

SISTEMATIZACIÓN
ENCUENTRO INTERNACIONAL EN BOLIVIA
COMERCIO JUSTO: UNA ALIANZA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE



Realizado el 10 y 11 de mayo de 2017

La Paz - Bolivia

2017

ÍNDICE

GLOSARIO DE SIGLAS.....	4
PRESENTACIÓN.....	6
Palabras de bienvenida.....	7
Inauguración	7
COMERCIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE: UNA AGENDA DE MÚLTIPLES ACTORES	8
Introducción.....	8
La participación de las pymes en el comercio.....	10
Huella ambiental de las exportaciones	12
Conclusiones	13
INNOVACIÓN EN AGRICULTURA: OPORTUNIDADES PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN TERRITORIOS RURALES	15
Introducción.....	15
Principales retos y oportunidades de la Agricultura	15
Elementos a considerar para la Innovación.....	18
Algunas estrategias e instrumentos para fomentar Desarrollo Sostenible en Territorios Rurales.....	19
COMERCIO JUSTO: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.....	21
INTERVENCIÓN DEL VICEMINISTERIO DE COMERCIO INTERNO Y EXPORTACIONES (VCIE).....	26
COOPERATIVA INTEGRAL AGROEXTRACTIVISTA CAMPESINOS DE PANDO - COINACAPA.....	28
Antecedentes	28
Impactos.....	29
Aprendizajes	29
Visión a futuro	30
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE QUINUA “ANAPQUI”	31
Antecedentes	31
Impactos del Comercio Justo.....	31
Visión Futuro.....	31
Conclusiones	32
CENTRAL DE COOPERATIVAS “EL CEIBO”	33
Visión	33
Misión	33
Beneficios que genera como empresa social.....	34
Impacto global.....	34
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA LA MONTAÑA VERDE.....	35
LA REGULARIZACIÓN MIGRATORIA DE LOS TRABAJADORES EXTRANJEROS QUE LABORAN EN LA PRODUCCIÓN DE BANANO EN REPÚBLICA DOMINICANA.....	37
Limitaciones de las visas múltiples de negocios.....	38
2010-2012.....	39
Dificultades encontradas en el Proceso	39

Incidencia desde la CLAC	40
LA ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO Y EL PAPEL DE LA CECJ	42
Contexto Nacional de Comercio Justo	42
Plan de acción interinstitucional e intersectorial	44
Avances al 2017	44
COORDINADORA NACIONAL DE COMERCIO JUSTO DE CHILE	46
Visión	47
Misión	48
Estrategias 2017-2018 CNCJ Chile	48
Incidencia y políticas públicas.....	48
COORDINADORA NACIONAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO EN EL PERÚ (CNCJ-PERÚ)	50
Antecedentes	50
Fines de la CNCJ-Perú	50
Objetivos de la CNCJ-Perú	50
COOPERATIVA DEL SUR DEL CAUCA DE COLOMBIA	52
Objetivos	52
Contexto	52
¿Existe una política pública para la educación rural?	55
Como incidir para que la política pública se haga realidad	58
LA CENTRAL DE COOPERATIVAS EL CEIBO, LA POLÍTICA NACIONAL DEL CACAO Y EL PROGRAMA NACIONAL DE CACAO	60
El Ceibo Ltda	60
Producción en Bolivia	60
Proceso de conformación de un Marco Representativo del Sector Cacaotero	61
Política Nacional de Cacao	62
ASOCIACIÓN ARTESANAL BOLIVIANA SEÑOR DE MAYO - ASARBOLSEM	64
Una organización dedicada a la producción y exportación de artesanías	64
¿Qué es Comercio Justo?	65
WFTO	65
COMART TUKUYPAJ COMUNIDAD DE PRODUCTORES DE ARTESANÍA PARA TODOS	67
ComArt y el Comercio Justo	67
Impactos del Comercio Justo.....	67
Aprendizajes	67
Visión de futuro	68
CONCLUSIONES GENERALES.....	69

GLOSARIO DE SIGLAS

ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración.

ANAPQUI: Asociación Nacional de Productores de Quinua.

ASFI: Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero.

ASTI: Agricultural Science and Technology Indicators.

AVSF: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina.

CECJ: Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo.

CLAC: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo.

CNCJ: Coordinadora Nacional de Comercio Justo.

COINACAPA: Cooperativa Integral Agroextractivista Campesinos de Pando.

CONAFIPS: Corporación de Finanzas Populares y Solidarias.

COORDOM: Coordinadora Dominicana de pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo del Caribe.

COSURCA: Cooperativa del Sur del Cauca de Colombia.

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

FARC: Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia.

FLO: Fairtrade Labelling Organization International.

FSUTCP: Federación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Pando.

FUNDEPPO: Fundación de Pequeños Productores Organizados.

IEPS: Instituto de Economía Popular y Solidaria.

IDH: Índice de Desarrollo Humano.

IICA: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

INDAP: Instituto de Desarrollo Agropecuario.

MAGAP: Ministerios de Agricultura Ganadería.

MCE: Ministerio de Comercio Exterior.

MIPRO: Ministerio de Industrias y Productividad.

NBI: Necesidades Básicas Insatisfechas. ESPOCH: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ODS: Objetivo de Desarrollo Sostenible.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

ONG: Organización no Gubernamental.

PNRE: Plan Nacional de Regularización de Extranjeros.

PYME: Pequeña y mediana empresa.

SPP: Símbolo de Pequeños Productores.

UTE: Universidad Tecnológica Equinoccial – Quito.

OPP: Organización de Pequeños Productores.

PIP: Programa de Incremento de la Productividad.

RED OEPAIC: Red de Organizaciones Económicas de Productores de Artesanías de Identidad Cultural.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

SEPS: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

SRI: Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

SCJ: Sistema de Comercio Justo.

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje.

SERCOTEC: Servicio de Cooperación Técnica.

VCIE: Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones de Bolivia.

WFTO: World Fair Trade Organization.

PRESENTACIÓN

El documento destaca los aspectos más relevantes del Encuentro Internacional “Comercio Justo: Una Alianza para el Desarrollo Sostenible”, el cual se llevó a cabo durante los días 10 y 11 de mayo del presente, en la ciudad de La Paz. A la misma asistieron representantes de las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo de Ecuador, Perú, Chile, República Dominicana y Bolivia, igualmente representantes de organizaciones de productores de café, quinua, cacao, castaña y otros. Además se contó con la participación de delegados de la CEPAL, IICA CLAC y el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones de Bolivia.

El objetivo de esta sistematización, es socializar las ideas sobresalientes de los múltiples actores del Comercio Justo que tuvieron la oportunidad de formar parte de esta actividad como ponente, así los mismos al pertenecer a distintos escenarios como las instituciones internacionales o de las coordinadoras de los distintos países latinoamericanos o de las asociaciones bolivianas, refieren una serie de experiencias, contraposiciones, conceptos, planes y programas, especificidades culturales, propuestas entre algunos aspectos, que constituyen en desafíos y aprendizajes para ir avanzando en esta idea y forma de hacer comercio.

El Comercio Justo es un trabajo conjunto mancomunado no solo de los productores sino de los consumidores y tiene décadas en diferentes partes del mundo. El Comercio Justo forma parte del diálogo y está basado en el diálogo tanto para que productores como consumidores tengan respeto uno con el otro por el trabajo que desempeñan y desarrollan y el tiempo que invierten.

El objetivo del encuentro fue visibilizar el gran aporte de las organizaciones de pequeños productores de Comercio Justo de América Latina, y construir nuevas alianzas para lograr patrones de producción, comercialización y consumo cada vez más justos y sostenibles.

Objetivos específicos del Encuentro

- Promover, valorar e incentivar la producción nacional de organizaciones de los pequeños productores de Comercio Justo.
- Abrir espacios de comercialización nacional e internacional y contactos con consumidores responsables conscientes.
- Profundizar las relaciones de CLAC con organismos de la cooperación continental siempre teniendo una visión y una misión.
- Fortalecer las relaciones entre los productores de Comercio Justo de Bolivia y a través de ellos fortalecer a la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia como red y articuladora de las mismas organizaciones.
- Construir un mayor compromiso de las instituciones públicas y privadas con el Comercio Justo.

El documento se ha construido en base a las notas tomadas durante la actividad, complementadas con los audios y presentaciones de los expositores, además se estructura y

organiza de acuerdo al orden de intervención de las ponencias en las dos jornadas en las que se llevó adelante este Encuentro.

PRIMER DÍA

Palabras de bienvenida

“Para CEPAL el Comercio Justo es un tema bastante nuevo, pero nosotros hemos trabajado 25 líneas de encuentro. Muchos logros pero a la vez muchos desafíos Todos trabajamos en la misma dirección. En la medida que podamos aportar desde la CEPAL. Estos dos días sean muy fructíferos sobre todo de diálogo para aprender unos de otros (...)” Nanno Mulder (Representante de la CEPAL).

“...es un placer organizar este tipo de eventos para que todos ustedes se encuentren, muchas veces estos espacios son pocos, agradecer a la coordinación nacional de Comercio Justo, a las instituciones que nos están apoyando como IICA, CEPAL. Agradecimientos a las instituciones que están apoyando”. Marco Coscioni (Representante de la CLAC).

“...darles la bienvenida a los productores. Nosotros tenemos una deuda con la organización con todo este tipo de eventos y con todo el tema del Comercio Justo y vamos a ir trabajando, es un compromiso del viceministro. Ojalá tengamos buenos resultados de esta reunión”. Percy Belmonte (Representante del VIEC).

Inauguración

“A nombre del directorio de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo en Bolivia, saludo a ustedes, es una alegría tener a los países que están presentes, en principio dar la bienvenida al Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, CEPAL, IICA, CLAC internacional y nacional que están presentes, y a los hermanos de las redes de los países como ser Perú, Ecuador, Chile y Colombia y otros países, y también a Bolivia, redes que conforman como ser Red Quinoa “ANAPQUI”, Red de Café “Asociación de Montaña Verde”, Red de Cacao “El Ceibo”, Red de Castaña y otras organizaciones pertenecientes a la CNCJ de Bolivia. Con todas estas palabras, bienvenidos a ustedes”. Tiburcio Marino (Presidente de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo en Bolivia).

COMERCIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE: UNA AGENDA DE MÚLTIPLES ACTORES

Nanno Mulder

Representante de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina)

Introducción

El tema tiene cierta lógica, porque la CEPAL como Comisión Económica para América Latina siendo un organismo intergubernamental de los países interamericanos, cuyo objetivo es promover el desarrollo sostenible y el desarrollo inclusivo, que tiene que ver con el Comercio Justo. La diferencia es que la CEPAL trata de llevar esos procesos a un nivel superior, es decir a los gobiernos.

Para introducir la agenda 2030 de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), recordar que se tuvo un proceso de los Objetivos del Milenio (ODM) que tuvo un periodo de 2000 a 2015. En 2016 en Nueva York se aprobó a nivel de todos los países de las Naciones Unidas, un nuevo periodo, comenzó el de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que es una Agenda 2030 que es bastante compleja ya que en relación a los ODM presenta más áreas como 169 metas con 231 indicadores con muchas áreas del desarrollo humano, desarrollo social y medio ambiental; dicha agenda los gobiernos deben trabajar para alcanzarlos, en la medida que sea en forma conjunta sería importante.

Cada país de la región tiene una agenda propia como de trabajar en el Desarrollo Sostenible, lo que trata de hacer la CEPAL es de alinear esta agenda sobre todo de promover la cooperación, ya que cada país tiene muchos desafíos en común, CEPAL trata de resolver de forma individual y obviamente esa tarea podría hacerse de manera conjunta a nivel latinoamericano.

(Presentación video: Foro de los Países de América Latina y el Caribe sobre el Desarrollo Sostenible)

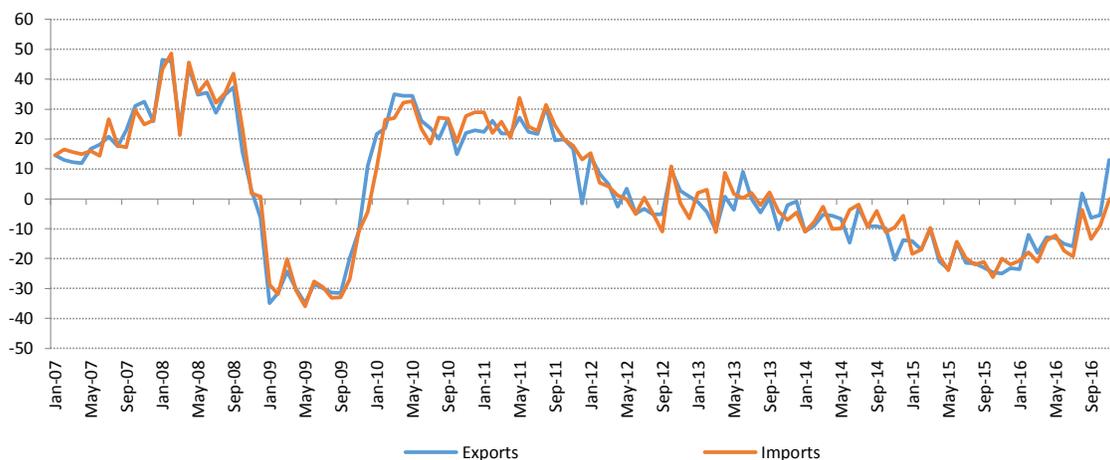
CLAC y el Comercio Justo es una excelente muestra de que uniendo fuerzas se tiene mejores resultados, en vez de que cada país y cada organización de productores trabaje solo, trabajando conjuntamente este proceso irá más rápido.

Se presenta tres temas, uno relacionado a **cuál es el vínculo entre el comercio internacional y los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, con dos dimensiones del comercio sostenible, por un lado la participación de pequeñas y medianas empresas; y cómo la gran mayoría de los productores de Comercio Justo son pequeños productores, lo que representa una preocupación para la CEPAL, un segundo tema que tiene que ver con la **sostenibilidad medioambiental de las exportaciones**, como puntos focales la CEPAL trabaja con los organismos de cooperación y una de las cosas que se debe trabajar es unir los esfuerzos de los productores con los organismos de cooperación y otras entidades del gobierno para potenciar el trabajo de Comercio Justo para unir los esfuerzos con los gobiernos.

¿Cuál es la dinámica del comercio latinoamericano?

En 2017 se espera que el comercio latinoamericano en términos de exportaciones e importaciones se recupere, se tuvo una crisis el 2009 posterior a ello se tuvo una recuperación y luego una merma en el comercio internacional al 2012 al final del 2015 donde se tuvo cuatro años de crecimiento negativo, sin embargo al 2016 hay una freno positivo y una recuperación donde la demanda mejora.

Crecimiento Interanual del valor de las Exportaciones e Importaciones
(En porcentajes)



Fuente: Presentación de Nanno Mulder.

En este alto crecimiento de 2010 y 2013, existe una particularidad importante en las exportaciones en Latinoamérica y es que estas están reprimarizadas, es decir la participación de productos básicos y manufactureros ha aumentado en América Latina. Este fenómeno tiene varios aspectos negativos porque es una concentración de las exportaciones de los productores menores y sobre todo de las grandes empresas, sobretodo hablamos del sector mineral y petrolero, son pocas las que dominan, mientras el espacio para los pequeños productores está reducido por la reprimarización, porque en muchos países los tipos de cambios estaban muy sobrevaluados que lleva a que los precios de los productos sean muy caros.

Ahora el comercio se encuentra en un proceso reverso, los precios bajaron y los tipos de cambio en América Latina son más competitivos y por eso sus productos en el mercado internacional presentan una mejora, por eso se requiere un precio justo no solamente en dólares sino también tener un tipo de cambio que les permita obtener un precio justo aceptado.

Comercio y los DOS

En el año 2012 se publicó en la CEPAL “Comercio Internacional y Desarrollo Inclusivo”, básicamente el estudio lo que intenta mostrar son los vínculos entre el comercio y el desarrollo sostenible, tiene como conclusión final que el comercio internacional puede ser

positivo o negativo para el desarrollo sostenible, positivo porque se tiene muchas experiencias donde el comercio ha ayudado a las personas a obtener trabajo, buen salario, bueno para el medio ambiente, bueno para las pequeñas empresas y en otras circunstancias en otros países los resultados fueron totalmente todo lo contrario. Por eso se hace la siguiente definición en la medida que el comercio puede ser positivo para el desarrollo:

Concepto CEPAL de Comercio Inclusivo: Tipo de comercio internacional que contribuye a generar un tipo de desarrollo, donde se concluya un círculo virtuoso entre la reducción de las heterogeneidades estructurales y un crecimiento del empleo, la productividad y el ingreso, respetando el medio ambiente, mejorando el bienestar y reduciendo la desigualdad.

