Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria en América Latina

Sistematización de una experiencia 2006-2007 de

ESTACION A
NUCLEO CULTURAL

Apoyan:

AVINA

ifat

ESTACION A
NUCLEO CULTURAL

Administración
Ricardo Pérez 917
Exposición y ventas
Gral. Díaz c/ Ricardo Pérez (Estación del Ferrocarril)
Tels.: 595-291 432258 - 595-291 432696
E-mail: estacion@hipuu.com.py
Areguá, Paraguay

FICHA TECNICA

Estación A – Núcleo Cultural. Articulación y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria en América Latina. Sistematización de una experiencia. Areguá, 2008.

Gabriela Frers	Dirección del Proyecto
Irene Codas	Secretaria
Miriam Leiva	Contadora
Beatriz Pavón	Asistente de Comunicación
Vladimir Velázquez	Responsable de la sistematización
Vanessa Tio-Groset	Diseño

ÍNDICE

1 **Introducción** 5

2 **Contexto y antecedentes** 7
a. El campo institucional y social de la economía solidaria y el comercio justo 7
b. La travesía de Estación A-Núcleo Cultural 8
c. El análisis fundante del proceso 11

3 **El Proyecto** 13

4 **IFAT-LA: incidencia en la Red y la vocalía de desarrollo de mercados y comunicación** 17
a. La vocalía de desarrollo de mercados y comunicación 18
b. La investigación de mercados y los enlaces para favorecer la comercialización 18
c. Investigación sobre mercados 23
d. El desafío de incorporar la identidad cultural a las redes de comercio justo 27

5 **Espacio Mercosur Solidario: un espacio abierto de la sociedad civil** 29
a. Por qué este espacio y por qué un espacio 29
b. El camino andado, el modo de caminar 31
c. Aprendizajes y desafíos 32

6 **La promoción de la economía solidaria y del comercio justo en Paraguay** 35
a. El Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay 35
b. De articulaciones, asesoramientos y capacitaciones 37
c. El Proyecto Artequides 38
d. Diseño de nuevos productos 39
e. Catálogo de nuevos productos 40

7 **Ventas promovidas** 49

8 **Conclusiones** 51

9 **Anexos** 53
a. Directorio de socios y socias de AVINA vinculados a economía solidaria y comercio justo
b. Directorio de organizaciones integrantes de IFAT-LA
c. Directorio de organizaciones integrantes de la Asociación de Economía Solidaria y Comercio Justo de Paraguay (antes, Grupo Impulsor)
d. Contactos institucionales e individuales cultivados durante el proceso
e. Estudio sobre la situación y tendencias del comercio justo en Europa
f. Estudio sobre la situación y tendencias del comercio justo en Norteamérica

INTRODUCCION

El presente documento constituye la sistematización de una experiencia, impulsada por la organización paraguaya Estación A-Núcleo Cultural, en alianza con una pluralidad de organizaciones. El Proyecto "Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria" toma inicio en abril del 2006, con previsión de ejecución de un año, lo que se postergaría por otro más, atendiendo a las circunstancias y el devenir de los acontecimientos.

El Proyecto se planteó como objetivo general "articular iniciativas vinculadas al comercio justo entre las redes de economía solidaria, fortaleciendo las iniciativas locales, creando puentes y sinergias entre actores latinoamericanos, optimizando recursos y oportunidades, con énfasis en la difusión del modelo de comercio justo y la comercialización de productos latinoamericanos". Como objetivos específicos, "favorecer la vinculación de los actores involucrados y la optimización de recursos a través de la sistematización de información relativa al comercio justo y su difusión a las redes (local, regional e internacional)" y "mejorar las capacidades de productores/as y miembros de redes de comercio justo de Paraguay y algunos contactos de la región latinoamericana para la producción y comercialización en el mercado justo".

El análisis fundante de su planificación contempla la información dispersa, vínculos débiles sino insuficientes entre personas y organizaciones, falencias en capacidades de productores e insuficiente conocimiento sobre mercados externos, reales y potenciales.

El proceso desarrollado tiene como escenarios centrales a redes con trayectoria y algunos emergentes: la asociación internacional de comercio justo (IFAT), la red de socios de AVINA, el Espacio Mercosur Solidario y el Grupo Impulsor de Comercio Justo del Paraguay, recientemente renombrado como la "Asociación Paraguaya para la promoción del comercio justo y la economía solidaria".

De los objetivos de la sistematización

La misma tuvo como objeto reconstruir el proceso vivido, buscando dilucidar las condiciones y las estrategias que hicieron posible la experiencia (por qué fue así y no de otra manera), con énfasis en:

- Las estrategias impulsadas para la promoción, la comunicación y la articulación entre actores
- Los aprendizajes construidos al interior de cada espacio de articulación y entre los mismos
- Los principales resultados a nivel regional y a nivel nacional (Paraguay)
- Los desafíos

1

Introducción

La sistematización inicia con una contextualización, la cual permite visualizar el "mundo del comercio justo y la economía solidaria", así como la travesía que recorrió Estación para ingresar al mismo y lograr un protagonismo rápido y creciente. Antecedentes que explican el diseño del Proyecto, objeto de la sistematización.

La RED IFAT es objeto de un apartado específico, particularmente las acciones promovidas en su marco. Reciben énfasis, en tal sentido, los procesos impulsados desde la "Vocalía de desarrollo de mercados y comunicación", instancia que posibilita el enlace con una multiplicidad de personas y organizaciones, socias o no a la Red IFAT. Este Apartado ofrece además información acerca de mercados reales y potenciales desde el punto de vista de los movimientos de comercio justo y economía solidaria.

El Espacio Mercosur Solidario, el cual camina hacia su consolidación, es tematizado como experiencia fértil de diálogo y articulación a nivel regional. Las principales observaciones hacen referencia a los por qué de este espacio, el camino andado y el modo de caminar. De la misma manera, es tematizada la experiencia del Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, convertido recientemente en una asociación, la cual amplia su horizonte con la inclusión del concepto de economía solidaria. Estrategias complementarias de promoción y articulación en el país también son analizadas.

El documento también ofrece datos acerca de ventas promovidas, directa e indirectamente, organizaciones que participan del campo institucional y social de la economía solidaria y el comercio justo, organizaciones contrapartes del proceso, tanto relacionadas a la Fundación AVINA, como a IFAT. Asimismo, investigaciones hechas sobre las tendencias de la economía solidaria y el comercio justo en el mundo.

Contexto y Antecedentes

El campo institucional y social de la economía solidaria y el comercio justo

La economía solidaria y el comercio justo aluden a conceptos pero también a movimientos sociales originados a mediados del siglo XX, en concomitancia con la internacionalización del capitalismo, asumiendo un carácter internacional al inicio, global, después (al menos en su pretensión). Proponen o buscan una alternativa al modelo hegemónico de economía, marcado por la ausencia de solidaridad y de justicia - de allí la presencia de los adjetivos en ambos conceptos. Denuncian la producción de desigualdad, pobreza y la expoliación de la naturaleza, los cuales se acentúan principalmente en los países sub-desarrollados, ubicados, en general, en el sur del plantea.

Muchos hablan de la recuperación de lógicas económicas presentes en otras culturas, lo que no significa un retorno al pasado. Los movimientos y las organizaciones apuntan preferentemente al trabajo con artesanos, campesinos e indígenas, tres de los sectores más golpeados por el modo dominante de economía, que en los tiempos actuales, es denominado neoliberalismo.

Si bien ambos conceptos están relacionados – de hecho la comercialización es parte de la economía -, en términos de movimientos, tienen historias paralelas, con encuentros y desencuentros. La economía solidaria pone énfasis en el proceso económico total, el comercio en la transacción o el intercambio entre productor-intermediario-consumidor final. La tendencia actual apunta a la articulación de las organizaciones que trabajan desde uno u otro concepto.

La economía solidaria propone prácticas económicas - producción, distribución, consumo y acumulación – "con sentido solidario y con actitud crítica frente al modelo de desarrollo que produce riqueza generando miseria, subordinando y explotando al trabajo y la naturaleza"[1] . La heterogeneidad de organizaciones en el mundo que trabajan en el marco de este concepto, comporta diferencias de enfoques y metodologías, pero, según varias personas, tienen en común la promoción de la justicia, la participación, el asociativismo y la convivencia armónica entre humanos y entre éstos y la naturaleza.

El comercio justo es una alternativa al comercio tradicional regido exclusivamente por la oferta y la demanda, proponiendo la atención de valores éticos, sociales y ecológicos. A diferencia de la economía solidaria, cuyo origen se distribuye en distintas partes del mundo y en diferentes escalas, el comercio justo nace de la relación entre países productores del Sur e importadores del Norte. Algunos de los principios que lo rigen son condiciones equitativas, pagos justos al productor y precios justos para la venta, respetando las condiciones de trabajo seguras y el medio ambiente.

En los últimos años, se observa un interés creciente por parte de varias organizaciones en la economía solidaria y el comercio justo. En Europa, continente prolífico de organizaciones relacionadas a estos temas, se observa un dinámico proceso que envuelve a organizaciones de la cooperación internacional, tiendas, organización de consumidores y ONGS.

No obstante los avances, aún son muchos los desafíos, habida cuenta de la dominancia de la lógica globalizada del mercado, privilegiando casi exclusivamente a los grandes capitales para la producción y distribución de productos y servicios. Si bien es importante en ciertos lugares del norte, en términos generales, aún es marginal la presencia en el mercado de productos o servicios provenientes de la economía solidaria y el comercio justo. Y no resulta fácil producir y com-

[1] Definición hecha por Pablo Guerra (Uruguay).

petir en un mundo que concentra el conocimiento, la tecnología y el capital, y donde el consumo está altamente condicionado por una publicidad transnacional.

La trama de organizaciones y redes de organizaciones – muchas de carácter internacional, la mayoría constituidas en los años 80 y 90- en torno a la economía solidaria y el comercio justo, es tupida y compleja, no exenta de diferencias y contradicciones. La misma habilita escenarios y oportunidades para el ejercicio de prácticas de economía solidaria y comercio justo. Organizaciones integrantes y organizaciones y personas cercanas a las organizaciones integrantes, pueden producir o comercializar – o apoyar a que otros lo hagan – productos y servicios. Habilita, de cierta forma, un mercado alternativo y, lo que es importante en estos tiempos, global.

Las organizaciones que participan activamente en esta trama son diversas, según la función o el interés que tengan en el proceso económico: producción, importación, cooperación, venta, consumo. Ser parte de ella exige condiciones y capitales (cultural, social, económico) no fáciles de conseguir, por lo que es inferior la participación de organizaciones de base.

La búsqueda de una alternativa a la economía o al comercio dominante no es monopolio de la trama institucional y social mencionada. En el mundo, abundan esfuerzos individuales y colectivos al respecto. Sin embargo, la inserción a este campo institucional y social amplifica las oportunidades, pero también los desafíos.

