

PROPUESTA DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

**PLATAFORMA MULTISECTORIAL DE PROMOCION DE
LA ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO DE
BOLIVIA**



(MAYO 2007)

INDICE

I. ANTECEDENTES

- 1.1. ANTECEDENTES HISTORICOS DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL MUNDIAL
- 1.2. AVANCES DEL MOVIMIENTO DE LA ECONOMIA SOLIDARIA EN BOLIVIA
Los Resultados de los diversos eventos Realizados

II. ANALISIS DE CONTEXTO

- Por que este momento es ideal para trabajar esta propuesta?
- Existen problemas que debemos considerar en este proceso

III. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

- POR QUE ES IMPORTANTE IMPLEMENTAR UNA POLITICA QUE PROMUEVA UN CAMBIO DE PARADIGMA HACIA LA ECONOMIA SOLIDARIA Y EL COMERCIO JUSTO?

IV. PROPUESTA DESDE LAS ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS ASOCIADAS

Quienes conforman la Plataforma Multisectorial?

- a). Organizaciones Productivas de base
- b). Organizaciones e Instituciones de Apoyo
- c) La Directiva de la Plataforma

4.1. AVANCES EN LA ELABORACION DE LA PROPUESTA NACIONAL

4.1.1. DESCRIPCION DEL PROCESO

- A) LÍNEA ESTRATÉGICA: ASOCIATIVIDAD PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
- B) LÍNEA ESTRATÉGICA: INSERCIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE LA ECONOMIA SOLIDARIA Y EL COMERCIO JUSTO EN EL GOBIERNO CENTRAL, PREFECTURAS, MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL.
- C) LÍNEA ESTRATÉGICA: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

4.2. CREACION DE UNA INSTANCIA GUBERNAMENTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

4.3. LAS FINANZAS SOLIDARIAS

4.4. CERTIFICACIÓN NACIONAL DE LOS PRODUCTOS DEL COMERCIO JUSTO

V. ANEXOS

PROPUESTA DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

PLATAFORMA MULTISECTORIAL DE PROMOCION DE LA ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO DE BOLIVIA

(MAYO 2007)

I. ANTECEDENTES

El presente documento, refleja de manera sucinta el avance del movimiento de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia y la conformación de La “Plataforma Multisectorial de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria en Bolivia” conformado desde el “Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia” realizado del 22 al 24 de marzo de 2007 en la localidad de Achocalla con el objetivo de: Identificar perspectivas, mecanismos potenciales e iniciativas de los diferentes actores para promover la inclusión de la Economía Solidaria y Comercio Justo en las políticas del Estado y diseñar estrategias nacionales de desarrollo de la Economía Solidaria desde las prácticas del comercio comunitario y el comercio justo con la participación de todos los sectores.

El Encuentro, plantea la necesidad de plantear una Propuesta de desarrollo de la Economía Solidaria y Comercio Justo como una alternativa frente al sistema neoliberal para lograr un crecimiento integral partiendo desde una actitud practica del desarrollo de un modelo sustentable y solidario para eliminar las injusticias y la inequidad existente en el presente y buscar la “calidad del producto y calidez humana”.

1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL MUNDIAL

Los programas de desarrollo apoyados desde el norte estaban centrados en donaciones de dinero para programas de desarrollo en los países del tercer mundo, pero nuestros países buscaban abrir mercados para sus productos. Es mas, existían medidas proteccionistas para evitar la introducción al mercado.

En la conferencia de la UNCTAD de Ginebra en 1964 se oyó por primera vez el grito de comercio, no ayuda. En aquel momento, los países industrializados eludían problemas centrales tales como el precio de las materias primas y la apertura de los mercados. Preferían ofrecer créditos y ayuda al desarrollo. Durante la segunda conferencia de la UNCTAD en nueva Delhi en 1968, los países en desarrollo volvieron a reivindicar un comercio más justo, pero el resto del mundo hizo caso omiso a estas exigencias. En la Europa de los 60, los problemas del tercer mundo no despertaban mucho interés en la población. Entre los pocos grupos que se sentían preocupados, nació la idea de crear tiendas "UNCTAD" para vender productos del tercer mundo cuya entrada en el mercado europeo era obstaculizada por los aranceles.

Las ventas tenían por objetivo protestar contra el comercio internacional y la repartición desigual del poder. En abril del 1969, la primera "tienda solidaria" se inauguró en el pueblo holandés de Breukelen fue el inicio de un periodo de crecimiento rápido del

movimiento de las tiendas solidarias, en sólo dos años, los países bajos ya podían vanagloriarse de poseer 120 tiendas de este tipo y el movimiento se difundió rápidamente en Alemania, suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. en el sur de los países bajos.

En otoño de 1973 se lanzó el primer café de comercio justo importado de cooperativas de Guatemala, el "indio Solidarity codee" aceleró considerablemente la expansión del comercio justo y las ventas de café no tardaron en sobrepasar las de artesanías. En la década de los 70 tuvo lugar un replanteamiento y una discusión ideológica sobre los objetivos del comercio justo. Se planteaba la venta de productos sobre todo como una manera de dar información y de conciencias a la población de puntos de venta, las tiendas solidarias se convirtieron en sedes de campañas.

Hoy en día, existen organizaciones de comercio justo en diez países europeos, en Canadá, Estados Unidos y Japón. Para acercar el producto al consumidor, hay una red de 3000 tiendas solidarias, grupos de venta por catálogo, representantes y otros grupos locales. En Alemania y los países bajos, las iglesias desempeñan también un papel importante en la venta de productos. En cuanto a las ventas al por mayor a empresas, organizaciones y organismos estatales, aumentan rápidamente. Además, se han tomado las primeras medidas para comercializar los productos en las tiendas normales. Se supone que la venta de productos por estos canales de distribución ganará mucho peso en los próximos años.

A nivel mundial las organizaciones de comercio justo importan de unas 800 contrapartes comerciales repartidas en 45 países del hemisferio sur. La mayor parte de estas "contrapartes" son asociaciones de cooperativas, talleres y pequeñas fábricas, así como un número creciente de empresas privadas según una estimación muy aproximativa, estas contrapartes reúnen a 800.000 familias, o sea 5 millones de personas (en muchos países del sur, la mujer, el marido y, a veces, los niños y miembros de la familia ampliada se reparten el trabajo de producción). Estas personas son pequeños y medianos campesinos, artesanos, tejedores, costureras y operarios que conducen máquinas o trabajan en cadena.

El comercio justo está creciendo a nivel mundial, se ha generado una conciencia sobre un consumo solidario y equitativo con los productores.

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

Hoy en día, al menos 100 organizaciones de comercio justo y sociedades comerciales en por lo menos 20 países europeos importan del sur productos del comercio justo.¹

¹ Anuario del comercio justo.htm

1.2 AVANCES DEL MOVIMIENTO DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN BOLIVIA

El movimiento de la Economía Solidaria y el Comercio Justo tiene raíces muy profundas en las culturas originarias las que aun, en el presente se practica en los ayllus y las comunidades rurales. Los principios de la vida comunitaria como la solidaridad, la reciprocidad y la equidad son principios que busca el “vivir bien y en armonía” que traducido en aymara es el “*Suma Qamaña*”.

Se puede decir, que las prácticas culturales de los pueblos indígenas visibilizan esos principios fundamentales que construyen la Economía Solidaria, así podemos mencionar las prácticas concretas como:

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

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

Desde estos antecedentes, se pueden mencionar también otras practicas concretas en el presente, de organizaciones productivas que fueron trabajando en lo que es la producción orgánica desde hace mas de 20 años como los productores del cacao, café, castaña, quinua y otros, pero aun no se visibilizaban los términos de la “Economía Solidaria y el Comercio Justo” como una temática aparte del comercio convencional hasta la realización del “Primer Encuentro Emprendedor de la Economías Solidaria y Comercio Justo de América Latina, en Cochabamba del 14 al 16 de septiembre del 2005 que visibilizó el avance silencioso del movimiento de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia y América Latina gracias a iniciativas propias de las organizaciones productivas.

