MINISTERIO DE
DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL
VICEMINISTERIO DE COMERCIO INTERNO Y EXPORTACIONES
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

ESTRATEGIA PLURINACIONAL DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO

LA PAZ - BOLIVIA
DICIEMBRE 2010

CONTENIDO

CONTENIDO 1
ESTRATEGIA PLURINACIONAL DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO 2
1 ANTECEDENTES 2
2 COMERCIO JUSTO A NIVEL INTERNACIONAL 3
2.1 EVOLUCION DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL MUNDIAL 6
3 COMERCIO JUSTO A NIVEL NACIONAL 8
3.1 MARCO LEGAL 8
3.2 MARCO POLITICO – SOCIAL 9
3.2.1 Plan Nacional de Desarrollo (PND) 9
3.2.2 PLAN SECTORIAL DEL MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL. 11
3.3 ANTECEDENTES DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA 12
3.4 SITUACION ACTUAL DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA 14
3.4.1 CARACTERIZACION DE LAS ORGANIZACIONES Y PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO. 15
3.4.2 EXPERIENCIAS EXITOSAS EN BOLIVIA 23
3.4.3 AVANCES EN EL COMERCIO JUSTO.- REUNIONES Y ENCUENTROS REALIZADOS A NIVEL NACIONAL, RESULTADOS OBTENIDOS 28
4 CONSTRUCCION DE LA ESTRATEGIA 29
4.1 ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA DE ECONOMÍA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO 34
4.2 COMPONENTES ESTRATEGICOS 36
4.3 DESGLOSE DE LOS COMPONENTES ESTRATÉGICOS 41
4.3.1 Programas y proyectos del componente: Difusión y concientización 41
4.3.2 Programas y proyectos del componente: Finanzas Solidarias 45
4.3.3 Programas y proyectos del componente: Tecnologías apropiadas de producción Bio-Estable 50
4.3.4 Programas y proyectos del componente: Sistema de Certificación 54
4.3.5 Programas y proyectos del componente: Sistema de Certificación 57
4.3.6 Programas y proyectos del componente: Normativa e institucionalidad 61
5 REFERENCIAS 77

ESTRATEGIA PLURINACIONAL DE ECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO

1 ANTECEDENTES

La Economía Solidaria y el Comercio Justo en nuestro país se han desarrollado desde épocas ancestrales, con prácticas productivas basadas en principios de solidaridad, equidad, reciprocidad, las cuales se han ido transmitiendo por generaciones hasta la actualidad en busca del "*vivir bien*". Esta búsqueda, no corresponde solamente al bienestar de la sociedad sino a la satisfacción compartida de las necesidades humanas más allá del ámbito material y económico, lo cual es mencionado dentro del Plan Nacional de Desarrollo (PND), donde se muestran líneas estratégicas para alcanzar el desarrollo de Bolivia, por medio de un trabajo comunitario y basado en la solidaridad y productividad.

Esta búsqueda del vivir bien se manifiesta en Bolivia por medio de las prácticas de los principios del Comercio Justo. Para que el movimiento de Comercio Justo sea fortalecido, algunas de las organizaciones matrices productivas como la *Plataforma Multisectorial de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria y Comercio Justo* y la *Red Nacional de Comercialización Comunitaria RENACC* han trabajado en eventos y otras actividades relacionadas a esta temática.

Considerando estos aspectos fundamentales dentro del proceso de construcción de la economía plural y del nuevo modelo de desarrollo productivo se plantea esta Estrategia con los lineamientos para desarrollar el Comercio Justo en Bolivia. Asimismo, el comercio justo está enmarcado en la Nueva constitución Política del Estado, al ser una práctica económica eminentemente comunitaria y de reciprocidad. En este sentido, la Constitución en el artículo Nº 308 plantea que: "El Estado reconocerá, respetará, protegerá y promoverá la organización económica comunitaria".

En 1988, se creó la primera iniciativa de organismos de certificación de Comercio Justo, "Max Havelaar", en Holanda, siendo el inicio de ventas en tiendas especializadas e incluso supermercados. El sistema de certificación en Holanda con el sello Max Havelaar, y las tiendas de venta fueron un éxito, por lo que se copió en varios países de Europa y Estados Unidos bajo otros nombre: Transfair, Fairtrade, Max Havelaar France, etc., para otros productos alternativos al café, como cacao, chocolate, miel, azúcar y té con sello de garantía. Para certificar esta garantía, tanto los productos como los grupos productores y las organizaciones importadoras y distribuidoras son sometidos a estrictas auditorias de control. A la generalización de ventas con sello de garantía se ha denominado segunda generación del Comercio Justo

Entre los ´80 y ´90 nacen las organizaciones europeas IFAT, EFTA, FLO y NEWS, encargadas de la promoción, control y relaciones públicas del Comercio Justo y articulan los diferentes organismos e instituciones relacionados con este movimiento (CIAT). Todas las iniciativas de certificación se unieron en 1997, bajo el nombre de *Faitrade Labelling Organizations International (FLO)*, que marcó el inicio de un movimiento unificado internacional de certificación de Comercio Justo. En el año 2004, se creó FLO-CERT como organismo de certificación de productos de Comercio Justo que garantice una certificación transparente independiente. FINE es la agrupación de cuatro instituciones que están relacionadas al Comercio Justo, y está formado por cuatro instituciones: FLO Internacional, IFAT, NEWS, EFTA, de cuyas iniciales se forma FINE.

FLO – INTERNACIONAL. (Organización para la Certificación en Comercio Justo)

Es una asociación multidisciplinaria, sin fines de lucro reconocida públicamente que involucra a 23 organizaciones miembros que son las iniciativas de certificación, organización de productores, comercializadores y expertos en Comercio Justo. Forma parte de una red internacional de organizaciones que apoyan a los productores y difunden este movimiento. Se encarga principalmente de los estándares de Comercio Justo que benefician a pequeños productores y trabajadores, promueve la

producción sostenible, garantiza un precio justo y la otorgación de primas. La asociación desarrolla y revisa los criterios de Comercio Justo y asesora a los productores certificados en el cumplimiento de los mismos, en la consolidación de sus negocios y en el logro de nuevas oportunidades en el mercado.

FLO-CERT GmbH es responsable de la inspección y de la certificación de las organizaciones de productores y de los comerciantes conforme a los criterios de Comercio Justo. La independencia de las inspecciones asegura que los productores reciban el precio mínimo de Comercio Justo y que el sello Fairtrade sea utilizada únicamente en productos procedentes de productores certificados.

IFAT (Federación Internacional para el Comercio Alternativo)

Es una red global constituida por más de 300 organizaciones de Comercio Justo en 70 países. Aproximadamente el 65% de sus miembros se encuentran en el sur (Asia, Medio Oriente, África y América del Sur), los miembros son cooperativas de productores y asociaciones, empresas de comercialización y de exportación, importadores, minoristas, redes nacionales y regionales e instituciones financieras dedicadas a trabajar bajo los principios del Comercio Justo.

EFTA. Asociación Europea de Comercio Justo.

La asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) nace en 1990 de la coordinación de once organizaciones relacionadas (importadores) de nueve países europeos, después de diez años de cooperación informal, aplicando políticas y estrategias comunes, brinda apoyo a los productores y lucha por la adopción de los principios del Comercio Justo en las prácticas comerciales europeas. Se armonizan progresivamente las políticas con respecto a los productores y se hace uso creciente de los conocimientos y la experiencia de sus miembros:

- Gepa (Alemania) es experto en productos de cultivos biológicos.
- OS3 (Suiza) es el especialista en cacao y chocolate

- Fair Trade Organisatie (Países Bajos) es el encargado del café.

Además, la Unión Europea es una unidad en el ámbito comercial, puesto que las medidas políticas en este campo (aranceles sobre los productos del Tercer Mundo) se toman en Bruselas. (Eurosur - EFTA)

NEWS (Red de Tiendas Europeas de Comercio Justo)

Esta Red tiene el objetivo de unir a las tiendas y las Asociaciones nacionales alrededor de Europa; iniciar, coordinar y promover campañas de Comercio Justo y Justicia del comercio en Europa; cooperar con otras organizaciones relacionadas tales como IFAT, EFTA, y FLO, y otras que están trabajando en temas de desarrollo.

Hasta la fecha, existen organizaciones de productores que se encargan de gran parte de la cadena productiva, desde la producción, beneficiado o industrialización hasta llegar a la comercialización de sus productos en mercados internacionales del Norte. Esta dinámica de comercialización permite que el Comercio Justo tenga más avance dentro de un mercado competitivo ya que son ellas mismas las que pueden llegar a los consumidores finales y conocer sus necesidades y requerimientos para la elaboración de sus productos. (ESPANICA- Comercio Justo)

2.1 EVOLUCION DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL MUNDIAL

El Comercio Justo se ha desarrollado principalmente con el café como principal producto y como el símbolo del movimiento, sin embargo, en los últimos años se han incorporado otros productos tanto agrícolas como no agrícolas.

El número de organizaciones de productores certificados por FLO también ha ido en crecimiento. A finales del año 2004 eran 430 organizaciones de productores certificados, en el 2005 eran 498, esto implica un aumento del 13%. Y en el 2007 han sido certificadas 634 organizaciones de productores, es decir 21% de incremento. Esto

engloba a más de un millón de productores y trabajadores; incluyendo a sus familias, son 5 millones las personas beneficiadas en 50 países de África, Asia y Latinoamérica.

Mas del 50% de las organizaciones certificadas a nivel mundial por FLO se encuentran en Latinoamérica, siendo México el país con mayor numero de organizaciones certificadas (50), seguido de Colombia con 48 organizaciones certificadas. Bolivia cuenta con 26 organizaciones certificadas por FLO en diferentes rubros. Cuadro Nº 1

Cuadro Nº 1 Países con mayor número de organizaciones productivas certificadas por FLO

País	Número de organizaciones
México	50
Colombia	48
Sud Africa	47
Perú	44
Kenia	36
India	36
Bolivia	***26***
Republica Dominicana	24
Guatemala	23
Ecuador	22
Honduras	20
Nicaragua	20
Brasil	18
Tanzania	16
Uganda	16
Costa Rica	13
Burkina Faso	11
Argentina	10
Cuba	10
Tailandia	10

Fuente: FLO 2007

Recientemente se ha confirmado el desarrollo del "Consumo ético", donde los valores de los consumidores han cambiado drásticamente enfocándose a los valores éticos y en la historia detrás de estos productos. Esto se observa en las compras mundiales de productos de Comercio Justo de 1,6 billones de euros en el año 2006, que constituye 46% más que el año anterior.

El desarrollo del Comercio Justo ha ido en aumento en los últimos años, tanto en volúmenes de producción, numero de organizaciones certificadas, demanda de los

BOLIVIA DIGNA

La Estrategia Nacional Socio Comunitaria, toma en cuenta cuatro aspectos: Económico, político, social y cultural para generar las capacidades humanas y comunitarias, convirtiéndose la política social en una condición fundamental para el desarrollo orientado al vivir bien.

La Estrategia Nacional Socio Comunitaria "Bolivia Digna", es la respuesta a esta situación con el desmontaje del colonialismo liberal y la construcción de la interculturalidad y comunitarismo, orientados a construir simetrías en las relaciones de poder, y en la conformación de armonías, equilibrios, interdependencia y autonomías, con la toma de decisiones entre el Estado y la sociedad y la participación permanente de la comunidad y están orientadas a erradicar la pobreza, la exclusión, la marginación y explotación social, cultural, económica y política, a generar un patrón equitativo de distribución de las riquezas y las oportunidades, mediante *políticas y estrategias sociales integrales y sostenidas*, *como parte de la revalorización de los derechos de las personas y grupo sociales, políticas de acción afirmativa para los sectores excluidos* y *políticas de valoración de los saberes y conocimientos locales.*[2]

BOLIVIA PRODUCTIVA

La formación de la matriz productiva nacional.

La dimensión económica del PND está formada por dos grupos de sectores: los sectores estratégicos generadores de excedentes (hidrocarburos, minería, electricidad y recursos ambientales) y los sectores generadores de ingresos y empleo (Desarrollo agropecuario, transformación industrial manufacturera y artesanal, turismo y vivienda).

Los sectores generadores de ingresos y empleo son intensivos en mano de obra y con capacidad de generar ingresos para el conjunto de la población. Las limitaciones del

[2] PND, 2007.

sector generador de empleo e ingresos muestra que pese a su gran capacidad para crear fuentes de trabajo, se caracterizan por su bajo nivel de desarrollo tecnológico y de productividad, su débil organización institucional y su dependencia respecto a la dinámica de otros sectores productivos y comerciales.

BOLIVIA SOBERANA

Nueva política de Relaciones Exteriores.