La travesía de Estación A, Núcleo Cultural

El campo institucional y social de economía solidaria y comercio justo constituye parte del escenario en el cual se inserta el proceso protagonizado por Estación A-Núcleo Cultural, y que es objeto de esta sistematización.

Estación A, organización civil sin fines de lucro, nació en 1999, como espacio de promoción comunitaria, ocupando la antigua sede de la Estación del Ferrocarril de la ciudad de Aregua (parte de la región metropolitana de Asunción/capital del país), bajo el impulso de Gabriela Frers y Oscar Ortega, artistas y promotores culturales. Sus primeros trabajos, basados en el voluntariado, se orientaron a la revitalización del patrimonio arquitectónico de la Estación del Ferrocarril, la promoción comunitaria y cultural del entorno. Hasta hoy siguen sus actividades fundantes: una feria artesanal acompañada de expresiones artísticas, que recibe a los paseantes del tren, todos los domingos; y circuitos turísticos en Areguá y el entorno desde la óptica cultural y social.

El interés de Gabriela y Oscar junto a las oportunidades y las necesidades detectadas,

ALGUNAS REDES DE ECONOMIA SOLIDARIA Y/O COMERCIO JUSTO

En EUROPA

• Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT)
www.ifat.org

• Fairtrade Labelling Organizations Internacional
www.fairtrade.net

• Organización Europea de Comercio Justo (EFTA)
www.efta.int

• Red Europea de Tiendas de Comercio Justo (NEWS)
www.worldshops.org

• Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS)
www.ripess.net

En LATINOAMERICA

• Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC)
www.relacc.org

• Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS)
www.ripess.net

• Asociación IFAT Latinoamérica de Comercio Justo (IFAT LA)
www.ifat-la.org

• Espacio MERCOSUR Solidario Mesa latinoamericana de Comercio Justo

motivaron la profundización del trabajo con artesanos y artesanas de la región, individuales y asociados, apoyando la comercialización y el diseño de nuevos productos. Esto, sumado al trabajo comunitario con jóvenes, mujeres y otros grupos poblacionales, les acercó a otras organizaciones e instituciones públicas, con las cuales Estación A fue entablando relaciones de cooperación, algunas puntuales, otras sistemáticas, que perduran hasta hoy, iniciándose un proceso acumulativo que fortaleció el capital social de la organización. En tal sentido, cabe destacar el contacto y posterior relacionamiento de Gabriela Frers con la Fundación AVINA, organización que se asocia con personas para promover el desarrollo sostenible en América Latina.

En el 2001 entabla por primera vez relación con una agencia de cooperación internacional, Fondo Canadá, cuyo apoyo favoreció la instauración del Centro Artesanal de la Cuenca, un espacio de comercialización para artesanas y artesanos de la Cuenca del Lago Ypacarai. En paralelo y en alianza con otras organizaciones civiles, impulsa otros proyectos, referidos a la promoción de la participación comunitaria, particularmente de sectores juveniles y artesanales, con apoyo de varias organizaciones, entre ellas AVINA.

El Centro Artesanal de la Cuenca se aprovecha y profundiza la relación de cooperación de la organización con artesanos y artesanas, así como con organizaciones e instituciones vinculadas a la promoción artesanal y turística. La publicación, en el 2002, de la página web institucional de Estación A, habilita un nuevo canal de comunicación y de comercialización y, lo que es más importante, habilita la exploración del mundo, ancho y ajeno. Comienza ahí una búsqueda incesante de otras experiencias similares a la de Estación, de organizaciones con las cuales entablar alianzas y de oportunidades de comercialización. La búsqueda enseña que la comercialización en otros países, principalmente de Europa, es favorecida a partir de la relación con organizaciones y redes de comercio justo. La búsqueda termina conectando a Estación A con la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT).

Criterios que rigen la membresía de IFAT

- Compromiso con el comercio justo.
- Transparencia.
- Ética.
- Condiciones de trabajo (ambiente seguro, condiciones humanas, materiales y tecnología apropiados).
- Empleos con igualdad de Oportunidades (no discriminación de raza, edad, género, etc.).
- Preocupación por las personas (oportunidad de desarrollo).
- Preocupación por el medio ambiente.
- Respeto a la identidad cultural de los productores.
- Educación y promoción y defensa del comercio justo.

En 2004, IFAT lanzó el sello FTO el cual identifica mundialmente a las Fair Trade Organizations (Organizaciones de Comercio Justo) y garantiza que los criterios relativos a condiciones de trabajo, remuneración, trabajo infantil y el medio ambiente estén siendo respetados. Estos criterios son verificados por medio de auto-evaluaciones, revisiones mutuas, y verificaciones externas. El sello FTO está disponible para todos los miembros de IFAT que cumplen los requisitos del Sistema de Monitoreo y Criterios de la IFAT. Hasta el momento, más de 150 organizaciones se han registrado.

IFAT es una red creada en 1989 que unifica las Organizaciones de Comercio Alternativo (ATOs) en África, Asia, Europa, Latinoamérica, Norteamérica y los países de la ribera el Pacífico. Su misión consiste en mejorar el sustento y las condiciones de vida de los artesanos y agricultores en desventaja, vinculando y promoviendo las organizaciones de comercio justo, tanto en los países del norte como en aquellos en vía de desarrollo, así como también impulsando la justicia en el comercio mundial. Está compuesta por más de 350 miembros en 60 países.

En el 2003 Estación solicita la membresía a IFAT, aplicando una serie de procedimientos de evaluación institucional. Nueve meses después, ya en el 2004, la solicitud es aceptada, siendo Estación A la primera organización paraguaya integrante de esta red internacional[2] . Un año después, en el 2005, realiza la primera exportación a una empresa miembro de IFAT, Dix Mille Villages, utilizando la web para la oferta de productos y el mail para las negociaciones. Posteriormente,

[2] En el país, la Azucarera Iturbe y la Azucarera Manduvirá tienen certificación de FLO (www.fairtrade.net), la cooperativa X está asociada a...

otras exportaciones fueron hechas en periodos de tiempo distanciados, evidenciándose varios desafíos: las dificultades para producir artesanía a gran escala, sea para mantener un estándar solicitado por el cliente, sea por la capacidad de producción del artesano, que en general , trabaja de forma individual (se trata de artesanía); la necesidad de posicionar en el mercado del comercio justo productos ofertados, a través de conexiones/alianzas a ser identificadas y cultivadas previamente; la necesidad de identificar "mercados" para los productos paraguayos, poco conocidos en el extranjero y en las redes de comercio justo y economía solidaria.
Estación A se inserta a IFAT en el momento en que esta red impulsa su regionalización, esto es, la conformación de sedes regionales. Es en mayo del 2005, cuando se crea IFAT-LA, la sede de América Latina, durante la octava Conferencia Anual de la organización, realizada en Quito, Ecuador. Sus objetivos son promover el comercio justo en la región latinoamericana, favorecer el desarrollo de nuevos mercados, así como la creación de una plataforma para un trabajo más efectivo en la interacción y construcción de redes entre los miembros.

Estación A participa activamente de los espacios de conformación de IFAT-LA, tomando un protagonismo importante en las discusiones, lo que, sumado a su actividad de ventas – que implica el relacionamiento con múltiples organizaciones integrantes de la Red – favorecieron su elección como parte del Consejo Directivo de la sede regional, asumiendo la vocalía de desarrollo de mercados, cuyas funciones apuntan a la investigación y detección de nuevos mercados, la promoción de alianzas estratégicas para organizaciones socias de la región, y la ejecución de mecanismos de comunicación que faciliten el enlace para la comercialización.

Estación intensifica así su relacionamiento con organizaciones integrantes de IFAT, organiza la publicación de un boletín digital, prepara materiales promocionales sobre organizaciones y productos latinoamericanos, y, posteriormente, la web para la sede regional. En el marco de "La Marcha Global" (celebración anual del día mundial del Comercio Justo cada segundo sábado de mayo), el 13 de abril de 2005, organiza en Paraguay, el primer Foro de Comercio Justo, ocasión en la cual se crea el Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, con la participación de 15 organizaciones de la sociedad civil. Participaron de esta actividad, 40 personas representantes de organizaciones, instituciones públicas, empresas, agencias internacionales de cooperación y medios de comunicación.

Gabriela Frers, atendiendo a las oportunidades y los desafíos cosechados, tanto en la Red de IFAT, como en la de AVINA – la cual en el 2005 tenía a más de 40 personas asociadas trabajando en economía solidaria y/o comercio justo – impulsa un proyecto experimental de tres meses (octubre-diciembre 2005), co-financiada por Avina Asunción, cuyas acciones vinieron a fortalecer los desafíos de la vocalía de desarrollo de mercados: una gira por Europa que favoreció el enlace con varias importadoras, la promoción de productos de diferentes países de América Latina, la concreción de la visita de una representante de IFAT Alemania a Paraguay, cuya reunión con varias organizaciones posibilitó posteriormente la venta de productos paraguayos por más de US$ 100.000. La participación en varios encuentros de intercambio de la región latinoamericana fue sustancial, entre otras cosas, para sentar las bases de la agenda 2006. El proyecto también permitió el afianzamiento del novel Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, conformado pocos meses antes.

El análisis fundante del proceso

El Proyecto piloto y el ejercicio de la vocalía de desarrollo de mercados de IFAT-LA ayudaron a visualizar mejor el escenario de la economía solidaria y el comercio justo en la región. Estos conceptos aún se encuentran en una etapa de desarrollo incipiente, siendo la articulación insuficiente aún entre organizaciones y redes vinculadas, lo que dificulta el aprovechamiento de oportunidades y recursos disponibles.

Algunas de los factores principales que influyen en la situación son:

• Información dispersa, no sistematizada sobre comercio justo y economía solidaria, así como sobre iniciativas existentes en la región.
• Vínculos débiles y/o insuficientes entre personas que trabajan en comercio justo y economía solidaria dificultando acciones articuladas y la optimización de recursos.
• Débiles capacidades de los productores/as para mejorar la producción y comercialización (calidad, responsabilidad, diseño, cálculo de costos para precios competitivos y justos, etc.) entre los mismos países latinoamericanos y entre Latinoamérica y Europa, Estados Unidos y Canadá.
• Insuficiente conocimiento acerca de los mercados existentes (situaciones, tendencias), por parte de los actores involucrados, lo que dificulta el desarrollo de productos adecuados o la inserción de productos en nuevos mercados.

Este análisis llevó a Estación concebir el Proyecto “Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria”, a ser ejecutado a partir del 2006, con apoyo de AVINA.

