facilitar procesos de educación alternativa en aspectos como el liderazgo infantil, la promoción de valores positivos, la educación ambiental, la promoción de habilidades y actitudes culturales.”⁷¹

TERCER OBJETIVO: PROMOVER LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS

Meta 4: Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de fines de 2015.

En el Comercio Justo, la participación de las mujeres es importante, gracias al papel que cumplen en la sociedad civil y el desarrollo económico social. Debido a la forma

⁷¹ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 118-119.

democrática de las organizaciones, las mujeres participan en la toma de decisiones. Asimismo su trabajo es remunerado bajo los mismos parámetros que el de un hombre.

Ejemplo: "Otro de los aspectos fundamentales del trabajo de Soppexcca es reconocer el justo papel de las mujeres en el DES de la comunidad de Jinotega; de los 535 socios de Soppexcca el 35 por ciento son mujeres y las mujeres representan el 40 por ciento de la estructura organizativa de la Unión de Cooperativas Soppexcca. La unión implementa también acciones de discriminación positiva a favor de las mujeres, como la que ha llevado las mujeres productoras a producir café "Las Hermanas".⁷²

CUARTO OBJETIVO: REDUCIR LA MORTALIDAD EN LA NIÑEZ

Meta 5: Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de los niños menores de cinco años.

QUINTO OBJETIVO: MEJORAR LA SALUD MATERNA

Meta 6: Reducir, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna en tres cuartas partes.

SEXTO OBJETIVO: COMBATIR EL VIH/SIDA, EL PALUDISMO Y OTRAS ENFERMEDADES

Meta 7: Haber detenido y comenzado a reducir, para el 2015, la propagación del VIH/SIDA.

Meta 8: Haber detenido y comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo u otras enfermedades graves.

Respecto al cuarto, quinto y sexto objetivo, en los programas que se deben realizar por las organizaciones de Comercio Justo se contempla la salud, se pueden construir hospitales o al existir un hospital mejorar la atención médica, la infraestructura y el equipo médico para atender toda clase de enfermedades en niños y mujeres y personas en general, haciendo especial énfasis en las enfermedades características de la región y las causas de muerte más frecuentes como el mal de chagas o la malaria.

⁷² Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 119.

También se pueden crear programas sobre primeros auxilios para que los miembros de la organización de Comercio Justo los conozcan por si aconteciere algún accidente. Así como programas sobre conocimientos básicos de medicina como procedimiento del parto, en caso de no poder llegar al hospital para así velar la vida de la madre y del recién nacido. Los talleres sobre temas médicos servirán como catapulta para que las personas tomen conciencia sobre las diversas enfermedades y saber cómo combatirlas y lo más importante concientizar sobre la prevención en todas las enfermedades que puede hacerse a través de la medicina natural: "prevenir es la mejor medicina." Brindar apoyo en la obtención de medicamentos, puesto que muchas veces la enfermedad tiene cura pero esta cura vale tanto que si la persona no tiene dinero, la enfermedad se apodera de ella.

Ejemplo: "El trabajo de Soppexcca en la comunidad se desarrolla también en el ámbito de la salud: a través del programa "Movimiento de Jóvenes" se ha llevado a cabo todo un proyecto de sensibilización entre los jóvenes sobre los temas de embarazo temprano y de prevención de las enfermedades de transmisión sexual, del SIDA y de sus consecuencias a nivel de las mujeres y las familias. Se organizan a menudo talleres de higiene personal y atención primaria...La Unión mantiene alianza de trabajo y cooperación con "Casa Materna" de Jinotega, con la cual se coordinan trabajo de consulta médica, de prevención de la violencia intrafamiliar y de sensibilización sobre los problemas generales de las mujeres en salud. Con la ONG Grounds for Health se han atendido 450 mujeres actualmente para la prevención y atención del cáncer cérvico uterino. Soppexcca juega un verdadero papel social para el mejoramiento de la salud de la gente de su comunidad: desde la venta social de medicamentos hasta la participación en la Comisión de Niñez y Adolescencia del departamento de Jinotega.

UCIRI dedica mucho trabajo a la formación de promotores de salud en cada comunidad, desarrollando la medicina popular para la prevención de enfermedades aprovechando también los recursos naturales.

Hoja Verde puso en marcha un programa de prevención del cáncer femenino para las trabajadoras y también para las compañeras de los trabajadores. Además, un programa de revisiones médicas infantiles.”⁷³

SÉPTIMO OBJETIVO: GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

Meta 9: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente.

Meta 10: Reducir a la mitad para el año 2015 el porcentaje de personas que carezcan de acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.

Meta 11: Haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de barrios de tugurios.

Los productos del Comercio Justo son obtenidos mediante técnicas tradicionales de grupo originarios que van en armonía con el medio ambiente y tecnologías blandas. Asimismo, siempre se examina que cualquier impacto al medio ambiente en la cadena de producción, es decir, desde la obtención de los materiales básicos hasta la puesta del producto en una tienda de Comercio Justo, es compensado por otra práctica que favorezca al medio ambiente. Para la búsqueda de mejores técnicas y facilidad en la producción se pueden organizar talleres presentando las últimas novedades, curiosidades y experiencias de otras organizaciones.

Ejemplo: “Soppexcca promueve también otros cultivos para que la gente de la comunidad no dependa exclusivamente de la exportación. Además, promueve el cultivo “bajo sombra” para proteger los bosques tropicales, el ecosistema forestal nativo. El 98 por ciento de las áreas donde se produce el café de Soppexcca es bajo sombra. La Unión realiza trabajos de reforestación y protección de las fuentes de agua, también a través del trabajo voluntario de los grupos de jóvenes. Existe un proyecto de lombricultura para el manejo de los desechos de la producción del café, y también se está instalando una procesadora para producir abono orgánico. Hasta se está

⁷³ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 120.

promocionando un tipo de turismo con enfoque ecológico-ambiental en dos fincas de pequeños productores. Gracias a los varios servicios prestados por la Unión de Cooperativa y el gran compromiso con el cuidado del medio ambiente, Soppexcca ha sido galardonado en 2007 con el Premio Sostenibilidad por la "Speciality Coffee Association of America"...

La Asociación Agroartesanal de Caficultores Río Intag (AACRI), además de organizar talleres de capacitación medioambiental e impulsar prácticas de ecoturismo, está gestionando junto al Ministerio del Ambiente de Ecuador el proyecto sobre una futura área protegida con más de 4.000 hectáreas de bosques, con el fin de conservar la biodiversidad y mantener la humedad para las zonas agrícolas.⁷⁴

OCTAVO OBJETIVO: FOMENTAR UNA ASOCIACIÓN MUNDIAL PARA EL DESARROLLO

Meta 12: Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.

Meta 13: Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados.

Meta 14: Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y de los pequeños Estados insulares en desarrollo.

Meta 15: Encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo.

Meta 16: En cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo.

Meta 17: En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a un costo razonable.

Meta 18: En colaboración con el sector privado, velar por que se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías y de las comunicaciones.

⁷⁴ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 121-122.

El Comercio Justo es la plataforma ideal para lograr esa asociación mundial para el desarrollo, ya que va más allá de lo comercial, logrando indudablemente que aquellos grupos marginados se inserten en la arena global del comercio y de esa forma presentar las realidades ajenas al comercio actual. Estas realidades de marginación y de poder económico a costa de grandes esfuerzos de los pequeños darán nacimiento a una percepción comercial que esté conforme a la verdadera realidad. El Comercio Justo es el eslabón que unirá a grandes con pequeños tanto en el norte como en el sur y recíprocamente. Si bien existe la posibilidad de que el Comercio Justo no sea aceptado por los grandes, hará que el resto se dé cuenta de que es hora de cambiar las reglas del comercio para beneficios de todos, grandes y pequeños, y así poco a poco a tener relaciones comerciales entre Estados cuya característica principal sea el beneficio recíproco sin la necesidad de condicionar, ni de morir en el intento, que se reflejará en la reducción de la pobreza y el hambre, la buena gestión gubernamental y las buenas políticas de crecimiento económico.

Ejemplo: "Se trata del proyecto "Tejer el Futuro" lanzado en Europa por el Consorcio Italiano de Organizaciones de CJ "CTM-Altromercato"...

Este proyecto, muy innovador, junta las experiencias de diferentes actores: los campesinos indígenas (en mayoría de etnia toba) de la región del Chaco en el norte de Argentina, los obreros de la Cooperativa Textiles de Pigüé a 600 km de la capital porteña, los desempleados de la Cooperativa La Juanita de La Matanza en el Gran Buenos Aires y CTM Altromercato. La idea era construir una cadena de producción enteramente justa y solidaria, desde el cultivo del algodón hasta la exportación de productos terminados hacia los mercados europeos y también nacionales.⁷⁵

2.3. Tratado de Comercio de los Pueblos

El Tratado de Comercio de los Pueblos es un tratado de intercambio de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los pueblos. Se sustentan en los principios de solidaridad, reciprocidad, transferencia tecnológica, aprovechamiento de las

⁷⁵ Coscione, Marco. El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC). Madrid –España. 2008. Págs. 122-123.

ventajas de cada país, ahorro de recursos e incluyen convenios crediticios para facilitar los pagos y cobros.⁷⁶

Sus características son:

- Acuerdo internacional.

Un acuerdo de voluntades entre sujetos del Derecho Internacional Público, los Estados, que genera derechos y obligaciones jurídicas para las partes.

Está dentro de la clasificación de los tratados-contrato⁷⁷, porque persigue un negocio jurídico que es establecer una nueva forma de hacer comercio entre los Estados.

Dentro de la clasificación según la materia es un tratado comercial por establecer los lineamientos de nuevas relaciones comerciales entre los Estados, yendo más allá de lo comercial y económico.

- Regido por el derecho internacional.

Para su formación se rige por la norma jurídica internacional más importante que es el Tratado de Viena de 1969 sobre Derecho de los Tratados que recoge los principios jurídicos internacionales como el principio de buena fe y el pacta sunt servanda.

- Entre dos o más Estados.

Fue suscrito por más de tres Estados, siendo en consecuencia un tratado multilateral, siguiendo la clasificación formal de los tratados.

- Forma escrita.

Este acuerdo de voluntades es expresado en forma escrita.

⁷⁶ www.alternativabolivariana.org

⁷⁷ Tredinnick, Felipe (PhD). Derecho Internacional Contemporáneo. Editorial "24 de junio". Cuarta Edición. La Paz-Bolivia. 2006. Pág. 20.

- Instrumento único o más.

Este primer TCP consta de un instrumento que establece las normas jurídicas que regulan la relación entre los Estados Partes. Se han establecido también Anexos denominados Acciones a desarrollar por un Estado respecto a los otros dos Estados.

- Objeto

Crear nuevas reglas de comercio entre los Estados que se basen en la integración comercial, la complementación, la cooperación, la solidaridad, la reciprocidad, la prosperidad y el respeto a la soberanía de los países, cuya percepción del comercio y la inversión radica en ser medios para alcanzar el desarrollo y además de fomentar y proteger la producción nacional.

- Se enmarca dentro del proceso de integración ALBA

Bolivia, Cuba y Venezuela guían sus acciones basados en los principios de la Declaración Conjunta de 14 de diciembre de 2004 y los Principios Fundamentales del Tratado de Comercio de los Pueblos establecidos el 17 de octubre de 2009 en VII Cumbre ALBA-TCP.

2.3.1. Propuesta del Presidente Juan Evo Morales Ayma sobre Tratado de Comercio de los Pueblos

El Tratado de Comercio de los Pueblos surge de la idea del Presidente de la República de Bolivia Juan Evo Morales Ayma para establecer un nuevo modelo económico, Economía Alternativa y Solidaria, destinado a mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Se introduce, de esta forma, "la complementación, la cooperación, la solidaridad, la reciprocidad y el respeto a la soberanía de los países en la integración comercial"⁷⁸ con objetivo claros: reducción efectiva de la pobreza, la preservación de las comunidades indígenas y el respeto a la naturaleza.

⁷⁸ "Propuesta del Presidente Evo Morales sobre el Tratado de Comercio de los Pueblos (TCP)"

El Presidente Juan Evo Morales Ayma manifiesta diez principios del Tratado de Comercio de los Pueblos basados en los principios de la Declaración Conjunta de 14 de diciembre de 2004⁷⁹:

1. El Tratado de Comercio de los Pueblos es una respuesta al agotamiento del modelo neoliberal, fundado en la desregulación, la privatización y la apertura indiscriminada de los mercados.
2. El Tratado de Comercio de los Pueblos entiende al comercio y la inversión no como fines en sí mismos sino como medios del desarrollo, por eso su objetivo no es la liberalización absoluta de los mercados y el achicamiento de los Estados sino el beneficio para los pueblos.
3. El Tratado de Comercio de los Pueblos promueve un modelo de integración comercial entre los pueblos que limite y regule los derechos de los inversionistas extranjeros y las transnacionales para que estén en función del desarrollo productivo nacional.
4. El Tratado de Comercio de los Pueblos no prohíbe el uso de mecanismos para fomentar la industrialización ni impide proteger las áreas del mercado interno que sean necesarias para preservar a los sectores más vulnerables.
5. El Tratado de Comercio de los Pueblos reconoce los derechos de los pueblos a definir sus propias políticas agrícolas y alimentarias; a proteger y reglamentar la producción agropecuaria nacional para evitar que su mercado doméstico sea inundado por excedentes de otros países.
6. El Tratado de Comercio de los Pueblos considera que los servicios vitales dependen de empresas públicas como proveedoras exclusivas, reguladas por los Estados. La negociación de cualquier acuerdo de integración debe tener presente que la mayoría de los servicios básicos son bienes públicos que no pueden ser entregados al mercado.

⁷⁹ "Propuesta del Presidente Evo Morales sobre el Tratado de Comercio de los Pueblos (TCP)"

7. El Tratado de Comercio de los Pueblos postula la complementariedad frente a la competencia; la convivencia con la naturaleza en contraposición con la explotación irracional de recursos, la defensa de la propiedad social frente a la privatización extrema.
8. El Tratado de Comercio de los Pueblos insta a los países participantes de un proceso de integración solidario a dar prioridad a las empresas nacionales como proveedoras de los entes públicos.
9. Con la propuesta de un Tratado de Comercio de los Pueblos, Bolivia se propone alcanzar una verdadera integración que trascienda los campos comercial y económico –cuya filosofía es alcanzar el desarrollo endógeno justo y sustentable en base a principios comunitarios- que tenga en cuenta las diferencias nacionales.
10. El Tratado de Comercio de los Pueblos plantea otra lógica de relacionamiento entre los seres humanos, es decir un modelo de convivencia distinto que no asiente en la competencia y el afán de acumulación que aprovecha y explota al máximo la mano de obra y los recursos naturales.

EL primer Tratado de Comercio de los Pueblos es suscrito el 29 de abril de 2006 en La Habana-Cuba por los países de Cuba, Bolivia y Venezuela

2.3.2. Principios Fundamentales del Tratado de Comercio de los Pueblos

En la VII Cumbre ALBA-TCP, realizada en Cochabamba-Bolivia, el 17 de octubre de 2009, los Jefes de Estado y de Gobierno de los países integrantes del ALBA acordaron la siguiente medida:

“Establecer los Principios Fundamentales que regirán el Tratado de Comercio de los Pueblos (TCP), con el objeto de desarrollar el comercio regional basado en la complementariedad, solidaridad y cooperación para el Vivir Bien”⁸⁰

Se establecieron los Principios Fundamentales del Tratado de Comercio de los Pueblos:

1. Comercio con complementariedad, solidaridad y cooperación, para que juntos alcancemos una vida digna y el vivir bien, promoviendo reglas comerciales y de cooperación para el bienestar de la gente y en particular de los sectores más desfavorecidos.

2. Comercio soberano, sin condicionamientos ni intromisión en asuntos internos, respetando las constituciones políticas y las leyes de los Estados, sin obligarlos a aceptar condiciones, normas o compromisos.

3. Comercio complementario y solidario entre los pueblos, las naciones y sus empresas. El desarrollo de la complementación socioproductiva sobre bases de cooperación, aprovechamiento de capacidades y potencialidades existentes en los países, el ahorro de recursos y la creación de empleos. La búsqueda de la complementariedad, la cooperación y la solidaridad entre los diferentes países. El intercambio, la cooperación y la colaboración científico-técnica constantes como una forma de desarrollo, teniendo en consideración las fortalezas de los miembros en áreas específicas, con miras a constituir una masa crítica en el campo de la innovación, la ciencia y la tecnología.

4. Protección de la producción de interés nacional, para el desarrollo integral de todos los pueblos y naciones. Todos los países pueden industrializarse y diversificar su producción para un crecimiento integral de todos los sectores de su economía. El rechazo a la premisa de “exportar o morir” y el cuestionamiento del modelo de desarrollo basado en enclaves exportadores. El privilegio de la producción y el mercado nacional que impulsa la satisfacción de las necesidades de la población a

⁸⁰ <http://www.alianzabolivariana.org/images/declaracionVIIcumbrealba-tcp.pdf>

través de los factores de producción internos, importando lo que es necesario y exportando los excedentes de forma complementaria.

5. El trato solidario para las economías más débiles. Cooperación y apoyo incondicional, con el fin de que alcancen un nivel de desarrollo sostenible, que permita alcanzar la suprema felicidad social.

Mientras los Tratados de Libre Comercio imponen reglas iguales y recíprocas para grandes y chicos, El Tratado de Comercio de los Pueblos plantea un comercio que reconozca las diferencias entre los distintos países a través de reglas que favorezcan a las economías más pequeñas.

6. El reconocimiento del papel de los Estados soberanos en el desarrollo socio-económico, la regulación de la economía. A diferencia de los Tratados de Libre Comercio que persiguen la privatización de los diferentes sectores de la economía y el achicamiento del Estado, el Tratado de Comercio de los Pueblos busca fortalecer al Estado como actor central de la economía de un país a todos los niveles enfrentando las prácticas privadas contrarias al interés público, tales como el monopolio, el oligopolio, la cartelización, acaparamiento, especulación y usura. El Tratado de Comercio de los Pueblos apoya la nacionalización y la recuperación de las empresas y recursos naturales a los que tienen derecho los pueblos estableciendo mecanismos de defensa legal de los mismos.

7. Promoción de la armonía entre el hombre y la naturaleza, respetando los Derechos de la Madre Tierra y promoviendo un crecimiento económico en armonía con la naturaleza. Se reconoce los Derechos de la Madre Tierra y se impulsa la sostenibilidad en armonía con la naturaleza

8. La contribución del comercio y las inversiones al fortalecimiento de la identidad cultural e histórica de nuestros pueblos. Mientras los Tratados de Libre Comercio buscan convertir a toda la humanidad en simple consumidores homogenizando los patrones de consumo para ampliar así los mercados de las transnacionales, el Tratado de Comercio de los Pueblos impulsa la diversidad de expresiones culturales en el comercio.

9. El favorecimiento a las comunidades, comunas, cooperativas, empresas de producción social, pequeñas y medianas empresas. La promoción conjunta hacia otros mercados de exportaciones de nuestros países y de producciones que resulten de acciones de complementación productiva.

10. El desarrollo de la soberanía y seguridad alimentaria de los países miembros en función de asegurar una alimentación con cantidad y calidad social e integral para nuestros pueblos. Apoyo a las políticas y la producción nacional de alimentos para garantizar el acceso de la población a una alimentación de cantidad y calidad adecuadas.

11. Comercio con políticas arancelarias ajustadas a los requerimientos de los países en desarrollo. La eliminación entre nuestros países de todas las barreras que constituyan un obstáculo a la complementación, permitiendo a los países subir sus aranceles para proteger a sus industrias nacientes o cuando consideren necesario para su desarrollo interno y el bienestar de su población con el fin de promover una mayor integración entre nuestros pueblos. Desgravaciones arancelarias asimétricas y no recíprocas que permiten a los países menos desarrollados subir sus aranceles para proteger a sus industrias nacientes o cuando consideren necesario para su desarrollo interno y el bienestar de su población.

12. Comercio protegiendo a los servicios básicos como derechos humanos. El reconocimiento del derecho soberano de los países al control de sus servicios según sus prioridades de desarrollo nacional y proveer de servicios básicos y estratégicos directamente a través del Estado o en inversiones mixtas con los países socios.

En oposición al Tratado de Libre Comercio que promueve la privatización de los servicios básicos del agua, la educación, la salud, el transporte, las comunicaciones y la energía, el Tratado de Comercio de los Pueblos promueve y fortalece el rol del Estado en estos servicios esenciales que hacen al pleno cumplimiento de los derechos humanos.

13. Cooperación para el desarrollo de los diferentes sectores de servicios. Prioridad a la cooperación dirigida al desarrollo de capacidades estructurales de los

países, buscando soluciones sociales en sectores como la salud y la educación, entre otros. Reconocimiento del derecho soberano de los países al control y la regulación de todos los sectores de servicios buscando promover a sus empresas de servicios nacionales. Promoción de la cooperación entre países para el desarrollo de los diferentes sectores de servicios antes que el impulso a la libre competencia desleal entre empresas de servicios de diferente escala.

14. Respeto y cooperación a través de las Compras Públicas. Las compras públicas son una herramienta de planificación para el desarrollo y de promoción de la producción nacional que debe ser fortalecida a través de la cooperación participación y la ejecución conjunta de compras cuando resulte conveniente.

15. Ejecución de inversiones conjuntas en materia comercial que puedan adoptar la forma de empresas grannacionales. La asociación de empresas estatales de diferentes países para impulsar un desarrollo soberano y de beneficio mutuo.

16. Socios y no patrones La exigencia a que la inversión extranjera respete las leyes nacionales. A diferencia de los Tratados de Libre Comercio que imponen una serie de ventajas y garantías a favor de las transnacionales, el Tratado de Comercio de los Pueblos busca una inversión extranjera que respete las leyes, reinvierta las utilidades y resuelva cualquier controversia con el Estado al igual que cualquier inversionista nacional.

Los inversionistas extranjeros no podrán demandar a los Estados Nacionales ni a los Gobiernos por desarrollar políticas de interés público

17. Comercio que respeta la vida. Mientras los Tratados de Libre Comercio promueven el patentamiento de la biodiversidad y del genoma humano, el Tratado de Comercio de los Pueblos los protege como patrimonio común de la humanidad y la madre tierra.

18. La anteposición del derecho al desarrollo y a la salud a la propiedad intelectual e industrial. A diferencia de los Tratados de Libre Comercio que buscan patentar y ampliar la duración de la patente de invenciones que son fundamentales

para la salud humana, la preservación de la madre tierra y el crecimiento de los países en desarrollo, -muchas de las cuáles han sido realizadas con fondos o subvenciones públicas- el Tratado de Comercio de los Pueblos antepone el derecho al desarrollo y a la salud antes que la propiedad intelectual de las transnacionales.

19. Adopción de mecanismos que conlleven a la independencia monetaria y financiera. Impulso a mecanismos que ayuden a fortalecer la soberanía monetaria, financiera, y la complementariedad en esta materia entre los países.

20. Protección de los derechos de los trabajadores y los derechos de los pueblos indígenas. Promoción de la vigencia plena de los mismos y la sanción a la empresa y no al país que los incumple.

21. Publicación de las negociaciones comerciales a fin de que el pueblo pueda ejercer su papel protagónico y participativo en el comercio. Nada de negociaciones secretas y a espaldas de la población.

22. La calidad como la acumulación social de conocimiento, y su aplicación en la producción en función de la satisfacción de las necesidades sociales de los pueblos, según un nuevo concepto de calidad en el marco del ALBA-TCP para que los estándares no se conviertan en obstáculos a la producción y al intercambio comercial entre los pueblos.

23. La libre movilidad de las personas como un derecho humano. El Tratado de Comercio de los Pueblos reafirma el derecho a la libre movilidad humana, con el objeto de fortalecer los lazos de hermandad entre todos los países del mundo.

2.3.3. Comentario y Análisis

El Tratado de Comercio de los Pueblos fue idea sugerida por el Presidente Juan Evo Morales Ayma como un frente de oposición a la proliferación de Tratados de Libre Comercio (TLC Chile-China, TLC Perú-Estados Unidos, TLC Colombia-Estados Unidos, TLC Estados Unidos-Países Centraoamericanos)

A partir del cambio de visión en los ámbitos político, social y económico, ejecutado por el Presidente y la negativa de realizar Tratados de Libre Comercio, el Tratado de Comercio de los Pueblos es la alternativa para hacer un comercio basado en una nueva economía, Economía Alternativa y Solidaria, haciendo prevalecer la idea de un intercambio comercial pero con bases solidarias, éticas y justas.

Para esta propuesta se establecieron diez principios, los cuales refirman la teoría de la Economía Solidaria y Alternativa a nivel entre Estados: al ser una alternativa económica, al entender a la rentabilidad económica como medios para conseguir un fin que es mejorar la calidad de vida de las personas, al respetar la identidad cultural de los pueblos, fomentar el empleo, proteger el medio ambiente, igualdad en las relaciones, cooperación, no acumulación sino ganancias para el fin social.

Ya para la VII Cumbre ALBA-TCP, los países miembros acordaron otros principios denominados, Principios Fundamentales del Tratado de Comercio de los Pueblos, esto con el fin de crear más Tratados de Comercio de los Pueblos.

Son 23 principios que desarrollan y refirman aún más la teoría de la Economía Alternativa y Solidaria y la faceta del Comercio Justo.

El Tratado de Comercio de los Pueblos, basado en la teoría de la Economía Alternativa y Solidaria y la faceta Comercio Justo, dio origen al Proyecto Grannacional de Comercio Justo-TCP, pero ninguno desarrolla lo que es el Comercio Justo.

Se hace mención de algunos aspectos de éste como el de incluir grupos desfavorecidos, proteger el medio ambiente, mejorar la calidad de vida de las personas, respetar la identidad cultural, pero no así de quienes son los verdaderos desarrolladores del Comercio Justo, cómo deben ser sus relaciones comerciales, cuáles los principios y criterios a seguir y otros.

Si bien los Estados, en su afán de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, establecen tratados de comercio con el fin de abrir mercados, son las personas particulares quienes deben dar vida a este tratado, pero si no se define el Comercio Justo en su cabalidad la tarea será imposible.

No se puede concebir que se proclame es inserte una nueva teoría económica y su faceta de comercio a nivel entre Estados y no se conozcan o constituyan los principios más elementales del Comercio Justo. Ni el Tratado de Comercio de los Pueblos, ni el ordenamiento jurídico interno indican qué es el Comercio Justo, solamente dan líneas que comprenden aspectos muy generales.

Es por esto que la presente tesis propone una regulación del Comercio Justo a fin de que en el ámbito internacional en negociador boliviano cuente con la base del Comercio Justo para la negociación de tratados, puesto que se está observando que otros países integrantes del ALBA ya están realizando negociaciones para un acuerdo de Comercio Justo como es el caso de Ecuador y Nicaragua que fue manifestado por el embajador de la República del Ecuador en Nicaragua, Antonio Preciado, “el acuerdo de comercio justo que discuten ambos gobiernos se desarrolla bajo un espíritu de hermandad y de ayuda recíproca a sus respectivos pueblos.”⁸¹ quien expresó: “Es un acuerdo que cuenta, que visibiliza al microempresario, al pequeño productor, a las cooperativas, a las agrupaciones de pequeños agricultores, de pequeños ganaderos, de pequeños productores, que entran en el juego de intercambio en forma directa con un beneficio que no lo tienen si pasa por los intermediarios habituales”.⁸²

⁸¹ <http://www.ripesslac.net/home.php>

⁸² <http://www.ripesslac.net/home.php>

CAPÍTULO III

MARCO JURÍDICO

CAPÍTULO III

MARCO JURÍDICO

Una vez determinado el marco histórico y teórico de la presente investigación, corresponde puntualizar el marco jurídico en el cual se basa el instrumento normativo que dará lugar a la solución de la problemática identificada.

Para tal efecto y considerando las acciones que ha desarrollado el Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia en el nuevo enfoque económico, político y social que se encuentra plasmado en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, es ineludible analizar y comentar los artículos de la norma fundamental así como otras normas jurídicas como: el Decreto Supremo N° 29272 de 12 de Septiembre de 2010. Plan Nacional de Desarrollo, el Tratado de Comercio de los Pueblos y el Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP, referentes al tema de investigación.

3.1. Normativa Nacional

3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia⁸³

PRIMERA PARTE: BASES FUNDAMENTALES DEL ESTADO.

DERECHOS, DEBERES Y GARANTÍAS

TÍTULO I: BASES FUNDAMENTALES DEL ESTADO

CAPÍTULO SEGUNDO: PRINCIPIOS, VALORES Y FINES DEL ESTADO

Artículo 8.

I. El Estado asume y promueve como principios ético-morales de la sociedad plural: ama qhilla, ama llulla, ama suwa (no seas flojo, no seas mentiroso ni seas ladrón),

⁸³ Gaceta Oficial de Bolivia. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz-Bolivia. Febrero-2009.

suma qamaña (vivir bien), ñandereko (vida armoniosa), teko kavi (vida buena), ivi maraei (tierra sin mal) y qhapaj ñan (camino o vida noble).

II. El Estado se sustenta en los valores de unidad, igualdad, inclusión, dignidad, libertad, solidaridad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, equidad social y de género en la participación, bienestar común, responsabilidad, justicia social, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales para vivir bien.

Comentario

De lo señalado precedentemente es necesario remarcar los principios ético-morales que rigen para la sociedad en su conjunto, en el entendido que es una nueva filosofía de vida, en la que ocupa un lugar preponderante la ética porque constituye las nuevas reglas del comportamiento de las personas que conforman la sociedad, con la finalidad de lograr una mejor vida en general, así como los principios morales propugnados inducen a la sociedad a tener un comportamiento en el cual no solo se considere el bienestar propio, sino el colectivo.

Los valores deben estar inmersos en las normas jurídicas presentes y futuras, toda vez que éstas regulan las relaciones de las personas con el Estado y las relaciones entre particulares con la finalidad de desarrollar una sociedad óptima donde existan mejores condiciones de vida para la población en general.

En conclusión, puedo señalar que este artículo se encuentra íntegramente relacionado al Comercio Justo, porque precisamente estos principios y valores fundamentan la teoría y la práctica del intercambio comercial con bases justas, éticas y solidarias para lograr el bien y el desarrollo común.

Artículo 9. Son fines y funciones esenciales del Estado, además de los que establece la Constitución y la ley:

1. Constituir una sociedad justa y armoniosa, cimentada en la descolonización, sin discriminación ni explotación, con plena justicia social, para consolidar las identidades plurinacionales.

2. Garantizar el bienestar, el desarrollo, la seguridad y la protección e igual dignidad de las personas, las naciones, los pueblos y las comunidades, y fomentar el respeto mutuo y el diálogo intracultural, intercultural y plurilingüe.
3. Reafirmar y consolidar la unidad del país, y preservar como patrimonio histórico y humano la diversidad plurinacional.
4. Garantizar el cumplimiento de los principios, valores, derechos y deberes reconocidos y consagrados en esta Constitución.
5. Garantizar el acceso de las personas, a la educación, a la salud y al trabajo.
6. Promover y garantizar el aprovechamiento responsable y planificado de los recursos naturales, e impulsar su industrialización, a través del desarrollo y del fortalecimiento de la base productiva en sus diferentes dimensiones y niveles, así como la conservación del medio ambiente, para el bienestar de las generaciones actuales y futuras.

Comentario

Este artículo establece las obligaciones del Estado para con la sociedad, en el entendido que es obligación del Estado dotar una herramienta normativa enmarcada en los fines y funciones con la finalidad de establecer políticas económicas que sirvan de base para el intercambio comercial. La creación de la propuesta normativa de la presente tesis permitirá el cumplimiento a cabalidad de este artículo.

TÍTULO II: DERECHOS FUNDAMENTALES Y GARANTÍAS

CAPÍTULO QUINTO: DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

SECCIÓN III: DERECHO AL TRABAJO Y AL EMPLEO

Artículo 47.

I. Toda persona tiene derecho a dedicarse al comercio, la industria o a cualquier actividad económica lícita, en condiciones que no perjudiquen al bien colectivo.

II. Las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos económicos financieros para incentivar su producción.

III. El Estado protegerá, fomentará y fortalecerá las formas comunitarias de producción.

Comentario

Este artículo ratifica el derecho que tienen las personas para realizar actividades comerciales lícitas. Se implanta un régimen de protección para las organizaciones y sectores que realicen esas actividades de comercio, así como la dotación de recursos financieros para impulsar a esos sectores.

Con la propuesta jurídica de la presente tesis se tendrá un régimen de protección de todas organizaciones económicas mencionadas en el artículo, puesto que en el Comercio Justo trabajan grupos económicos desfavorecidos y excluidos del comercio convencional.

Artículo 48. (Se citan los numerales que se relacionan al tema)

I. Las disposiciones sociales y laborales son de cumplimiento obligatorio.

V. El Estado promoverá la incorporación de las mujeres al trabajo y garantizará la misma remuneración que a los hombres por un trabajo de igual valor, tanto en el ámbito público como en el privado.

VII. El Estado garantizará la incorporación de las jóvenes y los jóvenes en el sistema productivo, de acuerdo con su capacitación y formación.

Comentario

Este artículo se relaciona con el tema de investigación, porque en el Comercio Justo establece el cumplimiento de las disposiciones sociales y laborales internacionales y nacionales, por otra parte propugna la igualdad de género y establece una capacitación permanente de sus miembros a fin de optimizar la producción.