En el estudio se enfatiza que para lograr un comercio inclusivo se necesita reducir las heterogeneidades estructurales que se refiere al desafío que tiene América Latina donde los pequeños productores enfrentan muchos retos a diferencia de las grandes empresas las cuales tienen un buen nivel de productividad, de escolaridad, de competitividad y los pequeños productores no las tienen, no tienen acceso al financiamiento, tienen problemas para entrenar a sus trabajadores entre otros.

En la medida en que se logre que se reduzcan las brechas entre grandes empresas y pequeñas empresas en esas dimensiones se logrará que el comercio será beneficioso para el desarrollo, lo cual tiene que ver con dos dimensiones, una la participación de las pymes en el comercio y la otra sobre la sostenibilidad ambiental, las cuales deben ser asumidas por los pequeños productores articulándose a los gobiernos y el sector académico así como las instituciones como IICA y CEPAL para que sea un trabajo tripartito, la clave para una mejor inclusión es la participación de las pequeñas y medianas empresas.

La participación de las pymes en el comercio

Es importante la participación de las pymes, ya que existe un mayor porcentaje de pymes de las empresas que participan en el comercio en un número mayor; sin embargo aunque son muchas las pequeñas empresas, las grandes empresas tienen más exportaciones, mientras las pequeñas y medianas empresas representan al 3% y 7% de las exportaciones de un país frente a más del 90% es de las grandes empresas y el 17% del empleo directo exportador.

Por otra parte, el aporte de las pymes contribuye sustantivamente a la diversificación exportadora, ya que en los países uno o dos o tres productos representan dos tercios de las exportaciones, por ejemplo en Chile es el cobre, en Colombia se da con el petróleo y el carbón, en Argentina es la soja y la carne, en Ecuador son el banano, el camarón y el petróleo. Por eso los pequeños productores diversifican la canasta exportadora.

También las pymes son importantes para los emprendimientos femeninos, las mujeres son mejor representadas en los pequeños emprendimientos exportadores en relación a las grandes empresas donde hay una subutilización de la mujer.

Finalmente, la participación de las pymes en el sector exportador es más importante por su aporte indirecto en el sentido de proveedores a las grandes empresas. Los pymes no exportan directamente son proveedores para las grandes empresas y son fundamentales en las grandes empresas exportadores de materia prima. Internacionalizarse tiene muchas ventajas, las empresas se formalizan y se esfuerzan a mejorar sus productos, acceso a créditos.

En América Latina el 0,01% de todas las pymes de la región exporta, en relación a las grandes empresas y a las pymes de la Unión Europea este porcentaje es muy bajo y se puede decir que casi ninguna de las pequeñas empresas exporta, las grandes empresas exportan el 20% y un 6% son realizadas por las pequeñas empresas en América Latina mientras en Europa el 47% de las pymes exportan.

Internacionalizarse trae muchas ventajas, ya que muchas de las empresas se formalizan, además se ven estimuladas a mejorar sus procesos y productos, teniendo mayor acceso al crédito además del empleo exportador que se genera, es decir el que las pymes puedan exportar tiene varios beneficios a los cuales muchas de estas empresas no pueden acceder.

Obstáculos a la internacionalización de las pymes

Existen muchos factores porque las pequeñas y medianas no logran exportar, por un lado tiene que ver con la falta de conocimientos, falta de acceso al financiamiento, los costos de entrada (asimetría de información, infraestructura, transporte, trámites)es muy costoso exportar en el mercado extranjero, dificultades de entrada y permanencia en los mercados, cumplimiento de requisitos del comercio internacional como los estándares, la lógica de que en mercados tradicionales importa volumen y precio.

Ante este problema, desde la CEPAL se trabaja la **innovación para exportar**, que es una metodología destinada a las pequeñas empresas, enfocada en introducir distintos tipos de innovaciones para aumentar la demanda, que los pequeños productores definen en el país de destino el producto y el precio razonable para dicho producto.

Los tipos de innovación que se está trabajando son en tres áreas, primero tiene que ver con el cumplimiento de requisitos de **acceso como certificaciones y estándares**, sobre todo cuando se trata de alimentos es complejo ya que requiere hacer una serie de ajustes al proceso productivo para cumplir con esos estándares; segundo se relaciona con la **adaptación del producto a la demanda** donde el Comercio Justo es un ejemplo excelente de como en América Latina pueden acercarse y conocer los gustos de los consumidores tanto en el empaque y presentación; tercero concierne con la **diversificación y profundización de los canales de comercialización** que justamente permiten cobrar un precio justo y no como en muchos casos que hay muchos intermediarios entre el productor y el consumidor que hace que el precio que reciba el productor latinoamericano sea muy bajo porque se requiere pagar a todos esos intermediarios.

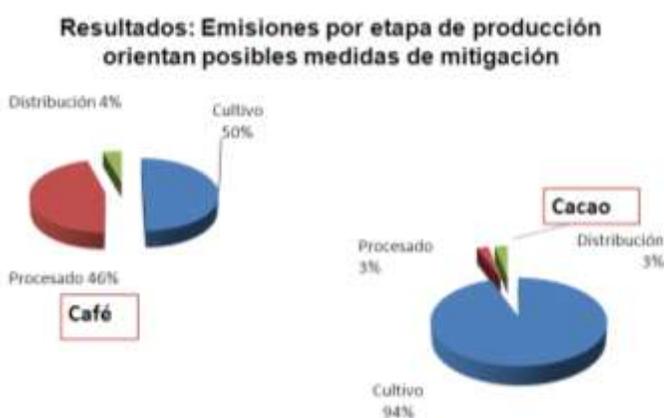
Este Proyecto de la CEPAL en Innovación para exportar, proviene de la demanda de los mercados, por medio de los organismos de producción se trabajan en base a los consumidores para definir el producto, en los diferentes países y se busca soluciones y se lleva adelante un plan de innovación y se establece en qué medida se puede financiar a los pequeños productores. Algunos ejemplos muy concretos es que para la exportación se requiere algunos tipos de registros.

Para ingresar al negocio exportador, la empresa debe mantenerse y ampliar su inserción en los mercados, para ello las pymes requieren asociatividad para resolver problemas en forma conjunta y también se debe tener apoyos desde el gobierno en la mejora de proyectos productivos.

Huella ambiental de las exportaciones

Existe a nivel internacional una conciencia ambiental creciente de los consumidores que quieren comprar productos de empresas donde tienen sostenibilidad ambiental, por lo tanto hay una preocupación en la sostenibilidad ambiental. A nivel latinoamericano hay mayor conciencia en los productores pero sigue siendo un tema incipiente ya que muchos productores tienen incorporado este concepto de trabajar de un modo de dañar el medio ambiente.

La CEPAL trabaja con distintas entidades de los gobiernos en conjunto y con el sector privado para promover la sostenibilidad ambiental de los productos con el enfoque de la huella de carbono en los procesos de cultivo, procesado y distribución de los productos y otras dimensiones de la huella de carbono que se trabajan son la huella del agua o huella del suelo.



Fuente: Presentación Nanno Mulder, 2017.

Un ejemplo concreto es el trabajo que realiza CEPAL en Ecuador, Colombia y Nicaragua con resultados bastante interesantes, cuando se habla del café y se observa en las partes del proceso productivo, se ve que el cultivo representa más o menos la mitad de los gases de efecto invernadero, generados por el procesado un 47% y la distribución un 4%. Al contrario en el caso del cacao la huella ambiental se concentra principalmente en la parte del cultivo.

Con los organismos de promoción comercial se trabaja en una metodología para medir la huella ambiental y compartirla con los productores. Los productores a la vez la usan para cumplir con estándares en los países de la Unión Europea. Lo que se ve a través del tiempo es que ese objetivo es importante pero lo que es más importante es que esta medición es una herramienta útil para la gestión de procesos productivos, en la medida que hay una mayor

conciencia de cuantos gases de efecto invernadero se da a través del cambio de uso de suelo o de las distintas fuentes energéticas, hay mayor esfuerzo para ahorrar energía y trabajar la tierra de manera más sostenida, entonces se trata de una herramienta que en vez de elevar los costos se hace lo contrario, mejora la productividad, la imagen y costo del producto.

Estos temas se explican en la publicación *Sostenibilidad ambiental y competitividad internacional*¹.

Otro proceso interesante que se está llevando adelante desde 2013, se refiere a la huella ambiental del café, como hay muchos productores de café representados en el Comercio Justo en América Latina. Además es muy importante porque la Comisión Europea y Unión Europea están trabajando en la definición de un estándar de la huella ambiental para el café, y es una de las primeras veces donde hay una incidencia muy fuerte en los productores latinoamericanos en la definición de este estándar europeo.

Dicho proceso se encuentra en la cuarta fase con el apoyo de la CEPAL, asimismo con la federación de productores de café en Colombia se logró crear una Mesa Latinoamericana de Café de la cual participan 11 países (El Salvador, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Perú y R. Dominicana) y esta mesa se reúne una o dos veces por año, además se llevan reuniones a distancia donde tratan de trabajar en conjunto en tres aspectos: primero analizar el proceso productivo del café, segundo estudiar las propuestas que tiene la Comisión Europea para la definición de este estándar y tercero con estos dos primeros aspectos, incidir en las consultas públicas que hace la Unión Europea para definir este estándar, el mismo será un estándar que realmente refleja muchos comentarios de los productores del café.

Logros y desafíos de la Red o Mesa Latinoamericana del Café

- Argumentos de integrantes de la Red han sido sólidos técnicamente y han complejizado el trabajo de la Secretaría Técnica del café.
- Iniciativas de la Red influirán en resultado final del PEF.
- Es importante hacer un testeo de la norma propuesta (PEF) en América Latina.
- Es posible para los productores participar e incidir en la definición de estándares
- Es crucial la transparencia y el acceso a la información.
- Competencias técnicas son fundamentales, pero también evaluación económica y visión política.

Conclusiones

- El Comercio Justo es importante ya que tiene un efecto distributivo del comercio internacional en el diseño de política comercial. Es un error no tomar los efectos del comercio internacional en los objetivos de comercio inclusivo ya que es parte de una

¹ http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38985/S1500638_es.pdf

política internacional. El efecto del comercio en los diferentes sectores por ejemplo en estados unidos generó que muchas personas se quedaron sin trabajo.

- Es importante la Coordinación de política económica, de desarrollo productivo, comercial y social. Los ministerios funcionan como islas y no hay una consciencia ni articulación para tratarlos temas de comercio.
- Los temas que se debe trabajar son reducción de los costos del comercio, es decir en términos reducir las trabas de parte del gobierno para bajar los costos de logística, así mejorar conectividad y los espacios de integración subnacionales.
- Disminuir las brechas y aumentar potencial en infraestructura y bienes públicos.
- Apoyo a la pyme en América Latina del 0,003% del PIB se destina a la promoción de las pymes mientras en mercados avanzados el 0,4%.
- Se tiene que trabajar en la igualdad de género, ya que muchas veces existe un machismo que se acentúa en algunas actividades exportadoras, por eso se debe prestar especial atención a la mujer en la producción agrícola y la actividad exportadora.

INNOVACIÓN EN AGRICULTURA: OPORTUNIDADES PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN TERRITORIOS RURALES

Santiago Vélez

Representante del IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura)

Introducción

¿Cuántas tazas de agua se necesitan para producir una taza de café? Se necesitan 18 tazas, desde el agua que se pone en cultivo, el agua del procesamiento, todo el proceso que implica eso es la huella hídrica. Para la producción de un kilo de carne se necesita 240 litros de agua.

La importancia de innovar, es hacer las cosas diferentes, lo que sucede generalmente es que reaccionamos y no pensamos más allá de lo que debemos hacer, es decir para innovar en agricultura debemos pensar diferente.

El objetivo de la presentación es ver lo que sucede en la agricultura, sus retos y oportunidades que se da en la producción de productos como el café, el cacao, el banano, el palmito, la quinua entre otros, y como se podría mejorar a través de la innovación para lograr bienestar en la agricultura.

La estructura de la presentación es, primero trata los retos y oportunidades en el sector agrícola, segundo los elementos que se tienen para innovar porque siempre se demanda que se innove pero nunca se dice cómo hacerlo y finalmente se considerará que estrategias de innovación se puede poner en práctica.

Principales retos y oportunidades de la Agricultura

El tema de la agricultura y la innovación es complejo, para entender la innovación en la agricultura, por ejemplo si se quiere mejorar el empaque de la quinua, se tiene que considerar no solo el empaque, sino quien provee el producto, a que mercado se va a exportar, que restricciones se tiene y un conjunto de cosas; esa es una visión de sistema, ver lo que sucede fuera de la finca y dentro de la finca. Dentro de la finca tenemos que verlo que ocurre en el suelo, en la atmosfera, en el aire, en el comercio, entonces se requiere de una visión sistémica.

Actualmente se tiene que generar resiliencia que es la capacidad de adaptarse al cambio, como las personas se adaptan a esos procesos y como esos procesos se adaptan a los productos que se necesitan, a un banano que realmente sea conocido por su Comercio Justo, que sea orgánico, que tenga un registro y sea producido por una organización, cuando se tiene un entorno cambiante y con esto como se innova.

Y con ello que se hace para hacer para innovar, pero no se puede tener una innovación tecnológica sino se tiene una innovación social, organizacional, de pensamiento, de acción colectiva.

El comercio interno y externo debe enfocarse a la agricultura familiar, en América Latina el 80% de las unidades productivas pertenece a la agricultura familiar y de ese 80% apenas tienen el 33% de tierra cultivada con pequeños minifundios, y de ese 33% el 40% de alimentos que se come viene de la agricultura familiar y el 64% del empleo agrícola, como no pensar que la agricultura va a generar el desarrollo.

Retos que tiene la humanidad

- Inseguridad Personal, inseguridad alimentaria, jurídica en las fincas.
- Cambios en Patrones de Consumo. Las familias ya no consumen como antes con todos los procesos en los alimentos, entonces se debe pensar en nuevas alternativas en diversificación por medio de mecanismos de Comercio Justo.
- Se tiene que observar el reto de la migración interna y externa, en el campo donde se produce los alimentos solo existe el 30% de la población, quiere decir que hay migración interna y hay migración entre países, son retos que afecta a la producción.
- El Cambio Climático y deterioro y manejo de los Recursos Naturales, como el agua y el suelo.
- Otro reto, la exclusión, desigualdad y crecimiento de diferencias socio-económicas, donde el Comercio Justo tiene un papel fundamental por su concepto mismo.
- Insuficientes y deficientes servicios básicos, seguridad, enseñanza.

Los retos que se tienen no son nada simples, son retos complejos que tienen que llevar a pensar de manera diferente.

América Latina y el Caribe son los mayores exportadores de alimentos al mundo, lo cual es una gran oportunidad, continentes como África, Asia y Europa son importadores netos de alimentos.

Sin embargo, cuando se advierte en la productividad la cantidad de alimentos producidos al interior de los continentes, hay países de Asia y de África que están superando la productividad, lo que quiere decir que otros están aprovechando esa oportunidad, poner énfasis en la calidad y cantidad del producto y sobre todo como se está produciendo, entonces se tiene el reto de la competencia con otros países, productividad pero con competencia mundial.

Si bien existen grandes retos y también grandes oportunidades, ya que de los países tienen mayor productividad se puede dar un intercambio de tecnologías, para mejorar la producción con tecnologías amigables al medio ambiente. Al observar los datos por regiones, existen las que aportan más a la producción, lo que significa que si bien existe un crecimiento este no es suficiente, por ello la importancia de aprender las tecnologías para mejorar la productividad.

Ahora para mejorar productivamente se tiene que mejorar el manejo del suelo, ahí se tiene un gran problema, en Sur América los niveles de degradación del suelo son medios y altos se refiere a la erosión, por tener malas prácticas agrícolas, si la práctica agrícola que se realiza esta malhecha afecta tanto a los productores, al medio ambiente y a los consumidores, es decir afecta a todos, entonces el reto está en tener un buen manejo del suelo. Más de 306 millones de hectáreas en América Latina y el Caribe están afectadas por una degradación del suelo de origen humano, entonces cuidemos el suelo

El otro recurso importante es el agua, la Gestión Integral del Recurso Hídrico es otro de los retos relacionados a la producción en Comercio Justo, así se debe tener un manejo del agua desde la captación, almacenaje, distribución y uso del agua, Teniendo esa conciencia en los procesos de manejo en la producción ya que entre 1995 y 2005 algunos países del continente se están quedando sin agua, por eso es importante el cuidado de este recurso.