Cronología de algunos hechos importantes

1989	Fundación de IFAT
1999	Fundación de Estación A
2001	Creación del Centro Artesanal de la Cuenca / Programa de Estación Gabriela Frers y AVINA Asunción inician sociedad
2002	Publicación de web institucional de Estación A: acentuación de comunicaciones internacionales
2003	Contacto con IFAT, solicitud de membresía, proceso evaluación para el efecto
2004	Aceptación de la membresía de Estación por parte de IFAT
2005	Creación del Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay
Mayo 2005	Creación de IFAT-LA Estación A integra el equipo director de IFAT-LA, asumiendo la vocalía de desarrollo de mercados
Octubre-diciembre 2005	Proyecto “Fortalecimiento de articulaciones en torno al Comercio Justo”, con apoyo de AVINA Asunción
Abril 2006	Inicia Proyecto “Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria”

El Proyecto

El Proyecto "Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria" (El Proyecto, en adelante) toma inicio en abril del 2006, con previsión de ejecución de un año, lo que se postergaría por otro más, atendiendo a las circunstancias y el devenir de los acontecimientos. El análisis fundante de su planificación, como se ha visto, contempla la información dispersa, vínculos débiles sino insuficientes entre personas y organizaciones, falencias en capacidades de productores e insuficiente conocimiento sobre mercados externos, reales y potenciales. El Proyecto plantea su actuación, principal aunque no exclusivamente, en el escenario que configuran dos redes importantes y un espacio emergente, con pretensión de trabajo en red.

La primera red hace a las personas asociadas a AVINA (www.avina.net) en América Latina, de la cual hace parte Gabriela Frers, líder del Proyecto. Son personas en el continente, vinculadas a organizaciones de la sociedad civil y a empresas, que impulsan iniciativas diversas bajo el lema del desarrollo sostenible. De estas personas, según un sondeo hecho en el momento del diseño del Proyecto, alrededor de 50 están vinculadas con iniciativas referidas, directa o indirectamente, a economía solidaria y comercio justo (ver directorio estas personas en Anexos).

La segunda red es IFAT, la cual aglutina a más de 350 organizaciones en todo el mundo (organizaciones de productores, ONGs, cooperativas, importadoras, tiendas), y, en ese marco, IFAT-LA o, dicho en otras palabras, la sede latinoamericana de IFAT, de la cual hacen parte 43 organizaciones provenientes de 13 países (ver directorio de integrantes en Anexos). Dato importante constituye la participación de Estación A en el Directorio Ejecutivo de la sede regional.

El espacio emergente con pretensión de trabajo en red es el "Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay", instaurado un año antes del inicio del Proyecto, y conformado, en ese entonces, por 10 organizaciones civiles, 3 empresas y 2 instituciones públicas.

Cabe destacar también la conformación, antes del inicio del Proyecto, del Grupo Atlántida, de la mano de varias personas asociadas a AVINA, con la participación de organizaciones civiles del Cono Sur, entre ellas Estación A. Este grupo desembocaría posteriormente en la conformación del Espacio Mercosur Solidario, espacio de intercambio, reflexión y acción en el contexto del Mercosur. El desarrollo de este espacio se favorece del Proyecto, así como éste desarrolla varias de sus acciones a través del mismo.

Objetivos

El Proyecto se planteó como objetivo general "articular iniciativas vinculadas al comercio justo entre las redes de economía solidaria, fortaleciendo las iniciativas locales, creando puentes y sinergias entre actores latinoamericanos, optimizando recursos y oportunidades, con énfasis en la difusión del modelo de comercio justo y la comercialización de productos latinoamericanos". Como objetivos específicos, "favorecer la vinculación de los actores involucrados y la optimización de re-

Datos generales del Proyecto

Nombre del Proyecto
Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria

Organización Ejecutora
Estación A-Núcleo Cultural

Principales organizaciones contrapartes
IFAT, IFAT-LA, Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, Espacio Mercosur Solidario

Tiempo planificado del Proyecto
12 meses – abril 2006 a marzo 2007

Tiempo de ejecución
23 meses – abril 2006 a noviembre 2007

Alcance
Latinoamérica, particularmente Paraguay, Chile, Uruguay, Argentina y Brasil.

Agencia Financiadora
Avina Asunción

cursos a través de la sistematización de información relativa al comercio justo y su difusión a las redes (local, regional e internacional)" y "mejorar las capacidades de productores/as y miembros de redes de comercio justo de Paraguay y algunos contactos de la región latinoamericana para la producción y comercialización en el mercado justo".

Como se observa, no se propone iniciar proceso alguno, sino fortalecer los existentes (lo que puede implicar la ampliación, diversificación), actuando fundamentalmente como catalizador y canalizador. La idea de puente sugiere la promoción de enlaces entre organizaciones separadas sea por la ausencia de información, sea por el desconocimiento mutuo o por la carencia de recursos. La sinergia, como se sabe, alude a la integración de elementos - en este caso de personas, organizaciones e iniciativas –que da como resultado algo más grande que su simple suma. El mejor aprovechamiento y la maximización de las fortalezas y las oportunidades constituyen ejes centrales del objetivo general.

El ámbito de actuación es diverso. Es evidente el acento regional, o sea en América Latina, así como el nacional o local, o sea, Paraguay. Pero las finalidades y los escenarios hacen que la actuación suceda también en el plano internacional, cosa favorecida actualmente por las tecnologías de comunicación. La simultaneidad en estos distintos "niveles" de actuación es un hecho tácito en la planificación, como se verá mejor más adelante.

El Proyecto adopta los conceptos de comercio justo y de economía solidaria, lo que incrementa la complejidad, sugiriendo, desde el inicio, la trascendencia a las finalidades directas de una red como IFAT, cuyo acento está puesto en el comercio justo.

Planteamiento estratégico

Son 6 las líneas de acción adoptadas:

1. La promoción de oportunidades de comercialización: facilitando el acceso a los mercados existentes o apoyando la generación de nuevos mercados.

2. La producción de información: organizando la que está dispersa y generando aquella que responda a las demandas más sentidas.

3. El impulso de mecanismos de comunicación: atendiendo principalmente a los desafíos y las oportunidades de la vocalía de desarrollo de mercados (y de comunicación, como más tarde se ampliará), que implican la publicación de boletines, revistas, páginas web, la atención de consultas y la difusión de noticias.

4. La capacitación y el asesoramiento: sea para incrementar conocimientos y capacidades, tanto de organizaciones de base como de organizaciones de "segundo piso", sea para facilitar la inserción en el campo institucional y social de la economía solidaria y el comercio justo, sea para fortalecer procesos en marcha.

5. La promoción de espacios de intercambio: significa principalmente apoyar la participación de organizaciones en la dinámica y prolífica agenda de encuentros del campo de la economía solidaria y el comercio justo, así como apoyar la organización de encuentros que favorezcan el intercambio, la reflexión, la capacitación y la comercialización.

6. La incidencia en políticas públicas: si bien el acento en está línea no es prioritario, varias acciones exigen el relacionamiento con instituciones públicas, la instauración de políticas, programas y proyectos por parte de las mismas.

De resultados e indicadores:

El diseño inicial plantea como indicadores generales:

• Al menos 20 nuevas organizaciones se vincularon e iniciaron articulaciones.
• Al menos 4 nuevas exportaciones en Paraguay por un monto aproximado de USD 100Mil, y 6 de otros países por un monto aproximado de USD 50Mil.

En términos más específicos, aparecen resultados como:

• La instauración y actualización de una base de datos.
• La difusión de publicaciones, noticias e informaciones a un número mínimo de personas (150).
• Participación en por lo menos 4 encuentros de intercambio por parte de organizaciones involucradas con el Proyecto.
• Un mínimo de 30 productores y miembros de ONGs de Paraguay, han adquirido nuevas prácticas y conocimientos en desarrollo de productos
• 20 asesoramientos personalizados, realizados a socios de Paraguay y otras representaciones.
• 5 nuevos productos desarrollados por Estación A en Paraguay.
• 60 personas capacitadas en adecuación del diseño de productos a la demanda para hacerlos exportables.

De beneficiarios

Se observa que, además de personas y organizaciones vinculadas a las redes y espacios citados anteriormente, aparecen personas y organizaciones interesadas o con potencial en el comercio justo y la economía solidaria. Un sector clave está constituido por los productores, sean individuales u organizados, quienes hacen a los sujetos más importantes de estos procesos, pero, paradójicamente, con menos protagonismo en el campo institucional y social.

Finalmente, cabe señalar que el grupo humano conformado para el Proyecto, fue integrado por una directora, un asistente medio tiempo, una contadora y un representante en Europa, el cual acompañó las gestiones sólo en los primeros meses.

Organizaciones Integrantes de IFAT-LA

•Asociación Mujeres Microempresarias
•Fundación Silataj
•Arte y Esperanza
•Acción Creadora Acre
•Asociación Artesanal Señor de Mayo (ASARBOLSEM)
•Asociación de Artesanos Q'Antati
•La Coronilla/ASAP – PACHAMAMA
•Artesanato Solidário
•Cataratas do Iguacu Produtos Organicos - Gebana Brasil
•Conselho Geral da Tribo Sateré-Mawé CGTSM
•Visao Mundial Brazil
•Asociación Mundareu
•Comparte
•Cooperativa Campesina Apícola Valdivia (APICOOP)
•Fundacion Chol-Chol
•Fundación Solidaridad
•Frutos de los Andes Fruandes Ltda.
•Fundaglobal Fundación
•Coop. de Prod. Agropec. y Serv. Multl. de Trab. Bananeros del Sur- COOPETRABA-SUR
•Camari
•Centro de Exportaciones Grupo Salinas
•Corporación RELACC/Fundacion Pro Pueblo
•Fundación SINCHI SACHA
•Maquita Cushunchic (MCCH)
•Asociación Crecer
•Coop. Regional de Producción Agropecuaria La Sureñita (COREPROSUL)
•Velas La Luciernaga
•Asoc. Acciones p el Des. Poblacional (A.D.P.)
•Artcamp Artesanas Campesinas S.C. de R.L.
•Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo RI (UCIRI)
•Unión Progresista Artesanal (UPA)
•Xochipilli A.C.
•Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores del Comercio Justo (CLAC)
•Estacion A - Nucleo Cultural
•Candela Peru
•CIAP-Intercrafts Peru SAC
•Importadora Exportador DELTA s.a.c. Peru
•Instituto de Desarrollo Urbano – CENCA
•Manos Amigas S.A.
•MINKA
•Artesanos Productores Tawantinsuyo Tecnología y Ecología (APTEC)
•SES Export S.R.L.

Consejo Directivo de IFAT-LA

Presidenta y Representante ante el Comité Internacional:
Ileana Cordon, Asociación Crecer, Guatemala.
Vicepresidenta: **Catalina Sosa**, Fundación Sinchi Sacha, Ecuador.
Secretaria – Tesorera: **Ana Asti**, Asociada Individual, Brasil.
Vocal 1 (Comunicación y Desarrollo de Mercados):
Gabriela Frers, Estación A - Núcleo Cultural, Paraguay.
Vocal 2 (Incidencia): **Rubén Tapia**, RELACC, Ecuador.
Vocal 3: **Gerardo Wijnant**, Comparte, Chile.
Vocal 4: **Juan Eduardo Henriquez**, Apicoop, Chile.
Directora Ejecutiva: **María del Pilar Albareda**.