TERCERA PARTE: ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

TÍTULO I. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

CAPÍTULO OCTAVO: DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

Artículo 298. (A continuación se coloca el numeral relacionado al tema)

I. Son competencias privativas del nivel central del Estado:

22. Política económica y planificación nacional.

Comentario

Este artículo en su numeral 22 establece que el nivel central del Estado es el único que puede crear políticas económicas y por consiguiente políticas de comercio, además de reglamentarlas y ejecutarlas. Es la base para la creación de una propuesta jurídica que establece una política de comercio en el marco del Comercio Justo y el Tratado de Comercio de los Pueblos.

CUARTA PARTE: ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN ECONÓMICA DEL ESTADO

TÍTULO I: ORGANIZACIÓN DEL ESTADO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 306. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema)

I. El modelo económico boliviano es plural y está orientado a mejorar la calidad de vida y el vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos.

II. La economía plural está constituida por las formas de organización económica comunitaria, estatal, privada y social cooperativa.

III. La economía plural articula las diferentes formas de organización económica sobre los principios de complementariedad, reciprocidad, solidaridad, redistribución, igualdad,

seguridad jurídica, sustentabilidad, equilibrio, justicia, y transparencia. La economía social y comunitaria complementará el interés individual con el vivir bien colectivo.

V. El Estado tiene como máximo valor al ser humano y asegurará el desarrollo mediante la redistribución equitativa de los excedentes económicos en políticas sociales, de salud, educación, cultura, y en la reinversión en desarrollo económico productivo.

Comentario

El artículo al implementar una economía plural permite la existencia de varios modelos económicos que tienen por fin mejorar la calidad de vida de la población en general. Dando lugar también a la existencia de varios tipos de organizaciones económicas. Se ratifica los principios propugnados en el artículo 8, resaltando como máximo valor, en el ámbito económico, al ser humano con una profundización del vivir bien colectivo.

Artículo 311. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema)

II. La economía plural comprende los siguientes aspectos:

1. El Estado ejercerá la dirección integral del desarrollo económico y sus procesos de planificación.
2. La industrialización de los recursos naturales para superar la dependencia de la exportación de materias primas y lograr una economía de base productiva, en el marco del desarrollo sostenible, en armonía con la naturaleza.

Comentario

Es ineludible reconocer la función del Estado de dictar las políticas económicas que determinen el grado de desarrollo a alcanzar. Además se percibe un cambio para el sector exportador, en el que el exportador no se limite a la exportación de materia prima o insumo, sino a la industrialización de los productos lo que determina valor agregado y el cambio de categoría de país primario-exportador a exportador de productos terminados.

Artículo 312. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema)

II. Todas las formas de organización económica tienen la obligación de generar trabajo digno y contribuir a la reducción de las desigualdades y a la erradicación de la pobreza.

III. Todas las formas de organización económica tienen la obligación de proteger el medio ambiente.

Comentario

Este artículo se relaciona al Comercio Justo. Por un lado, el Comercio Justo establece las condiciones óptimas de trabajo y que en su desarrollo mismo se tiene por consecuencia la reducción de las desigualdades y la pobreza. Por otro lado, establece la protección del medio ambiente con el uso de técnicas adecuadas y tecnologías blandas en la producción.

Artículo 313. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema) Para eliminar la pobreza y la exclusión social y económica, para el logro del vivir bien en sus múltiples dimensiones, la organización económica boliviana establece los siguientes propósitos:

1. Generación del producto social en el marco del respeto de los derechos individuales, así como de los derechos de los pueblos y las naciones.
2. La producción, distribución y redistribución justa de la riqueza y de los excedentes económicos.
5. El desarrollo productivo industrializador de los recursos naturales.

Comentario

Las organizaciones de Comercio Justo cumplen con estos propósitos en su cabalidad, puesto que respetan los derechos individuales y de los pueblos y naciones, redistribuyen la riqueza con fines sociales y buscan siempre la industrialización de los productos para tener un valor agregado.

CAPÍTULO SEGUNDO: FUNCION DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA

Artículo 316. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema) La función del Estado en la economía consiste en:

2. Dirigir la economía y regular, conforme con los principios establecidos en esta Constitución, los procesos de producción, distribución y comercialización de bienes y servicios.

6. Promover prioritariamente la industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables, en el marco del respeto y protección del medio ambiente, para garantizar la generación de empleo y de insumos económicos y sociales para la población.

10. Gestionar recursos económicos para la investigación, la asistencia técnica y la transferencia de tecnologías para promover actividades productivas y de industrialización.

Comentario

Este artículo constituye la norma jurídica específica para la creación de la propuesta normativa de la presente tesis que se presentará más adelante.

El Estado debe priorizar la industrialización de los recursos naturales, lo que determina valor agregado y la optimización de recursos humanos y programar presupuestos encaminados al desarrollo y la investigación técnica, puntos esenciales de la propuesta normativa.

CAPÍTULO TERCERO: POLÍTICAS ECONÓMICAS

Artículo 318. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema)

I. El Estado determinará una política productiva industrial y comercial que garantice una oferta de bienes y servicios suficientes para cubrir de forma adecuada las necesidades básicas internas, y para fortalecer la capacidad exportadora.

II. El Estado reconoce y priorizará el apoyo a la organización de estructuras asociativas de micro, pequeñas y medianas empresas productoras, urbanas y rurales.

III. El Estado fortalecerá la infraestructura productiva, manufactura e industrial y los servicios básicos para el sector productivo.

V. El Estado promoverá y apoyará la exportación de bienes con valor agregado y los servicios.

Comentario

Establece la obligación del Estado de constituir políticas económicas inducidas al crecimiento productivo de todas las estructuras asociativas, incluyendo a las rurales. Finalmente, da la obligación de mejorar los medios materiales del sector productivo para incentivar a la industrialización de los bienes, puntos de la propuesta normativa.

Artículo 319. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema)

I. La industrialización de los recursos naturales será prioridad en las políticas económicas, en el marco del respeto y protección del medio ambiente y de los derechos de las naciones y pueblos y de los derechos de las naciones y pueblos indígena originario campesinos y sus territorios.

Comentario

Este artículo ratifica la posición del Estado de protección al medio ambiente y la industrialización de los recursos naturales, punto de la propuesta normativa.

3.1.2 Decreto Supremo N° 29272 de 12 de Septiembre de 2007.

Plan Nacional de Desarrollo⁸⁴

Mediante el Decreto Supremo N° 29272 de 12 de septiembre de 2007 se promulgó el “Plan Nacional de Desarrollo: Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien – Lineamientos Estratégicos” (PND).

⁸⁴ http://www.planificacion.gov.bo/files/29272_ds.pdf

El Plan Nacional de Desarrollo se centra en el “Vivir Bien o Suma Qamaña” que plantea la complementariedad entre el acceso y disfrute de los bienes materiales y la realización afectiva, subjetiva y espiritual, en armonía con la naturaleza y en comunidad con los seres humanos.

Así con los cuatro pilares son:

a) **Bolivia Digna.**- Es la erradicación de la pobreza y la inequidad, por eso se quiere un patrón equitativo de distribución y/o redistribución de ingresos, riqueza y oportunidades. Está conformada por los sectores generadores de activos y condiciones sociales, y por la política, estrategias y programas intersectoriales de Protección Social y Desarrollo Integral Comunitario.

b) **Bolivia Democrática.**- Es la construcción de una sociedad y Estado plurinacional y socio-comunitario, donde el pueblo ejerce el poder social y comunitario y es corresponsable de las decisiones sobre su propio desarrollo y del país. Está constituido por los sectores orientados a lograr una mejor gestión gubernamental, transparencia y construir el poder social comunitario.

c) **Bolivia Productiva.**- Está orientada hacia la transformación, el cambio integrado y diversificación de la matriz productiva, logrando el desarrollo de los Complejos Productivos Integrales y generando excedentes, ingreso y empleo con la finalidad de cambiar el patrón primario exportador excluyente. Está conformada por los sectores estratégicos generadores de excedentes y los sectores generadores de empleo e ingreso. De manera transversal, se encuentran los sectores de infraestructura para el desarrollo productivo y de apoyo a la producción.

d) **Bolivia Soberana.**- Es la constitución del Estado en un actor internacional, soberano, autodeterminado, con identidad propia, mediante una política exterior que oriente la acción política y diplomática con presencia de los pueblos y defensa sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad. Está conformada por los sectores de Relaciones Exteriores y Relaciones Económicas Internacionales.

Los lineamientos estratégicos referentes al tema son:

1. Contribuir al proceso de transformación del país; desmontar el modelo de desarrollo concebido desde el colonialismo y el neoliberalismo, y cambiar el patrón de desarrollo primario exportador.
2. Formular y ejecutar en el marco del paradigma de desarrollo sustentado en la filosofía del Vivir Bien.
3. Contribuir a la construcción de un nuevo Estado plurinacional, promotor y protagonista del desarrollo, social, comunitario, que redistribuye equitativamente la riqueza, ingresos y oportunidades.
4. Desarrollar la convivencia equilibrada y la complementariedad con equidad de la Economía Estatal, la Economía Comunitaria –que se asienta en procesos productivos, impulsados por organizaciones sociales, comunitarias, y micro y pequeños empresarios, artesanos, organizaciones económicas campesinas, organizaciones productivas, comunidades y asociaciones urbanas y rurales-, la Economía Mixta y la Economía Privada.
5. Promover el desarrollo integral a través de la construcción de un nuevo patrón de desarrollo diversificado e integrado y la erradicación de la pobreza, desigualdad social y exclusión.
6. Desarrollar, de manera prioritaria, los ejes transversales: equidad, innovación, medio ambiente y gestión de riesgos.

Comentario

El Plan Nacional de Desarrollo, aprobado mediante Decreto Supremo N° 29272 de 12 de septiembre de 2007, es la manifestación expresa y coherente de los aspectos propugnados en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia al establecer los aspectos fundamentales en los ámbitos político, social y económico, basados en la filosofía del “vivir bien”. En los postulados, el Estado proclama su

intención de cambio de la política económica a un nuevo modelo económico plural con la finalidad de que todas las personas que forman parte del Estado se encuentren incluidas en las diferentes actividades económicas a fin de lograr un desarrollo sostenible integral.

Si bien este plan no menciona específicamente al Comercio Justo da los lineamientos generales para su realización.

3.1.3. Decreto Supremo N° 29894 de 7 de Febrero de 2009. Estructura Organizativa del Poder Ejecutivo del Estado Plurinacional de Bolivia⁸⁵

Artículo 17. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema) (Atribuciones de la Ministra (o) de Relaciones Exteriores). Las atribuciones de la Ministra (o) de Relaciones Exteriores, en el marco de las competencias asignadas al nivel central en la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

k) Formular y dirigir la negociación de acuerdos de comercio justo y complementario que consideren las asimetrías existentes, cuando se trate de países y bloques desarrollados.

Comentario

Este artículo indica claramente que el Ministro o la Ministra de Relaciones Exteriores tiene que crear y dirigir negociaciones sobre acuerdos de comercio justo. Sin embargo, la realidad demuestra que no existe un cumplimiento de este inciso, que podría ser entendible por el manejo y falta de recursos designados a ese Ministerio, por lo contrario se debe a un desconocimiento de la institución pública sobre lo que es el comercio justo, siendo impresionante que se a nivel internacional se hable de Economía Alternativa y Solidaria y Comercio Justo.

⁸⁵http://www.produccion.gob.bo/system/files/normativa_general/DS29894EstructuraOrganizativadPoderEjecutivoDelEstadoPlurinacional.pdf

Artículo 19. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema) (Atribuciones del Viceministro de Comercio Exterior e Integración) Las atribuciones del Viceministro de Comercio Exterior e Integración, en el marco de las competencias asignadas al nivel central en la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

c) Negociar tratados, convenios y acuerdos económicos, comerciales, de inversión, de integración y Tratados de Comercio de los Pueblos para el relacionamiento solidario, el comercio justo, complementario y la cooperación con otros Estados.

Comentario

El Viceministro de Comercio Exterior e Integración debe gestionar acuerdo comerciales que conlleven al comercio justo, al igual que el Ministro de Relaciones Exteriores, pero nuevamente se cuestiona el hecho que no exista un conocimiento profundo sobre comercio justo o eso al menos deja ver la entidad pública que se reserva el derecho de otorgar información.

Artículo 68. (A continuación se colocan los numerales relacionados al tema) (Atribuciones del Viceministro de Comercio Interno y Exportaciones) Las atribuciones del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, en el marco de las competencias asignadas al nivel central por la Constitución Política del Estado, son las siguientes:

w) Proponer y ejecutar políticas para el desarrollo de las exportaciones en el marco del comercio justo.

Comentario

El Viceministro de Comercio Interno y Exportaciones debe proponer y ejecutar políticas para que se realicen exportaciones dentro del comercio justo. Dentro de este Viceministerio existe un gran afán por tener una norma que regule el comercio justo, con gran apoyo de la Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, la Sra. Antonia Rodríguez Medrano quien, como se mencionó anteriormente, es creadora de ASARBOLSEM, organización de comercio justo que exporta productos al exterior.

3.2. Normativa Internacional

3.2.1. Principios del Comercio Justo

El Comercio Justo tiene principios básicos que rigen diversos aspectos, éstos han sido determinados por las cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional: FLO, IFAT, NEWS y EFTA, en diciembre de 2001 que rigen el Comercio Justo.⁸⁶

- **Organizaciones del Comercio Justo**

Los principios, que a continuación se anuncian, describen a las organizaciones al mismo tiempo que las diferencian de otras organizaciones comerciales, que tienen un compromiso claramente marcado con el Comercio Justo, en sus actividades operacionales, estas organizaciones deben:

- Brindar apoyo financiero, técnico y de organización a los productores.
- Establecer relaciones sólidas entre Norte y Sur.
- Hacer campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

- **Relación comercial**

Para ver la relación comercial como un beneficio mutuo basado en el diálogo, transparencia y respeto:

- Trato recíproco respetuoso, tomando las diferencias culturales y roles.
- Administración transparente en la presentación de la organización, en las finanzas y la estructura como es requerido por la ley y por los acuerdos de Comercio Justo.
- Proveer información para facilitar el acceso de mercado.
- Tener una abierta y constructiva comunicación.

⁸⁶ FAIR TRADE DEFINITION AND PRINCIPLES as agreed by FINE1 in December 2001 / www.scribd.com/doc/.../Fair-Trade-Definition-and-Principles

- En caso de conflictos, usar el diálogo y arbitraje para resolver los problemas.

- **Mejores condiciones comerciales**

Para mejorar las condiciones del comercio:

- Pago justo en el contexto regional o local (el pago justo no cubre solo el costo de producción, sino también contempla la producción social y ambientalmente justa)

- A través de la financiación previa a la cosecha o a la producción, evitar el endeudamiento de los productores.

- Compromiso basado en las relaciones estables, de continuidad y a largo plazo.

- **Seguridad de los derechos de los productores y trabajadores**

Para asegurar y mejorar los derechos de los productores y trabajadores:

- Un salario digno el cual no sea solamente el mínimo legal sino un salario que permita ser un medio de vida.

- Proveer un lugar de trabajo socialmente responsable, seguro y sano.

- Cumplimiento de las leyes nacionales más el mantenimiento de condiciones que salvaguarden los Derechos Humanos de los productores y trabajadores establecidos por la Organización de las Naciones Unidas.

- Asegurar los estándares laborales fundamentales establecidos por la Organización Internacional del Trabajo.

- **Proceso de desarrollo sostenible**

Para promover mejoras a largo plazo oportunidades económicas y sociales de los productores y los asalariados y en las prácticas medioambientales de sus organizaciones a través:

- Fortalecimiento de las pequeñas organizaciones de productores.

- Fortalecimiento de la propiedad y la participación de los productores y trabajadores en la toma de decisiones.
- Promover el desarrollo y la formación de los recursos humanos con especial atención hacia las mujeres.
- Alentar buenas prácticas medioambientales y métodos de producción, responsables y sostenibles.

Comentario

Los principios de Comercio Justo establecidos por las cuatro grandes organizaciones internacionales de Comercio Justo han sido creados viendo el desarrollo de las organizaciones de Comercio Justo a nivel mundial. Son principios que todas las organizaciones de Comercio Justo del mundo deben cumplir a su cabalidad y que no han sido elaborados con la ayuda de algún gobierno. Estos principios han sido convertidos en criterios y en indicadores haciendo más completo el desarrollo del Comercio Justo.

3.2.2. Tratado de Comercio de los Pueblos y Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP

3.2.2.1. Tratado de Comercio de los Pueblos

Se presenta el texto completo del Tratado de Comercio de los Pueblos obtenido de la página oficial del ALBA, <http://www.alianzabolivariana.org>: Documentos ALBA.

Este tratado no ha sido ratificado por la Asamblea Legislativa Plurinacional, por tanto no tiene efectividad jurídica como indica Rousseau, citado por el PhD Felipe Tredinnick en su libro "Derecho Internacional Contemporáneo", página 25, "el tratado internacional sólo adquiere fuerza jurídica con la ratificación, que puede ser definida como la probación dada la tratado por los órganos internos competentes para obligar internacionalmente al Estado".⁸⁷Con solo ser firmado este tratado, Bolivia ha manifestado su voluntad de obligarse por el mismo, sin embargo, por la falta de

⁸⁷ Tredinnick, Felipe (PhD). Derecho Internacional Contemporáneo. Editorial "24 de junio". Cuarta Edición. La Paz-Bolivia. 2006. Pág. 25.

ratificación de la Asamblea legislativa Plurinacional no tiene fuerza jurídica y podría considerarse como un instrumento jurídico fuente internacional.

ACUERDO PARA LA APLICACIÓN DE LA ALTERNATIVA BOLIVARIANA PARA LOS PUEBLOS DE NUESTRA AMÉRICA Y EL TRATADO DE COMERCIO DE LOS PUEBLOS.⁸⁸

Los Presidentes Hugo Chávez Frías, en nombre de la República Bolivariana de Venezuela, Evo Morales Ayma, en nombre de la República de Bolivia y Fidel Castro Ruz, en nombre de la República de Cuba, reunidos en la Ciudad de La Habana los días 28 y 29 de abril de 2006, deciden suscribir el presente Acuerdo para la construcción de la Alternativa Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) y los Tratados de Comercio entre los Pueblos de nuestros tres países.

Disposiciones Generales

Artículo 1: Los gobiernos de las Repúblicas Bolivariana de Venezuela, de Bolivia y Cuba, han decidido dar pasos concretos hacia el proceso de integración, basados en los principios contenidos en la Declaración Conjunta suscrita el 14 de diciembre de 2004, entre la República Bolivariana de Venezuela y la República de Cuba, a los cuales se acoge y hace suyos el Gobierno de Bolivia.

Artículo 2: Los países elaborarán un plan estratégico para garantizar la más beneficiosa complementación productiva sobre bases de racionalidad, aprovechamiento de ventajas existentes en los países, ahorro de recursos, ampliación del empleo, acceso a mercados u otra consideración sustentada en una verdadera solidaridad que potencie nuestros pueblos.

Artículo 3: Los países intercambiarán paquetes tecnológicos integrales desarrollados en sus países por las partes, en áreas de interés común, que serán facilitados para su utilización y aprovechamiento, basados en principios de mutuo beneficio.

⁸⁸ <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=516>

Artículo 4: Los países trabajarán en conjunto, en coordinación con otros países latinoamericanos, para eliminar el analfabetismo en esos países, utilizando métodos de aplicación masiva de probada y rápida eficacia, puestos en práctica exitosamente en la República Bolivariana de Venezuela.

Artículo 5: Las países acuerdan ejecutar inversiones de interés mutuo que pueden adoptar la forma de empresas públicas, binacionales, mixtas, cooperativas, proyectos de administración conjunta y otras modalidades de asociación que decidan establecer. Se priorizarán las iniciativas que fortalezcan las capacidades de inclusión social, la industrialización de los recursos, la seguridad alimentaria, en el marco del respeto y la preservación del medio ambiente.

Artículo 6: En los casos de empresas binacionales o trinacionales de connotación estratégica, las partes harán lo posible, siempre que la naturaleza y costo de la inversión lo permitan, para que el país sede posea al menos el 51 % de las acciones.

Artículo 7: Los países podrán acordar la apertura de subsidiarias de bancos de propiedad estatal de un país en el territorio nacional de otro país.

Artículo 8: Para facilitar los pagos y cobros correspondientes a transacciones comerciales y financieras entre los países, se acuerda la concertación de Convenios de Crédito Recíproco entre las instituciones bancarias designadas a estos efectos por los gobiernos.

Artículo 9: Los gobiernos podrán practicar mecanismos de compensación comercial de bienes y servicios en la medida que esto resulte mutuamente conveniente para ampliar y profundizar el intercambio comercial.

Artículo 10: Los gobiernos impulsarán el desarrollo de planes culturales conjuntos que tengan en cuenta las características particulares de las distintas regiones y la identidad cultural de los pueblos.

Artículo 11: Los gobiernos Partes profundizarán la cooperación en el tema comunicacional, tomando las acciones necesarias para fortalecer sus capacidades a

niveles de infraestructura en materia de transmisión, distribución, telecomunicación, entre otros; así como a nivel de capacidades de producción de contenidos informativos, culturales y educativos. En este sentido, los gobiernos continuarán apoyando el espacio comunicacional de integración conquistado en Telesur, fortaleciendo su distribución en nuestros países, así como sus capacidades de producción de contenido.

Artículo 12: Los gobiernos de Venezuela y Cuba reconocen las especiales necesidades de Bolivia como resultado de la explotación y el saqueo de sus recursos naturales durante siglos de dominio colonial y neocolonial.

Artículo 13: Las Partes intercambiarán conocimientos en materia científico-técnica con el objeto de contribuir al desarrollo económico y social de los tres países.

Artículo 14: En consideración a todo lo anterior, el Gobierno de la República de Cuba, el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Gobierno de la República de Bolivia, deciden ejecutar las siguientes acciones:

Acciones a desarrollar por Cuba en sus relaciones con Bolivia en el marco del ALBA y el TCP

PRIMERO: Crear una entidad cubano-boliviana no lucrativa que garantice la operación oftalmológica de calidad y gratuita a todos aquellos ciudadanos de Bolivia que carezcan de los recursos económicos necesarios para sufragar los altísimos precios de estos servicios, evitando con ello que cada año decenas de miles de bolivianos pobres pierdan la vista o sufran limitaciones serias y muchas veces invalidantes en su función visual.

SEGUNDO: Cuba aportará equipamiento de la más alta tecnología y los especialistas oftalmológicos requeridos en la etapa inicial, los que, con el apoyo de jóvenes médicos bolivianos formados en la Escuela Latinoamericana de Ciencias Médicas (ELAM) en calidad de residentes, u otros médicos y residentes bolivianos o procedentes de otros países, ofrecerán atención esmerada a los pacientes bolivianos.

TERCERO: Cuba sufragará los salarios del personal cubano médico especializado en oftalmología en el marco de las presentes acciones.

CUARTO: Bolivia garantizará las instalaciones necesarias para brindar el servicio, que podrán ser edificios de uso médico, o adaptados a estos fines. Cuba elevará a seis en lugar de tres ofrecidos en el Acuerdo Bilateral firmado el 30 de diciembre del pasado año, el número de centros oftalmológicos donados.

QUINTO: Los seis centros estarían ubicados en La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Sucre, Potosí y la localidad de Copacabana del Departamento de La Paz. Los seis tendrán capacidad para operar de conjunto no menos de 100 mil personas cada año. Tales capacidades podrán elevarse si fuera necesario.

SEXTO: Cuba ratifica a Bolivia la oferta de 5 mil becas para la formación de médicos y especialistas en Medicina General Integral u otras áreas de las Ciencias Médicas: 2 000 en el primer trimestre del 2006, que ya están recibiendo preparación básica en Cuba; 2 000 en el segundo semestre del presente año, y 1 000 en el primer trimestre del 2007. En los años subsiguientes se irá renovando el cupo establecido con nuevos ingresos. Se incluyen en estos nuevos becados parte de los 500 jóvenes bolivianos que ya venían realizando sus estudios de Medicina en Facultades de Ciencias Médicas cubanas.

SÉPTIMO: Cuba mantendrá en Bolivia por el tiempo que ese hermano país lo considere necesario los 600 especialistas médicos que viajaron a Bolivia con motivo del grave desastre natural ocurrido en enero de este año, que afectó a todos los departamentos bolivianos. De igual modo, donará los 20 hospitales de campaña con servicios de cirugía, terapia intensiva, atención de urgencia a los afectados por accidentes cardiovasculares, laboratorios y otros recursos médicos, enviados con motivo del mencionado desastre con destino a las áreas más afectadas.

OCTAVO: Cuba continuará aportando a Bolivia la experiencia, el material didáctico y los medios técnicos necesarios para el programa de alfabetización en cuatro

idiomas: español, aymara, quechua y guaraní, que puede ofrecer a la totalidad de la población necesitada.

NOVENO: En el sector de la educación, el intercambio y la colaboración se extenderán a la asistencia en métodos, programas y técnicas del proceso docente-educativo que sean de interés para la parte boliviana.

DÉCIMO: Cuba transmitirá a Bolivia sus experiencias en materia de ahorro de energía y cooperará con este país en un programa de ahorro de energía que podrá reportarle importantes recursos en divisas convertibles.

UNDÉCIMO: Se exime de impuestos sobre utilidades a toda inversión estatal y de empresas mixtas bolivianas e incluso de capital privado boliviano en Cuba, durante el período de recuperación de la inversión.

DUODÉCIMO: Cuba otorga a las líneas aéreas bolivianas las mismas facilidades de que disponen las líneas aéreas cubanas en cuanto a la transportación de pasajeros y carga a y desde Cuba y la utilización de servicios aeroportuarios, instalaciones o cualquier otro tipo de facilidad, así como en la transportación interna de pasajeros y carga en el territorio cubano.

DÉCIMO TERCERO: Las exportaciones de bienes y servicios procedentes de Cuba podrán ser pagadas con productos bolivianos, en la moneda nacional de Bolivia o en otras monedas mutuamente convenidas.

Acciones a desarrollar por Venezuela en sus relaciones con Bolivia en el marco del ALBA y el TCP

PRIMERO: Venezuela promoverá una amplia colaboración en el sector energético y minero que incluirá: el fortalecimiento institucional del Ministerio de Hidrocarburos y Energía y del Ministerio de Minería y Metalurgia de Bolivia, a través de la asistencia técnico-jurídica; ampliación del suministro de crudos, productos refinados, GLP y asfalto, contemplados en el Acuerdo de Cooperación Energética de Caracas, hasta los volúmenes requeridos para satisfacer la demanda interna de Bolivia, estableciendo

mecanismos de compensación con productos bolivianos para la total cancelación de la factura por estos conceptos; asistencia técnica a Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB) y COMIBOL; desarrollo de proyectos de adecuación y ampliación de infraestructuras y petroquímicos, siderúrgicos, químico – industriales, así como otras formas de cooperación que las partes acuerden.

SEGUNDO: Se exime de impuestos sobre utilidades a toda inversión estatal y de empresas mixtas bolivianas en Venezuela durante el período de recuperación de la inversión.

TERCERO: Venezuela ratifica la oferta de 5000 becas para estudios en diferentes áreas de interés para el desarrollo productivo y social de la República de Bolivia.

CUARTO: Venezuela creará un fondo especial de hasta 100 millones de dólares para el financiamiento de proyectos productivos y de infraestructuras

QUINTO: Venezuela donará treinta millones de dólares para atender necesidades de carácter social y productivo del pueblo boliviano según determine su Gobierno.

SEXTO: Venezuela donará asfalto y planta de mezclado de asfalto que contribuya al mantenimiento y construcción de caminos.

SÉPTIMO: Venezuela incrementará notablemente las importaciones de productos bolivianos, especialmente aquellos que contribuyan a elevar sus reservas estratégicas de alimentos.

OCTAVO: Venezuela otorgará incentivos fiscales en su territorio a proyectos de interés estratégico para Bolivia.

NOVENO: Venezuela otorgará facilidades preferenciales a aeronaves de bandera boliviana en territorio venezolano dentro de los límites que su legislación le permite.

DÉCIMO: Venezuela pone a disposición de Bolivia su infraestructura y equipos de transporte aéreo y marítimo de manera preferencial para apoyar los planes de desarrollo económico y social de la República de Bolivia.

UNDÉCIMO: Venezuela otorgará facilidades para que empresas bolivianas públicas o mixtas puedan establecerse para la transformación, aguas abajo, de materias primas.

DUODÉCIMO: Venezuela colaborará con Bolivia en estudios de investigación de la biodiversidad.

DÉCIMO TERCERO: Venezuela apoyará la participación de Bolivia en la promoción de núcleos de desarrollo endógenos transmitiendo la experiencia de la Misión Vuelvan Caras.

DÉCIMO CUARTO: Venezuela desarrollará convenios con Bolivia en la esfera de las telecomunicaciones, que podría incluir el uso de satélites.

Acciones a desarrollar por Bolivia en sus relaciones con Cuba y Venezuela en el marco del ALBA y el TCP

PRIMERO: Bolivia contribuirá con la exportación de sus productos mineros, agrícolas, agroindustriales, pecuarios e industriales que sean requeridos por Cuba o Venezuela.

SEGUNDO: Bolivia contribuirá a la seguridad energética de nuestros países con su producción hidrocarburífera disponible excedentaria.

TERCERO: Bolivia eximirá de impuesto sobre utilidades a toda inversión estatal y de empresas mixtas que se formen entre Bolivia y los Estados de Venezuela y Cuba.

CUARTO: Bolivia proporcionará toda su experiencia en el estudio de los pueblos originarios tanto en la teoría como en la metodología investigativa.

QUINTO: Bolivia participará junto a los gobiernos de Venezuela y Cuba en el intercambio de experiencias para el estudio y recuperación de los conocimientos ancestrales de la medicina natural.

SEXTO: El gobierno de Bolivia participará activamente en el intercambio de experiencias para la investigación científica sobre los recursos naturales y de patrones genéticos agrícolas y ganaderos.

Acciones conjuntas a desarrollar por Cuba y Venezuela en sus relaciones con Bolivia en el marco del ALBA y el TCP

PRIMERO: Los gobiernos de la República Bolivariana de Venezuela y la República de Cuba eliminan de modo inmediato los aranceles o cualquier tipo de barrera no arancelaria aplicable a todas las importaciones del universo arancelario hechas por Cuba y Venezuela, que sean procedentes de la República de Bolivia.

SEGUNDO : Los gobiernos de la República Bolivariana de Venezuela y la República de Cuba garantizan a Bolivia la compra de las cantidades de productos de la cadena oleaginosa y otros productos agrícolas e industriales exportados por Bolivia, que pudieran quedar sin mercado como resultado de la aplicación de un Tratado o Tratados de Libre Comercio promovidos por el gobierno de Estados Unidos o gobiernos europeos.

TERCERO: Los gobiernos de Venezuela y Cuba ofrecen su colaboración financiera, técnica y de recursos humanos a Bolivia para el establecimiento de una línea aérea del Estado boliviano genuinamente nacional.

CUARTO: Los gobiernos de Venezuela y Cuba ofrecen a Bolivia su colaboración en el desarrollo del deporte, incluyendo las facilidades para la organización y participación en competencias deportivas y bases de entrenamiento en ambos países. Cuba ofrece el uso de sus instalaciones y equipos para controles anti-dopaje en las mismas condiciones que se otorgan a los deportistas cubanos.

QUINTO: Los Gobiernos de Cuba y Venezuela promoverán, en coordinación con Bolivia, las acciones que resulten necesarias para apoyar la justa demanda boliviana por la condonación, sin condicionamiento alguno, de su deuda externa, la cual constituye un serio obstáculo a la lucha de Bolivia contra la pobreza y la desigualdad.

Nuevas medidas de carácter económico y social podrán ser añadidas al presente Acuerdo entre las tres Partes firmantes.

Bolivia, Venezuela y Cuba lucharán por la unión e integración de los pueblos de América Latina y el Caribe.

Bolivia, Venezuela y Cuba lucharán por la paz y la cooperación internacional.

Evo Morales Ayma

Presidente de la República de Bolivia

Hugo Chávez Frías

Presidente de la República Bolivariana de Venezuela

Fidel Castro Ruz

Presidente del Consejo de Estado de la República de Cuba

La Habana, 29 de abril de 2006

Comentario

Los artículos del tratado que están relacionados al tema son:

Artículo 1, porque Bolivia hace suyos los principios establecidos en la Declaración Conjunta de 14 de diciembre de 2004 y éstos principios fueron tomados para propuesta del Presidente Juan Evo Morales Ayma para proponer el presente Tratado de Comercio de los Pueblos y en los cuales se ven la teoría de la Economía Alternativa y Solidaria.

Artículo 2, porque se establecen las bases para una relación comercial en base a la solidaridad a través de un plan estratégico entre los tres países que para la presente tesis ayuda a la formulación de líneas estratégicas de acción para las instituciones gubernamentales referente al tema.

Artículo 3, porque la tecnología es un factor muy importante en la producción dentro del Comercio Justo, por tanto la recepción y el envío de información sobre tecnología es vital para el proceso de producción.

Artículo 4, porque eliminar el analfabetismo es prioridad de los países a fin de que sus habitantes tengan un desarrollo personal mejorado. El gobierno no solo debe circunscribirse en una tarea conjunta con los demás países, debe el mismo crear o profundizar en más programas de educación.