Este Encuentro organizado por la Red Nacional de Comercialización Comunitaria (RENACC) en coordinación con CECI-Uniterra, ha permitido reunir a mas de 150 representantes de 12 países Latinoamericanos y Caribeños cuyo resultado es la emisión de la “Declaración de Cochabamba” que recoge los acuerdos y Resoluciones principales que se resumen en los siguientes puntos:

- Impulsar la articulación del movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y el Consumo Ético.
- Fortalecer el proceso de coordinación Latinoamericana.
- Impulsar la construcción de sistemas de Certificación Participativa para la Economía Solidaria de Comercio Justo en nuestros países con criterios que sean fijados localmente y tendiendo a unificar esos criterios a nivel latinoamericano.
- Fortalecer el Comercio sur-sur.
- Incidir en las políticas públicas, para fortalecer la Economía Solidaria y el Comercio Justo en las comunidades locales, el país y la región, según los principios de equidad, transparencia y gobernabilidad.

- Fortalecer las redes de Economía Solidaria para impulsar la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS).

La “Declaración de Cochabamba”, fue presentada a todos los cancilleres del hemisferio durante la Cumbre Social de las Américas, realizado en Buenos Aires, Argentina en noviembre de 2005. Esta presentación tuvo impacto internacional ya que los Cancilleres por unanimidad expresaron su apoyo al movimiento de la Economía Social Solidaria.

La participación en el Tercer Encuentro Internacional de Economía Social Solidaria realizado en Dakar, Senegal, África, del 20 al 26 de noviembre de 2005, Bolivia estuvo presente con sus representantes productores y se difundió la “Declaración de Cochabamba”.

Posteriormente, a nivel nacional, La Red Nacional de Comercialización Comunitaria RENACC Bolivia y sus regionales, como la RENACC La Paz en especial, ha venido trabajando permanentemente desde sus organizaciones afiliadas realizando diversas actividades de las que podemos señalar las más importantes:

La realización del “Primer Encuentro Departamental de la Economía Solidaria, Comercio Justo y su inserción en Políticas Públicas” realizado en el mes de marzo del 2006 en la ciudad de El Alto con el apoyo del Centro de Promoción de la Mujer “Gregoria Apaza” en donde participaron cerca de 200 representantes de diversas organizaciones productivas e instituciones, este evento, ha permitido fortalecer la Propuesta de Decreto Supremo para plantear al gobierno para el desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia. Actualmente esta propuesta ya se encuentra en manos de las autoridades gubernamentales pertinentes.

Se realizaron también, diversas Ferias del Comercio Justo a nivel Departamental, Nacional e Internacional en coordinación con instituciones afines como CEPAS Cáritas Boliviana, Centro de Promoción de la Mujer “Gregoria Apaza”, Aymaras sin Frontera y otras organizaciones desde el año 2005.

La celebración del Día Internacional del Comercio Justo (8 de mayo) se viene desarrollando consecutivamente cada año desde 2005 en donde participan muchas organizaciones productivas de los diferentes Departamentos del país.

La RENACC La Paz, en coordinación con PROCOIN, Cáritas Boliviana, el pasado 14 de febrero de 2007 realizó la “Reunión de Coordinación Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo” con el objetivo de conocer las experiencias de desarrollo del Comercio Justo y el avance del movimiento en Bolivia como base para la realización del Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia” a realizarse del 22 al 24 de marzo de 2007 en donde participaron alrededor de 60 representantes de nivel nacional.

Esta reunión, ha constatado que: existen experiencias concretas de desarrollo del Comercio Justo en Bolivia y que estas experiencias y prácticas de las organizaciones productivas requiere ser replicados y difundidos para proyectar y poseer el movimiento a nivel nacional con la participación de todos los sectores y actores incidiendo en las políticas del Estado desde las autoridades del Gobierno.

Del 20 al 24 de febrero de 2007, se realizó el Segundo Encuentro Latinoamericano de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en la Habana, Cuba, en donde también estuvo presente la delegación Boliviana.

Del 22 al 24 de marzo, se realiza el Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia, post evento de Cuba, con la participación de más de 80 representantes de organizaciones productivas de nivel nacional, organizado por la Red Nacional de Comercialización Comunitaria RENACC desde su Regional La Paz (RENACC La Paz) en coordinación con CECI Uniera y la cooperación de DFID con el objetivo de:

- 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.

El Encuentro reunió a tres actores importantes del país como son los productores, el Gobierno y la Banca, además de contar con la presencia de invitados especiales del Brasil, Uruguay y Ecuador.

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

Del Gobierno, estuvieron presentes: del Vice Ministerio de Producción y Exportaciones, la Jefa de Comercio interno Lic. Elizabeth Ferrel y representantes de CEPROBOL dependiente de la Cancillería.

De la Banca, estuvo presente el representante del Banco Interamericano de Desarrollo BID y de FONCRESOL.

La participación de los invitados especiales de Brasil el Sr. Dione Soares Manetti, Director Nacional de la Economía Solidaria de Brasil, de Uruguay el Sr. Rubén Roberto Sánchez, Vice presidente del Comercio Justo de Uruguay y de Ecuador la Sra. Luz María Cuadrado representante de RELACC (Red Latinoamericana del Comercio Comunitario) dieron lugar a una reflexión sobre la situación Boliviana con relación a otros países Latinoamericanos en donde existen diferentes experiencias y avances desarrolladas principalmente por los sectores productivos y trabajadores marginados y excluidos que luchan para mejorar la calidad de vida comprometiendo cada vez más a los diferentes sectores y actores sociales y políticos de los Estados.

En las exposiciones de los tres invitados especiales, coincidieron en que es posible construir una economía al servicio de las personas y esa es la Economía Solidaria y el Comercio Justo que se quiere desarrollar como una alternativa de lucha contra la pobreza. Enfatizaron que la Economía Solidaria busca la “calidad del producto y calidez humana”

que permite un crecimiento integral partiendo desde una actitud práctica frente al modelo neoliberal de desarrollo capitalista y busca desarrollar un modelo de desarrollo sustentable y solidario.

Por su parte, los artesanos, los productores del cacao, los caficultores, los representantes de la Cadena de Quinoa, los pequeños ganaderos de Santa Cruz, los ganaderos de Camélidos, los apicultores, estuvieron en el encuentro para dar a conocer las experiencias exitosas de desarrollo del comercio justo en Bolivia gracias a las iniciativas propios de los productores. Ellos comentaron que son los sectores olvidados por los gobiernos de turno principalmente los pequeños productores que nunca recibieron incentivos de parte del gobierno, sin embargo, son los que generan mayor empleo y aportan considerablemente a la economía del país.

Sin embargo, tienen esperanzas de que con el actual gobierno se puede dialogar, y ven la importancia de generar políticas públicas para cambiar el sistema económico del Estado en favor de los sectores de pequeños productores, artesanos y micro empresarios. Plantean al gobierno y a la Banca apoyo al mejoramiento de la producción de calidad, Créditos Solidarios, Certificación Justa y Promoción de mercados a nivel nacional e internacional.

Los Resultados de los diversos eventos Realizados:

Los eventos realizados, nos ha permitido constatar la existencia de experiencias exitosas y concretas de desarrollo del Comercio Justo en Bolivia, y que estas experiencias y practicas merecen ser rescatadas para el planteamiento de una nueva alternativa de desarrollo socio económico integral en el país frente al sistema neoliberal que centra su interés en la economía de mercado dejando de lado la economía social solidario.

El Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia, permitió el acercamiento y apertura de dialogo entre los Pequeños Productores, el Gobierno y la Banca, un aspecto que merece ser resaltado desde los objetivos planteados. Y es por primera vez que se realiza este acercamiento con relación a la temática de la Economía Solidaria en Bolivia.