IFAT- LA:
Incidencia en la red y la vocalía de Desarrollo de Mercados y Comunicación

La participación de Estación A en el Consejo Directivo de IFAT-LA implica, además del ejercicio de la función de vocalía de desarrollo de mercados y comunicación[3] , la atención de temas que hacen a la conducción de la sede regional y, por extensión, a la incidencia en las políticas generales de IFAT internacional.

IFAT-LA, que en el 2008 alcanza su tercer año de existencia, es expresión de la dinámica general de IFAT internacional, red que ha planteado su regionalización, esto es, el impulso de sedes regionales, con relativa autonomía, en los distintos continentes. Este proceso es dinámico y dialéctico: su desarrollo implica la actuación tanto de los miembros que conducen IFAT internacional, como de aquellos que conducen las sedes regionales existentes, actuaciones que se influyen recíprocamente. El plan estratégico 2007-2010 de la sede latinoamericana contempla, además de las áreas de desarrollo de mercados, incidencia y monitoreo, el fortalecimiento de la red regional.

La conformación del directorio de IFAT-LA, el funcionamiento de una secretaría ejecutiva con recursos propios y la obtención de la personería jurídica son logros institucionales importantes. El consejo directivo protagoniza una gestión dinámica, que está posicionando a IFAT-LA como una instancia representativa de la región, capaz de mediar, interceder y relacionarse, en igualdad de condiciones, con otras sedes regionales de IFAT Internacional. Un dato también importante constituye la movilización de financiamiento con organizaciones como la Fundación Ford, FIDA, Daws, Noviv y GEPA. Financiamiento múltiple que apoya la ejecución de actividades de la secretaría regional y las distintas vocalías, entre ellas, la de desarrollo de mercados y comunicación, constituyéndose, por lo tanto, en contrapartida de los fondos aportados por Avina, y a la inversa.

Un asunto clave en la orientación de la sede regional es la incidencia en las políticas de IFAT internacional, la cual, según varios miembros latinoamericanos, son tributarias de una visión del norte, esto es, la promoción del comercio justo vista desde los países desarrollados. La incorporación de la mirada de los países del sur, particularmente de una “mirada latinoamericana”, constituye un desafío estratégico. En tal sentido, un cometido central se refiere a la promoción de relaciones de intercambio Sur-Sur, de modo a ampliar no solo los posibles mercados (hasta ahora restringidos en el Norte), sino promover la interrelación entre organizaciones diversas al interior de la propia región.

El hito mayúsculo constituye la aprobación por parte de la última Asamblea de la IFAT Internacional, de la propuesta presentada por la sede de América Latina, consistente en la incorporación de un estándar nuevo, entre los ya existentes, referente a identidad cultural. La proposición, liderada por Gabriela Frers, pasa ahora a la siguiente etapa: la construcción de indicadores para velar la identidad cultural de los productos y servicios comercializados desde el comercio justo. Más adelante se destina un apartado específico a este asunto.

[3] Al inicio la vocalía se denomina “desarrollo de mercados”, el término “comunicación” se incorpora a inicios del 2007.

La vocalía de desarrollo de mercados y comunicación

El objetivo específico de esta vocalía, integrante del Consejo Directivo de IFAT-LA, es favorecer la ampliación de mercados para las organizaciones miembros pertenecientes a la región latinoamericana.

Un plan de trabajo ha organizado acciones en torno a la comunicación institucional y el desarrollo de mercados, aspectos interrelacionados que implican la puesta en funcionamiento de medios y modos de comunicación e interrelación: la comunicación -virtual o presencial- con decenas de personas y organizaciones por semana, la realización de giras por países de Europa, la representación de IFAT-LA en encuentros realizados en la región, la facilitación para la participación de organizaciones, socias y no socias de IFAT, en encuentros realizados en la región y en otros continentes, la publicación de boletines, periódicos y folletos, la investigación sobre mercados existentes y las tendencias de la economía solidaria y el comercio justo en el mundo.

Las distintas acciones de la vocalía suceden a partir del diálogo permanente con los otros integrantes del Consejo Directivo y, no pocas veces, a través de consultas a toda la membresía de IFAT-LA.

Imagen y web institucional

Se ha diseñado el logo de IFAT-LA atendiendo a conceptos como identidad y pertenencia, reflejadas en los colores, manteniendo la tipografía de IFAT global, agregándole el LA de Latinoamérica y un fondo de contraste. Se buscó integrar la diversidad latinoamericana en un concepto simple pero fresco con colores que aluden a la naturaleza.

Logotipo IFAT-LA

La vocalía asumió la administración de la web institucional, principal medio de comunicación de la red, tanto al interior de su membresía, así como con otras sedes regionales y cualesquiera organizaciones interesadas. El diseño y la estructura de la web fueron replanteados totalmente a mediados del 2007, atendiendo a criterios como iconos y estéticas de la diversidad latinoamericana, preponderancia visual tanto de sujetos protagonistas, como de sus productos o servicios, apelándose a colores vivos que evocan la riqueza natural y cultural de la región. Según cómputos que van desde el 2 de marzo de 2007, se han registrado 11.727 entradas o páginas visitadas.

Este medio de comunicación, accesible en idioma español, y próximamente también en inglés, ofrece información histórica y conceptual acerca del comercio justo, la institucionalidad general y,

Web IFAT-LA

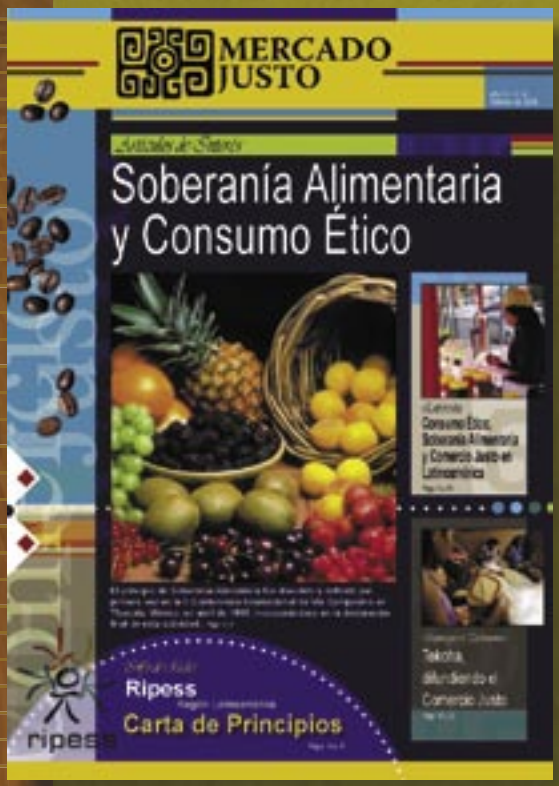
particularmente, regional de IFAT; los procedimientos para hacerse miembro, eventos previstos, productores/as y productos, ofertas y demandas de organizaciones de la región y de otros continentes. Tiene enlace virtual con todas las organizaciones integrantes de la membresía.

Es a través de la web como cualquier persona interesada consulta sobre la institución o temas asociados a comercio justo, además de buscar el enlace con organizaciones. Las consultas virtuales son canalizadas por Estación, las cuales reciben respuesta inmediata. Durante el 2006 y el 2007, Estación A recibió y respondió 264 consultas virtuales, lo que significa un promedio de 11

Boletín "Latidos del comercio justo en América Latina"

Boletín IFAT-LA

Periodico Mercado Justo



consultas por mes. Éstas giran principalmente en torno al procedimiento para lograr la membresía de IFAT, las posibilidades de realizar pasantías en alguna organización asociada e información para la realización de investigaciones.

Esta es la denominación del boletín informativo de IFAT-LA, al inicio bi-mensual y, a partir de julio del 2006, mensual. Tiene como objetivo difundir las actividades de la sede regional y de sus organizaciones integrantes. Su producción y publicación virtual (está accesible en la web de la sede y se difunde por correo electrónico) también está a cargo de la vocalía. Hasta la fecha, fueron publicados 19 boletines informativos.

Periódico Mercado Justo

La vocalía, o sea, Gabriela, en representación de Estación A, asumió la dirección de este periódico a partir de su segundo número, a inicios del 2007. Los recursos financieros, provenientes de IFAT-LA, se restringieron al diseño, la asistencia y la dirección. El equipo asesor y los colaboradores realizan sus funciones y/o aportes de forma ad honorem.

Quienes integran el grupo humano de Estación y el equipo asesor establecieron criterios para orientar la publicación, destacándose la finalidad de promover el debate sobre temas vinculados al comercio justo y la economía solidaria, la de diversidad de puntos de vistas y el estilo coloquial. Los temas priorizados para ser abordados por el periódico fueron:

- Redes/articulaciones/alianzas de economía solidaria y comercio justo en Latinoamérica.
- La economía solidaria y su vínculo con el comercio.
- Consumo ético y soberanía alimentaria.
- La incidencia política como herramienta transformadora.
- La responsabilidad social ¿una mera estrategia de mercado?
- Recursos no renovables (como es el caso del agua).
- Comercio Justo e Identidad Cultural.
- Desarrollo de mercados (mercados locales, latinoamericanos, exportación). Tendencias, discusiones actuales, dificultades, etc.
- Marcos regulatorios, ¿fomentan o entorpecen?, ¿debemos hacer cambios?, ¿dónde?
- Rol de los gobiernos, qué está pasando con ellos, donde hay trabajo avanzado.
- Comercio justo y las relaciones de género.
- Comercio justo y medio ambiente (productos forestares no madereros).
- La fuerza de los valores y principio en la economía solidaria.

Según registros que van desde el 16 de marzo de 2007, se tienen 1.776 visitas distribuidas por país de la siguiente manera: Paraguay (309), Argentina (182), Brasil (157), México (135), España (123), Chile (118), Perú (105), Ecuador (104), Colombia (90), EEUU (56), el resto (397). Además, aparece específicamente como “mercadojusto-la.com” en Google 80 veces, en Altavista 36 veces y en Yahoo 31 veces.