En cuanto a las acciones de Bolivia respecto a Cuba y Venezuela, la primera acción se relaciona con el tema, porque exportará a Cuba y Venezuela productos mineros, agrícolas, agroindustriales, pecuarios e industriales, productos que hacen la mayoría de las organizaciones de Comercio Justo cuya exportación asegurará el mercado venezolano y cubano, pero para eso deben contar con las herramientas necesarias.

La sexta acción, porque Bolivia debe recibir y dar la información sobre investigación científica referente a los recursos naturales, sector agrícola y ganadero.

Todos estos artículos y acciones mencionados ayudan a la propuesta jurídica a generar las líneas estratégicas para el desarrollo y fomento del Comercio justo en Bolivia dirigidas a las instituciones gubernamentales y la creación de una institución gubernamental específica de Comercio Justo.

3.2.2.2. Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP

“Los proyectos grannacionales materializan y dan vida concreta a los procesos sociales y económicos de la integración y la unidad del ALBA-TCP. Abarcan desde lo político, social, cultural, económico, científico e industrial hasta cualquier otro ámbito que puede ser incorporado”.⁸⁹

El Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP se creó en la V Cumbre del ALBA en Barquisimeto-Venezuela, el 29 de abril de 2007. Éste contempla los siguientes proyectos:

- Creación de una empresa grannacional de suministros industriales del ALBA cuyo objeto será la comercialización de insumos, equipos y maquinarias para la industria.

⁸⁹ <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2080>

- Creación de una empresa grannacional de importaciones y exportaciones de la ALBA.
- Creación de las Tiendas del ALBA, que constituirán una red de almacenamiento y comercialización de bienes terminados de los países miembros.
- Creación de la Feria internacional del ALBA.
- Creación del Centro Grannacional de Formación para el Diseño y Ejecución de Proyectos de Investigación, Innovación Tecnológica, Asistencia Técnica y Formación para mejorar la capacidad productiva de nuestros países.

Comentario

Este proyecto exterioriza la voluntad política del gobierno boliviano y de los demás países miembros, con objetivos específicos que traducen la necesidad de desarrollar y fortalecer ámbitos económico, técnico y productivo, para lograr un desarrollo integral de los países en base a los principios de la Economía Alternativa y Solidaria y el Comercio Justo.

Es importante resaltar la creación del centro de formación para el diseño y ejecución de proyectos de investigación, innovación tecnológica, asistencia técnica y formación, para lograr el desarrollo integral de las naciones que conforman el ALBA. De este punto nace una de las creaciones más importantes que presentará la propuesta jurídica para el desarrollo y fomento del Comercio Justo.

CAPÍTULO IV

MARCO PRÁCTICO

CAPÍTULO IV

MARCO PRÁCTICO

Con la finalidad de demostrar la hipótesis planteada de la presente tesis, se consideraron los siguientes ámbitos de investigación:

- a) Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.
- b) Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia
- c) Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia
- d) Instituto Nacional de Estadísticas
- e) Cámara Nacional de Exportadores
- f) Instituto Boliviano de Comercio Exterior
- g) Biblioteca del Banco Central de Bolivia
- h) COMART Tukuypaj

En los cuales se realizó relevamiento de información referida al tema, cuyos resultados se exponen a continuación:

4.1. Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural

Considerando las funciones asignadas a esta entidad pública por el gobierno central mediante el Decreto Supremo N° 29894, en su artículo 68, inciso w) en el cual señala que es función de esta entidad es proponer y ejecutar políticas para el desarrollo de las exportaciones en el marco del Comercio Justo⁹⁰, se efectuó el relevamiento de información sobre qué políticas fueron planteadas para cumplir dicha atribución.

⁹⁰http://www.produccion.gob.bo/system/files/normativa_general/DS29894EstructuraOrganizativadPoderEjecutivodelEstadoPlurinacional.pdf

Los resultados obtenidos sobre el tema determinan que no existe acción o medida implementada con la cual se cumpla la atribución conferida, toda vez que al momento existe una propuesta que constituye una intención de realizar una estrategia nacional para fomentar y desarrollar el Comercio Justo, situación que no pudo ser validado por la falta de documentación física y la negativa de acceso al documento.

4.2. Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia

En la búsqueda de información, se observó la existencia de las OECA's como una forma de organización económica con un número determinado de miembros, que trabaja con base a cuatro principios propugnados por la misma Coordinadora.

Se realizó una entrevista con el Responsable de Proyectos, al cual se solicitó me proporcione la información y documentos pertinentes al tema de investigación.

4.3. Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia

De igual manera, se estableció la existencia de esta organización privada que trabaja dentro del Comercio Justo desde su fundación y que cumple los principios del Comercio Justo, aspecto que pudo ser percibido en la entrevista realizada a la Fundadora de Ayni Bolivia.

4.4. Otras instituciones

Con la finalidad mayor información estadísticas y de otra naturaleza que sirva para establecer información de resultados, indicadores, parámetros homogéneos que permitan coadyuvar al soporte de la presente tesis.

Sin embargo, los resultados obtenidos fueron negativos. En algunas entidades no se tiene una apreciación del Comercio Justo, menos aún de los principios que se propugna, por lo que se tuvo la necesidad de efectuar entrevistas específicas a gente entendida en la materia para poder apreciaciones acertadas que permitan establecer a cabalidad las operaciones del Comercio Justo, sus principios y demás aspectos.

En un siguiente punto, las entrevistas serán analizadas, obteniendo apreciaciones acertadas del tema.

4.5. Resultados de las entrevistas

Se ha logrado realizar tres entrevistas a la entidad pública y entidades privadas, por lo que los comentarios serán más acertados, por tener un enfoque público y privado, con la integridad necesaria y la certeza de llegar a conclusiones adecuadas.

4.5.1. Viceministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural

Las conclusiones son:

- Existe un plan que propugna las bases y condiciones para realizar en Bolivia el Comercio Justo, denominado Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, que ha sido consensuado con los agentes intervinientes del Comercio Justo.
- La estrategia se encuentra basada en pilares relacionados al componente crediticio, de mercado, de incidencia política, de tecnología y de concientización.
- Se propone la creación de un Viceministerio de Comercio Justo que se encargará de realizar políticas, normas, reglamentos, programas y proyectos.
- No existe diferencia entre lo que es el Comercio Justo, el Precio Justo y la Economía Solidaria.
- No se quiere la adhesión a un sello de nivel internacional, porque éste es manejado por una organización privada que no forma parte del gobierno. Se quiere crear un sello nacional acorde a la realidad nacional.
- Se han adoptado principios internacionales a la realidad nacional debido al proceso de cambio que está atravesando el país, por ende las políticas económicas.
- Se debe priorizar la demanda interna.
- En la propuesta se incluye al pequeño productor.

- Creación de un Sistema de Certificación Nacional con un sello justo de características propias.
- La implementación será realizado por entidades estatales.
- Esta estrategia fue elaborada de manera participativa, por tanto sería legítima.
- Se hace énfasis en la influencia política sobre el tema.
- Se manifiesta la intención de captar recursos externos e internos y la de crear entidades canalizadoras de los créditos y determinar el uso del crédito.
- El Comercio Justo es la solución para mejorar la calidad de vida de las personas.
- El Comercio Justo es una salida para mejorar el desarrollo y establecer una sostenibilidad del mismo.

4.5.2. Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia (CIOEC Bolivia)

- CIOEC Bolivia nació con solo siete organizaciones, que en la actualidad son independientes. Su motivo de creación fue la falta de apoyo del gobierno hacia las organizaciones campesinas, por lo que su trabajo está encaminado a facilitar al pequeño productor el acceso a tecnología, a conocimientos y a mercados.
- El Comercio Justo se relaciona con el trabajo de comunidad conocido como Minka, Ayni que se basa en la solidaridad, la colaboración y la reciprocidad.
- En el Comercio Justo está presente la figura de intermediarios concebidos como un elemento negativo en la relación comercial, por obtener beneficio propio, al no ser los exportadores directos.
- Los principios del Comercio Justo practicados en CIOEC Bolivia fueron tomados de los Principios de Comercio Justo de Europa.
- Hay que adecuar la práctica de los principios a la realidad boliviana y asimismo los medios para su ejecución.

- Existe falta de organización, falta de autogestión en las agrupaciones.
- Los dirigentes de las agrupaciones al ver beneficios del Comercio Justo deciden quedarse en los cargos casi a la perpetuidad.
- Surge el Movimiento de Comercio Justo y Economía Solidaria, agrupando a todas las organizaciones de Comercio Justo.
- El Movimiento tiene un Plan Estratégico para promover el desarrollo de Comercio Justo que se centra en la promoción del Comercio Justo, creación de una instancia gubernamental, elaboración de políticas públicas, espacios de discusión y concertación, espacios de intercambio, incorporar la materia de Comercio Justo en las universidades, finanzas solidarias, sello, difusión y publicidad.
- A partir del gobierno del Presidente Juan Evo Morales Ayma, recién se está hablando del Comercio Justo que está presentando también un Plan Estratégico para su desarrollo.
- Hay empresas grandes que quieren usar o usan el nombre de Comercio Justo para sacar provecho económicamente, pero no están involucrados en la teoría y la práctica del Comercio Justo.
- Fortalecer el comercio Sur-Sur y la soberanía alimentaria.
- Adherirse a un sello a nivel internacional requiere el cumplimiento estricto de los principios.
- Para que el gobierno realice políticas para el Comercio Justo, debe contar con el personal capacitado y entendido en la materia que puede surgir de las personas dirigentes del Movimiento o cualquier otra organización.
- Hay organizaciones de Comercio Justo en diversos sectores productivos: nuez, café, quínoa. Pero no existe un número específico de organizaciones de Comercio Justo.
- Las organizaciones de Comercio Justo de Bolivia no se han beneficiado del Tratado de Comercio de los Pueblos.

- En el Precio Justo, las organizaciones no contemplan su mano de obra ni su conocimiento.
- Falta promoción y publicidad para que la gente conozca más el Comercio Justo y sus productos.
- Muchas organizaciones desvían su camino y se vuelven organizaciones netamente comerciales.
- CIOEC Bolivia utiliza una fórmula para determinar su calidad como OECA, la fórmula b2, cumpliendo dos roles uno social y otro comercial.
- Las OECA's son reconocidas por la nueva Constitución Política del Estado, el nuevo proyecto de Código de Comercio también está incorporando esta nueva figura de forma económica.
- El Comercio Justo debe ser para los pequeños productores.
- Falla el recurso humano, por lo que debe ser capacitado.
- Se trabaja con quienes se comprometen con el Comercio Justo y los objetivos de CIOEC Bolivia.

4.5.3. Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia

- Ayni Bolivia nace en 2002 para responder la demanda de la gente por productos artesanos de alta calidad y saber que es el artesano quien recibe el dinero. Después se insertan al Comercio Justo, al coincidir sus prácticas comerciales con las del Comercio Justo y empezaron a aplicar los principios de Comercio Justo con el objetivo de obtener una membresía.
- Hasta 2009, el Comercio Justo en Bolivia estaba dirigido hacia grupos indígenas, por tanto no se obtenía una garantía para acceder a organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional, si no eras indígena.
- Ayni significa ayuda recíproca, los artesanos entregan productos de alta calidad, por tanto, reciben más ganancias.

- El tema de diseño, calidad y tendencias es vital en la venta de productos.
- Dentro de las propias organizaciones existe discriminación por tener mayor conocimiento del Comercio Justo.
- Si tu objetivo como organización de Comercio Justo es ser la mejor, el dinero no es problema alguno ya que existe apoyo económico de las organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional.
- El tema de conocimiento sobre el mismo Comercio Justo, hace que la tarea sea imposible realizarlo. Se necesita conocimientos técnicos para hacer una tarea mejor.
- El Comercio Justo no debe ser apartado de su base comercial, la diferencia radica en destinar las ganancias a fines sociales.
- Hay organizaciones de Comercio Justo que hacen Comercio Justo solo por conveniencia y no por convicción.
- No existe diferencia entre las organizaciones de Comercio Justo en Bolivia.
- El precio justo es un tema que debe realizarse en un estudio de costos, según Ayni Bolivia, en base a la canasta familiar.
- Los miembros tienen poder de decisión.
- Si se crea un sello nacional debe ser tan exigente como el sello a nivel internacional.
- Si Bolivia quiere hacer bien el Comercio Justo, debe acoplarse a quienes ya lo saben hacer para no desprestigiar a Bolivia en el Comercio Justo. Pero en Bolivia todos son cerrados.
- Hay que abrir Tiendas en Europa o lugares de consumo, porque son los consumidores quienes soportan el Comercio Justo.
- El Comercio Justo es interpretado según la visión de las personas. Es una forma de pensar.

- Bolivia es un país que recién está comenzando en el Comercio Justo, a comparación de los países de la región.
- El principal obstáculo que existe es la creencia de que ser pobre es la máxima incapacidad para superarse.
- La educación es fundamental.
- Hay que ver la realidad para poder entender que el Comercio Justo es realizado por muchas personas que buscan salir de la pobreza.

4.6. Resultados de la Encuesta de Percepción

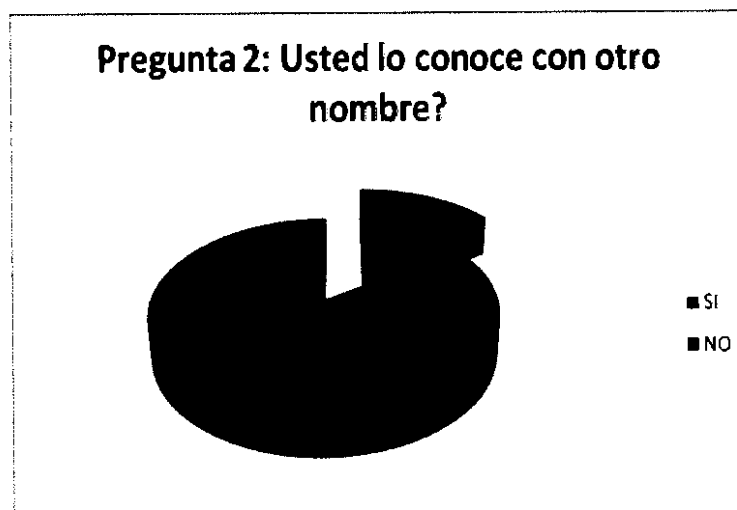
La Encuesta de Percepción fue realizada en la ciudad de La Paz y la ciudad de El Alto en las zonas de La Ceja de El Alto, Villa Ingenio, Senkata, Alto Lima, Camino a Viacha, Sagárnaga, Illampu, Linares y Villa Fátima, por ser zonas donde existe una gran concentración de actividad comercial y consumidores.

El número total de encuestados fue de 200 personas, de las cuales 130 fueron varones y 70 fueron mujeres, ambos grupos de diferentes edades que oscilaba entre 18 y 66 años, con diferentes grados de instrucción y de ocupación o profesión.

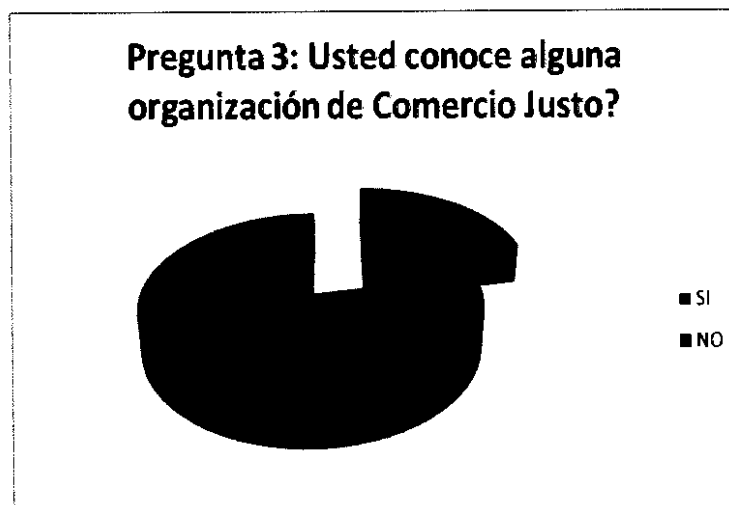
A continuación se detallan los resultados obtenidos en la Encuesta de Percepción:



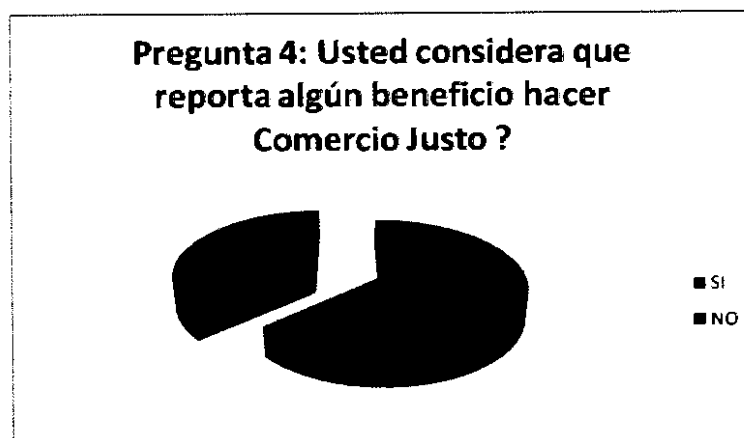
Interpretación: De la muestra encuestada, se concluye que el 62% no conoce el Comercio Justo y el 38% tiene conocimiento del Comercio Justo, lo que determina que la mayoría de los encuestados no tiene conocimiento, interpretación o relación de lo que es Comercio Justo.



Interpretación: El 84,50% de los encuestados no conoce el Comercio Justo con otro nombre y el 15,50% si conoce el Comercio Justo con otro denominación como ser: Mercado, Negocio, Defensa del Consumidor, Mercado Negro, Facturado, Legal, ENTEL, Comercio Informal, Comercio Formal, Artesanal, Precio Exacto, Peso Completo y Comercio, lo que permite concluir que existe una confusión en la conceptualización de Comercio Justo.

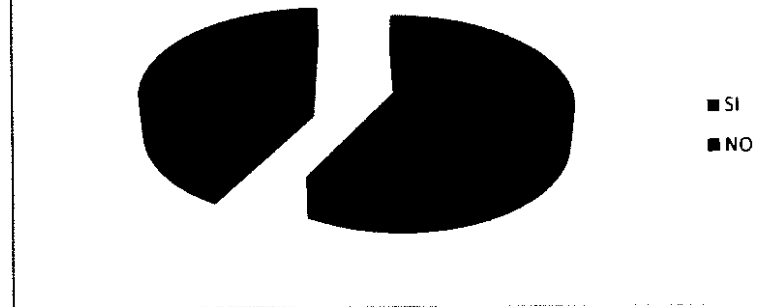


Interpretación: Los resultados determinan que el 78% de los encuestados no conocen organizaciones de Comercio Justo y el 22,40% si conocen como ser: EMAPA, Empresa, San Gabriel, ISO, EMBOL, Gas a domicilio, PLASMAR, Coca Cola, Irupana, Normal, Textiles, Particulares, Artefactos, PIL, de las cuales la única organización de Comercio Justo es Irupana y no así las otras empresas que comercialización productos a precio justo como EMAPA.



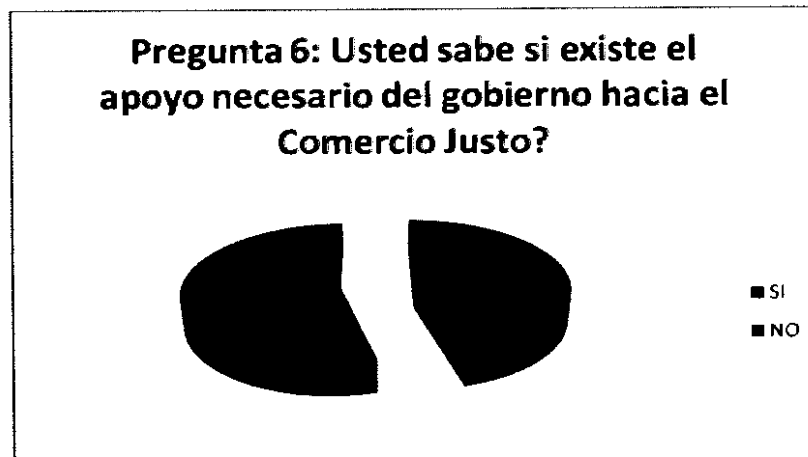
Interpretación: El 63,5% considera que el Comercio Justo si reporta algún beneficio y el 36,50% no lo encuentran beneficioso, por lo que concluyo que el Comercio Justo es visto con buena expectativa, ya que se trata de comerciar y de generar beneficios.

Pregunta 5: Usted conoce si existen reglas para realizar Comercio Justo?



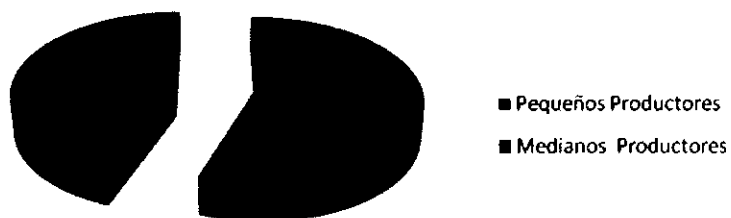
Interpretación: El 58% de los encuestados si conoce la existencia de reglas para realizar el Comercio Justo y el 42% no, de lo que se concluye que si bien hay un porcentaje elevado de encuestados que responde que SI, sin embargo, la conceptualización puede estar referida al precio justo en que se comercializan algunos productos en el mercado, por lo que existe una interpretación equívoca de las reglas a las que me refiero.

Pregunta 6: Usted sabe si existe el apoyo necesario del gobierno hacia el Comercio Justo?



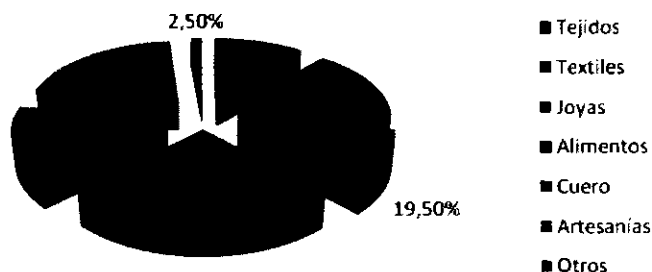
Interpretación: El 46% de los encuestados señala que si y el 54% no, toda vez que si bien existe alguna política gubernamental esta se refiere al precio justo de comercialización de algunos productos en el mercado interno, así por ejemplo: carne, azúcar, harina, arroz, etc.

Pregunta 7: Qué grupos económicos deben participar del Comercio Justo?



Interpretación: Las respuestas determinan que el 55,50% considera que el Comercio Justo debe ser realizado por pequeños productores y el 44,50% señala que debería ser realizado por medianos productores; en el entendido que la economía de nuestro país en la actualidad se centra en el incentivo a la pequeña, micro empresa, organizaciones familiares, organizaciones campesinas y en el caso de las medianas requieren mayor apoyo crediticio y de inversión.

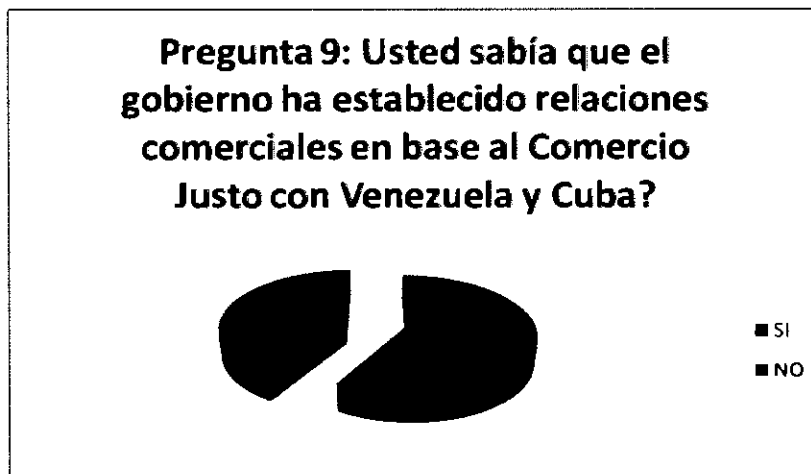
Pregunta 8: Qué tipos de productos se deben comercializar en el Comercio Justo?



Interpretación: En opinión de los encuestados, los resultados determinan las siguientes preferencias:

1. 43% alimentos
2. 37,50% artesanías
3. 28% textiles
4. 26,50% cuero
5. 20% tejidos
6. 19,50% joyas
7. 2,50% Otros: turismo, plástico y tuberías de plástico.

Es importante que en esta pregunta que el encuestado podía señalar más de un producto de su preferencia. Por otra parte, los resultados determinan que los alimentos ocupan un primer lugar, puesto que son los de consumo masivo por la población; en segundo lugar, se encuentran las artesanías, en tercer lugar textiles, cuarto cuero, quinto tejidos, sexto joyas, identificando que estos productos son elaborados por pequeños y medianos productores. En último lugar se encuentran otros como el turismo y productos como el plástico y tuberías.



Interpretación: Los resultados determinan que el 58,50% saben de la existencia de relaciones comerciales con los países de Venezuela y Cuba basadas en el Comercio Justo y 41,50% desconocen este aspecto, por lo que concluyo que el conocimiento de las relaciones comerciales de Bolivia con los países de Cuba y Venezuela no es general.

Pregunta 10: Usted considera pertinente contar con una norma jurídica que regule el Comercio Justo?



Interpretación:El 75,50% de los encuestados considera necesario contar con una norma jurídica que regule el Comercio Justo de forma clara y precisa. Y el 24,54% no considera tal medida.

Conclusión de la encuesta: Los resultados obtenidos en la encuesta permiten determinar:

1. Existe confusión en la conceptualización de lo que es el Comercio Justo y el Precio Justo.
2. Los grupos económicos que deben desarrollar el Comercio Justo son los pequeños y medianos productores.
3. Los productos con mayor preferencia son alimentos, artesanías y textiles.
4. No existe gran conocimiento de las relaciones comerciales con Cuba y Venezuela en base al Comercio Justo.
- 5. La conclusión más importante a la necesidad de contar con una norma jurídica que regule el Comercio Justo de manera clara, precisa y aplicable.**

4.7. Análisis del Comercio Justo en Bolivia

A partir de las tres entrevistas realizadas a la entidad pública y las entidades privadas y la Encuesta de Percepción puedo indicar que el Comercio Justo recién está surgiendo, a pesar de que en los años setenta se crearon organizaciones de Comercio Justo, esto debido a tres factores:

- El primero es la falta de conocimiento de lo que se trata “Comercio Justo” por las mismas organizaciones y la población en general. En cuanto a las organizaciones de Comercio Justo, si no saben qué es el Comercio Justo, no podrán aplicar los principios que rigen el mismo, criterios o estándares sobre la producción, precio, tiendas, relaciones con la contraparte, entre otros, a partir de lo cual, muchas organizaciones podrían considerarse como organizaciones de Comercio Justo y en realidad no lo son por aplicar solo ciertos principios y criterios, siendo que una organización de Comercio Justo debe comprometerse fielmente con el mismo.

En referencia a la población en general, ésta debe ser involucrada en el Comercio Justo mediante materias específicas en los diferentes niveles de instrucción a fin de que no sea un campo desconocido y las personas, que una vez conociendo el tema, que tengan el interés de ser parte del Comercio Justo ya gocen de la base teórica e incluso práctica.

Las encuestas dieron como resultado que el 62% de la población no conoce el tema de Comercio Justo por no existir una debida explicación y difusión del tema y el 84,50% relacionó el Comercio Justo con temas distantes de su propia naturaleza, creando una mezcla y teniendo por resultado una confusión con aspectos del propio Comercio Justo o con aspectos de legalidad, formalidad, informalidad, facturación y mercado negro. Una vez más ratificando que si se quiere hacer Comercio Justo, se debe necesariamente conocer el tema no solo por las Instituciones Públicas, sino también por la población en general porque es ella la destinataria de las políticas y quien efectiviza las mismas.

- Falta impulsar el diseño, calidad y tendencias en productos de valor agregado. Las organizaciones de Comercio Justo deben considerar estos temas cuando se elaboran productos ya sea para el mercado interno o mercados extranjeros. No se olvida el hecho de que son los consumidores quienes sostienen al Comercio Justo. Si ellos no adquieren los productos se ha debido probablemente por una calidad pobre, un diseño pasado o repetitivo o falta de tendencia. Esto no quiere decir que las organizaciones que tengan una identidad cultural desaparezca, de lo que se trata es de ayudarse de estos temas para que muchas personas compren los productos por ser únicos y representativos de un grupo de personas. Otros países como Perú cuentan con un centro de capacitación de estos temas para que las personas estén más capacitadas y puedan expresar mejor sus ideas, teniendo un producto con alto potencial de venta.

- Promoción del Comercio Justo es el último factor que no ha estado presente en Bolivia y eso se evidencia en el curso de esta investigación. Todas las organizaciones de Comercio Justo presentadas en la presente tesis fueron conocidas en el transcurso de la investigación. Existe muy poca información del Comercio Justo en el ámbito nacional y sus organizaciones, pero se tiene mayor conocimiento de las organizaciones bolivianas que practican el Comercio Justo en el ámbito internacional y no así en el nacional, situación contradictoria.

Este punto trae consigo el desconocimiento parcial o total del Comercio Justo o su confusión con otros temas como comercio ético, soberanía alimentaria y precio justo.

Del lado gubernamental y del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo se pretende la creación de una instancia gubernamental que ayude en general al fomento y desarrollo del Comercio Justo en Bolivia. No obstante, no sabe si todas las organizaciones de Comercio Justo en Bolivia apoyan esta medida, puesto que por una parte está la restricción de conocer la base datos del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones y por otro lado el Movimiento no puede reunir a todas las organizaciones de Bolivia que no necesariamente prestan su conformidad para tal medida.

Este punto es importante porque de aquí sale la creación de una instancia gubernamental como un Viceministerio o de una instancia que ayude y fomente el desarrollo de Comercio Justo con programas teóricos y prácticos y que también especifique las estrategias que otras entidades públicas deben desarrollar por estar relacionados con el tema.

Siguiendo la línea objetiva que caracteriza la investigación de la presente tesis, es necesario crear una instancia gubernamental que ayude al desarrollo y fomento del Comercio Justo en Bolivia través de la teoría y práctica y además de dar los lineamientos estratégicos a las demás Entidades Públicas relacionadas con el tema.

CAPÍTULO V
MARCO COMPARATIVO

CAPÍTULO V

MARCO COMPARATIVO

El presente capítulo tiene por objetivo hacer una comparación del Comercio Justo de Bolivia con otros países, en este caso con México y España, en los cuales se aplica, se apoya y promueve el Comercio Justo. A continuación se expone las principales características del Comercio Justo en los países mencionados.

México cuenta con la organización “Comercio Justo” México que agrupa a productores de alimentos y que cada día son actualizados en temas de medio ambiente, exportaciones y otros. Esta organización es una sociedad civil sin fines de lucro que establece normas de producción y exportación para alimentos como el ajonjolí y al mismo tiempo incentiva que otros productos como el limón persa sean productos de Comercio Justo. (La información obtenida es de la página web www.comerciojusto.com.mx.)

En España existe la “Coordinadora Estatal de Comercio Justo” que agrupa a 35 organizaciones entre tiendas, importadoras y productoras; en cuanto al sello, decidió adherirse al sello de WFTO. La coordinadora ha establecido criterios en base a los principios del FINE, haciendo que las bases de desarrollo del Comercio Justo sean más específicas. (La información obtenida es de la página web www.comerciojusto.org/es)

A continuación presento los cuadros de comparación:

PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
<p>El Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural ha proclamado los siguientes principios⁹¹:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de oportunidades para los pequeños productores de América del Sur. 2. Transparencia y confiabilidad en toda la cadena de comercialización 3. Desarrollo de capacidades de los productores 4. Promoción del Comercio Justo 5. Pago de un precio justo 6. Equidad de género 7. Condiciones dignas de trabajo 8. No a la explotación del trabajo infantil 9. Conservación del Medio Ambiente 10. Identidad Cultural 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Comercio Justo es motor para el desarrollo sustentable y equitativo. 2. Relación solidaria entre consumidores responsables y pequeños productores organizados. 3. Protección de los recursos naturales y el medio ambiente. 4. Reconocimiento justo del valor del trabajo y la calidad de los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salarios y condiciones laborales dignos. 2. Protección de los derechos fundamentales. 3. Igualdad de género 4. No explotación infantil. 5. Prácticas favorables al medio ambiente.

En este cuadro se observan que los principios van desde lo general a lo particular. En el caso de Bolivia son diez principios establecidos por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, sin embargo no se identifica la fuente de los mismos. A

⁹¹ <http://www.produccion.gob.bo>

la vez esto demuestra que no existen principios de las organizaciones de Comercio Justo de Bolivia que sean conocidos por los demás y mucho menos practicados de forma general.

En el caso de México y España son principios concisos que se basan en los principios de FINE, por lo que han hecho un resumen, considerando lo más importante y dejando a los criterios los detalles.

<u>INTEGRANTES</u>		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
No existe un número específico de organizaciones de Comercio Justo.	Está integrada por 15 organizaciones de Comercio Justo.	Está integrada por 35 organizaciones no gubernamentales, importadoras y tiendas.