Esta nueva política está basada en el comercio solidario y complementario donde se considera al comercio exterior en un complemento y no como un reemplazo de la producción local y nacional, con un patrón primario exportador, diversificado e independiente. Las exportaciones deben estar orientadas a favorecer a los actores productivos pequeños, medianos y grandes de productos con valor agregado, favoreciendo a los productos de producción ecológica y que favorezcan la biodiversidad y el medio ambiente, principios que contiene el Comercio Justo.

3.2.2 PLAN SECTORIAL DEL MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL.

Dentro del marco político – social es necesario tomar en cuenta al Plan Sectorial del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, donde se toma en cuenta el nuevo modelo de la matriz productiva que tiene los siguientes ejes estratégicos: Industrialización, Diversificación Productiva, Reconversión Productiva, Soberanía Productiva y Alimentaria, Diversificación de mercados internacionales.

Dentro del eje de Diversificación de mercados internacionales se quiere expandir y consolidar el mercado interno, mejorando y diversificando las condiciones de acceso a los mercados externos , generando una oferta exportable con valor agregado, además de construir un patrón de apertura externa selectiva, diversificando los mercados internacionales en función a procurar un *Comercio Justo*.

Existen, dentro del Plan sectorial, políticas especificas enfocadas al apoyo de las organizaciones productivas como el *Patrón exportador diversificado con valor agregado y fortalecimiento del mercado interno* donde se quiere fortalecer a los pequeños productores y desarrollar el mercado interno que les permita organizar los emprendimientos asociativos, para generar capacidades y posicionarse en los mercados externos con exigencia y competitividad, esto se puede lograr atendiendo sus necesidades especificas.

Otra política es la *Construcción del marco institucional del nuevo modelo productivo* cuyo objetivo es implementar, ampliar y configurar un nuevo marco normativo e institucional para apoyar y promover la articulación entre las diferentes unidades productivas para promover el desarrollo económico nacional.

3.3 ANTECEDENTES DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

La **Economía Solidaria** se puede entender como: "El proceso socio-económico en el cual las personas son el centro y objetivo principal de los esfuerzos que los seres humanos realizan para mejorar su calidad y sus condiciones de vida, fortaleciendo sus capacidades" (CECI, 2008); asimismo se la puede conceptualizar como: "Aquella que se encuentra al servicio de las personas como una alternativa al modelo económico imperante, siendo un instrumento de transformación social y de justicia que fomenta un desarrollo humano sostenible y participativo" (VILLADIEGO, 2005).

La Economía Solidaria tiene raíces profundas en los pueblos originarios de Bolivia, quienes han desarrollado los principios de la vida comunitaria y de la Economía Solidaria como la solidaridad, la reciprocidad y la equidad en busca de "*El Vivir Bien y en armonía*" o "*Suma Qamaña*" involucrando este concepto las relaciones entre las personas, como parte de la comunidad, con interculturalidad, en armonía con la naturaleza y través del tiempo. La reciprocidad es el "gusto de dar y de criar con cariño" no es una acción de ida y vuelta (Rengifo 1996).

El Ayni, la mink´a o minga, la tunka, la mita, la humaraqa, el waykanacuy, etc. son modalidades del "gusto de dar" y son vínculos de solidaridad y cooperación entre los runas (personas), la naturaleza y las wacas (tiempo y espacio) para que la vida fluya, desarrollados por las culturas ancestrales y las comunidades o ayllus donde no hay actividad que no se haga sino con la solidaridad y la conversación gustosa del grupo con el proposito de buscar el bienestar social en su totalidad.

El **Ayllu**, es una forma de organización social que responde a las necesidades y proyecciones de los pueblos andinos, responde a una relación étnica y de parentesco social, actualmente es una organización cuyo vínculo principal es la tierra y el trabajo en común, su vigencia abarca casi todos los pueblos indígenas de la región andina: Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Chile, es decir el territorio del Tahuantinsuyo constituyéndose en un espacio de unidad y reciprocidad. Actualmente es una institución vigente y libre que se forma de acuerdo a las estructuras familiares, tienen presente la solidaridad como única base común y la reciprocidad complementaria, que forman parte de la estructura de cada Ayllu.

El colectivismo agrario era practicado por los Ayllus de la Marka, poseyendo tierras en forma colectiva con una racional distribución del trabajo y equitativa distribución de los beneficios. El Ayni, la Minka, la Jayma, el Kaki, la Uñaqa y otras formas de cooperación temporal eran practicados sin la necesidad de suscribir ningún contrato, solamente por la obligación de cooperar. Este espíritu cooperativo se expresa también en un profundo respeto a la dignidad de las personas y al desarrollo del mejoramiento de las relaciones humanas, en la disponibilidad de todos de resolver problemas comunes y en la disposición de sujetarse a normas justas.[1]

El Ayni, la mink´a o minga, la tunka, la mita, la humaraqa, el waykanacuy, etc. son modalidades del "gusto de dar" y son vínculos de solidaridad y cooperación entre los runas (personas), la naturaleza y las wacas (tiempo y espacio) para que la vida fluya, desarrollados por las culturas ancestrales y las comunidades o ayllus donde no hay

actividad que no se haga sino con la solidaridad y la conversación gustosa del grupo con el propósito de buscar el bienestar social en su totalidad.

La **mink´a** o **minga** es una forma de cooperación efectuado por otros en el cual había distribución de alimentos. Todos los miembros de un Ayllu se reunían para la cosecha y para la siembra, para la caza, etc. El **Ayni** es una palabra quechua que significa dar la mano, es decir involucra términos de cooperación y solidaridad. Es una forma de vida que se manifiesta como relaciones sociales basadas en la ayuda mutua y reciprocidad. Es un hábito dentro de las comunidades rurales y urbanas, como forma de trabajo colectivo solidario tiene en la actualidad un valor importante en las comunidades indígenas andinas, donde se utiliza como una estrategia de sobrevivencia y cohesión cultural.

El ayni y sus modalidades diversas no están referidos sólo a la actividad agrícola, sino a la ganadería, a la construcción de casas, de canales de riego, de caminos, a las fiestas patronales, a los funerales, etc. Toda actividad es hecha en ayni. Y es que todos están preparados para apoyar en todo La **Tunka** es una forma organizada de cooperación del trabajo en grupos de diez o más personas. Dentro de la Tunka se encuentra la **mita** o turno obligatorio de trabajo en las labores agrícolas por parte de los miembros del Ayllu (CECI, 2008)

Actualmente, la modalidad de trabajo donde se estimula y practica la solidaridad son las cooperativas y asociaciones, donde la propiedad del capital esta repartida entre los socios por igual, tienen los mismos derechos y obligaciones. En las cooperativas, que es otra forma de asociación de productores, quienes se reúnen para realizar compras y ventas en común.

3.4 SITUACION ACTUAL DEL COMERCIO JUSTO EN BOLIVIA

El Comercio Justo se puede entender como: “Una forma alternativa de comercio”, asimismo como; “Una forma de intercambio comercial donde se reducen los

intermediarios típicos del comercio convencional y donde se paga un precio justo a sus productores" (CECI, 2008).

Aunque los prácticas de la Economía Solidaria y el Comercio Justo remontan desde tiempos coloniales en nuestro país, los principios en los cuales se basan: solidaridad, reciprocidad y equidad se practican hasta el presente, sobre todo en prácticas agrícolas y productivas velando el bienestar social en su conjunto en busca de "el vivir bien y en armonía" - "Suma Qamaña",.

Esta forma de trabajo ha dado lugar a sistemas de trabajo organizado y con una estructura definida, agrupados de acuerdo a intereses y objetivos propios.

3.4.1 CARACTERIZACION DE LAS ORGANIZACIONES Y PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO.

A nivel nacional existen varias organizaciones e instituciones que se dedican y trabajan en relación al Comercio Justo. Estas instituciones pueden ser agrupadas en instituciones de apoyo, organizaciones matrices y organizaciones productivas en diferentes rubros: café, cacao, quinua, tejidos, textiles y artesanías en general.

Realizando una base de datos se llego a identificar un total de 574 instituciones de donde 19 son instituciones de apoyo, 17 son organizaciones matrices y el resto son organizaciones productivas en diferentes rubros.

Instituciones de apoyo

Las instituciones de apoyo son organismos que coadyuvan en el trabajo que realizan las organizaciones productivas y redes relacionadas al Comercio Justo. Estas entidades se encargan de facilitar programas de capacitación, acceso a mercados y/o incidencia política.

Dentro de este grupo se encuentra CECI (Centro Canadiense de estudios y cooperación internacional), que está trabajando en Bolivia desde hace 12 años, apoyando principalmente a sus socios en capacitación, apoyo en el acceso a mercados y la incidencia política; a través de su programa Uniterra.

Otras instituciones de apoyo, lo constituye CEPAS – CARITAS, institución católica dedicada al apoyo y mejoramiento de las condiciones de vida de los más empobrecidos, realiza actividades de apoyo, fortalecimiento y asistencia técnica, no solamente en el tema de Comercio Justo, además de orientación, asesoramiento, formación y capacitación, búsqueda de mercados nacionales e internacionales y apoyo en la participación de ferias y expoferias.

Centro de Promoción y Estudios Wiñay. Que trabaja en el apoyo de y desarrollo de pequeños productores, en el tema de Comercio Justo ha realizado el apoyo a RENACC en la complementación del Plan Estratégico, elaboración de POAs, Propuesta del Decreto Supremo, facilitación de talleres participativos y encuentros, propuesta de la certificación nacional y apoyo en la creación del movimiento.

Otras instituciones que han apoyado y están trabajando en el tema de Comercio Justo, son: PROCOIN, VISION MUNDIAL, AYUDA EN ACCION, entre otras. PROCOIN, ha apoyado a las organizaciones productivas principalmente en asistencia técnica, participación en ferias nacionales e internacionales, elaboración de material promocional. Visión Mundial, recientemente ha elaborado un manual guía de Comercio Justo y ha organizado el evento denominado: “Intercambio de Experiencias en Desarrollo Económico y Comercio Justo” juntamente con el “Seminario Internacional de Comercio Justo” en la ciudad de Cochabamba

Otras organizaciones que también son consideradas de apoyo son las instituciones financieras, que han brindado apoyo sobre todo crediticio, con el desarrollo de productos, servicios y alternativas que van en beneficio de los productores y organizaciones productivas que trabajan en el Comercio Justo. Estas instancias son FONCRESOL, ANED.

Organizaciones matrices o Redes

Las organizaciones matrices o redes agrupan a otras organizaciones de base, trabajan en el apoyo y desarrollo de las organizaciones que las conforman de acuerdo a sus objetivos planteados y a su visión establecida al momento de la creación que son más amplios que la misma organización de base.

Estas redes están conformadas de acuerdo a sus estatutos y normas establecidas y las organizaciones que las conforman tienen intereses comunes de acuerdo a la producción o comercialización. Estas pueden compartir sus actividades y ayudarse entre si para lograr mejores resultados que los obtenidos hasta la fecha.

Este trabajo mayor ha traído como consecuencia el perder el contacto directo con los productores y entre los productores de las organizaciones miembros, desconociéndose en muchos casos el número de afiliados y sus datos, y objetivos de trabajo, principalmente de los que por alguna razón han dejado de participar de algunos de los principios de la red u organización matriz.

Es decir que las redes, están más orientadas al trabajo con las organizaciones y sus representantes, dejando el relacionamiento directo con los productores a los representantes de las organizaciones de base.

Una de las Redes más grandes la constituye la ***Plataforma Multisectorial de Economía Solidaria y Comercio Justo*** que tiene afiliado a 18 organizaciones e instituciones a nivel nacional que trabajan en el tema de Comercio Justo, fue creada con el propósito de realiza incidencia política ante las instancias respectivas.

Otra organización es la ***Red Nacional de Comercialización Comunitaria de Bolivia*** RENACC que cuenta con 4 regionales en La Paz, Tarija, Oruro, y Santa Cruz; estas regionales agrupan a organizaciones de base, productores del sector artesanal y del sector agropecuario.

Estas redes fueron conformadas para lograr representatividad, dentro de una sociedad en la que se sintió la discriminación y la poca atención y valoración de sus productos, durante mucho tiempo.

En Octubre del 2008 estas organizaciones matrices, decidieron modificar el sistema organizativo de la Plataforma Multisectorial con todas sus organizaciones al llamado "Movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo", el cual a la fecha, consta de una comisión *ad hoc* que está trabajando para lograr la conformación plena de este movimiento destacando y analizando las características que debería tener el mismo para trabajar en beneficio de los productores del Comercio Justo a nivel nacional. Esta Comisión ad hoc se encargará del trabajo designado durante 90 días, tiempo después del cual se reunirán nuevamente las organizaciones para tener en claro las funciones y atribuciones del Movimiento

Otras organizaciones matrices son: CIOEC (Coordinadora de Integración de Organizaciones Económica Campesinas de Bolivia). La AOPEB, (Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia), es la organización matriz que aglutina a productores ecológicos en diferentes rubros alimenticios. Esta asociación ha desarrollado dentro del Comercio Justo actividades tales como, apoyo a los productores para establecer contacto con los compradores de sus productos, promoción hacia mercados internacionales a los productores afiliados, capacitaciones en el tema de producción ecológica, y apoyo en los tramites de exportación a las organizaciones de productores.