Las Mesas de Trabajo del Encuentro nacional, visibilizaron las siguientes acciones prioritarias:

- Diseñar Estrategias y Mecanismos de desarrollo productivo del sector artesanal, agrícola, ganadera y acceso a mercados con Sello del Comercio Justo desde las experiencias exitosas existentes en Bolivia.
- Elaborar una Propuesta Nacional de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia.

Para cumplir con las acciones visibilizadas, el Encuentro Nacional ha decidido conformar la “Plataforma Multisectorial permanente de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia”, con participación de organizaciones matrices productivas, cuya misión será: Generar una propuesta de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria en Bolivia y desarrollar políticas públicas.

Se ha identificado los potenciales mecanismos e iniciativas para promover la inclusión de la economía solidaria y el comercio justo en las políticas del Estado.

Se ha identificado las prioridades y las necesidades de los productores.

El movimiento de la Economía Solidaria y el Comercio Justo se articula a nivel nacional por medio de la Plataforma Multisectorial.

II. ANALISIS DE CONTEXTO

El tema de CJ y ES se ha difundido entre las organizaciones productivas y sociales y existe una apertura desde las organizaciones a trabajar en el marco de la ES y CJ no solo a nivel local, sino incluso a nivel Internacional, esta temática ha tomado un lugar estratégico en la economía global.

En este marco muchas organizaciones y redes han especializado su accionar para trabajar en el marco de la ES y CJ, estas no solo se limitan a un accionar nacional sino tenemos experiencias que enlazan continentes como ser la RELACC, RIPESS, OXFAM, FLO, etc.

El mercado y los consumidores muestran un mayor interés por un consumo organización y libre de contaminantes lo que genera amplias oportunidades para la Producción de productos orgánicos y manufacturados de forma artesanal

Por otra parte nuestro acervo cultural, nuestra riqueza ancestral nos permiten pensar en una ventaja competitiva frente a otros países que han perdido totalmente su tradición y cultura, colocándonos en una envidiable posición en torno a oferta y producción de productos con valor cultural, es mas pues el modelo de economía solidaria no es algo nuevo para nosotros, pues muchos de sus principios han estado presentes en las formas y tradiciones de trabajo de las comunidades campesinas de nuestro país.

Nuestra tradición artesanal, ligada al rescate cultural nos permite ver una veta de oportunidades para los productores y las organizaciones productivas locales. En nuestra producción local existe una recuperación y revalorización de los valores y saberes indígenas inigualable en este momento.

Por otra parte ya existen a nivel local experiencias exitosas de productores/as en su trabajo en el marco de ES y CJ, esta potencialidad para otros/as productoras debe ser aprovechada y promovida desde las instancia gubernamentales.

El nuevo contexto político del país, nos plantea oportunidades para los productores asociados, la voluntad desde las instancias gubernamentales para promover a sus organizaciones productivas, la promoción de las cadenas productivas locales favorecen un movimiento de cambio hacia una economía solidaria.

Por que este momento es ideal para trabajar esta propuesta?

Podemos observar una apertura de la institucionalidad externa tanto desde la cooperación internacional como desde el Gobierno, el tema de comercio Justo y economía solidaria se ha expandido a nivel mundial, economías del norte y del Sur están familiarizadas con la misma y la apoyan de forma permanente.

Por que existe el interés desde organizaciones representativas de la sociedad por trabajar en el marco de CJ y la ES, esto nos demuestra la conformación de una Plataforma de discusión y generación de propuestas sobre ES y CJ.

Por otra parte la inigualable oportunidad de la presencia de la Constituyente para plantear una propuesta de cambio de paradigma de modelo económico que, que permita visualizar otras formas de gestionar nuestra economía.

Un Plan Nacional de Desarrollo que busca el cambio de paradigma económico centrado en las organizaciones de productores, nos brinda esta posibilidad de trabajar nuevas alternativas y enfoques que mejoren realmente las condiciones de vida de las/os productores.

Por ultimo la voluntad planteada desde varios países vecinos de apoyar este proceso interno a través de la transferencia de experiencias previas, logros y metodologías que nos permitan avanzar aceleradamente en este proceso.

Existen problemas que debemos considerar en este proceso

Las organizaciones productivas y sociales sabemos que el camino es aún muy largo, hay mucho por trabajar, partiendo incluso de definir entre las diferentes organizaciones que entendemos por ES y CJ pues tenemos muchas formas de entender la misma.

O el hecho de poder trabajar con las organizaciones un trabajo articulado, buscando mecanismos para logren la tan anhelada unificación entre productores y sus propuestas.

Aún existen muchas barreras por trabajar como ser mejorar la calidad de nuestros productos y hacerlos realmente adecuados para la demanda del CJ, pues la solidaridad no pasa por comprar cualquier producto, estos deben ser de calidad y adecuados para poder ser comercializados localmente y eventualmente exportados.

No podemos olvidar trabajar con los productores y sus organizaciones una mirada integral a las cadenas productivas locales, tenemos mucha potencialidad en una gran cantidad de productos, pero tenemos muchos eslabones débiles que no permiten plasmar estas posibilidades, debemos mirar integralmente las cadenas partiendo desde la provisión de la materia prima hasta la exportación del producto final, sin olvidar analizar la economía de las familias involucradas en los procesos ni obviar un tema importante de análisis como lo es la seguridad alimentaria de las comunidades donde se producen y nacen estas cadenas.

Por otra parte una debilidad estructural que debemos trabajar es la carencia de normativas y sistemas de certificación internos que nos permitan garantizar en una primera instancia la calidad de nuestros productos, pero el problema va mas allá pues en el caso de las pocas normas existentes no se conocen ni se aplican de forma adecuada por falta de información y difusión además de estrategias de control desde el estado, como vemos hay mucho por hacer.

Existen muchos problemas al interior, pero debemos tener la capacidad de priorizarlos adecuadamente para lograr el objetivo central que es el mejorar nuestras condiciones de vida y la de nuestras familias.

Nuestra visión esta clara conocemos de las amenazas del entorno para implementar nuestra propuesta pero creemos firmemente que podemos trabajarlas si existe una voluntad política para lograrlo.

Partir por concienciar al consumidor local sobre el comercio justo, que permita hacer visible la importancia de valorar productos trabajados en un nuevo enfoque y paradigma.

Trabajar arduamente para lograr un mayor control del contrabando, dejar de ser el único país que abre sus puertas libremente a cualquier producto, sin tener la debida protección de su mercado interno y de sus productores locales, sin que ello implique un ciego proteccionismo que a la larga perjudique mas a los consumidores locales.

El riesgo presente de la internación de productos de países de alto nivel de industrialización (Ej. asiático e hindú) y bajo costo con los cuales sería muy difícil competir por precio y cantidad.

Trabajar urgentemente sobre nuestros sistemas de certificación locales La no validez de nuestra propia certificación para exportaciones a nivel internacional nos motiva a validar nuestras normas a nivel internacional, logrando acuerdos internacionales de certificación.

Desde los/as productores debemos trabajar para concertar nuestras propuestas para lograr una sola línea de trabajo para la incidencia política para la ES y CJ, pero a su vez nos hemos dado cuenta de la limitación que existe en el estado pues en la actualidad no se cuenta con una instancia gubernamental de regulación de la ES y CJ, por esto planteamos la necesidad de tener un interlocutor valido en el estado.

Por parte desde el estado han habido aportes significativos para el financiamiento a organizaciones productivas, esperamos que este consolide un modelo que permita el financiamiento de iniciativas de comercio justo, pues estas no solo responden a un tema de generación de empleo, sino además de una responsabilidad social con los productores y su comunidad.

Por ultimo las/os productores que trabajamos o buscamos trabajar en el marco de la economía solidaria y comercio justo no deseamos que se desvirtué la filosofía del Comercio Justo para verla solo como un nicho de mercado o que esta sea instrumentalizada por el gobierno de turno como una consigna sin contenido real ni conciencia de lo que significa el movimiento de la Es y CJ.