Para el año 2050 habrá nueve mil millones de personas en el mundo, entonces el reto no solo es diversificar la producción sino aumentar la cantidad de la producción para satisfacer las demandas. A la vez entre 1990 y 2050 existe un descenso de la población económicamente activa es decir de las personas que trabajan, mientras hay un incremento en el envejecimiento de la población.

Otro reto de la innovación es el de talento humano, un estudio del ASTI (Agricultural Science and Technology Indicators) ve la cantidad de investigadores en los países latinoamericanos y muestra que son pocos, donde no hay gente joven, gente que tiene que estar bastante preparada en tecnologías para la agricultura.

Lo anterior connota los problemas existentes como retos a ser afrontados por el Comercio Justo, como el manejo de recursos hídricos, los problemas de degradación de los suelos que se utiliza, en términos de tecnologías que se está utilizando y de la capacidad de conocimiento generado.

Si se hace una síntesis de los retos, la productividad normalmente se centra en indicadores económicos, y resulta difícil compaginar estos temas técnicos con la parte humana, para eso se necesita información sobre costos, sobre certificación, sobre beneficiarios, información sobre rostro humano que no se tiene. El reto también es la captación de información social y humana.

En el sector de la agricultura la mayor incidencia para desarrollar su comercio y la mayor cantidad de políticas no nacen en este sector, sino nacen de temas demográficos, sociales y económicos que están fuera del sector. Por eso no se puede trabajar de forma aislada, es importante trabajar entre instituciones privadas e instituciones públicas, el Comercio Justo debe abrirse para dejar de ver solo la finca, se tiene que ver el entorno y trabajar de forma articulada.

Esos son los principales retos que nos permite tener algunos elementos para ir generando este cambio de paradigma.

Elementos a considerar para la Innovación

Como IICA se tiene una concepción de la agricultura como sistema, es decir de la parte productiva, de comercialización y consumo relacionada con el sistema rural, la producción de alimentos con la vida rural, porque la vida rural es donde se nota el beneficio del producto del comercio. No se puede separar en el sistema rural las actividades agrícolas de las no agrícolas, porque muchas de estas actividades son complementarias para que el sistema económico funcione.

Y en el caso de la producción comercio-consumo, no se puede desligar al mercado nacional del mercado internacional, no solo pensar en el comercio interno o externo, sino consolidar el comercio interno, es decir tener esa visión sistémica porque lo que afecta a lo rural afecta al consumo y lo que afecta al consumo afecta al mercado, todo está interrelacionado, y ese es el primer cambio que se tiene que hacer y es un cambio de visión de lo que se tiene que tener como paradigma en temas de producción, comercialización y consumo del sistema alimentario.

Se cuenta con un instrumento que se llama agro matriz, que toma las dimensiones del desarrollo sostenible: lo productivo-comercial, lo ecológico-ambiental, lo social-cultural-humano, lo político-institucional, que muchos de estos está relacionado con los objetivos de desarrollo sostenible, además toma los ámbitos donde esta: los territorios, los productos y servicios, y el entorno del mercado nacional e internacional; sobre estos ejes se pueden combinar los ámbitos donde se genera el desarrollo con las dimensiones de desarrollo, donde las organizaciones pueden plantear estrategias de diferenciación y conjugar los ámbitos con las dimensiones, por ejemplo un tema en territorio es fomentar empresas rurales inclusivas, por lo tanto es una propuesta de un instrumento práctico puesta a disposición de los productores.

Cuando se habla de desarrollo, es necesario romper otro paradigma, la dicotomía entre lo urbano y lo rural, cuando en la realidad hay un continuo, no es que son unos contra otros, somos todos buscando el beneficio común, entonces existe conceptos de nueva territorialidad, que se deben generar, porque si se necesita desarrollar un producto en el sector rural y llevarlo al mercado urbano, se tiene que entender cuáles son esas identidades y esas estructuras que permitan desarrollar ese comercio interno y externo.

Hay conceptos que se debe tener alrededor de esta sugerencia, como ciudades intermedias no solamente pensar en lo urbano sino en una secuencia de ciudades que tengan beneficios sociales, buenos servicios, educación, cultura donde este el área productiva y además permita generar estos elementos, mantener en conceptos de nueva territorialidad como la identidad, entonces cada elemento deberían tener conceptos de identidad.

Existe una infinidad de productos en la amazonia y en el área andina como el asaí y la cañahua que son productos de alta calidad, productos que pueden estar vinculados al Comercio Justo productos no tradicionales desde los saberes, tradiciones, sabores y cultura. Otros elementos importantes son: la corresponsabilidad y la participación activa de la

población; tener cercanía con las autoridades; la innovación y creatividad; trabajar estas redes sociales más estables y mayor solidaridad elementos para fortalecer procesos de Comercio Justo.

Algunas estrategias e instrumentos para fomentar Desarrollo Sostenible en Territorios Rurales

Cambios paradigmáticos, algunos elementos estratégicos de Territorialidad, dónde para generar bienestar que es el fin último que se pretende por medio del desarrollo, se debe generar apoyo en temas de desarrollo político, gobernabilidad y democracia, donde el diálogo, la participación activa de comunidades, la vinculación de las alcaldías con las gobernaciones y el gobierno central es fundamental. Entonces se debe generar estos espacios para posibilitar la sostenibilidad en el Comercio Justo por medio de Cohesión social y cohesión territorial, elementos de articulación entre organización de productores.

Las organizaciones de productores exitosas en una parte del territorio y otras no, que no se hablan ni comparten, es un ejemplo de que no hay cohesión social, entonces como vamos a generar desarrollo si no se tiene cohesión social, generar desarrollo económico en los territorios.

Es importante la diversificación de los productos, el Comercio Justo se ha quedado con los productos tradicionales como café, cacao y banano, ¿y los otros qué?

Se tiene que tener un desarrollo sostenible con el manejo adecuado de los recursos naturales los recursos de la Pachamama y se sustentarlo en el reconocimiento de la identidad de la cultura, el peor error que se puede tener como países diversos es querer copiar a otros a hacer lo mismo, algunas cosas son la base de la cultura de cada país.

Finalmente algunas prácticas adicionales, ya específicamente hablando del Comercio Justo tienen un abanico de posibilidades para diferenciarse. La calidad simbólica está relacionada con lo que se ve y con lo que se es, en términos de:

- Ambiente. Hay elementos de la Conservación, la Reconexión-tierra-naturaleza, la Sostenibilidad, Natural, Calidad de vida. Para desarrollar diferencias de las prácticas tradicionales.
- Justicia Social. Legislación, Equidad, Ambiente, Comercio de proximidad por el tema de impacto ambiental, más adelante se va considerar la huella hídrica y la huella de carbono además del precio se va tener cuanto de agua se gastaron porque hay una huella ambiental, se hizo un estudio en Costa Rica donde solo el 20% de lo que produce lo consumen, el 80% lo traen de la China y el traerlo implica una huella ambiental, para el tema de justicia está el Comercio Justo.
- Terruño. Identidad, enraizamiento, pertenencia y origen conocido.
- Ruralidad. Productos no industrial, menos aditivos, forma de vida, tradición, Valores, producción artesanal.
- Salud. Menos intensivos, Origen conocido, Menos intensivas, Menos aditivos.

- Prestigio.Productos de reconocimientos, orgullo, conocimientos, lujo.

Entonces para generar diversificación y valor agregado hay mucho que hacer, se requiere de innovación y calidad, salir de pensar de la forma tradicional que tenemos y hacer un cambio desde nuestra organización para nuestra comunidad y desde nuestra comunidad para nuestro país.

Que es el IICA

- Es un organismo Internacional especializado en Agricultura y vida rural del Sistema Interamericano.
- Tiene presencia en los 34 Países del Continente y en España.
- Red de Representaciones con más de 600 Especialistas en diversas áreas de la Agricultura y la vida rural.
- Máximo órgano de Gobierno: Junta Interamericana de Agricultura.

Misión

Estimular, promover y apoyar los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr su desarrollo agrícola y el bienestar rural por medio de la cooperación técnica internacional de excelencia.

COMERCIO JUSTO: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Marco Cocsione

Representante de la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se relacionan con nuestra vida diaria y sobre todo con el trabajo que se realiza todos los días.

El ODS 17 se refiere a generar alianzas para lograr los objetivos, por ello se necesita construir alianzas para hacer redes, en esta línea se crean las coordinadoras nacionales de Comercio Justo en los distintos países, para formar estas redes y compartir políticas que beneficien al Comercio Justo, las cuales se deben hacer en los niveles nacionales.

Las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo (CNCJ) son un ejemplo de alianza y redes nacionales, así como lo es la CLAC una red de alianza a nivel regional y la red Fairtrade² a nivel global, todos esos niveles trabajan por el Comercio Justo pero como se puede advertir desde distintos niveles, las organizaciones a nivel de base, la coordinadora a nivel regional y el sistema Fairtrade a nivel internacional y juntos construyen esa alianza global para el desarrollo sostenible.

Esta alianza global para el desarrollo sostenible en concordancia con el ODS 17 tiene tres características fundamentales:

- **Multidimensional:** Abarca las diferentes dimensiones del desarrollo, retomadas posteriormente en los ODM – ODS (aspectos económicos, sociales, ambientales, etc.).
- **Multinivel:** Niveles comunitario-local-nacional-regional-continental-internacional.
- **Multi-stakeholders o Multi-actores:** Reconoce los actores que construyen esa alianza mundial como Productores, Exportadores, Compradores/Importadores, Transformadores, Organizaciones de Comercio Justo y Sociedad Civil, Autoridades Públicas, Ciudadanos/Consumidores. En Latinoamérica es más difícil trabajar con los consumidores. Además existen muchos niveles de actores con diferentes niveles de compromiso.

² Fairtrade es un enfoque alternativo al comercio convencional y se basa en una asociación entre productores y consumidores. Cuando los agricultores pueden vender en términos de Comercio Justo, les brinda un mejor trato y mejores términos de intercambio. Esto les permite la oportunidad de mejorar sus vidas y planificar su futuro. Fairtrade ofrece a los consumidores una poderosa manera de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.

Cuando un producto lleva la marca FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con los Estándares Fairtrade. Los Estándares Fairtrade están diseñados para abordar el desequilibrio del poder en las relaciones comerciales, los mercados inestables y las injusticias del comercio convencional. (<https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html>).

Cuando salieron los ODS en 2015 la Fairtrade sacó una publicación donde resalta que el Comercio Justo puede ser un socio importante para el logro de los ODS, entonces publica su primer posicionamiento conjuntamente con la CEPAL a partir de las empresas privadas resalta la importancia del Comercio Justo.

Varias de las metas de los ODS tienen que ver con el Comercio Justo, para el cumplimiento del ODS 17 vinculado al Comercio Justo como una alianza para el desarrollo sostenible, las siguientes metas se articulan con este objetivo:

- Meta 17.10 – Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo.
- Meta 17.11 – Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo.
- Meta 17.16 – Fortalecer la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados...
- Meta 17.17 – Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil...

Eso es lo que se está haciendo todos los días, el problema es como hacer al Comercio Justo más visible.

Como se hace para reducir la pobreza, el ODS 1, tiene que ver con este tema, para el cumplimiento de este objetivo se va trabajando a partir de tres principios: precio más justo, premio social y el prefinanciamiento con esos tres principios se pretende hacer frente al hambre. Además las metas referidas a Comercio Justo son:

- Meta 1.1 – Erradicar la pobreza extrema.
- Meta 1.2 – Reducir la pobreza en todas sus formas.
- Meta 1.4 – Garantizar los derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de la tierra y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros.
- Meta 1.5 – 1a Movilización de recursos para los países en vía de desarrollo.

El ODS 2, sobre hambre cero tiene que ver con la diversidad de la producción para ello se trabajan en las siguientes metas:

- Meta 2.1 – Poner fin al hambre y asegurar acceso a la alimentación
- Meta 2.3 – Duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala.
- Meta 2.4 – Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes.
- Meta 2.5 – 2a Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones comerciales en los mercados agropecuarios mundiales.

El día que no se encuentren productos alimenticios, las personas morirán, pero en el mundo en la actualidad si hay personas que mueren de hambre, por ello desde finales del año 2014 se está implementando el Programa de Incremento de la Productividad (PIP) que tiene como objetivo difundir y transferir tecnología en la optimización del manejo agronómico de los sistemas de producción de banano en Perú, Ecuador, Colombia, Costa Rica, Panamá, Rep. Dominicana e Islas de Barlovento. Además promover de inversiones en diversificación productiva que garanticen un mejor uso de la tierra, mejoras sustanciales en las dietas, diversificación de ingresos y soberanía alimentaria de las comunidades rurales.

El ODS 5 enfatiza en poner fin a toda discriminación de las mujeres reconociendo la igualdad de derechos entre hombres y mujeres que busca la equidad de género. Para conseguir este objetivo desde el Comercio Justo se vienen trabajando en el logro de las siguientes metas:

- Meta 5.1 – Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
- Meta 5.5 – Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.
- Meta 5.6 – 5.a – Emprender reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, así como acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros tipos de bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales.

La igualdad de Género es un pilar fundamental del movimiento por un Comercio Justo y solidario. La CLAC está impulsando una Política de Género, en donde se plantean estrategias de empoderamiento y transversalización de género en los distintos ámbitos de trabajo. Fomenta la participación activa de las mujeres en las organizaciones y también programas formativos que permitan a las mujeres empoderarse realmente de todas las actividades productivas y comerciales, que las coordinadoras las pueden adaptar para que la discriminación hacia la mujer sea positiva.

Además la CLAC lanzó iniciativas de cómo se van asumiendo los roles tanto de hombres como de mujeres, donde se obtuvieron experiencias muy significativas.

DOS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Las metas de este objetivo:

- Meta 8.5 – Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres.
- Meta 8.6 – Reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.
- Meta 8.7 Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil.

De acuerdo a este objetivo la CLAC rechaza el trabajo forzoso y la explotación infantil como pilares del movimiento de Comercio Justo. Tanto a nivel global (Fairtrade International) como en América Latina (CLAC) se han adoptado políticas de protección de los niños y de los adultos vulnerables.

Trabaja para empoderar a los trabajadores rurales de empresas privadas certificadas, para que se organicen y negocien mejores condiciones salariales y de trabajo (red de trabajadores).

La inclusión de jóvenes en las organizaciones como prioridad de sostenibilidad, dentro el Comercio Justo los jóvenes pueden trabajar y ser socios, esto también los empodera más.

ODS 10: Reducción de las desigualdades. La pobreza no es causa de las desigualdades sino es una consecuencia. El problema es que la riqueza está mal distribuida, el Comercio Justo para reducir las desigualdades y equilibrar el sur (productor) con el norte (consumidor). El movimiento de Comercio Justo trabaja entre los que tiene mercado y quienes no lo tienen. Para ello se propuesto alcanzar las siguientes metas:

- Meta 10.3 – Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas.
- Meta 10.4 – Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad.
- Meta 10.7 – 10.a Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados...

El Movimiento de Comercio Justo promueve la reducción de las desigualdades entre quienes tienen oportunidades y las pueden aprovechar, quienes tienen acceso a los mercados, fuerza comercial y pueden negociar precios y condiciones contractuales.

Además, trabaja buscando la igualdad entre quienes cumplen con los requisitos del sistema bancario convencional y pueden entonces tener acceso al crédito, y quienes no; entre los que pueden financiar investigaciones e implementar nuevas tecnologías, y pueden internalizar los costos y los riesgos del cambio climático, y quienes no pueden.

DOS 12: Consumo y producción sostenibles.

- Meta 12.6 – Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles.
- Meta 12.7 – Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.
- Meta 12.8 – De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

DOS 13: Acción por el clima

- Meta 13.1 – Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.
- Meta 13.2 – Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales
- Meta 13.3 – Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

Los estándares Fairtrade promueven un uso más eficiente de la energía, de los suelos, de los recursos hídricos y naturales. Además, el sistema Fairtrade está apoyando a los productores en sus procesos de adaptación al cambio climático y, al mismo tiempo, está desarrollando varias acciones de incidencia para sensibilizar las sociedades sobre los riesgos que implica no atender adecuadamente a quienes nos garantizan cada día nuestra alimentación.

ODS 3: Salud y bienestar

- Meta 3.9 – Reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la polución y contaminación del aire, el agua y el suelo.

DOS 6: Agua limpia y saneamiento

- Meta 6.3 – Mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos.

ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones sólidas

- Meta 16.7 – Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas.
- Meta 16.8 – Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial.
- Meta 16.10 – 16. b – Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.

Inclusión y participación efectivas como pilares fundamentales del movimiento y del trabajo cotidiano de CLAC. A través del trabajo de incidencia, se promueven alianzas y coaliciones con diferentes sectores de nuestras sociedades (público, privado, de la sociedad civil, económico solidario, etc.).