Web IFAT-LA

STAFF DE MERCADO JUSTO LATINOAMERICA

COMITE ASESOR: Fernanda Martinez de Oliveira - FACES DO BRASIL - Brasil, Eduardo Rojo - COMERCIO JUSTO MEXICO - México, Ruben Tapia - RELACC / IFAT LA - Ecuador, Ileana Cordón - CRECER / IFAT LA - Guatemala, Paola Berdichevsky - FUNDACION AVINA - Chile, Eduardo Letelier - ESPACIO MERCOSUR SOLIDARIO - Chile

DIRECTORA / EDITORA: Gabriela Frers – Estación A - Paraguay

COLABORADORES: Winnie Lira (Chile) - Eduardo Rojo (México) - Lina Sánchez (Colombia) - Luis Ruíz Díaz (Paraguay)- Stefano Martini (Italia) - Layla Zouhri (Canadá) - Audrey Reagraves (Estados Unidos) - Luján Cambariere (Argentina) - Margarita Miró (Ecuador) - Homero Viteri (México) - Fabiola Zerbini (Brasil) - Rosemary Gomes (Brasil) - Wim Dierckxsens (Costa Rica) - Ricardo Franco Lanceta (Paraguay) - Marco Antonio Velásquez (México) - Francisco Fonseca (Costa Rica) - Nedda Angulo (Perú) - Emma Illescas (Ecuador) - Manuel Amador (Costa Rica) - Fernanda de Oliveira (Brasil) - Pilar Albareda (Ecuador) - Henrique Bussaco (Brasil) - Eduardo Letelier (Chile) - Pablo Guerra (Uruguay) - Eduardo Rojo (México) - Ileana Cordon (Guatemala) - Alejandro Calvillo Unna (España)

Latidos del comercio justo en América Latina

Mensual,
18 números
hasta la fecha

Disponible en
www.ifat-la.org

Periódico Comercio Justo

Trimestral,
4 números
hasta la fecha

Disponible en
www.mercadojusto-la.com

Repercusiones, consideraciones y desafíos comunicacionales

Todas las publicaciones son difundidas a través de una base de datos, que se actualiza permanentemente, la cual siendo enero del 2008, contiene más de 700 contactos de particulares y organizaciones. Si bien el periódico Mercado Justo es digital, fue impreso para su distribución en los diferentes espacios de encuentro en los cuales participa Estación e IFAT LA, tanto relacionados a IFAT, como a otras redes.

Aún hay mucho por explorar acerca del uso de las publicaciones que hacen los eventuales destinatarios. Salvo algunas pocas comunicaciones de felicitaciones, se tiene poco retorno de los mismos, inclusive cuando se han aplicado encuestas de evaluación, tres en el caso del boletín informativo, y uno, al final del Proyecto, en caso del Periódico Comercio Justo. En estas ocasiones de evaluación o, dicho de otra manera, aplicación de un cuestionario sobre el boletín y el periódico, se tiene escaso retorno y está pendiente reforzar estas acciones en los próximos meses.

La producción de la información y de las publicaciones implica a una multiplicidad de personas y organizaciones, las cuales participan aportando conocimientos, textos, informaciones y artículos. Esta participación sucede, sin embargo, respondiendo a pedidos puntuales de Estación. Han sido muchas las dificultades para lograr una participación proactiva de parte de las organizaciones. Para la construcción de la página web, por citar un ejemplo, pocas organizaciones (5 de 43) respondieron al pedido de información. Su consecución exigió la visita a las webs institucionales de las organizaciones integrantes de IFAT-LA para recabar información, con el agravante de encontrarse con información desactualizada, en la mayoría de los casos. Este hecho prolonga los procesos, haciendo desgastante la travesía. La publicación del boletín informativo tiene el mismo obstáculo, aunque la recepción de información acerca de actividades presente una mejor situación.

No deja de ser interesante la incursión en la producción audiovisual. Fueron producidos dos materiales con este lenguaje, los cuales versan sobre el comercio justo y la economía solidaria, y sobre la producción artesanal en ciertos lugares del Paraguay. Uno de ellos referido al Grupo Impulsor del Comercio justo, realizado en 2005 y el otro a productos exportados a Alemania en 2006, productores y organizaciones intervinientes y el rol de Estación A como nexo.

Algunos hechos relacionados a IFAT	
Marzo 2006	Participación en Asamblea General de IFAT e IFAT-LA
Julio 2006	Brussels Fashion Fair
Julio-agosto 2006	Gira comercial por Europa con productos de tres organizaciones miembros de IFAT y de Arasy Orgánica, integrante del grupo Impulsor del Comercio Justo en Paraguay
4/6 Enero de 2007	Reunión del Comité Ejecutivo de IFAT LA. Quito – Ecuador. En esta reunión se amplia el rol de Estación A, agregando a Desarrollo de Mercados, las funciones de Comunicación.
10 - 12 mayo 2007	Reunión Regional de IFAT LA. Blankenberge – Bélgica. Estudio de la propuesta sobre plan estratégico de IFAT Internacional, sugerencias para la asamblea Mundial y aprobación de una propuesta latinoamericana para incorporar un estándar referido a la “identidad cultural”.
12 - 17 mayo 2007	Conferencia Internacional de IFAT. Blankenberge – Bélgica Evaluación y modificación de la propuesta de Plan estratégico de IFAT Mundial; elección de nuevo directorio y aprobación de la propuesta latinoamericana de incluir como estándar el respeto y la valoración a la identidad cultural.

La investigación de mercados y los enlaces para favorecer la comercialización

Las acciones descritas anteriormente, enmarcadas bajo el título de comunicación, también son acciones que promueven el acceso a mercados existentes o la generación de nuevos mercados, a través del enlace entre organizaciones ofertantes y organizaciones demandantes, sea de productos o servicios. Los instrumentos de comunicación favorecen la promoción de la oferta existente en la región.

Adicionalmente, fueron elaborados dos catálogos de productos ofertados por distintas organizaciones integrantes de IFAT-LA, que son utilizados en las giras comerciales realizadas. Éstas han sido prolíficas para identificar organizaciones del viejo continente, interesadas en productos latinoamericanos, enlazarlas con organizaciones latinoamericanas, favorecer diálogos tendientes a la comercialización que, en algunos casos, desembocaron en ventas.

Organizaciones contactadas

País	Org/persona de contacto	Producto	Contacto		
Francia	AGG/ Ann Gissel Glass	Camisa fina de algodón orgánico	anngiselglass@wanadoo.fr www.anngiselglass-bootik.com	Muestras	Arasy-Estación
Francia/ Brasil	TUDO BOM Jerome Scatzman	Algodón orgánico para conf. de tshirts.	jerome@tudobom.fr www.tudobom.fr 06 67 04 50 13 / 01 55 84 43 33	tipos de tejidos de algodón y, precios, fotos y descripción	Arasy-Estación
Bélgica	ETHIC WEAR Marie Cabanac, diseñadora	accesorios, en general, e insumos para prendas de vestir.	contact@ethicwear.com www.ethicwear.com	muestras, fotos	Todas
Italia	CTM Altromercato Elisa Zanini, encargada de compras textiles	camisa de alg. Org. Arasy, con a apliques blusa de algodón, Sinchi, sin mangas	elisazanini@altromercato.it	muestras 1 de c/u	Arasy-Estación
Holanda	FAIR TRADE ORIGINAL Martin Boom		m.boon@fairtrade.nl		
Holanda	CENTRO MUNDIAL DE CJ ESPERANZA (importadora) Henriette Marens	Objetos navideños	henriettemarteens@hotmail.com	fotos y precios	Todos
Francia	EMBAJADA DE PARAGUAY Ma. Concepción Domínguez, Encargada de Negocios Elina López Caballero, Primer Secretario Julio Duarte Van Humbeck				

Los líderes del consumo de productos justos son:

- el mercado alemán, 101 millones de € aproximadamente
- el mercado holandés, 71,5 millones €
- el mercado suizo,51 millones €
- el mercado francés, 9,7 millones €

Las giras comerciales tienen un valor significativo, pues habilitan relaciones con importadores de Europa, otras redes vinculadas al comercio justo y la economía solidaria, representaciones diplomáticas de diferentes países, tiendas y ONGs, las cuales empiezan a ver con otros ojos a la región latinoamericana: una región crecientemente organizada, tendencialmente en red y preparada para responder a demandas. Actualmente, se tiene una identificación de importadoras potencialmente demandantes de productos, con una descripción de sus intereses. La disponibilidad de la web facilita la comunicación de éstas de forma directa con posibles proveedores.

Fueron varios los encuentros en los cuales IFAT-LA ha tenido representación institucional a través de Estación A, llevando consigo productos de organizaciones integrantes, así como de otras, como las que integran el Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, o de artesanas vinculadas con algunas de las mismas.

Investigación sobre mercados

Además de la información recabada a través de entrevistas, relevamientos, sondeos y encuentros colectivos, el Proyecto encomendó una investigación sobre la situación y las tendencias del mercado de comercio justo en Europa y, secundariamente, en Norte América. Los hallazgos, expuestos en dos informes preliminares (disponibles en los anexos), son sugerentes para comprender mejor el escenario donde se desenvuelve el Comercio Justo y la Economía Solidaria. Sigue una síntesis de los principales hallazgos en Europa[4] .

Situación general en Europa

Europa es el principal destino de los productos provenientes del comercio justo. De las 58.000 toneladas de productos alimenticios que son exportados a través del mundo, 22.000 tienen a Europa como destino final. Cerca de 3.000 organizaciones en 20 países europeos se comprometieron en la promoción y el desarrollo del comercio justo.

Los productos y los servicios se comercializan por medio de dos redes principales: las tiendas especializadas, llamadas “Magasins du monde” (aproximadamente 3.200 puntos de venta); y los distribuidores de cadena (mas de 43.000 grandes y medianos).

Tendencias

El comercio justo, desde hace más de 50 años, ha contribuido al movimiento de responsabilidades sociales y a la concienciación de consumidores en cuando a sus posibilidades de influenciar las políticas de las grandes cadenas de distribución.

De esta manera, el Comercio Justo ha instaurado un sistema comercial que cuestiona y abre las posibilidades a la renovación del sistema económico tradicional. Sin embargo, no es el único a querer reequilibrar y hacer más transparentes las relaciones comerciales entre los productores del Sur y los consumidores del Norte. La agricultura biológica, el desarrollo sostenible, el comercio ético e iniciativas como “Rainforest Alliance” y “Utz Kapeh” desean, a diversos niveles, interiorizar los costos sociales y de medio ambiente de la producción. Pero la sinergia entre las diferentes iniciativas no son lo suficientemente fuertes, sino inexistentes.

Actualmente existen varias organizaciones adheridas al “comercio verde”. Estas organizaciones tienen como objetivo principal garantizar a la población local la existencia de sistemas de adquisición durable y aprovechar del comercio nacional, regional e internacional. Estas promocionan las prácticas comerciales que trabajan bajo los principios de desarrollo sostenible, en todas sus formas: ecológica, económica y social.

[4] La investigación fue realizada por Paola Villamizar.

De varias alianzan nacieron:

- The International Fair Trade Association (IFAT). www.ifat.org
- Fair Trade Federation (FTF). www.fairtradefederation.com
- L'Ethical Trading Initiative (ETI). www.ethicaltrade.org
- FINE. Alianza entre: FLO (www.fairtrade.net), IFAT, NEWS (www.worldshop.org), EFTA (http://www.eurosur.org/EFTA/)
- EFTA
- NEWS

Diferentes alternativas y actividades deben realizar las organizaciones que deseen penetrar el mercado del comercio justo, entre ellas: Habría que mencionar a FLO (Max Havelar es parte de FLO)

• Obtener una certificación o un aval de un organismo serio. Las certificadoras juegan un rol de catalizadoras. Ellas ayudan a la identificación del producto en los distintos puntos de venta; el consumidor puede reconocerlos a simple vista y realizará más fácilmente el acto de compra. El marketing se convierte en una tarea difícil para hacerse conocer y promocionar los productos.

