



2015
2019

Plan Estratégico Institucional Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia



Movimiento de Economía Social Solidaria y
Comercio Justo Comunitario de Bolivia
(MESSyCJB)

MARCO INSTITUCIONAL



Productos de la Economía Social Solidaria y del Comercio Justo



**Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia
MESSyCJB**

Miembros del Directorio

Presidenta: Alicia Canaviri Mallcu

Representante del sector de artesanía textil de camélidos y servicios de apoyo a la mujer aymara – Organización CDIMA

Secretaria de Actas: Jaqueline Ferreira Gonzales

Representante del Sector artesanía textil y marroquinería en cuero – Organización AYNi-ART

Secretaria de Hacienda: Felipa Ayala

Representante del sector textil de camélidos de exportación – Organización CASSA-YURIÑA

Vocal: Victor Mamani

Representante del sector textil – Organización ASOMAYA



Con el apoyo del Instituto de Estudios de la Cooperación del País Vasco - HEGOA y el Post Grado en Ciencias para el Desarrollo de la Universidad Mayor de San Andrés (CIDES UMSA)

Facilitador

Ing. Edwin Noriega Rodríguez

Miembro Directivo de la Asociación Centro Wiñay afiliada al MESSyCJB

Dirección: Calle Yanacochoa, Edificio Arco Iris, Piso 13, Oficina 1302.

La Paz, Diciembre de 2014

Contenido

1.	El contexto.....	1
1.1.	El contexto internacional	2
1.2.	El contexto nacional	7
2.	Antecedentes del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario ...	9
2.1.	Planificación Estratégica del MESSyCJCB	9
2.2.	Apuntes históricos del MESSyCJCB	9
2.3.	Acciones de las principales organizaciones matrices coincidentes con el MESSyCJCB	13
2.4.	El MESSyCJCB y el gobierno justo y solidario	15
2.5.	La Agenda Patriótica 2025.....	17
2.6.	El G77 más China.....	19
3.	Identidad del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario	20
3.1.	Alcance	20
3.2.	Organizaciones miembros.....	20
3.3.	Personalidades que forman parte del MESSyCJCB	24
3.4.	Características de las unidades productivas del comercio justo.....	25
3.5.	Sostenibilidad institucional	26
3.6.	Principios y valores institucionales	26
4.	Visión y Misión del MESSyCJCB	26
4.1.	Visión de Impacto.....	26
4.2.	Visión al 2018	26
4.3.	Misión Institucional del MESSyCJCB.....	27
5.	Análisis del entorno institucional del MESSyCJCB.....	27
5.1.	Oportunidades	27
5.2.	Amenazas	27
5.3.	Fortalezas	28
5.4.	Debilidades – Áreas de mejora	29
6.	Líneas de Acción Estratégica	32
6.1.	Estrategia de Incidencia Política.....	32
6.2.	Estrategia de Comunicación	33
6.3.	Estrategia de Investigación	34
6.4.	Estrategia de Certificación Nacional	35
6.5.	Estrategia de Articulación	36

7.	Forma de Gobierno y Organización Institucional.....	37
7.1.	Forma de Gobierno	37
7.2.	Estructura Orgánica propuesta para el MESSyCJCB.....	37
7.3.	Diagrama de Estructura de Objetivos y Directrices de Implementación	39
8.	Plan Quinquenal 2014 - 2018.....	41
9.	Marco Lógico por Área de Acción Estratégica.....	41
10.	Cronograma de Actividades por Línea Estratégica	64
11.	Financiamiento Requerido para el Desarrollo del Plan Quinquenal.....	67
	Bibliografía y Referencias.....	80
	Anexos.....	81

© 2014 - El presente documento es de propiedad intelectual del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (**MESSyCJCB**) y ha sido facilitado y realizado por el compañero Edwin Noriega Rodríguez (noriegaedwin@gmail.com) con el apoyo del Instituto de Estudios de la Cooperación del País Vasco - **HEGOA** y el Post Grado en Ciencias para el Desarrollo de la Universidad Mayor de San Andrés (**CIDES UMSA**), por tanto, el presente documento debe ser considerado y utilizado solo para sus fines específicos.



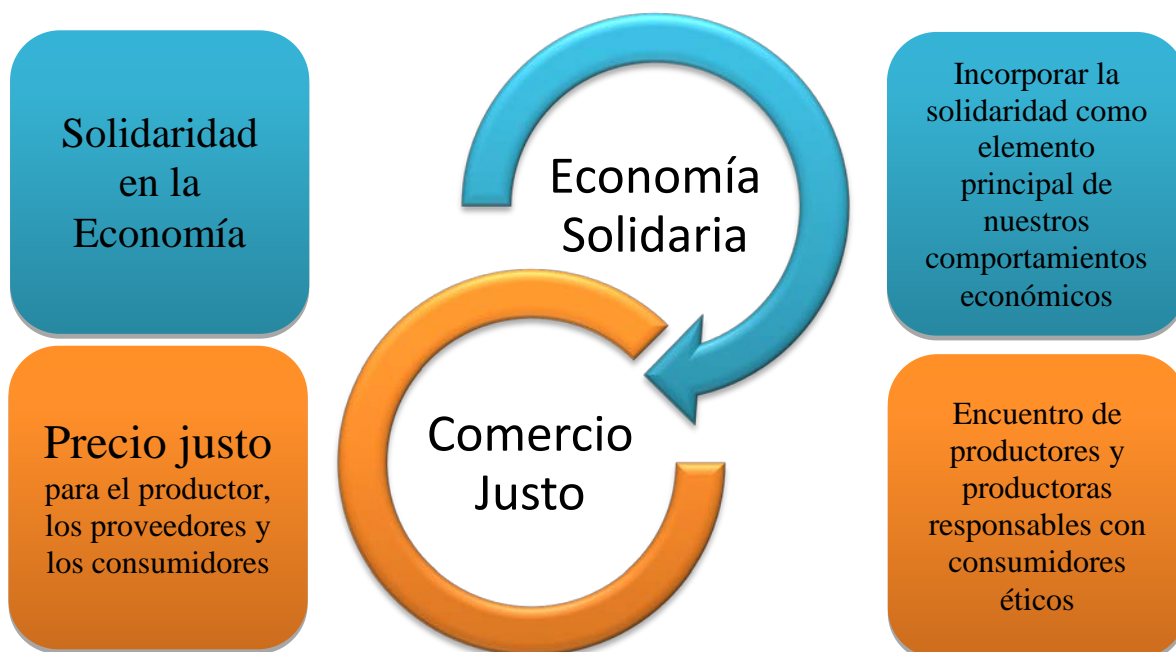
Plan Estratégico Institucional Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia

1. El contexto

La economía solidaria y el comercio justo es un movimiento mundial que se viene desarrollando desde la década de los 60's cuando en el continente europeo voluntarios y voluntarias de varios países apoyan y promueven la cooperación norte-sur en búsqueda de tratos económicos y comerciales más justos, que reconozcan los esfuerzos de los productores y productoras de los países del sur y se pague un precio justo por ellos.

En ese contexto, se clarificó la economía solidaria y el comercio justo en la forma que muestra el siguiente gráfico, convirtiéndose en precisiones genéricas a nivel universal, más allá de los cientos o quizás miles de conceptos y definiciones que se le haya podido dar a esta temática alrededor del mundo.

Gráfico No. 3: Precisiones genéricas de la Economía Solidaria y del Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Por otro lado, en el entorno internacional existen varias organizaciones de promoción de la economía solidaria y certificación del comercio justo en el marco de un concepto universalmente



aceptado como FAIR TRADE que hace referencia al comercio justo, comercio equitativo o comercio alternativo¹.

Este movimiento internacional ha trascendido a los contextos nacionales de casi todos los países del mundo que de forma democrática han ido estableciendo organizaciones regionales para Asia, Europa, África, Australia y América; en este último caso, por la cantidad de productoras y productores del comercio justo principalmente exportadores de materias primas, incluso se han establecido Redes regionales para América Latina.

A continuación, presentamos a los principales actores del entorno internacional y nacional que nos permitirá tener un reconocimiento del contexto en estos dos ámbitos.

1.1. El contexto internacional

Gráfico No. 4: El contexto Internacional de la Economía Solidaria y el Comercio Justo




Fuente: Elaboración propia con base en el análisis del Fair Trade internacional, enero 2014.

¹ World Fair Trade Organization (WFTO), enero 2014.



En referencia a cada uno de los actores identificados, se puede mencionar lo siguiente:


INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>World Fair Trade Organization (WFTO-LA)</p> 	<p>La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) es el órgano de representación global de más de 400 miembros comprometidos 100% con el Comercio Justo.</p> <p>La WFTO opera en más de 70 países de las 5 regiones: África, Asia, Europa, América Latina y América del Norte y la Cuenca del Pacífico, para crear el acceso al mercado, incidencia política y campañas, marketing y seguimiento. Es la única red global cuyos miembros representan a la cadena de comercio justo desde la producción hasta la venta. El objetivo de la WFTO es permitir a los pequeños productores y productoras mejorar sus medios de subsistencia y sus comunidades a través del desarrollo sustentable de Comercio Justo. Fundamentalmente, la WFTO es una comunidad global de agentes de cambio pioneros y apasionados, responsable del desarrollo de la economía sustentable de Comercio Justo, para el bien de todos. WFTO-LA es una organización conformada por los miembros de WFTO en América Latina. Su objetivo es ayudar al desarrollo social y económico de los pequeños productores y productoras bajo los principios del Comercio Justo².</p>
<p>Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS - LA)</p> 	<p>La RIPESS es una red intercontinental que vincula las redes de economía social y solidaria de todos los rincones del planeta. Como red de redes, está compuesta de redes intercontinentales que a su vez reúnen redes nacionales y redes sectoriales. La RIPESS cree en la importancia de una globalización de la solidaridad con el fin de construir y de reforzar una economía que coloque a la gente y al mundo en el centro. De Lima a Québec, de Dakar a Luxemburgo, la RIPESS organiza foros mundiales cada cuatro años con el fin de crear un nexo para el aprendizaje, el intercambio de información y la colaboración.</p> <p>RIPESS-Latinoamérica y Caribe agrupa a la fecha a 7 REDES de alcance nacional, 3 REDES de alcance latinoamericano y 10 ORGANIZACIONES de alcance sub-nacional, nacional o latinoamericano, y tiene presencia en 12 países de la región. En BOLIVIA su Red afiliada es el Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB).</p>
<p>Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLAC)</p>	<p>La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y productoras y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), es una instancia de representación de organizaciones de pequeños productores y productoras y trabajadores organizados</p>

²El Comercio Justo es un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur (WFTO-LA, Marzo 2014).





 	<p>democráticamente, bajo los principios y valores del Comercio Justo, promoviendo su fortalecimiento y desarrollo. Facilita asistencia a productores y productoras y trabajadores, promociona sus productos y valores, e incide en instancias sociales, políticas y económicas. Sus Valores...Lo que los define y une...: Democracia, Participación, Solidaridad, Equidad, Respeto, Transparencia, Compromiso con el medio ambiente. En este marco internacional y en la unión con otras Redes, el año 2014 ha sido declarado por las Naciones Unidas como Año Internacional de la Agricultura Familiar (AIAF), iniciativa lanzada por el Foro Rural Mundial y respaldada por más de 360 organizaciones sociales y campesinas en todo el mundo.</p> <p>Desde la CLAC consideran que es muy importante respaldar este proceso. Por tanto, han invitado a sus Coordinadoras Nacionales en diferentes países de Latinoamérica y El Caribe, a acercarse y participar de los Comités Nacionales-AIAF que se han ido conformando a lo largo del continente. Estos Comités serán espacios ideales para articular nuevas alianzas y redes de actores en defensa de la agricultura familiar y a pequeña escala, y para alcanzar varios objetivos, entre los cuales están los cuatro que son clave de la campaña a nivel internacional: 1) Apoyar el desarrollo de las políticas agrícolas, ambientales y sociales propicias para la agricultura familiar sostenible; 2) Aumentar el conocimiento, la comunicación y concienciación del público; 3) Lograr una mejor comprensión de las necesidades de la agricultura familiar, su potencial y limitaciones, y garantizar el apoyo técnico; 4) Crear sinergias para la sostenibilidad.</p>
<p>Fairtrade International FLO</p> 	<p>FLO es una de las organizaciones paraguas a escala global para el Comercio Justo. Posee el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE, el sello de garantía al consumidor que certifica el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo - Fairtrade. Casi 1.24 millones de trabajadores y agricultores Fairtrade se ven representados en el Informe de Monitoreo 2012.</p> <p>Como las ventas de productos de Comercio Justo con la certificación Fairtrade siguen creciendo, va siendo cada vez más importante conocer en detalle su impacto. Esta semana Fairtrade International, la organización que gestiona las cuestiones internacionales del sistema Fairtrade, ha publicado su informe 'Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade 2012'. Se trata de una amplia colección de datos y resúmenes de estudios que se adentran en el impacto de Fairtrade. El informe completo está disponible en inglés aquí</p> <p>El informe destaca la gran relevancia de las organizaciones de pequeños productores y productoras dentro del sistema Fairtrade. A finales del 2011 el número de pequeños productores y productoras que trabajaban con Fairtrade había alcanzado ya más de un millón y habían incrementado sus ingresos</p>



	<p>adicionales por ventas en condiciones de Comercio Justo en un 26%.</p> <p>“Fairtrade marca la diferencia para más de un millón de agricultores y trabajadores y sus familias, como vemos en este informe”, dice la Harriet Lamb, directora de Fair trade International. “Los datos del informe nos llevan a comprender mejor nuestras principales fortalezas, como por ejemplo el trabajo excelente que llevamos a cabo con organizaciones de pequeños productores y productoras. A la vez nos hacen ver en qué áreas aún tenemos que mejorar, por ejemplo en el fomento del empoderamiento de trabajadores y en el progreso hacia el concepto de sueldos mínimos que cubran los costes básicos de la vida.”</p> <p>El número de organizaciones de productores y productoras registrados se incrementó en un 10% y el número de agricultores y trabajadores (personas físicas) en el sistema aumentó en un 13% entre 2010 y 2011.</p> <p>Las organizaciones de pequeños productores y productoras reportaron un crecimiento del 30% en el valor de las ventas y un 26% más de ingreso en concepto de prima Fairtrade durante el periodo de referencia.</p> <p>Crecimiento destacado en cacao y azúcar entre el 2010 y el 2011. La prima de Comercio Justo que recibieron los pequeños productores y productoras de cacao ha crecido en un 89%; el número de agricultores que producen azúcar Fairtrade creció de 17.600 a 37.200 personas. Son los primeros resultados del compromiso a largo plazo de grandes compañías de azúcar y chocolate.</p> <p>Retos en el sector de los trabajadores. Vemos un incremento grande en muchos indicadores relacionados con las organizaciones de pequeños productores y productoras; sin embargo las plantaciones y otras organizaciones que funcionan con personal contratado siguen vendiendo sólo una pequeña parte de su producción por el canal de Comercio Justo. Por eso Fairtrade ha lanzado una nueva estrategia para conseguir más resultados positivos para trabajadores. Más información en este dossier:http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/factsheets/20120620_FairtradeDerechosdeTrabajadores.pdf</p>
<p>Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC)</p> 	<p>Corporación reconocida por el gobierno ecuatoriano que surge como una respuesta concreta, desde los sectores populares, a la situación de crisis y deterioro de sus condiciones de vida. Son socios de RELACC las Redes Nacionales de Comercialización Comunitaria integradas por organizaciones de productores y productoras, de consumidores, artesanos e instituciones de apoyo y servicios.</p> <p>Sus acciones inciden en políticas socio-económicas que contribuyen a generar cambios estructurales en la sociedad.</p>



	<p>Guía su accionar en un conjunto de valores y principios de la economía y la comercialización solidarias, con el objetivo de provocar compromiso y mística con el pueblo marginado y reforzar la práctica de la solidaridad en el comercio.</p> <p>Objetivo: Fortalecer el modelo de Comercialización Comunitaria en el ámbito nacional y regional para incidir en la sociedad, la economía y el mercado. Nació en Ecuador el 20 de enero de 1991, durante el Primer Encuentro Latinoamericano de Comercialización Comunitaria, convocado por la Fundación Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos (MCCH).</p>
<p>Red de Investigadores Latinoamericanos de Economía Social Solidaria (RILESS)</p> 	<p>La RILESS es una iniciativa conjunta de la Cátedra UNESCO Trabajo y Sociedad Solidaria, de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS (Brasil) y Maestría en Economía Social de la Universidad Nacional de General Sarmiento - UNGS (Argentina). También colaboran con el proyecto la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - FLACSO (Ecuador) y la Universidad Michoacana (México).</p> <p>El objetivo es estimular la integración entre investigadores que trabajen dentro de un marco plural, contribuyendo a la elaboración de proyectos, intercambios y diversas formas de cooperación científica, facilitando y promoviendo trabajos multidisciplinarios, con el fin trascendente de fortalecer las iniciativas colectivas por otra economía, otra sociedad y otra política en América Latina. Una red que se vincule con pensamiento propio a las redes equivalentes en Europa y otros continentes, articulándose con los estados y con los actores colectivos que impulsan esas formas desde la sociedad.</p>
<p>Programa Mercosur Social y Solidario</p> 	<p>Es una plataforma de Organizaciones de la Sociedad Civil integrada actualmente por 17 ONGs de Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay; articula en torno a sus acciones a más de 150 Organizaciones y Movimientos Sociales (OyMS) de base de la región del MERCOSUR, incluyendo de esta manera a más de 3.000 representantes de Organizaciones Sociales de jóvenes, mujeres, campesinos y pobladores. Desarrolla, acciones de formación y capacitación, comunicación e incidencia y de articulación y formulación de propuestas, orientadas a: Instalar la “dimensión social” en el proceso de integración en el MERCOSUR, recuperando lazos históricos comunes, la diversidad cultural y capacidad de movilización de las organizaciones y movimientos sociales de la región; Fortalecer las capacidades organizativas y propositivas de los actores sociales locales de base en el ejercicio activo de la ciudadanía, promoviendo sus capacidades de incidir en el proceso de integración regional, colocando sus temas y demandas como parte de las agendas y resoluciones que forman parte del mismo; Aportar a la consolidación y profundización de la democracia participativa en los países del sur.</p>



1.2. El contexto nacional

Gráfico No. 5: El contexto Nacional de la Economía Solidaria y el Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia, enero 2014.

INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
GOBIERNO NACIONAL MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL VICEMINISTERIO DE COMERCIO INTERNO Y EXPORTACIONES (VCIE)	Clara orientación a la justicia social y a la solidaridad. Avances en la redistribución equitativa de la riqueza. Fuerte promoción del género en las acciones gubernamentales Cuidado del medio ambiente y fortalecimiento de la agricultura ecológicamente sustentable. Políticas públicas que favorecen a las micro, pequeñas y medianas unidades productivas. Fortalecimiento de las finanzas solidarias; promoción a la vivienda y desarrollo productivo. Cuenta con la Estrategia Plurinacional de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario que contempla los Programas y Proyectos de: difusión y concientización, finanzas solidarias, tecnologías adecuadas de producción bio-estables, sistema de certificación, comercio justo, y la normativa e institucionalidad, cuenta con RM: MDPyEP/ DESPACHO/No. 293.2010 de 21.12.2010 para su ejecución.
GOBIERNOS SUB NACIONALES	En el marco de la Agenda 2025 (Nuevo Plan Nacional de Desarrollo), al igual que el gobierno central, tienen una clara orientación a la justicia social y a la solidaridad; a la redistribución equitativa de la riqueza; a la promoción del género y el cuidado del medio ambiente; fortalecimiento de la agricultura ecológicamente sustentable y promoción de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.
MOVIMIENTO DE ECONOMÍA	Organización nacional que apoya y promueve la economía solidaria y el



<p>SOCIAL SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO COMUNITARIO DE BOLIVIA (MESSyCJCB)</p>	<p>comercio justo; aglutina y representa a las asociaciones matrices nacionales de productoras/es, redes solidarias y organizaciones de productores y productoras, así como unidades productivas del comercio justo, profesionales, consultores y personalidades cuya expertise se encuentra en las prácticas de la economía solidaria y el comercio justo.</p>
<p>ASOCIACIÓN DE ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES ECOLÓGICOS DE BOLIVIA (AOPEB)</p>	<p>Organización nacional representativa de 85 organizaciones de productores y productoras ecológicos; apoya y promueve la agricultura ecológicamente sostenible en Bolivia. Varias de sus organizaciones, principalmente los exportadores cuentan con certificado orgánico y certificado de comercio justo internacional, por tanto, están directamente ligadas a los principios de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario.</p>
<p>COORDINADORA INTEGRADORA DE LAS ORGANIZACIONES ECONÓMICAS CAMPESINAS, INDÍGENAS Y ORIGINARIAS DE BOLIVIA (CIOEC Bolivia)</p>	<p>Organización nacional representativa de las Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas y Originarias, cuenta con 9 CIOECs Departamentales y aglutina y representa a más de 1.200 OECAs en el contexto nacional. Apoya y promueve la creación y fortalecimiento de OECAs y las orienta a la autogestión campesina, la agricultura sostenible, la soberanía alimentaria y la economía solidaria.</p>
<p>RED DE ORGANIZACIONES ECONÓMICAS DE PRODUCTORES ARTESANOS CON IDENTIDAD CULTURAL (Red OEPAIC)</p>	<p>Organización nacional integrada por asociaciones de artesanas y artesanos provenientes de diferentes pueblos y culturas de Bolivia, promueve el fortalecimiento de sus asociaciones y asociados en el desarrollo de capacidades técnicas, facilitando su acceso a servicios de desarrollo productivo, comercial y financiero. Apoya la solidaridad, transparencia, integridad, equidad de género y el respeto al patrimonio cultural de los pueblos.</p>
<p>COORDINADORA NACIONAL DE COMERCIO JUSTO BOLIVIANO (CNCJ-B)</p>	<p>La Coordinadora Nacional de Comercio Justo Boliviano está vinculada al comercio justo certificado por FLO y WFTO, está conformada por 6 organizaciones que establecen un espacio de discusión y promoción nacional e internacional del comercio justo de Bolivia. Objetivos: Representar a los pequeños productores y productoras organizados en diferentes rubros ante diferentes instancias de la CLAC, FLO y otros sellos, redes e iniciativas de Comercio Justo; Generar espacios de discusión y proponer alternativas de desarrollo en el sistema de Comercio Justo; y Fortalecer la integración y el intercambio de las organizaciones de pequeños productores y productoras a nivel Nacional, de Latinoamérica y el Caribe.</p>
<p>Red Nacional de Comercialización Comunitaria (RENACC Bolivia)</p>	<p>La red Nacional de Comercialización comunitaria fortalece a las organizaciones económicas, genera y promueve espacios de coordinación y articulación a nivel nacional e internacional, implementando redes locales y regionales con la capacitación y formación y la prestación de servicios, asistencia técnica y espacios de mercadeo.</p>



2. Antecedentes del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario

2.1. Planificación Estratégica del MESSyCJCB

El Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB), en busca del logro de sus objetivos institucionales orientados a promover, desarrollar y difundir la economía solidaria y el comercio justo a nivel nacional e internacional, ha buscado un espacio de reflexión participativa con sus organizaciones miembros con la finalidad de desarrollar el presente Plan Estratégico Institucional para el quinquenio 2015 al 2019 en un ambiente democrático, analítico y constructivo.