Buscamos un gobierno que escuche a su pueblo, se sensibilice de sus necesidades y promueva a sectores generadores de empleo y economía alternativa.

Estamos concientes que este trabajo no es a corto plazo, las organizaciones productivos hemos pasado ya varias oportunidades de negociación en las que el recambio permanente de funcionarios en ell gobierno nos ha llevado a punto cero en repetidas oportunidades, por otro lado estamos concientes de nuestras limitaciones como productores y como organizaciones productivas pero nuestra meta es clara, es la búsqueda de un cambio de paradigma económico es la mejora de condiciones de vida, es incursionar en una nueva forma de economía mas justa y solidaria.

III. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

POR QUE ES IMPORTANTE IMPLEMENTAR UNA POLITICA QUE PROMUEVA UN CAMBIO DE PARADIGMA HACIA LA ECONOMIA SOLIDARIA Y EL COMERCIO JUSTO?

Desde nuestro cotidiano análisis de la realidad que vivimos y la que afrontamos las organizaciones productivas a nivel nacional queremos contribuir con una propuesta que permita generar cambios en el modelo económico actual, que nos permita mejorar las condiciones de vida de millares de personas que trabajan con la esperanza de encontrar mejores oportunidades para su trabajo.

Un problema central que nos mueve a presentar un propuesta de cambio en torno al actual modelo vigente de mercado es la nítida constatación del fracaso del modelo vigente que lo único que ha logrado es extender la pobreza y la inequidad en la distribución de ingresos para nuestra población.

El actual modelo de mercado imperante en nuestro país esta orientado hacia la ganancia, a un accionar individual donde uno gana y muchos solo sobreviven, donde la distribución de la riqueza es in equitativo y favorece a pocos, un modelo donde el mercado es el único organizador de la economía y las personas son solo recursos a ser explotados por este, buscamos un cambio de paradigma económico que invierta estos valores tradicionales y rescate valores tradicionales de nuestra cultura que buscan el beneficio colectivo.

Esta forma tradicional de mercado nos sigue trayendo desventajas ocasionando que al interior del modelo se genere una fuerte sobre explotación de la mano de obra, una precarización de las condiciones de trabajo y una mayor pelea entre los mismos productores en el mercado.

Al estar vigente este modelo de mercado se puede entender la carencia de servicios financieros que responsan a una necesidad concreta de las/os productores, pues los actuales modelos solo buscan la recuperación inmediata del monto con intereses elevados y minimizando la mora por lo tanto generando las condiciones para que muy pocos puedan acceder a verdaderos fondos para la producción, esta sustancialmente dirigido hacia un trabajo de retorno inmediato como son los de comercialización.

A esto ha contribuido la poca organización presente por parte de las/os productores, en este ultimo tiempo y como resultado del permanente abandono desde el estado los/as productoras han comenzado a articularse sectorialmente y ha generar propuestas que nos permiten ver las grandes necesidades del sector.

Este modelo tradicional por otra parte ha generado favoritismo político desde determinadas clases que ha perpetuado la marginación política de amplios sectores de la sociedad que han sido los permanente mente marginados de las políticas publicas, no es casual que durante años los micro pequeños productores la organizaciones productivas sociales no hayan sido beneficiadas por ninguna política publica, centrando la atención solamente en las grandes industrias y empresas, priorizando acciones para favorecer a estos sectores de privilegio.

Al estar excluidos estas amplias masas sociales y productivas de las políticas públicas, también se ha obviado desarrollar una normatividad que permita a las mismas incorporarse legalmente al sistema y por lo tanto tener la capacidad de desarrollarse, el considerar que estas deben trabajar bajo las mismas normas y principios de grandes empresas dificulta esta introducción y legalización pues no cumplen con estas condiciones y características de trabajo, por lo tanto han estado por siempre fuera del sistema operando de forma clandestina.

Al centrarse el modelo en la ganancia y el lucro se ha tratado de convertir todo en un negocio por lo tanto sectores como la salud, educación y los servicios han pasado también a ser parte del sistema de lucro y ganancia, olvidando el objetivo social de estos sectores, estos se han hecho inaccesibles a las grandes masas sociales generando por lo tanto problemas de salud, bajos estándares escolares en rendimiento y permanencia en el sistema escolar.

Como resultado de todo lo planteado podemos observar amplios contingentes poblacionales con muy bajos ingresos, que ha generado un bajo rendimiento productivo y escolar, que ha ocasionado la búsqueda de alternativas desesperadas de nuestra población como ser la migración laboral hacia otros países como Brasil, Argentina y España, mostrándonos en la actualidad el gran éxodo de bolivianos en búsqueda de mejores condiciones de vida.

Al interior de nuestro mercado se han ido generando una competencia desleal y destructiva entre los pequeños productores y las organizaciones asociadas, fruto de una carencia total de una visión de desarrollo productivo que oriente y alinee a las/os productores hacia metas y objetivos comunes, las pequeñas empresas y las organizaciones productivas han iniciado su trabajo de forma empírica, sin mayor apoyo urgidos por una necesidad de sobre vivencia lo que no les ha permitido incorporar tecnologías adecuadas de producción, controles que permitan cualificar su producción y ser competitivos en los mercados externos, los pocos que han logrado ayuda han podido salir con éxito hacia otros mercados, pero los mas han quedado luchando localmente por un mercado chico y precario donde el precio es el mayor factor de importancia.

Un efecto del modelo es la fragmentación de la realidad en estancos diferenciados entre las esferas económicas, sociales, culturales y medio ambientales en el actual modelo las vemos separadas y sin relación entre una y otra cuando desde siempre nuestra población ha interrelacionado todas ellas como un todo inseparable. Nuestra riqueza cultural ha quedado subvalorada y oculta por mucho tiempo siendo esta precisamente nuestra fortaleza como país.

Por ultimo podemos ver como el modelo ve los recursos y nuestro medio ambiente netamente como posibles formas de negocio y lucro, no importando el bien común, el uso y la importancia de estos para la comunidad, observándose en este último tiempo una explotación indiscriminada del medio ambiente, una comercialización abusiva de los recursos naturales que pertenecen a la comunidad.

Pero es posible cambiar de paradigma? Existen casos que nos lo confirman incluso a nivel local podemos analizar algunos con importante avance:

CEIBO
ASARBOLSEM
ARTESANIAS SORATA
ASIA Chuquisaca y el Gobierno Municipal de Sucre
Algunos Productores Cafetaleros al interior de FECAFEB
RENACC Bolivia
Los Productores de la quinua
Los Productores de Castaña (El Campesino de Riberalta)
Organizaciones económico-productivas del área rural, peri urbana y urbana.

Por lo planteado, previamente vemos la urgente necesidad de generar cambios, nuevos modelos de trabajo, tal vez la necesidad de rescatar modelos ancestrales de articulación y gestión que buscaban el bien común y no solo el beneficio y lucro individual.

IV. PROPUESTA DESDE LAS ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS ASOCIADAS

La Plataforma Multisectorial de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria en Bolivia, desde su constitución viene elaborando una Propuesta Nacional de Desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo.

Quienes conforman la Plataforma Multisectorial?