CONACOPROQ (Comité Nacional de Competitividad y Productividad de la Cadena de la Quinua) es una organización matriz que agrupa a productores, transformadores, exportadores de quinua de los departamentos de Oruro, Potosí, Chuquisaca, La Paz, Tarija y Cochabamba, pese a que es un miembro de la Plataforma Multisectorial, esta organización no realiza el CJ, pero tiene afiliado a 3 organizaciones que comercializan bajo esta modalidad y sus principios se encuentran enmarcados dentro de la Economía Solidaria, por esta razón su principal actividad dentro de este movimiento es la participación en ferias.

Organizaciones Productivas

El tiempo que los productores trabajan bajo los principios del comercio justo es variable en los diferentes sectores. Es así que el rubro de las artesanías y tejidos son los que tiene

Cuadro Nº 4: Precios de los productos de algunas de las organizaciones que elaboran artesanías y textiles

Organización	Rubro	Productos	Precio por Unidad	Precio por Mayor
Unión de artesanos de la tierra - UNIARTE - OEPAIC	ARTESANIAS	Cerámicas (Móviles y colgantes) Puntura sobre madera Tejidos (hamacas, bolsos) Aplicación en tela Pintura en lienzo	Precios y modelos variados Precios y modelos variados 515 Bs Precios y modelos variados Precios y modelos variados	hasta un 15% menos hasta un 10% menos hasta un 10% menos hasta un 10% menos hasta un 10%
Asociación de Artesanos Pachamama	ARTESANIAS	Cerámicas	solamente de la mano de obra	solamente de la mano de obra
Artex Mujeres Aymaras - CDIMA	TEJIDOS	Mantillas Chompas y suéteres Accesorios Ponchos a telares y crochet	35 $us/ en promedio 25 $us - 17 $us/ en promedio 10 $us/ en promedio 50 $us/ en promedio	
Asociación de Artesanos Pachamama	TEJIDOS	Guantes Chompas cortitas Chalinas Estilo blusas	Variable de acuerdo al producto	Variable de acuerdo al producto
Asociación de Artesanos Pachamama	TEJIDOS	Guantes Chalinas Estilo blusas Chompas cortitas	variable de acuerdo a decisión del grupo	Variable de acuerdo a decisión del grupo
ICAB	TEJIDOS	Chulos Burgo (Gorrito) Chalina Guantes Capechos (Chuspa) Tarjeteros (Chalina c/bolsillo)	28 Bs 28 Bs 55 Bs 35 Bs 150 Bs 20 Bs	300 Bs/doc 300 Bs/doc 600 Bs/doc 380 Bs/doc 1500 Bs/doc 200 Bs/doc
Comart Tukuypaj	TEJIDOS	Mantillas Chalinas Zaratones Monederos Lapiceros Gorros	34 $us 18 $us 12 $us 8 $us 12 $us 8 $us	32 $us 16 $us 10 $us 7 $us 10 $us 7$us
Corrigiendo huellas	TEJIDOS	chalinas chompas poncho mantilla guantes gorros chulo	80 Bs 180 Bs 180 Bs 160 Bs 63 Bs 49 Bs 70 Bs	No varía por mayor
Asociación de artesanos y artesanas de Tajzara - OEPAIC	TEJIDOS ARTESANALES	Tejidos en telar de oveja Tejidos en telar de alpaca Tejidos en telar de llama	Variable 30 $us Variables	

Fuente: Encuesta 2008

Mercados nacionales

A nivel nacional, los productos son distribuidos principalmente en tiendas locales, y ferias departamentales, dependiendo de los rubros. Actualmente se han creado tiendas especializadas de comercio justo ubicadas en lugares estratégicos accesibles a personas con altos recursos, tal es el caso de Mama Rawa del departamento de La Paz, quien se encarga de la comercialización de los productos artesanales y textiles de alta calidad.

Mercados internacionales

Los productos elaborados son comercializados en mercados nacionales y mercados internacionales. A nivel internacional, la mayor parte de los productos son comercializados en Estados Unidos y Europa, como se observa en el siguiente cuadro.

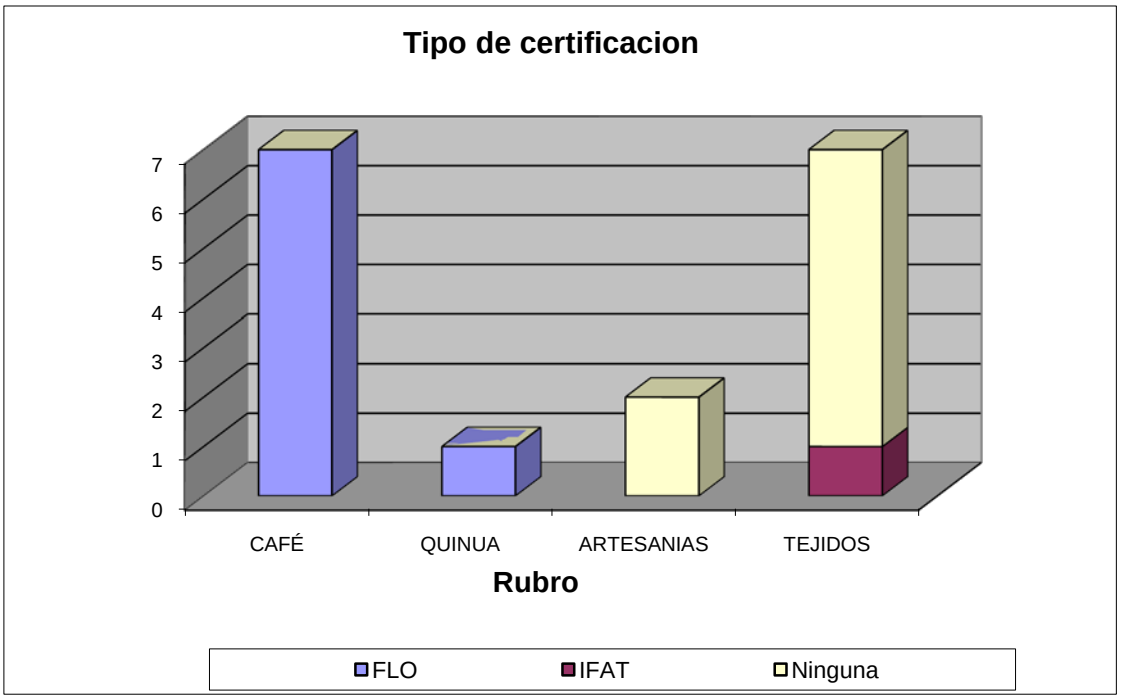
Cuadro Nº 5: Mercados internacionales de los rubros de Comercio Justo

Mercado	Rubros
Estados Unidos	Café, quinua, tejidos y artesanías
España	Tejidos y artesanías
Brasil	Quinua y artesanías
Canadá	Quinua y tejidos
Otros países de Europa	Quinua y tejidos
Israel	Tejidos
Japón	Tejidos
México	Tejidos
Colombia	Tejidos

Fuente: Encuesta 2008

Con relación a la certificación, los productores de café, al igual que los productores de quinua se encuentran certificados por FLO que actualmente deben renovarlos cada tres años. El sector de las artesanías, solamente algunas de las organizaciones están certificadas por IFAT, sin embargo el sector de las artesanías no cuentan con ninguna certificación, como se observa en el gráfico de la siguiente página.

Grafico Nº 1: Certificación internacional de acuerdo a los diferentes rubros entrevistados



Fuente: Encuesta 2008

3.4.2 EXPERIENCIAS EXITOSAS EN BOLIVIA

En la actualidad existen experiencias exitosas que han desarrollado sus actividades basados en los principios del Comercio Justo, las cuales han sido mencionadas en la Propuesta para el Desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo. Estas experiencias han sido reconocidas tanto a nivel nacional como internacional y son las que se detallan a continuación.

Productores agrícolas

EL CEIBO

El Ceibo es una Central de 38 Cooperativas de productores cacaoteros que se encuentran en la región de Alto Beni, en las Provincias Caranavi, Sud Yungas y

Larecaja del Departamento de La Paz, se encargan del cultivo, acopio, procesamiento y comercialización del cacao orgánico y cacao convencional.

A nivel nacional, El Ceibo vende en sus puntos de venta y en tiendas de productos orgánicos distribuidos en varios departamentos, ascendiendo sus ventas a 180 a 200 TM por año. A nivel internacional, El Ceibo ha consolidado sus ventas en mercados del Comercio Justo y mercados de Productos Orgánicos con clientes como Alemania, Suiza, Italia, Austria, Japón, Francia y otros países de Europa y Norte América con diferentes líneas de productos: Cocoa, Instantáneos, Moldeados, Grageados, Coberturas o Bañados y productos orgánicos, exportando volúmenes de 300 a 360 TM por año

FECAFEB (FEDERACION DE CAFICULTORES EXPORTADORES DE BOLIVIA)

Es una organización matriz a nivel nacional que apoya y defiende los intereses de las familias de productores cafetaleros organizados facilitando la promoción y comercialización de su café. FECAFEB aglutina a 30 organizaciones económicas campesinas, estructuradas en Asociaciones, Cooperativas y CORACAS que representan a 8700 familias productoras de café orgánico certificado.

COOPERATIVA AGRÍCOLA INTEGRAL CAMPESINA CAIC (EL CAMPESINO)

Es un centro de procesamiento del fruto de la almendra que se encuentra en Riberalta conformado por campesinos indígenas de la región, para exportarla a varios países de la Unión Europea como Alemania, Italia y Francia.

Por medio del Comercio Justo, la cooperativa el campesino ha logrado la ruptura del círculo de explotación y dependencias de los años 80 y el desarrollo de una agricultura sostenible.

COINACAPA (COOPERATIVA INTEGRAL AGROEXTRACTIVISTA CAMPESINOS DE PANDO)

COINACAPA, localizada en la población de Porvenir – Pando, es una organización campesina que se dedica al acopio, beneficiado y comercialización de la castaña, inicio sus actividades desde el año 2001. Actualmente cuenta con 465 socios representantes de 45 comunidades, de los cuales 26% son mujeres y 22% de origen indígena. Con la certificación orgánica y de Comercio justo tienen la posibilidad de exportar la castaña a Estados Unidos y Europa principalmente Gran Bretaña.

ASIACH (ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS ALIMENTICIAS DE CHUQUISACA)

ASIA-CH es una asociación de empresas elaboradoras de alimentos en Sucre, que se conocieron en el proceso de comercialización de sus productos, y se formalizaron para conseguir objetivos comunes en lo empresarial y en lo social, tales como: provisión de insumos (compra de materias primas en grandes cantidades y a buenos precios), contar con una representación representativa válida ante el gobierno municipal, prefectural y nacional y ante la sociedad; conseguir mayores y mejores mercados para los productos mediante asistencia a ferias, apertura de puntos de venta (ATREVETE), canales de distribución compartidos, campañas, participación en licitaciones oficiales, contratos grandes y otros.

ANAPQUI (ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE QUINUA)

Es una organización que se encarga de la producción de quinua mediante el sistema tradicional, empleando métodos respetuosos al medio ambiente como el Manejo Ecológico de Suelos (MES) y el manejo ecológico de plagas (MEP) donde no se utiliza agroquímicos.

Ha sido fundada en 1983 como una Asociación nacional de productores de quinua, actualmente está conformado por 7 organizaciones regionales y ha logrado posicionar la quinua en 11 países como un producto de lujo, también ha logrado

atender la demanda nacional e ingresar a la industrialización del producto para exportarlo con valor agregado.

Productores artesanales

ASARBOLSEM. (ASOCIACIÓN ARTESANAL BOLIVIANA SEÑOR DE MAYO)

Es una organización económica de productores artesanales con identidad, localizados en el área suburbana de la ciudad de El Alto (La Paz) y comunidades rurales en la región andina de Bolivia, fue creada e 7 (n) 1 0 4 5 (9 1 9 (e 7 (n

3.4.3 AVANCES EN EL COMERCIO JUSTO.- REUNIONES Y ENCUENTROS REALIZADOS A NIVEL NACIONAL, RESULTADOS OBTENIDOS

Por el interés existente en una gran parte de la población dedicada a producir para el Comercio Justo, se han realizado hasta la fecha importantes avances en coordinación con los diferentes sectores productores y en algunos casos con el gobierno nacional.