En referencia a los integrantes, en Bolivia no existe una organización parecida a la de los dos países objeto de comparación, por tanto no se sabe un número, aunque sea pequeño, para mostrar la realidad numérica de las organizaciones de Comercio Justo en Bolivia. Mientras que en España son 35 organizaciones entre importadoras, tiendas y productoras y en México son 15 organizaciones que se dedican a la producción de alimentos.

<u>PRODUCTOS</u>		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
1. Alimentos: quínoa, café, chocolate, banano. 2. Artesanías 3. Textiles	1. Café 2. Miel 3. Ajonjolí 4. Limón	1. Alimentación: café, té, azúcar, chocolate, arroz, cereales, mermeladas tropicales, etc.

4. Objetos decorativos 5. Objetos nativos 6. Papelería	5. Mango 6. Maracuyá	2. Decoración 3. Juguetes 4. Muebles 5. Ropa 6. Complementos 7. Textil para el hogar 8. Cosmética y productos de higiene personal 9. Papelería
--	-------------------------	---

Los productos en los tres países tienen sus propias características. Las organizaciones de Comercio Justo de Bolivia no se limitan a la producción de alimentos; los productos artesanales, textiles, papelerías y otros catalogados como “productos no tradicionales” son también producidos con el afán de abarcar y responder a la necesidad de la población. Lo mismo acontece con España cuya variedad de productos demuestra que no existe una sola preferencia.

En cambio en la organización de Comercio Justo México, la producción se centra en alimentos que según la perspectiva del país de destino, son considerados como alimentos tropicales y exóticos. Son alimentos que no todos los países pueden producir y por lo tanto, responden a la demanda del mercado.

<u>SELLO DE COMERCIO JUSTO</u>		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
Ningún sello común. Cada organización determina a que sello adherirse como WFTO o FLO o ninguno.	Sello de Comercio Justo México, asociado de FLO.	Sello de World Fair Trade Organization (WFTO).

En Bolivia, cada organización decide si quiere o no adherirse a un sello de Comercio Justo, en conjunto no hay una línea definida para adherirse a un sello o crear un propio sello.

Lo contrario es en México, la organización decidió crear su propio sello avalado por FLO que es la organización de sello de Comercio Justo para alimentos, cumpliendo con los estándares internacionales.

En España, la línea es adherirse al sello WFTO por la variedad de productos que presentan, y para eso sus organizaciones han tenido que cumplir con los principios y estándares de la organización.

<u>TIENDAS DE COMERCIO JUSTO</u>		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
No se cuenta con la información exacta para indicar cuántas tiendas de Comercio Justo existen o en cuántas ciudades de Bolivia están establecidas.	Existen tiendas de Comercio Justo en trece Estados de México.	Existen tiendas de Comercio Justo en 44 ciudades de España.

En Bolivia no se tienen datos específicos del número de tiendas de Comercio Justo en los nueve departamentos. Algunas tiendas de las que se tiene conocimiento son las establecidas por las propias organizaciones productoras-exportadoras como la Tienda de Ayni Bolivia.

En México, la organización ha creado tiendas en 13 Estados mexicanos para que el consumidor nacional pueda adquirir los productos. Y en España se han creado tiendas en 44 ciudades españolas.

<u>ASOCIACIÓN A UNA ORGANIZACIÓN DE COMERCIO JUSTO A NIVEL INTERNACIONAL</u>		
Bolivia	México: Comercio Justo México	España: Coordinadora Estatal de Comercio Justo
Depende de la organización de Comercio Justo, puede ser a WFTO, FLO o a ninguna	Está asociada a Fairtrade Labelling Organization (FLO).	Está asociada a la organización Mundial del Comercio Justo (WFTO).

En este punto, se observa que en Bolivia depende de las organizaciones de Comercio Justo asociarse a alguna organización de Comercio Justo a nivel internacional, hecho que indudablemente abre las puertas a otros mercados y la expansión de los productos.

La organización de México decidió asociarse a FLO y España a WFTO, teniendo más reconocimiento y prestigio en otros países y siendo los productos más fáciles de vender.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Se ha verificado la necesidad de contar con una propuesta jurídica de política de comercio en el marco del Comercio Justo y el Tratado de Comercio de los Pueblos, porque no se cuenta con un marco jurídico que regule el Comercio Justo en Bolivia, tampoco los lineamientos estratégicos para que las entidades públicas relacionadas al tema guíen su trabajo para el desarrollo y fomento del Comercio Justo en nuestro país, ni para la realización de futuros tratados en base a esta teoría que ha sido propugnada a nivel entre Estados, no se puede concebir que se proclame el Comercio Justo y su teoría de la Economía Alternativa y Solidaria y la realicen organizaciones económicas convencionales, eso sí es ir en contra de lo propuesto y proclamado. Estos puntos son tomados para presentar la propuesta de la presente tesis.

2. No existen las condiciones de desarrollo para el Comercio Justo en Bolivia. Muchas organizaciones de Comercio Justo se crearon a finales de los años setenta que han sobresalido por sus propios esfuerzos, a diferencia de organizaciones de Comercio Justo del Perú que cuentan con una institución que capacita al recurso humano y desarrolla programas para mejorar los productos. Lo importante es también aprender de estas organizaciones bolivianas para no comenzar de cero, ya que con su experiencia el Comercio Justo en Bolivia puede dar pasos increíbles y sólidos al ritmo del comercio mundial.

3. El desafío más grande es el conocimiento del Comercio Justo en Bolivia, si no se sabe qué es el Comercio Justo ni la teoría en la que se basa, teoría de la Economía Alternativa y Solidaria, se llegará a confundir estos temas con otros y desviarse del camino. Además, viendo que ambos temas surgieron de la misma sociedad civil, no pueden ser politizados, si bien se está creando una propuesta jurídica es porque el reconocimiento a nuevas figuras es a través de normas jurídicas aprobadas por el Órgano Legislativo y en algunos casos por el Órgano Ejecutivo y el derecho debe adecuarse a la realidad.

4. Hay que tratar a la Economía Alternativa y Solidaria y su faceta Comercio Justo como paralelos a la Economía y Comercio Convencionales por ser manejados y desarrollados por millones de personas en el mundo, pero tampoco se puede desconocer que en la realidad que se vive actualmente la situación económica y comercial se debe buscar mejorar la calidad de vida de las personas y no así buscar la acumulación del capital. Si un país no mejora la calidad de vida no habrá desarrollo de ningún tipo y por tanto no hay crecimiento económico. Hay que utilizar todas las piezas del juego para llegar a ese punto máximo y no descartarlas por visiones políticas, que si bien forman parte de cualquier tema, la visión debe ser de intereses y nuestro mayor interés como país es mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del país.

RECOMENDACIONES

1. El Anteproyecto de norma propuesto en la presente tesis sea considerado por la Asamblea Legislativa Plurinacional como parte de análisis conjunto a otros proyectos que se refieran al tema, tomando en cuenta que la investigación realizada demuestra la necesidad de contar con una norma específica sobre el Comercio Justo con la finalidad de establecer los lineamientos generales para su aplicación en el territorio nacional.
2. La creación de normas jurídicas que desarrollen los lineamientos estratégicos para las entidades públicas dadas por la propuesta jurídica de la presente tesis, en el entendido de que el Comercio Justo constituye una política de estado que debe ser desarrollada y liderizada por el Órgano Ejecutivo.
3. La creación de normas jurídicas que coadyuven a la estructura de la instancia gubernamental establecida por la propuesta jurídica de la presente tesis, considerando la creación de la Dirección Nacional del Comercio Justo que al ser una entidad dependiente del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, que actualmente no existe, por lo que es necesario establecer la estructura, funciones, competencias y autoridades para un adecuado funcionamiento de la misma.
4. Promover tratados con otros Estados en base al Comercio Justo establecidos en la propuesta jurídica de la presente tesis. De esta forma, Bolivia estará respondiendo a las necesidades de la sociedad civil de realizar tratados, en los cuales las organizaciones de Comercio Justo sean las beneficiadas y las que aplicarán los mismos, estando al mismo nivel de otros Estados como Ecuador y Nicaragua que ya están realizando negociaciones para un tratado de Comercio Justo en base a los principios del Tratado de Comercio de los Pueblos.
5. Crear una guía de buenas prácticas medioambientales para que las organizaciones de Comercio Justo puedan aplicar éstas en los procesos productivos, adecuándose a lineamientos mundiales respecto al cuidado del medio ambiente, para lo cual es necesario impulsar el desarrollo de estudios científicos orientados a los diferentes sectores productivos.

6. Promover los siguientes temas de estudio: Economía Alternativa y Solidaria, Finanzas Éticas, Consumo Ético y Producción Social y Ecológicamente Sostenible, con la finalidad de contar con lineamientos estratégicos que permitan desarrollar y aplicar estas teorías a las necesidades de la realidad boliviana.

ANTEPROYECTO

DE

LEY

ANTEPROYECTO DE LEY

Preámbulo

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia establece un nuevo modelo de Estado Unitario, Social de Derecho, Plurinacional, Comunitario, libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomía que se funda en la pluralidad y el pluralismo político, económico, jurídico, cultural y lingüístico con la finalidad de constituir un Estado integrador e incluyente de todas las naciones, pueblos indígenas originarios campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas que forman el Estado y que permite la participación de todos los bolivianos y bolivianas para vivir bien.

La sociedad civil impulsa una nueva economía, la Economía Alternativa y Solidaria que se origina en la necesidad de justicia, ética y solidaridad, donde el fin no es maximizar el beneficio a través del uso de los recursos humanos, al contrario, su fin es mejorar la calidad de vida de las personas por medio de la rentabilidad económica bajo principios de igualdad, empleo, medio ambiente, cooperación, sin carácter lucrativo y compromiso.

Este nuevo modelo económico ha sido tomado como el cimiento para la elaboración del Tratado de Comercio de los Pueblos nacido en el proceso de integración ALBA, con principios establecidos en la Declaración Conjunta entre el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela y el Presidente del Consejo de Estado de la República de Cuba para la creación de la ALBA (La Habana, 14 de diciembre de 2004) conjuntamente con el Proyecto Grannacional Comercio Justo-TCP, que en consecuencia denotan que las relaciones entre Estados están encaminadas por una dirección muy distante a los parámetros anteriormente fijados, todo con el objetivo de aumentar el desarrollo de los países.

El Comercio Justo constituye una forma de aliviar la pobreza y sobretodo de insertar a los grupos excluidos de la sociedad misma y el comercio convencional, estableciendo un nuevo camino, en el cual la justicia, la ética y la solidaridad sean la base

fundamental de construcción y ejecución del Estado Plurinacional de Bolivia insertando este concepto a la nueva economía y en el caso específico al Comercio Justo paralelos a la economía y el comercio convencional y posibilita al Estado Plurinacional de Bolivia el correcto cumplimiento de los Objetivos del Milenio:

- Primer Objetivo: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre
- Segundo Objetivo: Lograr la Enseñanza Primaria Universal
- Tercer Objetivo: Promover la Igualdad entre los Géneros
- Cuarto Objetivo: Reducir la Mortalidad en la Niñez
- Quinto Objetivo: Mejorar la Salud Materna
- Sexto Objetivo: Combatir el VIH/SIDA, el Paludismo y otras Enfermedades
- Séptimo Objetivo: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
- Octavo Objetivo: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo

LEY Nº...
LEY DE...DE...

EVO MORALES AYMA
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Por cuanto, la Asamblea Legislativa Plurinacional, ha sancionado la siguiente Ley:

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA PLURINACIONAL

DECRETA:

LEY DE DESARROLLO DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

ARTÍCULO 1º (Objeto) La presente Ley tiene por objeto establecer una política de comercio que desarrolle el Comercio Justo por mandato del Artículo 298, numeral 22 de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.

ARTÍCULO 2º (Alcance) El alcance de la presente Ley comprende el establecimiento de los principios y criterios del Comercio Justo, los lineamientos estratégicos para el desarrollo del Comercio Justo y la creación de una institución gubernamental para el apoyo y desarrollo del Comercio Justo.

ARTÍCULO 3º (Ámbito de Aplicación) La presente Ley se aplica en todo el Territorio Nacional.

ARTÍCULO 4º (Principios Generales) Los principios generales que rigen la política de comercio son:

1. **Complementariedad.**- Es la concurrencia de trabajos e iniciativas de los actores de esta política de comercio para desarrollar el Comercio Justo en el territorio nacional y así superar la pobreza y generar más desarrollo.
2. **Reciprocidad.**- Las relaciones de los actores de esta política están regidas por el respeto mutuo y colaboración para el beneficio de todos.

3. **Solidaridad.-** Los actores de esta política de comercio deben actuar de forma conjunta para el desarrollo del Comercio Justo, mediante el cumplimiento estricto de los principios y criterios de Comercio Justo.
4. **Redistribución.-** Los beneficios de las organizaciones de comercio justo son destinados a la promoción del Comercio Justo y la definición y ejecución de proyectos sociales y medioambientales con el fin de seguir mejorando la calidad de vida de las personas y proteger el medio ambiente.
5. **Igualdad.-** Las relaciones enmarcadas en esta política de comercio para el desarrollo del Comercio Justo son proporcionales, de trato igualitario y de reciprocidad entre las partes.
6. **Seguridad jurídica.-** La aplicación de la política de comercio para el desarrollo del Comercio Justo en el territorio nacional es objetiva, sin lineamientos políticos que traten de tergiversarla.
7. **Sustentabilidad.-** Las acciones en el marco de esta política de desarrollo del Comercio Justo están encaminadas en mantener y defender el desarrollo del Comercio Justo en el territorio nacional.
8. **Equilibrio.-** Las relaciones enmarcadas en esta política de desarrollo del Comercio Justo no admiten jerarquías y subordinación, son armoniosas.
9. **Justicia.-** Cada una de partes intervinientes en esta política recibirán lo que les corresponde en base a su trabajo y condiciones.
10. **Transparencia.-** El acceso a la información es oportuna, veraz, comprensible y confiable. Además de la responsabilidad en el manejo de los recursos.

ARTÍCULO 5º (Definiciones)

- a) **Política de comercio.-** Estrategia que formulan los gobiernos para conducir el comercio del país que se presenta por medio de medidas, leyes, regulaciones y cualquier otra herramienta que fomente el comercio.

- b) Comercio Justo.- Es el intercambio de bienes y servicios que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto con el propósito de insertar a los productores, trabajadores y cualquier grupo excluido de la sociedad al comercio, respetando sus derechos. Tiene por fin último cambiar las reglas del comercio internacional.
- c) Relación comercial.- La relación comercial como un beneficio mutuo basado en el diálogo, transparencia y respeto
- d) Condiciones de la relación comercial.- Circunstancias en que se desarrolla la relación comercial.
- e) Cadena productiva.- Proceso que sigue un producto a través de las actividades de producción, transformación e intercambio, hasta llegar al consumidor final que incluye el abastecimiento de insumos, actividades de investigación, desarrollo, capacitación y asistencia técnica.
- f) Procesos de producción.- Sistemas de acciones que se encuentran interrelacionadas en forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.
- g) Pre-financiamiento.- Disposición de dinero de forma adelantada a fin de que el productor cubra las necesidades del proceso de producción y de esa manera no se endeude sin necesidad y antes de tiempo.
- h) Desarrollo Sostenible.- Desarrollo con tres pilares, social, económico y ecológico que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.
- i) Principio de Comercio Justo.- Enunciados fundamentales del Comercio Justo.
- j) Criterios de Comercio Justo.- Condiciones en las que se desarrolla el Comercio Justo.

- k) **Criterio General de Comercio Justo.-** Condiciones comunes a las partes intervinientes del Comercio Justo.
- l) **Criterio Específico de Comercio Justo.-** Condiciones precisas para ámbito del Comercio Justo.
- m) **Organización de Comercio Justo.-** Grupo de personas que realizan Comercio Justo y que cumplen los principios y criterios de Comercio Justo. Se divide en: organizaciones de productores, importadoras, tiendas y certificadora.
- n) **Organización Productoras-Exportadoras de Comercio Justo.-** Grupo de personas que elaboran un producto y que exportan sus productos y abastecen el consumo interno.
- o) **Importadora de Comercio Justo.-** Empresa que transporta un producto de Comercio Justo de Bolivia a otro país. Su ubicación es el país de destino de la importación.
- p) **Tienda de Comercio Justo.-** Punto de encuentro entre productores y consumidores para hacer una operación comercial, presentando una amplia oferta de productos de Comercio Justo. Además de vender, informa, sensibiliza y es un centro de denuncias.
- q) **Certificadora de Comercio Justo.-** Entidad que inspecciona y certifica las organizaciones de productores y hace la auditoría de los comerciantes en base a los principios y criterios de Comercio Justo.
- r) **Sello de Comercio Justo.-** Carácter distintivo que identifica y certifica que el producto ha sido elaborado cumpliendo los principios y criterios de Comercio Justo
- s) **Precio justo.-** Valor monetario asignado a un producto de Comercio Justo que cubre costos de producción y permite una producción socialmente justa y ambiental responsable.

- t) **Salario Justo.-** pago que reciben los miembros de las organizaciones de Comercio Justo, teniendo como parámetros a la satisfacción de las necesidades básicas y la realidad económica nacional.
- u) **Producto de Comercio Justo.-** Productos que han sido elaborados con responsabilidad social y ambientalmente justa.
- v) **Prácticas medioambientales.-** Acciones habituales que contribuyen a construir una sociedad cada vez más armónica con el medio ambiente
- w) **Tecnología blanda.-** Es aquel conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, permiten diseñar y crear bienes o servicios que faciliten la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas con especial atención a los aspectos medioambientales, éticos, culturales, sociales y económicos de la comunidad y tiene un menor impacto sobre el medio ambiente.
- x) **Impacto ecológico.-** Efecto que producen las acciones humanas dentro de la cadena productiva sobre el medio ambiente en sus diversos aspectos.

ARTÍCULO 6º (Principios del Comercio Justo) Los principios del Comercio Justo son:

I. De la relación comercial

1. Trato recíproco respetuoso, tomando las diferencias culturales y roles.
2. Administración transparente en la presentación de la organización, en las finanzas y la estructura como es requerido por la ley y por los acuerdos de Comercio Justo.
3. Proveer información para facilitar el acceso de mercado.
4. Tener una abierta y constructiva comunicación.
5. En caso de conflictos, usar el diálogo y arbitraje para resolver los problemas.

II. De las condiciones comerciales

1. Pago justo en el contexto regional o local.

2. Pre-financiar o dar un pago adelantado al productor, cuando éste lo solicite.
3. Compromiso basado en las relaciones estables, de continuidad y a largo plazo.

III. Del Proceso de desarrollo sostenible

1. Fortalecimiento de las pequeñas organizaciones de productores.
2. Fortalecimiento de la propiedad y la participación de los productores y trabajadores en la toma de decisiones.
3. Promover el desarrollo y la formación de los recursos humanos con especial atención hacia las mujeres.
4. Alentar buenas prácticas medioambientales y métodos de producción, responsables y sostenibles.

IV. De las organizaciones del Comercio Justo

1. Brindar apoyo financiero, técnico y de organización a los productores.
2. Establecer relaciones sólidas entre los países.
3. Hacer campañas para cambiar las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

V. De la Seguridad de los derechos de los productores y trabajadores

1. Un salario digno el cual no sea solamente el mínimo legal sino un salario que permita ser un medio de vida.
2. Proveer un lugar de trabajo socialmente responsable, seguro y sano.
3. Cumplimiento de las leyes nacionales más el mantenimiento de condiciones que salvaguarden los Derechos Humanos de los productores y trabajadores establecidos por la Organización de las Naciones Unidas.
4. Asegurar los estándares laborales fundamentales establecidos por la Organización Internacional del Trabajo.

ARTÍCULO 7º (Criterios de Comercio Justo) La presente Ley establece los criterios del Comercio Justo, que deben ser cumplidos por las organizaciones de Comercio Justo, de la siguiente manera:

I. Criterios Generales de Comercio Justo

1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica

El Comercio Justo es una herramienta para aliviar la pobreza y para el aumento del desarrollo sostenible, por lo que las organizaciones de Comercio Justo crean oportunidades para productores, trabajadores y grupos excluidos en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.

2. Transparencia y rendición de cuentas

La organización de Comercio Justo es transparente en su administración y relaciones comerciales. En cuanto a la administración, la organización encuentra todas las maneras posibles para que los miembros, empleados y productores sean partícipes de la toma de decisiones. Respecto a las relaciones comerciales, la organización brindará toda la información necesaria y pertinente a sus socios comerciales.

3. Prácticas comerciales

La organización comercia para obtener el bienestar social, económico y medioambiental de los productores, miembros y empleados. Estas relaciones son a largo plazo basadas en la solidaridad, confianza y respeto mutuo. Se contribuye a los productores con el pago adelantado en la pre-cosecha y pre-producción.

4. Pago de un precio justo

El pago de un precio justo es aquel que es acordado a través del diálogo y participación que cubre costos de producción, que permite una producción socialmente justa y ambiental responsable y sea sostenible en el mercado. El precio justo oscila entre un mínimo y máximo. Éste no se relaciona con los precios a nivel internacional en caso de las materias primas.

5. Trabajo infantil y trabajo forzado

La Convención de los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas y las normas jurídicas nacionales sobre el empleo de los niños y niñas

han de ser cumplidas en su cabalidad, igualmente que las normas jurídicas internacionales y nacionales que prohíben el trabajo forzado.

6. No discriminación, equidad de género y libertad de asociación

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso de entrenamiento, promoción, terminación o retiro basado en la raza, casta, origen nacional, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, VIH/SIDA, estatus o edad.

La organización promueve la participación de las mujeres en puestos de trabajo y posiciones de liderazgo quienes serán retribuidas bajo los mismos parámetros que los hombres, según la actividad.

Se protegen la libertad de asociación y el derecho de negociación colectiva.

7. Condiciones de trabajo

La organización debe contar con ambientes de trabajo seguros y saludables en cumplimiento de las normas jurídicas nacionales e internacionales sobre salud y seguridad industrial, además de promover estos temas.

8. Construcción de capacidades

La organización desarrolla la independencia de los productores, miembros y empleados, mejora las habilidades de administración, capacidades de producción y acceso a nuevos mercados.

9. Promoción del Comercio Justo

La organización debe generar conciencia sobre el Comercio Justo en la población general, presentando información sobre la organización, sus productos y las condiciones en que son fabricados a través de técnicas honestas de publicidad y mercadeo.

10. El medio ambiente

La organización utilizar prácticas medioambientales y métodos de producción responsables con el medio ambiente.

II. Criterios específicos

1. Los grupos productores proceden de colectivos registrados bajo forma de asociaciones, sociedades o cualquier forma de microempresa, dependiendo del tipo de objetivos y actividades que tengan como fin. Tienen una organización participativa y democrática con una administración ágil y transparente y realizan diversos proyectos para mejorar las condiciones de vida de sus miembros.
2. Los productores deben equilibrar entre la exportación y el fomento de la economía nacional.
3. Debe existir el salario justo, teniendo como parámetros a la satisfacción de las necesidades básicas y la realidad económica nacional.
4. La producción se diversifica y se elaboran productos con valor agregado y calidad.
5. El producto de Comercio Justo presenta todas las características y calidad expuestas en la muestra que ha servido de base de la negociación.
6. El producto de Comercio Justo contará con un sello de Comercio Justo que garantice que en su elaboración se han cumplido los principios y estándares generales y específicos del Comercio Justo, siendo a la vez una forma de reconocimiento de su calidad de producto de Comercio Justo para los consumidores.
7. Los productos de Comercio Justo son detallados en su etiqueta.
8. Se siguen los procedimientos necesarios para el empaque y embalaje de los productos de comercio justo.
9. El comprador pre-financia o hace un pago adelantado de por lo menos un 50% de la compra a fin de evitar que la organización productora se endeude antes de comenzar la producción y cubrir muchas necesidades de la organización, siempre y cuando éstos lo soliciten.

10. Al cerrarse un acuerdo, se considera la conformidad con la fecha de entrega y con la cantidad de producción, por lo que la negociación es un paso vital.
11. Se cumple estrictamente con las fechas de entrega. En caso que existiere algún impedimento que pueda resolverse, se hará conocer inmediatamente al comprador sobre el mismo, cuál es la solución y si se llegará a tiempo o con retraso prudente. Si existiere un impedimento insalvable que provocará el retraso desmedido de la entrega, éste se dará a conocer al comprador para concertar una reunión inmediata y presentar la solución. Se cumplirá con lo pactado, por eso es necesario los planes anticipados para evitar cualquier problema en la entrega.
12. Se cuentan con programas de compensación del daño medioambiental.
13. Se intercambia información, experiencia y conocimiento sobre comercio justo.

ARTÍCULO 8º (Partes Intervinientes en el Comercio Justo)

- I. Las partes intervinientes en el Comercio Justo son las organizaciones de Comercio Justo que cumplen estrictamente los principios y criterios del Comercio Justo.
- II. Éstas se dividen en:

1. Organización productora-exportadora
2. Importadora de Comercio Justo
3. Tiendas de Comercio Justo
4. Certificadora de Comercio Justo

ARTÍCULO 9º (Actores de la Política de Comercio de desarrollo del Comercio Justo) Los actores de esta política de comercio son:

1. Los Ministerios y dependencias correspondientes que se relacionan con los aspectos mencionados.
2. Las organizaciones de Comercio Justo.
3. La institución gubernamental para el desarrollo y apoyo del Comercio Justo.

ARTÍCULO 10° (Lineamientos estratégicos para el desarrollo y apoyo del Comercio Justo) I. Todos los aspectos mencionados en la presente Ley deben ser tomados en cuenta por los Ministerios y dependencias correspondientes para la definición y ejecución de planes, programas y proyectos que apoyen y fortalezcan el desarrollo del Comercio Justo, bajo lo indicado en la presente Ley.

II. Promoviendo el cumplimiento de los principios del Comercio Justo; el desarrollo de la tecnología para la producción; mejora permanente de la educación; promoción a la exportación e investigación científica para un mejor aprovechamiento de los recursos naturales y sectores productivos.

ARTÍCULO 11° (Creación de la institución gubernamental para el apoyo y desarrollo del Comercio Justo)

I. Se crea la Dirección Nacional de Comercio Justo dependiente del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

II. La estructura y su financiamiento se establecerá en la Ley Orgánica del Órgano Ejecutivo y el Presupuesto General del Estado Plurinacional de Bolivia.

ARTÍCULO 12° (Función General) La función de la Dirección Nacional de Comercio Justo es brindar el apoyo y fomentar el desarrollo del Comercio Justo en el Estado Plurinacional de Bolivia.

ARTÍCULO 13° (Funciones Específicas) Las funciones específicas de la Dirección Nacional de Comercio Justo son las siguientes:

1. Informar a la población en general sobre comercio justo, organizaciones de comercio justo, productos, producción, sello, tiendas y toda información pertinente. Estos datos serán obtenidos por estadísticas anuales, elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística.
2. Dar información a los compradores sobre las organizaciones productoras, cuando éstos no pudieren tener una conexión directa. La Dirección Nacional de Comercio Justo no formará parte de la negociación bajo ningún motivo.

3. Brindar asesoramiento técnico que ayude a mejorar la producción, calidad y tendencias de los productos de Comercio Justo, tomando las características de los mismos. La capacitación es ofrecida a todas las organizaciones de Comercio Justo y será decisión exclusiva de ellas su participación.
4. Brindar la información concerniente sobre nuevas técnicas de producción y uso de tecnologías blandas.
5. Dar a conocer todas las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo en materia laboral, equidad de género, trabajo infantil, acceso a mercados, comercio exterior, tratados de comercio y otros.
6. Conocer la situación en que se encuentran las organizaciones de Comercio Justo sobre el acceso que tienen a los servicios básico, equidad de género, producción, industrialización, acceso a mercados a fin de dar esta información a los Ministerios correspondientes del ramo para definir e implementar planes, programas y proyectos.

ARTÍCULO 14° (Negociación de Tratados) Los lineamientos jurídicos establecidos en la presente Ley constituirán la base de negociación del plenipotenciario boliviano para la formulación de tratados internacionales en base al Comercio Justo y los principios del Tratado de Comercio de los Pueblos.

DISPOSICIÓN FINAL

Artículo Único. Vigente la presente Ley, se complementará con disposiciones legales afines.

Remítase al Órgano Ejecutivo para fines constitucionales.

Es dada en la Sala de Sesiones de la Asamblea Legislativa Plurinacional, a los... días del mes de... de dos mil diez años.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Gaceta Oficial de Bolivia.

La Paz-Bolivia. Febrero. 2009. Páginas 164.

2. COSCIONE, MARCO

“El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina”

Los libros de la catarata y el Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación (IUDC).Madrid-España. 2008. Páginas 187.

3. OSSORIO, MANUEL.

“Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales”.

Editorial Heliasta. 26ª Edición. 2005. Pág. 500.

4. ÓRGANO DIVULGATIVO DEL BANCO DE COMERCIO EXTERIOR

ALBA Economía. Edición Especial. Revista de Economía Política. (Bancoex).
Diciembre-2007.Páginas 71.

5. OXFAM INTERNACIONAL

“Comercio con justicia”

Intermón Oxfam. Barcelona-España. 2002. Páginas 270.

6. PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA JUAN EVO MORALES AYMA

“Propuesta del Presidente Evo Morales sobre el Tratado de Comercio de los Pueblos (TCP)”

7. TREDINNICK, FELIPE (PhD)

“Derecho Internacional Contemporáneo”.

Editorial “24 de junio”. Cuarta Edición. La Paz-Bolivia. 2006. Páginas 424.

8. Páginas web consultadas:

<http://blogcindario.com>

<http://cooperacion.ayuncordoba.es>

<http://econ.wolrdbank.org>

<http://www.alianzabolivariana.org>

<http://www.aynibolivia.com>

<http://www.befair.be>

<http://www.cioecbolivia.org>

<http://www.comart-tukuypaj.com>

<http://www.comerciojusto.org>

<http://www.crossing-borders-fair-trade.com>

<http://www.diccionario.revereso.net>

<http://www.e-comerciojusto.org>

<http://www.economiasolidaria.org>

<http://www.elceibo.com>

<http://www.eurosur.org>

<http://www.explored.com.ec>

<http://www.fairtrade.net>

<http://www.fto.com>

<http://www.gestipolis.com>

<http://www.kartimarket.com>

<http://www.lequitable.fr>

<http://www.lse.ac.uk>

<http://www.planificacion.gov.bo>

<http://www.promueve.gob.bo>

<http://www.produccion.gob.bo>

<http://www.rel-uita.org>

<http://www.ripesslac.net>

<http://www.rlc.fao.org>

<http://www.scribd.com>

<http://www.senor-de-mayo.org>

<http://www.tecnun.es>

<http://www.tenthousanvillages.com>

<http://www.wfto.org>

ANEXOS

ANEXOS

1. ENTREVISTAS

ENTREVISTA N° 1

Sr. Andres Carrillo (AC)

Responsable de Proyectos

**Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas Bolivia
(CIOEC Bolivia)**

La Paz, 11 de agosto de 2010 a horas 9:15 a.m.

Duración de la entrevista 1 hora

AJ: Cuándo nace CIOEC Bolivia y por qué?

AC: CIOEC Bolivia nace en octubre hace 19 años exactamente. Primeramente nace con siete organizaciones entre ellas El Ceibo, Anapqui, compañeros artesanos, compañeros cafetaleros entre los más destacados de ese momento. Ahora cada uno de ellos se ha desarrollado de manera independiente, por ejemplo El Ceibo es una empresa de campesinos, Anapqui también es una empresa que no solamente produce y exporta quínoa, sino también otro tipo de productos, los artesanos que tienen transcurrido largo tiempo y los cafetaleros que actualmente están vendiendo al comercio justo entre los más principales. Así han ido pasando diferentes etapas, hasta el año 1999 se ha venido trabajando con los pequeños productores.

A lo que tú te referías por qué nace CIOEC, viendo la necesidad de que los pequeños productores carecían de algún tipo de apoyo del Estado o de otro tipo de instituciones, tal vez puedan ser privados u ONG's, nace la inquietud de conformar una coordinadora de tal forma facilitar al pequeño productor el acceso a tecnología, el acceso a conocimientos, el acceso a mercados, básicamente con esos temas nace y por eso se Agrupa CIOEC.

AJ: Desde qué momento CIOEC decide trabajar en el Comercio Justo?

AC: Quiero ser claro en esto, el Comercio Justo no es un paquete que ha venido de afuera y nos diga CIOEC haga esto. Al contrario, el CIOEC maneja cuatro principios que es la autogestión campesina, la economía solidaria, agricultura familiar sostenible y soberanía alimentaria. Dentro de la agricultura familiar sostenible, al decir agricultura sostenible se hace prevalecer los usos y costumbres de antes. Entonces, el Comercio Justo no nace como una tecnología venida de afuera, al contrario ha existido en Bolivia mediante los trabajos comunales que se llaman el Ayni, la Minka, es la base fundamental de una comunidad donde ahí hay la colaboración, la solidaridad. Los asociados de la misma comunidad se prestan trabajo, se colaboran, no hay dinero y cuando ellos necesitan es recíproco; para nosotros es comercio justo, donde no hay dinero, donde yo te vendo y tú me vendes. Por ejemplo lo que decían en un taller los compañeros, nosotros vamos del Altiplano al Valle llevamos papa, chuño, tunta al valle y en el valle hay maíz, hacemos un intercambio. No se fijan cuánto vale esto y cuánto vale el otro. Es más por el tema de solidaridad, ellos no tienen esto y nosotros le damos. En ese marco de análisis, las comunidades desarrollan este tipo de comercio que para nosotros es el Comercio Justo. En esa medida, aparece en Europa el término de Comercio Justo que es la relación entre el productor y el comprador que estén de acuerdo en consumir de manera responsable los productos de tal manera que ese producto que se está comprando favorezca a los pequeños productores. Eso nace en Europa en los años cincuenta, sesenta.