Finalmente la CLAC promueve el Comercio Justo como un aliado fundamental para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a nivel global.

INTERVENCIÓN DEL VICEMINISTERIO DE COMERCIO INTERNO Y EXPORTACIONES (VCIE)

Percy Belmonte

Representante del VCIE (Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones de Bolivia)

Lo que está haciendo el gobierno a través del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones, en lo referido a Comercio Justo en un escenario donde no existe un trabajo consensuado y conjunto con las diferentes instituciones del gobierno, y es así que un Ministerio de Aguas está alejado de un Ministerio de Desarrollo Productivo y del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, estando en un proceso de trabajar en ello. Sin embargo en el VCIE se está trabajando en producción más limpia, en el manejo de mejores tecnologías en el manejo de aguas a través de planes de manejo de tecnologías y aguas para la producción primaria. Además el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a través del Viceministerio de mediana empresa, donde se premiará a las empresas que tengan desarrollado la RSE. El VCIE está trabajando con muchos ministerios como con el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras con el que se ha trabajado temas de quinua, pollo y carne.

Un tema preocupante es el tema del costo de la certificación, como se ha visto en el caso de la quinua, en el caso del café, en el caso del cacao y ahora en el caso del Comercio Justo. No se tiene un precio adecuado para los productores que muchas veces no tienen la capacidad de pagar un precio tan elevado por una certificación, siendo este tema abordado desde el VCIE para ver la forma de subsanar este tema bastante complejo.

Un tema en Comercio Justo que debe ser abordado es el tema de visibilización, muy pocas personas saben de lo que se trata el Comercio Justo, cuales son los objetivos y principios que rigen esta forma de comercialización y forma de producción. Es importante visibilizar a partir de algunos lineamientos y de algunas actividades importantes para el VCIE que ha dado apoyo como materiales, en la parte de logística y convocatoria de medios lo que es un avance mínimo, ya que el Viceministerio debiera estar más compenetrado como para generar por ejemplo una separata en cualquier periódico que permita hacer conocer más el movimiento de Comercio Justo lo que beneficiaría tanto a los productores, comercializadores y al Viceministerio. El tema de difusión no solo debía tratarse de productores en talleres sino a nivel de la población en general, como el año pasado que se trabajaron constante con el movimiento de Comercio Justo en el tema de ferias, donde ya ha existido ese acercamiento entre el VCIE y el Comercio Justo.

Es importante que toda la revolución que tenemos en Comercio Justo es realizado con manos y materias primas bolivianas, lo cual es un elemento diferenciador en la producción boliviana y nos permite luchar contra el contrabando inicialmente, posteriormente se trata de un tema de calidad ya que lo hecho en Bolivia y lo hecho por el Comercio Justo tiene una mejor calidad que lo hecho en el exterior.

Otro tema de relevancia es el tema de género, importante a nivel de la economía familiar sustentable, se cuenta con un sello a nivel de la economía familiar sustentable y fuimos a la Argentina para explicar en qué consiste este sello.

Apostar a la diversificación de productos y la transformación donde los productores primarios debieran tener una asociatividad que se pueda generar alrededor de ciertos elementos comunes y la capacidad a partir de adquirir maquinaria para la capacidad de realizar transformación promoviendo desde el VCIE que toda la producción nacional se utilicen en el desayuno escolar.

Un compromiso de trabajo que se tiene con el sector, es el contar con puntos especializados de ventas con el Comercio Justo, creando circuitos cortos, dos lugares como en la Zona Sur y en El Alto o en El Centro, que nos permita visibilizar que tenemos una particularidad que tenemos una producción con una particularidad que es el Comercio Justo, el compromiso entonces es hacer que se visibilice, se difunda y llegue a mejores resultados en el tiempo.

PRESENTACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

COOPERATIVA INTEGRAL AGROEXTRACTIVISTA CAMPESINOS DE PANDO - COINACAPA

Eulogio Suxo

Representante de COINACAPA

Antecedentes

COINACAPA es una organización que trabaja en Bolivia sobre el producto que es la castaña más conocida como la almendra.

La cooperativa se ha fundado en el año 1998 por problemas que tenía la cooperativa en ese entonces que afectaba a los recolectores de castaña. La castaña tenía precios muy bajos, había empresas brasileras y empresas privadas que compraban estos productos a costos ínfimos, por decir una bolsa de 69 kilos valían 20 bolivianos, 30 bolivianos o 50 bolivianos, estamos hablando de unos 6 o 7 dólares actualmente, demasiado bajo. A la vez había una explotación humana, por estas razones un grupo de recolectores se organizaron animados por la asociación campesina y nace justamente la cooperativa.

En ese entonces había ya una cooperativa llamada CAIB y la FSUTCP (Federación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Pando) era para que los productores se animen a organizarse y cuando la cooperativa empieza a organizarse, hace su primera venta el año 2000 y un importe a Italia por los diferentes productos que varían de 30 bolivianos (5 o 6 dólares) llegando a duplicarse y triplicarse casi a unos 180 bolivianos más o menos. Sorpresivamente ahí empiezan a explorar nuevos mercados, y los recolectores de castaña que no estaban organizados se informan a través de la cooperativa cada año a como estaba el precio de la castaña, y a cuanto se vendía los precios en el exterior. Porque la castaña no está en el bolsín como otros productos como el café, fue en ese entonces donde la cooperativa empieza a crecer, de esos 25 productores llegando a 2006 a más de 1600 socios.

Los precios iban subiendo cada año y es la asociación que fija los precios de la castaña como un referente, ya que las empresa privadas no socializan los precios de exportación, en cambio en la cooperativa a través de las asambleas de la asociación siempre se informa acerca los precios, lo que a la vez se socializa en las comunidades.

Los recolectores de castaña no poseían una propiedad fija, tampoco poseían bienes requisito para acceder a créditos, a través del Comercio Justo se ha podido incorporar los microcréditos aunque esté prohibido, internamente se mantiene como un aspecto cultural, escapando de la sanción de la ASFI mediante créditos diferenciados.

Ubicación

COINACAPA está ubicada en la cabecera del Departamento de Pando. También en el departamento de La Paz en Ixiamas pero también en parte del Beni. Por la topografía se tiene dificultad en los accesos y distancias.

Actividades más importantes:

Para la producción de castaña se tiene altos costos, para visitar las plantaciones se viaja dos días, a la vez que se tiene un manejo sostenible como el cuidado de los animales como el jochi (chanchito del monte) que a la vez ayuda a sembrar la castaña, ya que ellos empiezan a esconder la castaña bajo la tierra pero no logran consumir todo y luego empieza a brotar la castaña de la semilla escondida, igual sucede con los monos y otros animales.

Un recolector posee 500 hectáreas, para recolectar este tiene que caminar una media hora a una hora ya que la distancia es larga entre árboles, aparte de eso pasar por los riesgos que se corre en la selva, en quinientas hectáreas se recolecta en un día una bolsa.

Para eso hemos tenido varias capacitaciones de nuevas redes de comercialización o en buenas prácticas en manejo de materia prima, existe un cuidado de los árboles de la castaña, es prohibido cortarlos y existen castigos al interior de la organización, se está trabajando en la normativa de prohibición de cortar la planta de la castaña para ello se han hecho censos, pero no se ha logrado censar toda la castaña, solo de los asociados.

Impactos

- Son de tipo social y económico, los productores acceden a los ahorros y créditos, aunque muy poco, Pando falta pero se está animando a trabajar a los productores con los créditos.
- ASFI debería modificar las normativas, es muy difícil acceder a los créditos en Bolivia, es más fácil acceder a créditos en el exterior.
- Se ha logrado reestructurar el mercado de Comercio Justo.
- Se tiene precios estables.
- Que el producto no se venda como materia prima, sin procesarse sino que se procese como el arroz y maní.
- Hay muchos jóvenes que se han formado con becas, hasta hace dos años se otorgaba becas para los jóvenes.
- Acceso al financiamiento a partir del trabajo con una ONG.
- Imagen institucional.

Aprendizajes

- Tener un capital de operación, la organización tiene como lección aprendida el saber respetar el capital de operación.

- No es bueno trabajar con un producto, anteriormente se trabajaba con castaña y goma pero se ha tenido un accidente y nos e pudo recuperar pero se está viendo otros productos.
- Hacer provisión de fondos para riesgos o accidentes empresariales, es decir un ahorro para los riesgos.
- Evaluación continua de los asociados, a veces los asociados se cansan y ya no desean continuar.
- Incorporar a los jóvenes en las organizaciones, ya que los jóvenes tienen una facilidad para movilizarse y posee conocimientos como internet o inglés.
- Tener alianzas estratégicas con productores similares, para cumplir contratos, no solo a nivel de productores sino a nivel de cooperativas u organizaciones de similar producción.

Visión a futuro

Tener desde la planta es decir de la producción para el acopio y cumplir con toda la cadena desde el árbol hasta la industrialización y la exportación. La Visión de "COINACAPA Ltda." es ser una empresa social, líder y competitiva a nivel regional, nacional e internacional; ofertando productos de alta calidad como: la castaña, asaí, cacao, y otros.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE QUINUA “ANAPQUI”

Zenón

Representante ANAPQUI

Antecedentes

En el altiplano está ubicada la Asociación Nacional de Productores de Quinoa ANAPQUI. Fue fundada en la ciudad de La Paz el 3 de diciembre de 1983, en la actualidad está formado con delegados y participantes de los departamentos de:

- Potosí: Provincia Nor Lipez y Daniel Campos.
- Oruro: Sud Carangas y Antonio Quijarro, de, Provincia Ladislao Cabrera con sus Ayllus Thunupa, Yaretani, Huatari, Coracora y Sud Carangas.
- La Paz: Provincia Ingavi, Pacajes y los Andes

En el primer Congreso de Productores de Quinoa del 1983; se resolvió como punto fundamental, la fundación de “ANAPQUI”.

ANAPQUI cumplió 34 años de vida. Actualmente tiene 2.220 socios afiliados a la organización matriz, distribuidos en 15 organizaciones regionales, y las regionales están ubicadas en el salar, que es una zona inhóspita donde están diseminados los productores de quinoa. Estas regionales tienen una producción de 143.961,62 qq cada año. Las regionales se dedican a la producción de quinoa orgánica. A partir de 2005 ha sido de mucha importancia,

Impactos del Comercio Justo

Hubo mayor empoderamiento del premio de Comercio Justo por las organizaciones de primer grado, el premio fue utilizado en la compra de basureros.

Almacenamiento de la quinoa

- El producto debe estar en un ambiente solo.
- Los sacos son elaborados especialmente para la quinoa.

Aprendizajes

- Mejorar la administración delegada.
- Organizarse para discutir los temas del Comercio Justo y sus beneficios.

Visión Futuro

ANAPQUI, tiene proyectado en el futuro:

- Mejorar el rendimiento de producción por superficie cultivada.

- Incrementar los volúmenes y precio de venta al mercado nacional y también internacional.
- Mejorar y ampliar la transformación de derivados de quinua real.

Conclusiones

- ANAPQUI está trabajando en fortalecer al productor, ya que se viven tiempos muy difíciles para los productores de quinua debido al cambio climático y a otros factores.
- Es una preocupación el poder mejorar la producción, pero se requiere de alianzas como las ONG y el Estado.
- Tiene una maquinaria para el tratamiento de la quinua, la cual es obsoleta y se tiene ya programado la compra y montaje de una nueva maquinaria.
- Se posiciona dentro lo que es el Comercio Justo, y se ha propuesto incrementar los volúmenes de quinua en el mercado nacional e internacional, sin embargo se tiene dificultad con los intermediarios, quienes compran de los productores en precios mínimos, frente a este hecho ANAPQUI tiene una planta de pastas en la que está incursionando en la transformación de la quinua en productos como fideos, galletas, pipocas, etc.

CENTRAL DE COOPERATIVAS “EL CEIBO”

Nemion Condori

Representante de El Ceibo

El Ceibo cumple 40 años de vida institucional. El nombre viene de un árbol. Es una Organización Cooperativa de Segundo grado que trabaja enmarcado bajo la Ley General de Sociedad de Cooperativas de Bolivia. La ubicación geográfica de la cooperativa está en el Departamento de La Paz, Provincias Caranavi, Sud Yungas y Larecaja; también en Cochabamba en la Provincia Ayopaya y en el Departamento de Beni en la Provincia José Ballivián.

Actualmente existen 48 cooperativas afiliadas, agrupa a más de 1.300 familias productoras del cacao orgánico.

Visión

- Constituirse competitivamente como una organización modelo del país, dentro la cadena productiva agro industrial del cacao orgánico y otros productos.
- Bajo criterios del Comercio Justo y de sostenibilidad económica, social y medio ambiental.
- Sobre todo satisfaciendo las necesidades de sus asociados y productores del rubro, con autogestión propia bajo la filosofía del cooperativismo.

Misión

- Desarrollar con transparencia y eficiencia la administración de la cadena productiva del cacao orgánico.
- Bajo principios de unidad, sostenibilidad, justicia social y equidad.
- Con recursos humanos propios formados bajo la filosofía del cooperativismo, cuyo fin es resolver las necesidades de las cooperativas afiliadas y sus socios. Contribuyendo al desarrollo Regional y Nacional.

El Ceibo maneja toda la cadena productiva con recursos humanos propios a nivel nacional e internacional.

Principios

- Autogestión administrativa.
- Participación democrática.
- Formación y capacitación integral.
- Producción sostenible ecológica.
- Distribución de excedentes de forma proporcional cada año.
- Integración entre organizaciones similares.

- Respeto a la vida medio ambiente

Dentro la estructura del Ceibo tiene cuatro áreas de trabajo:

- El PIAF que se ocupa de dar asistencia a los socios productores.
- La agroindustria que se encarga de la transformación del producto
- El centro comercial, servicios para no solo depender
- La financiera dirigida a dar créditos a los socios a tasas competitivas para que el productor pueda ampliar su frontera agrícola.

Dentro de la estructura organizativa del ceibo se considera la participación de la mujer y de los jóvenes.

Beneficios que genera como empresa social

- Mercado seguro para el cacao boliviano con precios justos y estables.
- Asistencia técnica a productores del cacao y otros rubros.
- Fortalecimiento organizacional.
- Formación y capacitación integral.
- Distribución de excedentes.
- Pago bono de vejez a socios y socias mayores de 55 años.
- Becas de Estudio para socios e hijos de socios.
- Apoyo a la salud de la familia socia.
- Fuentes de trabajo para socios e hijos e hijas de socios.
- Formación en la agricultura orgánica sostenible.

Impacto global

- Haber logrado una organización social, campesina, productiva de diferentes culturas y regiones del país.
- Haber logrado el desarrollo de la cadena del cacao, desde la semilla, producción agrícola, industrialización, exportación y administración.
- Contribución en el desarrollo de la región con 20 millones de bolivianos por compra de cacao orgánico.
- Implementación de cultivos bajo sistemas agroforestales y la reforestación.
- Protección del Bosque, suelo, recursos hídricos y la bio diversidad.
- Mejora de condición de vida, organizados socialmente bajo la filosofía cooperativo.

Aspectos que afectan el desarrollo

- En Bolivia no existe un tratamiento diferenciado para pequeños productores organizados que manejan la cadena productiva.
- Ineficiente control de contrabando de productos, que afectan el crecimiento de las industrias.

ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA “LA MONTAÑA VERDE”

Raúl Mamani Sillerico

Administrador de la Asociación Montaña Verde

Esta asociación se dedica a la producción del café. Se fundó con la necesidad de generar economía como organización el 22 de noviembre del 2001 y tiene como recorrido 16 años, está conformado por pequeños productores que pertenecen a 79 familias. Tiene dos fundadores (Emilio Titirico Limachi e Isaías Ticona Quino) que organizaban la Asociación Montaña Verde.

Se ha fundado por las recesiones económicas con 38 pequeños productores y legalmente en 2002 logran tener sus propios documentos a nivel local, departamental e internacional. El 2010 como Montaña Verde se maneja todo independientemente.

Se ubica en el corazón de La Paz, a una altitud de 1.650 a 1.900 metros sobre el nivel del mar, específicamente ubicados en Colonia Villa El Carmen en el Municipio de Caranavi del Departamento de La Paz.

Los productores son socios activos de tres colonias, Colonia Villa El Carmen, Colonia Llusta y la Colonia Villa Katurapi. El café es el principal y único producto que maneja la asociación y algunos híbridos para consumo propio.