Las actividades enfocadas al Comercio Justo han sido desarrolladas principalmente por las organizaciones de productores y redes relacionadas al comercio comunitario como es el caso de la Red Nacional de Comercio Comunitario (RENACC) y la Plataforma Multisectorial de Economía Solidaria y Comercio Justo, quienes participaron en los diferentes encuentros con las organizaciones involucradas en esta temática, tal es el caso del I Encuentro Emprendedor de la Economía Solidaria y el Comercio Justo de América Latina, desarrollado en Cochabamba el 14 y 16 de septiembre del 2005 donde salio como producto la "Declaración de Cochabamba", el III Encuentro Internacional de Economía Solidaria en Dakar en noviembre del 2005, y en el II Encuentro latinoamericano realizado en Cuba en septiembre del 2007.

A nivel local se realizo el Primer Encuentro Departamental de Economía Solidaria y Políticas Publicas realizado en El Alto en marzo del 2006, y a nivel Nacional, participaron en el Encuentro Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo realizado en Achocalla en marzo del 2007 donde fue creada la Plataforma Multisectorial de Economía Solidaria y Comercio Justo, y finalmente el II Encuentro Nacional de Economía Solidaria y el Comercio Justo realizado en diciembre del 2007.

Estas experiencias y encuentros han permitido confirmar que es necesario rescatar las experiencias exitosas para el planteamiento de una nueva alternativa de desarrollo socio-económico del país, asimismo, se ha podido realizar un acercamiento y apertura de dialogo entre los pequeños productores y el gobierno, dando como resultado la "Propuesta de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria y Comercio Justo en Bolivia", donde se realiza el planteamiento central de la inserción de la Economía

Solidaria y el Comercio Justo en las políticas de Gobierno y la certificación nacional de productos.

4 CONSTRUCCION DE LA ESTRATEGIA

De acuerdo a los datos primarios, secundarios y conversaciones con representantes de organizaciones ha sido posible la elaboración del siguiente cuadro, que muestra las fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas más representativas de los diferentes sectores que actualmente se dedican a la producción para un Comercio Justo.

Cuadro Nº 6. Análisis FODA del Comercio Justo en Bolivia.

Fortalezas		Debilidades	
- CONOCIMIENTO	- Conocimiento ancestral de las practicas y principios del Comercio Justo	- CERTIFICACION	- La certificación esta a veces fuera del alcance económico del productor
- EXPERIENCIAS	- Existen experiencias exitosas en el tema de Comercio Justo		- La certificación FLO no involucra productos artesanales
	- Se realizaron diferentes eventos para hacer conocer las experiencias de desarrollo y el avance del movimiento en Bolivia	- PRODUCCION/ CAPACITACION	- Se necesita fortalecimiento en las técnicas de producción en forma periódica, para mantener los actuales mercados y alcanzar nuevos, a través de capacitación y/o asistencia técnica
	- En las asociaciones se practican los principios del Comercio Justo		- Falta de conocimientos y fortalecimiento en aéreas contables y administrativas a los productores y líderes de las organizaciones
- ORGANIZACION	- Existe el compromiso del bienestar de los miembros de las organizaciones, productores y emprendimientos en general.		- Muchas organizaciones no conocen con precisión los requisitos que se exigen para obtener la certificación en CJ
	- Ya existen organizaciones que agrupan a las asociaciones de productores relacionados al CJ tal como RENACC, LA PLATAFORMA, ETC	- COMERCIALIZACION	- Aun no se cuenta con una total concientización de la producción para el CJ dentro de las asociaciones productoras del CJ
	- Existe disposición por parte de los productores para trabajar en forma		- Falta de capital inicial para el desarrollo de
PRODUCCION	conjunta en el tema de Comercio Justo		actividades productivas
	- La incorporación del enfoque ecológico en emprendimientos agrícolas		- No se cuenta con estándares de producción para los mercados de CJ (calidad del producto)

Fortalezas		Debilidades	
	- Adaptación de los emprendimientos a la diversidad geográfica y a la diversidad cultural. - Existe relación directa de los productores con los consumidores en el mercado interno - En muchos rubros se observa desarrollo local.	ORGANIZACION	- No se cuenta con estándares durante la producción y manejo de personal y administrativo. - No se cuenta con adecuada información ni investigación de mercados justos - No existe una adecuada promoción de los productos a nivel nacional e internacional - Falta posicionamiento de los productos - No existe el trabajo coordinado entre las diferentes organizaciones que conforman las redes productivas. Siendo que la mayor parte de ellas trabajan en forma independiente dentro de cada rubro. - Muchas organizaciones no están legalmente constituidas

Oportunidades		Amenazas	
- NORMATIVAS	- Los principios de la Economía Solidaria se encuentran en el PND - En la nueva constitución política del Estado se habla de una economía comunitaria	- GOBIERNO	- No existe a la fecha una instancia gubernamental que se dedique exclusivamente a atender las acciones de la Economía Solidaria y el Comercio Justo
- GOBIERNO	- El Viceministerio de Comercio y Exportaciones está apoyando la iniciativa	- NORMATIVAS	- No existe legislación específica que apoye a la economía solidaria y al Comercio Justo

Oportunidades		Amenazas	
- SOCIEDAD ORGANIZACIONES	del Comercio Justo y colocando en su agenda de trabajo. - Ya se tiene conocimientos del precio justo por medio de las difusiones en prensa (radio, televisión y prensa escrita) - Existe un precio mayor por los productos certificados en Comercio Justo - Se valora nuestros productos por su identidad cultural - El Comercio Justo juntamente con la agricultura orgánica serán una nueva alternativa de la economía a nivel nacional de acuerdo a la PNUD - Los eventos y encuentros realizados constituyen oportunidad para hacer conocer y difundir las experiencias exitosas - Se puede realizar alianzas entre las organizaciones del Comercio Justo	- SOCIEDAD - FINANCIERO	- No existen normas (políticas) para incentivar al país como país productor dentro de la ES, - No existen normas (políticas) para la promoción de los productos del Comercio Justo - No existe incentivos para garantizar la producción para el CJ - El tema de CJ no es conocido a la sociedad en general - Los consumidores no conocen que productos se encuentran dentro del CJ - Existe confusión con el tema de Precio Justo, termino actualmente difundido para beneficiar a los consumidores - Las entidades financieras no practican servicios al Comercio Justo.

En virtud al análisis anterior se desarrollo el siguiente cuadro donde se toma en cuenta las potencialidades, limitaciones, desafíos y riesgos necesarios para continuar con el trabajo del movimiento de Economía Solidaria realizado hasta la fecha por las organizaciones productivas.

Cuadro Nº 7. Análisis de las potencialidades, limitaciones, desafíos y riesgos del comercio justo

	O	A
F	***Potencialidades*** - Incentivar la producción y la venta de productos hacia el CJ basados en lo establecido en el PND - Apoyar a las organizaciones que agrupan a las asociaciones para el desarrollo de la ES y el CJ - Apoyar a los productores para perfeccionar los principios del CJ dentro de sus organizaciones para obtener mayores ingresos a través del CJ	***Limitaciones*** - Institucionalizar la ES y el CJ para trabajar específicamente en esta área a nivel nacional para el beneficio de los productores que ya se dedican al CJ y a los interesados en ingresar a este movimiento. - Concretizar y llevar a cabo las líneas de acción para beneficiar a los productores activos y potenciales del CJ, así como a las instituciones que trabajan en el mismo. - Desarrollar normas y leyes que favorezcan el desarrollo de la ES y CJ para el beneficio socio económico de Bolivia.
D	***Desafíos*** - Diseñar un sistema de certificación y regulación nacional de la producción y comercialización de productos agrícolas y artesanales dedicados al CJ al alcance de los productores. - Potencializar la capacidad productiva y comercial de los productores en base a los conocimientos y prácticas del CJ para desarrollar la producción y calidad de los productos para mercados de calidad.	***Riesgos*** **-** Apoyar e incentivar la producción para el CJ por parte del gobierno por medio de políticas comerciales que beneficien la comercialización a mercados existentes y la búsqueda de mercados.

4.1 ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA DE ECONOMÍA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO

La estrategia para el desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia, se basa en la necesidad de realizar un trabajo entre las organizaciones sociales productivas, artesanos, micro y pequeños empresarios, OECAs, conjuntamente con el gobierno. La intensa actividad realizada por los actores e involucrados dentro del movimiento de Economía Solidaria y Comercio Justo, han llevado a la difusión y reconocimiento de esta temática y por el interés por parte del gobierno de realizar acciones concretas planificadas de acuerdo a las necesidades de las organizaciones según las políticas enmarcadas dentro del PND que favorezcan a los productores dentro del Comercio Justo.

El enfoque de la presente Estrategia está dirigido hacia el beneficio del productor más que al mismo producto, tomando en cuenta sus necesidades, limitaciones, fortalezas y amenazas existentes. En el entendido que el desarrollo integral del productor en el fortalecimiento de sus capacidades, conocimientos, juntamente con el acceso a recursos económicos adecuados a la realidad de los productores y una tecnología apropiada puede llevar al desarrollo de productos de calidad que puedan competir y posesionarse en mercados nacionales e internacionales.

En nuestra realidad es el productor el principal actor de la cadena productiva, quien realiza no solamente actividades de producción primaria sino también de transformación y en algunos casos de comercialización, hasta llegar al consumidor final.

Las componentes estratégicas establecidas en el presente documento, se constituyen en los ejes orientadores de las intervenciones o acciones necesarias para superar las debilidades y favorecer las potencialidades en el marco del “Vivir bien”, para alcanzar la Visión propuesta para el 2018.

Figura Nº 1. Bases de la Economía Solidaria y sus componentes

Fuente y Elaboración: VCIE, Dirección General de Comercio Interno

La Economía Solidaria tiene su basamento en cuatro pilares centrales:

1) El **Comercio Justo**, entendido como un enfoque alternativo al comercio convencional internacional, es una asociación de comercio que busca un desarrollo sostenible para las y los productores excluidos y desfavorecidos, en el entendido de proveer mejores condiciones comerciales a través de preceptos medioambientales y sociales.

2) La **Tecnología Apropiada**, hace referencia a la incorporación de conocimiento nuevo a los procesos de producción de economía solidaria, velando por la generación de puestos de trabajo especializados y mantiene técnicas y oficios donde las tecnologías son aplicadas de manera afín a condiciones medioambientales y sociales sostenibles.

3) Los **Sistemas Financieros Solidarios**, son marcos crediticios de la economía solidaria que persiguen dos fines: por un lado financiar actividades económicas que tengan un impacto social positivo, y en segundo lugar, obtener beneficios que permitan la continuidad de la experiencia en el tiempo. Bajo el dominio de las finanzas solidarias se incluye las experiencias de crédito y servicios financieros orientados a la consolidación de las economías alternativas y solidarias. Entre los instrumentos que manejan estas instituciones figura un lugar destacado el microcrédito, con innovaciones microfinancieras acordes a la realidad boliviana de los pequeños productores.

4) La **Incidencia Política e Institucional**, tiene que ver con la necesidad de contar con espacios de representatividad directa en estamentos estatales, para la generación de política pública acorde a la economía solidaria, así como un marco institucional que de curso a los requerimientos de las prácticas de economía solidaria y comercio justo.

4.2 COMPONENTES ESTRATEGICOS

Los componentes estratégicos mencionados en el presente acápite fueron diseñados en base a la documentación secundaria cualitativa y cuantitativa proporcionados por las organizaciones involucradas en el tema del Comercio Justo y de acuerdo a los problemas y necesidades que requieren ser atendidos por el gobierno, para lograr la visión planteada como país en el tema de Economía Solidaria y Comercio Justo.

Para alcanzar la visión establecida en la presente estrategia es necesario realizar el fortalecimiento del Comercio Justo a lo largo de la cadena productiva desde la producción hasta la comercialización, a través del fortalecimiento del productor como actor principal de la cadena productiva, para alcanzar niveles

de productividad y competitividad a nivel nacional y a nivel internacional, y llegar a los consumidores con productos de calidad y excelencia.

Figura Nº 2

ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA DE NACIONAL DE ECONOMÍA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO

Fuente y Elaboración: VCIE - Dirección General de Comercio Interno

4.2.1. Componente: Difusión y concientización

El primer componente de la estrategia corresponde al proceso de difusión y concientización necesarios para desarrollar la economía solidaría, el comercio justo y las prácticas éticas, en un una nueva visión de Estado plural y de

economía comunitaria, en tal sentido, se proponen programas y proyectos que permitan la difusión de la estrategia, eventos de socialización y programas de educación para niveles primarios, secundarios, universitarios y de post grado.

4.2.2. Componente: Finanzas Solidarias

El segundo componente de la estrategia, corresponde a las finanzas solidarias bajo el esquema y preceptos de la economía solidaria, en tal sentido, se proponen programas y proyectos que permitan contar con un mecanismo crediticio para iniciar, en una primera instancia, y consolidar, en una segunda, determinado emprendimiento productivo específico en materia de economía solidaria y comercio justo, asimismo, se plantea crear el primer Banco de Desarrollo de la Economía Solidaria y la moneda social boliviana, como componentes centrales del mercado crediticio solidario.