La Plataforma Multisectorial de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria en Bolivia es un espacio abierto de debate, reflexión y generación de propuestas, ha sido conformada por el mandato del Encuentro Nacional realizado en Achocalla del 22 al 24 de marzo de 2007 por las siguientes organizaciones matrices:

a). Organizaciones Productivas de base:

- **RENACC Bolivia, con sus 4 regionales:** (RENACC La Paz con 23 organizaciones afiliadas, RENACC Tarija con 11 organizaciones, RENACC Oruro (CADER) con 55 organizaciones afiliadas, RENACC Santa Cruz con 11 organizaciones afiliadas).
- **FECAFEB:** que representa a las familias cafetaleras de Bolivia
- **CONACOPROQ:** representa a las familias productoras, transformadores y comercializadores de quinua de Bolivia
- **EL CEIBO:** Representa a familias productoras del cacao de Bolivia
- **UNAP-Bolivia:** Unión Nacional de Artesanos Productores del Arte Popular de Bolivia.
- **AOPEB:** Reúne a Productores Orgánicos de Bolivia
- **ANPROCA:** Asociación nacional de productores del Café de los Yungas de Bolivia
- **ASARBOLSEM:** Aglutina a artesanos y artesanas de la ciudad de El Alto.
- **RIPESS – BOLIVIA:** Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria de Bolivia.
- **U.P.V.L. (POTOSI):** Productores de Potosí
- **ARAO (ORURO) ARTESANIA:** Micro Empresa Artesanal
- **ORG. DE MUJERES AYMARAS (ARTESANIAS):** Artesanas de La Paz
- **FUNDACION TEJIENDO ARTE:** Artesanas de El Alto y La Paz

- **ARTIPRO SRL. (CHALLAPATA):** Micro Empresarios de Challapata, Oruro.
- **CONAMAQ:** Consejo Nacional de Ayllus y Markas del Quollasuyu
- **ORG DE MUJERES KORYAMUYTA:** organizaciones de mujeres artesanas del área rural.
- **ASIA CH:** Asociación de Industrias Alimenticias de Chuquisaza.

b). Organizaciones e Instituciones de Apoyo:

- **CEPAS Caritas Boliviana:** Trabaja a nivel nacional con las organizaciones productivas
- **Centro de Promoción de la Mujer “Gregoria Apaza”:** Trabaja en la ciudad de El Alto con las mujeres artesanas y micro empresarios.
- **Centro de Desarrollo Integral de la Mujer Aymara, CDIMA:** Trabaja en 15 municipios con mujeres Aymaras.
- **CECI Uniterra**
- **COCAWI:** Trabaja con el sector de los lecheros del altiplano
- **CEPROBOL**

c) La Directiva de la Plataforma:

La Directiva esta conformado por las siguientes organizaciones:

- Coordinadora Nacional: **RENACC La Paz**
- Secretario General: **CDIMA**
- Responsable del Área de Incidencia Política: **AOPEB**
- Responsable de Área de Mercado y Comercialización: **CONACOPROQ, FECAFEB y FEDEMIPE**
- Responsable de Área Económica y Finanzas: **UNAP- Bolivia**
- Responsable de Área de producción: **RENACC Tarija**
- Relaciones Interinstitucionales: **CEPAS Caritas Boliviana**

La Plataforma esta abierta a nuevas membresías relacionadas a la ES y el CJ.

4.1. AVANCES EN LA ELABORACION DE LA PROPUESTA NACIONAL

4.1.1. DESCRIPCION DEL PROCESO

Sobre la base de las exposiciones realizadas en el Encuentro Nacional por los invitados especiales de Brasil, Ecuador, Uruguay, Ministerio de Producción y Microempresa, BID/FOMIN, FONCRESOL, CONACOPROQ, El CEIBO, ASARBOLSEM, CIEP, FECAFEB/FINCAFE, RENACC Bolivia, las conclusiones de las mesas de trabajo y los aportes complementarios en plenaria, se pudo rescatar la siguiente matriz que muestra de manera resumida las ideas centrales y los lineamientos estratégicos planteados como líneas orientadoras y mandatos a ser trabajados por la “Plataforma Multisectorial” conformada el último día del Encuentro por las principales organizaciones de los actores productivos.

EJES TEMÁTICOS DÍA 1	IDEAS CENTRALES DÍA 1	EJES TEMÁTICOS DÍA 2	IDEAS CENTRALES DÍA 2	LINEAS ESTRATÉGICAS DEFINIDAS EN BASE A IDEAS CENTRALES DE AMBOS DÍAS
Comercialización y Certificación	<p>-Fomentar asociatividad.</p> <p>-Crear y fomentar el mercado solidario en Bolivia.</p> <p>-Certificar con un organismo propio con criterios de la ES y CJ desde la perspectiva boliviana para el mercado nacional.</p> <p>-Sensibilizar a la sociedad civil acerca de la calidad de los productos del CJ.</p>	Expectativas de las organizaciones sobre el apoyo de la banca y el gobierno en el movimiento de la ES y el CJ	<p>Elaborar Propuestas desde nuestra realidad para luego establecer espacios de dialogo con la banca y el gobierno en mejores condiciones de influencia.</p> <p>Creación de una entidad financiera en el marco de la ES y el CJ</p>	Buscar, apoyar y fortalecer la asociatividad de los productores de la ES y CJ de acuerdo a los sectores para producir y comercializar de acuerdo a la demanda y el bienestar del productor y el consumidor.
Necesidades de los pequeños productores	<p>Mejorar las condiciones de vida de productores y consumidores. Capacitación e Intercambio de experiencias con enfoque de lecciones aprendidas.</p> <p>Políticas que regulen la ES y CJ</p> <p>Creación de un ente financiero solidario a la medida de los productores.</p> <p>Fortalecimiento organizacional, respetando los criterios de la ES y el CJ.</p> <p>Infraestructura y transferencia tecnológica.</p>	Promover diálogo político y posicionamiento del movimiento frente al sistema neoliberal y los acuerdos internacionales injustos	<p>-Desarrollar una agenda con los ministerios, prefecturas y municipios, congreso y asamblea constituyente, buscando la creación de una instancia de ES y CJ en las estructuras del Estado.</p> <p>-Consolidar, fortalecer el trabajo y relacionamiento de RENACC con redes internacionales dedicadas a posicionar y establecer el CJ como alternativa económica</p>	Inserción de las prácticas de la ES y el CJ en el gobierno central, prefecturas, municipios y la sociedad civil.
Articulación social	<p>Articulación a nivel de los Rubros y sectores.</p> <p>A nivel del país entre el Gobierno, sociedad civil y la empresa privada.</p>	Estrategia de promoción y comunicación y relacionamiento internacionales	<p>- Contar con un base de datos de actores del comercio justo.</p> <p>-Desarrollar políticas de comunicación y difusión de la ES y el CJ.</p> <p>-Desarrollar una política de promoción y comercialización en el contexto del CJ.</p>	Promoción y difusión de las prácticas de la ES y el CJ.
Incidencia política	<p>Insertar las prácticas de la ES y el CJ en las políticas del Estado involucrando a la sociedad civil y sectores organizados.</p> <p>Difusión, sensibilización a cerca de las prácticas de la ES y el CJ.</p>			

Estas conclusiones de trabajo desde las organizaciones han sido traducidas en 3 líneas estratégicas de trabajo que las aglutinan y que son la base para orientar el trabajo que debemos encaminar las organizaciones productivas asociadas a fin de lograr consolidar un modelo alternativo bajo el enfoque de la economía solidaria y el comercio justo:

- Buscar apoyar y fortalecer la asociatividad de los/as productoras en el marco de la ES y el CJ de acuerdo a los sectores para producir y comercializar de acuerdo a la demanda y el bienestar de productores y consumidores.
- Buscar la inserción de las prácticas de la ES y el CJ en el Gobierno Central, Prefecturas, Municipios y la sociedad civil.
- Promoción y Difusión de las prácticas de la ES y el CJ.

A) LÍNEA ESTRATÉGICA: ASOCIATIVIDAD PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivo General

Integrar asociaciones de productores, comercializadores y consumidores entorno a la economía solidaria y comercio justo.

Objetivos Específicos

1. Mejorar los productos y asociarse para llegar a alcanzar un mercado competitivo.
2. Lograr una comercialización justa y solidaria (interna y externa) tomando en cuenta la calidad, cantidad, continuidad y costo.
3. Lograr una conciencia de consumo de productos elaborados y producidos en una ES&CJ.