En el 2013 manejaba una producción de exportaciones de 255.557,23 libras a Estados Unidos y Alemania. El 2016 ha rebajado más del 50% a 85.185,74 libras, se bajó la producción debido a las plagas y enfermedades que han atacado el 2014 y 2015 demasiado, a base de esa situación ahora se está haciendo renovaciones y también se ha identificado que productos son resistentes.

Impactos del Comercio Justo. El Premio FLO y SPP es de mucha ayuda para los pequeños productores, como Montaña Verde trabajamos con dos Comercios Justos que es la FLO y la SPP. Se invierte más del 50% en la producción y el otro 50% ayuda en el tema social educación, salud, comercialización. El premio del 2015 se ha usado toda la gestión 2016 para la producción para la renovación, porque es necesario invertir para cosechar luego.

En el organigrama los 39 productores son la máxima autoridad:



Nuestra visión, es decir que es lo que se quiere de aquí a unos años, es mejorar la producción (de 10 a 18 quintales por hectárea), implementar el volumen de ventas, destacar las marcas manteniendo la alta calidad. Además:

- Mejorar en la producción.
- Implementar volumen de ventas y tener mercados locales potenciales a largo plazo.
- Implementar agencias de venta local en diferentes departamentos.
- Sacar marcas patentadas para la comercialización Nacional.
- Crear un espacio según Estatutos Orgánicos el área de comité de mujeres y comité de jóvenes.

SEGUNDO DÍA

LA REGULARIZACIÓN MIGRATORIA DE LOS TRABAJADORES EXTRANJEROS QUE LABORAN EN LA PRODUCCIÓN DE BANANO EN REPÚBLICA DOMINICANA

Andrea Fuentes

Representante de la Coordinadora Dominicana de pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo del Caribe (COORDOM)

Incidir en la política migratoria es uno de los objetivos de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo en el Caribe, ya que se trata de un año dirigido a trabajar en la incidencia.

La presentación está dividida en cuatro partes, la primera ¿de dónde viene este problema de la política migratoria?, ¿que se ha estado haciendo a nivel de papeles, como se ha incidido? y lo que se viene.

República Dominicana y Haití son dos países ubicados en una isla del Caribe, el primer problema es que no hay una delimitación física, ya que se encuentran divididos por una frontera amplia toda la isla dividida en dos, que permite el paso ilegal de miles de haitianos a República Dominicana por diferentes puntos, si bien hay puntos fronterizos no dan paso para el control, por eso existe bastante trata de personas.

El problema de migración se remonta al año 1800 alrededor de la producción azucarera, ya que República Dominicana produce azúcar, banano, cacao y café; el azúcar era el producto estrella. En 1980 a partir del crecimiento de la industria azucarera se considera importante la mano de obra extranjera ya que se instalan los primeros ingenios a la que se utilizó en primera instancia mano de obra de origen africano posterior a ello mano de obra procedente de islas del Caribe y Puerto Rico.

En 1950 a 1980, la mano de obra dispuesta a trabajar en la zafra de azúcar era la haitiana, en estos años el gobierno haitiano y dominicano firmaron un acuerdo, que decía que todos los haitianos podrían ir por máximo 5 años a trabajar a República Dominicana en la zafra de azúcar, pero sucedió que después de la zafra volvían a Haití y regresaban a República Dominicana a otra zafra y otros no volvían se quedaban y es ahí donde empezó a crecer el número de población migrante haitiana en territorio dominicano, la cual en un porcentaje menor tenía los carnet de permiso pero la mayoría no contaba con este.

Aquí se inicia los primeros antecedentes del problema migratorio. A través de los años, la mano de obra haitiana ha ido insertándose en los sectores más productivos del país, sobre todo el Sector Agrícola, donde la mano de obra dominicana cada vez es más escasa.

En 1980 y principios de 2000 la mano de obra haitiana proliferó y no solo estaba centrada en la agricultura sino trascendió a la construcción, empero mantenía su presencia en el sector agrícola de azúcar y bananos, en el sector bananero más el 66% era mano de obra haitiano.

Dentro de la Fairtrade hay dos tipos de plantaciones, una de los pequeños productores y otra de las plantaciones de Fairtrade, dentro de las plantaciones están los trabajadores. Si bien el Comercio Justo se hizo para mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable, en una plantación la prima es de los trabajadores, entonces las plantaciones están conformadas por un comité de trabajadores, donde el 98% del comité son haitianos, el resto pertenece a trabajadores dominicanos que generalmente trabajan como mandos medios o gerencia.

Al considerar al 75% de población haitiana, por un lado por medio de relaciones bilaterales entre Haití y República Dominicana, por el otro el sector agrícola y el Estado Dominicano han propiciado acuerdos en distintas ocasiones para normalizar el estatus migratorio en el que se encuentran, pero por diversas razones estos acuerdos no han tenido los efectos esperados.

Para poder cumplir la normativa Fairtrade sobre los derechos laborales se necesitaba legalizar la condición migratoria de los trabajadores haitianos.

El primer logro relacionado a las políticas migratorias se dio a través y para el sector bananero, se trata del carnet de migración que se entregaba a todo trabajador y tenía una duración de un año, el único requisito era trabajar en una de las asociaciones bananeras y se lo solicitaba en la policía, este documento impedía la deportación de los trabajadores ante los controles migratorios. Sin embargo el carnet no tenía validez legal ya que no te permitía exigir ningún otro derecho o ser residente, no podía salir y entrar al país, ni la afiliación al seguro social.

Posteriormente era necesario darle estatus legal a ese carnet, por ello se empezó a trabajar en las visas múltiples de negocios, estas visas permiten entrar y salir del país pero para poder solicitar dicho documento se necesitaba el acta de nacimiento o una solicitud de pasaporte de cada trabajador.

Haití presenta un gran problema ya que cuando una persona nace nadie la inscribe, por ello de los cien carnets que se tenía 98 no contaban con certificados de nacimientos por esta razón se tuvo que trabajar con el consulado haitiano para el trámite de certificados de nacimiento y con ello las visas, que permitieron la libre circulación y la asociación de trabajadores.

Limitaciones de las visas múltiples de negocios

- Alto Costo (US\$ 200.00 p/p) para solicitar las visas.
- Actas de nacimiento falsas, porque no tenían este documento.
- No le autoriza al trabajador a estar como empleado formal dentro del sistema laboral.
- Los criterios Fairtrade no estaban claros respecto a la utilización de los fondos para el proceso de documentación.

2010-2012

Período en que el sector bananero aprovechó para negociar con el Estado Dominicano la obtención de una visa de trabajo para todos aquellos que contaban con las visas múltiples de negocios, el gobierno manifestó que no se podía otorgar este documento, ya que las autoridades alegaron que no se cumplía el artículo 135 del Código de Trabajo Dominicano que exige el 80% de trabajadores nacionales y 20% trabajadores extranjeros, motivo por el que lo dieron por terminado.

En el caso de la producción de banano la planilla de trabajadores extranjeros contratados es superior al 66%, según muestra el estudio Inmigración y Mercados Laborales, realizado por el Ministerio de Trabajo de la República Dominicana.

Frente a esta situación se puso en vigencia el Plan Nacional de Regularización de Extranjeros (PNRE) que fue el instrumento mediante el cual el Estado Dominicano, permite a un extranjero que se radica en territorio dominicano en situación de no residente o irregular, obtener un estatus migratorio legal. Antes de la promulgación del Reglamento No. 631-11, del 19 de octubre del 2011. En julio de 2015 concluyó la fase de registro de migrantes y en julio de 2016 el poder ejecutivo extiende por un año el tiempo de estadía a inmigrantes con permiso de residencia temporal que poseen carnet como documento de identidad.

Para obtener este permiso debían cumplir además con 3 ejes fundamentales:

1. Tiempo de Radicación en el País.
2. Vínculos con la Sociedad Dominicana.
3. Condiciones Laborales y Socio-Económicas.

Para contar con esos requisitos los haitianos tuvieron muchos problemas, tuvieron que hacer documentos con los dueños de casa para probar los años de permanencia en país y con sus empleadores para las cuestiones laborales, pero tuvo gran complejidad probar las condiciones socio-económicas.

Dificultades encontradas en el Proceso

- Falta de documentos de identidad de los trabajadores. A la vez que los trabajadores haitianos se llaman mucho por sus apodos que son idénticos, esos es un problema para tramitar los certificados de nacimientos.
- Documentos falsos.
- Cantidad significativa de trabajadores que entraron a las fincas después del 19 de octubre 2011.
- No se garantiza la permanencia de los trabajadores en las fincas.
- Costo del proceso.
- No hay unificación de criterios por parte de las autoridades dominicanas ni los encargados del proceso.
- Falta de información para completar correctamente los documentos.

- Falta de disponibilidad de fecha para registrarse.
- Propietarios de viviendas que no están dispuestos a proporcionarles un contrato de alquiler a sus inquilinos.
- Tiempo que tarda adquirir un documento de identidad luego de la solicitud.

Incidencia desde la CLAC

- Promoción de la regularización del estatus migratorio de los trabajadores haitianos que laboran en las fincas bananeras de la República Dominicana.
- Promover la modificación del Artículo 135 del Código de Trabajo que establece que el 80% de los trabajadores contratados por cada empresa deben ser dominicanos.
- Promover el acceso de los trabajadores migrantes al Sistema Dominicano de Seguridad Social.

Con todo se lograron registrar 288,466 inmigrantes, de los cuales por falta de documentos algunos no tienen concluidos sus procesos, pero mientras tanto se observa una mejora en su condición laboral y su inscripción en la seguridad. Pero la preocupación radica en que se les vencerá el carné provisional que les entregó el Gobierno a 143 mil extranjeros (la mayoría haitianos) que no lograron completar los documentos exigidos en el Plan Nacional de Regularización para tener residencia permanente y renovar cada dos años su estatus.

Por estas razones, las líneas de trabajo de la CLAC están dirigidas a que se pueda regularizar esas bisas y hacer el lobby para la contratación de la población migrante, ya que el Gobierno Dominicano otorgó una prórroga de un año a la vigencia de los carné de unos 143 mil extranjeros, la mayoría de ellos haitianos, que empiezan a vencer el 17 de julio.

La falta de información para obtener los documentos, el tiempo que se tarda para el trámite de los pasaportes, muchos de los trabajadores no se han podido inscribir y conseguir esa vida

Resultados

- A través de esto se ha conseguido un ambiente mejor para los trabajadores. Además se ha logrado sensibilización y promoción de los derechos y deberes de esta población. Protección a la familia.
- Para que el productor pueda inscribir tiene que inscribir como empleador entonces se trata de hacerle lo positivo.
- La elaboración de un protocolo, donde se detalle los pasos que tiene que seguir el migrante, si lo detienen en las calles.

Principales líneas de trabajo para el presente año

- **Promover la regularización del estatus migratorio** de los trabajadores haitianos que laboran en las fincas bananeras no regularizados y de nuevo ingreso.

- **Concertar con las autoridades gubernamentales y el sector sindical una dispensa transitoria para la contratación de los migrantes requeridos por los productores de banano**, así como un compromiso con la modificación del Artículo 135 del Código de Trabajo el cual establece que el 80% de los trabajadores contratados por cada empresa deben ser dominicanos.
- Impulsar la concertación con las autoridades gubernamentales y el sector sindical acciones de corto plazo para hacer eficiente el proceso de los migrantes regularizados al Sistema Dominicano de la Seguridad Social y un compromiso compartido para la modificación de la Ley 87-01.

El estado dominicano actualmente está promoviendo que no se contrate migrantes que no tengan papeles, y en eso es un nuevo reto para la institución que se está trabajando.

LA ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO Y EL PAPEL DE LA CECJ

Vinicio Martínez

Presidente de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ

Las experiencias que viene articulando el directorio de la CECJ se enfoca en dar continuidad a todos los procesos asumidos anteriormente.

Contexto Nacional de Comercio Justo

- El Comercio Justo en el Ecuador representa el 1% del total de las exportaciones no petroleras.
- Existen 59 organizaciones, empresas y exportadoras certificadas en comercio justo.
- 16 productos con varios sellos de Comercio Justo.
- El 79% exportan directamente y el 21% a través de intermediarios.
- El 44% son organizaciones de productores/as.
- El 30% son empresas sociales e intermediarias.
- El 15% son plantaciones.
- Interesantes apuestas por el mercado nacional., en un proceso de ir fortaleciendo el Comercio Justo en Ecuador.

Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo CECJ

- Conformación en el año 2003.
- Registro legal en el MAGAP en Octubre 2010.
- Está conformada por 25 organizaciones de pequeños productores certificadas Fairtrade, Símbolo de Pequeños Productores-SPP, ECOCERT.
- Más de 6400 familias beneficiadas directamente.
- El objetivo fundamental es: la representación de las Organizaciones de Pequeños Productores a nivel local, nacional e internacional y la incidencia política.

El total de asociaciones de la coordinadora es:

- Total con SPP = 6
- Total OPPs, FT + SPP = 25
- Y con OPPs y FT en proceso de certificación = 2

En Incidencia

- Participación activa en la construcción de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo desde el 2012.
- Apoyo concreto a la campaña “Universidades de Latinoamérica por el Comercio Justo” (UTE, pronto ESPOCH) y a la campaña “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo” (Riobamba, en progreso Quito).

- Presentación de Propuestas Públicas en varios ámbitos.

Incidencia dentro del movimiento por un Comercio Justo:

- Propuestas de mejoras y cambios en las diferentes normas, estándares y certificaciones de comercio justo a nivel global.
- Participación activa con en las Redes de Producto de CLAC, para incidir en los mercados de Comercio Justo de café, cacao y otros productos.

Logros de la Coordinadora Nacional

- Estar legalizada en el país (MAGAP) y ser reconocida tanto a nivel nacional como internacional;
- Tener una representación activa ante la CLAC.
- Convenios de cooperación con instituciones públicas, Universidades y ONG para apoyar al comercio justo (MCE, MAGAP, municipios, UTE; FUNDEPPO, AVSF, CLAC, ALADI, VECO³, TRIAS⁴).
- Realización de eventos nacionales e internacionales de promoción y debate (Encuentros Andinos del SPP, Asamblea de la CLAC).
- Desarrollo periódico de actividades de fortalecimiento y capacitación para sus socios.
- Registro nacional del SPP, 2011.
- Página Web (www.cecjecuador.org.ec) y materiales de comunicación (folletos, informativos semestrales, banners).
- Facilita información sobre: proyectos, contactos comerciales, concursos, criterios de comercio justo.
- Participación activa en la construcción de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo desde el 2012.
- Apoyo concreto a la campaña “Universidades de Latinoamérica por el comercio justo” (UTE, pronto ESPOCH) y a la campaña “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo” (Riobamba, en progreso Quito).
- Presentación de Propuestas Públicas en varios ámbitos.

Construcción de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo

2012

La CECJ participó activamente en la Gira de Negocios y visitas a ciudades europeas por el comercio justo con las empresas exportadoras Ecuatorianas, delegados de la OPP, Organizaciones WFTO, y de la Economía Popular y Solidaria, conjuntamente con el Canciller

³ VECO es una Organización No Gubernamental belga que trabaja en 15 países del mundo en Europa, África, Asia y Latinoamérica. VECO Andino es uno de sus 8 oficinas regionales, que lleva trabajando desde inicios de los años 80 en Ecuador y desde 2008 en Perú. (<https://andino.veco-ngo.org/es>).

⁴ Es una organización belga que tiene como objetivo mejorar la situación socioeconómica de los pequeños productores y microempresarios/as. (<https://www.facebook.com/triasandes/>).

del Ecuador. En Quito: se generó una bicicletada por el comercio justo, organizada por la Dirección de Comercio Inclusivo y la CECJ, con el objetivo de invitar a diferentes eventos, entre ellos, al Encuentro Nacional de Comercio Justo. Participa el Sr. Patiño, Canciller de la República, empleados públicos y productores de las OPPs, se da una rueda de prensa, permitió visibilizar el trabajo que se estaba realizando.

Plan de acción interinstitucional e intersectorial

El Plan de Acción fue consensuado y priorizado interinstitucional e intersectorial para el Comercio Justo, donde existió espacios de reformulación y adecuación de los ejes de la estrategia donde participaron varias instituciones como: MAGAP, MCE, IEPS, SEPS, MIPRO, CONAFIPS, SRI, etc. Se estableció un plan de trabajo priorizado y consensuado que genere compromisos a corto y mediano plazo para la resolución de la problemática que enfrente el comercio justo en el país.

En éste se trabajó en cuatro diferentes mesas técnicas: una relacionada al fortalecimiento organizativo, la segunda mesa trabajo temas de la producción y adecuación de los productos a los mercados donde se trabaja aspectos como el observatorio, redes de comercialización, articulación de redes; la tercera mesa trabajó sobre financiamiento, la cuarta de mesa sobre acceso, promoción y oportunidades de mercado.