La realización de esta actividad ha sido apoyada por la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo; Instituto HEGOA de España con apoyo del Post Grado en Ciencias del Desarrollo (CIDES UMSA) bajo convenio CIDE-UMSA/HEGOA No. PGM-2012BA/013.

2.2. Apuntes históricos del MESSyCJCB

El Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia, tiene raíces muy profundas en las culturas originarias y comunitarias que todavía se practica en los ayllus y las comunidades rurales. Los principios de la vida comunitaria como la solidaridad, la reciprocidad y la equidad son principios que busca el “vivir bien y en armonía - Suma Qamaña”.

Las prácticas culturales y ancestrales evidencian principios fundamentales que construyen la Solidaridad en la Economía, tales como:

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

Son prácticas de los pueblos “originario-indígenas” desde tiempos remotos que siempre han velado por el bienestar del ser humano y que todavía están vivas al interior de la diversidad cultural de Bolivia.

En la actualidad, estas prácticas se han traducido en sistemas de producción, eficientes y sostenibles, que hoy en día están siendo muy bien recibidas por el mundo moderno; por ejemplo, la producción orgánica o ecológica. Bolivia desde hace más de 25 años exporta al mundo productos ecológicos certificados: cacao, quinua, castaña, café y otros.

Entre los apuntes históricos más relevantes tenemos:

Acción	Resultado
“Primer Encuentro Emprendedor de la Economías Solidaria y Comercio Justo de América Latina”. Lugar: Cochabamba 14 al 16 de	Visibilización del avance silencioso del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia y América Latina por las propias organizaciones productivas que



<p>septiembre del 2005. Organización: Red Nacional de Comercialización Comunitaria (RENACC) en coordinación con CECI-Uniterra. Participación: 150 representantes de 12 países Latinoamericanos y Caribeños</p>	<p>intercambiaros sus experiencias, principios y criterios de la solidaridad en la economía y el comercio justo. Resultado: La “Declaración de Cochabamba” que recoge los acuerdos y Resoluciones principales que se resumen en los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar la articulación del movimiento Latinoamericano de Economía Solidaria, Comercio Justo y el Consumo Ético. ▪ Fortalecer el proceso de coordinación Latinoamericana. ▪ Impulsar la construcción de sistemas de Certificación Participativa para la Economía Solidaria de Comercio Justo en nuestros países con criterios que sean fijados localmente y tendiendo a unificar esos criterios a nivel latinoamericano. ▪ Fortalecer el Comercio sur-sur. ▪ Incidir en las políticas públicas para fortalecer la Economía Solidaria y el Comercio Justo en las comunidades locales, el país y la región, según los principios de equidad, transparencia y gobernabilidad. ▪ Fortalecer las redes de Economía Solidaria para impulsar la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS).
<p>Presentación de la “Declaración de Cochabamba” a todos los cancilleres del hemisferio durante la Cumbre Social de las Américas, realizado en Buenos Aires, Argentina en noviembre de 2005.</p>	<p>Impacto internacional porque los Cancilleres, por unanimidad, expresaron su apoyo al movimiento de la Economía Social Solidaria.</p>
<p>Presentación de la “Declaración de Cochabamba” en el Tercer Encuentro Internacional de Economía Social Solidaria realizado en Dakar - Senegal, África, del 20 al 26 de noviembre de 2005.</p>	<p>Posicionamiento internacional de Bolivia como país de comercio justo con prácticas actuales de solidaridad en la economía.</p>
<p>“Primer Encuentro Departamental de la Economía Solidaria, Comercio Justo y su inserción en Políticas Públicas”, El Alto, marzo del 2006. Participación: 200 representantes de los productores y productoras y de las instituciones. Organización: RENACC La Paz y Centro de Promoción de la Mujer “Gregoria Apaza” (CPMGA).</p>	<p>Se validó y complementó la “Propuesta de Decreto Supremo” enviada al gobierno de Evo Morales para trabajar la lógica de Economía Social Solidaria, Social Comunitaria y Comercio Justo en Bolivia.</p>



<p>Realizaron de Ferias a nivel Departamental, Nacional e Internacional desde el año 2005. Coordinación: RENACC La Paz, CECI Uniterra, CEPAS Cáritas Boliviana, CPMGA, Aymaras sin Frontera y otras organizaciones relacionadas.</p>	<p>Posicionamiento de los productos y productores y productoras del comercio justo de Bolivia.</p>
<p>Celebración consecutiva del Día Internacional del Comercio Justo (8 de mayo), desde el 2005; actividad coordinada con las organizaciones productivas de todo el país.</p>	<p>Se ha establecido una tradición entre los productores y productoras de la economía social solidaria, social comunitaria y comercio justo.</p>
<p>“Reunión de Coordinación Nacional de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario” 14 de febrero de 2007 Organización: RENACC La Paz, PROCOIN y Cáritas Boliviana.</p>	<p>Se conocieron las experiencias y prácticas del comercio justo y la solidaridad en la economía en las organizaciones productivas. Se validó el avance del movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario en Bolivia.</p>
<p>“Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia”. Del 22 al 24 de marzo de 2007 Participación: 60 representantes a nivel nacional. Organización: RENACC La Paz.</p>	<p>Se constató la existencia de experiencias concretas de Comercio Justo en Bolivia, prácticas que fueron difundidas y replicadas en el contexto nacional con la participación de los sectores público y privado.</p>
<p>Participación de una representación boliviana en el Segundo Encuentro Latinoamericano de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en la Habana - Cuba, del 20 al 24 de febrero de 2007. Organización: RENACC La Paz y CECI Uniterra</p>	<p>Posicionamiento internacional de Bolivia como país del comercio justo con práctica solidarias en la dinámica económica.</p>
<p>Encuentro Nacional por la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia, del 22 al 24 de marzo de 2007; Post evento de Cuba. Participación: 80 representantes de organizaciones productivas de nivel nacional. Organización: RENACC La Paz, CECI Uniterra y DFID del Reino Unido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se diseñaron estrategias y consolidaron mecanismos de interrelación, dialogo político, producción y acceso a mercados desde las experiencias y los avances de otros países y la socialización del II Encuentro Latinoamericano realizado en Cuba. ▪ Se identificaron perspectivas, mecanismos e iniciativas de los diferentes actores para promover la inclusión de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario en las políticas gubernamentales y definir estrategias nacionales de desarrollo desde las prácticas del comercio comunitario y el comercio justo con la participación de todos los actores. ▪ Se reunieron a tres actores importantes: los



	<p>productores y productoras, el gobierno y representantes del sistema financiero nacional de Brasil, Uruguay, Ecuador y Bolivia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masiva representación de los representantes de los productores y productoras de los Departamentos de La paz, Tarija, Oruro, Santa Cruz, Cochabamba y Potosí. Así como altas autoridades del gobierno central, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y FONCRESOL. ▪ Coincidencia internacional de los sectores público y privado de que es posible construir una economía al servicio de las personas - la Economía Solidaria y el Comercio Justo; alternativa de lucha contra la pobreza. ▪ Se logró reunir una gran cantidad de productores y productoras de cacao, quinua, café, miel, infusiones, recolectores de castaña, pequeños ganaderos de Santa Cruz y ganaderos de Camélidos ▪ ▪ Plantean al gobierno y a la Banca apoyo al mejoramiento de la producción de calidad, Créditos ▪ Solidarios, Certificación Justa y Promoción de mercados a nivel nacional e internacional. ▪ Se conformó la “Plataforma Multisectorial permanente de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Bolivia”, con participación de organizaciones matrices productivas, cuya misión fue: “Generar una propuesta de Promoción y Desarrollo de la Economía Solidaria en Bolivia y desarrollar políticas públicas”.
<p>Encuentro nacional de productores y productoras el año 2009.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sobre la base de la Plataforma Multisectorial se conformó el Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB), con representaciones de las organizaciones productivas y asociaciones de productores/as más importantes del país: sector productivo, no político. ▪ Se planteó como desafío para el movimiento los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Incidencia política para generar políticas públicas favorables al MESSyCJCB. • Incentivo a la producción y acceso a mercados con Sello del Comercio Justo. • Promoción y consolidación de los



	<p>procesos de Economía Solidaria y del Comercio Justo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articulación entre los actores del comercio justo (públicos y privados).
--	--

2.3. Acciones de las principales organizaciones matrices coincidentes con el MESSyCJCB

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro las organizaciones coincidentes con el MESSyCJCB (algunas de ellas afiliadas), de manera transversal, realizan acciones de capacitación, asistencia técnica, comercialización y ferias locales.

En este contexto, el MESSyCJCB como entidad matriz superior que aglutina y representa incluso a asociaciones nacionales, no puede hacer más de los mismo (capacitación, asistencia técnica, comercialización y ferias locales), por tanto deberá concentrarse en identificar líneas estratégicas que sean novedosas y que sean de beneficio para todos sus afiliados y sobre todo beneficiosa la para la lógica/política de economía solidaria en la economía nacional.

ORGANIZACIÓN	SIGLA	ACCIONES PRINCIPALES
Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia	AOPEB	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Programa de fortalecimiento organizacional ▪ Programa de fortalecimiento comercial ▪ Sistema de control interno participativos para la producción ecológica ▪ Fondo de fortalecimiento a OECAs ▪ Cadena de micromercados Supe ecológico ▪ Ferias; Bio Bolivia ▪ Sello de producción ecológica
Coordinadora Integradora de las Organizaciones Económicas Campesinas, Indígenas y Originarias	CIOEC Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Programa de desarrollo empresarial ▪ Programa de desarrollo comercial ▪ Red de inteligencia de mercados ▪ Programa de asesoramiento de líderes (escuela de líderes) ▪ Ferias; ferias semanales ▪ Sello Social
Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza	CPMGA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Programa de desarrollo empresarial ▪ Punto de venta Mama Rawa



Asociación Nacional de Productores de Quinua	ANAPQUI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Comercialización para sus afiliados y desarrollo de mercados ▪ Representación institucional
Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo	ASARBOLSEM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Comercialización al comercio justo ▪ Desarrollo de mercados
Cooperativa Agroindustrial El Ceibo Ltda.	EL CEIBO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Comercialización para sus afiliados y desarrollo de nuevos mercados ▪ Puntos de venta (tiendas especializadas)
Federación Departamental de Trabajadores en Madera "La Paz"	F.D.T.M.L.P.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Representación institucional y sectorial
Red de Organizaciones Económicas de Productores Artesanos con Identidad Cultural	Red OEPAIC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Programa de gestión integral para líderes y lideresas ▪ Ferias; Ecoferia Integrarte
Centro de Desarrollo Integral de Mujeres Aymaras "Amuyt'a"	CDIMA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Empoderamiento político ▪ Erradicación de la pobreza ▪ Empoderamiento económico; producción textil, ofertas y exposiciones ▪ Comunicación
Asociación Centro Wiñay	ACW	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Capacitación virtual en gestión y gerencia campesina, comercialización nacional e internacional de productos ecológicos y del comercio justo,



		<ul style="list-style-type: none"> ▪ gerencia de OECAs. ▪ Formación y desarrollo de capacidades
Comunidad Andina Suma Satawi	CASSA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Comercialización y apoyo al desarrollo comercial
TRANSVERSAL		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y asistencia técnica en producción ▪ Capacitación y asistencia técnica en comercialización ▪ Comercialización y desarrollo de mercados ▪ Ferias

Fuente: Documentos institucionales, marzo de 2014.

2.4. El MESSyCJCB y el gobierno justo y solidario

Coincidente con el objetivo de fortalecimiento organizacional e institucional que persigue el Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB), se encuentra la coyuntura actual que establece una motivación superior a nivel macro; se trata de las visiones que se están empezando a engranar entre el sector público (central y local) en el marco de un “reconocido” gobierno justo y solidario y el movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario en Bolivia.

Gráfico No. 1: El engranaje entre el sector público y el MESSyCJCB



Fuente: elaboración propia con base en el reconocimiento de las visiones compartidas entre los tres niveles de actuación en el contexto nacional, febrero de 2014.



Un comparativo genérico de estos dos niveles de actuación nos muestra claramente el engranaje que se puede generar con relación a las acciones conjuntas que se podrían realizar.

Gráfico No. 2: Comparativo genérico entre lo público y lo privado



Cuadro No. 1: Comparativo de los Principios de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario y las acciones del Gobierno Justo y Solidario del Estado Plurinacional de Bolivia

Principios de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario	Principios Generales Gobierno Justo y Solidario	Transversales
Mayor oportunidad para los pequeños productores y productoras	Erradicación de la pobreza.	Reducción de la pobreza.
Transparencia y cuentas claras en la producción y comercialización	Socialización y universalización de los servicios básicos.	Fortalecimiento de las capacidades de producción.
Fortalecimiento de las capacidades productivas	Salud, educación y deporte.	Precios justos y tratos justos entre los grupos de interés; proveedores, productores y productoras, sindicatos, consumidores.
Precio Justo para el productor/a, los proveedores y los consumidores	Soberanía científica y tecnológica con identidad propia.	Promoción de la justicia social.
Promoción del Comercio Justo	Soberanía comunitaria financiera, sin servilismo al capitalismo financiero.	Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.



Equidad de Género	Soberanía Productiva con diversificación y desarrollo integral sin la dictadura del mercado capitalista.	Equidad de género y generacional.
Buenas condiciones de trabajo	Soberanía sobre los recursos naturales, con nacionalización, industrialización y comercialización en armonía y equilibrio con la Madre Tierra.	Mejoramiento de las condiciones de trabajo y erradicación de la explotación de la mujer y la explotación infantil.
No a la explotación del trabajo infantil	Soberanía alimentaria.	Enfoque de sustentabilidad; económica, social y medioambiental.
Cuidado del Medio Ambiente	Soberanía ambiental respetando los derechos de la Madre Tierra.	Mejoramiento del trabajo en los principales sectores de la economía con un fuerte componente de conservación del medio ambiente.

2.5. La Agenda Patriótica 2025

Asimismo, un análisis de la Agenda Patriótica 2025 y las acciones del MESSyCJCB validan y comprueban la visión de desarrollo compartido que ambos ejes de actuación (uno público y otro privado), tiene con relación al nuevo Estado Plurinacional.

Bolivia: Decreto Supremo Nº 1506, 27 de febrero de 2013: Establece la Representación Presidencial de la Agenda Patriótica del Bicentenario 2025 que orienta al cumplimiento de los siguientes 13 pilares fundamentales.

Los 13 pilares de la Bolivia Digna y Soberana:

1. Erradicación de la extrema pobreza.
2. Socialización y universalización de los servicios básicos con soberanía para Vivir Bien.
3. Salud, educación y deporte para la formación de un ser humano integro.
4. Soberanía científica y tecnológica con identidad propia.
5. Soberanía comunitaria financiera, sin servilismo al capitalismo financiero.
6. Soberanía Productiva con diversificación y desarrollo integral sin la dictadura del mercado capitalista.
7. Soberanía sobre los recursos naturales, con nacionalización, industrialización y comercialización en armonía y equilibrio con la Madre Tierra.
8. Soberanía alimentaria a través de la construcción del saber alimentarse para el Vivir Bien.
9. Soberanía ambiental con desarrollo integral respetando los derechos de la Madre Tierra.
10. Integración complementaria de los pueblos con soberanía.
11. Soberanía de la transparencia en la gestión pública bajo los principios de no mentir, no robar y no ser flojo.
12. Disfrute y felicidad plena de nuestras fiestas y el medio ambiente.



13. Reencuentro soberano con el mar.

El desarrollo de la economía solidaria y el comercio justo que apoyan y promueven las organizaciones y unidades productivas del comercio justo de Bolivia, se cruza con 10 de los 13 pilares de la Bolivia digna y soberana para vivir bien – Agenda Patriótica 2025.

Pilares de la Bolivia digna y soberana	Esfuerzos de las organizaciones y unidades productivas de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia
Erradicación de la pobreza extrema.	Mayor oportunidad para los pequeños productores y productoras y precio Justo para el productor/a, los proveedores y los consumidores
Soberanía científica y tecnológica con identidad propia.	Desarrollo de estudios técnico científicos en Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de acuerdo a las características económicas, sociales y ambientales locales.
Soberanía comunitaria financiera sin servilismo al capitalismo financiero.	Transparencia y cuentas claras en la producción y comercialización
Soberanía productiva con diversificación y desarrollo integral sin la dictadura del mercado capitalista.	Fortalecimiento de las capacidades productivas
Soberanía sobre los recursos naturales, con nacionalización, industrialización y comercialización en armonía y equilibrio con la Madre Tierra. Y, Soberanía ambiental con desarrollo integral respetando los derechos de la Madre Tierra.	Cuidado del Medio Ambiente; apoyar y promover la agricultura ecológicamente sustentable y el comercio justo.
Soberanía alimentaria a través de la construcción del saber alimentarse para el Vivir Bien.	La economía solidaria y el comercio justo apoya y promueve la soberanía alimentaria
Integración complementaria de los pueblos con soberanía.	La economía solidaria y sobre todo el comercio justo, busca la complementariedad económica y social para el desarrollo de las comunidades, urbanas y rurales.
Disfrute y felicidad plena de nuestras fiestas, de nuestra música, nuestros ríos, nuestra selva, nuestras montañas, nuestros nevados, de nuestro aire limpio, de nuestros sueños.	La economía solidaria y el comercio justo de lleno busca el rescate cultural y el cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.
Reencuentro soberano con nuestra alegría, felicidad, prosperidad y nuestro mar.	La economía solidaria y el comercio justo busca el bienestar del ser humano; convirtiéndolo en el centro de su enfoque como el sujeto y ya no como el objeto.
	De manera general la economía solidaria y el comercio justo promueve buenas condiciones de trabajo y equidad de género



Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de los 13 Pilares de la Agenda Patriótica 2025 y el cruce de acciones y visiones que representa el accionar del MESSyCJCB, febrero 2014.

2.6. El G77 más China

Más aun, el entrelazado de los esfuerzos internacional y nacional que persigue el gobierno justo y solidario, nos vuelve a comprobar que se ha establecido una visión país en el contexto justo y solidario.

Declaración del Presidente Evo Morales en entrevista brindada a Marco Trade News en fecha 16.01.2014: “Comercio justo y precios justos convierten a los Estados en actores proclives a la complementariedad”

Fuente: Marco Trade News, 16.01.2014, www.marcotradenews.com
<http://www.marcotradenews.com/diplomacia-comercial/19774/Morales-%E2%80%9CComercio-justo-y-precios-justos-convierten-a-los-Estados-en-actores-proclives-a-la-complementariedad%E2%80%9D->

A una semana de haber asumido la presidencia del Grupo de los 77 más China (G77), el presidente de Bolivia, Evo Morales, confía en avanzar en su compromiso para alcanzar los objetivos planteados en una agenda marcada por políticas orientadas a socializar la riqueza.

Por su parte, el mandatario boliviano, manifestó su satisfacción por la confianza depositada por los 133 países que conforman el “G77 más China”, en su liderazgo y destacó la labor realizada por Sacha Llorenti, embajador de Bolivia ante las Naciones Unidas.

“El “G77 más China” es uno de los principales actores de cambio en este momento histórico”, dijo Morales, y aseguró que “una condición para lograr la integración es contar con Estados y pueblos fuertes, pero al mismo tiempo con economías que se rijan con precios justos”.

Según el presidente del “G77 más China” para 2014, el “comercio justo y (los) precios justos convierten a los Estados en actores proclives a la complementariedad”.

Bajo la denominación de comercio justo se conoce a la asociación comercial basada en la búsqueda de mayor equidad en el comercio internacional. La misma busca contribuir a un desarrollo sostenible ofreciendo otras condiciones comerciales que aseguren los derechos de productores y trabajadores.

A través del comercio justo, los productores suelen obtener precios que superan hasta en 25% o 30% los del mercado abierto, tratando que los productores reciban precios justos que les aseguren un ingreso digno y la financiación sostenible de los costos de producción.

Para Morales, “una integración real entre pueblos sólo es posible si los propios pueblos deciden la forma de desarrollar su comercio” y consideró que “es imperativo conformar coaliciones y alianzas poderosas para suscribir tratados” que permitan compartir conocimientos, tecnología y provisión de recursos financieros.

Si bien el comercio justo conforma apenas el 0,1% de todo el comercio internacional de bienes, el mismo está creciendo rápidamente. Según Fairtrade International (FLO), las ventas en Europa se incrementaron 20% anual desde 2000, concentrando el 60% del comercio justo mundial.

En tanto, según organizaciones importadoras, el 26% de sus ventas se originan en África, el 40% en Asia y el 34% en América Latina, y las mismas registraron más de 4.800 millones de dólares anuales, más del doble apuntado hacia cinco años.

Alcanzar el desarrollo sostenible, asociado directamente con el comercio justo, según Morales, será el foco central de atención de la propuesta que lleva adelante el “G77 más China”.