4.2.3. Componente: Tecnologías Apropiadas de Producción Bio-estable

El tercer componente de la estrategia, permite puntualizar el uso de tecnologías apropiadas de producción bio-estable en los procesos de producción de economía solidaria, tomando en cuenta principios de preservación medio ambiental, así como el mejoramiento social de la población interviniente. Entre los procesos focalizados se advierte la necesidad de capacitación y asistencia técnica en conocimiento productivo tradicional y nuevo acorde al cuidado del entorno natural y los aspectos socio laborales.

Asimismo, es preciso generar mecanismos para dar curso a la gestión de calidad en el marco de los preceptos de la economía solidaria, mejorar los aspectos de diseño de los productos de comercio justo y generar un ámbito oportuno para el establecimiento de la marca, sello y embalaje con productos tradicionales, así como nuevos a partir de una asistencia técnica puntual con preceptos solidarios.

4.2.4. Componente: Sistema de certificación

Uno de los requerimientos fundamentales del movimiento de ES y CJ, es la necesidad de contar con un sistema de certificación nacional, que permita consolidar la visión productiva de comercio justo en mercados internos y externos. Para desarrollar las tareas mencionadas, se requiere contar en primera instancia, con un registro a nivel nacional de las unidades productivas en el Estado Plurinacional, posteriormente, se debe consolidar el proceso de certificación que además de ser de alcance nacional, debe velar por el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad y además por el bajo costo.

Un elemento esencial, además de los esquemas descritos, tiene que ver con la posibilidad de contar con un sistema de información de la producción de ES y CJ a nivel nacional, de manera de generar boletines y reportes estadísticos muy importantes para la evaluación y la toma de decisiones, finalmente, generar un sello nacional de reconocimiento internacional, para posicionar la producción nacional de ES y CJ en mercados nacionales e internacionales.

4.2.5. Componente: Comercio Justo

Una vez que se puede contar con finanzas solidarias, tecnologías apropiadas y un sistema de certificación, corresponde al pequeño productor incorporarse a mercados solidarios en condiciones más favorables que las actuales, para este cometido se requiere contar con una tienda virtual de comercio justo que posibilite la promoción de productos en mercados externos e internos, asimismo, es necesario desarrollar las redes comunitarias y las alianzas sectoriales en función de impulsar la producción específica de pequeños productores mediante articulaciones solidarias. Otro factor relevante, es la posibilidad de contar con tiendas de comercio justo a nivel nacional, que permita exponer y servicios de centros de comercio justo para pequeños productores; finalmente, es imprescindible un programa adecuado para la promoción de productos de

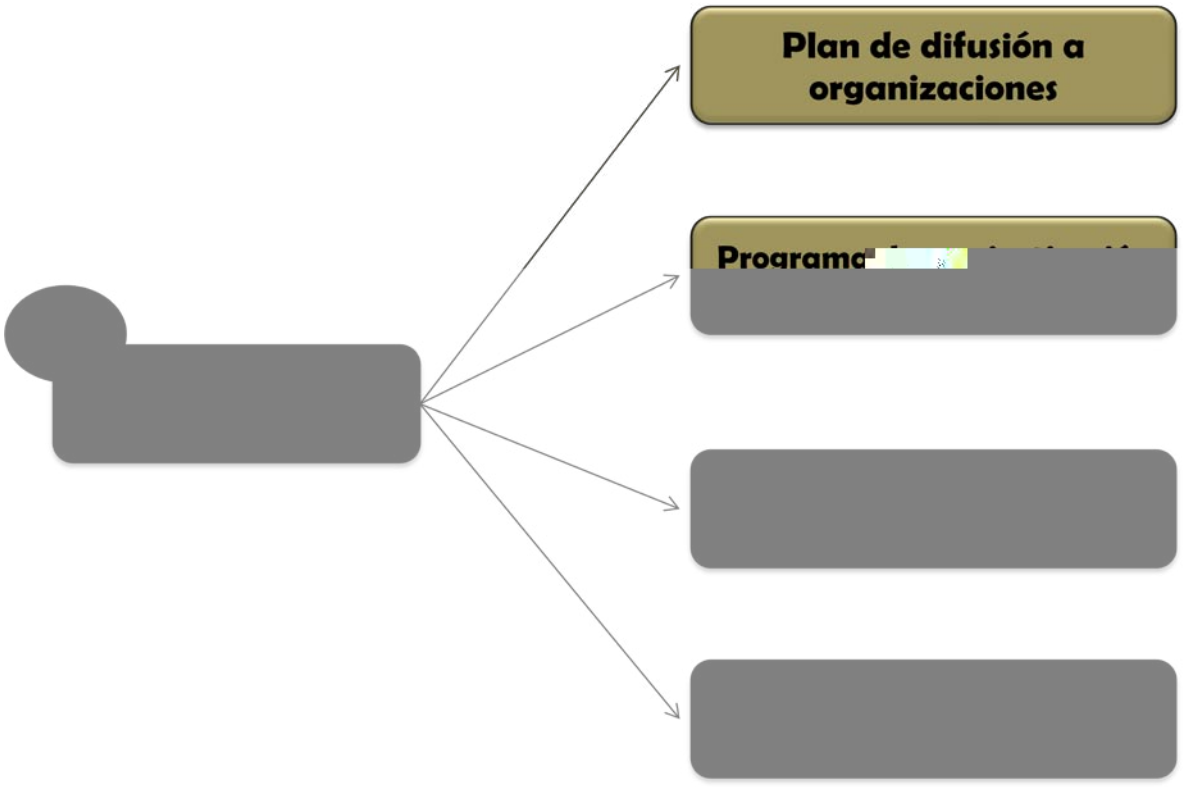
economía solidaria, a través, de una imagen país solidaria que permita una mejor intervención en mercados externos.

4.2.6. Componente: Normativa e Institucionalidad

Un aspecto central en la consolidación de la estrategia, es la posibilidad de contar con un marco normativo e institucional acorde a la estructura de la presente estrategia, en el sentido de establecer las reglas necesarias para desarrollar la economía solidaria, en tal sentido, se propone generar los mecanismos necesarios para contar, además de la estrategia, con la política nacional de ES y CJ, por otra parte, desarrollar y generar la normativa pertinente para consolidar la economía solidaria, asimismo, se requiere contar con instrumentos que posibiliten regular las intervenciones de los actores en el comercio justo, de manera de evitar prácticas de mercado convencional y el aprovechamiento consecuente de determinados sectores de la población de la puesta en marcha de la economía solidaria, finalmente, se plantea contar con el Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo en el entendido de establecer de manera directa la incidencia política e institucional correspondiente en el Estado Plurinacional.

4.3 DESGLOSE DE LOS COMPONENTES ESTRATÉGICOS

4.3.1 Programas y proyectos del componente: Difusión y concientización



4.3.1.1. Plan de difusión a organizaciones productoras e instituciones cooperantes

- Implementar un plan para difundir los principios y elementos relevantes de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a nivel nacional, en procura de potenciar al pequeño productor para alcanzar mercados solidarios, a partir de lineamientos estratégicos definidos.

Programas y Proyectos:

I) Proyecto de difusión de los principios y potencialidades de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a organizaciones productivas

Desarrollar un programa nacional de difusión de los principios y potencialidades de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a organizaciones productivas, analizando los factores relevantes para su inclusión y alcance a mercados solidarios.

II) Boletín: "Bolivia Justa y Solidaria"

Implementar la circulación de un boletín oficial de difusión de las actividades de economía solidaria y comercio justo a nivel nacional denominado: "Bolivia Justa y Solidaria" y de publicación en idiomas nativos, con la finalidad de constituirse en instrumento de extensión y conocimiento de los emprendimientos y logros de los pequeños productores involucrados.

4.3.1.2. Programa de concientización a la sociedad civil

- Implementar un programa de concientización en materia de comercio justo y consumo ético, con la finalidad de extender los principios de la economía solidaria y velar por su estricto cumplimiento.

Programas y Proyectos:

I) Concientización en comercio justo a la población civil

Desarrollar un programa nacional de concientización en prácticas de producción éticas, de los principios de la economía solidaria, las condiciones así como los beneficios del comercio justo.

II) Concientización en consumo ético a la población civil

Desarrollar un programa de concientización en prácticas éticas de consumo, con la finalidad emprender el comercio justo interno

4.3.1.3. Creación del Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo

- Implementar un Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo, mediante la participación de organizaciones productoras matrices, entidades públicas rectoras, representantes de redes sociales y otros vinculados.

Programas y Proyectos:

I) Proyecto de creación del Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo

Generar un espacio de consulta sobre temas relacionados con la Economía Solidaria y el Comercio Justo, con representantes de organizaciones productoras matrices, entidades públicas y expertos en la temática.

4.3.1.4. Estrategia comunicacional

- Implementar una estrategia comunicacional nacional en medios gráficos, radiales y televisivos de amplio alcance, con la finalidad de difundir los preceptos, líneas estratégicas, alcances de la economía solidaria y comercio y justo a nivel nacional.

Programas y Proyectos:

I) Proyecto de creación de la estrategia comunicacional en el ámbito de la Economía Solidaria y el Comercio Justo

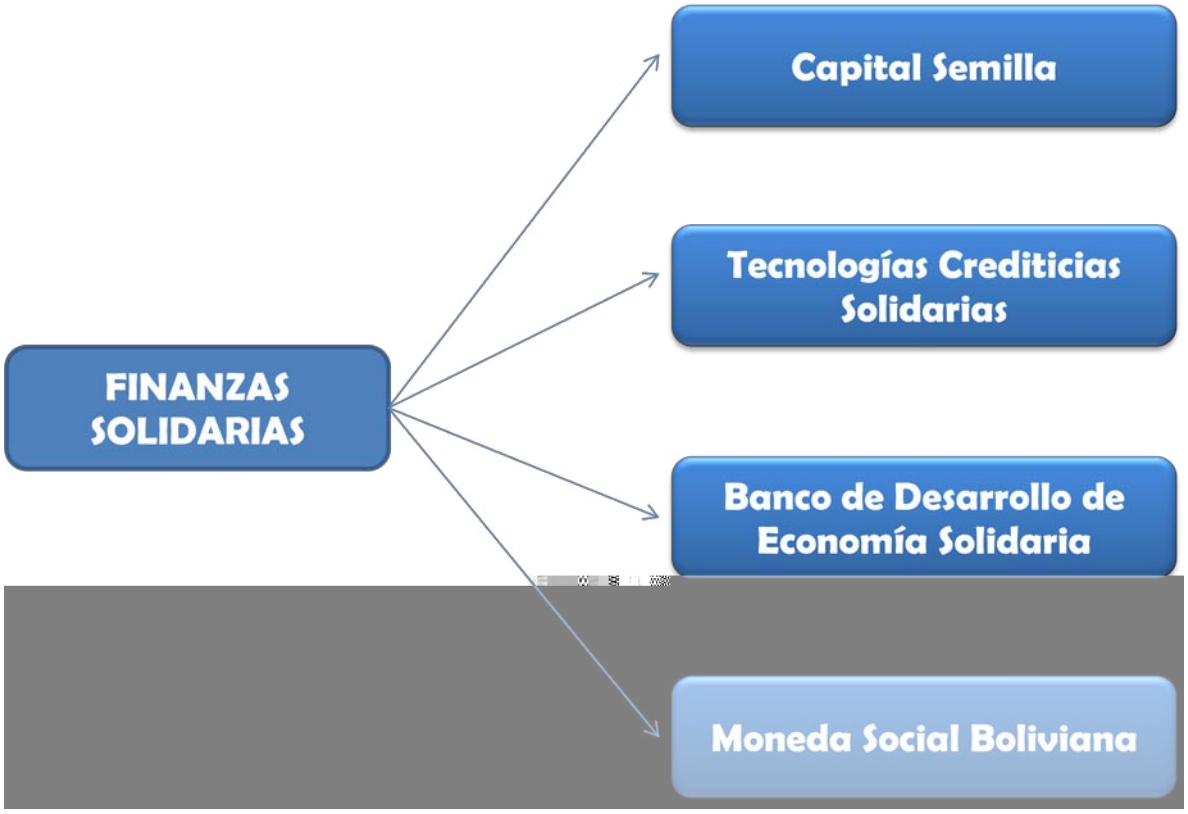
Desarrollar una estrategia comunicacional de posicionamiento de la ES y CJ de corto, mediano y largo plazo.

II) Difusión en medios escritos, radiales y televisivos

Desarrollar una estrategia comunicacional de posicionamiento de la ES y CJ de corto plazo, a través de

medios escritos, radiales y televisivos, con la finalidad de alcanzar spots didácticos en idiomas nativos y español.

4.3.2 Programas y proyectos del componente: Finanzas Solidarias



5.3.1.1. Capital Semilla

- Implementar un programa para brindar capital semilla, capital de operaciones y capital de riesgo para emprendimientos nuevos en economía solidaria.