Avances al 2017

- Participan las ciudades de comercio justo.
- La mesa II es la que más trabajo hace (perfil del consumidor de comercio justo de Ecuador, estándar de comercio justo de Ecuador).
- Experiencia de implementación de créditos a las OPPs de Comercio Justo con Banecuador (Banco de Ecuador) con la mesa III.
- La mesa I espera resultados de la mesa II. La mesa IV sigue trabajando, ferias, macro ruedas (invitan a compradores FT a Ecuador).
- Las mesas de trabajo de la estrategia se unen para celebrar el día internacional de comercio justo.

Dificultades que ocasionan retrasos:

- Muchos cambios en los funcionarios públicos. Y se viene el cambio de gobierno, hace que se retrasen los procesos.
- Cambios en las directivas de las OPPS (Organización de pequeños productores), otros delegados. Capacidad de tener criterios diferentes.
- Dificultad de llegar a consensos entre varios actores.

Elementos positivos:

- Fuerte apoyo y compromiso estatal.

- Participación activa de los actores de comercio justo sobre todo de las Opps;
- Contar con el soporte económico de VECO Andino;
- Contar con el compromiso de funcionarios públicos; comprometidos y con conocimientos.

Por último, el mensaje de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo es: **¡Una vida digna no tiene precio... cómprale al pequeño productor!**

COORDINADORA NACIONAL DE COMERCIO JUSTO DE CHILE

Raúl Navarrete

Representante de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Chile

La Coordinadora Nacional de Comercio Justo en Chile, quizá es la más nueva, recién fue creada a fines del año 2015, pero en el transcurso al 2016 ya se tiene un buen avance. Debido a que como país se tiene un privilegio, que se remonta desde la guerra fría de los años 50 y 70, en el que el mundo estaba separado en el bloque comunista y capitalista. Se implementó una serie de medidas para América Latina con el propósito de frenar el avance del bloque comunista que estaban teniendo en el mundo, a partir de las grandes inequidades. Esto se hizo por medio de un programa que se llamó la Alianza para el Progreso que se aprobó a fines de los 50. Puesto que había demasiadas inequidades, especialmente en el área rural, el programa estimulaba a los países a tener cambios estructurales que frene de alguna manera la pobreza y en consecuencia eso era aprovechado en ese momento por el bloque comunista. El programa de Alianza para el Progreso fue financiado por el departamento de Estado de los Estados Unidos.

Y así fue como en América Latina inició por ejemplo el proceso de reforma agraria, ya que una gran cantidad de terreno estaba ocioso, sin ser utilizada, y los pocos o muchos que trabajaban en el ámbito rural sufrían graves afrentas a su dignidad, trabajaban sin horarios, no se le garantizaban sueldos, no tenían seguridad social, los niveles de analfabetismo en el ámbito rural era gigantesco, la tecnología con que se pretendía generar alimentos para los pobres era muy atrasada, y los dueños de esos latifundios vivían en Europa seis meses al año, en los mejores hoteles a cuerpo de rey, por otro lado sus trabajadores vivían en condiciones de miseria.

Esta situación trajo muchos problemas en toda América Latina, eso trajo también en los años 70 un tremendo impacto sobre todos los países y sobre el sistema democrático de Chile. Ante el avance del comunismo, prácticamente en toda América Latina se suspendió la democracia por 15, 17 o más años.

Hoy día se está tratando de construir una sociedad mundial diferente, y ni el mercado solo ni el Estado solo es capaz de sacar de la situación de inequidad y pobreza, se tiene que buscar formas dignas y una de los medios es el Comercio Justo porque estimula el trabajo, el trabajo al individuo y la naturaleza, porque es parte de la naturaleza. Si no cuidamos del medio ambiente de manera adecuada estamos suicidándonos a nosotros mismos.

Por eso cuando en Comercio Justo se habla de sustentabilidad ambiental se debe aprender a evaluarla con fuerza. Y muchos que incomodan cuando hay alguien que dice que el discurso de los científicos de que está en peligro la sustentabilidad ambiental es solo una maraña para afectar la libre iniciativa en el mundo. Pero el Comercio Justo no solo habla de eso y es una buena herramienta.

Ahora bien, en distintos países de América Latina los instrumentos y los apoyos a las legislaciones externas, nos ofrecen posibilidades distintas. Lo que pasa en Chile impulsar estas iniciativas que presentan mayores avances que en otros países.

Por ejemplo el Ministerio de Agricultura ha utilizado de mejor manera las sugerencias de la CEPAL, de la FAO, del IICA porque buena parte de las recomendaciones técnicas de estas entidades internacionales han sido aplicadas en terreno, por ejemplo el ministerio de agriculturas tiene varias unidades que uno de los cuales se preocupa exclusivamente de los pequeños productores, técnicamente eso está definido, definido su trabajo en ámbito rural, deben vivir en ámbito rural, y durante mucho tiempo brinda asesoría técnica a los campesinos, financiando un alto porcentaje de su costo, en el año se contratan a un staff privado como un agrónomo y un equipo técnico o un veterinario y un equipo técnico, si hay un costo el 80% es financiado por Estado y el 20% es cubierto por los productores.

Además, el Ministerio entrega financiamiento a la actividad productiva, pero hoy en día la globalización de la economía mundial no solo nos invita a producir fruta sana, productos sanos y ojala de altos rendimiento. Pero los pequeños productores individualmente no pueden afrontar la demanda, por eso se estimula la asociatividad, por eso incluso el Comercio Justo ha puesto como condición la asociatividad como condición previa. No hay un recurso en el mundo que alcance para financiar tratamientos y soluciones individuales, por esta razón hay que estimular la asociatividad, porque si no se hace así nos enfrentamos la escala económica con que se mueve no resiste la persistencia en el tiempo, un productor pequeño produce 10 mil kilos por hectárea al año debería tener a lo menos 5 hectáreas, a quien le va interesar 10 mil kilos a ninguna empresa, pero si yo junto a varios productores, ahí si hay compradores.

Muchos países no tienen este tipo de instrumento, tienen que porque si los gobiernos no lo hace, se tiene que hacer cargo de la pobreza, con subsidios para la salud, a los estados les conviene invertir en la capacidad productiva de los productores, en Chile el ministerio de agricultura traspasa fondos, financia el 80% de los pasajes para la participación en ferias, para hacer reuniones de negocios, es aprovechar en que los campesinos resuelvan su problemas aprovechar esa disposición del aparato para que los productores resuelvan sus problemas.

Visión

“Representar a las organizaciones que promueven y desarrollan el Comercio Justo en Chile. Transformándose en el articulador de promoción, incidencia y difusión de las entidades miembros, sus productores y ofertas, entre el sector público y privado a nivel nacional e internacional.

Generando con ello el crecimiento de negocios equitativos, transparentes y éticos, que promueven un impacto social, económico y medioambiental, a nivel de todos los actores de la cadena productiva – organizacional – financiera y comercial. Con lo cual, se promueve una economía justa a toda escala con una sociedad sana y en equilibrio”.

Misión

“Actuar en nombre de las organizaciones que promueven los principios del Comercio Justo en Chile, a través, de la gestión de actividades de incidencia y sensibilización de la sociedad civil y pública, sobre la importancia de un desarrollo y crecimiento del Comercio Justo. Apoyar el fortalecimiento de cada organización y la promoción de sus ofertas, a través, de encadenamientos productivos y comerciales, a nivel nacional e internacional, con lo cual se genera un impacto positivo y sostenido entre los beneficiarios y seguidores de este tipo de mercado”.

Estrategias 2017-2018 CNCJ Chile

- Difusión e incidencia. En Chile no era conocido el Comercio Justo.
- Promoción material promocional, visita a ferias, participación en charlas a colegios, universidades, empresas.
- Relaciones públicas.
- Políticas públicas.
- Articulación con entes privados y públicos.
- Fortalecimiento de bases miembros de la CNCJ.
- Encadenamiento productivo y comercial entre miembros
- Actividades de difusión y mercadeo.
- Concientización.
- Campañas universidades y pueblos por el Comercio Justo.

Se habla de las alianzas estratégicas que se hacen con las universidades, se ha escuchado a hablar a gente más instruida que el siglo XXI es el siglo del conocimiento ni duda cabe con el avance de la tecnología, a una velocidad asombrosa.

Que están haciendo los campesinos, tenemos que hacer más actividades. Los hijos de los campesinos todos fueron a estudiar, casi 30 jóvenes son profesionales, un hijo de un campesino es licenciado en filosofía, alguno pensaría que se dedique al agro nomas y porque no filosofía.

Hacer conciencia en los municipios, gobernaciones, para lograr en la asignación de recursos, lo bien que nos ido y lo mal que nos ido para aprender a conocernos entre todos.

Incidencia y políticas públicas

- Articulación con la Mesa Inclusión de la Economía Social y Solidaria, Subsecretaría del Ministerio de Economía
- Articulación con ProChile⁵, INDAP, Sercotec, Corporación de Desarrollo Productivo del Maule, Ministerio de Desarrollo Social, Instituto Nacional de la Juventud.

⁵ Institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y al fomento del turismo.

- Articulación con la División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía.
- Articulación con el Comité de la Unión Europea en Chile. Desarrollo de compras corporativas, y participación en Mesa Consultiva del Tratado de Libre Comercio de la Unión Europea- Chile.

Se ha hecho incidencia en las universidades, como modificación de la malla curricular de las carreras, convenios para que los estudiantes hagan prácticas en las organizaciones de los campesinos, o para la realización de las tesis de grado, todos los años se tienen estudiantes haciendo prácticas para eso sirve esa incidencia en las universidades.

El mayor problema de las organizaciones es la gestión empresarial, de sus empresas, con sensibilidad social, hoy en día no saben determinar costos, o sobre cómo funciona la banca local. Estos discursos cada día están cobrando más fuerza.

COORDINADORA NACIONAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE COMERCIO JUSTO EN EL PERÚ (CNCJ-PERÚ)

Luis Suárez Puelles

Secretario Ejecutivo CNCJ-PERÚ

Antecedentes

A continuación se dará un panorama de lo que es la organización. Hay una política en Perú es que participen siempre los jóvenes, además que puedan estar en las organizaciones.

- Nuestro país se involucró a este mercado el año 1994, cuando se negoció a Max Havelaar de Holanda, el primer contenedor de café, producido por pequeños cafetaleros del nororiente peruano.
- La CNCJ-PERÚ, se constituyó el 1 de agosto del 2006, con 22 organizaciones, de café, cacao, banano y mangos.
- A la fecha, son más de 237, las organizaciones peruanas certificadas con el sello FLO Fairtrade, y 20 cuentan con la certificación del Símbolo de Pequeños Productores-SPP, siendo el país a nivel mundial, con más organizaciones, y más variedad de productos, siendo: café, cacao, banano, mangos, nueces de Brasil, te, panela, alcachofas, paltas, espárragos, papas nativas, quinua, palmito, pulpas y jugo de frutas.

Fines de la CNCJ-Perú

La CNCJ-Perú, es una instancia de representación, coordinación y participación gremial de todas las organizaciones de pequeños productores de comercio justo, cuya finalidad es promover el desarrollo del concepto de Comercio Justo mediante encuentros, análisis y diálogo entre sus asociados, y otros actores del mercado, para lograr el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de las relaciones entre productores y el mercado Justo.

Objetivos de la CNCJ-Perú

- Promover y apoyar una mayor participación de las organizaciones de pequeños productores dentro del Comercio Justo.
- Representar a los pequeños productores peruanos integrados en las diferentes líneas de productos ante el mercado de Comercio Justo.
- Facilitar espacios de discusión y plantear alternativas de desarrollo en el sistema de Comercio Justo.
- Apoyar a los pequeños productores mediante el desarrollo de sus organizaciones socio – empresariales.

En la experiencia siempre se busca el apoyo del estado, cualquier gestión dura mucho tiempo, no hay una respuesta ágil, esa es la dificultad en todos los niveles, por esa lentitud que tiene el estado.

CNCJ-Perú - Plan Estratégico 2011 – 2020

De los roles institucionales que le corresponde desempeñar al Sistema de Comercio Justo y por ende a la CNCJ se desprenden los siguientes cuatro ejes estratégicos siguientes:

- Eje 1: Articulación, Fortalecimiento, Posicionamiento y Fortalecimiento y defensa de los Productores y del Sistema de Comercio Justo.
- Eje 2: Protagonismo asociativo, cooperativo y solidario del SCJ en el desarrollo sostenible local.
- Eje 3: Incidencia política del SCJ en poderes públicos y entidades gubernamentales.
- Eje 4: Fortalecimiento Institucional del SCJ y de la CNCJ.

COOPERATIVA DEL SUR DEL CAUCA DE COLOMBIA - COSURCA

René Ausecha

Representante de COSURCA

La cooperativa se llama COSURCA que quiere decir Cooperativa del Sur del Cauca, que se encuentra en el extremo sur occidental, cerca del Ecuador en Colombia. Es una organización con 12 asociaciones de base formadas por campesinos mestizos, blancos, afro y también por comunidades indígenas.

Hay una característica entre este territorio y los pueblos, es un paisaje muy andino, similar a los andes ecuatorianos y bolivianos, ahí realiza sus actividades esta cooperativa.

La estrategia de desarrollo es del acompañamiento productivo, comercial, financiero, administrativo, jurídico y político; y la Gestión de mercados, Gestión del Financiamiento: Banca, Recursos Propios y proyectos complementarios.

Objetivos

- Organización comunitaria.
- Solidaridad, autonomía y auto-reconocimiento.
- Asesoría a asociados en el área productiva, agroindustrial, comercial, contable, financiera y tributaria.
- Diseñar y desarrollar propuestas de producción sostenible, con énfasis en agricultura orgánica y agroindustrial.
- Prevención, sustitución y erradicación voluntaria de cultivos de uso ilícito.
- Participación de jóvenes y mujeres en los programas y estrategias.

Contexto

Uno de los países que más logró avanzar, darle la vuelta a esa página y construir un derecho, es Bolivia, porque construyó una Constitución basada en su naturaleza social, es decir está constituida en un ejemplo para el mundo como política pública.

El trabajo público de COSURCA no es más que trabajar con los campesinos y con sus bases, con el objetivo de hacerles entender que son sujetos políticos, con deberes y derechos, con capacidad de reclamar y que demandan accionar.

Pero por su puesto en Colombia eso no es fácil, porque se tiene un sistema cruel e injusto, es uno de los países más injustos del mundo, entonces no es fácil, porque quienes están en el poder no están dispuestos a ceder, los logros en Colombia han sido muy difíciles en el punto de la Constitución Política, de abajo hacia arriba,

También COSURCA trabaja en la sección de financiamiento, que es la banca de los recursos propios, los fondos rotatorios, los proyectos complementarios, se subraya los proyectos complementarios porque siempre ha habido como un debate político e ideológico, esa pregunta la resolvió el profesor Ruiz Marcelo de Economía Solidaria de Chile, resolvió esa disyuntiva que nos llevaba de un lado a otro con la ideología dominante en ese momento.

En Bolivia se cree que es necesario que las organizaciones tengan proyectos complementarios, que sean capaces de empujar y facilitar el desarrollo de los procesos, pero no se puede volver un paternalismo, que genere un parasitismo en las organizaciones y que los conviertan en las ONG, tiene que verse en sus resultados.

Los principales proyectos fueron producción y comercialización de café orgánico Fairtrade SPP, producción y agroindustria de café así como derivados de fruta para el mercado regional, poco a poco se aprendió de que a veces la naturaleza habla pero uno no entiende porque pierde la sensibilidad sobre la naturaleza, a veces hay fruta que se puede producir y América está llena de sorpresas y siempre lo estuvo. Las crónicas de los europeos cuando llegaron a América siempre estuvieron relatando las sorpresas de América, que es más diversa, más compleja y más llena de energía solar por estar en un área tropical.

Se está tratando de trabajar con derivados de frutas que ya se conocen y otras que se está intentando conocer y que históricamente están ahí, han sido el modus vivendi de la gente de esos territorios, cuando unos descubren o aprenden de los demás, lo que está haciendo las multinacionales no pueden hacer nunca, van a aprender a hacer una bebida de una planta que ellos desconocen, siempre se da en las comunidades y será un trabajo de apropiamiento, como resurgió la quinua, la caña paradera, y el cacao.

Pero tenemos un frente transversal que es la atención a víctimas de conflicto armado, como es de su conocimiento Colombia ha vivido 50 años de guerra por las FARC, 220 mil muertos, sin contar las 300 mil muertes en la guerra de los 20 años anteriores, aunque en el contexto actual se encuentra en un proceso de transición hacia la paz, pero los procesos de transición hacia la paz son tan crueles como la guerra misma.