3. Identidad del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario

3.1. Alcance

Alcance Geográfico:	Nivel nacional; rural, periurbano y urbano.
Alcance Temporal:	Indefinido.
Alcance Temático:	Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario
Alcance Productivo:	Agricultura Agropecuaria Textiles de camélidos Madera Cuero Artesanía: adornos, juguetes, bisutería, otros.
Alcance a nivel de las unidades productivas	Emprendimientos personales Empresas unipersonales Micro, pequeñas y medianas unidades productivas

3.2. Organizaciones miembros

A enero de 2014 son 142 afiliados y afiliadas al MESSyCJCB, entre organizaciones matrices nacionales, departamentales, redes, agronegocios, unidades productivas y emprendimiento unipersonales, de los cuales, estos últimos representan un 38% demostrando ampliamente la visión incluyente que tiene el MESSyCJCB pues muchas de estas organizaciones que logran trabajo y aporte a la economía nacional no encuentran cobijo en otro tipo de organizaciones representativas, más que en el Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB).

No.	AFILIACIÓN	SIGLA	CONTACTO	
			NOMBRE	APELLIDO
1	AINI-ART	AINI-ART	Jaquelin	Ferreira Gonzalez
2	Alto de la Alianza		Nicolas	Laura
3	AMECOTEXO	AMECOTEXO	Bertha	Jimenez
4	Asociación de Mujeres Textiles Artesanales	AMTABOL	Saba Cristina	Alcón de Fabián
5	Arte Ancestral Hecho en los Andes	ARANHEA	José Fernando	Gonzales Salas
6	Arte suma		Wilfredo	Machicado
7	Artesanía Q'apha Ampara Manos Agiles		Gregoria	Mamani
8	Artesanía Sorata		Diane	Bellomy
9	Artesanía Suma Q'ora		Daysy Alejandra	Condori Visaluqui



10	Artesanías "El Lirio"	EL LIRIO	Ruth María	Mercado Castro
11	Artesanías "Elizabeth"		Elizabeth	Mendoza
12	Artesanías Amparo		Amparo	Alcienaga Quiroga
13	Artesanías CKAL	CKAL	Sofía	Mamani
14	Artesanías Colmena El Alto	COLMENA	Eduardo	Callesoya Mamani
15	Artesanías Jolieta		Martha	Mazuelos San Millán
16	Artesanías María		María Patty	
17	Artex Mujeres Aymaras	ARTEX	Nancy	Mamani Cruz
18	Articulación de Mujeres por la Equidad y la Igualdad	AMUPEI	Gladys	Valdez
19	Art-Sol Bolivia	ARTSOL	Simón	Huanca Apaza
20	ASAP	ASAP	Bertha	Blanco
21	Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo	ASARBOLSEM	Antonia	Rodriguez
22	Asociación Artesanal de Tejido a Mano Gregorias	LAS GREGORIAS	Ana Febe	Pillco
23	Asociación Centro de Mujeres	CEPROSI	Elvira	Quino
24	Asociación Centro Wiñay	CENTRO WIÑAY	Edwin	Noriega
25	Asociación Choque Pancara	PANCARA	Mariano	Apaza
26	Asociación de Artesanos del Campo	ARTE Campo	Mercedes	Peña
27	Asociación de Manos Innovadoras en Tejidos de Bolivia S.R.L.	AMITBOL	Susana	Antezana Reyes
28	Asociación de Mujeres Artesanas en Orfebres y Ramas Afines "Rompiendo Barreras"	AMORBA	María del Rosario	Medrano Cavero
29	Asociación de Mujeres Productoras Inti Wara	AMPIW	Josefa	Ramos
30	Asociación de Mujeres Productoras WARMY	WARMY	Susana	Vargas
31	Asociación de Organizaciones de Productores Ecologicos de Bolivia	AOPEB		
32	Asociación Solidaria de Artesanos	PACHAMAMA	Bertha	Blanco
33	ASOMAYA	ASOMAYA	Filomena	Mamani Rojas
34	AYRURI	AYRURI	Cirilo	Huanca
35	Azulal	AZULAL	Ana María	Alvarez
36	Cai-Ispalla	CAI-ISPALLA	Juana Gaby	Gutierrez
37	Camely	CAMELY	Margarita	Quiroga
38	Camilas Catering		Rita Marisol	Zapata Salazar
39	Centro Arte El Alto	CENTRO ARTE	Nancy	Ramírez
40	Centro de Desarrollo Integral de Mujeres Aymaras "Amuyt'a"	CDIMA	Teresa	Condori



41	Centro de Investigaciones de Energía y Población	CIEP	Sonia	Sapiencia
42	Centro de Organización de la Mujer en Cultura Artesanal	COMCA	Herlanda	Morales
43	Centro de Orientación y Capacitación Wiphala	COCAWI		
44	Centro de producción artesanal Nuevo Amanecer	NUEVO AMANECER	Rosario	Mamani
45	Centro de producción artesanal Sartasiñani 2	SARTASIÑANI 2	Lucy	Quellca
46	Centro de producción artesanal Voluntarias		Ciriaca	Casas
47	Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza	GREGORIA APAZA	Maria Esther	Ibañez Roca
48	Centro de Promoción Social "Warmis Yanaparikuna"	CPS-WY	Fidelia	Gómez Guerra
49	Centro de Servicios para la Familia y el Desarrollo	CESEFADE	Martha	Torrico
50	Centro Integral Mixta en Artesanía	CIMA Joyeria	Renè	Mamani Aruquipa
51	Centro Yanapasiñani Bolivia	YANAPASIÑANI	Zonia	Fabiani Miranda
52	Cerámicas "Alaro"	ALARO	Porfirio	Alaro Mendez
53	Cerámicas Jiwasa	JIWASA	Elizardo	Melendez
54	Cerámicas Walter		Walter	Melandres Quizo
55	Chocolate Fondue		Luz Andina	Chavez
56	Compañía de Productos de Camélidos S.A.	COPROCA	Alicia	Paredes Alquez
57	Comunidad Andina Suma Satawi	CASSA	Felipa	Ayala
58	Comunidad de Artesanos		Nadezma Anny	Guzmán Eyzaguirre
59	Confederación de Artesanos Productores de Bolivia	ARPROBOL	Paulina	Apaza
60	Confederación Nacional de la Micro y Pequeña Empresa de Bolivia	CONAMYPE	José Antonio	Gonzales
61	Confederación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas Originarias de Bolivia	BARTOLINA SISA	Beatriz Delgado	
62	Confederación Nacional de la Micro y Pequeña Empresa de Bolivia	COMAMYPE		
63	Cooperativa Agroindustrial El Ceibo Ltda.	EL CEIBO	Germán	Aparicio
64	Corporación Frecosvick		Roxana	Arenas Azúarez
65	Corrigiendo Huellas		Macario	Condori
66	Creaciones Kala	KALA	Margarita	Huanca de Luna



67	Creaciones MS	MS	Margot	Sanjinés
68	Creaciones Rossy	ROSSY	Rosa	Mamani
69	DIMAR	DIMAR	María Magali	Mita de Gantier
70	DINOMAR	DINOMAR	Margarita	Mahey
71	Eco Churiaca		Miriam	Ledezma
72	Empresa Artesanal El Alto S.R.L.	EMAREA	Gabino	Suxo Chura
73	Enda El Alto	ENDA	Patricia	Beltrán
74	Federación Departamental de Trabajadores en Madera "La Paz"	F.D.T.M.L.P.	Adolfo	Aguilera
75	Flor de Oro		Edith	Quispe
76	Fundación Andina para la Niñez		Willy	Mendoza
77	Fundación Sistemas para el Desarrollo Rural Urbano	UÑATATAWI	Ana María	Condori
78	Fundación VIDAS El Alto		Roberto	Apaza
79	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz/CEPEM	CEPEM	Alvaro	Medrano
80	Granos de "Oro Liz"		Feliza	López de Vargaz
81	Handicrafts of the Ampara Andina Artisans	HAART	Teresa	Ramos
82	Hijos del Fin del Mundo		Geradini	Paredes
83	Integración de Comunicades Aymara de Bolivia	ICAB	Gerardo	Morales
84	K'Chibach's		Raúl	Villegas
85	Kori Alpaca		Vicente	Hilari
86	Kori Kantati		Victoria Quispe	
87	Kory Warmi		María Esther	Flores García
88	Kukmy Kaytu		Dora Beatriz	Callata
89	La Chapaquita, Taller de alimentos		Willyvaldo	Montero
90	Lacteos Isla Cojata	ISLA COJATA	William	Flores Chana
91	LURAMAYA	LURAMAYA	Luz María	Poma Huanca
92	Marín Textiles		Magdalena Benita	Marín Carrasco
93	Moderna Alpaca		Claudia	Gutierrez
94	MOJSA UMA	MOJSA UMA	Evaristo	Tarqui
95	Movimiento de Mujeres Indígenas Originarias del Quollasuyu	MMIOQ	Ceferina Rina	Zeballos
96	Noemi Pensando en Ti		Nelsy Emilia	Moscoso Calatayud
97	Organización Matriz de Mujeres "Juana Azurduy de Padilla"	OMM JAP	Maxima	Apaza Millares



98	Pachawarmisitas		Mónica Candelaria	Choquetarqui Mamani
99	Producción Tejidos de Alpaca Sencillos		Janeth	Almiorg
100	RAHIV Taller de Joyeria	RAHIV	Ian Carla	Quiroga Medrano
101	Rama Rocosa		Shirley	Flores Llapaco
102	Red de Artesanías Yachay Wiñay	RED RAYWI	Marco	Leonardini
103	Red Solidaridad		Rossmary	Paxi Paye
104	Ruyhi Joyas		Hilda Amelia	Ramos
105	SOBE	SOBE	Guillermina Yanezg	Gutiérrez
106	Suma Ampara	Suma Ampara	Primitivo	
107	SUMART	SUMART	Delia	Rodriguez
108	TAVI JHIRE	TAVI JHIRE	Isabel	Guzmán
109	TECUBOL S.R.L.	TECUBOL	Lucia	Paco
110	Tejidos Jiwaqui	JIWAQUI	Luz	Zarate Huanca
111	Tejidos Sueños Andinos	TE.SU.AN.	Juana Patzi	Mayta de Marca
112	TENEVAN	TENEVAN	Rozelio	Perez
113	UMA DESING	UMA DESING	Marcia	Iborra
114	UMD	UMD	Decia	Sánchez
115	Unión de Productores Agropecuarios	UPRO AGRO	Evaristo	Hilari
116	Wanda Tejidos en Telar		Wanda	Maqariños Loredo
117	Warmi Ajayu	AJAYU	Yolanda	Pabón Balboa
118	Yareta	YARETA	Sonia	Tarifa Zelaya
119	Yuriña	YURIÑA	Luis Miguel	Achá Marquez
120	F.P. Cuefitex	CUEFETIX	Florencia	Pari
121	Empresa Privada BIOETICA VIVE SANO	BIOETICA	Edwin	Ramos Lora
122	MALENA	MALENA	Marianela	Arevalo Quiroz

Fuente: Elaboración propia con base en la actualización de la Base de Datos el MESSyCJCB, febrero 2014.

3.3. Personalidades que forman parte del MESSyCJCB

Algunas personas que han participado de la fundación de RENACC La Paz, que luego dio lugar a la Plataforma multisectorial de ESSyCJC de Bolivia y luego al MESSyCJCB, son las siguientes:

Nombre y antecedentes productivos, laborales e investigativos
Antonia Rodríguez; Ex Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural (2012) y actual Directora Ejecutiva de la Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo (ASARBOLSEM).
Yolanda Herrera; Actual Presidenta de Derechos Humanos de Bolivia y Ex Presidenta de la Red Nacional de Comercialización Comunitaria de Bolivia (RENACC Bolivia).



Cristina Mamani; Actual Primera Magistrada del Consejo de la Magistratura y representante de las mujeres productoras Aymaras.
Ana María Condori; Ex Presidenta de la Plataforma de ESSyCJC, Ex Presidenta de la Fundación Sistemas para el Desarrollo Rural Urbano Uñatatawi, Ex Dirigenta de AOPEB y Actual Directora Ejecutiva de Uñatatawi.
Alicia Canaviri; Ex Presidenta de la Fundación Abya Yala, Fundadora y Ex Presidenta del Centro de Desarrollo Integral de Mujeres Aymaras "Amuyt'a" y actual Presidenta del MESSyCJCB.
Máxima Apaza Millares; Secretaria Ejecutiva Nacional de la organización de Mujeres Juana Azurduy de Padilla
Felipa Ayala; Ex Directiva de la Red Nacional de Comercialización Comunitaria (RENACC La Paz) y la Plataforma Multisectorial de Economía Solidaria, actual Directiva de la Plataforma de ESSyCJCB y actual Directora Ejecutiva de la Comunidad Andina Suma Satawi.
Edwin Noriega; Ex Gerente General de AOPEB, Ex Coordinador Departamental de Competitividad, Primer Secretario Ejecutivo de la Red Nacional de Comercialización Comunitaria (RENACC La Paz), Ex Presidente de la Asociación Centro Wiñay, Consultor Sénior de la Cooperación Internacional, Especialista en Economías para el Desarrollo y actual Vicepresidente del MESSyCJCB.

3.4. Características de las unidades productivas del comercio justo

Principalmente, son unidades productivas que guían su accionar logrando fuertes acciones de solidaridad en la economía, pues se ayudan y cooperan entre sí para lograr integración vertical y horizontal de sus sistemas productivos y en su vinculación directa con el mercado, principalmente la participación colaborativa en las ferias locales.

Son organizaciones y emprendimientos personales que han logrado una escala de pago justo a los proveedores y a los productores y productoras y precio justo para los consumidores éticos y responsables.

En su mayoría son micro y pequeñas organizaciones que todavía se mantienen en una escala con rendimientos productivos medios a inferiores razón por la cual principalmente atienden al mercado nacional.

En un contexto, meso y macro, estas unidades productivas están aglutinadas y representadas por asociaciones matrices departamentales y nacionales que les apoyan en sus acciones de producción y comercialización, brindándoles capacitación, asistencia técnica y acceso a mercados gracias al apoyo directo de la cooperación internacional que apoya y financia el desarrollo de estas actividades.

A este nivel, por ejemplo, tenemos a las regionales de CIOEC Bolivia y de AOPEB, así como las organizaciones privadas para el desarrollo (ONG y Fundaciones), mismas que se integran y logran fortalezas con las acciones gubernamentales en el marco de su articulación pública, privada y académica.

En este accionar a nivel departamental y nacional, es donde las unidades productivas, organizaciones productivas de base, asociaciones de base y otros, encuentran apoyo para sus acciones productivas y comerciales, incluso a nivel de representación política. Razón por la cual, en esta ocasión, el MESSyCJCB, obedeciendo el requerimiento de sus organizaciones afiliadas es que

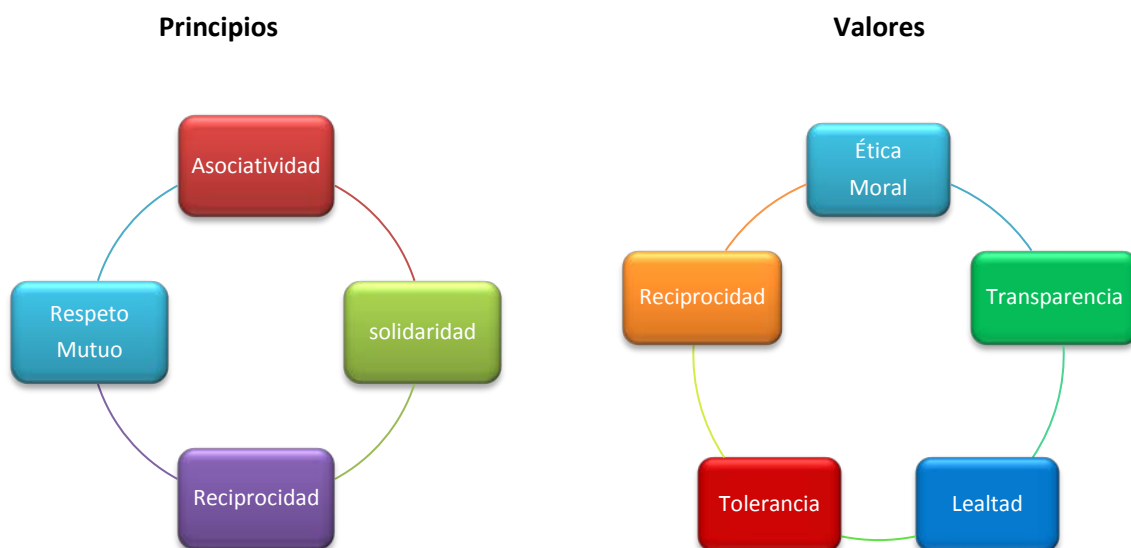


orienta su PEI más al contexto de incidencia política, investigación, articulación, comunicación y certificación nacional más que al contexto de apoyo a la producción y la comercialización en el entendido de que sus organizaciones matrices afiliadas ya desarrollan estas actividades y con gran éxito en el contexto nacional. Sin embargo, en el componente de articulación, el MESSyCJCB toma en cuenta la realización de un feria anual multipropósito como feria grande del MESSyCJCB, aparte de apoyar de manera directa las ferias de sus organizaciones afiliadas.

3.5. Sostenibilidad institucional

La base para la sostenibilidad institucional del MESSyCJCB son las donaciones y financiamientos de las organizaciones privadas para el desarrollo y la cooperación internacional.

3.6. Principios y valores institucionales



Fuete: Elaboración propia con base en las entrevistas grupales, 2014.

4. Visión y Misión del MESSyCJCB

4.1. Visión de Impacto

El MESSyCJCB lidera la temática de Economía Social Solidaria y Comercio Justo en el marco del Estado Plurinacional y es sujeto de consulta a nivel nacional y de la región sud americana.

4.2. Visión al 2018

El MESSyCJCB consolida acciones importantes que fortalecen la lógica de la Economía Social Solidaria, Economía Social Comunitaria y el Comercio Justo en el contexto nacional a través del



fortalecimiento logrado desde sus organizaciones de base y, gracias a esta representatividad, gestiona con los gobiernos central y local políticas públicas favorables a las productoras y productores del Comercio Justo del Estado Plurinacional de Bolivia para Vivir Bien.

4.3. Misión Institucional del MESSyCJCB

Empoderar a las afiliadas y afiliados con fines de fortalecer el MESSyCJCB en el marco de la articulación, la incidencia política, la investigación, el sello de certificación nacional y las ferias internacionales de Economía Social Solidaria y Comercio Justo realizadas en el Estado Plurinacional de Bolivia.

5. Análisis del entorno institucional del MESSyCJCB

5.1. Oportunidades

OPORTUNIDADES	
O1.	Existe un fuerte compromiso de los gobiernos central y sub nacional para trabajar la temática porque la nueva CPE reconoce a la ESSyCJ dentro la economía plural; la coyuntura política es favorable.
O2.	Existe apoyo de la FAO para la materialización de las leyes coincidentes con la economía social solidaria y el comercio justo.
O3.	Existe un Plan Nacional de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario realizado por el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones que cuenta con Resolución Ministerial para su ejecución.
O4.	La COORDINADORA son especialistas en comercialización de alimentos; son potenciales para ser los expertos en comercialización del MESSyCJCB para los productores ecológicos.
O5.	Existe demanda de un sello nacional de comercio justo para diferenciar los productos en el mercado.
O6.	Existencia de organizaciones representativas de los micro y pequeños productores: CONAMYPE, FEDEMYPES, CADEPIAS y ASOC. DE ARTESANOS y otros a los cuales se puede incidir directamente.
O7.	Los sectores públicos, privados y académicos demandan información práctica, técnica y científica de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario, así como la información acerca de experiencias exitosas.
O8.	Exigencias de que los municipios sean productivos a través de acciones directas y a través de las juntas de vecinos de las zonas periurbanas y urbanas.

5.2. Amenazas

AMENAZAS	
A1.	Varios de los Programas y Proyectos gubernamentales en temas de desarrollo productivo, desarrollo económico y fortalecimiento no toman en cuenta criterios de economía social, solidaria y de comercio justo porque los técnicos desconocen la temática, por tanto siguen con un pensamiento “neoliberal”.
A2.	La sociedad civil desconoce los criterios de ESSyCJ y del precio justo (precio justo al proveedor y al consumidor) y no reconoce la calidad y calidez contenida como insumo en el producto y/o servicio.



- A3. Competencia desleal del mercado convencional: ropa usada, productos chinos, bisutería china y egipcia.
- A4. El sistema financiero nacional no incentiva el financiamiento solidario, por tanto la colocación de créditos está enfocada en el sector productivo convencional y no toma en cuenta los emprendimientos personales y MIPYMES que trabajan con criterios de economía social, solidaria y de comercio justo.
- A5. Falta de sensibilización a la sociedad civil acerca del consumo ético y responsable, el doble esfuerzo del productor y los beneficios del producto por parte del gobierno nacional y los gobiernos sub nacionales; falta propaganda y promoción.
- A6. Competencia institucional por confusión de “roles” de las organizaciones nacionales de los productores que si bien tienen una especialidad temática que trabajar, tienden a trabajar ESSyCJC solo para acceder al financiamiento de la cooperación internacional (parte fundamental de su sostenibilidad), por tanto, perciben al MESSyCJCB como competencia y no como complementariedad.
- A7. Dentro las estadísticas gubernamentales, faltan datos cuantitativos actualizados del aporte de los productores y productoras del comercio justo y la economía social, solidaria en Bolivia.