Programas y Proyectos:

I) Microcrédito social sin aval

Desarrollar un mecanismo crediticio para alcanzar un préstamo de pequeña cuantía sin avales, pensado para ayudar a personas que quieran iniciar una actividad económica, creando una empresa y que no puedan aportar un aval bancario para pedir un préstamo.

II) Microcréditos para Mujeres Emprendedoras de Economía Solidaria

Desarrollar un mecanismo crediticio de pequeña cuantía sin avales, pensado para respaldar proyectos de creación de empresas impulsados por mujeres en el marco de la economía solidaria (o en los que al menos el 51% del capital de la empresa a crear esté en mano de una o diversas mujeres) que no puedan aportar un aval bancario para pedir un préstamo.

5.3.1.2. Tecnologías crediticias solidarias

- Implementar un programa de tecnologías crediticias acordes a la realidad de las pequeñas empresas, con la finalidad de consolidar sus actividades en el marco de la ES y CJ.

Programas y Proyectos:

I) Microleasing solidario

Desarrollar un programa de tecnología microcrediticia que contemple la compra de equipo y/o maquinaria, a pedido expreso del beneficiario del crédito, al que posteriormente se le entrega para su utilización por un plazo determinado a cambio de cuotas periódicas por concepto de alquiler. Al finalizar el plazo acordado, el beneficiario del crédito tiene la opción de compra del equipo y/o maquinaria alquilada por un valor residual acordado previamente.

II) Microwarrant solidario

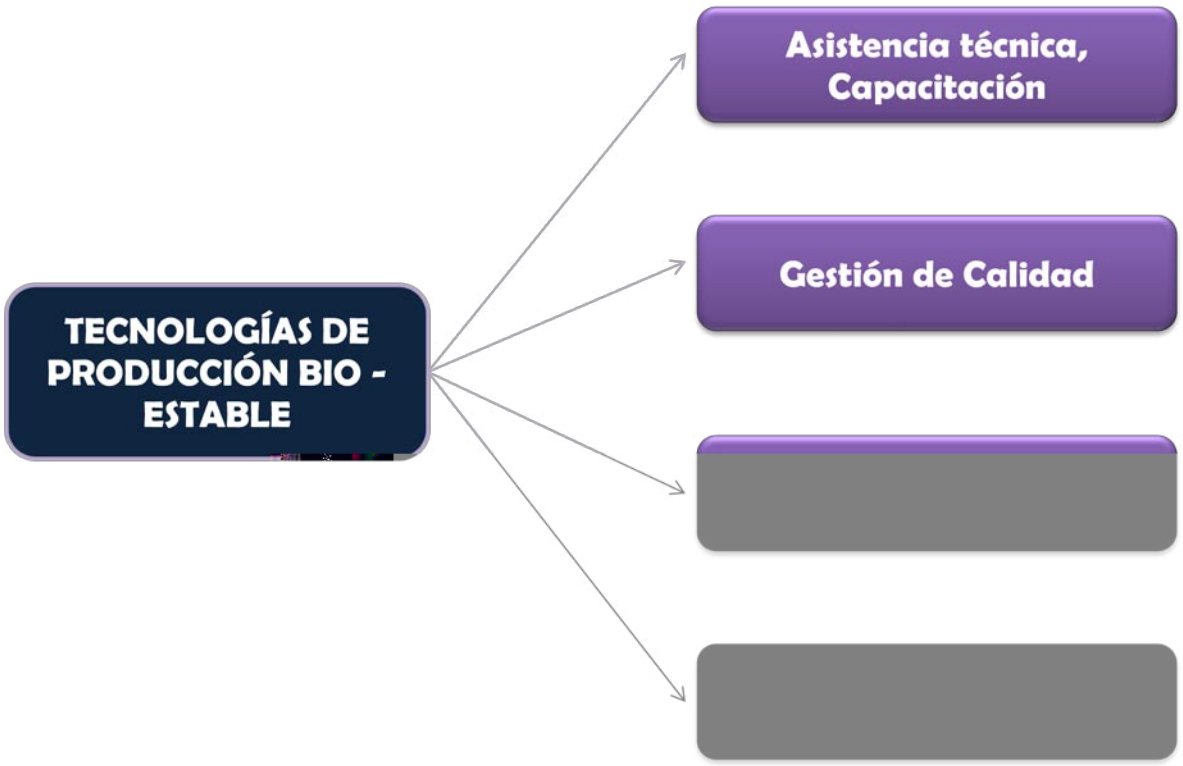
Desarrollar un programa de tecnología microcrediticia estacional, con garantía prendaria del producto almacenado en un centro autorizado por la entidad pública acreditada, destinado a otorgar liquidez inmediata al pequeño productor, fundamentalmente agrícola, cuya fuente de repago es la venta del producto almacenado.

III) Garantías solidarias y éticas.

Generar un programa de garantías crediticias solidarias y éticas, en articulación con prácticas tradicionales y ancestrales de ahorro monetario y en especie, como condición de acceso crediticio.

5.3.1.3.

4.3.3 Programas y proyectos del componente: Tecnologías apropiadas de producción Bio-Estable



5.3.2.1. Asistencia técnica y capacitación para el uso de tecnologías apropiadas

- Implementar un programa para brindar asistencia técnica y capacitación en el uso de tecnologías apropiadas de producción bio estable.

Programas y proyectos

I) Asistencia técnica y capacitación integral

Generar un programa de asistencia técnica y capacitación en el uso de tecnologías apropiadas bajo un enfoque integral que prevea el conocimiento de la demanda y requerimientos del mercado solidario así como el mejoramiento de su capacidad de organizar más eficientemente su producción o servicios.

II) Articulación de programas para la creación del "Centro productivo de ES y CJ Boliviano"

Implementar un centro productivo mediante la articulación de programas relacionados, para el fortalecimiento de la economía plural en condiciones solidarias.

5.3.2.2. Gestión de Calidad en economía solidaria y comercio justo

- Generar un programa para incorporar a pequeños productores de economía solidaria en un sistema de gestión de calidad

Programas y proyectos

I) Capacitación en gestión de calidad con tecnología apropiada

Implementar un programa que permita vincular estándares internacionales de gestión de calidad con tecnología

apropiada de economía solidaria, dirigido a pequeños productores de la economía comunitaria.

II) Desarrollo del sistema de Gestión Empresarial Solidaria (GES)

Implementar cinco (5) programas sectoriales para generar un sistema nacional de Gestión Empresarial Solidaria, articulado a estándares internacionales y el uso de tecnología apropiada.

5.3.2.3. Desarrollo del diseño para productos de economía solidaria

- Implementar un programa para mejorar y desarrollar esquemas de diseño para productos de economía solidaria, dirigido a pequeños productores de la economía comunitaria

Programas y proyectos

I) Diseño con esquemas tradicionales y uso de tecnología apropiada

Generar un programa para rescatar prácticas tradicionales e incorporar tecnologías apropiadas en el diseño de productos de economía solidaria.

II) Desarrollo del ecodiseño

Implementar una ingeniería de producto que permita incorporar el ecodiseño, como una versión ampliada y mejorada de las técnicas para el desarrollo de productos, mediante la premisa de la preservación del medio ambiente

que ayuda a definir la dirección de las decisiones que se toman en el diseño.

5.3.2.4. Marca, sello y embalaje

- Implementar un programa para desarrollar marca, sello y embalaje acordes a principios éticos y sociales, dirigidos a pequeños productores de la economía solidaria.

Programas y proyectos

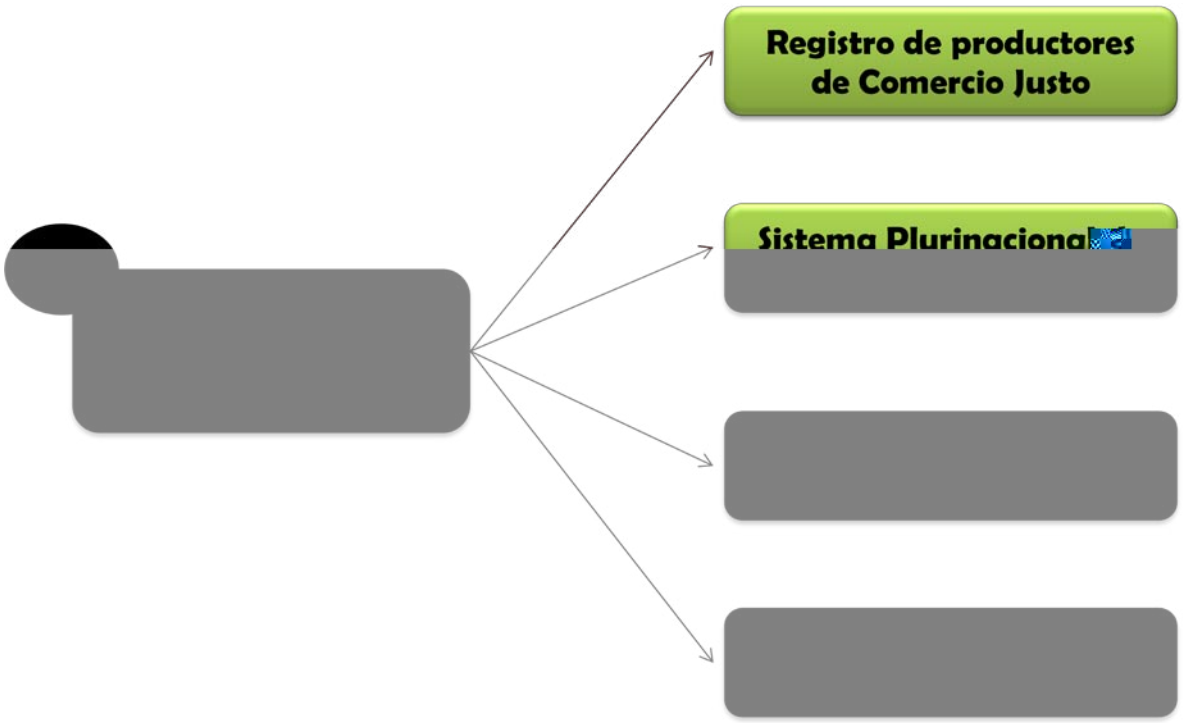
I) Desarrollo de las ecoetiquetas y sello de comercio justo

Implementar un proyecto para la creación del sello comercial de Comercio Justo Boliviano así como la aplicación de las ecoetiquetas, o etiquetas ecológicas, para diferenciar y catalogar productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

II) Programa de embalaje con productos tradicionales

Implementar un programa para rescatar prácticas tradicionales de embalaje y adecuar su uso con tecnologías apropiadas en todos los rubros de la economía solidaria.

4.3.4 Programas y proyectos del componente: Sistema de Certificación



5.3.3.1. Registro de productores de comercio justo

- Implementar un sistema de registro de productores de la economía solidaria a nivel nacional,

Programas y proyectos

I) Creación del sistema de registro de productores de comercio justo

Desarrollar e implementar un sistema de registro de productores de comercio justo que permita planificar el impulso de la economía solidaria.

II) Marca colectiva de economía solidaria

Implementar un programa de registro nacional en torno a una marca colectiva, para proteger legalmente el esfuerzo y los valores comunitarios cristalizados en los productos y servicios de la economía social.

5.3.3.2. Sistema de certificación plurinacional de comercio justo

- Desarrollar e implementar un sistema de certificación plurinacional de comercio justo, bajo estándares internacionales de economía solidaria.

Programas y proyectos

I) Creación del sistema plurinacional de certificación de comercio justo

Desarrollo e implementación del sistema plurinacional de certificación de comercio justo, bajo estándares de calidad internacional de economía solidaria y a bajo costo.

II) Creación del sistema de control y verificación de la producción ética para el comercio justo

Implementación del sistema de control y verificación de producción ética para el comercio justo, según estándares internacionales de calidad y a bajo costo.

5.3.3.3. Sistema de información estadística de economía solidaria

- Establecer un sistema de información estadística de economía solidaria para la toma de decisiones.

Programas y proyectos

I) Creación del sistema de información estadística de economía solidaria.

Desarrollar e implementar del sistema de información estadística de economía solidaria, como componente del Sistema de Inteligencia del Mercado Interno (SIM).

II) Desarrollo del mapa de mercados de comercio justo.

Generar el mapa de identificación de oferta potencial nacional y de demanda externa e interna de productos de comercio justo, como componente del Sistema de Inteligencia del Mercado Interno (SIM).