Nuestra organización tiene 1.400 familias y hay 300 víctimas de conflicto armado, el concepto víctima es muy complejo porque es tan amplio y difícil de entender como personas, hay la asociación de personas que no hablan, que siempre van a las reuniones y cuando uno logra interiorizar con ese campesino que no habla porque dice “mataron a toda mi familia y yo quede solo en la organización”, son datos sumamente crueles, técnicos de base que son muy tímidos, dicen “lo que pasa es que a mis hermanos los asesinaron en la guerra, entonces yo quede con la secuela”.

Pero no es solamente hablar de la agricultura orgánica o del Fairtrade, sino ¿para qué sirve la agricultura orgánica?, ¿para qué sirve la organización?, ¿para qué sirve el Comercio Justo?, para reconstruir a la sociedad misma desde abajo. Por ello se está trabajando históricamente con el conflicto armado, es un trabajo muy bonito que se está haciendo con las familias que van contando sus historias de dolor para aliviar su espíritu, entonces esas personas van

hablando en grupos de mujeres, las mujeres sienten el dolor de la guerra distinto a los hombres, su relato es distinto y es muy difícil enfrentarse a esto, porque no se estaba preparado para escuchar, por esto se ha acudido a sociólogos y expertos que hablen de la guerra.

Lo que se pretende es que, la gente que tiene un dolor hable y escriba de ello a través de la agricultura y de su historia. Se han ido montando unos pequeños museos y centros históricos de la memoria para no olvidar lo que ha pasado, porque también en América tenemos un problema “nos olvidamos de las cosas y suelen volver a pasar, cuando nos olvidamos de la historia solemos traer la represión”.

Se trabaja de igual forma los temas de género, rescatando algunos programas de género desarrollados en el norte del Perú de las organizaciones.

También se ha aprendido de la construcción de procesos de educación superior y las relaciones con otras organizaciones, se trabaja mucho la relación de complementación con otras organizaciones en materia de gestión de proyectos comerciales y financieros y finalmente la movilidad política.

Por lo tanto, no solo se hace Comercio Justo, lo que significa es que no se puede quedar en solo Comercio Justo, “yo compro, vendo, vuelvo, compro y vendo” y quedan las preguntas de ¿cuál es el destino del Comercio Justo? ¿Para qué es? ¿Hacia dónde nos tiene que llevar?

Del mundo andino se ha ido consumiendo una misión, que es la ratificación de la visión ancestral del “buen vivir”, que Colombia ha ido dejando, entonces por ejemplo el Comercio Justo nos tiene que llevar a pensar y repensar un “buen vivir”. El objeto no es hacer Comercio Justo, el objeto es como el Comercio Justo transforma nuestras vidas, como nos construye como sujetos, como transforma la sociedad, como nos empodera, como fortalece a las organizaciones. Se tiene que ir pensando a diario para qué sirve el Comercio Justo y como repensamos los espacios de Comercio Justo y para qué.

En este trabajo está el sello de COSURCA, está el de la Unión Europea que está apoyando y bueno cada vez que se da la muerte cerca de una guerra en distintas situaciones, se tiene la interacción americana, que recibe recursos del congreso de Estados Unidos, pero no es del comercio que estaba descrito. La Fundación Interamericana en tiempos de guerra nos ha llevado a debatir en Estados Unidos sobre la vivencia de Colombia y confrontar los mismos planes de guerra de los Estados Unidos ha desarrollado en Colombia, nunca los congresistas de Colombia nos han invitado. A través de la Fundación Interamericana hemos ido a cinco lugares en el congreso de Estados Unidos, primero se explica en qué punto de grado están nuestros sistemas políticos propios y segundo se explica también el neocolonialismo, es decir primero tienes que ir a Washington para que te escuchen en Bogotá, es una realidad.

Los compañeros del Ceibo nos enseñaron las bases de su empresa. El Perú nos está ayudando con las víctimas, como recuperar su economía y sus derechos, y como aplicar la legislación para que las víctimas de la guerra puedan seguir produciendo cacao y tengan una

vida aliciente. Igualmente está Fairtrade, porque ahí están los resultados de contrapartida para poder desarrollar los programas.

¿Existe una política pública para la educación rural?

Un programa interesante de la tasa de educación que hemos ido avanzando es, como repensar la educación para nuestros campesinos y últimamente también se involucra Ministerio de Agricultura.

Lo que se hace es dar asistencia técnica de calidad, los mismos pueblitos hablan de la misma realidad andina, igual la asistencia técnica, los debates con la gente da formación, los diálogos del ejercicio de la calidad, los aprendizajes del contrato de calidad, etc.

Se va adquiriendo tecnología para “ser buenos en lo que hacemos”, la tecnología que se tiene que usar debe seguir avanzando, hay que aprender de eso.

Se hace algo de agroindustria, el café tostado también para el mercado regional. De la misma manera se produce derivados de frutas, al siguiente año saldrá los jugos para tiendas y escuelas y un poquito para Europa a las mujeres siempre se las condeno en el último rincón, lo que se produce en el campo se reproduce en la cocina que es el saber alimentario requiere recompensar esos espacios también las cocinas con humo son fuentes de cáncer pulmonar entonces hacemos un trabajo para reconstruir el sistema cocina para las mujeres y la UE se unió para ir avanzando

Nosotros tenemos que competir para ir al os mercados hay sectores políticos, el comercio existe para resolver el problemas del comercio multinacional que se apropian del comercio y si no se avanza con el comercio obviamente se va a perder.

El comercio ha avanzado para entrar a la Unión Europea (UE), para esto se requiere saber muchos idiomas. Colombia tiene acuerdos con la UE y los demás países, están avanzando con acuerdos, eso implica un nuevo relacionamiento, esos países han avanzado y han identificado problemas por ejemplo las toxinas del cacao y del café, que producen cáncer y por supuesto exigen, porque están dispuestos a defender a su sociedad. Los gobiernos se han preocupado por los azucares de gaseosas o sustituirlos por productos que tenemos.

En definitiva, se tiene que aprender idiomas, insertar nuevas tecnologías, entonces los muchachos tienen que estudiar y eso nos lleva a ver un modelo educativo de Latinoamérica listo para que los muchachos estudien lo que el campesinado y la región andina necesita, las universidades y centros educativos tienen que estar listos para lograr lo que la gran capital necesita, pero se debe repensar la educación porque no hay nada más arraigado que el hombre de los andes.

El artículo 67 de la Constitución política de Colombia dice que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

La resistencia en el campo ha sido importante, vale la pena seguir no hay política en los agricultores hay un sentimiento de atraso y desesperanza, como no van a sentir eso si la carretera de ellos es lo peor, ¿Cómo no van a sentir atraso y desesperanza? si los vehículos de las veredas a las montañas es lo peor, entonces las políticas de gobierno no han sido a favor del campesinado, en el caso colombiano han sido sugestivamente contra la reforma agraria.

¿Cuál es la problemática regional?

- Alta tasa de población migrando a la ciudad, al extranjero, regiones cocaleras o zona de minería ilegal.
- Inserción de jóvenes a grupos armados (hay una cultura de la guerra). Existe mucha tensión en el campo pero todos deben construir una cultura de paz.
- Desprecio por la cultura e idiosincrasia campesina; porque hay una idea de atraso y desesperanza. Los proyectos modernizantes de los años 60 insertaron en las comunidades que “ser campesino no era bueno”, pero todos los días la sociedad urbana necesita la comida. Y pese que se ha dicho que en las áreas rurales se pensaron que la historia era lineal y que el campesinado simplemente era una categoría social que desaparecería y que quedaría dos categorías: la burguesía y el proletariado, pero se equivocaron, porque la historia no era lineal, la historia es complejísima y el campesinado sigue existiendo, pese a todo hay más de 3 mil millones de personas produciendo en el campo. La resistencia en el campo ha sido importantísima y vale la pena seguir.
- Envejecimiento de los agricultores.
- No hay políticas de gobierno en favor del campesinado. Las que se han dado son las contra reformas agrarias, la última por un gobierno de facto que se dio a sangre y fuego y tuvo como saldo 7 millones de víctimas de la guerra y 3 millones de desplazados.

Problemas internos

- Crisis de valores: ser y tener. (Hombre andino es un hombre del ser y por ello hay problema del tener)
- Débil dirigencia y liderazgo.
- Sistema de gobierno excluyente.
- Corrupción.
- Modelo educativo no pertinente.
- Proyectos del capitalismo extractivista: minería legal e ilegal.
- Monocultivos.
- Narcotráfico.
- Conflicto armado.
- No hay acceso a la tierra.
- Cambio climático.
- Envejecimiento.

- Desplazamiento.
- ONGs que se apropian de los discursos y les dicen a la gente que es lo que tienen que hacer sin dejar pensar los que deben hacer.

Problemas externos

- Presión del capital y modelo de desarrollo neocolonial.
- Imposición de otros modelos de vida.
- Medios masivos de comunicación.
- Competitividad.
- Desarrollo tecnológico.
- Tratados de libre comercio.

COSURCA se enfrenta a dos modelos distintos, uno el monocultivo que son políticas cafetaleras para arrasar el entorno cafetero y el otro modelo la propuesta de COSURCA y sus organizaciones, cafetales bajo sombrío, policultivos y protección y crecimiento de la biodiversidad: una agricultura amigable con el medio ambiente.

Además existen problemas con la producción de la coca, no de aquella usada por los pueblos sino con la coca que se transforma para cocaína ocupa 160 mil hectáreas. La minería también afecta a esta región, el Rio Simbiruyo del Cauca se secó por la actividad de extracción del oro, defendida por las guerrillas que cobran dinero frente a un Estado que no lo protegió porque para hacerlo requiere dinero.

Se tiene un modelo de educación, pero la realidad muestra que si una sociedad se hubiera educado con educación pertinente no existirían los problemas arriba mencionados.

Condiciones y resultados de Educación en el Departamento del Cauca 2000-2011

- Población infantil, menor de cinco años con desnutrición crónica.
- En el Cauca, Índice de Desarrollo Humano (IDH), con un atraso de 10 años.
- En el Cauca, Mayores índices de necesidades básicas insatisfechas (NBI) y de miseria que el resto del país.
- El 14,5% de las personas mayores de 15 años no saben leer ni escribir.
- El 60 % de la población del departamento del Cauca es rural, esa es una ventaja.
- Incluido el Cauca, solo el 20,6% de la población rural en edad de trabajar ha estudiado la primaria.
- Desplazamiento de la población rural en el Cauca por la violencia y desplazamiento.
- La población rural del departamento se encuentra dispersa geográficamente.

Vinculación de jóvenes campesinos vulnerables a procesos de educación formal y pertinente en el macizo colombiano, centro y sur del Cauca

Entonces dos décadas de trabajo en proceso de capacitación se han hecho que se ha trabajado, que se debatido en los últimos 10 años sobre qué es ser, que vamos a hacer,

quienes son las generaciones que vienen a ocupar un territorio que les vamos a dejar. Así se plantea estrategias para hacer una escuela de líderes, escuela de dirigentes, información a jóvenes con formación no formal, educación con el SENA; pero todas estas habían sido trabajadas ya por las ONG o por instituciones del Estado, y la gente está en lo mismo, es decir que esos procesos de capacitación técnica productiva que han sido valiosos no han tenido el impacto buscado.

1. Más de dos décadas, COSURCA desarrolla un proceso de producción de café Especial y exportación.
2. El proceso de capacitación y debate de los últimos diez años, permitió identificar la necesidad de involucrar aspectos políticos, el fortalecimiento de las organizaciones y de las capacidades de las mujeres y jóvenes para enfrentar retos y compromisos que imponen los nuevos tiempos.
3. Se plantearon diferentes estrategias para solucionar el problema, entre ellas:
 - Escuela de líderes
 - Escuelas de dirigentes,
 - Formación a jóvenes con educación no formal
 - Educación con el SENA, otras.

Finalmente se planteó que se debe educar bajo una idea propia de necesidad y desarrollo, en educación superior (Técnica, tecnológica y profesional) que sirva a la organización, a la comunidad y al territorio, con una visión desde lo local a lo universal, acudiendo a las TIC's y sistemas descentralizados. Y cuál es la idea de desarrollo que se debe tener.

Como incidir para que la política pública se haga realidad

Historia del Proceso

- 2002 se inician discusiones para elaborar planes de trabajo comunitarios con las organizaciones asociadas para la ejecución de los recursos Fairtrade.
- 2005. Se inicia un trabajo de involucramiento de mujeres a los programas de caficultura Especial y de capacitación.
- 2006 COSURCA incrementa su incidencia en los procesos de capacitación con el apoyo de IAF y DUE.
- 2009 se inician discusiones para capacitar a los jóvenes: Talleres sobre liderazgo, cursos o diplomados.
- 2012. Se hace un diagnóstico de situación educativa.
- 2013, Elaboración del estudio socioeconómico
- 2014-2015, Elaboración del PEI (Proyecto Educativo Institucional), regímenes, malla curricular y todos los documentos requeridos.

Actualmente se cuenta con:

- Estudio Socio Económico.

- Estatutos de la Institución Educativa Universitaria
- Reglamentos y regímenes internos (estudiantil, docente, administrativo).
- Una corporación educativa creada: Institución técnica Universitaria: “Caminos del Suroccidente Colombiano” – UNICAMINOS.
- Formulada la propuesta académica para las primeras dos carreras Técnicas: Agro-economía y Administración turística.
- Diálogos con alcaldes de la región.
- Suscritos Acuerdos y convenios de cooperación con alcaldes, rectores de instituciones educativas, instituciones públicas y privadas.
- Diciembre 2015, visita de delegados (Pares) del Ministerio de Educación (MEN).
- Diciembre de 2016- solicitud ante el MEN es negada.
- 2016- Presentación de Proyecto UNICAMINOS ante Cooperantes y organizaciones externas.

Alianzas actuales: Sector Público

- Colegio Carlos Albán.
- Colegio Francisco José de Caldas.
- Municipio de Timbío.
- Corporación Autónoma Regional del Cauca-CRC.
- Biblioteca del Banco de la República.
- Unión Europea.

Alianzas actuales: Sector privado

- Primas Fairtrade-Asociados.
- Taza de la educación.
- Fincas de asociados.
- Organizaciones asociadas.
- Federación Campesina del Cauca-FCC
- Sector hotelero
- Talleres artesanales
- Pequeñas factorías
- Solidarios.

Ahora se está trabajando ajustando todos los documentos poniendo en regla para poder concretar esta universidad, la gente va dando dinero, financiando y se va sumando personas y solidaridad, es un movimiento social para la educación sin burocratizar.

LA CENTRAL DE COOPERATIVAS EL CEIBO, LA POLÍTICA NACIONAL DEL CACAO Y EL PROGRAMA NACIONAL DE CACAO

Mario Choque

Productor del Cacao

El Ceibo Ltda

Este año cumple 40 años. Se fundó el 5 de febrero de 1879. Tomó el nombre del Ceibo, por el árbol de nombre Ceibo (*Erythrina poeppigiana*) bastante común en la zona de producción. Es una Organización Cooperativa de segundo grado que trabajan enmarcados bajo la Ley General de Cooperativas de Bolivia.

Ubicación

Se encuentra en las Provincias Caranavi, Sud Yungas y Larecaja del Departamento de La Paz; en Ayopaya del Departamento de Cochabamba; y en la Provincia José Ballivián del Departamento de Beni. En estos lugares hay una Temperatura promedio de 25° C.

Datos generales

- Cuando se fundó se tenía 12 cooperativas. Actualmente aglutina a 48 cooperativas de base y tres asociaciones de base (particulares) en tres Municipios de La Paz (Palos Blancos, Teoponte y Alto Beni), dos Municipios de Beni (Rurrenabaque y San Buenaventura) y parte del Municipio de Ayopaya en Cochabamba.
- Tiene 1.400 Productores de los cuales 1.200 son socios y 200 particulares.
- Certificamos aproximadamente 4.500 hectáreas de cacao.
- Un equipo técnico que evalúa con más de 30 selecciones locales de cacao, seis son priorizadas.

Producción en Bolivia

La producción de cacao en Bolivia ha ido ascendiendo, en 2016 tiene una tendencia de aumento a más de seis mil cuatrocientas toneladas.

Estimación de producción en grano seco en Alto Beni

En el norte de Departamento de La Paz se da el 80% de la producción del cacao es decir es un potencial productivo donde están las 49 cooperativas de base, los otros departamentos como Beni, Pando, Cochabamba y Santa Cruz tienen el 20% de la producción. Se da un incremento de 1.448 toneladas por año.