• Realizar alianzas estratégicas, ya sea con entidades publicas o con empresas privadas o con ONG's. En Europa, en la mayoría de los casos, las ONG's ocupan un puesto importante en el proceso de selección y venta de productos. Actualmente las instituciones gubernamentales se están integrando a este sistema.

• Creación de una red de distribución fiable y a gran escala. Para que las organizaciones del sur puedan vender sus productos en Europa, deberán establecer lazos comerciales fuertes con las entidades existentes en cada país. De esta manera la penetración en el mercado se realizará de manera menos difícil.

• Proponer un producto de calidad. El exportador deberá garantizar un producto de buena calidad que sea competitivo en el mercado ya existente.

• Estar dispuesto a desarrollar nuevos mercados siempre y cuando su capacidad de producción pueda asumir las eventuales ventas.

En el negocio del comercio justo, un número creciente de nuevas empresas, sobre todo en los cinco últimos años, se han unido a empresas que tienen décadas de experiencias y reconocida trayectoria. Juntas, estas empresas son una fuente importante de información y evaluación de tendencias corrientes y futuras. La FTF y miembros IFAT recolectaron sus perspectivas acerca del porvenir y compartieron sus preocupaciones sobre la tendencia del movimiento. Estas fueron las conclusiones:

- Las ventas Internet continúan en aumento y más tiendas de comercio justo se están abriendo.
- La moda del comercio justo será el próximo 'suceso' según varios miembros en Norteamérica.
- La educación del consumidor, la conciencia, y la inversión en el comercio justo siguen creciendo.
- Las campañas y el trabajo de asistencia son los componentes claves del movimiento de comercio justo. Los estudiantes y la Iglesia juegan un papel importante en esto.

Actualmente los países de la Unión Europea se encuentran con la incertidumbre de identificación de los productos del comercio justo. El término “label” no podrá seguir utilizándose debido a que una de las condiciones para que legalmente esto sea aceptado es que el derecho de dar el “label” a un producto, sea propiedad exclusiva del estado. Por ello, se ha realizado la corrección y se ha determinado que las diferentes organizaciones como Max Havelaar, deberán comunicar a los consumidores y a sus miembros que el logo que ellos otorgan es un certificado y no un “label”.

Las discusiones giran alrededor de:

• La posibilidad de llegar a un monopolio, donde solo exista un certificador a nivel mundial.
• La manera de hacer el marketing.
• La forma en que el consumidor reconocerá estos productos frente a los otros existentes en el mercado.

Los canales de distribución se han multiplicado. Hoy por hoy encontramos diferentes páginas de Internet que proponen productos de comercio justo. Entre ellas, Alterafrica, Equiterre, Modetic, Andines, VOICE. Esta última ha sido creada con el objetivo de demostrar que el comercio justo es viable económicamente. Los clientes de VOICE-TM deciden, así, comprar los productos por su calidad y su ética. VOICE-TM no es un fabricante. Esta estructura trabaja con proveedores miembros de la IFAT para asegurarse que los productos sean realmente del CJ. Los objetos son tomados de los pequeños productores agrupados en las ONG’s, vía la IFAT. VOICE-TM compra sus productos en las tiendas Boutic’ Ethic y/o Solidar’ Monde.

La certificación Max Havelaar del algodón ha creado nuevas oportunidades de expandir la gama de productos del CJ. Esto ha permitido la creación de pantalones, jeans, zapatos (Veja), camisetas, etc.

Este tipo de comercio alternativo ha comenzado a tener un efecto directo en los consumidores. En Bélgica, por ejemplo, en el año 2005 un belga ha gastado aproximadamente 2,23€ en la compra de productos certificados Max Havelaar. En el 2004, sólo representaba 1,8. En realidad, el interés que prestan los consumidores frente al CJ aumenta cada día. Asimismo, las entidades públicas y las empresas privadas se interesan cada vez más. Hoy en día, la mayoría de gabinetes de ministros ecológicos y los socialistas, compran sus productos en la red de CJ. En Flandre, 60% de 308 comunas se aprovisionan de esta red para la alimentación de su personal.

Actualmente, este tipo de productos se encuentra por todos lados. En Bélgica existen aproximadamente 300 tiendas. Además, estos productos intentan obtener, igualmente, el label Bio.

Ante la existencia de diferentes grupos independientes que ofrecen productos del CJ en Europa, el consumidor se encuentra un poco perdido al momento de realizar sus compras. La ausencia de un logo internacional es un problema preponderante. Hoy por hoy, el cliente opta por la adquisición de sus productos yendo a las tiendas especializadas. La ventaja de la venta en los grandes supermercados es que es un primer contacto hacia nuevos consumidores. Pero aún es difícil que la persona que realiza las compras pueda diferenciar entre un producto que sea realmente proveniente del CJ y otro que no lo sea.

El turismo es el segundo sector económico para los países en vía de desarrollo, después del petróleo. Sin embargo, en muchas ocasiones este turismo no beneficia a las poblaciones que los reciben, sino que lo pone en detrimento de su situación. Muchas veces se pagan salarios muy bajos a las personas que trabajan en los restaurantes, en la hotelería, la animación e incluso en el transporte.

Por tales motivos, actualmente se habla de turismo justo, turismo solidario o de turismo responsable. La diferencia aun no esta bien definida, pero la finalidad es ir contra los elementos destructivos de las destinaciones de turismo. De esta manera, los operadores turísticos proponen a los viajeros responsables, una serie de actividades elaboradas en

conjunto con las comunidades que los reciben.

A nivel europeo, los diputados desean promover el comercio justo debido a que la parte de mercado que ocupan estos productos progresa a un ritmo que es apoyado por la Unión Europea. Ellos desean mejorar el funcionamiento de las filiales, incrementar la confianza de los consumidores e ir más lejos con este instrumento, que seria eficaz para reducir la pobreza, particularmente en los países más pobres.

El desafío de incorporar la identidad cultural a las redes de comercio justo

El comercio justo y, en ese marco, IFAT internacional propugnan por una relación de intercambio mercantil caracterizada por la transparencia, la ética, las condiciones adecuadas y dignas de trabajo, la igualdad de oportunidades y el respeto por el medio ambiente. Las organizaciones asociadas a la IFAT, a través de diversos mecanismos, deben velar por estos principios para promover la comercialización de productos o servicios, generalmente producidos u ofertados por individuos o colectivos del sur, en mercados de países del norte. La dimensión cultural, si bien presente en el discurso institucional, no es atendida como lo son los principios anteriormente citados.

Durante un tiempo, el discurso institucional de IFAT expresaba la necesidad de que el comercio justo "promueva el respeto a la identidad cultural de los productores". Esta consigna, además de no traducirse en criterios, procedimientos e indicadores específicos, como sucede con los demás principios, resulta ambigua. De hecho, fue perdiendo presencia en la comunicación institucional, como puede corroborarse actualmente visitando la página web.

Si bien el comercio justo – a través de los mercados que promueven las redes de organizaciones – favorece una relación mercantil diferente a la dominante, no escapa aún a la lógica homogeneizante del mercado transnacional. En general, los productores y las organizaciones que actúan como intermediarias, están subordinadas a los patrones de calidad de los mercados consumidores, grupos y personas de países del norte. Además de ser competitivos – lo que en rigor muchas veces significa tener precios bajos – y de buena o alta calidad, los productos, alimenticios y (principalmente) artesanales, deben responder a patrones estéticos, dictados por la industria de la moda globalizada. Los colores, los diseños y los estilos que pueden ofrecer o aportar productos artesanales, son demandados, por no decir determinados, unidireccionalmente por está última. Esta situación tiene repercusiones importantes en la dimensión cultural de la producción artesanal que pretende insertarse al mercado global, a través de las redes de comercio justo y economía solidaria.

Al estar la oferta determinada por la demanda, los modos de producción, los materiales, los estilos y las estéticas propios de los productores tienen poca importancia. El resultado, las más de las veces, es la adecuación a la demanda, transformando procesos y productos – con significación sociocultural – sin criterio alguno, al menos pensado por los sujetos productores. Así las cosas, lo "propio" se desdibuja irreflexivamente, debido a las mareas y las urgencias, las "oportunidades" y las premuras económicas.

Estos hechos, vividos y testimoniados por organizaciones asociadas a IFAT-LA, entre ellas Estación A, y la idea emergente entre ellas, de ampliar la visión dominante en las redes de comercio justo (de norte a sur, o los consumidores ricos que compran productos de productores pobres), motivaron a proponer en la última Asamblea General de IFAT internacional, la incorporación de un estándar referido a la identidad cultural. Cuando Estación y sus pares integrantes del consejo directivo de la sede regional, establecieron la propuesta, eran conscientes de la necesidad de superar la ambigüedad y el sentido restringido de "respetar la identidad cultural de los productores". Más que respetar, se necesita ponerla en valor, hacerla partícipe del proceso y del producto final.

La Asamblea General de IFAT internacional aprobó la propuesta presentada por la sede regional de América Latina, encomendado a esta última la tarea de desarrollar un estándar o, dicho de otra manera, un conjunto de indicadores operativos que orienten la atención del principio a ser adoptado. La tarea, siguiendo las instrucciones de la AGM debe hacerse "bajo TOR claros y bien definidos en los que se especifique: cómo se va a hacer, con qué participación, el rol de la secretaría central, plazos y resultados". IFAT-LA tiene tiempo hasta la próxima asamblea, prevista a inicios del 2009, para elaborar una propuesta de criterios e indicadores. Estación A asumió el liderazgo de la tarea, a ser realizada por un equipo integrado por personas provenientes de organizaciones de IFAT-LA, como por profesionales capaces de aportar a la consecución del desafío.

El logro obtenido no es menor: es política de alto vuelo al interior de esta red internacional de comercio justo, una de las más importantes en el mundo. De ser incorporado un estándar referido a la identidad cultural, la práctica de más de 350 organizaciones – muchas de ellas redes vinculadas a otras redes – de todo el mundo variaría, dando saltos cualitativos en la promoción de una comercialización no solo justa, sino sostenible.

El desafío es mayúsculo, las oportunidades igual de gigantescas. La posibilidad de otorgar a la dimensión cultural un lugar protagónico en la producción y en la comercialización, favorecerá la participación de los productores y puede iniciar una corriente contra-hegemónica en lo que se refiere al establecimiento de patrones estilísticos y estéticos en el mercado. El mismo sentido del comercio justo puede ampliarse, pues ya no se trata de pagar un precio justo y de velar para que la producción se realice en condiciones adecuadas, sino de incidir en qué se venderá, cómo lo hace bajo criterios cuanto menos cuestionables, la industria de la moda.

Estación A, atendiendo este desafío, elaboró un plan de trabajo para el año 2008, de modo a finalizar este año con un borrador de propuesta que pueda ser discutida al interior de IFAT-LA, y posteriormente y con los ajustes necesarios, en la próxima Asamblea de IFAT internacional, en el 2009.