5.3.3.4. Desarrollo del Sello Plurinacional de Certificación de Economía Solidaria y Comercio Justo

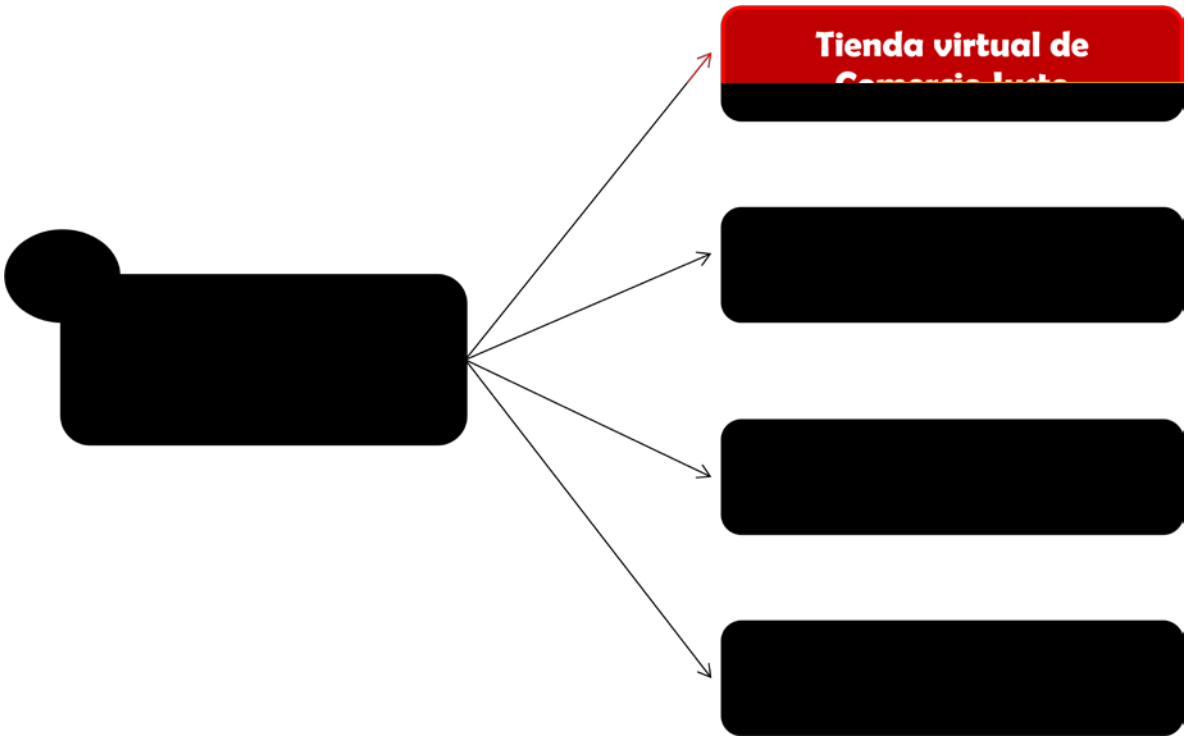
- Diseñar y desarrollar el sello plurinacional de certificación de economía solidaria y comercio justo, bajo estándares internacionales de calidad y producción orgánica.

Programas y proyectos

I) Diseño y creación del sello plurinacional de ES y CJ

Generar e implementar el sello plurinacional de economía solidaria y comercio justo, bajo estándares internacionales de calidad y producción orgánica, de amplio acceso y bajo costo de utilización.

4.3.5 Programas y proyectos del componente: Comercio Justo



5.3.4.1. Tienda virtual de comercio justo

- Desarrollar un espacio virtual que permita dinamizar las ventas éticas dirigidas a mercados solidarios.

Programas y proyectos

I) Desarrollo del e-commerce de comercio justo

Crear e implementar el portal web así como condiciones de uso, para dinamizar las operaciones de compra y venta éticas en el marco de mercados solidarios.

5.3.4.2. Fortalecimiento de las redes y alianzas sectoriales para desarrollar el comercio justo interno y externo

- Desarrollar un programa para el fortalecimiento de redes y alianzas sectoriales de la economía solidaria para desarrollar el comercio justo interno y externo, en el marco productivo – comunitario.

Programas y proyectos

I) Creación de la Red de Comercialización Comunitaria Solidaria (RCCS).

Crear y fortalecer la integración de pequeños productores de comercio justo en una nueva Red de Comercialización Comunitaria Solidaria boliviana.

II) Implementación del plan "Suma solidaria sectorial"

Desarrollar el plan "Suma solidaria sectorial" como una Red Pública Sectorial conformada por entidades del gobierno (Ministerios, departamentos administrativos e institutos descentralizados), para ejecutar de manera conjunta programas y proyectos sectoriales estratégicos para desarrollar el comercio justo interno y externo.

III) Fortalecer las alianzas de reciprocidad comercial cooperativa y solidaria.

Crear un espacio de intercambio responsable y solidario a partir de alianzas de reciprocidad comercial cooperativa para alcanzar mayores espacios de mercado solidario interno como externo, tomando en cuenta la productividad, calidad, competencia técnica de los precios y de los servicios.

5.3.4.3. Implementación de tiendas y plataformas de comercio justo

- Crear e implementar tiendas de comercio justo en el mercado interno, para consolidar la economía solidaria y el sistema de certificación nacional.

Programas y proyectos

I) Establecimiento de tiendas estatales de comercio justo en la red troncal del Estado Plurinacional

Crear y establecer tiendas estatales de comercio justo en la red troncal del Estado Plurinacional de Bolivia, de bajo costo y fácil acceso para productos de la economía solidaria.

II) Creación de la Plataforma Plurinacional Comercio Justo

Crear y articular los servicios de exportación y apoyo comercial en una plataforma para facilitar el proceso exportador de comercio justo a mercados solidarios.

5.3.4.4. Fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos

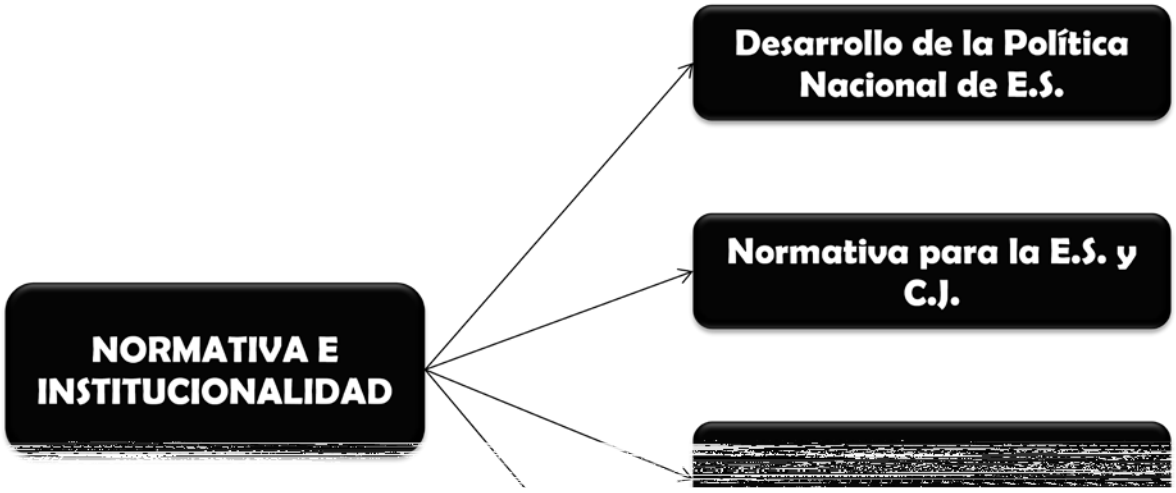
- Desarrollar un programa para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo por parte de los Gobiernos Departamentales Autónomos

Programas y proyectos

I) Proyecto para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos

Desarrollar e implementar un proyecto para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos en todo el Estado Plurinacional de Bolivia.

4.3.6 Programas y proyectos del componente: Normativa e institucionalidad



5.3.5.1. Desarrollo de la política nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo

- Generar la política nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo y articular mecanismos que garanticen su aprobación.

Programas y proyectos

I) Elaboración y aplicación de la Política Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo

Elaborar y coordinar un documento consensuado sobre la Política Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo,

velando por la programación de tareas y actividades que aseguren su cumplimiento.

5.3.5.2. Normativa para la Economía Solidaria y Comercio justo

- Generación de la normativa necesaria para consolidar la Economía Solidaria y el Comercio Justo a nivel nacional.

Programas y proyectos

I) Generación de la normativa para la Economía Solidaria y Comercio justo

Elaborar y coordinar todo el marco normativo necesario y acorde con la Nueva Política del Estado Plurinacional y el Plan Nacional de Desarrollo, concerniente a la consolidación de la Economía Solidaria y Comercio Justo.

II) Generar el marco normativo para alcanzar la articulación de la ES y CJ con el Plan Nacional de Vivienda.

Elaborar y coordinar el marco normativo necesario para desarrollar un programa de Vivienda Solidario, en el marco de la ES y CJ.

III) Generar el marco normativo para vincular las Compras Estatales con la producción de Comercio Justo

Elaborar y coordinar el marco normativo necesario para articular un tratamiento especial de las Compras Estatales con la producción de Comercio Justo.

5.3.5.3. Instrumentos y mecanismos de regulación

- Desarrollo de instrumentos y mecanismos de regulación de las actividades productivas y de consumo en el marco de la Economía Solidaria y Comercio Justo

Programas y proyectos

I) Marco regulatorio de la producción y consumo ético

Generar el marco regulatorio de las actividades de producción y consumo de economía solidaria y comercio justo a nivel nacional.

II) Instrumentos y mecanismos regulatorios de ES y CJ

Desarrollar instrumentos y mecanismos de alcance nacional para promover actividades éticas, así como regular y controlar las actividades productivas y de consumo en el estricto cumplimiento de los preceptos de la economía solidaria.

5.3.5.4. Creación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo

- Consolidar la incidencia política a partir de la creación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.

Programas y proyectos

I) Creación y consolidación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo

Gestionar, desarrollar y consolidar el Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo como ente articulador de la Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, y encargado de elaborar y consolidar la Política Nacional en esta materia.

Cuadro Nº 8: MATRIZ DE LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
No.1: Difusión y concientización	Plan de difusión a organizaciones	Implementar un plan para difundir los principios y elementos relevantes de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a nivel nacional, en procura de potenciar al pequeño productor para alcanzar mercados solidarios, a partir de lineamientos estratégicos definidos.	**I) Proyecto de difusión de los principios y potencialidades de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a organizaciones productivas** Desarrollar un programa nacional de difusión de los principios y potencialidades de la Economía Solidaria y el Comercio Justo a organizaciones productivas, analizando los factores relevantes para su inclusión y alcance a mercados solidarios.	VCIE	*	*		
			II) Boletín: "Bolivia Justa y Solidaria" Desarrollar un boletín oficial de difusión de las actividades de economía solidaria y comercio justo a nivel nacional denominado: "Bolivia Justa y Solidaria" y de publicación en idiomas nativos, con la finalidad de constituirse en instrumento de extensión y conocimiento de los emprendimientos y logros de los pequeños productores involucrados.	VCIE	*	*		
	Programa de concientización a la sociedad civil	Implementar un programa de concientización en materia de comercio justo y consumo ético, con la finalidad de extender los principios de la economía solidaria y velar por su estricto cumplimiento.	**I) Concientización en comercio justo a la población civil** Desarrollar un programa nacional de concientización en prácticas de producción éticas, de los principios de la economía solidaria, las condiciones así como los beneficios del comercio justo.	VCIE	*	*		

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
			II) Concientización en consumo ético a la población civil Desarrollar un programa de concientización en prácticas éticas de consumo, con la finalidad emprender el comercio justo interno	VCIE	*	*		
	Creación del Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo	Implementar un Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo, mediante la participación de organizaciones productoras matrices, entidades públicas rectoras, representantes de redes sociales y otros vinculados.	**I) Proyecto de creación del Consejo Consultivo en Economía Solidaria y Comercio Justo** Generar un espacio de consulta sobre temas relacionados con la Economía Solidaria y el Comercio Justo, con representantes de organizaciones productoras matrices, entidades públicas y expertos en la temática.	VCIE	*	*		
	Estrategia comunicacional	Implementar una estrategia comunicacional nacional en medios gráficos, radiales y televisivos de amplio alcance, con la finalidad de difundir los preceptos, líneas estratégicas, alcances de la economía solidaria y comercio y justo a nivel nacional.	**I) Proyecto de creación de la estrategia comunicacional en el ámbito de la Economía Solidaria y el Comercio Justo** Desarrollar una estrategia comunicacional de posicionamiento de la ES y CJ de corto, mediano y largo plazo.	VCIE	*	*		
			II) Difusión en medios escritos, radiales y televisivos Desarrollar una estrategia comunicacional de posicionamiento de la ES y CJ de corto plazo, a través de medios escritos, radiales y televisivos, con la finalidad de alcanzar spots didácticos en idiomas nativos y español.	VCIE	*	*		