Precio Internacional Cacao

El Ceibo ha sido referente del precio del cacao a nivel nacional, en el mercado internacional el precio es más bajo, como producto orgánico que tiene el Ceibo tiene un precio alto, quiere decir que en Bolivia se paga de 1000 a 1200 dólares, el precio internacional está en 700 dólares,

Proceso conformación de un Marco Representativo del Sector Cacaotero

- El 29 y 30 de noviembre del 2006 se realizó el 1er Congreso Nacional de Actores de la Cadena Productiva de Cacao de Bolivia, realizado en la localidad de Sapecho, del departamento de La Paz, a la cual asistieron 180 productores y recolectores de cacao. En esta oportunidad se conformó el Comité Nacional del Cacao (CNC) y asistió Bernard Crisinger, representante de la OEA en Bolivia.
- Del 15 al 17 de octubre del 2009, se realizó el 2do Congreso Nacional de Cacao en Bolivia en la localidad de Lauca Eñe del Municipio de Shinahota del Trópico de Cochabamba, con la participación de 157 productores y recolectores de cacao.
- Del 29 al 31 de agosto del 2013 se realizó el III Congreso Nacional del Cacao en el Municipio de San Ignacio de Moxos del Departamento de Beni, con la participación de 200 productores y recolectores de cacao; en el cual el Comité Nacional del Cacao pasó a ser la Confederación de Productores y Recolectores Agroecológicos de Cacao de Bolivia – COPRACAO BOLIVIA.
- Del 28 al 30 de octubre del año 2015 se realizó el IV Congreso Nacional del Cacao, en la localidad de Ascensión de Guarayos del Departamento de Santa Cruz, con la participación de más de 300 productores y recolectores de cacao. En este evento participó la Vice Ministra Marisol Solano.

Organigrama

Se ha hecho una estructura orgánica con su Directorio Confederación Nacional del Cacao, sus seis Federaciones Departamentales como de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Beni, Pando y Santa Cruz. Además cada federación está conformada por Asociaciones, Cooperativas y Comités regionales.

Marco Legal e Institucional Nacional

La COPRACAO fue fundada el 29 de Agosto del 2013 en el III Congreso Nacional de Cacao en Bolivia, en el Municipio de San Ignacio de Moxos del Departamento de Beni por productores y recolectores de cacao de los departamentos de La Paz, Cochabamba, Beni, Santa Cruz y Pando.

El principal objetivo de la creación de esta organización es el fortalecimiento del complejo productivo integral de cacao de Bolivia para beneficiar y mejorar sus ingresos de las familias cacaoteras.

Niveles de la COPRACAO

- Nivel Local (Asociaciones y cooperativas).
- Nivel Departamental (Federación de Productores y recolectores).
- Nivel Nacional (COPRACAO).

Misión

Gestionar acciones en beneficio de los productores y recolectores a través de planes, programas, proyectos a corto, mediano y largo plazo para mejorar los eslabones de producción, transformación, comercialización, investigación y gestión empresarial en el complejo productivo integral cacao y en armonía con el medio ambiente, en cohesión con instituciones públicas y privadas, para garantizar la sostenibilidad del cacao boliviano.

Visión

Una entidad reconocida y de referencia nacional e internacional en el complejo productivo integral cacao.

Política Nacional de Cacao

El Programa Nacional de Cacao tiene los siguientes componentes:

1. Desarrollo productivo.
2. Innovación tecnológica.
3. Valor agregado y Mercados.
4. Inversión productiva.
5. Gobernanza y Gobernabilidad.
6. Gestión de conocimiento.

El Programa Nacional de Cacao tiene un presupuesto de Bs. 260 millones para el periodo 2016 al 2020. Este programa se ha lanzado oficialmente el 2016 y ya se ha ejecutado una pequeña parte, el problema que se advierte en este programa es que los trámites son burocráticos.

Regiones para la implementación del Programa

Se han dividido en 4 regiones:

- Region Occidente Amazónico.
- Region Norte Amazónico.
- Region Oriente Amazónico.
- Region Sur Amazónico.

El Programa Nacional de Cacao para la ejecución de las acciones ha dispuesto Bs. 50 millones para la gestión 2016, pero eso no se ha logrado al 100% porque el proyecto ha comenzado en septiembre-octubre, ejecutado el 50%.

Por otra parte en Bolivia se cuenta con una normativa que respalda el trabajo de este sector como la Ley 3525 de producción orgánica, también está amparado con la Ley 144 de Revolución productiva como patrimonio, además se tiene la Ley 300 Marco de la Madre Tierra, la Ley 438 que establece poder cuidar el cacao silvestre amazónico como patrimonio, y también se acoge a la Ley de fomento del cacao, es decir se cuenta con un paragua legal constituida por varias leyes que antes no se tenían.

ASOCIACIÓN ARTESANAL BOLIVIANA SEÑOR DE MAYO - ASARBOLSEM

Juan Carlos Moscoso

Representante de ASARBOLSEM

En 1989, un grupo de personas se unió para hacer realidad un sueño, la de consolidar esta asociación. Ya que buscaban juntos la solución al problema de la falta de empleo, intentando crear ingresos para sus familias. Para empezar miraron que tenían manos con muchas capacidades. Con la fuerza de esas manos decidieron crear ASARBOLSEM.

Una organización dedicada a la producción y exportación de artesanías

- Organización legalmente establecida con Personería Jurídica.
- Exportadora de artesanías con Registro Único de Exportadores.
- Responsable, Registrados en impuestos con NIT para cumplir las obligaciones con el Estado.
- Constitución el 8 de julio de 1989.
- Figura Jurídica: Asociación Civil Privada sin Fines de Lucro.

Como iniciamos

- Buscaron compradores de artesanía en todo el mundo, eran otras épocas, aún no había Internet ni correo electrónico, entonces buscaron contactos con los turistas que siempre están cerca el correo.
- Para su propia sorpresa, recibieron respuestas de interesados en una casilla de correo (prestada), pero no entendían ni una palabra de lo que decían.
- Motivadas ya que son más mujeres que participan en la asociación, iniciaron 6 grupos de productores de artesanía textil, pero rápido ampliaron la oferta con cerámica e instrumentos musicales.
- Con los primeros pedidos de Europa, Canadá y Japón; se decidió asumir riesgos y les incluyó muestras de los productos que no eligieron en las fotos, pero cuando los vieron físicamente, no dudaron en aumentar los pedidos.
- Nunca dejaron sin respuesta a las cartas que llegaban, inclusive a los que no tenían interés de comprar.
- Para capacitar a los dirigentes, se inició Intercambios técnicos.
- Lograron el apoyo de voluntarios para promocionar la oferta y hacer las traducciones de las correspondencias.
- Participaron en ferias de la pequeña industria y artesanía, allí conocieron a sus clientes más fieles, quienes continúan hasta el día de hoy.
- Sus avances se muestran ya que en un par de años, firmaron alianzas con clientes, decidiendo trabajar juntos para Ganar–Ganar.
- Invirtieron en varias misiones empresariales / ferias por Europa. Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Suiza, Inglaterra, España, Estados Unidos y Canadá.

Es importante en las asociaciones insistir en el intercambio de experiencias, esta vez para ver que están haciendo otras organizaciones de artesanos en el mundo, para compartir y aprender entre nosotros. Cuba, Kenia, Tanzania, México, Colombia, Argentina, Ecuador, Perú y con las organizaciones en toda Bolivia, siendo muy útil el intercambio de información de todos los días.

En varios años de trabajar unidos logramos.

- Formar parte de la Federación Internacional por el Comercio Justo IFAT (Ahora WFTO).
- Tener relaciones comerciales estables con socios de la Asociación Europea de Comercio Alternativo EFTA.
- Reconocimiento del PNUD como empresa social modelo latinoamericano.
- Premios internacionales a la calidad de nuestros productos.

¿Qué es Comercio Justo?

El Comercio Justo es una relación de intercambio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca mayor equidad en el comercio internacional.

Objetivo

- Contribuir al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur.

WFTO

WFTO es una red mundial de organizaciones que representan a todas las cadenas de producción de Comercio Justo y aplica los 10 Principios de Comercio Justo en sus actividades diarias. Fue establecida en 1989. Está compuesta por más de 400 miembros en 70 países.

WFTO proporciona a las organizaciones de Comercio Justo credibilidad e identidad a través de un sistema de garantía internacional, un lugar de aprendizaje donde los miembros se conectan con personas con ideas afines de todo el mundo, además cuentan con herramientas y capacitación para aumentar el acceso al mercado, y una voz común que habla por el Comercio Justo y la justicia comercial.

Es el capítulo regional de WFTO para América Latina, cuenta con más de 50 miembros, que son organizaciones de comercio justo distribuidos en 14 países de la región con actividades diversas como producción, procesamiento y comercialización tanto de alimentos como de artesanías, así como organizaciones de apoyo que hacen actividades de incidencia, campaña y desarrollo de capacidades de los pequeños productores que son sus beneficiarios.

WFTO-LA, como parte de los trabajos de descentralización brinda los servicios de membresía y monitoreo a todos sus miembros en la implementación del sistema de garantía de WFTO.

El sistema de garantía de WFTO

Un revolucionario Sistema de Comercio Justo que es:

- Creíble.
- Simple.
- Sostenible.

El estándar de Comercio Justo de WFTO

El estándar de Comercio Justo de WFTO tiene un conjunto de criterios de cumplimiento basados en los 10 Principios de Comercio Justo y las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Los cinco componentes principales

- Procedimiento de admisión de la membresía
- Observadores de Responsabilidad de Comercio Justo
- Auditoría Externa
- Visita de Par
- Auto evaluación

COMUNIDAD DE PRODUCTORES DE ARTESANÍA PARA TODOS

En el año 1997 el 8 de septiembre se constituye la Comunidad de Productores de Artesanías para Todos, "ComArt Tukuypaj". Como una asociación sin fines de Lucro. La sede oficial de ComArt está en la ciudad de La Paz del Departamento del mismo nombre. ComArt Tukuypaj, sirve a sus asociados, posibilitando la venta de los productos de los 30 asociados.

ComArt y el Comercio Justo

- Respeto, por que respeta la naturaleza y todas sus formas de vida.
- Equidad, practicamos la equidad de género, generacional y étnica.
- Identidad, innovamos la artesanía con identidad en base a la diversidad de Identidades que son la base de ComArt;
- Transparencia, transparentamos la información, la gestión y los recursos desde el ultimo artesano hasta el mejor de nuestros clientes.
- Participación, porque todos son participes y están invitados a participar
- Complementariedad, aportando cada uno con su, granito de arena, en el proceso productivo Comercial, a la cabeza de un directorio y Equipo Técnico

Impactos del Comercio Justo

- El posicionamiento del Comercio Justo, como una de la cualidades de nuestro producto
- El sector artesanal está integrado, asociando talleres y comunidades artesanales de base, mediante ComArt Tukuypaj, como instancia de segundo nivel, y ComArt fue una de las organizaciones fundadoras de la instancia nacional de representación política del sector artesanal que es la RED OEPAIC, (Red de Organizaciones Económicas de Productores de Artesanías de Identidad Cultural) y a su vez la Red OEPAIC es parte de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo.
- Y el logro más importante es que los artesanos y sus asociaciones fueron reconocidos por la Nueva Constitución, y por la nueva ley de Desarrollo y fomento de la artesanía Ley N° 306, promulgada el 2012 y también en su reglamentación.

Aprendizajes

El camino recorrido es largo, sin embargo existe el aprendizaje de la convivencia de tres economías; La Economía de Libre Mercado, la Economía Solidaria y la Economía Andina o de Reciprocidad, esta tercera de forma imperceptible, pareciera absorbida por la Economía de Libre Mercado, pero las contradicciones, nos muestran lo que va naciendo es una nueva forma de hacer economía para los cuales los criterios y/o medidas se tiene que visibilizar comenzando un proceso desde las bases sociales, la familia y las comunidades en torno a las

actividades que se desarrolla en torno a esta nueva forma de hacer economía, puedes ser la social, la solidaria, la de reciprocidad o la complementaria, por lo visto nos toca recorrer todavía un largo camino.

En ComArt Tukuypaj cada asociado como taller artesanal se ocupa de la parte productiva y ComArt como organización Matriz de la parte Comercial y ambos son interdependientes en su desarrollo.

Entonces cada taller artesanal es administrado por sus asociados y de manera diferente una de la otra.

Y ComArt mediante sus diferentes actividades organizadas responde e informa a los asociados de cada taller.

Visión de futuro

“Estamos disponibles para asumir nuestra vivencia, de donde surge nuestro desafío de continuar este proceso de ser Artesanos produciendo obras de arte o buscar camino a la industrialización de la artesanía fabricando en serie para cubrir una demanda del mercado.

Entonces como pequeños productores continuaremos por esos dos caminos sin perder los valores en base al cual hemos trabajado hasta el presente”.

La participación productiva de esta organización interviene en las diferentes fases de la producción artesanal, como:

- Esquilado.
- Cardado de la fibra.
- Hilado.
- Madejado.
- Elaboración del producto.

Además la cantidad de asociados tiene un carácter dinámico ya que existen productores que dejan la asociación lo que significa que es capaz de emprender esta actividad por cuenta propia.

CONCLUSIONES GENERALES

- El Encuentro permitió entrever el gran aporte de las organizaciones de pequeños productores del Comercio Justo de América Latina, y dejó reflexionar en nuevas alianzas y expectativas para mejorar la producción y comercialización.
- El Comercio Justo se articula bajo los lineamientos y metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- El Comercio Justo involucra la participación de varios actores, generando alianzas e involucrando a actores como el gobierno.
- Las diferentes coordinadoras nacionales de Comercio Justo en los diversos países latinoamericanos confrontan distintos problemas que se relacionan con fortalecer las capacidades de los pequeños productores.
- El Comercio Justo es importante ya que tiene un efecto distributivo del comercio internacional en el diseño de política comercial.
- Es importante la Coordinación en la gestión de políticas económicas tomando en cuenta el desarrollo productivo, comercial y social de cada contexto.
- Los ministerios en los distintos gobiernos latinoamericanos funcionan como islas y no hay una consciencia ni articulación para tratar los temas de comercio.
- Se tiene que trabajar tanto en las organizaciones nacionales como en las coordinadoras de Comercio Justo de los diferentes países latinoamericanos asistentes el tema de la igualdad de género y equidad.
- El Comercio Justo tiene muchos retos a ser afrontados como el manejo de recursos hídricos, los problemas de degradación de los suelos que se utiliza, en términos de tecnologías que se está utilizando y de la capacidad de conocimiento generado.
- La productividad normalmente se centra en indicadores económicos, y resulta difícil compaginar estos temas técnicos con la parte humana, para eso se necesita información sobre costos, sobre certificación, sobre beneficiarios, información sobre rostro humano que no se tiene. El reto también es la captación de información social y humana.
- Si bien existe normativa boliviana que respalda la actividad de los pequeños productores de Comercio Justo, se observa poco involucramiento de las instituciones del gobierno para fortalecer este tipo de comercio, existiendo diferencias muy marcadas con relación a las realidades de los productores de los otros países latinoamericanos que cuentan con un respaldo institucional de sus gobiernos amplio como Chile, Colombia y Ecuador.
- COSURCA tiene una propuesta de una universidad desde el campo pero tiene el reto de hacer sostenible este proyecto.
- El Ceibo es una de las asociaciones más fortalecidas en el territorio boliviano tal vez debido a su antigüedad, tanto para propios y extraños, por lo que es importante poder tomar su experiencia para la planificación de estrategias en los otros sectores productivos.
- La realidad de los trabajadores haitianos es muy crítica, por el tema migratorio pero no existe un asociaciones de Comercio Justo en este territorio.

- Un elemento importante para el Comercio Justo de acuerdo a los expositores es la asociatividad, la cual necesita ser fortalecida por los gobiernos y la cooperación internacional, las asociaciones de base tienen la práctica en el cual enfrentan problemas.
- Es importante para las asociaciones generar mayores experiencias de intercambio para ver que se están haciendo en otras organizaciones de productores y artesanos en el mundo.
- En el relato de las experiencias de las asociaciones se nota la participación de los jóvenes como actores importantes, lo cual deben llevar adelante los gobiernos con políticas acordes para su incorporación.
- Invertir en Comercio Justo desde las políticas gubernamentales representaría poder generar mayores empleos en cada país.
- Al parecer los productos orgánicos que es parte de este tipo de comercio es muy caro inclusive para el consumo de los propios productores.
- Todavía no se tiene bastante conciencia de los usos y cuidados adecuados del suelo y el agua, es decir la preocupación está centrada en lo económico más que en lo ambiental y social lo que impide alcanzar el desarrollo sostenible.