5.3. Fortalezas

FORTALEZAS	
F1.	El MESSyCJCB son diferentes niveles de organización y varios sectores productivos.
F2.	Los sectores productivos que trabaja el MESSyCJCB son coincidentes con los sectores productivos priorizados por el gobierno nacional en el marco de los Complejos Productivos Integrales, los Centros de Innovación Productiva y los Programas y Proyectos de desarrollo productivo.
F3.	Se cuenta con un Directorio representativo de las organizaciones afiliadas y, a través de estas, de las unidades productivas de base.
F4.	Las organizaciones afiliadas son entidades expertas en diferentes rubros productivos y ejes temáticos directamente ligados a la economía social, solidaria y el comercio justo nacional e internacional; son “ASOCIACIONES y REDES” que son especialistas en sus sectores, por ejemplo: AOPEB, CIOEC, JUANA AZURDUY, EL CEIBO, BARTOLINAS, GREGORIA APAZA, CONAMAQ y más de 100 organizaciones de micro y pequeñas unidades productivas de artesanos y productores ecológicos. Se cuenta con organizaciones que tienen experiencia y capacidad técnica productiva demostrada que fortalecen los emprendimientos productivos, Ej.: Gregoria Apaza, CEDIMA, CASSA, CESEFADE, Fundación Uñatatawi, Asociación Centro Wiñay, etc.
F5.	Se mantiene contacto internacional institucional con las Asociaciones Internacionales y Redes de la economía social, solidaria y del comercio justo; potencial para el fortalecimiento institucional y para el desarrollo de mercados.
F6.	Al interior del MESSyCJCB, existe articulación e intercambio de experiencias entre las organizaciones afiliadas y las unidades productivas de base ligadas a estas (micro y pequeños productores del contexto nacional)
F7.	Se crean nuevos emprendimientos productivos y/o asociaciones gracias a la articulación que existe al interior del MESSyCJCB.
F8.	Existe capacidad técnica en el Directorio y sus colaboradores “públicos y privados” para promover el establecimiento de un Sistema de Certificación por “UN TERCERO” que brinde



- el servicio de certificación con Sello de Comercio Justo para el mercado nacional; se desarrolla una normativa participativa para medir estándares de calidad y criterios de economía social, solidaria y de comercio justo.
- F9. Existe un borrador para el desarrollo de la Estrategia Comunicacional del MESSyCJCB.
 - F10. Algunas de las organizaciones afiliadas, cuentan con estudios y tablas de ponderación para trabajar criterios de comercio justo y para remunerar de manera justa a las artesanas y artesanos; horas trabajadas, complejidad del trabajo, artesano/a guía, etc., por ejemplo, la Comunidad Andina Suma Satawi (CASSA).
 - F11. Voluntad de mejora constante de las productoras y productores del comercio justo que los orienta a la búsqueda de procesos más eficientes e innovativos en los sistemas de producción y comercialización promoviendo procesos de articulación que favorece la asociatividad.
 - F12. Existen organizaciones afiliadas especialistas en comercialización de textiles y artesanías y cuenta con certificación de la WFTO; son potenciales para ser los expertos en comercialización del MESSyCJCB, por ejemplo ASARBOLSEM para el rubros de textiles de camélidos y artesanía.
 - F13. Se realizan ferias locales de comercio justo con buen nivel de participación de las organizaciones afiliadas; esta experiencia es fundamental para desarrollar eventos más grandes y de mayor impacto.
 - F14. Existen ferias temáticas importantes y posicionadas de las organizaciones afiliadas en dónde participan las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB, Ej.: BIO BOLIVIA de los productores ecológicos y las FERIAS DE LAS OECAS.

5.4. Debilidades – Áreas de mejora

DEBILIDADES	
D1.	Desmotivación de algunas organizaciones y unidades productivas por falta de actividad e información.
D2.	En los últimos años, el contexto de trabajo del MESSyCJCB se ha personalizado como si fuera el trabajo de unas cuentas personas, más que de un grupo representativo y legítimo de las más de 100 organizaciones afiliadas.
D3.	Falta instrumentos y mecanismos de comunicación y difusión institucional y de ESSyCJC al interior y exterior del MESSyCJCB (criterio de clientes internos y externos).
D4.	Falta el “Registro” y la caracterización de los afiliados para acreditar o avalar y para consolidar un plan de facilitación de servicios por sector productivo y por nivel de organización.
D5.	No está clara la sostenibilidad del movimiento y falta financiamiento para el desarrollo de las actividades.
D6.	Falta instrumentos de gestión: Manual de Cargos y Funciones, Procedimientos Administrativos.
D7.	Falta la consolidación del Estatuto Orgánico y Reglamento Interno para tramitar la “Personalidad Jurídica”.
D8.	Falta consolidar una estructura organizacional a nivel técnico, operativo y administrativo que brinde una capacidad de respuesta suficiente para las organizaciones afiliadas y que pueda gestionar financiamiento y autosostenibilidad.
D9.	Falta consolidar un Plan de Incidencia Política que oriente de manera clara a la consecución de resultados.



- D10. Falta de personal idóneo para actualizar medios de comunicación y difusión del MESSyCJCB; por ejemplo, la página web y las cuentas de las redes sociales.
- D11. Los estudios e investigaciones acerca de la economía social, solidaria y del comercio justo, son todavía incipientes en su contenido técnico, científico y cuantitativo, por tanto, no se puede consolidar una incidencia “técnica” con los técnicos del gobierno que son esenciales para la toma de decisión de las autoridades y para la elaboración de Planes Sectoriales; por ejemplo, UDAPE y UDAPRO.
- D12. En varios de los emprendimientos personales y las organizaciones de micro y pequeños productores, todavía falta mejorar la calidad de los productos; necesitan capacitación, diseño, tendencias, prototipos, etc.
- D13. Los productores urbanos todavía mantienen un criterio más individualista con relación a la producción y comercialización, todavía les falta asentar los criterios de asociatividad.
- D14. No se llega con información y formación sobre Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario a la base de la sociedad: Niñas, Niños y Adolescentes (NNA) que son que influyen de manera directa en la toma de decisiones familiares. Ej. El trabajo realizado en medio ambiente y consumo de productos naturales y ecológicos.

El cruce de variables FODA lanzó los siguientes resultados³:

- En primer lugar, nos indica que nuestra principal orientación estratégica está dirigida a aprovechar las oportunidades debido a que la sumatoria del cruce de variables logró un mayor nivel de relacionamientos fuertes o directos con relación a nuestras fortalezas y debilidades (sumas de 254 y 245).
- En segundo lugar, este análisis nos indica la potencialidad real de disminuir las amenazas con nuestras fortalezas (suma de 229).
- En tercer lugar, lamentablemente con una suma total “alta” (203 puntos), están las debilidades y amenazas, que indican un alto riesgo que incluso puede incidir en la existencia o continuidad de la propia organización⁴.

Nivel de Relación		
FODA	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Potencialidades 254	Limitaciones 229
Debilidades	Desafíos 245	Riesgos 203

Fuente: Elaboración propia con base en las sumas de filas y columnas del cruce de variables FODA.

³ En el cruce de variables FODA se utilizó el criterio de relación por nivel de fuerza o importancia, tomando en cuenta la siguientes nomenclatura: 0: sin relación; 1: relación mínima; 2: relación media; y 3: relación directa o relación fuerte. Luego se sumaron las filas y columnas para identificar las principales direcciones de intervención.

⁴ La teoría y la experiencia del consultor indican que para organizaciones fuertes y bien consolidadas esta suma es mínima con relación a las otras sumatorias del cruce de variables FODA.



Asimismo, del cruce de variables FODA, se desarrolló un análisis exhaustivo (ver Anexo 1) gracias al cual se pudieron determinar las líneas de acción estratégicas que se detallan en el siguiente apartado.



6. Líneas de Acción Estratégica

Resultado de los talleres de elaboración y validación del Plan Estratégico, resultaron cinco líneas estratégicas: Incidencia Política; Comunicación; Estudios, Investigación y Registro Nacional; Certificación Nacional; Rearticulación, Eventos y Ferias.

Las mismas que pasamos a detallar a continuación por objetivo estratégico, componentes y objetivos específicos.

6.1. Estrategia de Incidencia Política

Descripción	Objetivo Estratégico	Componentes	Objetivos Específicos
Esta estrategia está orientada a lograr la implementación de un Plan de Incidencia Política con el “concurso comprometido” de las Asociaciones y Redes representativas del MESSyCJCB con la finalidad de incidir de manera directa al sector público, privado y académico a nivel nacional, reconociendo que cada organización matriz afiliada tiene su especialidad temática, fortaleciendo la articulación y complementariedad y buscando reactivar el Plan Estratégico Plurinacional de Bolivia realizado por el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones que brinde la posibilidad de promover una instancia gubernamental propia de la ESSyCJC; Ministerio o Viceministerio.	Diseño e implementación de un Plan de Incidencia Política con el concurso comprometido, proactivo, analítico, constructivo y participativo de las organizaciones y asociaciones representativas del MESSyCJCB; que busque el fortalecimiento del movimiento y la reactivación de la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC.	Plan de incidencia política a nivel nacional	Diseñar un plan de incidencia política que empodere a los afiliados para influir a las políticas públicas y las decisiones de asignación de recursos en procesos de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario.
		Reactivación de la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC	Hacer prevalecer la RM: MDPyEP/DESPACHO/No. 293.2010 de 21.12.2010 para reactivar la Estrategia Plurinacional y exigir la realización de los Programas y Proyectos de: difusión y concientización, finanzas solidarias, tecnologías adecuadas de producción bio-estables, sistema de certificación, comercio justo, y la normativa e institucionalidad.

**6.2. Estrategia de Comunicación**

Descripción	Objetivo Estratégico	Componentes	Objetivos Específicos
Esta estrategia está orientada a lograr la implementación de una estrategia comunicacional al interior y exterior del MESSyCJCB a nivel nacional e internacional buscando la participación y apoyo del sector gubernamental nacional y local y el financiamiento de la cooperación internacional con el propósito de establecer un equipo de trabajo y facilitar los medios y equipamiento necesarios y suficientes con la finalidad de difundir, comunicar, promocionar y posicionar los principios de ES y los criterios de CJ al interior y exterior del MESSyCJCB, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del CJ, sus ventajas y el consumo ético y responsable.	Posicionar los principios de ES y los criterios de CJ en el contexto nacional, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del CJ, sus ventajas y el consumo ético y responsable.	Comunicación interna	Empoderar a los afiliados y afiliadas de base hacia el cumplimiento de los principios de economía solidaria y la utilización de herramientas e instrumentos para el establecimiento de criterios de comercio justo en sus comunidades, organizaciones y emprendimientos.
		Comunicación externa	Convencer a formadores y tomadores de decisión gubernamental (central y local) y a representantes de la sociedad civil, acerca de los beneficios de la ESSyCJC para que implementen sus principios y criterios en generación de políticas públicas y en la formulación de planes, programas y proyectos.
		Establecimiento del equipamiento y el equipo de trabajo de comunicación	Consolidar equipamiento y recursos humanos para la comunicación efectiva y eficiente al interior y exterior del MESSyCJCB.



6.3. Estrategia de Investigación

Descripción	Objetivo Estratégico	Componentes	Objetivos Específicos
<p>Esta estrategia sigue dos líneas de acción; por un lado están los estudios e investigaciones técnico – científicos y por otro el Registro Nacional de unidades productivas del comercio justo. Ambas líneas de acción derivan en un sistema de información y formación a nivel nacional. Todo con la finalidad de demostrar el aporte de la ESSyCJC al Estado Plurinacional, incidir “al nivel técnico” de los sectores público, privado y académico y sentar las bases para establecer un observatorio nacional de ESSyCJCB.</p>	<p>Los “niveles técnicos” de los sectores público, privado y académico han comprendido las ventajas para la dinamización de la economía en el marco de la ESSyCJC y del Plan de Gobierno del Nuevo Estado Plurinacional, se han empoderado de esta lógica económica y utilizan y aprovechan los mecanismos e instrumentos técnicos que se les ha facilitado.</p>	<p>Investigación de ESSyCJC en el nuevo Estado Plurinacional</p>	<p>Demostrar el aporte económico, social y medioambiental del comercio justo a nivel nacional con fines de incidencia técnica al sector gubernamental, al sistema financiero nacional, al sector privado empresarial y al sector académico.</p>
		<p>Registro nacional de las unidades productivas del CJ.</p>	<p>Conocer la cantidad real de las unidades productivas del comercio justo y su entorno social-productivo para fortalecer los procesos de posicionamiento e incidencia en el contexto nacional; generación de políticas públicas y fortalecimiento de créditos solidarios, con la finalidad de consolidar un Atlas de la ESSyCJC de Bolivia.</p>
		<p>Sistema de información y formación técnica en ESSyCJC; base del Observatorio en ESSyCJC”</p>	<p>Implementar un sistema de información y formación práctica, técnica y científica para dos niveles diferenciados: técnicos, profesionales e investigadores y productores y productoras.</p>



6.4. Estrategia de Certificación Nacional

Descripción	Objetivo Estratégico	Componentes	Objetivos Específicos
<p>Esta estrategia está orientada a promover el establecimiento de un sello del comercio justo a nivel nacional a partir de la intervención de un tercero del sector privado que no tenga conflicto de intereses, ni con los productores/as ni con el gobierno, evitando que el consumidor ético y responsable nos catalogue como juez y parte. Este sistema de certificación será susceptible de acreditación internacional en función del crecimiento de las unidades productivas y su vinculación el comercio exterior.</p>	<p>Se han incrementado los ingresos de los productores/as por el incremento en el nivel de ventas gracias al posicionamiento y diferenciación que les brinda un sello de certificación nacional, mismo que podrá ser acreditado en el contexto internacional por la demanda de las unidades productivas.</p>	<p>Concurso de organizaciones especializadas</p>	<p>Identificar a las organizaciones expertas en procesos de certificación participativa o registro y control de unidades productivas para conformar el órgano de certificación nacional de ESSyCJC.</p>
		<p>Sistema de certificación</p>	<p>Diseñar y desarrollar un sistema de certificación participativa con un sistema de control interno acorde a las características de cada sector productivo y cada región con fines de calificación y obtención del sello del comercio justo.</p>
		<p>Sistema de acreditación y otorgación del sello distintivo</p>	<p>Validar y establecer un sistema que acredite el cumplimiento de los principios de la ES y los criterios del CJ y otorga un sello distintivo que favorece el posicionamiento y diferenciación de los productos en el mercado nacional; este sistema toma en cuenta los principios fundamentales del sistema de certificación internacional para posibilitar una certificación a ese nivel en el caso de que las unidades productivas certificadas inicien la exportación.</p>
		<p>Acreditación internacional</p>	<p>Por demanda de exportación directa de las unidades productivas se</p>



MESSyCJCB

			acreditará la certificación nacional en los mercados de destino de las exportaciones; principalmente en la UE, Norte América y Asia.
--	--	--	--

6.5. Estrategia de Articulación

Descripción	Objetivo General	Componentes	Objetivos Específicos
Lograr la articulación y rearticulación de las Asociaciones y Redes en torno al MESSyCJCB apoyando y fortaleciendo la realización de las acciones de sus afiliados con la finalidad de acentuar y destacar la especialidad de cada organización coadyuvando al mejoramiento de sus condiciones de vida con enfoque género y generacional.	Fortalecer y Dinamizar las capacidades productivas de las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB coadyuvando el mejoramiento de sus ingresos con equidad de género y generacional, en coordinación con los actores de la sociedad civil, sector público, privado y académico.	Articulación/Rearticulación	Identificar actores relevantes de las Organizaciones, Asociaciones, Redes, sector público, privado y académico, para establecer alianzas estratégicas de intervención con la finalidad de lograr la articulación y rearticulación en torno al MESSyCJCB.
		Fortalecimiento comercial con Ferias locales y multisectoriales	Consolidar una feria anual multisectorial de ESSyCJC con feria exposición, show room, rueda de negocios, seminarios, charlas magistrales con especialistas invitados, eventos artísticos y culturales. Participar en ferias exitosas que promueven los principios de la ESSyCJC.
		Fortalecimiento de capacidades productivas, organizativas, económicas, género y generacional,	Fortalecer las capacidades de gestión Productiva, Comercial de las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB, coadyuvando a la mejora de los ingresos de las familias, mediante Capacitación y Asistencia Técnica. En el marco de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario ESSyCJC.
		Comités especializados	Conformar comités especializados que impulsan el PEI.



7. Forma de Gobierno y Organización Institucional

7.1. Forma de Gobierno

Asamblea General.- Es la instancia máxima de dirección y toma de decisiones del MESSyCJCB, es magna en su constitución y está compuesta por todas las organizaciones afiliadas. Cada organización mantiene una representación equitativa en la Asamblea, en esta instancia se elige al Directorio de entre los miembros regulares por un plazo de dos años.

Directorio.- Compuesto por la Presidencia, Vicepresidencia, Secretaría de Actas, Secretaría de Finanzas y un Vocal, es elegido de manera democrática en Asamblea Ordinaria. El Directorio, está encargado de cumplir y hacer cumplir el Estatuto y Reglamento, los principios y valores, las políticas institucionales y las directrices de acción emanadas de la magna Asamblea.

Coordinación General.- Un coordinador o una coordinadora general del MESSyCJCB encargado/a del desarrollo de acciones a nivel técnico y administrativo.

Plantel técnico y administrativo.- los técnicos y administrativos de los programas y proyectos del MESSyCJCB que funcionan bajo tuición y responsabilidad directa de la coordinación general.

Aliados Estratégicos y Organismos de Apoyo.- Son las organizaciones y personas que apoyan en la instancia estratégica al MESSyCJCB, aquí se encuentran las organizaciones matrices nacionales de las productoras y productores, los programas nacionales y departamentales de gobierno, organizaciones no gubernamentales, la cooperación internacional y profesionales e investigadores especialistas en la temática de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario.

7.2. Estructura Orgánica propuesta para el MESSyCJCB

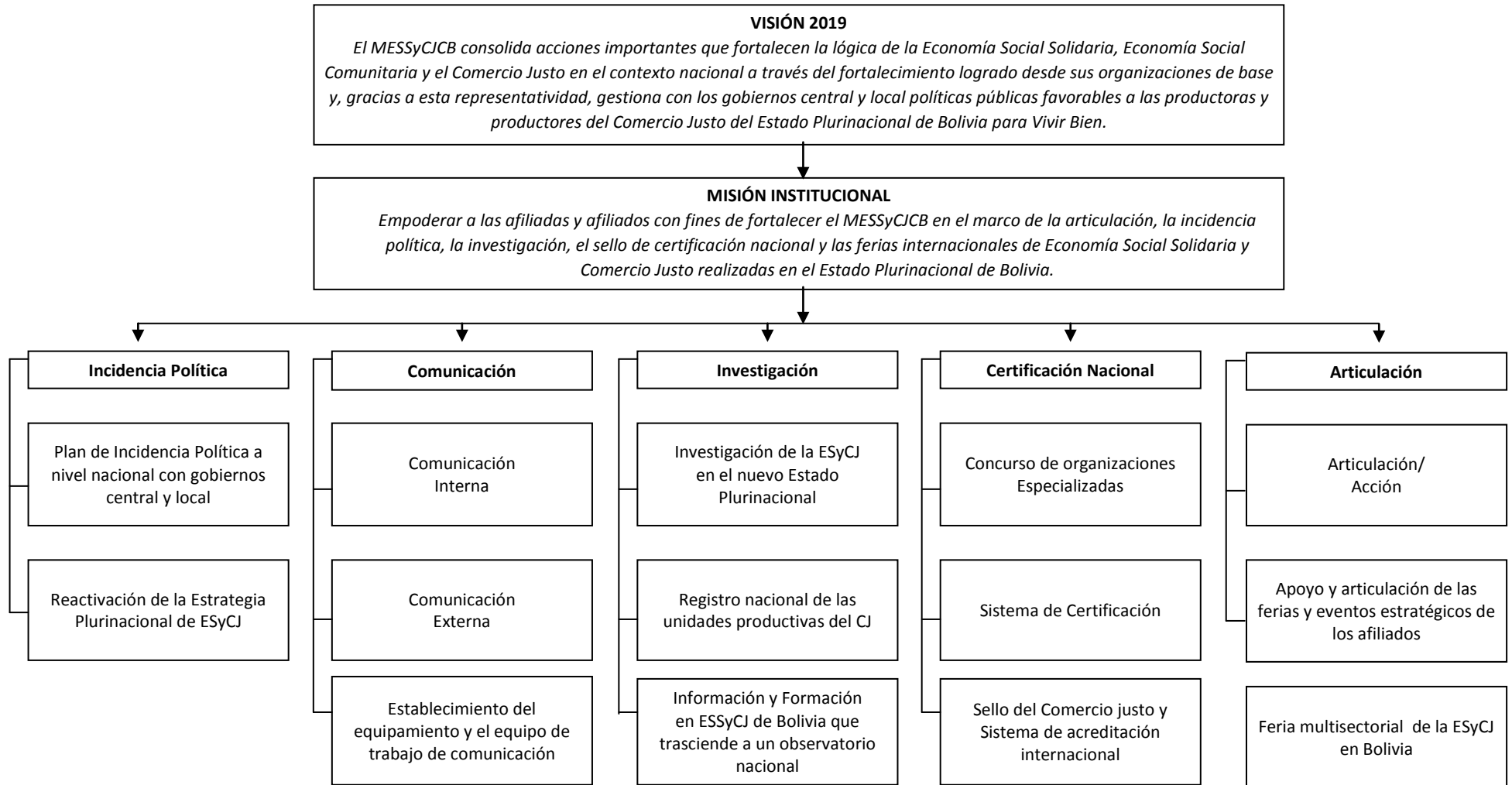
Con la finalidad de responder a las líneas estratégicas identificadas en el marco del actual PEI, se propone la siguiente estructura orgánica que tiene un sentido más genérico y que obviamente se complementará con las contrataciones que realice en MESSyCJCB en función a su presupuesto.







7.3. Diagrama de Estructura de Objetivos y Directrices de Implementación



PLAN QUINQUENAL

2015 - 2019



Productos de la Economía Social Solidaria y del Comercio Justo



MESSyCJCB

8. Plan Quinquenal 2015 - 2019

Cada área estratégica cuenta con un marco lógico independiente con la finalidad de posibilitar financiamiento específico por área de intervención; las áreas son interdependientes y suman esfuerzos para el logro de los objetivos, misión y visión institucional del MESSyCJCB.