Posibles aspectos a ser indagados para poner en valor la identidad cultural en la producción y comercialización

La cosmovisión que orienta la producción y que se ve alimentada por ella

La naturaleza como inspiración, fuente de materia prima y ambiente de producción

Los procedimientos técnicos utilizados y su significación cultural e histórica, así como su apertura a los cambios

Las temporalidades o los tiempos a los cuales se refieren las producciones, dándose muchas veces, una convergencia de tiempos

La organización social que subyace a la producción y al producto el mundo. Un consumo responsable que valore la identidad cultural implica una mirada diferente al comercio, una mirada que se encuentra con la otra y la reconoce, también en el ámbito del comercio justo, ya que hasta el momento ese encuentro está teñido de una visión paternalista y muy orientada al aumento de los ingresos como parámetro mas fuerte de calidad de vida, sin medir otros aspectos fundamentales que hacen a estas

Espacio Mercosur Solidario
un espacio abierto de la sociedad civil

El Espacio MERCOSUR Solidario (EMS) es una plataforma abierta de organizaciones y redes nacionales del Cono Sur[5] que trabajan para la promoción de la economía solidaria y el comercio justo. Fue constituida en mayo del 2006, en el marco del Primer Encuentro Regional de Economía Solidaria y Comercio Justo, realizado en Asunción, y organizado por Estación A, Núcleo Cultural y Fundeca, Participaron de este encuentro 80 personas, provenientes de más de 20 organizaciones y 9 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, España, Italia, Uruguay y Paraguay.

Su antecedente inmediato se remonta a la 1a Feria Canaria de Economía de la Solidaridad, que tuvo lugar en enero del mismo año, en Atlántida, Uruguay, donde sucedió una reunión exploratoria sobre posibilidades de articulación regional, con la participación de organizaciones provenientes de Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay y Brasil, las cuales se organizaron en forma transitoria como el Grupo Atlántida.

Actualmente, suman más de 100 las organizaciones, redes y movimientos que participan activamente del espacio. La comunicación es constante mediante un correo grupal (espaciomercosur@tau.org.ar) que reúne a 75 contactos.

Por qué este espacio y por qué un espacio

Como se sabe y se ha dicho, la economía solidaria y el comercio justo no son conceptos unívocos. La diversidad de usos es consonante con la diversidad de organizaciones, culturas, experiencias y finalidades. En toda América Latina existen múltiples colectivos (asociaciones de productores, cooperativas, ONGs, fundaciones, gobiernos e instituciones públicas, empresas, redes) que actúan bajo estos dos conceptos, o que los utilizan. Así como hay semejanzas, que en general , tienen que ver con mejorar las condiciones de producción y comercialización, hay diferencias, sea por los tipos de organizaciones, los productos o servicios, los grupos sociales de base involucrados, los países o las regiones al interior de países, la finalidades (algunos poniendo énfasis en la comercialización, otros en la producción, varios en la asociación, algunos en la integralidad), las estrategias y los métodos, las ideologías y los principios, el alcance, la trayectoria y el posicionamiento en las redes internacionales. El correlato de la diversidad constituye la cantidad significativa de actores.

Este fenómeno doble – cualidad diversa/cantidad – venía siendo observado como oportunidad por varias organizaciones del Cono Sur, las cuales reconocieron la necesidad de diversificar los espacios de articulación, en sintonía con la diversidad señalada. Un vacío fue identificado en la trama de espacios de articulación existentes: un espacio a nivel del cono sur o Mercosur, figura territorial con fundamento social, económico e institucional y presente, inclusive, en el imaginario de un porcentaje amplio de la población de los países participantes.

Subyace a este espacio en vías de consolidación, una territorialidad específica, estratégica en América Latina, y, por extensión, el interés de participar o, mejor dicho, incidir en un proceso de integración regional que viene de tiempo atrás – el Mercosur -, buscando que el mismo incorpore de forma protagónica los principios de la economía solidaria y el comercio justo. Este cometido exige, según el análisis fundante del EMS, el fortalecimiento del capital social, la capacidad aso-

[5] Brasil, Argentina, Uruguay, Bolivia, Chile y Paraguay

ciativa y de articulación, al interior de los países y entre organizaciones de los distintos países. Un concepto clave que orientó la creación del espacio constituye la solidaridad, y, en tiempos de globalización es necesario "globalizar la solidaridad".

Los objetivos iniciales del EMS fueron:

• Reconocer marcos conceptuales, teóricos, éticos y simbólicos que conforman la socio-economía de la solidaridad.
• Construir una visión del MERCOSUR Solidario, reconociendo y articulando a una diversidad de actores, y generando capacidades de observar la situación de América del Sur en la globalidad.
• Capitalizar aprendizajes sobre la construcción de iniciativas, redes y movimientos de socioeconomía solidaria;
• Informarse sobre la coyuntura local, apoyando procesos de incidencia definidos localmente.

El intercambio de marcos referenciales y el reconocimiento mutuo que el mismo comporta, la construcción de una visión regional, la acumulación y capitalización de saberes, así como la atención a los acontecimientos, hacen a las directrices que adoptó el EMS en ocasión de su fundación. El escenario en el cual se inscribe o del cual nace esta plataforma se caracteriza por el camino andado por varias organizaciones, esfuerzos existentes de articulación, ausencia de proyectos regionales, dispersión de experiencias y concentración de saberes.

El término "espacio" no es casual. Como el "espacio público", el EMS busca ser un lugar de encuentro, convergencia e intercambio, con capacidad de articulación en la región. Aun no es el momento de adoptar otro formato, más institucionalizado - una entidad, una asociación de entidades, una red institucionalizada - , sino de transitar una senda que promueva el enlace, la comunicación y el diálogo, en paralelo al impulso de acciones colectivas. Por de pronto o tal vez por un buen tiempo, la figura del espacio es la más adecuada.

El EMS no pretende superponerse a otras instancias de articulación de América Latina. Su nicho territorial es delimitado (el Mercosur), y su campo de actuación se focaliza en la articulación. Estas cualidades subrayan la oportunidad de complementariedad con otras redes existentes, como son la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC), la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS) y la Asociación Internacional de Comercio Justo - LA (IFAT LA).

En países cada vez más necesitados de nuevos horizontes, queremos alzar nuestras voces para destacar la irrupción en todos nuestros pueblos de numerosas experiencias concretas de organización, producción, distribución y consumo, basadas en los valores de la solidaridad, cooperación, ayuda mutua, reciprocidad y democracia en la toma de decisiones. Experiencias reconocidas bajo distintos nombres y formatos: economía popular, economía del trabajo, cooperativismo, economía social, comercio justo, consumo responsable, finanzas éticas, experiencias comunitarias, empresas recuperadas, emprendimientos autogestionados, así como la revalorización de las prácticas ancestrales de los pueblos originarios, etc., que más allá de los diferentes orígenes y características, coinciden en la puesta en práctica de racionalidades, instrumentos y valores alternativos a los hegemónicos.

Fragmento del comunicado escrito en ocasión de la fundación del Espacio Mercosur Solidario. Asuncion, mayo 2006.

El camino andado, el modo de caminar

El enfoque del trabajo en red fue el punto de partida del EMS, esto es, la metodología que debería orientar, no solo los primeros pasos, sino el proceso en general, habida cuenta de la participación de una multiplicidad de tipos organizacionales.

En ocasión del encuentro fundante en Asunción, fue elaborada una agenda de actividades, basada en el aprovechamiento de encuentros que estaban previstos. Tomando las palabras de uno de los comunicados del EMS, "con el ánimo de conocernos, intercambiar experiencias y coordinar acciones, este Espacio comienza a articular en enero de 2006 en la I Feria Canaria de Economía Solidaria. Desde entonces, hemos tenido encuentros en Asunción (Paraguay), Rosario (Argentina), Atlántida (Uruguay), Santa María (Brasil), Temuco (Chile) y finalmente El Pinar (Uruguay). Han acompañado a cada uno de nuestros encuentros, sendas ferias de economía popular y solidaria en una muestra clara de hacer hincapié tanto en las dimensiones políticas y reflexivas como en la comercialización de nuestros productos y la acción y promoción de nuestras productoras y productores".

La característica principal de la fase desarrollada por el EMS fue la de madurar la naturaleza, los fines y la metodología, así como promover el intercambio entre organizaciones del Mercosur, aprovechando, para el efecto, encuentros previstos o impulsando, junto a estos últimos, actividades complementarias y reuniones de trabajo.

Cronología de encuentros

Enero 2006	Atlántida, Uruguay	1a Feria Canaria de Economía de la Solidaridad "Reunión exploratoria de distintas organizaciones y redes de economía solidaria y comercio justo de Uruguay, Argentina, Chile, Paraguay y Brasil, sobre posible articulación latinoamericana en estas temáticas"
Mayo 2006	Asunción, Paraguay	Primer Encuentro Regional de Economía Solidaria y Comercio Justo "Conformación del Espacio Mercosur Solidario"
Julio 2006	Santa María, Brasil	Feria de Santa María "Presentación oficial del Espacio MERCOSUR Solidario"
Septiembre 2006	Rosario, Argentina	II Encuentro Regional de Economía Solidaria y Comercio Justo "Intercambio de experiencias entre las delegaciones"
Enero 2007	Atlántida, Uruguay	Segunda Feria Canaria de Socioeconomía Solidaria y II Feria del Espacio Mercosur Solidario "Presentación de propuesta de fortalecimiento al Gobierno de la Región de Lazio - Italia"
6 - 8 Julio 2007	Santa María, Brasil	Tercera Feria de Economía Solidaria del Mercosur. En este marco la 14a FEICOOP - Feira Estadual do Cooperativismo; 6a Feira Nacional de Economia Solidária; 7a Mostra da Biodiversidade e Feira da Agricultura Familiar; 1a Seminário Latino Americano de Economia Solidária
14 - 17 Noviembre 2007	Temuco, Chile	Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria. "Evaluación del camino transitado y nuevas perspectivas"
6 - 7 de Enero de 2008	El Pinar, Departamento de Canelones, Uruguay	III Feria Canaria de Economía Solidaria y III Feria del Espacio MERCOSUR Solidario. "Elaboración de un marco metodológico que permita una planificación estratégica participativa"

El cuadro muestra la cronología de encuentros realizados durante 2006 y 2007, que fueron aprovechados y/o impulsados por el EMS. Varios de ellos implicaron la realización simultánea de dos o más actividades. La rotación de países denota el esfuerzo por dinamizar la participación de organizaciones territorialmente diversas.

En el marco de este proceso, se ha instaurado la Feria del Espacio Mercosur Solidario, que ya tuvo, en menos de dos años tres ediciones, constituyéndose en un ámbito regular de encuentro con miras a la comercialización intra-regional. Se verá más adelante, que este último punto es fundamental para los fines del EMS, el cual, además de fortalecer la articulación en este espacio geo-político, busca complementar las oportunidades de comercialización sur-sur, de modo a superar la hegemonía, por no decir dominancia, de la comercialización sur-norte.