Componentes:

La asociatividad es un tema que debe trabajarse en conjunto, deben involucrarse a todos los actores de las cadenas productivas, incluyendo a los consumidores finales rompiendo paradigmas culturales. Se requiere sensibilizar a través de talleres de capacitación sobre asociatividad, en todos los niveles (local, departamental y nacional).

Se debe asociar para estandarizar productos que cumplan características mínimas de exportación.

Producción

A nivel Municipal

Asistencia técnica y asesoramiento en eslabones productivos y apoyo económico a los sectores artesanales.(CP)

Cadenas productivas (desde y hasta)(CP)

Talleres, cursos de capacitación a nivel municipal en diferentes temáticas, principalmente en comercio justo y economía solidaria.(MP)

Capacitación municipal en producción, control de calidad, diseño de producto e innovación (corto plazo).

Destinar el financiamiento del fondo productivo social a proyectos de Economía Solidaria y Comercio Justo que contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas (mediano plazo)

Consensuar ordenanzas municipales en coordinación con los actores para el sector productivo asociado (mediano plazo)

A nivel Departamental

Promover la creación de centros de innovación y desarrollo a nivel departamental y de acuerdo a las vocaciones productivas (MP)

Generar programas de desarrollo de tecnología adecuado y acorde con los principios de la Economía Solidaria y Comercio Justo (la preservación del empleo y el medio ambiente) para mejorar la producción (Corto Plazo)

Desburocratizar los tramites de personería jurídica para asociaciones de productores (Mediano Plazo)

Desarrollar políticas de producción departamental respetando los principio de Economía Solidaria y Comercio Justo (ES y CJ) (Largo Plazo)

A nivel Nacional

Trabajar y plantear al gobierno central una política económica crediticia a largo plazo, sin o bajos intereses y/o financiamiento al sector productivo (a fondo perdido) ej. capital semilla.(Corto Plazo)

Financiamiento directo al productor sin intermediarios.(Corto Plazo)

Trabajar en forma conjunta entre la plataforma y el gobierno central para crear un enlace de exportación y comercialización de productos artesanales bajo principios de ES y CJ, a partir de las embajadas de Bolivia en el exterior.(Mediano Plazo)

Crear mecanismos de un Sello de Calidad en comercio justo y economía solidaria de productos artesanales a través de la plataforma y/o RENACC (Mediano Plazo)

Promover la coordinación entre el Ministerio de producción y micro empresa, Ministerio de Desarrollo Productivo, Planificación para el Desarrollo, Relaciones Económicas y Comercio Exterior con organizaciones productivas. (Corto Plazo)

Elaborar un marco legal para productores del comercio justo y economía solidaria. (Corto Plazo)

Introducir la temática de la ES y CJ en la normativa de instancias estatales arriba mencionadas (Corto Plazo)

Promover e incentivas la comercialización nacional e internacional de productos del comercio justo con valor agregado (Mediano Plazo)

Organizaciones productivas

Promover una cultura de calidad entre las/os productores. (Corto Plazo)

Promover y ampliar la base de producción orgánica entre las/os productores (Corto Plazo).

Promover una cultura de asociatividad entre los productores (Mediano Plazo)

Comercialización

A nivel Municipal

Apertura de mercados locales a través de ferias de promoción de todos los productos y servicios de la ES&CJ. (Corto Plazo)

Construcción de mercados y(o) centros comerciales para la ES y el CJ (Corto Plazo).

Consolidar la compra de productos de ES&CJ, mediante el DS Compro Boliviano, ordenanzas municipales, desayuno escolar, etc. (Mediano Plazo).

Mercados definidos en ferias semanales, expoferias municipales artesanales (trimestrales, semestrales o anuales).(CP)

Rueda de negocios en los municipios.(CP)

A nivel Prefectural

Apertura de tiendas solidarias o galerías en cada ciudad capital (tiendas solidarias).(Mediano Plazo)

Aplicación del DS. del compro boliviano, respetando todas sus instancias administrativas.(Corto Plazo)

Creación de oficinas departamentales para diseñar políticas regionales de comercialización y consumo (Mediano Plazo)

Ferias y expo ferias departamentales en los salones prefecturales con la participación de todos los artesanos de todos los municipios.(Corto Plazo)

Apertura de mercados y exportación vía prefectura (plantear la creación de un área de concentración y exportación) de productos artesanales.(Mediano Plazo)

A nivel Nacional

Elaborar normativas con bases de CJ y ES que permitan la comercialización de productos (en mercados nacionales y extranjeros) favoreciendo a los artesanos, pequeñas unidades de producción, microempresas, microempresas familiares, organizaciones, asociaciones productivas.(Corto Plazo).

Creación de un organismo que certifique criterios de ES&CJ. (Mediano Plazo)

Formar parte de las redes internacionales del comercio justo y economía solidaria en el cono sur y Europa (oxfam, IFAT, FLO, etc).(Mediano Plazo)

Promover la coordinación con los Ministerio afines ya mencionados y organizaciones productivas. (Corto Plazo)

Apoyar y fortalecer el mercado solidario en Bolivia a través de sus entidades matrices (Corto Plazo).

Elaborar políticas de promoción del comercio justo (Corto Plazo).

Sensibilizar a los comercializadores en el accionar de programas de ES y CJ (Mediano Plazo).

Consumo

A nivel Municipal

Sensibilización a los consumidores a través de campañas de comunicación sobre la ES y CJ (Corto Plazo)

Consolidar el consumo responsable y conciente o ético. (Mediano Plazo)

A nivel Departamental

Incentivar la creación de espacios entre consumidores y productores que ayude a la mejora de los productos.(MP)

A nivel Nacional

Creación de un organismo que vele por los consumidores de productos de ES&CJ (Mediano Plazo)

Sociedad civil

Promover la coordinación con las oficinas de defensa del consumidor a nivel regional y las organizaciones productivas. (Corto Plazo)

Coordinación con defensa del consumidor a nivel regional y las organizaciones productivas. (Corto Plazo)

B) LÍNEA ESTRATÉGICA: INSERCIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA Y EL COMERCIO JUSTO EN EL GOBIERNO CENTRAL, PREFECTURAS, MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL.

Objetivos

- Insertar las prácticas de la Economía Solidaria y Comercio Justo en las estructuras del gobierno a través de políticas públicas.
- Sensibilizar, posicionar y articular en la sociedad civil a nivel nacional las prácticas de la ES y el CJ.

Propuesta consensuada.

A nivel Municipal

Análisis de la situación de las instancias de decisión en temas productivos y la elaboración de la propuesta .(Corto Plazo)

Negociación de propuesta (Mediano Plazo)

A nivel Departamental

Análisis de la situación de las instancias departamentales de decisión en temas productivos y la elaboración de la propuesta .(Corto Plazo)

Negociación de propuesta. (Mediano Plazo).

A nivel Nacional

Elaborar base de datos de las políticas (municipales, prefecturales y nacionales) que favorecen o son contrarias a las prácticas de la ES y el CJ.(Corto Plazo)

Promover el análisis y elaboración de una propuesta consensuada (Corto Plazo)

Análisis de las instancias de decisión en temas productivos del gobierno.(Mediano Plazo)

Convenio interinstitucional para trabajar con los viceministerios en la temática.(Corto Plazo)

Encuentros regionales entre el estado y la sociedad civil.(Mediano Plazo)

Organizaciones productivas

Promover el debate y la reflexión multisectorial.

Impulsar la creación de una instancia gubernamental.

Al nivel Nacional

Fortalecer la propuesta del decreto supremo y elevarlo a rango de Ley. (Corto Plazo)

Elaborar una propuesta de funcionamiento de la instancia pública gubernamental (Dirección Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo) (Corto Plazo).