9. Marco Lógico por Área de Acción Estratégica

Área Estratégica 1

Estrategia de Incidencia Política.- Esta estrategia está orientada a lograr la implementación de un Plan de Incidencia Política con el “concurso comprometido” de las Asociaciones y Redes representativas del MESSyCJCB con la finalidad de incidir de manera directa al sector público, privado y académico a nivel nacional, reconociendo que cada organización matriz afiliada tiene su especialidad temática, fortaleciendo la articulación y complementariedad y buscando reactivar el Plan Estratégico Plurinacional de Bolivia realizado por el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

Resumen Descriptivo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Objetivo del Área: Diseñar e implementar un Plan de Incidencia Política con el concurso comprometido, proactivo, analítico, constructivo y participativo de las organizaciones y asociaciones representativas del MESSyCJCB para fortalecer el Movimiento y reactivar la Estrategia Plurinacional de ESSyCJ de Bolivia realizado por el VCIE⁵</p>			

⁵ Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones (VCIE), dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), del Estado Plurinacional de Bolivia.

<p>Resultados:</p> <p>1. Se han logrado políticas públicas favorables a la ESSyCJC y el fortalecimiento del MESSyCJCB con base en la ejecución de un Plan de Incidencia Política a nivel nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con un Plan de Incidencia Política a nivel nacional que ha empoderado a los afiliados del MESSyCJCB y ha fortalecido su institucionalidad para influir en políticas públicas nacionales y locales y en procesos de asignación de recursos, provocando toma de decisiones y políticas públicas favorables a la temática de ESSyCJC en el transcurso del quinquenio 2015-2019; se prevé acciones tales como: la búsqueda de la flexibilización tributaria para los productores y productoras del comercio justo; la sensibilización, capacitación y formación de los servidores públicos; y los apalancamientos financieros solidarios. Ej. Créditos de directos del sistema financiero nacional, créditos y fondos de apoyo del gobierno y promover la creación de bancos y entidades financieras solidarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento Plan de Incidencia Política. - Informes de avance en la incidencia política al interior y exterior del MESSyCJCB. - Compendio de Normas, Políticas, Programas y Proyectos gubernamentales favorables a la temática de ESSyCJC de Bolivia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Afiliados al MESSyCJCB comprometidos con las visión de incidencia política; mismos que dedican tiempo y esfuerzos a las actividades planificadas. - Directorio del MESSyCJCB con un alto sentido de compromiso y responsabilidad por las acciones de incidencia. - Autoridades gubernamentales comprometidos con el proceso de cambio en el contexto de la ESSyCJC; Agenda Patriótica 2025, G77 más China y otros.
<p>2. Se ha reactivado la <u>Estrategia Plurinacional de ESSyCJC desarrollada por el Estado Plurinacional de Bolivia</u> y se han logrado avances en los Programas y Proyectos gubernamentales contenidos en esta Estrategia:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el primer año del quinquenio 2015-2019, se ha reactivado la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC realizada por el VCIE y, en el transcurso del quinquenio, se han logrado avances en sus componentes comprometidos: 	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia Plurinacional de ESSyCJC reactivada. - Informes de avance en el marco de los componentes de la Estrategia Plurinacional. - Sistematización de acciones concretas en el marco de los 	<ul style="list-style-type: none"> - Predisposición y proactividad de las autoridades y tomadores de decisión gubernamentales; Presidencia, Vicepresidencia, Ministros/as y Viceministros/as. - Entendimiento de la importancia de la ESSyCJC en el nivel técnico

Difusión, Sensibilización, Finanzas Solidarias, Tecnologías de Producción Bio-Estables, Sistema de Certificación, Comercio Justo, Normativa e Institucionalidad para la ESSyCJC de Bolivia.	difusión, sensibilización, finanzas, tecnologías, certificación, comercio justo, normativa e institucionalidad	componentes comprometidos por la Estrategia.	de los ministerios. - Acciones efectivas y permanentes del Directorio y los afiliados al MESSyCJCB. - Articulación de los actores institucionales de la ESSyCJC de Bolivia con una sola visión; reactivación de la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC.
Actividades: 1.1 Encuentros de <u>articulación</u> de actores institucionales de la ESSyCJC de Bolivia; públicos y privados.	- 5 Encuentros anuales de articulación de los actores institucionales (2015-2019) con fines de establecer y afianzar la articulación y sobre todo el desarrollo de acciones conjuntas.	- Sistematización de los Encuentros Anuales.	- Continuidad en la participación y realización de acciones de los representantes de los actores institucionales.
1.2 Realización de talleres participativos, analíticos y constructivos con los actores institucionales de la ESSyCJCB para el diseño y desarrollo del <u>Plan de Incidencia Política (PIP)</u> a nivel nacional.	- 3 talleres de construcción regional en el eje troncal del país y 1 taller de validación nacional del PIP en la gestión 2015.	- Documento PIP a nivel nacional de los actores de la ESSyCJCB. - Sistematización de los talleres realizados con lista de participantes y seguimiento fotográfico.	- Proactividad y compromiso de los representantes institucionales (públicos y Privados).
1.3 Ejecución del PIP a nivel nacional y local por los actores de la ESSyCJCB, con seguimiento de sus acciones.	- Los actores de la ESSyCJCB han desarrollado las acciones semestrales y anuales planificadas en el marco del PIP 2015-2019.	- Informes de avance. - Sistematizaciones de eventos. - Compendio de resultados logrados; normas, resoluciones, proyectos, etc.	- Continuidad en el desarrollo de las acciones por los representantes institucionales públicos y privados. - El sector gubernamental mantiene la lógica de ESSyCJ.
1.4 Encuentro de los actores de la ESSyCJCB (públicos y privados) para <u>evaluar</u> las acciones realizadas, los resultados logrados y la planificación de las nuevas acciones conjuntas.	- 4 Encuentros anuales de evaluación de resultados entre los actores institucionales de la ESSyCJCB.	- Sistematización de los encuentros con lista de organizaciones e instituciones participantes y seguimiento fotográfico.	- Continuidad, permanencia y compromiso de los representantes institucionales; públicos y privados.

<p>2.1 Realización de reuniones, talleres y trabajos grupales con los representantes del VCIE con los cuales se ha incidido y promovido la ejecución de la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se han realizado por lo menos 10 actividades entre encuentros, reuniones, talleres y trabajos grupales, en el primer año de ejecución del PEI. - La Estrategia Plurinacional está en ejecución dentro el primer año de acciones de incidencia realizadas en el marco del PEI 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes, memorias, planillas de asistentes, seguimiento fotográfico. - Nota del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP) o del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones (VCIE) indicando la ejecución de la Estrategia Plurinacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe voluntad de cooperación de los representantes del MDPyEP y VCIE. - Los representantes de estas entidades están sensibilizados y concientizados a la temática.
<p>2.2 Seguimiento a la implementación y puesta en funcionamiento de los componentes de la Estrategia Plurinacional de ESSyCJC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se ha realizado por lo menos 10 acciones de monitoreo a las actividades y seguimiento a los resultados por cada uno de los objetivos de la Estrategia Plurinacional en el primer año de ejecución del PEI. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de monitoreo y seguimiento. - Sistematización de los resultados logrados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntad de participación de los representantes del sector público (central y local) - Participación activa de "todos" los miembros del Directorio del MESSyCJCB. - Declaración en comisión de las organizaciones de base a las que representan los miembros del Directorio para que realicen las actividades de seguimiento.

Área Estratégica 2

Estrategia de Comunicación.- Esta estrategia está orientada a lograr la implementación de una estrategia comunicacional al interior y exterior del MESSyCJCB a nivel nacional e internacional buscando la participación y apoyo del sector gubernamental nacional y local y el financiamiento de la cooperación internacional con el propósito de establecer un equipo de trabajo y facilitar los medios y equipamiento necesarios y suficientes con la finalidad de difundir, comunicar, promocionar y posicionar los principios de ES y los criterios de CJ al interior y exterior del MESSyCJCB, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del CJ, sus ventajas y el consumo ético y responsable.

Resumen Descriptivo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Objetivo del Área: Posicionar los principios de ES y los criterios de CJ en el contexto nacional, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del CJ, sus ventajas y el consumo ético y responsable para fortalecer la lógica de solidaridad en la economía y la comercialización de los productos del comercio justo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una <u>estrategia de comunicación</u> con líneas de acción estratégica para la difusión y comunicación al interior y exterior del MESSyCJCB. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver estrategia de comunicación del MESSyCJCB 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal idóneo con experiencia en ESSyCJC para la elaboración de la estrategia. - Uso y aprovechamiento de los medios de difusión y comunicación por parte de los diferentes grupos meta.
<p>Resultados: 1. Se ha mejorado el nivel de respuesta de los afiliados/as al MESSyCJCB porque se los ha empoderado de los principios y criterios de ESSyCJ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el transcurso del quinquenio 2015 - 2019, se ha <u>establecido un sistema de difusión y comunicación oportuna, efectiva y eficiente al interior</u> del MESSyCJCB que ha empoderado a los afiliados/as hacia el cumplimiento de los principios de ESS y la utilización de herramientas e instrumentos para el establecimiento de criterios de CJ en sus comunidades, organizaciones y emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos y sistema de difusión y comunicación en funcionamiento. - Informe de logro de resultados en difusión y comunicación al interior del MESSyCJCB. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción, uso y aprovechamiento de la información por parte del grupo meta. - El grupo meta utiliza las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

	<ul style="list-style-type: none"> - Se ha firmado por lo menos un convenio con universidades u organizaciones para el establecimiento de un Curso Virtual en ESSyCJC, mismo que toma en cuenta los saberes y las prácticas ancestrales. en el primer año de ejecución del PEI. 		
<p>2. Se ha fortalecido el <u>posicionamiento</u> de la ESSyCJ en el contexto nacional e internacional en los sectores público, privado y académico y las ventajas de los productos del comercio justo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se ha ejecutado un proceso de difusión y comunicación eficiente <u>al exterior</u> del MESSyCJCB con lo cual se ha <u>logrado convencer a formadores y tomadores de decisión gubernamental, central y local, acerca de los beneficios de la ESSyCJC</u> para que implementen los principios y criterios de ESSyCJC en la generación de políticas públicas y en la formulación de planes, programas y proyectos en el transcurso del quinquenio 2015 - 2019. - En el mismo periodo, el proceso ha servido para influenciar a los formadores y tomadores de decisión de la sociedad civil, consumidores y organizaciones a través de charlas, foros y debates acerca de la Economía Solidaria y el Comercio Justo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematización de los procesos de difusión y comunicación con el sector gubernamental, la sociedad civil, el sector privado y el sector académico a nivel nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proactividad de los tomadores y formadores de decisión de todos los sectores involucrados. - Continuidad de la política de gobierno.
<p>3. Existe una comunicación y difusión eficiente al interior y</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el segundo semestre 2015 se consolida y ejecuta un Plan 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver Plan de Comunicación. - Informes de avance de los 	<ul style="list-style-type: none"> - Se ha logrado el financiamiento para el establecimiento del

<p>exterior del MESSyCJCB con la implementación de un equipo de trabajo con recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos necesarios y suficientes.</p>	<p>Comunicacional al interior y exterior del MESSyCJCB.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasta el segundo año de ejecución del PEI, se ha consolidado un equipo de trabajo eficaz y eficiente que cuenta con los recursos humanos, tecnológicos, materiales y económicos suficientes. 	<p>técnicos involucrados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informes narrativos y financieros de proyectos y/o procesos ejecutados. 	<p>equipo de difusión y comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos y experiencia suficientes en el equipo de comunicación con relación a los diferentes segmentos de difusión y comunicación.
---	--	---	--

<p>Actividades: 1.1 Consolidar la Estrategia de Comunicación del MESSyCJCB</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta el primer trimestre del 2015 se ha consolidado una Estrategia de Comunicación acorde a las características y posibilidades informativas de los diferentes grupos meta. La estrategia contempla al menos un proceso de capacitación por año en uso de las nuevas tecnologías de comunicación para los afiliados; correo electrónico, internet, etc.; la gestión de por lo menos un espacio radial de comunicación a nivel nacional; la realización y difusión de por lo menos un mini documental acerca de las necesidades y experiencias de los afiliados con fines de sensibilización a la sociedad civil y al sector público; y un proceso de difusión para la sensibilización de los principios de la ESSyCJC en 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento Estrategia de Comunicación - Informes de avance y elaboración de la estrategia; talleres, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de los representantes de los grupos meta. - Recurso humano especializado en estrategias de comunicación para el comercio justo.
---	---	---	--

	los centros de formación educativa sobre la base de las acciones del gobierno justo y solidario.		
1.2 Establecer un sistema de difusión y comunicación al interior del MESSyCJCB	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta el primer trimestre del 2016 se ha establecido un sistema de difusión y comunicación; funciona y es cotidianamente aprovechado por los diferentes grupos meta. Este sistema se va fortaleciendo en el transcurso del quinquenio 2015-2019. - Se cuenta con una red de comunicación interna virtual en el primer año de implementación del PEI. - Se difunden por lo menos dos boletines electrónicos informativos al año con avances del PEI y actividades nacionales e internacionales de la ESSyCJC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistema de difusión y comunicación en funcionamiento. - Ver sistema de difusión y comunicación fortalecido; flujo de información, niveles de respuesta, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen los medios suficientes para el desarrollo y establecimiento del sistema.
1.3 Realizar seguimiento a los efectos e impactos de los procesos de difusión y comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> - Anualmente, se ha realizado un Estudio de Efectos e Impactos de la difusión y comunicación al interior del MESSyCJCB. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar documentos de los estudios realizados. - Entrevistas aleatorias a personas o destinatarios que forman parte de los diferentes grupos meta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Predisposición de los grupos meta a participar de los procesos de seguimiento y evaluación. - Contar con los medios suficientes para el proceso de seguimiento.
2.1 Establecer un sistema de difusión y comunicación al exterior del MESSyCJCB; en los contextos nacional e internacional con actores	<ul style="list-style-type: none"> - A partir del primer trimestre del 2016 se cuenta con un sistema de difusión y comunicación al exterior del MESSyCJCB (nacional e internacional). Tomando en 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistema de difusión y comunicación en funcionamiento; flujo de información, niveles de respuesta, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen los medios suficientes para la ampliación del sistema al exterior del MESSyCJCB.

públicos, privados y académicos.	cuenta la incidencia al sector público y los representantes de la sociedad civil.		
2.2 Realizar seguimiento a los efectos e impactos del proceso desarrollado.	- Anualmente, se ha realizado un estudio de efectos e impactos de la difusión y comunicación al exterior del MESSyCJCB por año.	- Analizar documentos de los estudios realizados. - Entrevistas aleatorias a personas de los grupos destinatarios.	- Predisposición de los grupos meta a participar de los procesos de seguimiento. - Contar con los medios suficientes para el proceso de seguimiento.
3.1 Realizar un análisis de los recursos mínimos necesarios para establecer un área de difusión y comunicación eficiente.	- En el segundo semestre 2015 se cuenta con un estudio de implementación del área de comunicación; recursos humanos, tecnológicos, materiales y económicos.	- Ver estudio.	- Personal especializado en comunicación con actores de la ESSyCJC.
3.2 Implementar el equipo de trabajo.	- En el segundo semestre 2015 inicia el funcionamiento del equipo de trabajo de comunicación.	- Ver equipo de trabajo en funcionamiento.	- Se cuenta con financiamiento suficiente para financiar el área de comunicación y sus acciones planificadas.
3.3 Apoyar en la generación de informes periódicos de las actividades del PEI; del Directorio hacia las bases.	- A partir de enero 2016 se propicia un informe trimestral del Directorio hacia las bases y se difunde el mismo.	- Ver informes trimestrales. - Ver informes de difusión.	- Existe predisposición y tiempo suficiente de los integrantes del Directorio para realizar informes trimestrales.

Área Estratégica 3

Estrategia de Investigación.- Esta estrategia sigue dos líneas de acción; por un lado están los estudios e investigaciones técnico – científicos y por otro el Registro Nacional de unidades productivas del comercio justo. Ambas líneas de acción derivan en un sistema de información y formación a nivel nacional. Todo con la finalidad de demostrar el aporte de la ESSyCJC al Estado Plurinacional, incidir “al nivel técnico” de los sectores público, privado y académico y sentar las bases para establecer un observatorio nacional de ESSyCJCB.

Resumen Descriptivo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Objetivo del Área: Promover la realización de estudios técnico – científicos en ESS/ESC/CJ y demostrar el aporte de la práctica de esta lógica económica y social para empoderar a los “niveles técnicos” de los sectores público, privado y académico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un estudio con investigación técnica y científica en ESS y/o CJ por año en el transcurso del quinquenio 2015 - 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver estudios con investigación técnica y científica en Es y/o CJ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen los recursos humanos idóneos para llevar a cabo los estudios técnicos; profesionales con niveles de formación de post grado y con amplia experiencia en el contexto de ESSyCJC a nivel nacional e internacional. - Existe financiamiento para el desarrollo de las investigaciones, su publicación y su difusión.
<p>Resultados: 1. Existen investigaciones y estudios técnico – científicos en ESS, ESC y/o CJ en el marco del Nuevo Estado Plurinacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un estudio por año que demuestra el aporte de la Economía Social Solidaria, Social Comunitaria, Comercio Justo, etc., a la economía nacional y sobre todo al bienestar del sujeto económico; la familia y al crecimiento de la unidad productiva “para vivir bien”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver estudios realizados. - Ver informes de lanzamiento, publicación y difusión al sector público, privado y académico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen recurso humanos idóneos para la realización de los estudios. - Existe financiamiento suficiente para los análisis cuantitativos y cualitativos; adquisición y/o desarrollo de sistemas de información, trabajo de campo, viajes a zona urbana y rural a nivel nacional, materiales para el levantamiento de información, etc.
<p>2. De forma coordinada con el VCIE se ha establecido un Registro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un Registro Nacional de las unidades productivas que 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver Registro Nacional en funcionamiento y en continua 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe integración con el VCIE en el marco de la Estrategia

<p>Nacional de las unidades productivas del CJ.</p>	<p>trabajan con los principios de la ESS y ESC y los criterios del CJ a nivel nacional; se inicia el primer año del quinquenio y se consolida entre el tercer y quinto año.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se conoce la cantidad real de las unidades productivas del comercio justo y su entorno social-productivo, con ello se fortalecen los procesos de posicionamiento e incidencia en el contexto nacional; generación de <u>políticas públicas</u> y fortalecimiento de <u>créditos solidarios</u>, así como la realización de un <u>“Atlas” de la ESSyCJC de Bolivia</u>. 	<p>actualización.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ver Atlas de la ESSyCJC de Bolivia. 	<p>Plurinacional de ESSyCJC.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe financiamiento para el sistema informático y su desarrollo en ligado a la WEB. - Experiencia del personal contratado con relación al uso y aprovechamiento de la información de los diferentes grupos meta.
<p>3. Existe un sistema de información y formación técnica que converge a un Observatorio Nacional de ESSyCJC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta el segundo año del quinquenio 2015-2019 se ha implementado un sistema de información; el mismo contiene información cuantitativa de todo el contexto de la ESS, ESC y ESSyCJC. - Hasta el segundo año del quinquenio, se ha implementado un sistema de formación práctica, técnica y científica para dos niveles diferenciados: 1) técnicos, profesionales e investigadores y 2) productores y productoras. - En el periodo del quinquenio, se 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistema de información con información cuantitativa, con fuentes fidedignas y datos actualizados. - Ver sistema de formación en funcionamiento y evaluar a los grupos meta; entrevistas y encuestas. - Ver Observatorio Nacional en proceso de implementación; tanto sistema de información local como el sistema virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe avance en la elaboración de datos cuantitativos documentados. - Las organizaciones comparten sus experiencias y brindan información fehaciente. - Las instancias públicas, privadas y académicas colaboran con información institucional.

	ha iniciado un Observatorio Nacional de ESSyCJCB.		
Actividades:			
1.1 Realizar un estudio acerca del déficit de información técnica-científica en ESS y ESC en Bolivia.	- Hasta el primer semestre 2016 existe un estudio que detalla el déficit de información técnica en el campo de la ESS, ESC y CJ.	- Ver estudio.	- Especialistas que pueden traducir la práctica a la teoría.
1.2 Lanzar un concurso para la realización de estudios a nivel nacional, seleccionarlos y facilitar su realización.	- Hasta el primer semestre 2016 se inicia la realización de estudios; por lo menos un estudio a nivel nacional por año. Estos estudios son integrales, toman en cuenta el tema género, son participativos y reflejan la vivencia de los productores y la comunidad.	- Ver estudio.	- Voluntad de participación de especialistas en economía o carreras afines a nivel de post grado; Maestría o Doctorado.
1.3 Publicar, difundir y promocionar los estudios realizados, con los cuales se incide de forma directa al nivel técnico del gobierno central y local y del sistema financiero nacional, así como del sector privado y académico.	- Existe la publicación una investigación por año a partir de la gestión 2016. - A partir de la primera publicación se ha iniciado la incidencia directa al nivel técnico público, privado y académico; socialización a través de presentaciones, conversatorios, intercambio de experiencias con presentación de casos exitosos, talleres, pagina web, etc.	- Ver publicaciones; analizar la calidad temática, cantidad difundida y a los destinatarios de la difusión. - Revisar sistematizaciones acerca de la incidencia técnica y los eventos realizados; objetivos, ejes temáticos, lista de participantes, seguimiento audiovisual y fotográfico.	- Habilidad de difusión e incidencia técnica del staff de colaboradores al MESSyCJCB; organizaciones y profesionales independientes.
1.4 Hacer seguimiento al proceso de incidencia al nivel técnico en los diferentes sectores.	- A partir de la realización del primer evento de socialización se realizan seguimientos mensuales acerca de los efectos de la incidencia realizada.	- Ver informes de seguimiento.	- Habilidad de seguimiento y re-direccionamiento del staff de colaboradores del MESSyCJCB.