Así como Comercio Justo lo que te comentaba de los compañeros cafetaleros, los quinoeros han empezado a vender hace unos diez años aproximadamente poco a poco. Lo que ellos hacen es vender al fairtrade, pero ellos son productores que venden a los intermediarios. No es nosotros somos los productores y nosotros llevamos, no, sino hay un intermediario. Por eso nosotros decimos comercio injusto. No es directo, conocen el proceso pero no son los directos exportadores. Tal vez eso pueda cambiar más adelante, porque ha venido desarrollando poco a poco. Pero en gran parte de esos años lo que se ha venido haciendo es Comercio Justo pero más para los intermediarios que para los propios productores. Yo he trabajado en cooperativas de Coroico, de cafetaleros, ellos por ejemplo ya han hecho directo. El problema es que

estos compañeros no pueden cumplir las demandas, los cupos que hay en el mercado. Qué hacen? Los compañeros para cubrir ese cupo, ya que no lo pueden cubrir les dan a otros con el nombre de producción ecológica y no es así. Y por eso a veces los compañeros que hacen la intermediación, ellos garantizan yo te conozco se que tu café está bien. Pero sé que ese productor no va a responder, entonces prefiero a ti que eres conocido y obviamente tienes tu parte.

AJ: Viendo que en Bolivia ya existía el comercio justo, qué principios se han establecido para regular el comercio justo en Bolivia sin tomar en cuenta principios que vienen del movimiento europeo?

AC: Del movimiento europeo tenemos 14 principios. Hay uno que dice no hacer trabajar a los niños. En la familia, yo soy del campo, por inercia, no por obligación, tiene que hacer algo el niño, tiene que dar comida a las gallinas, tiene que hacer algo. En la medida que va creciendo se va involucrando no como forma de explotación, sino como aporte de fuerza de trabajo y eso en los cafetaleros hay y en los quinoeros lo mismo. Por ejemplo, en los cafetaleros toda la familia va, el chiquitito siempre hace algo, pero no es forma de explotación. Eso hay que reconocer. Esto es un tema bastante delicado porque sí los niños trabajan y en la medida de sus posibilidades apoyan a su familia con el compromiso de que la familia tenga sus recursos para el mes. Tampoco es explotación. El café tiene sus ciclos, en un ciclo hay apoyo de la familia y en otro no, es tranquilo.

AJ: O sea hay que tomar la visión del papel que juegan todos los miembros de la familia para decir si hay o no una explotación del trabajo infantil?

AC: Explotación como explotación, llevar a mi niño para que trabaje con otra familia así no. Más que todo debe ser familiar. Hay que verlo más adelante.

Otro tema es de seguridad, los socios al trabajar deben cumplir ciertas normas por ejemplo tener botas, overol. En el campo es difícil de hacer cumplir.

AJ: Por qué falta los elementos necesarios o por qué ciertos trabajos son hechos de una determinada forma?

AC: Por ejemplo para sacar el café tienes que darte modos, tienes que estirarte, hay que darse modos para eso no necesitas tecnología. Si tienes guantes, en tanto calor no puedes soportarlo. Después en el proceso del lavado se puede usar algún tipo de tecnología. Pero el riesgo siempre está latente; que puedas usar un barbijo, unos lentes para sacar el café. La gente no está acostumbrada a usar ese tipo de equipo.

El otro tema es que si hay algún accidente en la cooperativa no pasa nada. No se hacen cargo, pese que en algunos en su Reglamento Interno está contemplada esta situación. En caso de que sea un caso muy grave relacionado al tema café, en ese caso hay algún fondo.

AJ: Se han creado normas jurídicas de seguridad industrial que tienen que cumplirse pero en la práctica es muy difícil, debido a qué no existen los medios económicos para implementarlas o por falta de responsabilidad?

AC: Es de ambas partes. El dirigente para cumplir dará el equipo como botas para todos, pero todos se lo llevan y en el trabajo no están con las botas. Pero yo como dirigente he cumplido. Tampoco puedes ponerles las botas para trabajar. Igual para los barbijos, lentes, los utilizan para otra cosa. Se trata de cumplir en alguna medida.

El otro tema es la parte organizativa. Que estén organizados los compañeros. Esta organización debe tener su autogestión, elegir su dirigente, etc. Eso si se cumple de forma relativa. Hay un cumplimiento de esa norma casi en un 90%, porque esos compañeros de una organización de Comercio Justo al exportar al Comercio Justo, todos quieren ser dirigentes y también de acuerdo al número de sus miembros. Hay conflictos, hay alianzas, hay temas de corrupción. Eso es normal en algunas partes. El dirigente aparece con casas y autos.

AJ: Entonces, la visión del Comercio Justo es tan fuerte que lleva a las personas a querer esos cargos de administración?

AC: Si, hay gente que se queda, se hace reelegir hasta 10 años. Ya conocen la forma cómo obtener ciertas ventajas personales, aparentemente desde afuera está bien, todos tienen su bono. En Caranavi tienen un plus a fin de año por lo que se ha

entregado, todos tienen su parte. Pero cuando no llenan el cupo compran de otros para llenar el cupo y cuando viene el plus, el plus queda también para ellos, y se distribuyen según el cargo.

AJ: La Coordinadora trabaja con alguna organización de Comercio Justo a nivel internacional?

AC: A través de ellos, como instancia de representación recién. Somos parte del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo. Lo que se quiere con este movimiento es crear una instancia de representatividad de este tipo de actividades relacionadas al Comercio Justo. Creo que hay en el Perú algo relacionado a esto, están agrupados todos los que venden al Comercio Justo, lo que en Bolivia no hay, recién con el movimiento se está tratando, empezando pero no hay.

AJ: Y este proceso está siendo llevado a cabo o hay dificultades para lograrlo?

AC: CIOEC antes era una plataforma, ahora ya es movimiento. Con el apoyo CECI Canadá se ha logrado fortalecer antes plataforma ahora movimiento, estamos tras la personalidad jurídica. Paralelamente a ello se tiene elaborado un borrador de Plan Estratégico donde se han identificado algunos temas relacionados al Comercio Justo y Economía Solidaria. Antes que entre el gobierno actual de Evo Morales, nadie conocía la Economía Solidaria y el Comercio Justo. Con el gobierno de Evo y más propiamente con la nueva Constitución, no se habla de dos tipos de economía la estatal y la privada, sino habla también de la parte cooperativa y la parte de asociaciones. Entonces ya da una muestra interesante relacionada a lo que es la Economía Solidaria y al Comercio Justo. Entonces en ese marco, el gobierno tiene algunos programas con el mismo nombre de Economía Solidaria y Comercio Justo en el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones con ello se quiere crear o apoyar la creación de políticas públicas relacionadas al Comercio Justo y a la Economía Solidaria. Esto se busca en la primera parte. Aparte de consolidarnos como un movimiento que representa a más de 70 organizaciones grandes y pequeñas en gran cantidad.

AJ: Esta propuesta que temas tocaría?

AC: Elaboración de propuestas de promoción de la Economía Solidaria. Participación en espacios de integración latinoamericano. En Bolivia recién se ha retomado la RIPESS, todos los días me llega las últimas novedades, Bolivia ya es parte de esto. Creación de instancias gubernamentales de promoción Económica Solidaria y Comercio Justo. Lo que actual Ministra nos ha dicho que una vez que el movimiento se consolide conjuntamente con el gobierno se va a crear un Viceministerio de Comercio Justo. Elaboración de propuestas de políticas públicas de promoción de Comercio Justo. Estamos empezando, no hay claro que pueda decir que esto y esto vamos a hacer. Organizar espacios de concertación económica y de Comercio Justo. No hay un espacio de discusión de comercio justo. Nosotros pensamos con el movimiento crear un espacio para hacer un aporte y plantear por el momento no hay. Elaboración de estrategias de cabildeo de los gobiernos nacionales para promoción de Comercio Justo. Formación de recursos humanos. Eres la primera persona que está haciendo una investigación el Comercio Justo y que viene aquí a preguntar. Debería haber una materia relacionada al Comercio Justo, en las universidades. Concertar espacio de intercambio de instrumentos de Comercio Justo. Perú está muy adelantado, Ecuador y Brasil. En Finanzas solidarias no hay nada en Bolivia. Los bancos como el FIE que supuestamente apoyan a los pequeños productores para que accedan algún tipo de mercado se vuelven bancos, se enriquecen a costas de los pequeños productores, finanzas solidarias no hay. Te cuento una anécdota, finanzas solidarias en Brasil, les prestan a los pequeños productores y lo que producen es comprado por el gobierno para vender a los cuarteles, hospitales, etc. les da recursos para que produzcan en su comunidad. Ya a los tres años, las familias se consolidan y esos recursos se devuelven pero no al Estado sino a la otra familia que está esperando. La familia se presta mil dólares y tiene tres años para devolver a la otra familia. Es una política bastante interesante, porque se ve la soberanía alimentaria, primero ellos y después los otros y quien se enriquece es la familia, no hay otra instancia que se enriquece como aquí que es el banco. El agente bancario cobra y si no paga se lleva todo. En eso voy a poner todo mi esfuerzo para que este tipo de situación no exista la usura. Hacer políticas públicas para apoyar a los pequeños productores. Formación de recursos humanos,

está aquí en teoría pero esperamos proponer algún tema de formación de colegio, de universidad algún otro tipo de capacitación a los productores. Otro tema que está ligado es la política de consumo responsable y en esto como CIOEC está con un proyecto financiado por la Unión Europea para el sello social. Por qué nosotros vamos a vender el comercio justo al Sur-Norte? Acaso ellos van a comer mejor, acaso ellos por tener plata tienen derecho a comer mejor? Que sea un sello social no solamente para vender afuera, porque no entre nosotros. A raíz de eso nace el sello social, bajo los principios del CIOEC, y que los principios son más amplios, tal vez una parte sean los principios de comercio justo, los principios son más sociales del CIOEC, son de beneficio de todos los productores. En ese sentido, el sello social ya tiene su logo y sus criterios. Si tú eres de alguna organización y quieres entrar al sello social, debes cumplir los requisitos previos. Ya tenemos los criterios y las organizaciones, lo que falta es dar el último salto con los productos. Si produces yogurt y darte el sello y que diga que eres de los pequeños productores. Difusión y publicidad es lo que está faltando, hasta fin de año se va a tener los primeros productos con sello social. Una anécdota por ejemplo la Coca-Cola ya todos comienzan a comprar con el nombre de comercio justo.

AJ: Hay que establecer ciertos parámetros para evitar que empresas tengan un fin solamente comercial entren al Comercio Justo?

AC: Ya es injusto por eso se propone el Sur-Sur. Ahí proponemos el sello social, productos que realmente son de los pequeños productores. Que la persona que compre, diga estoy favoreciendo a los pequeños productores. Estamos en un ochenta por ciento para realizarlo.

Hay un sello de producción ecológica, los productores ecológicos ya tienen su ley y su sello. Ellos discutían qué sello va a tener el productor el sello social o el sello ecológico si algunas OECA's son de nosotros y al mismo tiempo pertenecen al OPEP, mejor si tiene los dos. Ahora el gobierno está pensando en un sello.

AJ: No se ha pensado alguna vez en adherirse algún tipo de sello reconocido a nivel internacional como FLO o IFAT?

AC: Tienes que cumplir requisitos y eso requiere tener plata. Como tu cultivo no tiene que estar lejos de la carretera y otros.

AJ: Se puede concluir que se debe fortalecer el Comercio Justo a nivel interno para recién ingresar a nivel internacional?

AC: Por ejemplo eres un cafetalero y quieres contratar los servicios de alguna certificadora, necesitas plata. Viene el inspector, hace el informe y te dice que está en transición y tienes que estar tres años para que recién pueda vender. Es un proceso largo muy costoso y tienes que conocer, no es fácil.

AJ: Ahora que hay una propuesta de crear un Viceministerio de Comercio Justo no se podría politizar el Comercio Justo, siendo un riesgo?

AC: Es el riesgo de trabajar con el gobierno, como movimiento lo hemos analizado. Ellos tienen su plan estratégico y nosotros tenemos. La falla del gobierno es que ellos han tenido en manos nuestro plan y lo han modificado un poco. Y ahora están socializando a su nombre y al nuestro como participantes. Y el día 8 de mayo se ha apropiado del evento. Ahora trabajamos cautelosamente, sin involucrarnos. Porque la gente nos puede identificar con ellos. Las políticas que creamos, tendrían que involucrarse ahí en el Viceministerio.

AJ: No sería mejor tener una institución técnica que apoye y fortalezca el Comercio Justo o se corre el riesgo de sus propuestas no sean escuchadas por no existir esa instancia gubernamental como un Viceministerio?

AC: De ser escuchadas nuestras propuestas son escuchadas, pero la debilidad del gobierno es que los técnicos no conocen del tema. No hay gente con experiencia. Falta gente capacitada. Gente del anterior Directorio debería estar como asesores porque saben del comercio justo. Faltan recursos humanos.

AJ: Las organizaciones están de acuerdo con la creación de este Viceministerio?

AC: Justamente se decía ahora se va a burocratizar. Que se cree, porque nosotros vamos a ser sus principales clientes de ese Viceministerio proponiendo sin meternos,

porque si nos metemos el peligro está que después haya compromisos y no hay recursos. Eso es lo más grave. Yo como productor entro como Viceministro es lo que hace el Evo mete a la gente dice hagan políticas públicas pero no les da plata, está peor que antes.

AJ: Cuántas organizaciones de comercio existen, siendo parte o no de la Coordinadora?

AC: Parte de la Coordinadora están los cafetaleros, los quinoeros, los artesanos, los compañeros de nuez amazónica. Son cuatro rubros grandes pero no están todos sino parte. Hay pequeñas que pueden ser parte de esto sus proveedores.

AJ: Uno de los principios del Comercio Justo es que el comprador de Comercio Justo otorgue un pre-financiamiento o un pago adelantado hasta por lo menos 50%. Es realidad esto?

AC: Si pasa con los grandes pero a los pequeños productores no les pasa esto. Por ejemplo: una asociación que debía ofrecer productos para el desayuno escolar pero tal era la demanda que no ha podido cubrir. Llama a otros pero el problema es la calidad del producto. Ejemplo, en los mieleros se ha hecho a nivel de cinco departamentos y cuando recogían veían envases de diferentes colores, y por cumplir han metido azúcar, han querido engañar. Esa es la debilidad la uniformidad del producto.

AJ: Existe el Tratado de Comercio de los Pueblos y el proyecto Grannacional de Comercio Justo-TCP, cuánto ha favorecido a los pequeños productores que trabajan con el Comercio Justo?

AC: Como CIOEC nada, talvez de forma particular nada.

AJ: Y este tema se ha tomado como propuesta?

AC: No, pero la propuesta es una página web donde los pequeños productores digan tengo quinoa de tantos quintales y el Estado requiera quinoa, existe una relación entre la oferta y la demanda. Vamos a ver el tema de los volúmenes. De Venezuela han venido querían comprar todo y nos dijeron de forma detallada los productos que quería pero no se ha podido cubrir la oferta.

AJ: Cómo se establece el precio del producto de Comercio Justo?

AC: El PDO apoya a la parte organizacional, el PDE se encarga de la comercialización, y el jurídico. Dentro del PDO, una de las tareas de los técnicos es determinar el punto de equilibrio del precio. Los compañeros no cuantifican su mano de obra, su conocimiento. Cuantifican lo que compran. Como parámetro de comparación está el precio del mercado. La miel estaba siendo vendida en 8 a 9 bolivianos, ahora está en 14 bolivianos este es un margen interesante.

AJ: Cómo reacciona la gente ante el precio del producto de Comercio Justo?

AC: Hemos hecho una encuesta para el sello y la respuesta es que un 60 a 70% si está dispuesta a pagar un precio justo. Lo que falta es la promoción del Comercio Justo, hacer un buen marketing, la gente se anima a comprar.

Por ejemplo, Irupana ya no es nada social, es económico, obviamente compra a los pequeños productores pero a precios muy bajos, se enriquece el dueño y la gente compra.

AJ: Dónde se pretende vender estos productos de Comercio Justo, en tiendas de Comercio Justo, en supermercados o en ambos?

AC: No tenemos muchos recursos, tenemos el OPEP que tienen sus tiendas para empezar sería con ellos. Como no tenemos nuestros propios recursos, hay que consolidar el sello de forma inicial para luego caminar solos.

AJ: Las organizaciones de Comercio Justo deben tener una forma comercial?

AC: Tenemos la fórmula del b2 (b cuadrado) por el cual se identifica lo económico y lo social. Esta herramienta identifica si la OECA es demasiada ONG esto quiere decir que es asistencialista, te da todo mientras haya plata. Si está al otro lado es muy social o al otro extremo es muy comercial. Con esta metodología se identifica que tipo de OECA es, si es muy comercial volverla más social y si es muy social volverla más comercial. La OECA debe cumplir los dos roles, el social y el comercial.

AJ: Para exportar se necesita un certificado de FUNDEMPRESA, el NIT y otro papeles más, lo que ratifica que estas organizaciones deben pertenecer al tipo comercial.

AC: Las OECA's son reconocidas por la nueva Constitución, pero antes ellas no estaban dentro del ámbito civil ni del comercial. Dentro del estatuto se habla de la parte civil y de los excedentes que deben redistribuirse para fortalecer a la OECA.

En el nuevo Código de Comercio, hemos entrado a discutir nuestra situación y han determinado crear normas especiales para nuestras OECA's.

AJ: Lo que se aplicaría a las demás organizaciones de Comercio Justo?

AC: Mediante esto si puede, pero ahora va a ser con nombre y apellido, una combinación de ambos, reconocidos por el Estado y el Código de Comercio.

AJ: Cómo ve en la actualidad el Comercio Justo en Bolivia?

AC: El Comercio Justo es para los grandes, no para los pequeños. Los grandes se vuelven más grandes y para el colmo el gobierno apoya a los grandes. Lo que nosotros reclamamos es para el pequeño productor que no tiene estrategias de salida. Los hermanos confeccionistas hablan de su experiencia de no haber sido pagados por el gobierno. Para ser principio está bien, pero en la realidad no ha avanzado nada. Fallan los recursos humanos. Faltan instrumentos del gobierno. Se debe comprar al pequeño productor y ganar algo. No a los grandes, por ejemplo una OECA de Irupana ha sido llamada para cubrir una oferta para el desayuno escolar y productos Irupana ha rebajado un 25% su precio en barras de amaranto y lo único que se logró ha sido una participación pequeña.

AJ: En cuánto tiempo se puede lograr un Comercio Justo de los pequeños productores?

AC: En uno dos o tres años, trabajando continuamente con los pequeños productores. Ya son cinco años del gobierno de Evo Morales y no se ha conseguido nada.

AJ: De quiénes están dispuestos a recibir aportes económicos?

AC: Estamos ejecutando doce proyectos. Unos de poco dinero y otros de mucho dinero. ACRA de los italianos ellos son intermediarios de la Unión Europea, han hecho

el proyecto con nosotros y CIOEC no lo mira. Hay otro proyecto del sello social es lo mismo. Hay otro proyecto que apoya la soberanía alimentaria, tienen que estar identificados con los principios de CIOEC, hay otro que es CICO de Holanda que está identificado con nosotros más en incidencia política, sacar leyes, propuestas de políticas públicas, hay otro de Bélgica que es más centrado a la capacitación de líderes, hay otro de la FAO que va a la parte de formación de líderes y lideresas. Otro es Veterinarios Sin Fronteras que trabaja con soberanía alimentaria por un tiempo de cinco años. Hacemos como un control de calidad.

ENTREVISTA N° 2

Lic. Luis Orlando Tindal Felípez (LT)

Jefe de la Unidad de Desarrollo y Promoción del Comercio Interno

Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones

La Paz, 11 de agosto de 2010 a horas 14:30

Duración de la entrevista 45 minutos

AJ: En la búsqueda que he realizado sobre el Comercio Justo, me he percatado que el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural ha propuesto una estrategia nacional para fortalecer y promocionar el Comercio Justo. Esta propuesta ha sido trabajada de forma unilateral, es decir, solamente el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones o se ha trabajado en conjunto con alguna organización de Comercio Justo?

LT: El Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones viene trabajando en el tema de Comercio Justo desde la gestión 2008, se ha tenido reuniones sucesivas con organizaciones representativas de productores de Comercio Justo, podríamos nombrar entre las más importantes a la Plataforma Multisectorial de Economía Solidaria y Comercio Justo, así como la Red Nacional de Comercio Justo que también está en toda Bolivia. Hemos ido gestionando diversas actividades entre ellas tenemos los seminarios informativos y también algunos proyectos, pero en medio de todas estas actividades estas dos organizaciones, la RENAC y la Plataforma Multisectorial, se han fusionado en una sola organización que se denomina Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo de Bolivia. En consecuencia, el Viceministerio ha elaborado un documento, la Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, en coordinación estrecha con el movimiento que había tenido un plan estratégico que coincidentemente tiene elementos concordantes con nuestra propuesta. Por lo tanto, se tiene a la fecha un documento consensuado y articulado entre ambas instituciones.

AJ: En qué puntos ha habido consenso: principios, criterios y sello?

LT: Hemos podido observar que los ejes estratégicos, es decir, pilares en los que se sientan ambas propuestas si son coincidentes y estamos hablando de componentes

como un componente crediticio, un componente de mercado, un componente de incidencia política, otro de tecnología apropiada y finalmente un componente de concientización sobre lo que es el Comercio Justo. Entonces, serían estos ejes que se han articulado y a partir de los cuales se ha tenido como resultado una serie de propuestas y programas afines a cada componente señalado.

AJ: Se ha anunciado que se quiere crear un Viceministerio de Comercio Justo que sería el creador de las políticas de comercio justo o tendría un carácter meramente técnico, de apoyo de capacitación, seminarios sobre calidad de producto, etc.?

LT: Por ahora se tiene una idea de un Viceministerio tal cual son las entidades gubernamentales, es decir, un Viceministerio que propone políticas, normas, reglamentos pero a la vez también programas y proyectos. Evidentemente este Viceministerio, tal cual realizan sus actividades los Viceministerios existentes, propone todo lo que acabo de señalar, pero la ejecución de los programas se dejan a las organizaciones productoras, a los actores. Entonces, tenemos esa visión de Viceministerio de Comercio Justo.

AJ: El gobierno ha establecido como una política no realizar Tratados de Libre Comercio pero si realizar Tratados de Comercio para los Pueblos que se basan en el Comercio Justo y también conjuntamente con los otros dos países se ha elaborado el Proyecto Grannacional TCP-Comercio Justo. Cuánto estos proyectos han avanzado y quiénes se han favorecido de éstos, organizaciones de comercio justo u organizaciones de comercio convencional?

LT: Lo que podríamos señalar que a la fecha evidentemente existen los planes, existe la idea de llevar adelante estos proyectos, pero no se ha consolidado porque no se tiene aún conocimiento de Comercio Justo. Existe una suerte de confusión entre Comercio Justo y precio justo, siendo que el precio justo forma parte de todo lo que involucra el comercio justo, y es más el comercio justo es parte de la economía solidaria. Y esta concepción todavía no está clara en el país, entonces si bien existen estos planes se tiene la idea actualmente de coadyuvar a organizaciones que trabajan en producción orgánica, en producción ecológica o tradicional pero no existe todavía

una idea puntual de coadyuvar a organizaciones que trabajan directamente en comercio justo. La intención es que a partir de esta estrategia y del posicionamiento que se alcance con todos estos componentes puedan incluirse a organizaciones de comercio justo.

AJ: Estos planes del Tratado de Comercio de los Pueblos no se han consolidado por no tener el apoyo económico e institucional?

LT: Existe el apoyo, existe la voluntad, existen los proyectos enfocados a actividades productivas un tanto diferentes del Comercio Justo.

AJ: Parte del Comercio Justo es el sello de Comercio Justo. Existe la idea de crear un sello a nivel nacional con propios criterios o se vería la forma de adherirse a un sello de nivel internacional?

LT: La idea que se tiene actualmente es crear un sello nacional, evidentemente rescatando los aportes que puedan dar las organizaciones productoras pero definitivamente este sello tiene que ser reconocido a nivel internacional. Ahora la intención es trabajar precisamente en cubrir los estándares internacionalmente requeridos para alcanzar este posicionamiento de este sello. No queremos adherirnos a ningún sello internacional, porque los sellos internacionales funcionan independientemente de los gobiernos estatales. Una de las experiencias recientes es la de Francia que tiene un sistema de certificación estatal que recientemente fue lanzada. Pero en general las certificadoras a nivel internacional son privadas. Por lo tanto, es muy difícil adherirse, no es cierto, a un sello de reconocimiento internacional. Lo que queremos es posicionar un sello a nivel internacional con un rasgo, una característica netamente nacional.

AJ: Otro de los puntos es el cumplimiento de los principios de comercio justo. El 8 de mayo de este año se presentaron diez principios. Estos principios se han establecido en base a las experiencias de organizaciones de Comercio Justo en Bolivia o es una recopilación de principios establecidos a nivel internacional?

LT: Estos principios, que se han manejado en el día internacional del Comercio Justo, han sido en su gran mayoría rescatados de los principios internacionales pero

definitivamente también se han de alguna forma generalizado y aceptado en función de las prácticas nacionales. Se ha podido observar que muchos de estos principios ya existen en su cumplimiento fundamentalmente en comunidades, en asociaciones productoras tradicionales, en asociaciones comunales, por eso el Comercio Justo tiene una afinidad muy cercana al Vivir Bien o lo que también se denomina el Suma Qamaña y está de acuerdo con el nuevo plan de gobierno, el Plan Nacional de Desarrollo, y toda la visión del nuevo país que se tiene. Esos principios se vienen a formalizarse en principios que ya se usaban anteriormente y se ha sistematizado en diez principios a partir de la propuesta del Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo.

AJ: Qué es lo que se debería tomar en cuenta para establecer un precio justo? En teoría se debe incluir el respeto y cumplimiento de los derechos de los trabajadores, uso de tecnologías, ver la cadena productiva. Es fácil de hacerlo o hay que encontrar un punto de equilibrio para colocar un precio a un producto de Comercio Justo?

LT: Este es un tema interesante y a la vez complejo. Se sabe que el precio de Comercio Justo además de tener un determinado nivel, tiene un premio, lo que hace que el precio sea más elevado en el mercado solidario. Los productos que se vayan a exportar a mercados solidarios no van a tener inconveniente en cuanto al precio justo, pero ya hablando en el mercado interno lo que se puede observar es la intención de la fijación de un precio justo que se determina en función de la disponibilidad de alimentos en primera instancia y disponibilidad de alimentos básicos para las familias en su generalidad, esto quiere decir en otras palabras que el precio justo va a garantizar el abastecimiento normal tanto de alimentos como de bienes en el mercado interno. Esa es la idea inicial que se tiene, de repente no sea un precio con premio pero definitivamente va a ser un precio justo, un precio accesible a todos los estratos sociales. Esa es la concepción de precio justo propio nacional que se ha empezado a generar. Si en el futuro existe una conciencia por parte del consumidor de lo que es el consumo ético, definitivamente podríamos definir un precio justo con premio que también podría ser pagado a las organizaciones productoras. Pero inicialmente esa es la idea de precio justo a nivel nacional.

AJ: Se podría decir que el Comercio Justo es un apoyo a la soberanía alimentaria como lo dice en la Declaración de Cochabamba del Primer Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria?

LT: Correcto, porque de lo que se trata es de ampliar la visión de lo que es la Economía Solidaria y concentrarla en lo que es el Comercio Justo desde una perspectiva de apropiación de estos términos que evidentemente se han creado en Europa, hemos visto que hay mucha afinidad con la nueva estructura nacional, por lo tanto queremos apropiarla a partir de estas nuevas nociones tanto del precio, del consumo ético, del Comercio Justo, de la producción en condiciones de justicia social.

AJ: Llama la atención que algunas organizaciones de Comercio Justo son sociedades civiles, otras son sociedades comerciales y otras son una combinación de ambas como las OECAS. Al considerar la propuesta, estas organizaciones que tipo de sociedad tendrían que ser?

LT: Existe un reconocimiento de lo que es el pequeño productor. El Comercio Justo está definitivamente dirigido al pequeño productor; desde la visión del Plan Nacional de Desarrollo engloba no solo el microproductor sino también a las OECAS, a las asociaciones, comunidades productoras, todas estas nuevas instituciones, organizaciones que se han reconocido desde la posición productora. El Comercio Justo intenta evitar los intermediarios, por lo tanto queremos trabajar de manera directa con el productor y el consumidor. A partir del sistema de certificación nacional que tenemos pensado desarrollar que viene a colación el sello social con este proyecto lo que se trata es de ordenar, es decir, no solamente va a existir una suerte de facilitación de acceso a mercados solidarios a través de este nuevo sistema de certificación nacional sino también de Control y Regulación. En este instante no existe ninguna institución que controle la producción bajo los principios de Comercio Justo. No es simplemente el hecho de nominarse como organización productora de Comercio Justo, sino de cumplir con los principios que involucra esta actividad, por lo tanto este sistema de certificación tiene que estar en los nueve departamentos del Estado Plurinacional en consecuencia vamos a ver los mejores mecanismos para controlar y regular y paulatinamente ir evitando a los intermediarios.

AJ: Le pregunto esto porque para exportar se sigue un trámite en el que se pide el certificado de FUMDEMPRESA y el NIT que otorga el Impuestos Internos. Por lo que se tendría que crear un Régimen Especial de Exportación para estas organizaciones siguiendo la idea de evitar intermediarios y de ratificar la naturaleza especial de los mismos?

LT: Sobre este tema específico a la fecha existe un borrador del nuevo Código de Comercio y en este se va a establecer nuevas categorías entre las cuales va a estar las OECAS, Asociaciones Productoras y demás. Esta norma y las que se vayan generando con la Estrategia Nacional van a articularse para no tener inconvenientes.

AJ: Existe la preocupación de que grandes empresas como Nestlé estén acudiendo a los sellos de Comercio Justo para poder ganar más mercado. Como se podría proteger a los pequeños productores y evitar que grandes empresas de aprovechen del Comercio Justo?

LT: Evitar o impedir que empresas tan grandes como Nestlé puedan encubrirse en sellos de Comercio Justo es muy difícil. Estamos hablando de empresas que funcionan en un ámbito internacional y por lo que queremos tener un sello a nivel nacional y un Sistema de Certificación Nacional, con características propias que protejan al pequeño productor. Queremos conseguir a través del posicionamiento del sello y este sistema de certificación sean reconocidos los pequeños productores bolivianos como verdaderos productores de Comercio Justo.

AJ: Otro punto que se hace hincapié es el trabajo infantil. En la realidad social de la población rural, el trabajo del niño es visto como un aporte para la familia y no como una imposición. Ahora a nivel internacional se condena el trabajo infantil, por ejemplo FLO no permite el trabajo de menores de 16 años, como se puede conciliar una realidad social innata con normas de protección?

LT: Esta Estrategia Nacional tiene aristas en diversos campos no va ser este Viceministerio ni tampoco el Viceministerio que se pretende crear que plantee una política de protección a los niños en cuanto al trabajo infantil. Estos programas y proyectos que se presentan en la estrategia se van a encomendar en muchos casos a diversas Instituciones Públicas de competencia propia de cada programa y en este

caso es el Ministerio de Trabajo quien debe dar parámetros sobre lo que se considera como trabajo infantil y la exigencia del cumplimiento de los principios de Comercio Justo en estas organizaciones. Sabemos que en el Área Rural fundamentalmente los niños coadyuvan a sus familias en las actividades pero en el Comercio Justo tiene que haber un estricto cumplimiento en los principios y los límites y características que se vayan a dar en el trabajo infantil el Ministerio de Trabajo y se va a trabajar conjuntamente un reglamento o una norma para estos parámetros.

AJ: Cuantas organizaciones de Comercio Justo han trabajado en la propuesta. Han sido la totalidad o la mayoría?

LT: Como venimos trabajando desde la gestión 2008, podríamos decir que hemos trabajado con una gran mayoría de organizaciones productoras de toda Bolivia. No solamente hemos trabajado con organizaciones matrices sino también con organizaciones productoras directamente y mucho más si consideramos en este instante socializamos la estrategia en los nueve departamentos. De tal forma que no queremos dejar de lado a nadie en la definición de estos programas que se están planteando. Creo que este esfuerzo muy pocas veces se ha realizado por el hecho de socializar una estrategia en los nueve departamentos intentando acceder a las organizaciones, yo creo que muy pocas hemos dejado al margen sino es ninguna. Tenemos una base de datos de las organizaciones a nivel nacional que las vamos a publicar en la medida en que se apruebe la estrategia y nos den el visto bueno correspondiente.

AJ: Para cuándo se pretende volver realidad esta propuesta?