Auspiciar el relacionamiento internacional, especialmente Brasil-Bolivia que permita rescatar experiencia brasileña en ES y CJ. (Corto Plazo)

Elaborar un mapeo nacional de las organizaciones matrices

Al nivel Municipal

Conformación de mesas de diálogo entre las organizaciones locales.(Corto Plazo)

Impulsar la creación de plataformas municipales a través de organizaciones “puntales” (Mediano Plazo.)

Promover encuentros y espacios de diálogo directos a través de medios de comunicación y ferias locales y nacionales(LP)

Al nivel Departamental

Desarrollar mesas de diálogo con organizaciones matrices y reuniones bilaterales a nivel departamental y regional. (Corto Plazo).

Impulsar la creación de plataformas regionales a través de organizaciones “puntales” (Mediano Plazo).

Promover encuentros y espacios de diálogo directos a través de medios de comunicación y ferias locales y departamentales. (Largo Plazo)

Al nivel Nacional

Desarrollar mesas de diálogo con organizaciones matrices y reuniones bilaterales a nivel nacional, departamental y regional. (Corto Plazo).

Impulsar la creación de plataformas regionales a través de organizaciones “puntales” (M. P.).

Promover encuentros y espacios de diálogo directos a través de medios de comunicación y desarrollar ferias nacionales (Largo Plazo).

C) LÍNEA ESTRATÉGICA: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Objetivos

Complementar el sistema económico actual y de comercio dentro el marco de la Economía alternativa solidaria y comercio justo .

Difundir permanentemente la nueva alternativa de superar la pobreza a través de la implementación de una política estatal basada en cj y es.

Componentes

- Sensibilización
- Comunicación, Interacción

Sensibilización, Concientización y Orientación

A nivel Municipal

Convivencia con autoridades municipales, informar y comprometer para trabajos conjuntos. (Corto Plazo).

Plantear políticas de apoyo municipal al sector artesanal, micro y pequeños. Inclusión al POA (apoyo al sector)(Mediano Plazo).

A nivel Departamental

Trabajar a través de las visitas (muytas) con las autoridades departamentales, para involucrarles en la temática de CJ y ES.

Presentar la propuesta de la plataforma fundamentada bajo principios de ES y CJ para insertar en el planes de desarrollo prefectural que busca convertirse en política departamental (a todo nivel).

A nivel Nacional

Incidencia política para consolidar los objetivos del movimiento de la Economía Solidaria y Comercio Justo; en términos de lograr los objetivos macro del proceso de la implementación del nuevo sistema social, cultural, económico, político y medio ambiental a nivel nacional, bajo los principios de la economía social justa.(Corto Plazo).

Revolución masiva de información a través de medios de comunicación con alcance nacional, logrando alianzas estratégicas.(Corto Plazo).

Proponer al gobierno central la implementación e institucionalización de una dirección del comercio justo y economía solidaria.(Corto Plazo).

A nivel Sociedad Civil

Lograr alianzas estratégicas con los medios de comunicación para iniciar el proceso de promoción y difusión (crear una comisión de comunicación).(Corto Plazo).

Buscar la Sostenibilidad en el tiempo de la Plataforma Multisectorial. (Corto Plazo).

Generar propuestas y discurso interno sobre la temática desde las organizaciones productivas.(CP)

Publicaciones utilizando diferentes medios (comunicación, difusión, etc.), para fortalecer el cambio de mentalidad de la población en general.(Mediano Plazo).

Sensibilización y concientización para el empoderamiento del proceso (implementación) del Comercio Justo y la Economía Solidaria para que la población en general se apropie de la cultura solidaria y justa. (Mediano Plazo)

Comunicación, Interacción

A nivel Municipal

Promover el conocimiento sobre comercio justo y economía solidaria(Corto Plazo)

A nivel Departamental

Publicar, informar constantemente de los trabajos, actividades y eventos realizados a nivel departamental

A nivel Nacional

Promover el modelo de la Economía Solidaria y Comercio Justo (Corto Plazo).

A nivel Sociedad civil

Actuar a nivel de asociaciones, grupos, escuelas, institutos, universidades etc. a través de eventos de comunicación el mensaje de la ES y CJ.

4.2 CREACION DE UNA INSTANCIA GUBERNAMENTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA.

Existe mucho que hacer en el tema de economía solidaria y comercio justo, pero a nivel gubernamental no existe una contraparte concreta con quien operativizar acciones, es importante pensar en la creación de una instancia que trabaje este tema de forma específica y con la cual las organizaciones podamos interactuar.

Por que es importante pensar en esta instancia y qué justifica su creación?

- Por que no existe en la actualidad ninguna instancia gubernamental que trabaje el tema de economía solidaria.
- El sector asociado requiere de políticas que lo fortalezcan y promuevan otro enfoque de trabajo en las organizaciones asociadas.
- Por que en Bolivia el sector asociado es una parte muy importante de la economía.
- Se evidencia una falta de coordinación a nivel nacional e internacional sobre esta temática, caso brasil que cuenta con instancia y quiere relacionarse con instancias gubernamentales locales.
- No ha existido un conocimiento previo desde el estado de esta temática y ningún avance al respecto, existen ideas pero nada operativizado.
- La normativa existente no reconoce al sector de Economía Solidaria y Comercio Justo.
- No existe ningún actor gubernamental que difunda esta filosofía de trabajo.
- El sistema neoliberal, no ha dado un resultado positivo para disminuir la pobreza, sino al contrario, por lo cual se busca un modelo alternativo al modelo de mercado.
- El sector productivo solidario es altamente generador de empleo, recursos pero que no recibe ningún apoyo directo.
- El sector artesanal asociado esta marginado de las políticas públicas, pues son sectores que realizan procesos de transformación y generan valor agregado, pero no son priorizados por ninguna política estatal.
- No existe una promoción de mercado interno para los productos de la economía solidaria.
- La materia prima es exportada sin transformación y retorna como producto terminado al doble y triple valor.
- No existe una instancia que organice y favorezca a los consumidores éticos a nivel nacional.

Que funciones debiera cumplir dicha instancia gubernamental?

- Transferir Conocimiento: transferir a nivel internacional, nacional, departamental y local.
- Coordinación con actores sociales.
- Representación nacional ante instancias de CJ y ES internacionales
- Conexión nacional e Internacional en el marco de CJ y ES
- Creación de leyes para el sector para ES y CJ
- Normar el sector de la ES y CJ.
- Viabilizar la operativización del comercio justo y ES a nivel nacional
- Promoción de la ES y CJ a nivel de mercado local, nacional e internacional.
- Coordinación de necesidades Articulación de demandas desde la sociedad civil.
- Creación de programas de apoyo al sector: producción, comercialización, finanzas, certificación.
- Coordinar con las demás instancias del sector económico productivo.

Dependencia: Ministerio de la Pequeña y Microempresas y/o Vice Ministerio de Relaciones Económicas y Comercio Exterior dependiente de la Cancillería.

Proponemos:

- Ampliar el mandato del Viceministerio de Pequeña y Micro Empresas y la inclusión del tema de Economía Solidaria y Comercio Justo el nombre sería **Viceministerio de Pequeña y Micro, Empresa, Economía Solidaria y Comercio Justo.**
- Se debe crear una nueva **Dirección de Economía Solidaria y Comercio Justo** al interior del Viceministerio.

Que ámbitos de intervención tendría:

- Producción
 - Producción orgánica
 - Producción artesanal asociada
- Promoción y fortalecimiento de las cadenas productivas
- Financiamiento
- Comercialización y certificación de Comercio Justo
- Promoción de las organizaciones productivas
- Normalización
- Legalización
- Asociatividad
- Sello del Comercio Justo

4.3 LAS FINANZAS SOLIDARIAS

El tema de financiamiento es crucial para la generación de actividades productivas que fortalezcan nuestra economía y la generación interna de empleo, por ello la plataforma analiza el tema como un punto particular a ser trabajado.

Para ello partimos de un breve diagnostico de nuestra percepción del actual sistema financiero desde la mirada de las/os productores y su impacto en nuestro proceso de trabajo.