<p>2.1 Viabilizar un convenio de trabajo con el VCIE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El primer semestre 2016 existe un convenio de trabajo con el VCIE para realizar el Registro Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver convenio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntad y pro actividad de las autoridades de turno. - Eficacia del Directorio del MESSyCJCB y de su staff de colaboradores.
<p>2.2 Planificar y organizar el proceso de registro y/o ligarlo con un proceso existente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En conjunto, con todos los actores involucrados se realiza la planificación y organización del proceso de registro o la vinculación y complementación a un proceso existente, en el primer trimestre luego de la firma del convenio. - Se cuenta con un registro de las unidades productivas del CJ que prevé la certificación del registrado y no discrimina a las organizaciones o emprendimientos personales que no cuentan con personalidad jurídica o registro en FUNDEMPRESA y se prevé la publicación de los registrados por internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver informes de planificación y organización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de trabajo conjunto entre los técnicos involucrados.
<p>2.3 Establecer y/o consolidar un Sistema Informático Dinámico virtual, que posibilite la interacción de los usuarios con la base de datos central con fines de actualización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el segundo semestre 2016 se ha implementado un sistema de registro eficiente acorde a las posibilidades de los grupos meta; este sistema es dinámico y posibilita la interacción del usuario con la base de datos central con fines de actualización de información. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistema en funcionamiento y analizar el nivel de registro de los datos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Posibilidades procedimentales y tecnológicas acordes y coincidentes entre el sistema y las posibilidades de los interesados.

2.4 Iniciar con el registro nacional, controlar el proceso y retroalimentar.	- Hasta fines de 2016 existen más de 300 registros de unidades productivas que trabajan con principios de ESS/ESC y criterios de CJ; se registra una cantidad similar por año.	- Realizar análisis de datos y comprobación aleatoria de los mismos.	Representantes de las unidades productivas motivados y sensibilizados para realizar el registro.
3.1 Planificar y organizar un sistema de información y formación técnica.	- Para el primer semestre 2016 se cuenta con un sistema integral de información y formación técnica	- Ver sistema documentado.	- Habilidad técnica de los especialistas.
3.2 Diseñar y desarrollar los instrumentos y mecanismos para el levantamiento de datos y obtención de la información.	- En el primer semestre 2016 se inicia la recopilación de información con responsables identificados.	- Evaluar proceso desarrollado.	- Habilidad técnica de los profesionales involucrados.
3.3 Diseñar la metodología de formación técnica; integral, modular, presencial, virtual, etc., acorde a las posibilidades de los grupos destinatarios; investigadores, técnicos, autoridades, dirigentes, productores y productoras, etc.	- Para el segundo trimestre de 2016 se ha diseñado la metodología de formación técnica acorde a las características y posibilidades de los grupos meta; tiempos, recursos, etc.	- Analizar proceso de formación	- Habilidad técnica de los profesionales involucrados.
3.4 Realizar alianzas estratégicas; tanto para el sistema de información como para el sistema de formación.	- A partir del segundo semestre de 2015 inicia la realización de convenios estratégicos de trabajo y/o cooperación interinstitucional.	- Ver convenios realizados y por realizarse.	- Relacionamiento activo, poder de convocatoria y negociación del MESSyCJCB, su Directorio y el staff de colaboradores.
3.5 Sistematización rápida de las experiencias exitosas en ESS, ESC y CJB	- En el primer trimestre 2016 se inician procesos de sistematización rápida de las experiencias y del desempeño de las unidades productivas; al final	- Ver sistematizaciones rápidas y realizar comprobaciones de forma aleatoria.	- Recursos comprometidos para el proceso a desarrollar. - Habilidad técnica de los responsables.

	del quinquenio se cuenta con 100 fichas con datos cualitativos y cuantitativos de las experiencias.		
3.6 Implementar el proceso de formación; presencial, semi presencial y virtual.	- En el primer trimestre de 2016 se inicia el proceso de implementación del sistema de formación técnica en ESS/ESCyJC.	- Ver sistema en proceso de implementación.	- Recursos comprometidos para este proceso. - Habilidad técnica en función de los grupos meta.
3.7 Controlar y retroalimentar ambos procesos.	- En el periodo 2015-2019 se han realizado procesos de control y retroalimentación de los procesos y sistemas desarrollados.	- Revisar informes técnicos de los procesos de control y retroalimentación y de los resultados logrados.	- Posibilidades técnicas de los recursos humanos y tecnológicos involucrados.
3.8 Planificar, diseñar e iniciar el proceso de implementación de un Observatorio Nacional de ESS/ESCyCJB.	- Para fines del 2018 se han sentado las bases para establecer un Observatorio Nacional; mismo que inicia su proceso de implementación a principios del 2019.	- Ver observatorio en proceso de implementación.	- Participación de los grupos destinatarios. - Voluntad de cooperación de los representantes de los sectores público, privado y académico.

Área Estratégica 4

Estrategia de Certificación Nacional.- Esta estrategia está orientada a promover el establecimiento de un sello del comercio justo a nivel nacional a partir de la intervención de un tercero del sector privado que no tenga conflicto de intereses, ni con los productores/as ni con el gobierno, evitando que el consumidor ético y responsable nos catalogue como juez y parte. Este sistema de certificación será susceptible de acreditación internacional en función del crecimiento de las unidades productivas y su vinculación el comercio exterior.

Resumen Descriptivo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Objetivo del Área: Se han incrementado los ingresos de los productores/as por el incremento en el nivel de ventas gracias al posicionamiento y diferenciación que les brinda un sello de certificación nacional, mismo que podrá ser acreditado en el contexto internacional por la demanda de las unidades productivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Una organización tercera que no es parte de los productores y productoras ni del sector gubernamental certifica los productos del comercio justo para el contexto nacional y brinda un sello de certificación posicionado y diferenciado. - El sistema de certificación será acreditado por la necesidad de exportación directa de las unidades productivas. 		
<p>Resultados: 1. Se ha seleccionado una organización experta en procesos y procedimientos de certificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El primer semestre de 2016 se ha realizado un concurso de méritos y se ha seleccionado a una organización especialista en certificación; misma que propone un sistema de certificación participativa para el contexto nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver proceso de selección de la organización especialista documentado. - Entrevistas y evaluaciones a la organización seleccionada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen organizaciones especializadas en certificación en Bolivia que no están directamente ligadas a los productores y productoras ni al sector gubernamental.
<p>2. Existe un sistema de certificación participativa que respeta las características de cada sector productivo vinculado con la ESS/ESCyCJ de Bolivia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el transcurso del quinquenio se ha establecido un sistema de certificación participativa que trabaja con sistemas de control interno acordes a cada región y 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistema de certificación en proceso de implementación. - Ver cantidad de unidades productivas y productos certificados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las unidades productivas certifican sus productos porque entienden las ventajas en posicionamiento y diferenciación que obtendrán en

	<p>cada sector productivo, que además diferencia y valora la categoría del productor; pequeño, mediano o grande y vela por un proceso de inspección anualmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La organización certificadora debe “innovar” el proceso de certificación con la incorporación de un/una sociólogo y un/una trabajador/a social para que vele por los indicadores sociales. - El sistema de certificación cuenta por lo menos con dos alianzas estratégicas con instituciones expertas en certificación en el primer año de ejecución del PEI 		<p>el mercado.</p>
<p>3. Las unidades productivas nacionales cuentan con un sello de comercio justo para el contexto nacional; con ello mejoran su nivel de su comercialización y consecuentemente su nivel de ingresos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En el transcurso del quinquenio se ha validado y establecido un sistema que acredita el cumplimiento de los principios de la ESS, ESC y los criterios del CJ y otorga un sello distintivo que favorece el posicionamiento y diferenciación de los productos en el mercado nacional; este sistema toma en cuenta los principios fundamentales del sistema de certificación internacional para posibilitar una certificación a ese nivel en el caso de que las unidades productivas certificadas inicien la exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver cantidad de unidades productivas certificadas. - Revisar estudios de mejoramiento del nivel de comercialización y del nivel de ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen comportamientos orientados al bienestar de productores y productoras y consumidores, solidaridad en la economía y pagos justos en los procesos de producción, transformación y comercialización en las unidades productivas nacionales.

<p>4. Por la demanda de las unidades productivas, la certificación nacional contará con acreditación internacional en los mercados de destino de la exportación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En caso de demanda, a partir del tercer año del quinquenio inicia la acreditación internacional; principalmente en la UE, Norte América y Asia, con esto se han posibilitado las exportaciones directas de los productores y productoras del comercio justo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver certificados de acreditación. - Ver documentos de análisis de las exportaciones directas de los productores y productoras del comercio justo con sello de certificación nacional acreditado en el contexto internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desde un principio la certificación nacional ha tomado en cuenta los requisitos básicos de certificación del contexto internacional. - La certificación nacional está acorde a la realidad y posibilidades de cada región y de cada sector productivo del comercio justo de Bolivia.
--	--	--	---

<p>Actividades: 1.1 Realizar una convocatoria nacional a las organizaciones especialistas en procesos y procedimientos de certificación y seleccionar la organización más idónea.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El primer semestre de 2016 una organización especializada, seleccionada por concurso de méritos, propone un sistema de certificación participativa para los productos del comercio justo en el contexto nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar que el proceso de convocatoria y selección esté acorde con criterios y estándares de calidad. - Evaluar antecedentes de la organización seleccionada. - Evaluar el sistema de certificación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de organizaciones especialistas en procesos y procedimientos de certificación participativa en el contexto nacional. - Calidad técnica en procesos de convocatoria y selección. - Experiencia del equipo de evaluación en procesos de certificación participativa.
<p>2.1 Evaluar y validar el sistema propuesto de certificación nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta el tercer trimestre 2016 se ha evaluado y validado un sistema de certificación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistemas de evaluación y de validación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad técnica en el personal involucrado.
<p>2.2 Realizar las pruebas de certificación participativa y de los sistemas de control interno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta noviembre de 2016 por lo menos se han realizado 20 pruebas de certificación participativa en el contexto nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver pruebas de certificación participativa concluidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa de las unidades productivas interesadas. - Calidad técnica en el personal involucrado.
<p>2.3 Validar el sistema de certificación con las Redes nacionales y de américa latina de ESSyCJC. Alternativamente,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasta noviembre de 2016 se ha validado el sistema de certificación por Redes especialistas y se cuenta con su 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver notas o informes de validación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntad de participación de las Redes nacionales e internacionales.

algunas Redes de los mercados de destino de la exportación.	apoyo y visto bueno.		
3.1 Iniciar los procesos de inspección y evaluación para certificar en periodo de transición; 6 meses.	- A partir de diciembre de 2016 se inicia el proceso de inspección y evaluación; se certifica en proceso de transición por 6 meses a las unidades productivas y a los productos evaluados concediéndoles un “Sello en Transición al Comercio Justo”.	- De forma aleatoria visitar a las unidades productivas certificadas en proceso de transición.	- Participación activa de las unidades productivas interesadas. - Calidad técnica en el personal involucrado.
3.2 Consolidar certificaciones luego del periodo de transición.	- A partir de junio de 2017 se consolidan las certificaciones en transición concediendo el “Sello de Producto del Comercio Justo”.	- Ver informes de evaluación y certificación. - Alternativamente, de forma aleatoria visitar a las unidades productivas certificadas.	- Participación activa de las unidades productivas interesadas. - Calidad técnica en el personal involucrado.
3.3 Realizar las inspecciones periódicas y las actualizaciones anuales de certificación.	- A partir de diciembre de 2016 se inician las inspecciones periódicas y a partir de diciembre 2017 se inician las evaluaciones anuales de las unidades productivas y de los productos certificados.	- Ver informes de inspecciones y evaluaciones anuales.	- Continuidad y mejoramiento en el desempeño de las unidades productivas certificadas.
4.1 Realizar un estudio de la exportación de las unidades productivas certificadas para determinar si existe demanda por acreditación internacional de la certificación nacional.	- A partir del último semestre de 2016 se realiza el estudio de la demanda por acreditación internacional del sistema de certificación nacional.	- Ver estudio.	- Voluntad de participación de los representantes de las unidades productivas. - Calidad técnica en el análisis.
4.2 Si existe demanda por acreditación internacional, entonces se inicia el proceso de acreditación en los mercados de destino de la	- Si existe demanda, a partir del primer trimestre 2018 se prepara la documentación y se gestiona la acreditación. - Se prepara el proyecto de	- Ver solicitud y documentación adjunta. - Ver proyecto de acreditación internacional. - Ver informe de evaluación de las	- El sistema de certificación nacional se alinea y cumple con los requerimientos y criterios de certificación en los mercados de destino de la exportación.

<p>exportación identificados en el estudio realizado.</p>	<p>acreditación internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se subsanan observaciones. - Se reciben las visitas de evaluación internacional. - Se subsanan observaciones y se pasa el periodo de transición o periodo de prueba. 	<p>certificadoras internacionales.</p>	
<p>4.3 Consolidar los procesos de certificación nacional y acreditación internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A partir de la gestión 2018 se consolida el sistema de certificación nacional. - Se consolidan acreditaciones en los mercados de destino de la exportación. - Se certifica con acreditación internacional en los mercados en los que se haya logrado acreditar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver certificados de acreditación. - Ver informes de certificación nacional con acreditación internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen recursos suficientes para consolidar los procesos de acreditación. - Existe nivel técnico suficiente para alinear y cumplir con los requisitos internacionales. - Las unidades productivas que están exportando o con potencial de exportación están comprometidos con el cumplimiento de los requisitos de la acreditación internacional.

Área Estratégica 5

Estrategia de Articulación.- Esta estrategia está orientada a lograr la articulación y rearticulación de las Asociaciones y Redes en torno al MESSyCJCB partiendo de no duplicar esfuerzos y más bien apoyando y fortaleciendo la realización de las acciones de sus afiliados con la finalidad de acentuar y destacar la especialidad de cada organización mejorando sus condiciones de vida con enfoque género y generacional. En este contexto, cada línea estratégica podrá ser impulsada por comités especializados conformados por los afiliados proactivos y emprendedores.

Resumen Descriptivo	Indicadores Objetivamente Verificables	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Objetivo del Área: Fortalecer y Dinamizar las capacidades productivas de las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB coadyuvando el mejoramiento de sus ingresos con equidad de género y generacional, en coordinación con los actores de la sociedad civil, sector público, privado y académico.</p>			
<p>Resultados: 1. El MESSyCJCB fortalecido con una estructura funcional de articulación estratégica para desarrollar las capacidades de alianzas estratégicas nacionales e internacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con un Directorio con capacidad de Gestión entre el MESSyCJCB y las organizaciones de cooperación nacional e internacional coincidentes con la ESSyCJC a partir del primer año de iniciado el PEI. - Se ha promovido y realizado por lo menos un Encuentro Nacional por año y 3 encuentros Departamentales de Productores en el quinquenio. - Se han establecido por lo menos 3 Regionales Departamentales del MESSyCJCB en el periodo del quinquenio de ejecución del PEI 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematización y/o documentación de la identificación de los eventos relevantes. - Lista de organizaciones articuladas. - Proceso de apoyo y articulación. - Testimoniales de las/los representantes de las organizaciones o emprendimientos personales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen eventos especializados en ESSyCJC de las organizaciones de productores/as. - Existen acciones específicas de promoción y desarrollo de la ESSyCJC. - El egoísmo y protagonismo personal de los dirigentes no trasciende al plano institucional.

	<p>y se ha instalado una Red Virtual entre los afiliados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se ha desarrollado procesos de capacitación y asistencia técnica en ESSyCJC para los afiliados a partir del primer año de ejecución del PEI. - Se articula por lo menos con dos redes internacionales para entrar en sus mercados y favorecer a los afiliados en el transcurso del quinquenio 2015 al 2019. - En el quinquenio se ha Identificado y participado en eventos relevantes ligados a la ESSyCJC por lo menos 10 organizaciones. 		
<p>2.1 Ferias temáticas especializadas a nivel local con acciones estratégicas de los afiliados fortalecidas en las líneas de acción estratégica y misión del MESSyCJCB.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 5 ferias temáticas locales o nacionales fortalecidas por año a partir del 2015. - 10 organizaciones fortalecidas en sus acciones estratégicas en el quinquenio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver sistematización de ferias locales o nacionales apoyadas. - Informes y documentos de articulación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntad dirigencial de los representantes de las Organizaciones, Asociaciones y Redes. - Alto poder de negociación de los Directivos, Asesores y Representantes del MESSyCJCB. - Exigencia de las organizaciones de base de un solo movimiento a nivel nacional.
<p>2.2 Se ha promovido y posicionado la temática de ESSyCJC en los actores públicos, privados y académicos en el contexto nacional a través de ferias Nacionales <u>multisectoriales</u> realizadas anualmente en Bolivia.</p>	<p>En el quinquenio se ha realizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 ferias multisectoriales; una por año a partir del segundo año del quinquenio (2016). Por lo menos con la Participación de 50 representantes anualmente. - Promocionados más de 100 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe de la feria Nacional multisectorial. - Audiovisuales. - Seguimiento fotográfico. - Listas de participantes. - Intenciones de compra de las ferias exposición y ruedas de 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe financiamiento directo o compartido para la realización de eventos de este nivel. - Existe apoyo gubernamental. - Existe voluntad de participación y acción de los representantes de las Organizaciones,

	<p>categorías de productos del comercio justo de Bolivia.</p>	<p>negocios.</p>	<p>Asociaciones y Redes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe voluntad de participación de las Mypes y los emprendimientos unipersonales.
<p>3. El MESSyCJCB brinda servicios de Capacitación y Asistencia Técnica para el incremento de las capacidades productivas de las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB coadyuvando al mejoramiento de sus ingresos con equidad de género, generacional y medio ambiental, en coordinación con los actores de la sociedad civil, sector público, privado y académico.</p>	<p>Se cuenta con 3 convenios interinstitucionales en Capacitación y/o Asistencia Técnica con organizaciones afiliadas al MESSyCJCB en temas demandados por las organizaciones afiliadas.</p> <p>Implementación de una Escuela de Formación de formadores en diferentes especialidades productivas como líderes de la Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario” en el quinquenio.</p> <p>Se realizan al menos 3 alianzas institucionales con organismos de cooperación para el fortalecimiento de las capacidades productivas de las organizaciones afiliadas al MESSyCJCB con capacitación y asistencia técnica y se capacitan al menos 12 formadores en temas productivos con enfoque de economía social solidaria y comercio justo comunitario de Bolivia.</p>	<p>Convenios firmados de cooperación en Capacitación y Asistencia Técnica.</p> <p>Planilla de participantes.</p> <p>Anexos fotográficos.</p> <p>Materiales, Manuales de capacitación.</p> <p>Informes de capacitación.</p> <p>Curricula, pensum de materias.</p> <p>Convenio con Instituciones Educativas Superiores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existe financiamiento directo o concurrente para la realización de eventos de capacitación y asistencia técnica. - Existe apoyo de contraparte local por parte del beneficiario para las capacitaciones. - Existe voluntad de participación y acción de los representantes de las Organizaciones, Asociaciones y Redes, personas naturales, MYPEs.

4.1	Estudio demanda por acreditación internacional										X	X	X							
4.2	Si existe demanda, se inicia la acreditación internacional												X	X	X	X	X	X		
4.3	Consolidar certificación nacional y acreditación internacional												X	X	X	X	X	X	X	X
E Estrategia de Articulación																				
1.1	BD acciones y eventos estratégicos de actores ESSyCJC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.2	Definición de criterios y apoyo a 10 acciones o eventos por año			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.3	Empoderar actores de la ESSyCJC con la visión y misión del MESSyCJCB	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.1	Mapeo de ferias de ESSyCJC a nivel nacional			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2	Firma de convenios para apoyar ferias estratégicas de los Actores		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.3	Apoyo directo a ferias de los actores			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.4	Planificación participativa y organización Feria Internacional Multisectorial.	X	X			X	X			X	X			X	X			X	X	
2.5	Ejecución de acciones para la realización de la Feria Internacional		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	
2.6	Organización de la logística y confirmación de participantes		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	
2.7	Realización de la Feria Internacional anual y evaluación de resultados				X				X				X					X		
2.8	Preparación de la próxima versión de la Feria Nacional Multisectorial.		X				X				X				X				X	
3.1	Levantamiento de una línea base inicial donde se identifican necesidades y demandas en Capacitación y/o Asistencia Técnica	X		X				X				X				X				
3.2	Se desarrolla un Plan de Capacitación y Asistencia Técnica		X		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X	
3.3	Consultor/elaboración del pensum curricular Escuela de formación de formadores	X																		
3.4	Se realiza la formación de 40 productores en ESSyCJC a nivel nacional – EF		X			X	X		X	X			X	X			X	X		
3.5	Convenio con el ministerio de educación para homologación de certificados.															X	X			

11. Financiamiento Requerido para el Desarrollo del Plan Quinquenal

Con la finalidad de posibilitar el financiamiento conjunto o por estratégica, se ha preparado el presupuesto por línea de acción estratégica.

Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB)
Plan Quinquenal 2015 – 2019
Detalle del Financiamiento Requerido para la Estrategia de Incidencia Política
 (Expresado en Bolivianos)

	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5	Sub-Total Quinquenio Bs.	Descripción
1	Inversiones				18.600	0	8.500	0	0	27.100	
1.1	PC portátil	Unidad	1	6.000	6.000	0	6.000	0	0	12.000	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.2	Impresora láser	Unidad	1	2.100	2.100	0	2.500	0	0	4.600	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.3	Data Display	Unidad	1	4.500	4.500	0	0	0	0	4.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.4	Ecran	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.5	Grabadora de audio	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.6	Cámara fotográfica	Unidad	1	3.000	3.000	0	0	0	0	3.000	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
2	Operaciones				362.500	143.500	728.500	143.500	382.000	1.760.000	
2.1	Talleres de construcción regional del PIP*	Global	3	18.000	54.000	0	0	0	0	54.000	Transporte, hospedaje, alimentación, refrigerios,

											materiales, etc.
2.2	Taller nacional de validación del PIP	Global	1	50.000	50.000	0	0	0	0	50.000	Transporte, hospedaje, alimentación, refrigerios, materiales, etc.
2.3	Edición, publicación y difusión del PIP	Global	1	20.000	20.000	0	0	0	0	20.000	Gastos de imprenta y difusión
2.4	Materiales impresos: trípticos y afiches	Global	1	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000	105.000	Material de socialización
2.5	Material de apoyo en evento: Banners y otros	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000	Materiales de apoyo en eventos y oficina
2.6	Facilitación talleres y elaboración del PIP	Global	1	35.000	35.000	0	0	0	0	35.000	Facilitador, cuatro talleres y sistematización, costo global
2.7	Encuentro Nacional de productores y productoras	Eventos	2	60.000	120.000	60.000	600.000	60.000	60.000	900.000	Articulación, validación y evaluación de resultados; Transporte, etc.
2.8	Facilitación de Encuentros y Sistematización	Eventos	2	10.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000	Costo global, incluido transporte, hospedaje, materiales, etc.
2.9	Participación del MESSyCJCB en eventos nacionales	Global	1	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	70.000	100.000	Participación representantes MESSyCJCB; departamental o nacional
2.10	Movilización representantes del MESSyCJCB	Meses	12	2.500	30.000	30.000	30.000	30.000	96.000	216.000	Transporte interno y refrigerios
2.11	Evaluación de medio término y final	Global	1	0	0	0	45.000	0	40.000	85.000	Evaluación Global del Proyecto; efectos e impactos (5 Líneas Estratégicas)
2.12	Sistematización de la experiencia	Global	1	0	0	0	0	0	70.000	70.000	Sistematización Global (5 Líneas Estratégicas) con enfoque de lecciones aprendidas
3	Personal				84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	420.000	
3.1	Consultor/a asistente Estrategia de Incidencia	Meses	12	4.500	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	270.000	Un/una profesional especializado/a
3.2	Participación administración y contabilidad	Meses	12	2.500	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	150.000	Un/una profesional especializado/a
4	Administración				44.496	44.496	44.496	44.496	44.496	222.480	
4.1	Participación en alquiler de oficinas	Meses	12	2.100	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	126.000	Participación de la estrategia en el costo global
4.2	Materiales de oficina	Meses	12	500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	30.000	Materiales de escritorio y papelería
4.3	Comunicación: teléfono, fax, internet	Meses	12	1.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	60.000	Costo global
4.4	Misceláneos aprox. 3% del costo de administración	Global	12	108	1.296	1.296	1.296	1.296	1.296	6.480	3% del costo mensual de administración

TOTAL Bs.					509.596	271.996	865.496	271.996	510.496	2.429.580
TOTAL Euros (TC: 9.45)					53.926	28.783	91.587	28.783	54.021	257.098

Estructura de Financiamiento	Bs.	%
Gastos Inversion	27.100,00	1,12%
Gastos de Operación	1.760.000,00	72,44%
Gastos de Personal	420.000,00	17,29%
Gastos Administrativos	222.480,00	9,16%
Total	2.429.580,00	100,00%

Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB)

Plan Quinquenal 2015 – 2019

Detalle del Financiamiento Requerido para la Estrategia de Comunicación

(Expresado en Bolivianos)

	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5	Sub-Total Quinquenio Bs.	Descripción
1	Inversiones				30.700	0	23.000	0	0	53.700	
1.1	PC de escritorio	Unidad	1	4500	4.500		9.000			13.500	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.2	PC portátil	Unidad	2	5.000	10.000	0	6.000	0	0	16.000	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.3	Impresora láser en red	Unidad	1	2.100	2.100	0	2.500	0	0	4.600	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.4	Cableado y estructurado de la red	Global	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Instalación
1.5	Data Display	Unidad	1	4.500	4.500	0	0	0	0	4.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.6	Ecran	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.7	Grabadora de audio	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres

1.8	Cámara fotográfica	Unidad	1	2.100	2.100	0	2.500	0	0	4.600	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.9	Software diseño gráfico	Global	1	1.500	1.500	0	1.500	0	0	3.000	Instalación y reposición
1.10	Implementación Wi Fi	Global	1	1.500	1.500	0	1.500	0	0	3.000	Instalación y reposición
2	Operaciones				176.600	119.100	119.100	119.100	119.100	653.000	
2.1	Talleres de construcción del Plan Comunicacional	Global	1	18.000	18.000	0	0	0	0	18.000	Transporte, hospedaje, alimentación, refrigerios, materiales, etc.
2.2	Taller de validación	Global	1	18.000	18.000	0	0	0	0	18.000	Transporte, hospedaje, alimentación, refrigerios, materiales, etc.
2.3	Edición, publicación y difusión de cartillas, etc.	Global	1	30.000	30.000	20.000	20.000	20.000	20.000	110.000	Gastos de imprenta y difusión de cartillas, textos, experiencias, etc.
2.4	Materiales de imprenta	Global	1	30.000	30.000	21.000	21.000	21.000	21.000	114.000	Afiches, trípticos, volantes, membretados, folders, sobres, etc.
2.5	Material de apoyo para eventos	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000	Materiales de apoyo en eventos del MESSyCJCB y los afiliados
2.8	Sitio Web Dinámico	Global	1	6.000	6.000	3.500	3.500	3.500	3.500	20.000	Dominio, hosting, diseño y base de datos (anual)
2.9	Movilización de los comunicadores (nacional)	Meses	12	5.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000	Transporte, hospedaje y alimentación; cubrir eventos y entrevistas
2.10	Movilización comunicadores (Ciudad La Paz)	Meses	12	800	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	48.000	Transporte interno y refrigerios p/ cubrir noticias, entrevistas, etc.
3	Personal				132.000	132.000	132.000	132.000	132.000	444.000	
2.6	Consultores/as en comunicación (2 profesionales)	Meses	12	6.500	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	390.000	2 profesionales especializados: 6.500 Bs/mes
3.2	Participación administración y contabilidad	Meses	12	4.500	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	Un/una profesional especializado/a
4	Administración				64.800	64.800	64.800	64.800	64.800	324.000	
3.1	Participación en alquiler de oficinas	Meses	12	2.100	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	126.000	Participación de la estrategia en el costo global
2.7	Comunicación: teléfono, fax, internet, ua luz, agua	Meses	12	1.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	60.000	Costo global
3.3	Materiales de oficina	Meses	12	500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	30.000	Materiales de escritorio y papelería
3.4	Misceláneos aprox. 3% del costo de administración	Global	12	1.800	21.600	21.600	21.600	21.600	21.600	108.000	3% del costo mensual de administración
	TOTAL Bs.				404.100	315.900	338.900	315.900	315.900	1.474.700	
	TOTAL Euros (TC: 9.45)				42.762	33.429	35.862	33.429	33.429	156.053	

Estructura de Financiamiento	Bs.	%
Gastos Inversion	53.700,00	3,64%
Gastos de Operación	653.000,00	44,28%
Gastos de Personal	444.000,00	30,11%
Gastos Administrativos	324.000,00	21,97%
Total	1.474.700,00	100,00%

Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB)

Plan Quinquenal 2015 – 2019

Detalle del Financiamiento Requerido para la Estrategia de Investigación

(Expresado en Bolivianos)

	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5	Sub-Total Quinquenio Bs.	Descripción
1	Inversiones				29.200	0	17.500	0	0	46.700	
1.1	PC de escritorio	Unidad	1	4500	4.500		9.000			13.500	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.2	PC portátil	Unidad	2	5.000	10.000	0	6.000	0	0	16.000	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.3	Impresora láser en red	Unidad	2	2.100	4.200	0	2.500	0	0	6.700	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.4	Data Display (sistema de información y formación)	Unidad	1	4.500	4.500	0	0	0	0	4.500	Para facilitar los cursos y talleres (2 equipo de trabajo)
1.5	Ecran (sistema de información y formación)	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para facilitar los cursos y talleres (2 equipo de trabajo)
1.6	Grabadora de audio	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para el trabajo de la estrategia

											incluido encuentros y talleres
1.7	Cámara filmadora fotográfica	Unidad	1	3.000	3.000	0	0	0	0	3.000	Para el trabajo de la estrategia incluido encuentros y talleres
2	Operaciones				672.000	609.000	609.000	609.000	609.000	3.108.000	
2.1	Apoyo a la realización de Estudios e Investigación	Global	1	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	750.000	Costos de investigación, desplazamiento y publicación
2.2	Difusión de Estudios e Investigación	Global	1	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000	Realización de eventos, costos de envío, etc.
2.3	Acciones de incidencia a nivel técnico	Global	1	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	375.000	Presentaciones, conversatorios, talleres, intercambios, etc.
2.4	Registro Nacional	Global	1	75.000	75.000	35.000	35.000	35.000	35.000	215.000	Sistema informático (local y web) y mantenimiento
2.5	Captura de datos para el sistema de información	Meses	12	5.000	60.000	84.000	84.000	84.000	84.000	396.000	Investigación y desplazamiento del personal
2.6	Sistema de información de la ESS/ESCyCJ	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000	Sistema informático, sitio web dinámico y mantenimiento
2.7	Diseño y desarrollo del sistema de formación	Global	1	35.000	35.000	0	0	0	0	35.000	Consultoría especializada en capacitación y formación; costo global
2.8	Cursos y Talleres	Global	1	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000	Transporte, hospedaje, alimentación, salón de capacitación, etc.
2.9	Material de capacitación	Global	1	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50.000	Textos, CDs, material talleres, etc.
2.10	Campus virtual	Global	1	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	75.000	Capacitación a distancia
2.11	Sitio Web Dinámico del Observatorio Nacional	Global	1	15.000	15.000	7.000	7.000	7.000	7.000	43.000	Diseño, desarrollo, dominio, hosting y mantenimiento
2.12	Materiales de imprenta	Global	1	25.000	25.000	21.000	21.000	21.000	21.000	109.000	Afiches, trípticos, volantes, etc.
2.13	Material de apoyo para eventos	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000	Materiales de apoyo para eventos de la estrategia
2.14	Movilización del personal (nacional)	Meses	12	7.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	420.000	Transporte, hospedaje, alimentación y viáticos
2.15	Movilización del personal (Ciudad La Paz)	Meses	12	1.500	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	90.000	Transporte interno y refrigerios
3	Personal				330.000	330.000	330.000	330.000	187.000	1.507.000	
3.1	Consultor/a Experto en sistemas de información	Meses	12	7.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	420.000	Remuneración mensual
3.2	Consultor/a Asistente en sistemas de información	Meses	12	3.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	180.000	Remuneración mensual

3.3	2 Consultores en capacitación y formación	Meses	12	13.000	156.000	156.000	156.000	156.000	13.000	637.000	2 profesionales especializados: 7.000 Bs/mes
3.4	Participación administración y contabilidad	Meses	12	4.500	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	270.000	Un/una profesional especializado/a
4	Administración				44.856	44.856	44.856	44.856	44.856	224.280	
4.1	Participación en alquiler de oficinas	Meses	12	2.100	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	126.000	Participación de la estrategia en el costo global
4.2	Materiales de oficina	Meses	12	500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	30.000	Materiales de escritorio y papelería
4.3	Comunicación: teléfono, fax, internet, luz, agua	Meses	12	1.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	60.000	Costo global
4.4	Misceláneos aprox. 3% del costo de administración	Global	12	138	1.656	1.656	1.656	1.656	1.656	8.280	3% del costo mensual de administración
	TOTAL Bs.				1.076.056	983.856	1.001.356	983.856	840.856	4.885.980	
	TOTAL Euros (TC: 9.45)				113.868	104.112	105.964	104.112	88.979	517.035	

Estructura de Financiamiento	Bs.	%
Gastos Inversion	46.700,00	0,96%
Gastos de Operación	3.108.000,00	63,61%
Gastos de Personal	1.507.000,00	30,84%
Gastos Administrativos	224.280,00	4,59%
Total	4.885.980,00	100,00%

Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJB)

Plan Quinquenal 2015 – 2019

Detalle del Financiamiento Requerido para la Estrategia de Certificación Nacional

(Expresado en Bolivianos)

	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5	Sub-Total Quinquenio Bs.	Descripción
1	Inversiones				30.200	0	17.500	0	0	47.700	
1.1	PC de escritorio	Unidad	1	4500	4.500		9.000			13.500	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.2	PC portátil	Unidad	2	5.000	10.000	0	6.000	0	0	16.000	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.3	Impresora láser en red	Unidad	2	2.100	4.200	0	2.500	0	0	6.700	Para trabajo de la estrategia en el quinquenio 2014-2018
1.4	Data Display (sistema de información y formación)	Unidad	1	4.500	4.500	0	0	0	0	4.500	Para facilitar los cursos y talleres (2 equipo de trabajo)
1.5	Ecran (sistema de información y formación)	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para facilitar los cursos y talleres (2 equipo de trabajo)
1.6	Grabadora de audio	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para el trabajo de la estrategia incluido encuentros y talleres
1.7	Cámara filmadora fotográfica	Unidad	1	4.000	4.000	0	0	0	0	4.000	Para el trabajo de la estrategia incluido encuentros y talleres
2	Operaciones				626.600	446.600	556.600	416.600	366.600	2.413.000	
2.1	Convocatoria organizaciones especializadas	Global	1	50.000	50.000	0	0	0	0	50.000	Convocatoria nacional
2.2	Selección de la organización certificadora	Global	1	100.000	100.000	0	0	0	0	100.000	Realización de todo el proceso y los procedimientos
2.3	Apoyo en las pruebas de certificación	Global	1	80.000	80.000	0	0	0	0	80.000	Pruebas de certificación participativa a nivel nacional
2.4	Apoyo a la certificación en transición	Global	1	50.000	50.000	50.000	50.000	30.000	30.000	210.000	Para las unidades productivas que cumplieron con los requisitos
2.5	Apoyo a la consolidación de la certificación	Global	1	50.000	50.000	100.000	150.000	100.000	50.000	450.000	Para las unidades productivas que cumplieron con los requisitos

2.6	Promoción y publicidad del sello de certificación	Global	1	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	750.000	A nivel nacional: Tv, radio, prensa, afiches, trípticos, textos, CD, etc.
2.7	Seguimiento y evaluación	Global	1	60.000	60.000	60.000	50.000	50.000	50.000	270.000	Desplazamiento del personal y representantes del MESSyCJCB
2.8	Estudio demanda de acreditación internacional	Global	1	0	0	0	70.000	0	0	70.000	Consultoría, servicios especializados, costo global
2.9	Cursos y Talleres de sensibilización y socialización	Global	1	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000	Transporte, hospedaje, alimentación, salón de capacitación, etc.
2.10	Material de capacitación	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000	Textos, CDs, material talleres, etc.
2.11	Material de apoyo para eventos	Global	1	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	20.000	Materiales de apoyo para eventos de certificación
2.12	Movilización del personal (nacional)	Meses	12	4.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	240.000	Transporte, hospedaje, alimentación y viáticos
2.13	Movilización del personal (Ciudad La Paz)	Meses	12	800	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	48.000	Transporte interno y refrigerios
3	Personal				210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	1.050.000	
3.1	2 Consultores Especialistas en Certificación	Meses	12	13.000	156.000	156.000	156.000	156.000	156.000	780.000	Trabajan la estrategia y hacen seguimiento y evaluación al proceso
3.2	Participación administración y contabilidad	Meses	12	4.500	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	270.000	Un/una profesional especializado/a
4	Administración				44.856	44.856	44.856	44.856	44.856	224.280	
4.1	Participación en alquiler de oficinas	Meses	12	2.100	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	126.000	Participación de la estrategia en el costo global
4.2	Materiales de oficina	Meses	12	500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	30.000	Materiales de escritorio y papelería
4.3	Comunicación: teléfono, fax, internet, luz, agua	Meses	12	1.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	60.000	Costo global
4.4	Misceláneos aprox. 3% del costo de administración	Global	12	138	1.656	1.656	1.656	1.656	1.656	8.280	3% del costo mensual de administración
	TOTAL Bs.				911.656	701.456	828.956	671.456	621.456	3.734.980	
	TOTAL Euros (TC: 9.45)				96.472	74.228	87.720	71.054	65.763	395.236	

Estructura de Financiamiento	Bs.	%
Gastos Inversion	47.700,00	1,28%
Gastos de Operación	2.413.000,00	64,61%
Gastos de Personal	1.050.000,00	28,11%
Gastos Administrativos	224.280,00	6,00%
Total	3.734.980,00	100,00%

Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia (MESSyCJCB)

Plan Quinquenal 2015 – 2019

Detalle del Financiamiento Requerido para la Estrategia de Articulación

(Expresado en Bolivianos)

	Descripción	Unidad	Cant.	Precio	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5	Sub-Total Quinquenio Bs.	Descripción
1	Inversiones				18.100	0	0	0	0	18.100	
1.1	PC portátil	Unidad	1	6.000	6.000	0		0	0	6.000	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.2	Impresora láser	Unidad	1	2.100	2.100	0		0	0	2.100	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.3	Data Display	Unidad	1	4.500	4.500	0	0	0	0	4.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.4	Ecran	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para facilitar los encuentros y talleres
1.5	Grabadora de audio	Unidad	1	1.500	1.500	0	0	0	0	1.500	Para el trabajo general de incidencia, incluido encuentros y talleres
1.6	Cámara fotográfica	Unidad	1	2.500	2.500	0	0	0	0	2.500	Para el trabajo general de incidencia,

												incluido encuentros y talleres
2	Operaciones				329.200	311.200	311.200	316.200	311.200	1.579.000		
2.1	Encuentros regionales de articulación	Eventos	1	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	200.000		Encuentro entre productores y productoras y organizaciones: 3 año 1 y 5 después
2.2	Id. eventos relevantes y procedimiento de apoyo	Global	1	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	28.000		Contratación de servicios especializados
2.3	Fortalecimiento de ferias locales o nacionales	Ferias	10	1.400	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	70.000		Con recursos humanos y fondos de apoyo para promoción y otros
2.4	Fortalecimiento de acciones y eventos	Global	1	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000	105.000		Acciones y eventos de los afiliados y otros actores
2.5	Realización Feria Nacional multisectorial	Feria	1	105000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	525.000		Feria exposición, shows rooms, seminarios, ruedas de negocios, etc.
2.6	Materiales de imprenta	Global	1	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	125.000		Sensibilización a la articulación
2.7	Material de apoyo para eventos	Global	1	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	20.000		Medios de apoyo en eventos y ferias: carteles, banners, etc.
2.8	Participación del MESSyCJCB en eventos nacionales e internacionales	Global	1	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	125.000		Participación representantes MESSyCJCB; departamental o nacional
2.9	Movilización del personal (Ciudad La Paz)	Meses	12	800	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	48.000		Transporte interno y refrigerios
2.10	Levantamiento de una línea base inicial donde se identifican necesidades y demandas en Capacitación y/o Asistencia Técnica y Base de Datos	Global	1	21.000	21.000	3.000	3.000	3.000	3.000	33.000		Logística de elaboración base de datos
2.11	Se desarrolla un Plan de Capacitación y Asistencia Técnica	Global	1	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	20.000		Plan de capacitaciones
2.12	Materiales de impresión y soporte de capacitación	Global	1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000		Medios de apoyo capacitaciones
2.13	Se realiza la formación de 40 productores en ESSyCJC a nivel nacional.	Global	1	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000		Logística cursos de capacitación Escuela de formación
2.14	Convenio con Instituciones educativas superiores para homologación de certificados y/o títulos en el cuarto año.	Global	1	5.000				5.000		5.000		gastos de tramites con Ministerio de Educación
3	Personal				177.500	171.000	171.000	171.000	171.000	861.500		
3.1	Tecnico de apoyo en Articulación	Meses	12	6.500	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	390.000		Un/una profesional especializado/a
3.2	Participación administración y contabilidad	Meses	12	4.500	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	270.000		Un/una profesional especializado/a
3.3	Consultor/ especialista en diseño, producción e innovación de productos	Meses	3	6.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	97.500		Un/una profesional especializado/a
3.4	Consultor/ especialista en fortalecimiento empresarial	Meses	3	6.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	97.500		Un/una profesional especializado/a

3.5	Elaboración del pensum curricular Escuela de formación de formadores	Meses	1	6.500	6.500					6.500	Un/una profesional especializado/a
4	Administración				45.756	45.756	45.756	45.756	45.756	228.780	
4.1	Participación en alquiler de oficinas	Meses	12	2.100	25.200	25.200	25.200	25.200	25.200	126.000	Participación de la estrategia en el costo global
4.2	Materiales de oficina	Meses	12	500	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	30.000	Materiales de escritorio y papelería
4.3	Comunicación: teléfono, fax, internet, Luz, agua	Meses	12	1.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	60.000	Costo global
4.4	Misceláneos aprox. 3% del costo de administración	Global	12	213	2.556	2.556	2.556	2.556	2.556	12.780	3% del costo mensual de administración
	TOTAL Bs.				570.556	527.956	527.956	532.956	527.956	2.687.380	
	TOTAL Euros (TC: 9.45)				60.376	55.868	55.868	56.397	55.868	284.379	

Estructura de Financiamiento	Bs.	%
Gastos Inversion	18.100,00	0,67%
Gastos de Operación	1.579.000,00	58,76%
Gastos de Personal	861.500,00	32,06%
Gastos Administrativos	228.780,00	8,51%
Total	2.687.380,00	100,00%



Bibliografía y Referencias

- Documentos institucionales del Movimiento de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia, gestiones 2009-2014.
- Documentos institucionales de la Plataforma de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario de Bolivia, gestiones 2007-2009.
- Documentos institucionales de Red Nacional de Comercialización Comunitaria Regional La Paz (REANACC La Paz), gestiones 2006-2009.
- <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/quehacemos/>
- <http://wfto-la.org/miembros/bolivia/>
- Manual PIDAASSA, 2012.
- Comercio Justo y Economía Solidaria, Programa Microempresas Productivas con Mujeres, Comisión Episcopal de Pastoral Social Cáritas Boliviana, sin fecha de edición.
- Guía para el Mapeo y Relevamiento de la economía Popular Solidaria en Latinoamérica y Caribe, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú – GRESP, José Luis Coraggio, María Inés Arancibia, María Victoria Deux, Noviembre de 2010.
- Agenda Patriótica 2025.
- Entrevista al Presidente Evo Morales por matutino nacional acerca de su visión para la Cumbre G77 + China, 2014.