LT: Una vez que se apruebe la estrategia a nivel nacional, tiene que haber un instrumento legal que pueda consolidar si estamos hablando de una Resolución Ministerial o un Decreto Supremo que permita aprobar la estrategia, una vez que tenga un rango de norma es posible proceder a implementar los programas y proyectos que están en las estrategias. Si es que no hay retraso yo diría que a partir de la gestión 2011 empezariamos a ver los frutos de la estrategia, aunque ya se tienen algunos proyectos en marcha como el Sistema de Certificación y Sello Nacional de Comercio Justo que hasta fin de año tendremos el sello final y la prueba piloto sino es

para diciembre sería para los primeros meses del 2011, siendo una muestra tangible de la estrategia. Por otra parte, promueve Bolivia tiene ya el portal web de Comercio Justo pero no lo va a lanzar en la medida que se tenga la estrategia aprobada y sería otro producto más y paulatinamente se mostraría los resultados.

Tenemos que aprobar primero esta estrategia porque no se conoce bien lo que es Comercio Justo y no hay una corriente que nos diga donde tenemos que ir para la definición de una Ley. Pero si ya tenemos una estrategia, de la estrategia a la política es solo un paso. Una vez teniendo la política se puede definir una Ley genérica y muchas normas afines que permitan su consolidación. Uno de los componentes importantes de la estrategia es el de incidencia política tiene un componente de norma muy fuerte. Entonces una de las tareas inmediatas aprobada la estrategia es la de definición de una política nacional pero también una Ley de Comercio Justo apoyada por normas más pequeñas.

AJ: Uno de los elementos más llamativos de la propuesta es el componente de financiamiento. Este financiamiento a los productores vendría de parte del gobierno o se buscaría el apoyo de instituciones específicas?

LT: De ambos lados. El tema crediticio es uno de los puntos más requeridos y de mayor interés de las asociaciones productoras, es importante destacar que un Viceministerio formula políticas, programas, proyectos, pero la ejecución es muy difícil por parte del Viceministerio por eso se deja a otras instituciones la ejecución. Tal vez en una primera instancia este Viceministerio o la institución que se cree de Comercio Justo será la encargada de definir este tema crediticio. Posteriormente tiene que dejarse a otras entidades afines que tengan esa finalidad crediticia, las encargadas de dar crédito a las organizaciones productoras. Como entidad pública tenemos la finalidad de buscar apoyo externo en cuanto a financiamiento, queremos a tocar las puertas también de las instituciones privadas en la visión de crear nuevos instrumentos crediticios propios del Comercio Justo. Actualmente un crédito convencional necesita un garante o una hipoteca pero en la visión de Economía Solidaria el crédito tiene distintas maneras de ser financiado por ejemplo ya no se necesitan garantes o garantías hipotecarias, lo que se requiere es el estricto cumplimiento de los principios de Comercio Justo y los documentos probatorios del cumplimiento de los principios se

constituiría en la garantía de un crédito queremos dar esa visión del verdadero crédito solidario porque hay instituciones que se han apropiado del nombre.

AJ: Este financiamiento es muy aparte del criterio de pre-financiamiento que hace el comprador al productor hasta en un 50%. Por lo que se concluye que el financiamiento que se va a hacer por parte de la entidad gubernamental u otra relacionada es solo para equipar a las organizaciones.

LT: Correcto, queremos tener una serie de alternativas para el pequeño productor de tal manera que ellos puedan consolidarse en el Comercio justo. Hay solicitudes para el inicio de actividades, para consolidar el capital, para capital de operaciones y otros para exportar.

AJ: Actualmente como se ve al Comercio Justo: como una estrategia de reducción de pobreza, como un comercio alterno o como una puerta que genera más ganancia?

LT: Desde la perspectiva del movimiento de la nueva visión de país el Comercio Justo se ve como una alternativa económica, no se circunscribe el Comercio Justo toda esta estrategia sino a la economía solidaria. No es una alternativa para salir de la pobreza no es una alternativa para tener relaciones comerciales con una nueva visión, no es una forma de solucionar un problema de corto plazo y mediano plazo para un solo problema sino para muchos problemas desde la perspectiva económica solidaria.

AJ: Lo que se busca es un Comercio Justo entre Sur-Norte o Sur-Sur?

LT: Desde la perspectiva de las organizaciones productoras se quiere un Comercio Justo Sur-Sur. Como Viceministerio no vemos prioritario el hecho de solucionar el problema con un comercio Sur-Sur también podría ser Sur – Norte en la medida que exista Comercio Justo.

AJ: Como ve usted el Comercio Justo en los años que viene, si se cumple con las condiciones, si se educa a la gente y si se promociona el tema?

LT: Yo pondría como premisa el hecho de consolidar la nueva estructura económica que se tiene actualmente afín a los principios de Comercio Justo. No es posible concebir Comercio Justo bajo patrones de economía de mercado convencional. En la

medida que se fortalezca el proceso de cambio, el Comercio Justo definitivamente se va a desarrollar en el país y se va a proyectar hacia mercados solidarios externos. Incluso en mercados europeos ven nuestra visión de Comercio Justo como la más apropiada para desarrollar estas actividades. En esa medida si se podría tener una esperanza alentadora para el desarrollo de Comercio Justo, lo contrario podría truncar, podría parar los objetivos planteados.

ENTREVISTA N° 3

Señora Vanía Rivero (VR)

Fundadora de la Organización de Comercio Justo Ayni Bolivia

Ayni Bolivia

La Paz, 16 de agosto de 2010 a horas 16:15

Duración de la entrevista 1 hora

AJ: He estado investigando sobre el Comercio Justo y en la búsqueda me percaté que la organización AYNÍ-BOLIVIA trabaja en el Comercio Justo. Como primera pregunta cuándo nace Ayni Bolivia y por qué?

VR: El 2002 es que nace Ayni Bolivia, que no nace como una organización de Comercio Justo, porque yo no sabía que era el Comercio Justo, no tenía la más remota idea. La causa era responder a una petición de los clientes de de artesanías de alta calidad que no conseguían en la calle Sagárnaga y que además ellos estén seguros de que el artesano era el que ganaba el dinero, porque es fácil darse cuenta caminando por la calle quiénes son los productores y quiénes los comercializadores, en las tiendas donde se comercializa, tú no sabes si el dinero está llegando al artesano, entonces como éramos gerentes de Té Rosario, Eduardo y a la encargada de recursos humanos pedimos al doctor que nos preste la vitrina, la vitrina es bastante pequeña y ahí invitamos a varios grupos para que participen, como son grupos entonces eran tarjetas, cosas bien chiquitas como estos corredores, las cholitas salero, cosas muy básicas. Entonces lo que pasó fue que los artesanos recibían un mejor pago y un mejor trato.

Como la comunidad de los artesanos es bastante cerrada se fueron anoticiando y empezaron a ofrecer productos y yo encontré productos lindos. Entonces la vitrina fue creciendo y llegó un momento en que ya no había ni donde colgar nada, era un espacio así llenísimo de cosas y abrimos la tienda de acá también con el apoyo de Té Rosario, en esa tienda llega el editor de Lonely Planet, del libro de guía de viajeros y el ve que estábamos haciendo y me dice tú estás haciendo Comercio Justo, era la primera vez que yo escuchaba, qué es eso?

Y me explicó que era aprovechar las habilidades de los artesanos, capacitarlos, fortalecerlos y vender productos a un mejor precio, para que ellos salgan de la pobreza. Yo no tenía idea de lo que me estaba hablando, nunca había escuchado el tema, pero si es lo que estamos haciendo. ..Fíjate había WFTO que en esa época era la IFAT y la FTF y pregunta que puedes hacer. Yo ni corta ni perezosa empecé a enterarme sobre el Comercio Justo y sus principios y de hecho aplicábamos a muchos y a otros no, porque no sabíamos y si aplicábamos no sabíamos si los estábamos haciendo o no, por ejemplo tema de materiales, no sabíamos si dañaban o no el medio ambiente y esas cosas. Así ya empezamos a aplicar más oficialmente todos los principios con el objetivo de conseguir una membrecía, la membrecía que pudimos optar era FTR porque la IFAT tiene un problema serio que era que tenía que garantizarte un grupo boliviano. Yo veía que los grupos bolivianos no iban a garantizarme ni siquiera intenté acercarme.

AJ: Por qué?

VR: Mas sinceramente por un tema de que yo no soy indígena. Y en esa época Comercio Justo estaba enfocado en grupos de base indígena, en realidad hasta el 2009. El 2010 ha sido el estallido de Comercio Justo en Bolivia hemos entrado todos los que no éramos indígenas, excepto Coronilla que si lo logró antes, cuando me entero digo que no me van a dejar dar garantía. Entonces, aplico en el Comercio Justo de Chile, me dicen que era más fácil entrar por el FTF de Estados Unidos y no eran tan estrictos y de ahí te pasas a la IFAT. Aplicamos a la de Estados Unidos, nos dieron la membrecía y el 2008 decidieron que ninguno de los grupos productores del Sur podían ser miembros de la FTF, tenían que ser productores americanos, se desató un barullo tremendo pero al final como es una organización privada se decidió eso y nos sacaron a todos. Se hizo tanta bulla y decidieron pasarnos todos a la IFAT, al WFTO. En seis meses ya era miembro de WFTO, los más asombrados han sido los de Bolivia.

Qué significa Ayni? Por qué se llama Ayni a todo esto? Ayni es una ayuda recíproca, un servicio recíproco. Si tú me das, yo te doy. Si yo te doy, tú me das. Entonces, al principio cuando no tenía mucha plata, empecé hacer una relación con los artesanos muy interesante. Haremos convenios, tú me traes un producto de alta calidad, lo vendo al mejor precio que yo pueda y te doy las ganancias extras. Ayni perfecto, ellos

también vendían a la Sagárnaga pero los que me traían a mi eran los más lindos, se los vendían al doble del precio y ellos ganaban el extra, no me lo agarraba yo. Empezó a crecer la vitrina. Así poco a poco empezamos hacer Aynis con los artesanos. Yo les dije yo me rajo vendiendo, mi tiempo, mi esfuerzo y ustedes me hacen productos lindos. Si hacen productos feos yo hago menos. Eso es motivante, ellos hacen cosas lindas y en un ratito se vende eso, no me tengo que esforzar mucho, se venden violentamente. Hacen cosas feas, no se pueden vender, difícil!. Ellos se han dado cuenta que yo no puedo vender las cosas que son feas. El tema de calidad y diseño ha mejorado mucho en estos años. Has visto la tienda, es diferente a cualquiera de la Sagárnaga, incluso de tiendas de Comercio Justo. Son cosas modernas, contemporáneas y mezcladas con la identidad cultural. Siempre hemos trabajado sin dejar la identidad de ellos. Ha sido un trabajo muy lindo. El Ayni siempre ha sido así, es lo mismo que el Comercio Justo. El Ayni está basado en la confianza y reciprocidad y Comercio Justo también. Para nosotros ha sido muy fácil enganchar en el Comercio Justo, aprovechando la cultura de ellos y adaptándola. Ahora el tema de costos es un poco difícil, ya son gajes del oficio. Nosotros hacemos Comercio Justo de convicción, no de conveniencia. Nosotros ya lo hacíamos, ha sido un formalismo llenar boletas. El Comercio Justo te pide documentación de todo. Antes no, era una situación de confianza, no hacíamos inventarios. Realmente es una relación con los artesanos muy linda, muy amigable. Ese es un tema de relaciones de amistad que yo tengo con los artesanos.

AJ: Siendo que Ayni Bolivia pertenece a la WFTO, esta misma situación se puede dar para otras organizaciones de Comercio Justo bolivianas, a pesar de que se indica que se requiere dinero, son instituciones privadas y los requisitos a cumplir son muy difíciles.

VR: Cuando he entrado a la WFTO, me he enterado de todo. A mi si me ha costado, cinco años me ha tomado entrar, pero como era mi punto norte lo he logrado. El momento que entro, cuando era provisional –el proceso es primero provisional, luego es pleno- te controlan todo y está bien todo eso. Me doy cuenta que no hay grupos de organizaciones privadas solamente eran cooperativas y otras de Comercio Justo. Y yo como ya estaba adentro, empiezo a preguntar y me dicen que nadie se postulaba y yo

dije que de seguro han pensado lo mismo que yo, si una organización boliviana te tiene que garantizar es imposible, seamos sinceros la discriminación y racismo van por ambos lados. Lo que he hecho ahora es que a todos los que creo que podían ser de Comercio Justo los he llamado para decirles que yo les voy a garantizar, solo llenen sus papeles. Es bueno tener la mayor cantidad de grupos en la WFTO para hacer un grupo unido y grande frente a todos. Por ejemplo, Perú es un país que tiene muchas organizaciones de Comercio Justo y cualquier organización se la agarran ellas. La WFTO se ha dado cuenta de que era un error lo de las garantías, es un problema. En Holanda todos son confiables, y piensan que aquí en Sudamérica todos son así. Las organizaciones de comercio también se han dado que yo voy a garantizar a las organizaciones de comercio y que estoy dispuesta a enseñar qué es el Comercio Justo a las otras organizaciones. Trato de difundir mucho la información, pero no tengo tiempo. Estoy apoyando a UÑI Arte y lo van a lograr. Traté con cerámicas Walter pero no quieren, COMART seguramente van a entrar, tiene todo para entrar. La Diana de Artesanías Serata no quiere porque no quiere llenar papeles. No son problemas ni de plata, ni que son difíciles. Yo fui a la RENACC y me discriminaron terrible y me fui llorando, llegó y le cuento a mi cliente que me han discriminado por ser blanca, me dice que no me han discriminado por ser blanca, sino por saber más y como sabes más se han sentido menos y te han sacado y dije tienes razón y yo me he desmarcado mucho de Comercio Justo Bolivia. Es interesante porque los grupos con que he trabajado son indígenas, son mestizos, son de un mismo grupo social y la pasamos bien, hacemos picnic. Ellos saben que yo les ayudo y ellos me ayudan, esto es importante, yo no solo les estoy ayudando, esto es recíproco ellos me ayudan. Si ellos no existieran, yo sería nadie. Si yo no existiera, a ellos les costaría más ingresar. No creo que sea un problema de plata, plata te la regalan, me están regalando una feria sin mucho pedir. Yo asombradísima con el tema de recursos con la WFTO. La WFTO está patrocinada por diversas organizaciones mundiales y una es la DOWNS que da un montón de plata. Me han llamado para decirme si quería plata, 70% pone Usted y 30% ponemos nosotros en lo que sea que sea calidad, certificación, mejoramiento del producto. Si tú eres una organización de Comercio Justo y crees que lo estás haciendo bien, la plata no es un problema definitivamente. Lo que si puede llegar a ser un problema es el

tema de conocimiento definitivamente, porque es difícil llenar ese formulario, hacer la parte de cuentas, necesitan estados de resultados bastante complejos y lo tiene que hacer un contador, no hay de otra. Eduardo lo hizo, lo pasó al contador y lo mandamos ya auditado. Escuchan esas palabras y dicen ya no podemos, no sabemos, no queremos. Queremos lo más simple. Sin decirles esas palabras complicadas, les explicas y lo entienden y lo hacen. Grupos indígenas puros que no saben leer y escribir lo han hecho, porque no lo van a hacer los demás. Por ese lado, el otro problema que hay en Bolivia es el tema legal. Para entrar a la WFTO tiene que ser legal, tienes que tener NIT, tienes que pagar impuestos.

AJ: En cuanto a este punto, en el borrador del nuevo Código de Comercio establece una nueva figura de sociedad una mezcla entre sociedad civil y sociedad comercial, reconociendo así a las cooperativas, OECA's . Es mejor establecer esta forma de sociedad para que estén todas las organizaciones de Comercio Justo?

VR: Podría ser, pero partamos del origen comercio justo es COMERCIO justo. La base grande es la comercialización y lo que te va a sostener es la comercialización. Yo soy terriblemente social más que los otros grupos, pero el rato de ponerse en el piso lo que te va a mantener es la parte comercial. Puedes hacer una parte social muy activa hasta política pero nunca tienes que olvidar quien está sosteniendo el asunto. Yo soy autosostenible, no puedo jugarme los recursos. Los artesanos saben que la plata se la gana, que nadie les está regalando ni un peso, ellos empiezan a decir para qué estás gastando en eso y tienen razón. Tengo que ver por el lado de no perder la sostenibilidad. Tu puedes volverlo más social y eso sería más justo. Hay organizaciones de Comercio Justo que no tienen nada de social, solamente tratan de pagar bien a sus empleados y cumplir con los principios. Hacen el Comercio Justo por conveniencia, no por convicción, porque un cliente te lo pidió, llenas los requisitos para obtener la membresía pero no eres tan activo.

AJ: Existe alguna conexión entre el Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo con Ayni Bolivia?

VR: He ido y me han dicho que podría entrar. Yo no me cierro a nada, yo les dije yo no quiero entrar a esta red y ser un número más. Si yo puedo aprovechar, bien. Y fui y les dije que yo quería ser miembro y hasta ahí lo dejé. Julie que nos ha hablado va ir a la Directiva y les iba decir mi propuesta. Pero cuando me han mostrado la lista es todo un embrollo, no están diferenciados, es bebé tiene que crecer. Yo puedo volverme miembro y no creo que sea lo mejor, yo tengo un avance y lo que puedo hacer es socializar todo lo que he aprendido para que en vez de empezar de guagua, empiece de adolescente. Julie me ha escuchado, es imparcial, tengo dos valores grandes que les puedo enseñar calidad y manejo de tendencias y si van a desarrollar un producto que sea comercial. La parte social no me meto porque muchos me ganan como la señora de ASARBOLSEM. Mi fuerte es ese. No me han vuelto a llamar, tampoco tengo tiempo para hacer eso.

Se va a crear el Sello de Comercio Justo y me gustaría trabajar eso con ellos para que no violen los principios de Comercio Justo.

AJ: Estos principios de Comercio Justo son los establecidos por FINE, la reunión de las cuatro grandes organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional?

VR: Son complicadas. Una de las normas que he tenido que pelear con todos y sigo mi lucha es que para poner precios ellos solamente acuerdan con el artesano. Digamos que tu eres pobre y haces un corredor y vienen los de Comercio Justo y te dicen te puedo pagar dos bolivianos y tú dices claro a nada. Ponen en un papel, la organización de Comercio Justo tal se pone de acuerdo con el artesano que el precio del corredor será dos bolivianos y se firma. Eso es suficiente para el Comercio Justo que el artesano esté de acuerdo cuánto se le va a pagar.

Una anécdota: yo empiezo a trabajar con los titeres de dedo del Perú. Rosa me dice que el producto costaba setenta centavos de boliviano y yo le dije que estaba loca que eso no llegaba ni a explotación, es el colmo, es una barbarie, es un pecado mortal y ella me respondió que a ese precio les pagaban. Yo le dije que le iba a pagar y le pregunté cuánto quería y me dijo 1,50 y yo le dije 3 bolivianos. Empezamos a tener un cliente que nos compra mucho y aún lo sigue haciendo y me dice tenemos problemas

porque traíamos de contrabando los títeres, no puedes hacer eso, es Comercio Justo debe ser justo incluso para el Estado y mi cliente me dice no podemos seguir haciendo eso, tenemos que tener la póliza de importación, búscate tejedores en Bolivia y las encuentro luego de dos años de sufrimiento. Empiezo hacer con ellas el análisis de precios, me salía lo mínimo que podía pagar por títere cinco bolivianos, les estaba pagando a las otras tres y aparte ganaban setenta centavos de boliviano. Mi primera reacción ha sido que las estaba explotando pero habíamos acordado el precio y es más estaban contentas con ese precio. Y las señoras de Bolivia ya estaban en el Comercio Justo, porque era un grupo Pacha de la cooperación belga y ya sabían lo que era todo y de hecho yo he aprendido mucho de ellas. Me dijeron tu quieres mínimo cinco bolivianos y me dieron los fundamentos. Le escribo a mi cliente y estaba también horrorizada. Y cuando hablan de Comercio Justo, yo doy el ejemplo de los títeres a las organizaciones de Comercio Justo de Europa y les digo que revisen los precios y cuánto estaban explotando a la gente. Ahora mi punto es no pagar el precio con la conformidad del artesano, sino con la canasta familiar, nosotros hemos sacado esos cinco bolivianos según la canasta familiar. Cuánto necesita una familia de cinco personas para vivir y hemos calculado mil doscientos bolivianos y con eso hemos sacado todos los costos en Bolivia, trabajan ocho horas al día gana mil doscientos bolivianos. Cuando escuchan eso los otros grupos de Comercio Justo se escandalizan y me dicen por qué les pagas tanto y digo que no es que les pago tanto, es lo que necesitan para vivir. Este uno de los puntos más álgidos que yo tengo con el tema de Comercio Justo, algunos lo quieren aceptar y otros no. Lo bueno es que los nuevos que nacen conmigo, ya nacen con esa idea, es una idea que se está gestando. Tengo grupos que también se pasan y me dicen que mil doscientos es muy poquito y me dicen dos mil cuatrocientos sino no hay. Muy bien más calidad, más diseño, más cumplimiento y les doy dos mil cuatrocientos. Tengo grupos que están ganando cuatro mil al mes porque son sus premios FLO. El precio FLO es el costo que tiene que ser sostenible para el medio ambiente y el artesano y cuando sacas los costos aparte de la canasta familiar, los materiales y otros, ese es tu precio FLO. Después de eso tú puedes ir aumentando los premios de FLO quien define el mercado. Si yo vendo un títere en tres bolivianos, porque no se puede vender en diez. Así hemos ido probando

muchos productos. Unas mariposas hechas en cáñamo están ganando diecinueve bolivianos la hora y tengo el grupo que gana menos, cinco bolivianos la hora. Por qué la diferencia entre uno y el otro? Porque éste de aquí abajo no quiere mejorar y está trancado. Y el otro es un vivo, consigue los hilos, las piedras del Perú. Aquí el tema es de esfuerzo, con esfuerzo se sale adelante. Es lo justo, el que más se esfuerza gana más. Cuando los clientes empiezan a rebajar yo hablo con el artesano, porque yo sé su precio FLO, esa mariposa que se vende a veinte bolivianos yo sé que su precio FLO es de ocho bolivianos... cuánto me va a pedir, cien al mes, no quinientos al mes sino no baja. A ese nivel hablamos con ellos. Me encanta eso porque tienen poder de decisión y eso me gusta y digo que lo estoy logrando. Ellos han crecido por su esfuerzo y tiene todo el derecho de ganar más. Lo importante es que el artesano tenga siempre su plata. Se le paga al artesano lo que es.

AJ: Es mejor adherirse aun sello de reconocimiento mundial o esperar que se cree un sello a nivel nacional?

VR: Si el sello nacional fuere tan exigente como el sello internacional, yo estoy de acuerdo. Por lo que veo todavía está muy guagua, unos cinco años más para lograr un sello. Un sello es un trabajo difícil. La WFTO está implementando el Sistema de Gestión de Comercio Justo, es un sistema que está basado en los ISO de calidad por mejora continua. Yo cuando leí me sorprendí por lo bien hecho. Y cuando Eduardo se fija quien ha hecho, se da cuenta que era el PhD, el Master de no sé dónde. No solamente era gente capacitada, sino también gente con experiencia. Tener eso en mis manos es el futuro, primero, de años de experiencia de esta gente y del trabajo de esta gente que quiere ayudar a los países subdesarrollados. Si tú logras implementar el Sistema de Gestión en tu organización, te dan el sello de Comercio Justo no importa lo que hagas si haces comida, artesanías, pelotas, chompas, lo que quieras. Es un sistema muy amplio basado en los principios de Comercio Justo. Cada principio se ha vuelto en un objetivo y en indicadores, no hay donde perderse. Yo he hablado con los artesanos, alguno les ha parecido bien y a otros no lo quieren ver porque es complicado. Cada producto se tiene que calcular horas en que se ha hecho. Cuando me dijeron tiene que aplicar esta es la condición me pareció fácil, porque ya lo había hecho. En cambio las otras organizaciones eran no podemos, no queremos, no

haremos. Los antiguos han dicho que no iban a hacer y los nuevos que si, va a existir peleas, pero es un tema que en unos quince años todos van a ser de Comercio Justo. Es la única manera de lograr un mundo mejor. Los que se esfuerzan van a tener el sello.

AJ: Ahora que se está tratando de crear una Estrategia Nacional de Comercio Justo, qué punto se deberían tener en cuenta?

VR: La FTF de Estados Unidos para poder saber que lo estaban haciendo bien se han vuelto miembros de la WFTO quien le ha pasado todo su know how y han creado todo esto. Si Bolivia quiere realmente hacerlo bien, tienen que pegarse a los que saben hacerlo y no tratar de hacerlo solos. Si ya han inventado la pólvora, para qué vas a estar con tu experimento. Son cerrados y no lo van a hacer.

Una cosa importante es que sepan que es el cliente el que va a decidir a quién comprar. Por más que te rajen haciendo un sello, el cliente es el que se va a convencer... te va a comprar y si no eres creíble lo que vas a hacer es desprestigiar Bolivia dentro del Comercio Justo, pueden cerrarse mercados en vez de abrirse. Si ellos son inteligentes van a tratar de cumplir los estándares. Por ejemplo hay un estándar que Julie me ha dicho que no lo van a cumplir: La organización que quiere entrar, tiene que comercializar por lo menos dos años. Julie me ha dicho que si tu creas tu organización, puedes entrar ahora al Comercio Justo. Se crean organizaciones cada media hora y también desaparecen. Lo que busca el Comercio Justo es que las organizaciones sean estables. Yo digo a mi me han metido al Comercio Justo, la plata que les estoy costando aunque sean donativos es igual plata. Me parece una norma lógica, a mi me ha costado dos años, mis clientes nuevitos están conmigo y están esperando dos años para poder aplicar y eso que vendes cosas más que ya yo soy miembro pero igual tienen que estar dos años vendiendo. El sello que se quiere crear permite que cualquiera pueda entrar al Comercio Justo inmediatamente. Se han copiado las normas WFTO pero cumplirlas no es fácil. Hay grupos que si lo van a hacer y hay grupos que lo van a hacer por ver organizaciones ya conocidas.

AJ: Se pretende crear un Viceministerio de Comercio Justo, qué ventajas y desventajas presentaría?

VR: Ni ventajas, ni desventajas. Yo no sé para qué va a servir. Se creará y se descreerá como todo.

Si quieren potencializar el Comercio Justo como gobierno la cosa es que tengan muy claro qué es lo que quieren hacer y a donde quieren apuntar. Si su objetivo es erradicar la pobreza, el Comercio Justo es muy lento, es mejor el turismo comunitario es una solución perfecta. Pero no quieren hacer. Hay otras maneras para erradicar la pobreza que son muy efectiva a corto plazo. El Comercio Justo es muy lento y de quien se depende es del cliente. No hay muchas tiendas de Comercio Justo, hay pocas. Tendrías que enfocarte en abrir tiendas en Europa o en lugares donde haya más plata para pagar lo que estas produciendo, por más que te rajen creando organizaciones, sellos, si no vemos quien lo va a sostener. Si el gobierno lo va a pagar siempre no es sostenible, porque el gobierno se cambia y vendrá otro que no crea en el Comercio Justo y chau. Para ser sostenible hay que trabajar con toda la tarima y ellos siempre se olvidan del cliente. Hay tiendas de Comercio Justo del Perú que son del gobierno peruano pero ha hecho un capo. Han hecho un instituto de adaptación de las artesanías al mercado que es muy difícil porque los artesanos no quieren cambiar ni un color, calidad, desarrollo de tendencias y el desarrollo de capacidades de los grupos y de ahí los que querían vendían al mercado convencional y otros al Comercio Justo pero no ha sido exclusivo para el Comercio Justo, ha sido una consecuencia, porque el Comercio Justo es bebé. En Europa hay tres mil tiendas de Comercio Justo y tres millones tiendas de comercio convencional. Lo que ha pasado con el Comercio Justo en Bolivia es que ha habido un boom muy fuerte porque el Evo lo ha tomado como política de estado y que será eso del Comercio Justo y es por eso que hay tanto movimiento. Yo hablo mucho del Comercio Justo porque no es una política de estado ni crear un Viceministerio es crear un comercio más justo, es tener la convicción de ayudar a estas personas desde el proveedor del material hasta el cliente final. Tiene que estar todo conectado. Una cosa que a mí me ha molestado es que con esta política de Comercio Justo los que tengan el sello de Comercio Justo Bolivia van a poder vender sus productos un 25% más caros, el que define es el precio FLO más el

cliente. Tú puedes vender 25% más caro pero al final no puedes porque es muy caro. Algunos como las Bartolinas no tienen ni idea de cuánto es un 25% más, trecho que vendía de repente a 25 bolivianos ahora lo quieren vender a 2 euros, son casi 20 bolivianos. Hay tergiversaciones. Como ha habido mucha información se les ha salido de las manos, al mismo gobierno se les ha salido de las manos y van a tratar de agrupar es asunto y dar una respuesta. Toda la gente debe venir y preguntar qué es el Comercio Justo, ni deben saber que es el Comercio Justo. Todos lo interpretan a su mejor modo. Otra discusión es esa qué es el Comercio Justo. Si tú crees que el Comercio Justo va a desarrollar Bolivia, puede ser pero tardará muchísimo tiempo, largo plazo de generaciones. La sociedad misma tiene que convertirse en Comercio Justo. Yo voy a abrir la tienda en San Miguel, no por la sostenibilidad, para enseñar a los de la zona sur cómo es el Comercio Justo. Yo he participado en la feria, los discriminadores que son hasta que Bolivia no crezca evolutivamente a una mejor sociedad no se va a poder hacer comercio. Yo hago mis intentos, algo siempre se puede hacer. Yo creo que el Comercio Justo no es una herramienta es un todo es una manera de pensar. Si tu vas a ayudar a la gente no importa si está en la China, en Bolivia o en África, tú sientes esa necesidad de ayudar. Si eres ecológico y ambientalista eres de las personas que va cerrando los grifos. Se lo lleva en la sangre. Voy a dar charlas a las universidades y vienen con sus modelos neoliberales y me revienta y hay discusiones superacaloradas porque en las universidades se sigue enseñando el tema de explotación no de forma tan abierta. Pero viene un empresario superfamoso y dice yo tengo tantos millones de dólares y cómo lo ha logrado, explotando a los demás, cómo se hace pan, haciendo harina a los demás, como se amasa una fortuna, haciendo harina de los demás. Yo cuando estaba en la universidad, yo he estudiado psicología, y no hay un docente que te diga que el comercio justo es una solución que hay cambiar todo. Voy al colegio de mi hija y me sorprende que los niños de ocho años digan para qué vamos a pagar a la empleada 800 bolivianos si le podemos pagar 300 bolivianos. Tú dices si los clientes están afuera por qué tenemos que cambiar a los bolivianos. Pero todo tiene que ir acordado. Bolivia es mucho más bebé que los demás países en tema de Comercio Justo, ellos mismos no tienen la voluntad realmente para aprender lo que es y no se sienten capacitados

les falta educación emocional hasta educación académica. Tiene que haber un proceso de aprendizaje de todos. Si quieres convertir a Bolivia en un país exitoso, el Comercio Justo puede ser una parte más, pero ahora difícil. Hay otras herramientas para sacar de la pobreza a la gente que no es el narcotráfico, ni el contrabando que son más factibles. El turismo se puede mejorar y cuántos países han salido de la pobreza solo por eso y no sé por qué no aprenden de esos países. No sé porque nosotros somos creídos, todo solitos tenemos que averiguar, no podemos aprender del de al lado. Hay que romper ciertos mitos. Entrar a WFTO no es caro y no es complicado, necesitas un contador y un auditor y lo demás es llenar papeles y cualquier puede entrar. Cuesta por lo menos 300 dólares al año. Otra manera de pensar errónea no por ser pobres no sabemos, no podemos saber, la pobreza no te está incapacitando a ser inteligente. Eso piensan como son pobres y no han terminado el colegio y tienen 50 años y eso es mentira y está comprobado con mis grupos. Ellos se trancan en eso, somos pobres y no podemos. Los aymaras no creen en el futuro, solo piensan en el pasado. Por eso les hablas de objetivos de metas y nada. Hay que hablarles para mañana máximo hasta del mes que viene. Por eso hago mis pedidos por meses. Directamente les tengo que lanzar a la piscina y lo hacen. Yo creo que la gente, el gobierno deben partir desde quienes son, apoyar desde ese lugar y no olvidarse de la sostenibilidad y si te olvidas de eso estás perdido. Puede hacer mucha política, claro que ayuda, pero quiere ser sostenible de aquí a más generaciones. Hay que inculcar el Comercio Justo desde colegio. Por ejemplo en el Montessori no tiene clases de religión, tiene clases de moral y yo les doy clases de Comercio Justo y los niños aprenden. Ese es un tema importante. El Comercio Justo es lento pero puede ser una estrategia de hecho una buena estrategia. Y la educación es importante para que todas las personas que accedan al Comercio Justo no sean discriminados. Deberían abrir las puertas en vez de cerrarlas. En el mercado no debería existir ni la competencia, el egoísmo y aquí esto es muy fuerte, son muy envidiosos.

AJ: Hay alguien que se hay beneficiado con el Tratado de Comercio de los Pueblos y el Proyecto Grannacional de Comercio Justo-TCP?