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
No. 1: Finanzas Solidarias	Capital semilla	Implementar un programa para brindar capital semilla, capital de operaciones y capital de riesgo para emprendimientos nuevos en economía solidaria.	**1) Microcrédito social sin aval** Desarrollar un mecanismo crediticio para alcanzar un préstamo de pequeña cuantía sin avales, pensado para ayudar a personas que quieran iniciar una actividad económica, creando una empresa y que no puedan aportar un aval bancario para pedir un préstamo.	VCIE		*	*	*
			2) Microcréditos para Mujeres Emprendedoras de Economía Solidaria Desarrollar un mecanismo crediticio de pequeña cuantía sin avales, pensado para respaldar proyectos de creación de empresas impulsados por mujeres en el marco de la economía solidaria (o en los que al menos el 51% del capital de la empresa a crear esté en mano de una o diversas mujeres) que no puedan aportar un aval bancario para pedir un préstamo.	VCIE		*	*	*
	Tecnologías crediticias solidarias	Implementar un programa de tecnologías crediticias acordes a la realidad de las pequeñas empresas, con la finalidad de consolidar sus actividades en el marco de la ES y CJ.	**1) Microleasing solidario** Desarrollar un programa de tecnología microcrediticia que contemple la compra de equipo y/o maquinaria, a pedido expreso del beneficiario del crédito, al que posteriormente se le entrega para su utilización por un plazo determinado a cambio de cuotas periódicas por concepto de alquiler. Al finalizar el plazo acordado, el beneficiario del crédito tiene la opción de compra del equipo y/o maquinaria alquilada por un valor residual acordado previamente.	VCIE		*	*	*

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
			2) Microwarrant solidario Desarrollar un programa de tecnología microcrediticia estacional, con garantía prendaria del producto almacenado en un centro autorizado por la entidad pública acreditada, destinado a otorgar liquidez inmediata al pequeño productor, fundamentalmente agrícola, cuya fuente de repago es la venta del producto almacenado.	VCIE		*	*	*
	Banco de Desarrollo de Economía Solidaria	Crear una entidad financiera estatal con participación de las organizaciones productoras, para la provisión de servicios que destinen recursos estatales y propios a dar préstamos a proyectos de economía social que promuevan la ocupación, fomenten el cooperativismo, el asociacionismo y la solidaridad en general, y generen la sostenibilidad sobre la base de principios éticos y solidarios.	**1) Financiación de circulante solidario** Desarrollar un instrumento financiero orientado a facilitar operaciones a corto plazo de pequeños productores que desarrollen actividades en el marco de la economía solidaria, bajo esquemas de garantía éticos.	VCIE		*	*	*
			2) Créditos intercooperativos Desarrollar un mecanismo de garantías mancomunadas dirigido a facilitar capital de operaciones y de inversión, en iniciativas de economía solidaria bajo un marco de asociación cooperativa.	VCIE		*	*	*
	Creación de la moneda social boliviana	Implementar un programa que contemple el uso de la Moneda Social Boliviana (MSB) para su aplicación en diferentes mecanismos de intercambio como el trueque,	**1) Instauración de la moneda social** Generar un mecanismo monetario para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre los miembros de productores de ES y CJ,	VCIE		*	*	*

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
		trueque con moneda social, bancos de tiempo, créditos mutuales y otros, en el entendido de afrontar la escasez o ausencia de dinero.	**2) Establecimiento del Banco de Tiempo** Desarrollar un componente que permita intercambiar servicios valorándolos por las horas o minutos que lleva efectuarlos, bajo un esquema de comunidad social.	VCIE		*	*	*
			3) Creación de la moneda social virtual Implementar un instrumento financiero bajo el carácter de moneda "suficiente" ya que la crea cualquier usuario cada vez que aporta algo valioso a la comunidad, dado que se acumula y permite obtener servicios y productos ofrecidos por otros miembros.	VCIE		*	*	*
No. 2: Tecnologías apropiadas de producción Bio-Estable	Asistencia técnica y capacitación para el uso de tecnologías apropiadas	Implementar un programa para brindar asistencia técnica y capacitación en el uso de tecnologías apropiadas de producción bio estable.	**1) Asistencia técnica y capacitación integral** Generar un programa de asistencia técnica y capacitación en el uso de tecnologías apropiadas bajo un enfoque integral que prevea el conocimiento de la demanda y requerimientos del mercado solidario así como el mejoramiento de su capacidad de organizar más eficientemente su producción o servicios.	VCIE	*	*	*	
	Gestión de Calidad de economías solidaria	Generar un programa para incorporar a pequeños productores de economía solidaria en un sistema de gestión de calidad						

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
No. 3: Sistema de Certificación	Registro de productores de comercio justo	Implementar un sistema de registro de productores de la economía solidaria a nivel nacional,	**1) Creación del sistema de registro de productores de comercio justo** Desarrollar e implementar un sistema de registro de productores de comercio justo que permita planificar el impulso de la economía solidaria.	VCIE	*	*	*	
			2) Marca colectiva de economía solidaria Implementar un programa de registro nacional en torno a una marca colectiva, para proteger legalmente el esfuerzo y los valores comunitarios cristalizados en los productos y servicios de la economía social.	VCIE	*	*	*	
	Proceso de certificación nacional	Desarrollar e implementar un proceso de certificación plurinacional de comercio justo, bajo estándares internacionales de economía solidaria.	**1) Creación del sistema plurinacional de certificación de comercio justo** Desarrollo e implementación del sistema plurinacional de certificación de comercio justo, bajo estándares de calidad internacional de economía solidaria y a bajo costo.	VCIE	*	*	*	
			2) Creación del sistema de control y verificación de producción ética para el comercio justo Implementación del sistema de control y verificación de producción ética para el comercio justo, según estándares internacionales de calidad y a bajo costo.	VCIE	*	*	*	
	Sistema de información estadística de economía solidaria	Establecer un sistema de información estadística de economía solidaria para la toma de decisiones.	**1) Creación del sistema de información estadística de economía solidaria.** Desarrollar e implementar del sistema de información estadística de economía solidaria, como componente del Sistema de Inteligencia del Mercado Interno (SIM).	VCIE	*	*	*	

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
			2) Desarrollo del mapa de mercados de comercio justo. Generar el mapa de identificación de oferta potencial nacional y de demanda externa e interna de productos de comercio justo, como componente del Sistema de Inteligencia del Mercado Interno (SIM).	VCIE	*	*	*	
			3) Desarrollo de separatas de difusión de oportunidades de mercado para productos de comercio justo. Desarrollar y publicar la separata trimestral de difusión de oportunidades de mercado para productos de comercio justo, de acceso popular y a precio justo.	VCIE	*	*	*	
	Desarrollo del Sello Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo	Diseñar y desarrollar el sello nacional de economía solidaria y comercio justo, bajo estándares internacionales de calidad y producción orgánica.	**1) Diseño y creación del sello nacional de ES y CJ** Generar e implementar el sello nacional de economía solidaria y comercio justo, bajo estándares internacionales de calidad y producción orgánica, de amplio acceso y bajo costo de utilización.	VCIE	*	*	*	
			2) Programa de difusión y posicionamiento internacional del sello nacional de ES y CJ boliviano Generar e implementar el programa de difusión y posicionamiento internacional del sello nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo Boliviano.	VCIE	*	*	*	

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
No. 4: Comercio Justo	Tienda virtual de comercio justo	Desarrollar un espacio virtual que permita dinamizar las ventas éticas dirigidas a mercados solidarios.	**1) Desarrollo del e-commerce de comercio justo** Crear e implementar el portal web así como condiciones de uso, para dinamizar las operaciones de compra y venta éticas en el marco de mercados solidarios.	VCIE	*	*	*	*
	Fortalecimiento de las redes y alianzas sectoriales para desarrollar el comercio justo interno y externo	Desarrollar un programa para el fortalecimiento de redes y alianzas sectoriales de la economía solidaria para desarrollar el comercio justo interno y externo, en el marco productivo – comunitario.	**1) Creación de la Red de Comercialización Comunitaria Solidaria (RCCS).** Crear y fortalecer la integración de pequeños productores de comercio justo en una nueva Red de Comercialización Comunitaria Solidaria boliviana.	VCIE	*	*	*	*
			2) Implementación del plan "Suma solidaria sectorial" Desarrollar el plan "Suma solidaria sectorial" como una Red Pública Sectorial conformada por entidades del gobierno (Ministerios, departamentos administrativos e institutos descentralizados), para ejecutar de manera conjunta programas y proyectos sectoriales estratégicos para desarrollar el comercio justo interno y externo.	VCIE	*	*	*	*
			3) Fortalecer las alianzas de reciprocidad comercial cooperativa y solidaria. Crear un espacio de intercambio responsable y solidario a partir de alianzas de reciprocidad comercial cooperativa para alcanzar mayores espacios de mercado solidario interno como externo, tomando en cuenta la productividad, calidad, competencia técnica de los precios y de los servicios.	VCIE	*	*	*	*

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
	Implementación de tiendas y plataformas de comercio justo	Crear e implementar tiendas de comercio justo en el mercado interno, para consolidar la economía solidaria y el sistema de certificación nacional.	**1) Establecimiento de tiendas estatales de comercio justo en la red troncal del Estado Plurinacional** Crear y establecer tiendas estatales de comercio justo en la red troncal del Estado Plurinacional de Bolivia, de bajo costo y fácil acceso para productos de la economía solidaria.	VCIE	*	*	*	*
			II) Creación de la Plataforma Plurinacional Comercio Justo Crear y articular los servicios de exportación y apoyo comercial en una plataforma para facilitar el proceso exportador de comercio justo a mercados solidarios.	VCIE	*	*	*	*
	Fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos	Desarrollar un programa para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo por parte de los Gobiernos Departamentales Autónomos	**I) Proyecto para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos** Desarrollar e implementar un proyecto para el fortalecimiento de iniciativas en Comercio Justo de los Gobiernos Departamentales Autónomos en todo el Estado Plurinacional de Bolivia.	VCIE	*	*	*	*

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
No. 5: Normativa e institucionalidad	Desarrollo de la política nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo	Generar los lineamientos de la política nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo y articular mecanismos que garanticen su aprobación.	**1) Elaboración y aplicación de la Política Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo** Elaborar y coordinar un documento consensuado sobre la Política Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, velando por la delineación de tareas y actividades que aseguren su cumplimiento.	VCIE	*	*	*	
	Normativa para la Economía Solidaria y Comercio justo	Generación de la normativa necesaria para consolidar la Economía Solidaria y el Comercio Justo a nivel nacional.	**1) Generación de la normativa para la Economía Solidaria y Comercio justo** Elaborar y coordinar todo el marco normativo necesario y acorde con la Nueva Política del Estado Plurinacional y el Plan Nacional de Desarrollo, concerniente a la consolidación de la Economía Solidaria y Comercio Justo.	VCIE	*	*	*	
	Instrumentos y mecanismos de regulación	Desarrollo de instrumentos y mecanismos de regulación de las actividades productivas y de consumo en el marco de la Economía Solidaria y Comercio Justo	**1) Marco regulatorio de la producción y consumo ético** Generar el marco regulatorio de las actividades de producción y consumo de economía solidaria y comercio justo a nivel nacional.	VCIE	*	*	*	
			2) Instrumentos y mecanismos regulatorios de ES y CJ Desarrollar instrumentos y mecanismos de alcance nacional para promover actividades éticas, así como regular y controlar las actividades productivas y de consumo en el estricto cumplimiento de los preceptos de la economía solidaria.	VCIE	*	*	*	

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	COMPONENTE ESTRATÉGICO	MEDIDAS	PROGRAMAS Y PROYECTOS	Institución Resp.	2011	2012	2013	2014
	Creación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo	Consolidar la incidencia política a partir de la creación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.	**1) Creación y consolidación del Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo** Gestionar, desarrollar y consolidar el Viceministerio de Economía Solidaria y Comercio Justo como ente articulador de la Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, y encargado de elaborar y consolidar la Política Nacional en esta materia.	VCIE	*	*	*	

Elaboración: Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones 2010

5 REFERENCIAS

- ALIANZA PARA UN MUNDO RESPONSABLE, PLURAL Y SOLIDARIO "*La moneda social como palanca del nuevo paradigma económico*" Serie Socioeconomia Solidaria 2008
- CENTRO CANADIENSE DE ESTUDIOS Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL. CECI. "Manual de Economía Solidaria y Comercio Justo" Guía del Formador, 2008.
- CIDSE: América Latina: "*Riqueza Privada, Pobreza Pública*" 2006
- INSTRUMENTOS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA PROTECCIÓN SOCIAL, "*Análisis Comparado de Experiencias de Economía Popular y Solidaria*"
- ECONOMÍA SOLIDARIA PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL, "*Informe de las Redes de Economía Alternativa y Solidaria*".
- FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION (FLO). "*Annual report*" 2006/2007
- MORIZIO, C. "*¿Son los clubes de trueque una alternativa al*

m()(¿)T. Tf2 -22(Nc 2desempleo en) A2g L