Anexos

Anexo 1: Cruce de las variables FODA y determinación de las líneas estratégicas

Tomando en cuenta, en orden de prioridad, las principales 5 (cinco) Fortalezas y Oportunidades:

FORTALEZAS Vs. OPORTUNIDADES (POTENCIALIDADES)				
Pr*	Las mayores fortalezas		Las mayores oportunidades	
1	F4	Las afiliadas son entidades expertas en diferentes rubros productivos y ejes temáticos "ASOCIACIONES y REDES".	O1	La coyuntura política es favorable: existe un fuerte compromiso de los gobiernos central y sub nacional para trabajar la temática porque la nueva CPE reconoce a la ESSyCJ dentro la economía plural.
2	F1	El MESSyCJCB son diferentes niveles de organización y varios sectores productivos.	O5	Existe demanda un sello de CJ nacional para diferenciar los productos en el mercado.
3	F3	Se cuenta con un Directorio representativo de las organizaciones afiliadas.	O8	Exigencias de que los municipios sean productivos a través de acciones directas y a través de las juntas de vecinos de las zonas periurbanas y urbanas.
4	F8	Existe capacidad técnica en el Directorio y sus colaboradores para promover el establecimiento de un Sistema de Certificación por "UN TERCERO" que brinde el servicio de certificación.	O3	Existe el Plan Estratégico Plurinacional de ESSyCJ realizado por el VCIE que cuenta con RM para su ejecución.
5	F9	Existe un borrador para el desarrollo de la Estrategia Comunicacional del MESSyCJCB.	O7	Los sectores públicos, privados y académicos demandan información práctica, técnica y científica de ESSyCJ así como información acerca de experiencias exitosas.

**Pr: Orden de Prioridad.*

Estrategias para aprovechar las Fortalezas y las Oportunidades (potencialidades)

1. Diseñar e implementar un "Plan de Incidencia Política" con el concurso participativo, analítico y constructivo de las Asociaciones y Redes con mayor nivel de representación del MESSyCJCB para incidir de manera directa, eficiente y progresiva en los gobiernos central y local y, paralelamente, para fortalecer el nivel de apropiación de estas organizaciones con relación al movimiento (F4, F1, F3, O1, O8).
2. Promover el establecimiento de un sello del comercio justo a nivel nacional a partir de la intervención de un tercero del sector privado para que no tenga conflicto de intereses con el MESSyCJCB ni con el gobierno (F8, O5).
3. En el marco de la estrategia comunicacional, fortalecer el relacionamiento del MESSyCJCB con las oficialías de desarrollo económico productivo de los gobiernos autónomos municipales y, a través de estas, incidir en las juntas de vecinos de las zonas periurbanas y urbanas para el desarrollo de la ESSyCJ (F9, F4, F1, F3, O8).

4. Hacer “prevalecer” la Resolución Ministerial MDPyEP/DESPACHO/No. 293.2010 de 21 de diciembre de 2010 en el cual se aprueba la “Estrategia Plurinacional de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario” y, a través de este instrumento, desarrollar los programas y proyectos de: difusión y concientización, finanzas solidarias, tecnologías adecuadas de producción bio-estables, sistema de certificación, comercio justo, y la normativa e institucionalidad (F8, F9, 05, 03, 07).
5. Establecer un sistema de información y formación práctica, técnica y científica de ESSyCJ con estudios de caso de las experiencias exitosas en el Estado Plurinacional de Bolivia, sobre esta base implementar un observatorio de ESSyCJ en Bolivia (F4, F9, 07).

Tomando en cuenta, en orden de prioridad, las principales 5 (cinco) Fortalezas y Amenazas:

FORTALEZAS Vs. AMENAZAS (LIMITACIONES)				
Pr*	Las mayores fortalezas		Las mayores amenazas	
1	F8	Existe capacidad técnica en el Directorio y sus colaboradores para promover el establecimiento de un Sistema de Certificación por “UN TERCERO” que brinde el servicio de certificación.	A6	Competencia institucional por confusión de “roles” de las organizaciones nacionales; tienden a trabajar ESSyCJ solo para acceder al financiamiento, perciben al MESSyCJCB como competencia y no como complementariedad.
2	F9	Existe un borrador para el desarrollo de la Estrategia Comunicacional del MESSyCJCB.	A1	Varios de los Programas y Proyectos gubernamentales no toman en cuenta criterios de ESSyCJ porque sus técnicos desconocen la temática.
3	F4	Las afiliadas son entidades expertas en diferentes rubros productivos y ejes temáticos “ASOCIACIONES y REDES”.	A5	Falta de sensibilización a la sociedad civil acerca del consumo ético y responsable, el doble esfuerzo del productor y los beneficios del producto por parte del gobierno nacional y sub nacional; falta propaganda y promoción.
4	F13	Ferias locales con buena participación; fundamental para desarrollar eventos más grandes y de mayor impacto.	A2	La sociedad civil desconoce los criterios de ESSyCJ y del precio justo y no reconoce la calidad y calidez contenida como insumo en el producto y/o servicio.
5	F14	Existen ferias temáticas importantes y posicionadas de los afiliadas Ej.: BIO BOLIVIA y las FERIAS de las OECAS	A4	El sistema financiero nacional no incentiva el financiamiento solidario; no toma en cuenta los emprendimientos que trabajan con criterios de ESSyCJ.

*Pr: Orden de Prioridad.

Estrategias para aprovechar las Fortalezas y disminuir las Amenazas (limitaciones)

1. Establecer mesas de trabajo analíticas, participativas, constructivas y operativas al interior del MESSyCJCB con la finalidad de que cada organización matriz afiliada (nacional o departamental) lidere la temática de su especialidad; Producción Ecológica, OECAS, Comercialización, Asistencia Técnica, Capacitación, etc., con esto fortalecer la articulación

y complementariedad entre las organizaciones afiliadas pero sobre todo con el movimiento (F4, A6).

2. Implementar una estrategia comunicacional al exterior del MESSyCJCB exclusiva para el sector gubernamental (nacional y local), los consumidores y la sociedad civil con la finalidad de comunicar, promocionar y posicionar los principios de la economía solidaria, los criterios de comercio justo, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del comercio justo y sus ventajas y el consumo ético y responsable (F8, F9, F4, A1, A5, A2).
3. Realizar un compendio de casos de estudio de experiencias exitosas de las organizaciones matrices afiliadas con la finalidad de incidir directamente en los responsables de las unidades técnicas gubernamentales (nacionales y locales) y promover estudios económicos que demuestren de manera técnica y científica la generación de ingresos de las organizaciones del comercio justo y su aporte al desarrollo nacional y al bienestar de las personas (productores y productoras – consumidores) en el marco del vivir bien; una vez realizado esto, difundir los datos e información técnica al Ministerio de Hacienda, ASOBAN y ASOFIN para promover créditos solidarios en el marco de la ESSyCJC (F4, F9, A1, A4).
4. Apoyar a las organizaciones matrices afiliadas (nacionales o departamentales) en la realización de los eventos y ferias de su especialidad con la finalidad de no provocar confusión de roles y más bien acentuar o destacar la expertise de cada organización, en este contexto, más bien configurar un feria de ESSyCJC multipropósito, anual y principal, a nivel nacional y con invitados internacionales en la cual se realice la feria exposición como tal, show rooms, ruedas de negocios, seminarios, charlas magistrales y eventos artísticos y culturales (F13, F14, A6).

Tomando en cuenta, en orden de prioridad, las principales 5 (cinco) Debilidades y Oportunidades:

DEBILIDADES Vs. OPORTUNIDADES (DESAFÍOS)				
Pr*	Las mayores debilidades		Las mayores oportunidades	
1	D9	Falta consolidar un Plan de Incidencia Política que oriente de manera clara a la consecución de resultados.	O1	Existe un fuerte compromiso de los gobiernos central y sub nacional para trabajar la temática porque la nueva CPE reconoce a la ESSyCJ dentro la economía plural; la coyuntura política es favorable.
2	D10	Falta de personal idóneo para actualizar medios de comunicación y difusión del MESSyCJCB; por ejemplo, la página web y las cuentas de las redes sociales.	O2	Existe apoyo de la FAO para la materialización de las leyes coincidentes con la economía social solidaria y el comercio justo.
3	D11	Los estudios e investigaciones todavía son todavía incipientes en su contenido técnico, científico y cuantitativo, por tanto, no se puede consolidar una incidencia “técnica” a nivel de gobierno.	O3	Existe un Plan Nacional de ESSyCJC realizado por el VCIE que cuenta con RM para su ejecución.
4	D3	Faltan instrumentos y mecanismos de comunicación y difusión institucional y de ESSyCJC al interior y exterior del MESSyCJCB (criterio de clientes internos y externos).	O5	Existe demanda un sello de CJ nacional para diferenciar los productos en el mercado.

5	D2	MESSyCJCB posicionado como "personalizado" más que como un legítimo representativo de más de 100 organizaciones afiliadas.	O4	La Coordinadora de ESSyCJC son potenciales para ser los expertos en comercialización del MESSyCJCB para los productores ecológicos.
----------	-----------	--	-----------	---

**Pr: Orden de Prioridad.*

Estrategias para minimizar las Debilidades y aprovechar las Oportunidades (desafíos)

1. Aprovechar la coyuntura política favorable para reactivar el Plan Estratégico Plurinacional de ESSyCJC a partir del establecimiento de un Plan de Incidencia política bien orientado al sector público nacional y local con un Directorio representativo de las organizaciones de base cambiando la percepción muy personalizada (centrada en pocas personas) que tiene el movimiento (D9, D2, O3, O1).
2. Aprovechar el apoyo de organismos de la cooperación como la FAO y otros para financiar personal, equipamiento, medios y mecanismos de comunicación y difusión, paralelamente, aprovechar la coyuntura política favorable para promover propaganda y publicidad de promoción de la ESSyCJC a nivel nacional (O2, D10, D3, O1).
3. Aprovechar el apoyo de organismos de la cooperación como la FAO y otros para promover la realización de estudios e investigaciones técnico-científicas en economía para realizar incidencia técnica ante los gobiernos central y local; justificar este proceso con la demanda de sello nacional y el registro nacional de unidades productivas del comercio justo, asimismo, inmiscuir a la Coordinadora de ESSyCJC no solo como expertos en comercialización, sino también como fuente de experiencias exitosas en el comercio internacional (O2, D11, O5, O4).

Tomando en cuenta, en orden de prioridad, las principales 5 (cinco) Debilidades y Amenazas:

DEBILIDADES Vs. AMENAZAS (RIESGOS)				
Pr*	Las mayores debilidades		Las mayores amenazas	
1	D3	Faltan instrumentos y mecanismos de comunicación y difusión institucional y de ESSyCJC al interior y exterior del MESSyCJCB (criterio de clientes internos y externos).	A6	Competencia institucional por confusión de "roles" de las organizaciones nacionales; tienden a trabajar ESSyCJC solo para acceder al financiamiento, perciben al MESSyCJCB como competencia y no como complementariedad.
2	D9	Falta consolidar un Plan de Incidencia Política que oriente de manera clara a la consecución de resultados.	A1	Varios de los Programas y Proyectos gubernamentales no toman en cuenta criterios de ESSyCJC porque sus técnicos desconocen la temática.
3	D10	Falta de personal idóneo para actualizar medios de comunicación y difusión del MESSyCJCB; por ejemplo, la página web y las cuentas de las redes sociales.	A4	El sistema financiero nacional no incentiva el financiamiento solidario; no toma en cuenta los emprendimientos que trabajan con criterios de ESSyCJC.

4	D11	Los estudios e investigaciones todavía son todavía incipientes en su contenido técnico, científico y cuantitativo, por tanto, no se puede consolidar una incidencia “técnica” a nivel de gobierno.	A5	Falta de sensibilización a la sociedad civil acerca del consumo ético y responsable, el doble esfuerzo del productor y los beneficios del producto por parte del gobierno nacional y sub nacional; falta propaganda y promoción.
5	D4	Falta el “Registro” y la caracterización de los afiliados para acreditar o avalar y para consolidar un plan de facilitación de servicios por sector productivo y por nivel de organización.	A2	La sociedad civil desconoce los criterios de ESSyCJC y del precio justo y no reconoce la calidad y calidez contenida como insumo en el producto y/o servicio.

**Pr: Orden de Prioridad.*

Estrategias para minimizar las Debilidades y las Amenazas (condiciones de riesgo)

1. De manera operativa a partir de un Directorio reconocido como representativo de las organizaciones de base afiliadas al MESSyCJCB, ampliar la incidencia política a las organizaciones matrices nacionales y departamentales de productores y productoras para volver a vincularse y relacionarse con la finalidad de buscar complementariedad y no confusión de roles (D9, A6).
2. Terminar la propuesta de política de comunicación con la finalidad de buscar financiamiento y apoyo para el establecimiento de un equipo de comunicación idóneo, actualizar los medios de comunicación y difusión así como sus instrumentos y mecanismos y a partir de ello desarrollar acciones enfocadas a la sensibilización de la sociedad civil y los consumidores inmiscuyendo en todo este proceso a los gobiernos central y local (D3, D10, A5, A2).
3. Financiar estudios técnico-científicos en ESSyCJC y el Registro Nacional de las unidades productivas de la ESSyCJC con la finalidad de incidir en los niveles técnicos de los gobiernos central y local (formadores de decisiones gubernamentales y planes sectoriales) y en el sistema financiero nacional (D11, D4, A1, A4).



Agrupando las estrategias previamente definidas:

FO	FA	DO	DA	Transversales
Diseñar e implementar un “Plan de Incidencia Política” con el concurso participativo, analítico y constructivo de las Asociaciones y Redes con mayor nivel de representación del MESSyCJCB para incidir de manera directa, eficiente y progresiva en los gobiernos central y local y, paralelamente, para fortalecer el nivel de apropiación de estas organizaciones con relación al movimiento (F4, F1, F3, O1, O8).	Establecer mesas de trabajo analíticas, participativas, constructivas y operativas al interior del MESSyCJCB con la finalidad de que cada organización matriz afiliada (nacional o departamental) lidere la temática de su especialidad; Producción Ecológica, OECAs, Comercialización, Asistencia Técnica, Capacitación, etc., con esto fortalecer la articulación y complementariedad entre las organizaciones afiliadas pero sobre todo con el movimiento (F4, A6).	Aprovechar la coyuntura política favorable para reactivar el Plan Estratégico Plurinacional de ESSyCJCB a partir del establecimiento de un Plan de Incidencia política bien orientado al sector público nacional y local con un Directorio representativo de las organizaciones de base cambiando la percepción muy personalizada (centrada en pocas personas) que tiene el movimiento (D9, D2, O3, O1).	De manera operativa a partir de un Directorio reconocido como representativo de las organizaciones de base afiliadas al MESSyCJCB, ampliar la incidencia política a las organizaciones matrices nacionales y departamentales de productores y productoras para volver a vincularse y relacionarse con la finalidad de buscar complementariedad y no confusión de roles (D9, A6).	A partir del reconocimiento del Directorio representativo del MESSyCJCB por parte de las organizaciones matrices de los productores/as del comercio justo, diseñar e implementar un Plan de Incidencia Política con el “concurso comprometido” de las Asociaciones y Redes representativas con la finalidad de incidir de manera directa al sector público, privado y académico a nivel nacional, reconociendo que cada organización matriz afiliada tiene su especialidad temática, fortaleciendo la articulación y complementariedad, y buscando reactivar el Plan Estratégico Plurinacional que contienen los Programas y Proyectos de: difusión y concientización, finanzas solidarias, tecnologías adecuadas de producción bio-estables, sistema de certificación, comercio justo, y lanormativa e institucionalidad haciendo prevalecer la RM: MDPyEP/DESPACHO/No. 293.2010 de 21.12.2010.
En el marco de la estrategia comunicacional, fortalecer el relacionamiento del MESSyCJCB con las oficialías de desarrollo económico productivo de los gobiernos autónomos municipales y, a través de estas, incidir en las juntas de vecinos de las zonas periurbanas	Implementar una estrategia comunicacional al exterior del MESSyCJCB exclusiva para el sector gubernamental (nacional y local), los consumidores y la sociedad civil con la finalidad de comunicar, promocionar y posicionar los principios de la economía solidaria,	Aprovechar el apoyo de organismos de la cooperación como la FAO y otros para financiar personal, equipamiento, medios y mecanismos de comunicación y difusión, paralelamente, aprovechar la coyuntura política favorable para promover propaganda y publicidad	Terminar la propuesta de política de comunicación con la finalidad de buscar financiamiento y apoyo para el establecimiento de un equipo de comunicación idóneo, actualizar los medios de comunicación y difusión así como sus instrumentos y mecanismos y a partir de ello	Implementar una estrategia comunicacional al interior y exterior del MESSyCJCB a nivel nacional buscando la participación y apoyo del sector gubernamental nacional y local y el financiamiento de la cooperación internacional con el propósito de establecer un equipo

<p>y urbanas para el desarrollo de la ESSyCJC (F9, F4, F1, F3, 08).</p>	<p>los criterios de comercio justo, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del comercio justo y sus ventajas y el consumo ético y responsable (F8, F9, F4, A1, A5, A2).</p>	<p>de promoción de la ESSyCJC a nivel nacional (02, D10, D3, 01).</p>	<p>desarrollar acciones enfocadas a la sensibilización de la sociedad civil y los consumidores inmiscuyendo en todo este proceso a los gobiernos central y local (D3, D10, A5, A2).</p>	<p>de trabajo y facilitar los medios y equipamiento necesarios y suficientes con la finalidad de comunicar, promocionar y posicionar los principios de ES y los criterios de CJ al interior y exterior del MESSyCJCB, el sello distintivo de certificación nacional, los productos del CJ y sus ventajas y el consumo ético y responsable.</p>
<p>Establecer un sistema de información y formación práctica, técnica y científica de ESSyCJC con estudios de caso de las experiencias exitosas en el Estado Plurinacional de Bolivia, sobre esta base implementar un observatorio de ESSyCJ en Bolivia (F4, F9, 07).</p>	<p>Realizar un compendio de casos de estudio de experiencias exitosas de las organizaciones matrices afiliadas con la finalidad de incidir directamente en los responsables de las unidades técnicas gubernamentales (nacionales y locales) y promover estudios económicos que demuestren de manera técnica y científica la generación de ingresos de las organizaciones del comercio justo y su aporte al desarrollo nacional y al bienestar de las personas (productores y productoras – consumidores) en el marco del vivir bien; una vez realizado esto, difundir los datos e información técnica al Ministerio de Hacienda, ASOBAN y ASOFIN para promover créditos solidarios en el marco de la ESSyCJC (F4, F9, A1, A4).</p>	<p>Aprovechar el apoyo de organismos de la cooperación como la FAO y otros para promover la realización de estudios e investigaciones técnico-científicas en economía para realizar incidencia técnica ante los gobiernos central y local; justificar este proceso con la demanda de sello nacional y el registro nacional de unidades productivas del comercio justo, asimismo, inmiscuir a la Coordinadora de ESSyCJC no solo como expertos en comercialización, sino también como fuente de experiencias exitosas en el comercio internacional (02, D11, 05, 04).</p>	<p>Financiar estudios técnico-científicos en ESSyCJC y el Registro Nacional de las unidades productivas de la ESSyCJC con la finalidad de incidir en los niveles técnicos de los gobiernos central y local (formadores de decisiones gubernamentales y planes sectoriales) y en el sistema financiero nacional (D11, D4, A1, A4).</p>	<p>Promover la realización de estudios e investigaciones técnico científicas en ESSyCJ, estudios de caso y el Registro Nacional de las unidades productivas del CJ que demuestren el aporte de estas organizaciones a la economía nacional con la finalidad de incidir al nivel técnico de los gobiernos central y local y al sistema financiero nacional para el fortalecimiento de créditos solidarios, a partir de esto, establecer un sistema de información y formación práctica, técnica y científica ESSyCJC y un observatorio nacional.</p>
<p>Hacer “prevalecer” la Resolución Ministerial MDPyEP/DESPACHO/No. 293.2010 de 21 de diciembre de 2010 en el cual se aprueba la “Estrategia Plurinacional de Economía Social Solidaria y Comercio Justo Comunitario” y, a</p>	<p>Apoyar a las organizaciones matrices afiliadas (nacionales o departamentales) en la realización de los eventos y ferias de su especialidad con la finalidad de no provocar confusión de roles y más bien acentuar o destacar la expertise</p>			<p>Promover el establecimiento de un sello del comercio justo a nivel nacional a partir de la intervención de un tercero del sector privado para que no tenga conflicto de intereses con el MESSyCJCB ni con el gobierno.</p>

<p>través de este instrumento, desarrollar los programas y proyectos de: difusión y concientización, finanzas solidarias, tecnologías adecuadas de producción bio-estables, sistema de certificación, comercio justo, y la normativa e institucionalidad, asimismo, establecer un sistema de información y formación práctica, técnica y científica de ESSyCJC con estudios de caso de las experiencias exitosas en el Estado Plurinacional de Bolivia (F8,F9, 05,03,07).</p>	<p>de cada organización, en este contexto, más bien configurar un feria de ESSyCJC multipropósito, anual y principal, a nivel nacional y con invitados internacionales en la cual se realice la feria exposición como tal, show rooms, ruedas de negocios, seminarios, charlas magistrales y eventos artísticos y culturales (F13, F14, A6).</p>			
<p>Promover el establecimiento de un sello del comercio justo a nivel nacional a partir de la intervención de un tercero del sector privado para que no tenga conflicto de intereses con el MESSyCJCB ni con el gobierno (F8, 05).</p>				<p>Apoyar a las organizaciones matrices afiliadas en la realización de sus eventos y ferias de su especialidad con la finalidad de no provocar confusión de roles y más bien acentuar o destacar la expertise de cada organización, en este contexto, más bien como MESSyCJCB configurar un feria de ESSyCJC multipropósito, anual y principal, a nivel nacional y con invitados internacionales en la cual se realice la feria exposición, show rooms, ruedas de negocios, seminarios, charlas magistrales y eventos artísticos y culturales.</p>