VR: Yo nada. Lo que pasa con el tema de aranceles con Estados Unidos me ha afectado pero se ha seguido vendiendo. Los nuevos aranceles siguen normales, lo que

importa es el cliente. Lo que me parece injusto es que solo a las organizaciones de comercio justo les den preferencias, deberían ser para todos los productos. Las cosas hechas a mano. Artesanías y Joyerías de Bolivia han sido reunidas para una capacitación de IBNORCA sobre cosas hechas a mano, IBNORCA ha dado el sello, han gastado plata y lo que les interesa a los europeos es que se ponga en una hoja que tú estás prometiendo que el producto sea hecho a mano y eso mandamos y es suficiente y con eso no pagamos impuestos y me toma poco tiempo. Gracias a que eres parte del Comercio Justo vas a recibir muchas cosas, pero otras es por tu esfuerzo. Si tú te esfuerzas lo logras.

AJ: Hay debate dentro del Comercio Justo?

VR: Hay, lo importante es que si con un sello logré sacar de la pobreza a setecientas familias lo hago. Es lógico. Si lo voy a vender es lo más importante. Ahora el sello FLO va en bolsas y en los supermercados la gente busca el sello y compra el producto. No hay cerrarse. Hay los idealistas, pero yo les digo que se ve que están en el norte tienen tiempo para filosofar. Mando la foto de una señora cholita que tejía pero lamentablemente se fracturó la mano, Ayni Bolivia pagó la clínica y los medicamentos. Les mando la foto y les digo mientras ustedes pelean no se dan cuenta que la misión del Comercio Justo es sacar de la pobreza a la gente. Los puedes volver muy académica o muy práctica. Hay que ver la motivación de la gente.

AJ: En estos años cómo cree usted que evolucione el comercio justo si hay un verdadero impulso?

VR: Si lo logra, logra. Habrá que ver de aquí a diez años en qué estado está. Si son suficientemente vivos si se pegan a la WFTO que va a gastar recurso en enseñarles y se van con un norte, estrategia, lineamiento bien marcados. Si quieren abarcar toda Bolivia se volverá un kambalache. Va a subir, va a bajar, va a subir no va a poder. Hay las gregorias que quieren entrar en masa, pero les digo que no se pueden porque toda la cadena debe estar certificada. Tiene una visión del Comercio Justo de que éste les va a caer la plata desde el cielo.

AJ: Cuál es la visión que se tiene que tener del Comercio Justo?

VR: Podrías usarlo como lo está manejando el mundo del norte paralelo al comercio convencional, pero se hace todos los esfuerzos para ganarle espacio. No puede sustituirlo, es imposible. Armarte para lograrlo y para armarte necesitas mucho conocimiento y que entienda la gente que tiene que meterse. Yo siendo psicóloga aprendí de economía. Si quieres una estrategia de mercado solidario, debería empezar por colegios. En Estados Unidos para hacer esto, hacen ferias de Comercio Justo impulsadas por los padres. Hay colegios que si hacen ferias de Comercio Justo ganan algo a cambio como una biblioteca. El gobierno puede crear algún incentivo. Si lo logran poco a poco, el comercio justo solito va a aparecer. Es un tema de educación, si lo logras lo logras. Yo vendo mucho a papás de colegios de todo el mundo que me piden cajitas de 500 dólares. Son estrategias no tan enfocadas en el artesano, son estrategia de forma general promocionar el Comercio Justo que es tanto más importante que usted está pagando más al artesano. Te metiste en una cosa muy compleja de poder se puede y se ha comprobado. Nosotros somos 230 familias y me cuesta si existiere 80 Vanias se haría. Los emprendedores salen de abajo. Todo está enfocado en el artesano y los que quieren invertir en el Comercio Justo no tienen nada. Ha habido emprendimientos de Comercio Justo de extranjeros que han tenido que cerrar porque no ha habido apoyo. Todo se puede, todo es posible mientras se tenga la voluntad de hacerlo.

2. ENCUESTA DE PERCEPCIÓN

ENCUESTA DE PERPCEPCIÓN

DATOS PERSONALES

Edad: Sexo: Zona/Barrio:

Grado de instrucción: Profesión:

CUESTIONARIO

1. Usted conoce el Comercio Justo?

SI NO

2. Usted lo conoce con otro nombre?

SI Indique el nombre.....
NO

3. Usted conoce alguna organización de Comercio Justo?

SI Indique el nombre.....
NO

4. Usted considera que reporta algún beneficio hacer Comercio Justo?

SI NO

5. Usted conoce si existen reglas para realizar Comercio Justo?

Si NO

6. Usted sabe si existe el apoyo necesario del gobierno hacia el Comercio Justo?

SI NO

7. Qué grupos económicos deben participar del Comercio Justo?

- a) Pequeños productores b) Medianos Productores

8. Qué tipos de productos se deben comercializar en el Comercio Justo?

- a) Tejidos b) Textiles c) Joyas d) Alimentos e) Cuero
f) Artesanías g) Otros Indique.....

9. Usted sabía que el gobierno ha establecido relaciones comerciales en base Comercio Justo con Venezuela y Cuba?

SI NO

10. Usted considera pertinente contar con una norma jurídica que regule el Comercio Justo?

SI NO

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN

PREGUNTA	Opción 1	Opción 2
1. Usted conoce el Comercio Justo?	SI=76	NO=124
2. Usted lo conoce con otro nombre?	SI=31	NO=169
3. Usted conoce alguna organización de Comercio Justo?	SI=44	NO=156
4. Usted considera que reporta algún beneficio hacer Comercio Justo?	SI=127	NO=73
5. Usted conoce si existe reglas para realizar Comercio Justo?	SI=116	NO=84
6. Usted sabe si existe el apoyo necesario del gobierno hacia el Comercio Justo?	SI=92	NO=108
7. Qué grupos económicos deben participar del Comercio Justo?	Pequeños Productores=111	Medianos Productores=89
8. Qué tipos de productos se deben comercializar en el Comercio Justo?	a) Tejidos=40 b) Textiles=56 c) Joyas=39 d) Alimentos=86 e) Cueros=53 f) Artesanías=75 g) Otros=5	
9. Usted sabía que el gobierno ha establecido relaciones comerciales en base Comercio Justo con Venezuela y Cuba?	SI=117	NO=83
10. Usted considera pertinente contar con una norma jurídica que regule el Comercio Justo?	SI=151	NO=49

Cuadro de elaboración propia

3. ALGUNAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO

	<p>Fair Trade Labeling Organizations International (FLO)</p> <p>http://www.fairtrade.net/</p>
	<p>World Fair Trade Organization (WFTO)</p> <p>http://www.wfto.com</p>
	<p>Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ- España)</p> <p>http://www.comerciojusto.org</p>
	<p>Internartional Fair Trade Organization</p> <p>http://www.ifat.org</p>
 <p>Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria</p>	<p>Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria</p> <p>http://www.relacc.org</p>

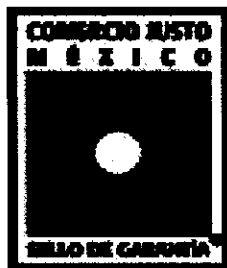


Red Intercontinental de promoción de Economía Social y Solidaria (RIPESS)
<http://www.ripest.net>



**Coordinadora Mexicana de
Pequeños Productores de
COMERCIO JUSTO**

Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo
<http://www.coordinadoramexicana.org>



Comercio Justo México (CJM)
<http://www.comerciojusto.com.mx>



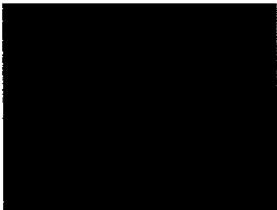



Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário (FACES) <http://www.facesdobrasil.org.br>



Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESP)
<http://www.gresp.org.pe>

	<p>Comercio Justo Uruguay</p> <p>http://www.comerciojustouruguay.com</p>
	<p>Comercio Justo Chile</p> <p>http://www.comerciojusto.cl</p>
	<p>Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo (ASARBOLSEM)</p> <p>http://www.senpor-de-mayo.org</p>
	<p>Ayni Bolivia</p> <p>http://www.aynibolivia.com/fairtrade</p>
	<p>Comunidad de Artesanos para Todos (COMART TUKUPAJ)</p> <p>http://www.comart-tukupaj.com</p>
	<p>Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas (CIOEC)</p> <p>http://www.cioecbolivia.org</p>

	<p>Movimiento de Economía Solidaria</p> <p>http://www.economiasolidaria.org</p>
	<p>Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo Bolivia</p> <p>http://www.economiasolidaria.org/bolivia</p>
	<p>EFTA: European Fair Trade Association (Asociación Europea de Comercio Justo)</p> <p>http://www.eurosur.org/EFTA/descrip.htm</p>
	<p>NEWS: Network of European World Shops (Red de Tiendas Mundiales Europeas)</p> <p>http://www.crossing-borders-fair-trade.com/network-of-european-worldshops.html</p>

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

CHUQUISACA

AAAGSA	Asociación Agropecuaria Apícola y Ganadera de Sapirangué	52
ADIC	Asociación de Desarrollo Integral Campesino	52
AFRUNAZ	Asociación de Productores	52
AFRUSAN	Asociación de Fruticultores San Lucas	52
AFSAL	Asociación de Fruticultores San Lorenzo	52
AGAPAL	Asociación de Ganaderos de El Palmar	52
AGROCENTRAL	Central de Cooperativas Agropecuarias	53
AGROSAL	Asociación de Ganaderos San Lucas	53
AIFER	Asociación de Fruticultores Entre Ríos	53
AIPROPLAMM	Asociación Integral de Productores de Plantas del Municipio de Mojocoya	53
AMAFSA	Asociación de Mujeres Artesanas Frutícolas y Apícolas	53
AMAPAP	Asociación de Mujeres Artesanas Agrícolas Pecuarías de Barranca	53
AMPA	Asociación de Mujeres de Aves de Corral	54
AMPROCOM	Asociación de Mujeres Productoras Comercializadora de Maíz Monteagudo	54
AMPROM	Cámaras AMPROM	54
AMPT-MK	Asociación Mixta de Productores de Trigo Mama Killa	54
AMUASA	Asociación de Mujeres Apicultoras San Lucas	54
APAICU	Asociación de Productores Agropecuarios Integral de Culpina	54
APAM-V	Asociación de Productores de Aji Maní - El Villa	55
APAMZ	Asociación de Productores Agropecuarios del Municipio de Zudañez	55
APAP-CH	Asociación de Productores Agropecuarios de Pututaka	55
APAS-J	Asociación de Productores Agropecuarios San Julian	55
APAVZ	Asociación de Productores Agropecuarios del Valle de Zudañez	55
APC-CH	Asociación Palqui Cintis	55
APCCT	Asociación de Productores y Comercializadores de Camélidos de Torochaca	56
APEMAK	Asociación de Productores Ecológicos Mama Killa	56
APHOS	Asociación de Productores de Hortalizas Orgánicas Sopachuy	56
APLESA	Asociación de Productores de Leche	56
APPAC	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios de Cinti	56
APPAS	Asociación de Pequeños Productores de Sapirankimiri	56
APQCHP	Asociación Productores de Queso de Cabra Huayco Pujro	57
APQCU	Asociación de Productores de Queso Cabra Uturungo	57
APQCVF	Asociación Productores de Queso de Cabra Villa Flores	57
APRACH	Asociación de Productores Apícolas Charpaxi	57
APRAHU	Asociación de Productores Apícolas Huaycopujyo	57
APRALAC	Asociación de Productores Agropecuarios La Campina	57
APRAN	Asociación de Productores Apícolas Nazareth	58
APRASAF	Asociación de Productores Apícolas San Francisco	58
APRASAL	Asociación de Productores Apícolas San Luis	58
APRAUS-C	Asociación de Productores Agropecuarios de Uturungo y Santa Rosa del Mal Paso de Camargo	58
APRAVIV	Asociación de Productores Apícolas Viña Vieja	58
APRAYUC	Asociación de Productores Apícolas Yurac Caballo	58
APROA - Villa Serrano	Asociación Productores Agropecuarios Villa Serrano	59

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APROCAT.....	Asociación de Productores de Camélidos de Tarachaca.....	59
APROCAJ.....	Asociación de Productores Campesinos Yamparas.....	59
APROCMJ.....	Asociación de Productores de Cuenca Milanes.....	59
APRODUCH.....	Asociación de Productores de Durazno Chavarria.....	59
APRODUL.....	Asociación de Productores de Durazno Lintaca.....	59
APROFRUS.....	Asociación de Productores Frutícola Sagrado Corazón.....	60
APROHAC.....	Asociación de Productores de Haba Culpina.....	60
APROLAMM.....	Asociación de Productores Laguneros del Municipio de Mojocoya.....	60
APROMAJI-SAUCE.....	Asociación de Pequeños Productores de Mani y Aji Canton Sauce.....	60
APROPEP.....	Asociación de Productores Pecuáricos de Padilla.....	60
APROSAM.....	Asociación de Productores de Semilla Artesanal Maonteaguro.....	60
APROSELC.....	Asociación de Productores de Semilla Luis Calvo.....	61
APROSENA.....	Asociación de Productores de Semilla de Nahunaca.....	61
APROSEPAS.....	Asociación de Productores Semilleristas de Papa.....	61
APROZAMS.....	Asociación de Productores de Zanahoria de Monte Sandoval.....	61
APT-CH.....	Asociación de Productores de Trigo de Chuquisaca.....	61
ARVE.....	Asociación de Regantes del Valle Escana.....	61
AR-Z.....	Asociación de Regantes el Zapallar.....	62
ASAFOP.....	Asociación Agropecuaria y Forestal de Punilla.....	62
ASIPROP.....	Asociación Integral de Productores de Pulquina.....	62
ASMAGOR.....	Asociación Mixta de Agricultores Orgánicos.....	62
ASOFRAM.....	Asociación de Fruticultores y Apicultores Monteaguro.....	62
ASOGAN-F.....	Asociación de Ganaderos Canton Fernández.....	62
ASOMAJ-S.....	Asociación de Pequeños Productores de Mani y Aji Canton Sauce.....	63
ASOPROIN.....	Asociación de Productores Integral.....	63
ASOVITA.....	Asociación Campesina de Alcalá - Sopachuy - El Villar - Tarvita.....	63
ASPRACH.....	Asociación de Productores Apícolas Comunidad Asprach.....	63
ATA.....	Asociación de Tejedoras Antiguas.....	63
ATHIPA.....	Organización de Productores Agropecuarios Athipa.....	63
ATQC.....	Asociación de Terneros Quebradas de Cañas.....	64
CAAPDPLC.....	Central de Asociaciones Agropecuarias para el Desarrollo Productivo Luis Calvo.....	64
CASI-V.....	Cooperativa San Isidro Vallecito.....	64
CASJO-P.....	Cooperativa Agropecuaria Integral San José Obrero-Padilla.....	64
CASJO-S.....	Cooperativa Agropecuaria San José Obrero - Serrano.....	64
CASJO-SO.....	Cooperativa San José Obrero Sopachuy.....	64
CASJO-T.....	Cooperativa San José Obrero Ltda.....	65
CASJO-V.....	Cooperativa Agropecuaria San José Obrero - El Villar.....	65
CASM-T.....	Cooperativa Agropecuaria San Marco - Tomina.....	65
COOP. PAMPA HUASI.....	Cooperativa Pampa Huasi Ltda.....	65
COOP.SAN ISIDRO.....	Coop. Agropecuaria San Isidro Redención Pampa Ltda.....	65
CPAY.....	Comité de Productores Agropecuarios de Yuquina.....	65
CPMA-MQ.....	Centro de Promoción de la Mujer Arte Mosoj Qhoya.....	66
EL PALMAR-CH.....	Asociación de Productores Apícolas Comunidad El Palmar.....	66
INCAPALLAY.....	Asociación de Arte Indígena Inca Pallay.....	66
INTI PALLAY.....	Tejidos Artesanales Inti Pallay.....	66
JATUN CRUZ.....	Cooperativa Jatun Cruz.....	66
MUPUPAY.....	Musuj Paquypaj Ujchaska Payacota.....	66
MUSUJ TARPUI.....	Asociación de Productores de Habas San Lucas.....	67

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

NARANJITOS	Asociación de Productores Apícolas Cunidad Naranjitos	67
OML	Organización de Mujeres de Lopaza	67
OM-RP	Organización de Mujeres de Redención Pampa	67
OPRAYA	Organización Productores Agrupercuarios Yacambe	67
PQCCH	Productores de Queso de Cabra Churquipampa	67
VERDE ABRAS	Asociación de Productores Apícolas Comunidad Verde Abras	68

LA PAZ

AAPSS	Asociación de Agro Productores Sipe Sipe	76
ABT	Aprovechadores de Balsamo de Tolú	76
ACCM	Asociación Comunal Coromata Media	76
ACETCAS	Asociación Comunitaria e Ecoturismo las Cascadas	76
ADAQ	Asociación de Artesanos Qantati	76
ADEPCOCA	Asociación Departamental de Productores de Coca (Yungas de La Paz)	76
ADEPOM	Asociación de Productores Orgánicos Multidisciplinarios	77
AECAR	Asociación Ecológica de Caficultores del Rosario	77
AFEVAL	Asociación Fruticultores Ecológicos Valle Luribay	77
AFLHOPA	Asociación de Carpas Solares en Flores y Hortalizas Jawir Imilla	77
AFRUSAP	Asociación de Fruticultores de Sapahaqui	77
ÁGROCHOC	Asociación de Chocolates Caranavi	77
ÁIGACAA	Asociación Integral de Ganaderos en Camélidos de Los Andes Altos	78
AIMA	Asociación Integral de Manejadores de Alpaca	78
AIPAC-AB	Asociación Integral de Productores Agropecuarios La Cascada Alto Beni	78
APEAVE	Asociación Integral de Productores Ecológicos de Villa Exaltación	78
ÁIPETEC	Asociación Integral de Productores Ecológicos de Te de Caranavi	78
AIPMA	Asociación Integral de Productores Mujeres Andinas	78
AIPRAC	Asociación Integral de Productores Ecológicos Central Caranavi	79
AIQ	Asociación Integral - Villa San Antonio de Qotapiquiña	79
AISI	Asociación Integral Sayaleros de Irimo	79
AKJERANA	Módulo Lechero Akjerana	79
ALMA DE LOS ANDES	Alma de Los Andes	79
ALPAQUITA ANDINA	Asociación Alpauquita Andina	79
AMALIC	Asociación de Mujeres Aymaras Lecheros de Irpa Chico	80
AMAS	Asociación Multiactiva Agua Sagrada	80
AMPET	Asociación Multiactiva de Productores Ecológicos Tunquini	80
AMPLAC-BIOLAC	Asociación de Mujeres Productoras de Lacteos Biológicos	80
AMPRO - ARACA	Asociación Multidisciplinaria de Productores de Araca	80
AMPROLET	Asociación Mixta de Productores de Desarrollo Agropecuario	80
ANIC	Asociación Nueva Integración Caluyo	81
AOPEB	Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia	81
APAEC	Asociación de Productores Agropecuarios Ecológicos de Caranavi	81
APAE-MISKIS	Asociación de Productores Agropecuarios Ecológicos Miskis	81
APAESCA	Asociación de Productores de Stevia	81
APAOLT	Asociación de Productores de Arroz Orgánico Larecaja Tropical	81
APC	Asociación de Productores de Camélidos Waldo Ballivian	81
APCA LA PAZ	Asociaciones de Productores de Camelidos La Paz	82
APCAA	Asociación Piscícola Centro Cololo Altarani	82
APCA-APOLO	Asociación Productores de Café Apolo	82

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APCEL	Asociación de Productores de Café Ecológico Loa	82
APCEREL	Asociación de Productores de Café Ecológico Regional Larecaja	82
APCSE	Asociación Porcinocultura Sud Este	82
APEPA	Asociación de Productores Ecológicos Primero Aroma	83
APIAN AIMPRO	Asociación Provincial de Productores Altiplano	83
APL	Asociación de Productores de Leche Ayo Ayo	83
APLEGI	Asociación de Productores Lecheros de Guaqui Ingavi	83
APLEPI	Asociación de Productores de Leche Provincia Ingavi	83
APLEPLAN	Asociación de Productores de Leche Provincia Los Andes	83
APLEPO	Asociación de Productores de Leche Provincia Omasuyos	84
APLERC	Asociación de Productores de Leche Regional Caranavi	84
APLEZOP	Asociación de Productores Lecheros de Zona Pucarani	84
APLUMA	Asociación de Productores Ecológicos Urucú - Madidi - Apolo	84
APRADE	Asociación de Productores de Racacha y Derivados	84
APROBANOSI	Asociación Productores de Banano Orgánico	85
APROCE	Asociación Productores Cebolleros	85
APROLAB	Módulo Lechero	85
APROLAC	Asociación de Productores Lácteos de Viacha	85
APROLEZCA	Asociación de Productores Lecheros de zona Catavi	85
APROLEZLA	Asociación de Productores Lecheros de Zona Laja	85
APROLIV	Asociación de Productores de Leche Industrial Viacha	85
APROWISA	Asociación Productores Wiñay Sapi	86
APSHACH	Asociación de Productores de Semilla de Haba de Chañi	86
ARASAYA	Módulo Lechero Arasaya	86
ASAPEC	Asociación de Apicultores Ecológicos de Caranavi	86
ASAPI-COROICO	Asociación de Apicultores de Corico	86
ASARBOLSEM	Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo	86
ASEPROMAPRIA	Asociación de Semilleristas Procesadores de Materias Primas y Agropecuarias del Altiplano	87
ASINFRUCA	Asociación Integral de Fruticultores de Caracato	87
ASITRAFRUT	Asociación Integral de Transformación de Frutas 5 Estrellas	87
ASOAGRO	Asociación Agropecuaria	87
ASOAVI	Asociación Avícola Departamental de La Paz	87
ASOCAFE	Asociación de Caficultores (Taypiplaya - Caranavi)	87
ASOCOM	Asociación Comunitaria Cantera Comanche	88
ASOLAMA	Asociación de Lácteos Mujeres Andinas	88
ASPAK	Asociación de Productores Agropecuarios Kacapi	88
ASPRAQ	Asociación de Productores Agropecuarios Quillihuyo	88
ASPROCU	Asociación de Productores de Cutu Cutu	88
ASPROFHY	Asociación de Productores Flor de Huaycha	88
ASPROLPA	Asociación de Productores de Leche de la Provincia Aroma	89
ASPROMACH	Asociación de Productores Multidisciplinario Aroma Chiarumani	89
ASPROMAKI	Asociación de Productores Machaqantati Inti	89
ASPRORIT	Asociación de Productores Originarios de Tarwi	89
ASPROWI	Asociación de Productores de Wilajaya	89
AYNI	Asociación Artesanal AYNI	89
AYNI COLLAGUA	Cooperativa Ayni Collagua	90
CAH	Centro Artesanal Huariphujo	90
CELCAV LTDA.	Central Local de Cooperativas Agropecuarias de Viacha	90

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

CELCCAR.....	Central Local de Cooperativas Agropecuarias de Caranavi Ltda.....	90
CENCOOP.....	Central de Cooperativas.....	90
CHAHUIRA PAMPA.....	Módulo Lechero Chahuirá Pampa.....	90
CHIJIPIÑA CHICO.....	Módulo Lechero Chijipina Chico.....	91
CIAAB.....	Central Integral Agropecuario de Alto Beni.....	91
CIANA.....	Cooperativa Integral Nueva Alianza.....	91
CIAPEC.....	Cooperativa Integral de Productores Ecológicos.....	91
COAINE.....	Cooperativa Agropecuaria Integral Nor Este.....	91
CODECO.....	Consejo de Desarrollo de Comanche.....	91
COM. HUANCARANI.....	Comunidad Huancarani.....	92
COMART TUKUYPAJ.....	Comunidad de Productores de Artesanía Para Todos.....	92
COMCA.....	Centro de Organización de Mujeres de Cultura Artesanal.....	92
COMPES.....	Cooperativa Multiactiva Productores Ecológicos y Servicios.....	92
COOP. 18 DE MAYO.....	Cooperativa Agrícola 18 de Mayo.....	92
COOP. ALTO ISRAEL.....	Cooperativa Alto Israel.....	92
COOP. ALTO SAJAMA.....	Cooperativa Alto Sajama.....	93
COOP. ANTOFAGASTA.....	Cooperativa Antofagasta.....	93
COOP. CORPUS CRISTY.....	Cooperativa Agrícola de Comercialización Corpus Cristy.....	93
COOP. EL PROGRESO.....	Cooperativa Agrícola Integral El Progreso Ltda.....	93
COOP. EL SALVADOR.....	Cooperativa Agropecuaria de Comercialización "El Salvador" Ltda.....	93
COOP. GRAL. PEREZ.....	Cooperativa Agropecuaria Gral. Perez Ltda.....	93
COOP. JOSE BALLIVIAN.....	Cooperativa José Ballivian.....	94
COOP. SAN SALVADOR.....	Cooperativa Agropecuaria San Salvador Ltda.....	94
COOP. SANTA TRINIDAD.....	Cooperativa Santa Trinidad Ltda.....	94
COOP. UYUNENSE.....	Cooperativa Uyunense.....	94
COOP. VILLA CARMEN.....	Cooperativa "Villa Carmen".....	94
COOP. VILLA ORIENTE.....	Cooperativa Villa Oriente.....	94
COOP. LA COLMENA.....	Cooperativa Agropecuaria Integral "La Colmena" Ltda.....	95
COOP. LA ESPERANZA.....	Cooperativa Agropecuaria "La Esperanza".....	95
CORACA CARRASCO.....	Corporación Agropecuaria Campesina Carrasco La Reserva.....	95
CORACA CHULUMANI.....	Corporación Agropecuaria Campesina Regional Chulumani.....	95
CORACA RI.....	Corporación Agropecuaria Campesina Regional Irupana.....	95
EL CEIBO.....	Central de Cooperativa El Ceibo Ltda.....	95
EL PALMAR.....	Asociación de Productores de Majo El Palmar.....	96
FECAFEB.....	Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia.....	96
FEDELPAZ.....	Federación Departamental de Productores de Leche de La Paz.....	96
FLOR DE HABA.....	Asociación de Productores Flor de Haba.....	96
GREGORIAS.....	Asociación Artesanal Gregorias.....	96
GRUPO FELIX.....	Organización de Artesanos Grupo Felix.....	96
HUARI.....	Asociación Integral Huari.....	97
JAHUIRLACA.....	Módulo Lechero Jahuiraca.....	97
KATANTICA.....	Ecopiscicultura Katantica.....	97
LEFORPEAVIC.....	Asociación de Productores Leforpeavic.....	97
MOD. CHAHUIRA PAMPA.....	Módulo Lechero Chahuirá Pampa.....	97
MOD. CHIJIPIÑA GRANDE.....	Módulo Lechero Chijipina Grande.....	97
MOD. PIRCUTA.....	Módulo Pircuta.....	98
MOD. TAHARI.....	Módulo Lechero Tahari.....	98
OECA's PROV. CAMACHO.....	Asociación de OECA's de la Provincia Camacho.....	98
OMDSI.....	Organización de Mujeres Distrito San Isidro.....	98

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

ORLIPA.....	Organización de Líderes Productores Agropecuarios.....	98
ORPROMA.....	Organización de Productores de Machak Achu.....	98
PACHAMAMA.....	Asociación Pachamama.....	99
Q APACHI K AMPARA.....	Asociación Artesanal Qapachik Ampaña.....	99
QHANTAWI.....	Organización Qhantawi.....	99
QUENAQUETARA.....	Módulo Quenaquetara Belen.....	99
SAN JUAN DE TURRINI.....	Asociación de Productores de Fibra de Alpaca.....	99
SARTAHUI.....	Artesanías Sartahui.....	99
SARTAÑANI.....	Grupo Sartañani.....	100
SARTASIPXAÑANI.....	Grupo Sartasipxañani.....	100
SAWURIS.....	Centro Artesanal Sawuris.....	100
SUMAJ MARCA.....	Centro Artesanal Sumaj Marca.....	100
SUMAJ WIÑAY.....	Centro Artesanal Sumaj Wiñay.....	100
TAHARI.....	Módulo Lechero Tahari.....	100
TAKAMARA.....	Módulo Lechero Takamara.....	101
TICAMURI CENTRO.....	Centro Artesanal Ticamuri.....	101
TIPAMPA.....	Módulo Lechero Tipampa.....	101
UCAB.....	Unión de Ceramistas Aymaras y Quechuas de Bolivia.....	101
UMA.....	Unión de Mujeres Andinas.....	101
UMAPUSA.....	Módulo Umapusa.....	101
UNAPA.....	Unión de Asociaciones Productores del Altiplano.....	102
UNCASUCA.....	Cooperativa "Uncasuca".....	102
UNION PROAGRO.....	Unión de Productores Agropecuarios.....	102
WIPALA WALATA.....	Asociación de Artesanos Wiphala de Walata.....	102
AMUCRIT.....	Asociación Multiactiva de Crianza de Trucha.....	102
CANEY.....	Centro Artesanal Nueva Esperanza Yurajuno.....	102
GA-CH.....	Grupo Artesanal Corrigiendo Huellas.....	103
GA-MPB.....	Grupo Artesanal Mar para Bolivia.....	103
GA-MQ.....	Grupo Artesanal Machak Qhantati.....	103
GA-PR.....	Grupo Artesanal Puya Raimundi.....	103
GA-WS.....	Grupo Artesanal Wiñay Sartawi.....	103
YANAPAXIPXAÑANI.....	Centro Artesanal Yanapasipxañani.....	103
YATIÑASA.....	Centro Artesanal Yatiñasa.....	104

COCHABAMBA

1ro DE MAYO.....	Módulo Lechero Primero de Mayo.....	112
ADEPCA.....	Asociación Departamental de Productores Camélidos.....	112
ALVA.....	Asociación de Lecheros del Valle Alto.....	112
AMICAB.....	Asociación Manejo Integral de Camélidos y Artesanías Bolivia.....	112
AMLECO.....	Asociación de Módulos Lecheros Cochabamba.....	112
AMUKA.....	Asociación Murmuntani Kaspicancha.....	112
APAI.....	Asociación de Productores Independencia.....	113
APAM.....	Asociación de Productos Apícolas Mizque.....	113
APANA.....	Asociación de Productores Artesanos Machicaina.....	113
APAQ-I.....	Asociación de Productores Agrícolas de Qorimayo Independencia.....	113
APAT-I.....	Asociación de Productores Apícolas Tiquirpaya - Independencia.....	113
APGMT.....	Asociación de Productores Agroecológicos Mixto Tacopaya.....	113
APHAS.....	Asociación de Productores de Haba San Kayani.....	114

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APIECOL	Asociación de Apicultura Ecológica	114
APOVAB	Asociación de Porcinocultores Valle Bajo	114
APPAM	Asociación de Productores de Papa Monte Kassa	114
APROANDINO	Asociación de Productores Andinos Originarios	114
APROLEC-Cbba	Asociación de Productores Lecheros de Colomi	114
APROTAC	Asociación de Productores de Tubérculos Andinos Candelaria	115
APROTULEC	Asociación Productores de Tubérculos y Leguminosas de Chomoco	115
APTBA	Asociación de Productores Transformación Básica de Alimentos	115
APT-CBBA	Asociación Productores de Trigo Cochabamba	115
APT-OMEREQUE	Asociación Productores de Trigo Omereque	115
APT-TOTORA	Asociación de Productores de Trigo Totora	115
ASCOFOR-CANDELARIA	Asociación de Comités Forestales Candelaria	116
ASCOFOR-CAYARANI	Asociación de Comités Forestales Cayarani	116
ASCOFOR-COLOMI	Asociación de Comités Forestales Colomi	116
ASCOFOR-ROSARIO	Asociación de Plantaciones de Pino y Eucalipto Rosario	116
ASCOFOR-TONCOLI I	Asociación Comité Forestales Primer Toncolí I	116
ASCOFOR-TONCOLI II	Asociación Comité Forestales Primer Toncolí II	116
ASCOFOR-TUMUYU	Asociación de Comités Forestales Afectado Tumuyú	117
ASEPLO	Asociación Ecológica de Productores de Locoto	117
ASO -GUINDA	Asociación de Productores de Guinda y Cereza Colomi	117
ASO-HABA	Asociación Productores de Haba Colomi	117
ASPAVAL	Asociación de Productores Agropecuarios del Valle Alto	117
ASPHAC	Asociación de Productores de Haba Chomoco	117
ASPINCO	Asociación de Pescadores Puerto Villarroel	118
ASPPAHAR	Asociación de Productores de Papa y Haba Rodeo Alto	118
CAC-T	Centro de Acopio y Comercialización Tiraque	118
CATCOPA - ARANI	Centro de Acopio Transformación y Comercialización de Productos Agrícolas Arani	118
CATCOPA TOLATA	Centro de Acopio Transformación Comercialización de Productos Agrícolas Tolata	118
CATCOPA-COMUVA	Coordinadora de Mujeres del Valle Alto	118
CATCOPA-PUNATA	Organización de Mujeres de Punata	119
CATCOPA-TIRAQUE	Organización de Mujeres Tiraque	119
CLIZA	Asociación de Mujeres de Municipio de Cliza	119
CONAPLE	Coordinadora Nacional de Pequeños Productores Lecheros de Bolivia	119
CORACA AIQUILE	Corporación Agropecuaria Campesina Regional Aiquile	119
CORACA PROTAL	Corporación Agropecuaria Campesinas Productores de Tolima Altamachi	119
KAWSAY WASI	Ecoturismo Comunitario en el Parque Nacional Carrasco	120
MAYCO RANCHO	Módulo Lechero Mayco Rancho	120
MOD. VILLA MERCEDES	Módulo Lechero 26-14 Villa Mercedes	120
MONTE SINAI	Organización de Productores y Emprendimiento Turístico Monte Sinai	120
OCMV	Organización Central de Mujeres Vacas	120
ORPABOL	Organización de Productores de Papa del Municipio de Bolívar	120
ORPACA	Organización de Productores de Camélidos	121
ORPAKA	Organización de Productores de Camélidos	121
ORPALEQ	Organización Productores de Papa	121
ORPATAJ	Organización de Productores de Papa	121
POQUERA	Módulo Lechero Poquera	121