Los/as productoras vemos avances en nuestras formas tradicionales de financiamiento, estas han permitido universalizar el acceso al crédito a mucha población que estuvo carente del mismo, como ser:

- La existencia de un sistema financiero regulado por el estado
- Existencia de una banca de primer piso muy sólida
- Entidades de segundo piso que abarcan todo el ámbito nacional, departamental y capitales de provincias.
- Tecnología financiera de micro crédito (micro leasing, riesgo compartido)

Por esto podemos decir que hoy en día que este acceso se ha incrementado sustancialmente , esto lo comprueban los datos de la superintendencia de bancos con miles de pequeños prestatarios que acceden a microcredito, los programas de PYMES y MYPES en las entidades bancarias y de micro finanzas que han surgido ante esta necesidad urgente de los sectores productivos, pero no podemos olvidar mencionar las condiciones de acceso en las que las/os productores acceden a estos financiamientos, ya que en muchos casos estos hacen insostenibles los procesos de producción y precarizan mas la economía de aquellos que se dedican a la tarea de transformar y generar valor.

Sin ir más lejos algunos de los problemas más cotidianos que debemos enfrentar son:

- Tasas de interés alta para el pequeño productor de área urbana o rural
- Garantías no diferencias (3 a 1) asociadas con bienes en la ciudad, no accesible al productor del área rural y peri urbana en general
- Condicionados a ingreso fijos altos que normalmente los pequeños productores no lo tienen
- Información incompleta del proceso de pago del préstamo por parte de la entidad financiera.
- Los créditos son de muy corto plazo y centrado en actividades comerciales.

Estas condiciones son duras y hacen poco competitivo al productor local, pero existen alternativas de solución planteados desde el estado, las oportunidades planteadas nos permiten observar una voluntad gubernamental por generar cambios positivos en este sistema financiero y crediticio que si bien es masivo, no favorece a todos.

Que proponemos ante esta situacion?

1. El sistema financiero no debe ser fijo ni estático debe apropiarse a los ciclos de negocios de los productos y al tipo de productores.
2. Acelerar el estudio del seguro agropecuario con criterios de ES y CJ.
3. Desarrollar un sistema financiero que facilite los créditos de forma directa al sector productivo.
4. Crear nuevos sistemas de garantías solidarias en base a experiencias de las financieras de segundo piso.
5. Promover la creación de un fondo de garantía de crédito.

Una oportunidad para los/as productoras/es es la creación del banco de fomento productivo, el cual debe contemplar estrategias que permitan la promoción de los sectores productivos locales y de los sectores generadores de empleo.

Este debe contemplar las condiciones y formas de articulación de las/os productores locales, que muchas veces asumen formas diversas como ser cooperativas, asociaciones, organizaciones productivas, centros de madres, comunidades productivas u otras de acuerdo a sus formas de articulación tradicionales.

Debe promover y priorizar acciones que generen valor agregado y fuentes de empleo de forma local partiendo desde las comunidades rurales hasta las áreas urbanas.

Debe incluir en sus análisis la estacionalidad de la producción en especial para los productores en general.

4.4 CERTIFICACIÓN NACIONAL DE LOS PRODUCTOS DEL COMERCIO JUSTO

Existen problemas que deben ser planteados con prontitud como ser la carencia de sistemas de certificación locales que garanticen el origen y la procedencia de un producto del comercio justo a nivel local.

No es suficiente utilizar el rotulo de Comercio justo, este debe ser valorado validado y certificado y garantizado como tal por instancias externas al nivel nacional solventes que garanticen dicho orientación en la producción de los mismos.

Urge pensar en mecanismos que regulen la producción y comercialización bajo el paraguas del Comercio Justo.

¿Porqué y Para qué?: Justificación

- El sello sería una garantía de la calidad para nuestros productos.
- Es necesario contar con un sello de certificación nacional.
- Otras instancias están trabajando con esto y le llaman sello social.
- El sello diría que estamos produciendo bajo estándares sociales y que es de calidad como cualquier producto importado.
- Para potenciar a las organizaciones de productores y para vender más, no es necesario que vendamos más caro, pero si que tengamos un sello, diferenciaría nuestros productos y que se revalorice el territorio.
- La clave es identificar el producto y que te permita colocar el producto en el mercado, Ej. una miel en Tarija tiene sello de AOPEB orgánico y solo por ello es más caro y es el mismo producto.

- Todos buscamos un sello que diferencie el producto.
- Necesitamos contar con un instrumento como movimiento de ES y CJ, un sello en otras palabras.
- Porque tenemos necesidad de tener un mercado, necesitamos un medio para comercializar ese producto.
- Porque nos ayuda a desarrollar tecnología, nuestro know how.
- Una vez que desarrollamos un mercado, estamos haciendo PRESENCIA en el mercado, estamos empezando a difundir, posicionar y diferenciar nuestros productos.
- Que alguien certifique y que diga que no esta peleado con el medio ambiente, talvez solo podríamos pedir estas dos cosas de principio, no necesitamos mil normas, empecemos por algo.
- Podemos partir con los criterios del comercio justo internacional; no explotar a niños, respetar el medio ambiente, involucrar a la mujer, etc.
- El consumidor guiará su consumo por la identificación del sello y podemos desarrollar el consumo ético.
- Todos pensamos que es fácil exportar pero es mentira, se necesita cumplir normas para que nuestro producto sea reconocido como tal. Es mejor que empecemos a nivel nacional, a través de RENACC posiblemente, esto es clave porque vamos a diferenciar nuestros productos.
- Tenemos que tener nuestra propia certificación interna de Comercio Justo.

Que proponemos en este ámbito

Contar con una instancia de certificación Nacional en Comercio Justo, neutra y sin conflicto de intereses.

Para ello proponemos:

Generar el documento propuesta para desarrollar los mecanismos, procedimientos y normativas “básicas” para la certificación nacional y el logo marca (sello).

Contar con los procedimientos y normas claramente establecidos, además del funcionamiento integral del sistema; el procedimiento de certificación y el ente certificador.

Lanzamiento e introducción de los productos del CJ en el mercado nacional.

La población nacional conoce de la existencia de la certificación nacional de comercio justo.

Creemos importante incluir en esta propuesta a instituciones gubernamentales que ya trabajan esta temática como ser IBNORCA, CEPROBOL, que debieran ser las que liderasen este proceso de consecución de la certificación de comercio justo a nivel nacional.

5. ANEXOS

5.1. LISTA DE LAS ORGANIZACIONES REPRESENTANTES ELEGIDAS PARA LA CONFORMACION DE LA PLATAFORMA DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO.

- | | |
|-------------------------|----------------------------------------------|
| - CONACOPROC | Willivaldo Montero Chura
Melquiades Veliz |
| - UNAP – BOLIVIA | Gabriel Fernandez
Monica Choquetarqui |
| - GREGORIA APAZA. | Maria Esther Ibañez
Juan Carlos Rios |
| - ASIA-CHUQUISACA | Miguel Loredo |
| - MUNICIPIO DE SUCRE | Rene Theilmans |
| - CEPAS CARITAS BOLIVIA | Dario Alanoca
Wilma Quinteros |
| - CARITAS LA PAZ | Maria Paty Almaza |
| - CEDIMA | Luis Ticona |
| - RENACC BOLIVIA | Yolanda Herrera |
| - RIPESS Bolivia | Mario Choque |
| - RENACC TARIJA | Ademar Fernandez Cardozo
Marcelo Salgado |
| - RENACC LA PAZ | Alicia Canaviri
Edwin Noriega |
| - CADER | Santiago Icamaraza
Nancy Ichuta |
| - FEDEMYPE LA PAZ | José Huasco López |
| - CECI BOLIVIA | Jorge Portugal |
| - AOPEB | Arminda Pascual |
| - CEIBO: | Agustín Choque |