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

QUIRO RANCHO	Módulo de Producción de Cebolla Quiros Rancho	121
RED TUSOCO	Red de Turismo Solidario Comunitario	122
SACABAMBA	Organización de Mujeres de la Central de Municipio de Sacabamba	122
SAN BENITO	Asociación de Mujeres San Benito	122
SORATA	Módulo Lechero Sorata	122
TONCOLI II	Productores de papa nativa	122
UNAPITROC	Unión de Apicultores del Trópico de Cochabamba	122
VILLA G.VILLARROEL	Organización de Mujeres de Villa Gualberto Villarroel	123
VILLA RIVERO	Organización de Mujeres Tejedoras de Villa Rivero	123
VILOMA CALA CALA	Módulo Lechero Viloma Cala Cala	123
VILOMILLA	Módulo Lechero Vilomilla	123

ORURO

A.V.E.	Arte Villa Esperanza	132
AAQ	Asociación de Artesanías Qaqachaca	132
ADDIC	Asociación Departamental de Desarrollo Integral Camélicos	132
ADEPHA-CARACOLLO	Asociación Departamental de Productores de Haba-Reg. Caracollo	132
ADEPHA-CHALLAPATA	Asociación Departamental de Productores de Haba Challapata	132
ADEPHA-MACHACAMARCA	Asociación Departamental de Productores de Haba-Reg. Machacamamarca	133
ADEPHA-OR	Asociación Departamental de Productores de Haba Oruro	133
ADEPHA-SORACACHI	Asociación Departamental de Productores de Haba-Reg. Soracachi	133
AGCSM	Asociación de Ganaderos Camélicos San Martín	133
AGCT	Asociación de Ganaderos en Camélicos Turco	133
AGPH	Asociación de Ganaderos Porcinocultores Huari	133
AIDEC-J	Asociación Integral de Desarrollo Comunitario	134
ALSAS	Asociación de Laneros Sector Altiplano Sajama	134
AMAGA	Asociación Mixta de Agricultores Ganadera Avaroa	134
AMPROA	Asociación Mixta de Productores Agropecuarios	134
AMPROCA	Asociación de Mujeres Productoras de Caracollo	134
ANAPQUI	Asociación Nacional de Productores de Quinua	134
ANARAWI	Asociación Multidisciplinaria de Productores ANARAWI	135
ANCACATO	Asociación de Productores Ancacato	135
APAC-PEÑAS	Asociación Productores Agropecuarios del Cañadon Peñas	135
APCA	Asociación de Productores de Camélicos Qaqachaca	135
APCI-JACHASAJAMA	Asociación de Productores de Camélicos e Integral	135
APCINIA	Asociación de Productores de Camélicos de Orinoca	135
APLENCA	Asociación Provincial de Productores de Leche Nor Carangas	136
APP	Asociación Productores de Papa de Uritaca	136
APPHACH	Asociación de Productores de Haba Churacani	136
APPLA	Asociación Provincial de Productores de Leche Avaroa	136
APREQC	Asociación de Productores de Quinua y Camélicos	136
APRHO	Asociación de Productores de Hortalizas	136
APROCAU	Asociación de Productores de Camélicos Ucumasi	137
APROICA	Asociación de Productores Camélicos Integral Callampata	137
APROLEC	Asociación de Productores Lecheros Cercado	137
APROQUIRC-COPROQUIRC	Asociación de Productores de Quinua Real y Camélicos	137
APROQUIRY	Asociación de Productores de Quinua de Yaretani	137
APSU	Artesanía Para Seguir Unidos	138

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

ARAO.....	Asociación Rural de Artesanos de Oruro	138
ART.CHIPAYA.....	Organización de Artesanos Chipaya	138
ARTE-TURCO.....	Artesanías Turco	138
ASAGALDE.....	Asociación Agropecuaria del Altiplano al Desarrollo	138
ASCAFH.....	Asociación de Camélidos Flor de Huacullani	138
ASPROCAH.....	Asociación de Productores de Camélidos de Huachacalla	139
ATLA.....	Asociación de Tejidos de Lana de Alpaca.....	139
CAJCHA.....	Cooperativa Agropecuaria Jesus de Chachacomani Ltda.....	139
CEPLACH.....	Centro de Productos Lácteos Challapata	139
CICHAN.....	Crianza de Chanchos en la Comunidad Pampas.....	139
CIMAT.....	Centro Integral de Mujeres Artesanas de Ticopani	139
CIPCASA.....	Centro Integral en Producción Camélida San Antonio	140
COII.....	Cooperativa Integral Irunzata	140
COOP.VILLA SAN JUAN.....	Cooperativa Villa San Juan Ltda.....	140
COPESA.....	Comunidad Productiva Ecológica Sawuña.....	140
COPROQUINACC-T.....	Comunidad de Productores de Quinoa, Camélidos y Turismo.....	140
ECOTURISMO TOMARAPI.....	Albergue Turístico Tomarapi	141
EI CHORO.....	Asociación de Productores Integral El Choro.....	141
ESQUILA DE VICUÑA.....	Asociación de Productores de Andamarca.....	141
FEDEPLO.....	Federación de Productores de Leche Oruro	141
FLORIDA.....	Asociación de Artesanos Florida	141
HUARI-OR.....	Asociación de Productos Peleteros Huari	142
KELCATA.....	Asociación Productores en Camélidos Kelcata	142
KORI SAJAMA.....	Asociación Etnoecoturismo "Kori Sajama"	142
MAYASTASISA.....	Warminakan Sartawipa.....	142
AMACHUMA.....	Módulo Lechero Amachuma Catuyo	142
CA PAJAMAYA.....	Módulo 5 Pacajamaya	143
CHALLAPATA.....	Módulo 2 Challapata	143
COSMINI.....	Módulo 15 Cosmini	143
HUANCANÉ.....	Módulo 9 Huancané.....	143
HUARANCOCO.....	Módulo 28 Huarancoco.....	143
JATITA.....	Módulo Lechero Jatita	143
KASAHUASA.....	Módulo Lechero Kasahuasa	144
PATA PATA.....	Modulo Lechero Pata Pata	144
POQUERIRI.....	Módulo Poqueriri Bajo	144
POQUERIRI A.....	Módulo 16 Poqueriri Alto	144
SACARI.....	Módulo 20 Sacari.....	144
SOCAMANI.....	Módulo Lechero Socomani	144
T JUCHUSUMA.....	Módulo 10 Tadeo Huchusuma	145
THOLA PUJRO.....	Modulo 18 Thola Pujro.....	145
VENTILLA.....	Módulo 17 Ventilla Chibuyo.....	145
VINTO.....	Módulo Lechero Vinto.....	145
ACALLAPU.....	Módulo Acallapu	145
ANCAZOCA.....	Módulo Ancazoza	145
CANLLAPATA.....	Módulo Canllapata - APROLEC	146
CATARIRI.....	Módulo Catariri	146
CAYACHATA.....	Modulo 30 Cayachata Norte.....	146
HUAÑACAGUA.....	Módulo 25 Huañacagua.....	146
JUCHUSUMA.....	Módulo 26 Juchusuma Andamarca	146

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

PEQUEREQUE	Módulo Pequereque	146
PIQUISIRCA	Módulo 12 Piquisirca -Pucara	147
PLAYA VERDE	Módulo 14 Playa Verde	147
QUERAZENA	Modulo Querezana Cagualli	147
QUERAZANA	Módulo Querezana Ancamarca	147
SACKA QUILLACAS	Módulo 7 Sacka Quillacas	147
VILLA BLANCA	Módulo 18 Villa Blanca	147
OCHB	Organización Charque Bolivia	148
PICOTANI	PICOTANI "8 de Septiembre"	148
PROLECA	Productores de Leche y Carne del Altiplano	148
PROLETS	Productores Lecheros de Soracachi	148
PROYECTO 21	Cooperativa Agropecuaria "Proyecto 21"	148
REGANTES TURISMO	Regantes Turismo Sistema N° 2 Tacagua	148
RIO LAUCA	Empresa Comunitaria Ecoturística Rio Lauca	149
SAN ANTONIO	Asociación de Camélidos y Derivados Carnicos "San Antonio"	149
SAN FELIPE	Organización de Artesanos San Felipe	149
SUMA QARWA	Asociación Suma Qarwa (Buena llama)	149
TOLEDO	Asociación de productores Integrales de Toledo	149
TURISMO ALCAYA	Organización Comunitaria Alcaya	149
VILLA ESPERANZA	Asociación de Artesanos Villa Esperanza	150
WALIPINI	Centro Walipini (Siempre bien)	150
AVHVG	Asociación Vacunos Huari "Virgen de Guadalupe"	150
OÇGOT	Organización de Crianza de Ganado Ovino	150
PQCH	Productores de Quinoa Chipaya	150

POTOSÍ

12 DE OCTUBRE	Asociación de Mujeres Productoras de Hortalizas de Puna	158
CHAGUA	Agrupación de Cerámica Chagua	158
A.P.C.	Asociación de Productores Caprinos Salo Torre	158
AACPADAR	Asociación de Asociaciones Comunitarias, Productivas para el Autodesarrollo Agropecuario Rural	158
ACOAPA NCH	Asociación Central de Organizaciones Agrícolas Pecuarias Artesanales Nor Chichas	158
ADEHOR	Asociación de Horticultores del Cantón Vilacaya	158
AFC	Asociación de Fruticultores Comaca	159
AFSEL	Asociación de Fruticultores de Serranías de Lique	159
AGACUAD	Asociación de Ganaderos Cuartos en Desarrollo	159
AGPASALO	Asociación de Ganaderos Productores de Haba	159
AIPAI	Organización de Mujeres	159
AIPAI - NCH	Asociación Integral de Productores Arco Iris Nor Chichas	159
AMEPA	Asociación de Mujeres Emprendedoras Productoras A.	160
AMPLSD	Asociación de Mujeres Productoras de Linaza San Dacio	160
AMUPAAC	Asociación Multiactiva de Productores Agropecuarios de Agua de Castilla	160
OAPAC-CHACA	Asociación de Productores de Vid	160
APACP	Asociación de Productores Agropecuarios Cruz Pampa	160
APADESIRA	Asociación de Productores Agropecuarios del Sistema de Riego Ari Palca	160

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APAGM.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Mochara.....	161
APAMHA.....	Asociación de Productores de Ajo, Maíz y Haba.....	161
APASMK.....	Asociación de Productores de Ajo San Miguel de Katati.....	161
APASUR.....	Asociación de Productores Agropecuariso de Surmajchi.....	161
APAT.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Tucullapi.....	161
APAVIVECK.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Villa Verde Ckochas.....	161
APAY.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Yawisla.....	162
APDM.....	Asociación de Productores de Durazno Manzanal.....	162
APDSMP.....	Asociación de Productores de Durazno Señor de los Milagros Yapani.....	162
APHAA.....	Asociación de Productores de Haba Almona.....	162
APHAMA.....	Asociación de Productores de Haba Mamahota.....	162
APQUINQUI.....	Asociación de Productores de Quinua Norte Quijarro.....	162
APROACAV.....	Asociación de Productores Agropecuarios Candelaria de Viluyo.....	163
APROACH.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Chaqui.....	163
APROACO.....	Asociación de Productores Agropecuarios Cotagaitilla.....	163
APROA-Q.....	Asociación de Productores Originarios Quijarro.....	163
APROAV.....	Asociación de Productores Agropecuarios Vicchoca.....	163
APROCAAK.....	Asociación de Productores Caprino el Kenko.....	163
APROCAMO.....	Asociación de Productores de Calavi - Mora.....	164
APROCAT-APROHMA.....	Asociación de Productores de Qawi Torku - Asociación de Productores de Hiervas de Mate.....	164
APROFRUT.....	Asociación Productores de Frutas Turuchipa.....	164
APROJAYO.....	Asociación de Productores de Jaimillo y Ocuri.....	164
APROMICAL.....	Asociación de Productores de Miel Calena.....	164
APROQUIGAN.....	Asociación de Productores de Quinua y Ganadería.....	164
APROSEHA.....	Asociación de Productores de Semilla de Haba Cala Cala.....	165
APROSEPA.....	Asociación de Productores de Semilla de Papa de la Provincia Modesto Omiste.....	165
APVIHP.....	Asociación de Productores de Vid Huerta Punku Calazaya.....	165
ARCCA.....	Asociación Regional de Criadores de Camélidos.....	165
ARISSET.....	Asociación de Riegos y Servicios Tomoyo.....	165
ARSASS.....	Asociación de Riegos y Servicios Agropecuarios Sorocoto y Soroscopo.....	165
ASAGROP.....	Asociación Agropecuaria de Potulos.....	166
ASEPA.....	Asociación Semillera de Papa.....	166
ASFRUCA.....	Asociación de Fruticultores de Corahuari.....	166
ASOACH.....	Asociación de Agricultores de Chacobuco.....	166
ASOFRUDIVI.....	Asociación de Fruticultores Distrito de Vitichi.....	166
ASOFRU-HUATINA.....	Asociación de Fruticultores Huatina.....	166
ASOFRUJU.....	Asociación de Fruticultores Jatun Uno.....	167
ASOFRUÑO.....	Asociación Productores Fruticultores Nogueza.....	167
ASOHABA.....	Asociación Productores de Haba.....	167
ASOPROA.....	Asociación de Productores de Ajo.....	167
ASPATI.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Totoral.....	167
ASPEBA.....	Asociación de Productores de Esmeralda Baja.....	167
ASPROAM-FD.....	Asociación Productores Amprompa - Frutas Durazno.....	168
ASPROCEQ.....	Asociación de Productores de Cebolla Quivi Quivi.....	168
ASPROVICH.....	Asociación de Vid Chui Chui.....	168
AZCCA-COROMA.....	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Coroma.....	168
AZCCA-DANIEL CAMPOS.....	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Daniel Campos.....	168

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

AZCCA-MUSAP	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos - Musap	168
AZCCA-POZO CABADO	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Pozo Cabado	169
AZCCA-QUETENA	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Quetena	169
AZCCA-RELAVE	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Relave	169
AZCCA-TOMAVE	Asociación Zonal de Criadores de Camélidos Tomave	169
CECAOT	Central de Cooperativas Agropecuarias Operación Tierra Ltda	169
CHACRA RUNAS	Asociación de Ajo Chacra Runas	170
CHAGUA	Agrupación de Ceramistas Chagua	170
CHASK AS PALOMAS	Awaj Warmis	170
COOP. ALTO DE LA ALIANZA	Cooperativa Agropecuaria Alto de la Alianza	170
COOP. CHORRILLOS	Cooperativa Agropecuaria Chorrillos	170
COOP. EL PROGRESO Ltda.	Cooperativa Agropecuaria El Progreso Ltda.	170
COOP. ESTRELLA DEL SUR	Cooperativa Estrella del Sur	170
COOP. GRANO DE ORO	Cooperativa Agropecuaria Grano de Oro Ltda.	171
COOP. HUARA HUARA	Cooperativa Agropecuaria Huara Huara	171
COOP. LOS ANDES LTDA.	Cooperativa Los Andes Ltda.	171
COOP. LOS LIPEZ	Cooperativa Agropecuaria Los Lipez	171
COOP. QUINUA REAL	Cooperativa Quinua Real Ltda.	171
COOP. SAN ISIDRO	Cooperativa Agropecuaria San Isidro Ltda.	171
COOP. SOL NACIENTE	Cooperativa Agropecuaria Sol Naciente	172
COOP. SUMAJ JALLPA	Cooperativa Agropecuaria Sumaj Jallpa	172
COOP. UNION	Cooperativa Agropecuaria Unión Poderosa	172
COOP. UNION PORVENIR	Cooperativa Agropecuaria Unión Povenir	172
COOP. EL CONDOR	Cooperativa Agrícola El Condor Ltda.	172
COOP. PAMPA GRANDE	Cooperativa Agropecuaria Pampa Grande Ltda.	172
CP-SB	Comunidad de Producción Sochina Bajo)	173
EL FUTURO	Asociación Productores de Ajo el Futuro de Checona	173
EL MOLINO	Asociación de Productores "El Molino"	173
EL PORVENIR	Asociación de Productores de Ajo Chuquiago	173
KALIMALI	Asociación Productores de Haba Kalimali	173
NUESTRAS RAICES	Asociación Nuestras Raices	173
OPREA	Organización Productores Esmeralda Alta	174
SABAJCHA	Asociación de Productores Agropecuarios de San Antonio	174
	Bajo de Chapicollo	174
SOPPROQUI	Sociedad Provincial de Productores de Quinua	174
SRR	Productores de Cebolla San Roquito	174
SUMAJ SARA	Asociación de Productores Sumaj Sara	174
TEXNORPO	Textiles Norte Potosí	174
UPAM	Unión de Productores Agropecuarios de Mojona	175
UPAV	Unión de Productores Agropecuarios de Vitichi	175
APROHN	Asociación de Productores de Huancarani Norte Potosí	175
APV	Asociación Productores de Viscachani	175
OPAE	Organización de Productores Agropecuarios de Esquiri	175
OPAQ	Organización de Productores Agropecuarios de Qhalapaya	175
OPDP	Organización de Productores de Durazno de Puka Pampa	176
OPH	Organización Productores de Haba de Sayamarca	176
OPRR	Organización de Productores de Rancho Rosario	176
SAN ISIDRO	Productores Agropecuarios San Isidro	176
VB	Villa Berza	176

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

TARIJA

A.P.L.....	Asociación Productores de Leche - Tarija.....	184
AAAT.....	Asociación de Artesanos y Artesanas de Tajzara.....	184
AABEP.....	Asociación de Artesanos de Bambú El Puesto.....	184
AACSAS.....	Asociación de Artesanos Carpinteros de San Agustín Sud.....	184
AART.....	Asociación de Apicultores de la Reserva de Tariquia.....	184
ACCT.....	Asociación de Criadores de Cabras Tarija.....	184
AÇAHA.....	Asociación de Artesanos el Chaquefito.....	185
ADACO.....	Asociación de Apicultores de Gran Chaco.....	185
AFRUTAR.....	Asociación de Fruticultores de Tarija.....	185
AGABE.....	Asociación de Ganaderos de Bermejo.....	185
AGCP.....	Asociación de Ganaderos en Camélidos El Puente.....	185
AGCT-TJA.....	Asociación de Ganaderos Cuenca de Tajzara.....	185
AIPEGAT.....	Asociación Integral de Pequeños Ganaderos el Torito.....	186
AMI.....	Asociación Multi Integral.....	186
AMPASAN.....	Asociación de Mujeres Productoras Artesanas de San Agustín Norte.....	186
AMUOCAG.....	Asociación de Mujeres 11 de Octubre Campo Grande.....	186
AMUPRO-CHACO.....	Asociación de Mujeres Productoras del Chaco.....	186
AMUPROGO.....	Mujeres Productoras las Golondrinas.....	186
AMUPROIG.....	Asociación de Mujeres Productoras Independencia La Grampa.....	187
AMUPROSA.....	Asociación de Mujeres Productoras San Alberto Carapari.....	187
ANAVIDT.....	Asociación Nacional de Vidicultores de Tarija.....	187
AOCEMM.....	Asociación de Organizaciones Campesinas Económicas Moto Mendez.....	187
AOEM-MP.....	Asociación de Organizaciones Económicas de Mujeres del Municipio de Padcaya.....	187
AOEM-SL.....	Asociación Organización Económica de Mujeres San Lorencito.....	187
APAFAB.....	Asociación de Productores Agropecuarios Forestales de Aguas Blancas.....	188
APAIS.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Iscayachi.....	188
APAP.....	Asociación de Productores Agropecuarios Palmarcito.....	188
APASO.....	Asociación de Productores San Juan del Oro.....	188
APCOMO.....	Asociación de Productores y Comercializadores de Mani de la Provincia O'connor.....	188
APECO.....	Asociación de Productores Ecológicos de Tarija.....	188
APLA.....	Asociación de Productores de Leche los Alamos.....	189
APME.....	Asociación de Productores de Miel Ecológica.....	189
APPROLT.....	Asociación de pequeños productores de leche Tarija.....	189
APROABE.....	Asociación de Productores Apícolas de Bermejo.....	189
APROCANU.....	Asociación Productores de Campo Nuñez.....	189
APROCAPA.....	Asociación de Productores y Comercializadores de Mani de la Comunidad de Pananty.....	189
APROCAVAR.....	Asociación de Productores de bajo riego y comercialización.....	190
APROCAVE.....	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios Campo Verde.....	190
APROCER.....	Asociación de Productores Agropecuarios El CEVILAR.....	190
APROCI.....	Asociación de Productores de Cítricos del Río Bermejo.....	190
APROCODA.....	Asociación de Productores y Comercializadores de Arveja y Durazno.....	190
APROCOMIS-D3.....	Asociación de Productores y Comercializadores de Miel.....	190
APROMAIS.....	Asociación de Productores de Manzanilla de Iscayachi.....	191
APROSEPAIS.....	Asociación de Productores de Semilla de Papa de Iscayachi.....	191

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APROST-CHACO.....	Asociación de Productores de Stevia del Gran Chaco.....	191
APROVI.....	Asociación Productores Villa Montes Puesto Uno.....	191
APTC-AMBOROZU.....	Asociación de Productores Transformadores Comunitarios.....	191
ASABAN.....	Asociación Agropecuaria Barro Negro.....	191
ASMUPROA G.1.....	Asociación de Mujeres Productoras - Tierras Nuevas.....	192
ASMUPROA G.2.....	Asociación de Mujeres Productoras de Gallinas Perocas.....	192
ASOC.25 DE MAYO.....	Asociación de Mujeres 25 de Mayo Limitas.....	192
ASOGAPO.....	Asociación de Ganaderos de la Poviancia Oconnor.....	192
ASOPPACC.....	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios de Cantón Caisa.....	192
ASOPROF-BJ.....	Asociación de Productores de Frejol Bermejo.....	192
ASOPROMANI.....	Asociación Productores de Mani 12 de Agosto.....	193
ASOPROMIEL.....	Asociación de Productores de Miel de Abeja.....	193
ASPAM-LA QUINTA.....	Asociación de Productores Agropecuarios Multipropósito La Quinta.....	193
ASPROYA.....	Asociación de Productores Agropecuarios de Yaguacua.....	193
C.A.E.R.....	Cooperativa Industrial Integral el "Retiro" Ltda.....	193
CAGSCO.....	Cooperativa Agropecuaria Guandacay Salado Conchas.....	193
CALDERILLA.....	Unidad Productiva Calderilla.....	194
CAVC.....	Cooperativa Virgen del Carmen Ltda.....	194
CHILCAYO.....	Chilcayo.....	194
CLC.....	Cooperativa COINCA Laderas Centro.....	194
COINCA - ANCON.....	Cooperativa Cuenca Ancon Granja Mi Socio.....	194
COOP. SAN FRANCISCO.....	Cooperativa San Francisco de Asis Ltda.....	194
COPRODECHA.....	Comunidad Productiva Defensores del Chaco.....	195
COPROPA.....	Colonia Productiva Fiscal El Palmar.....	195
CSC.....	Cooperativa Agropecuaria "San Carlos" Ltda.....	195
CSI.....	Cooperativa San Isidro Ltda.....	195
CUEPAGNA.....	Central de Unidades de Producción Agropecuaria Campesina Nuevo Amanecer.....	195
CURQUI.....	Comunidad Productiva "Curqui".....	195
FEPROCVB.....	Federación de Productores de Caña de Azucar Bermejo.....	196
FOMASOLE.....	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios Campo Verde.....	196
JARCA CANCHA.....	Unidad Económica Jarca Cancha.....	196
LA COMPAÑIA.....	Cooperativa Integral Campesina "La Compañía".....	196
LA HUERTA.....	Asociación de Productores de Semilla de Papa Certificada "La Huerta".....	196
OMCSA.....	Organización Microregional Campesina de la Alta Cuenca del Pio Santa Ana.....	196
OPRALA.....	Organización de Productores Pecuarios Gran Chaco 1ª Sección Capadral Alto.....	197
OPROCAVI.....	Asociación de Mujeres Productoras Campesinas de Caigua Villamontes.....	197
PAMPA REDONDA.....	Pampa Redonda.....	197
POTREROS VIC.....	Comunidad Productiva de Potreros.....	197
PROPELE.....	Asociación de Productores Pequeños de Leche.....	197
SACHIGRA.....	Comunidad Productiva Salada Chica y Salada Grande.....	197
SELLA QUEBRADOS.....	Sella Quebrados.....	198
U.P."EL CARMEN".....	Unidad Productiva Artesanal "El Carmen".....	198
UNIDAD CAHUARINA.....	Unidad Cahuarina.....	198
AGT.....	Artesanías Guaraníes Tembiaporenda.....	198
APCO.....	Asociación de Productores de Cítricos de la Provincia Oconnor.....	198

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APCOSHA.....	Asociación de Productores y Comercializadores de Semilla de Haba.....	198
APHAY.....	Asociación de Productores de Haba de Yunchara.....	199
APP.....	Asociación de Productores Porcinocultores.....	199
APSP.....	Asociación de Productores de Semilla de Papa.....	199
CMC.....	Central de Mujeres Campesinas.....	199
CSC.....	Cooperativa San Carlos de Yesera.....	199
DN.....	Dulzura Natural.....	199
SAN PEDRO DE SOLA.....	Ecoturismo Comunitario San Pedro Sola.....	200

SANTA CRUZ

5 DE MAYO.....	Asociación de Productores de Huevo Criollo 5 de Mayo.....	208
AAL.....	Asociación de Artesanos Lomerio.....	208
AAPICA.....	Asociación de Apicultores de la Provincia Caballero.....	208
AAU.....	Asociación de Artesanos Urbicha.....	208
ACHIS.....	Asociación de Productores de Chirimoya de Saipina.....	208
ACPCH.....	Asociación de Cañeros y Productores de Chancaca del Valle de Saipina.....	208
ADAPA.....	Asociación de Apicultores de Parabano.....	209
ADAPICRUZ.....	Asociación Departamental de Apicultores de Santa Cruz.....	209
AEA.....	Asociación de Emprendedores Amboró.....	209
AFRUSA.....	Asociación de Fruticultores del Sabucal.....	209
AGROPLAN.....	Asociación Agrobiológica de la Naturaleza del Pequeño Productor.....	209
AIPAAG.....	Asociación Integral Productores Agropecuarios de Ascención de Guarayos.....	209
AIPC.....	Asociación Intercomunal de Productores de Concepción.....	210
AIPROHT- RR.....	Asociación Integral de Productores de Huevo Zona Tembladera Raya y Ramada.....	210
AMDESOY.....	Asociación de Mujeres Derivados de Soya de Yapacaní.....	210
AMMOS.....	Asociación Municipal de Mujeres Organizadas de Saavedra.....	210
APAHEY.....	Asociación de Productores AgroEcológicos Yapacaní.....	210
APALC.....	Asociación de Productores Agropecuarios Laguna Corazón.....	210
APAMORO.....	Asociación de Productores de Papa de Moro Moro.....	211
APAR.....	Asociación de Productores Agropecuarios el Recreo.....	211
APIAM.....	Asociación de Apicultores de Buena Vista.....	211
APICE.....	Apícola Comunidad Ecológica.....	211
APICHAN.....	Asociación de Apicultores de Charagua Norte.....	211
APISARA.....	Asociación de Apicultores del Sara.....	211
APLF.....	Asociación de Productores de Leche Valle Florida.....	212
APMIL.....	Asociación de Apicultores de Romerio.....	212
APPAG.....	Asociación de Pequeños Productores de Arroz de Guarayos.....	212
APPAO.....	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios del Oriente.....	212
APPP.....	Asociación de Productores de Papa del Municipio de Postrer Valle.....	212
APROCHIM.....	Asociación de Productores de Chirimoya del Municipio de Moro Moro.....	212
APRODEAR.....	Asociación de Productores de Delicias y Artesanías.....	213
APRODURMA.....	Asociación de Productores de Durazno de Mairana.....	213
APROGRAY.....	Asociación de Productores Granos de Yapacaní.....	213
APROPANI.....	Asociación de Productores de Papa los Nina Ninas.....	213
APSRB.....	Asociación de Pequeños de Sésamo de Río Blanco.....	213
ASACAPI.....	Asociación de Apicultores de la Cuencá Alta Río Pirai.....	213

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

ASAMY	Asociación de Apicultores Municipio Yapacani	214
ASAPAI	Asociación de Apicultores del Municipio Andrés Ibañes	214
ASAPI-GUARDIA	Asociación de Apicultores del Municipio de la Guardia	214
ASAPIMSAC	Asociación de Apicultores del Municipio de San Carlos	214
ASAPIOKI	Asociación de Apicultores de Okinawa	214
ASAPOR	Asociación de Apilcultores de Porongo	214
ASFRUMAC	Asociación de Frutilleros Manuel María Caballero	215
ASOCAY	Asociación de Carpinteros Yapacani	215
ASOFRUP	Asociación de Fruticultores Municipio de Postrer Valle	215
ASOFRUT	Asociación de Horticultores y Fruticultores	215
ASOPEC	Asociación de Productores Ecológicos	215
ASOPLE	Asociación de Productores de Leche	215
ASOPROF-SC	Asociación Nacional de Productores de Frejol	216
ASPACH	Asociación Productores Agropecuarios Chore	216
ATAC-NJ	Asociación de Trabajadores Agropecuarios Campesinos Nueva Jerusalem	216
ATACSA	Asociación de Trabajadores Agropecuarios Campesinos San Agustín	216
AVG	Asociación Virgen de Guadalupe	216
BIOCOOP	Cooperación con la vida	216
CAAN	Cooperativa Agropecuaria Alianza Norte Ltda.	217
CAB	Cooperativa Agropecuaria Boqueron Ltda.	217
CAIT	Cooperativa Agropecuaria Integral Los Tajivos Ltda.	217
CAJML	Cooperativa Agropecuaria José María Linares Ltda.	217
CCEAY	Central de Cooperativas Extra Agropecuarias Yapacani	217
CEMUR	Asociación de Mujeres Rurales	217
COOP. ECOANDES	Cooperativa Eco Andes Ltda.	218
COOP. GUADALQUIVIR	Cooperativa Agropecuaria Guadalquivir Ltda.	218
COOP. VIÑA DEL MAR	Cooperativa Agropecuaria Viña del Mar Ltda.	218
COPAVE	Cooperativa Agropecuaria Pampa Verde Ltda.	218
EL PUENTE	Sindicato Agrario 16 de Junio El Puente	218
FENCA	Federación Nacional de Cooperativas Arroceras	218
GMBSVG	Grupo de Mujeres Bartolina Sisa Vigen de Guadalupe	219
KASAMONTE	Organización Fruticola Kasamonte	219
LA ESTANCIA	Asociación de Productores de Leche "La Estancia"	219
LA PAMPITA	Grupo de Mujeres Artesanas La Pampita	219
LAS PIONERAS	Asociación de Transformadoras de Cítricos Las Pioneras	219
MINGA	Asociación de Grupos Mancomunados Minga	219
UNAPEGA	Unión Nacional de Pequeños Ganaderos	220
UNIARTE	Unión de Artesanos de La Tierra	220
UNION Y PROGRESO	Asociación de Productores de Durazno Unión y Progreso 7 de Abril	220
AAL	Asociación de Artesanos de Lomerío	220
MK	Productores Maorabui Katt - Trabajando Junto	220

BENI

AAIAS	Asociación Agroforestal Indígena de la Amazonía Sur	228
AAVS	Asociación de Apicultores Villa San Pedro	228
ALTO COLORADO	Asociación Comunitaria de Alto Colorado	228

GUÍA DE OECA's POR MUNICIPIO

APARAB	Asociación de Productores Agroforestales de la Región Amazónica de Bolivia	228
APPAA-VD	Asociación de Productores y Productoras Agroforestales Amazónicos Vaca Diez	228
APRABE	Asociación de Productores Arroceros del Beni	228
ASOPIM	Asociación de Piscicultores de Mojos	229
CAIC	Cooperativa Agro Forestal Integral Campesino Ltda	229
COMUA-C	Comisión de Mujeres Amazónicas de CAIC	229
COOP. 7 DE NOVIEMBRE	Pre-Cooperativa 7 de Noviembre	229
CORACA-GYA	Corporación Agropecuaria Campesina Guayaramerin	229
DESDEMAC	Despulpadora de Majo Campesino	230
OMAB	Organización de Mujeres Amazónicas de Bolivia	230
RHEMA	Asociación Integral de Artesanos Rhema	230
TES	Proyecto Turismo Ecológico Social	230
ACMA	Asociación de Cañeros Mercedes del Apere	230
DM	Despulpadora de Majo	230
OLSARAN	Organización de Lecheros de Santa Rosa de Aguas Negras	231
OMOSJ	Organización de Mujeres de San José de Cañitu	231

PANDO

ACERM	Asociación de Campesinos Ecológicos Recolectores de Manuripi	240
COINACAPA	Cooperativa Integral Agro Extractiva de Campesinos	240
LAS PIEDRAS	Sindicato Agrario Campesino Las Piedras	240