La senda transitada fue intensa, exigiendo un esfuerzo importante a las organizaciones promotoras. En los últimos encuentros, fueron dilucidándose los avances y los logros, así como los aprendizajes y los desafíos del EMS.

Aprendizajes y desafíos

Del cómo o de la metodología

Fue constatada la utilidad de los encuentros para dinamizar la reflexión y la articulación, así como el criterio de aprovechar los espacios nacionales y los procesos pre-existentes. Un aspecto débil del proceso fue la coordinación, debido a la dependencia de la voluntad individual de la persona representante de la organización que asumió ese rol por país. Y uno de los principales aprendizajes hace referencia a la necesidad de pensar y diferenciar los espacios de encuentro. La participación es esencial para esta experiencia, pero considerando la cantidad y la diversidad de personas y organizaciones involucradas, la misma debe ser pensada cuidadosamente por parte de los promotores, de modo a aprovechar satisfactoriamente las energías, los talentos y las oportunidades.

Un cuestionamiento al EMS, afortunadamente efímero, aludió al “por qué crear una red más”, si ya existen en el continente (RIPESS, etc.), o sea, la crítica apuntaba a la tendencia de superposición de la iniciativa. El diálogo ayudó a discernir la cuestión. El EMS es un espacio que se inscribe en un vacio, el Mercosur, que no tiene fines directos de comercialización, aspecto atendido por otras redes, sino más bien de articulación y de incidencia en este espacio territorial. El análisis sostiene que cuanto más tupida la trama, mas fuerte la capacidad de la región latinoamericana para enfrentar los desafíos.

El dinamismo del EMS está estrechamente vinculado con el dinamismo al interior de cada país, por lo que las organizaciones promotoras tienen el reto de fortalecer la articulación con sus pares nacionales a la luz de la articulación del cono sur.

El involucramiento de organizaciones de productores es un desafío en todos los países. En general, prima la participación de organizaciones de “segundo piso”, que de productores. Son ilustrativas las consideraciones hechas en una de las últimas reuniones del EMS: “Desde una mirada crítica, se plantea que hasta ahora los profesionales han moldeado las instancias del EMS y que no se ha sabido preparar un espacio apropiado para productores/productoras, por lo cual se deben buscar mecanismos y estrategias para que estén presentes, pues la esencia de la economía solidaria está en sus emprendimientos. Dicho de otro modo, la identidad del EMS debería ser el protagonismo de la economía solidaria, de la economía real, expresada en los emprendimientos, asunto que hasta ahora no ocurriría pues la toma de decisiones estaría concentrada en instituciones de asesoría. Por lo tanto, sería necesario que los productores participaran del diseño de los espacios de encuentro, donde los emprendimiento pudieran sostener una conversación sin moderadores, donde se pueda escuchar y aportar directamente. Se plantea entonces la necesidad de un foro donde los emprendimiento discutan sobre las realidades de cada país”.

La situación de cada país presenta semejanzas y diferencias. En Uruguay se está generando un espacio de coordinación a nivel nacional, con pretensión de incluir a todos los colectivos vinculados a economía solidaria. En Argentina sucede un proceso de diagnóstico o relevamiento de distintas organizaciones en las diferentes regiones, con el fin de avanzar hacia a una integración nacional. En Paraguay funciona desde hace más de dos años un Grupo Impulsor del Comercio Justo, que aglutina a aproximadamente 20 instituciones, entre ellas una pública. Chile vive un proceso de reconocimiento mutuo de sus redes, de modo a conocer "en qué anda cada colectivo". Brasil tiene una experiencia interesante en torno al Foro Brasileño de Economía Solidaria, que articula un marco institucional desde el propio Estado, promoviendo foros e iniciativas en todo el territorio.

El enfoque de género no fue atendido aún en el planteamiento metodológico del EMS, y su ausencia constituye una debilidad.

De la naturaleza y los fines

Si bien desde el inicio, fueron definidos objetivos y justificaciones, el debate en torno a qué es y para qué está el EMS es permanente, lo cual es comprensible considerando el tiempo de vida y la multiplicidad de participantes. El intercambio de experiencias y la reflexión gozan de consenso, si de finalidades se trata, y, hasta cierto punto, la promoción de la comercialización. Hay un acuerdo que el énfasis no está puesto en facilitar la transacción mercantil, cosa que ya hacen otras redes existentes (RELACC, IFAT), sino más bien de impulsar condiciones para la comercialización sur-sur, o sea entre organizaciones de la región.

La incidencia es otra finalidad acordada. Sigue la discusión sobre cómo materializarla, considerando la complejidad del asunto: la institucionalidad del MERCOSUR, la trama institucional de los diferentes países, el escenario del sector público pero también del sector de la sociedad civil. Está quedando claro que la incidencia no se restringe al sector público. La búsqueda de incidencia en el sector de la sociedad civil es tan o más importante.

Respecto a la comercialización sur-sur, que en rigor se trata de una meta de incidencia, existe una idea de "identificar al menos un producto por país o región, y hacer un primer ejercicio de comercialización solidaria a escala de MERCOSUR, para lo cual parecería necesario potenciar el vínculo del Espacio MERCOSUR Solidario con RELACC, a fin de no duplicar roles y hacer sinergia. En esto, debe considerarse que RELACC está haciendo el esfuerzo de crecer hacia MERCOSUR y que podría ser de mutuo interés la idea planteada". Esta idea, de traducirse en una meta y en un plan, debe considerar una estrategia de financiamiento que posibilite un trabajo más sistemático, el fortalecimiento de las articulaciones nacionales, particularmente en Argentina y Chile, y la difusión de conceptos de la socioeconomía de la solidaridad hacia la ciudadanía

Son sumamente sugerentes las conclusiones del último encuentro, dónde se han expresado las siguientes consideraciones:

• Desde Uruguay se plantea como preocupación que el EMS no es referente para organizaciones estatales de integración regional, como las mismas instancias del MERCOSUR. No obstante, desde Chile se plantea que para tener incidencia en estos niveles decisorios sería necesario llevar adelante procesos de investigación sobre las estructuras y procesos decisionales y las atribuciones que le cabría a la ciudadanía en tales instancias. Aquí también se destacan procesos de integración de diferente orientación y conducción, como el IIRSA, Banco del Sur o el Anillo Energético.

• Por ejemplo, debería promover mercados abiertos para los emprendimientos, incidiendo en las políticas aduaneras a nivel del MERCOSUR. Se plantea que la incidencia en las políticas aduaneras puede ser una prioridad para los productores. Lo mismo podría decirse respecto de estructura del MERCOSUR, donde el cooperativismo tiene una interlocución con los gobiernos, pero no es reconocido ni reconoce a los movimientos de economía solidaria. En la práctica se pide que el EMS asuma su referencia al MERCOSUR en sus acciones.

• Sin embargo, esta propuesta no es compartida por todos los participantes. Algunos plantean que la incidencia debería asumirse como parte de la evolución del EMS. Otros sostienen la necesidad de clarificar el concepto de incidencia pública, tanto a nivel de escala (internacional, nacional o local) como de escenario: sociedad civil, parlamento, agencias de gobierno, sistemas multilaterales, etc. Del mismo modo, se discute si el EMS puede ser considerado entidad de representación política, dada la diversidad de situaciones observables en cada país. Sólo Brasil y Uruguay, en la actualidad, podrían cumplir con tales requerimientos.

Perspectivas inmediatas y mediatas

En el trimestre del 2008 se realizará un encuentro en Asunción, donde se realizará una planificación estratégica del EMS. Hay varias preguntas en el tapete que giran en torno a cómo articular las demandas culturales con las comerciales: ¿cómo se organiza una planificación que respete las identidades culturales y territoriales? ¿Nuestro problema es de cultura o de comercio?

La planificación estratégica se verá favorecida en la medida en que al interior de cada país, haya planes de articulación nacional. Aquí hay un obstáculo, pues sólo Brasil y Paraguay tienen avances en ese sentido.

Entre los asuntos que esta planificación debe atender, aparecen la preparación para participar de la dinámica agenda de actividades previstas en América Latina y en el mundo relacionada a la economía solidaria y el comercio justo, el apoyo a los procesos nacionales y el intercambio sur –sur (que incluye la comercialización), el aprendizaje respecto a sistemas horizontales y participativos de certificación, la atención de la soberanía alimentaria y la articulación con otros movimientos sociales.

La promoción de la economía solidaria y del comercio justo en Paraguay

La articulación entre organizaciones de América Latina, particularmente del Cono sur, así como de diferentes continentes, guarda relación bidireccional con las articulaciones nacionales. Esto aparece subrayado en los apartados referidos a los proceso de IFAT regional y del Espacio Mercosur Solidario. El proceso paraguayo, al menos una parte del mismo[6] , tiene a Estación A como promotora, habida cuenta de su incursión pionera a IFAT, la participación en el equipo directivo de la sede regional de América Latina, y su decisión de favorecer enlaces en la materia, a través de su asociación con la Red AVINA.
Desde la experiencia de "construcción de puentes", Estación A ha realizado acciones en Paraguay atendiendo a ejes que pueden clasificarse en:

- El fortalecimiento del Grupo Impulsor Comercio Justo en Paraguay.
- Enlace con oportunidades de comercialización.
- Asesoramiento y capacitación.
- Diseño de nuevos productos.
- Coordinación con otros proyectos de Estación A, particularmente el Centro Artesanal de la Cuenca y el Proyecto Artequides (promoción de artesanas del karanday).

Obviamente, las acciones inscritas en estos ejes están entrelazadas y, las más de las veces, corresponden a más de un eje. De entrada, resulta notoria la estrecha relación entre la dinámica nacional con la dinámica regional e internacional. La observación de las experiencias nacionales y, en algunos casos, locales ayuda a visualizar la compleja trama en la que sucede la experiencia, atendiendo a la convergencia de nodos y actores de distintos características, campos, escenarios y niveles.

El grupo impulsor Comercio Justo en Paraguay

La conformación de este grupo se remonta al 2005, cuando Estación tenía 1 año de membresía con IFAT, tiempo que le permitió identificar las oportunidades, pero a la vez la necesidad de instalar el tema en el país, cuyos actores estaban ajenos al campo institucional y social de las redes internacionales, salvo algunas excepciones. Varios fueron los caminos utilizados para acercarse a organizaciones potencialmente interesadas: el relacionamiento pre-existente a través de las acciones vinculadas al Centro Artesanal de la Cuenca –mecanismo de comercialización de artesanías de una región del país -, la participación en la red de socios y socias de AVINA, varios de los cuales desarrollan actividades vinculadas al comercio justo y la economía solidaria, utilizando, inclusive, otras denominaciones.

Las conversaciones y las entrevistas bilaterales con representantes de varias organizaciones, desembocaron en la organización del Primer Foro de Comercio Justo en Paraguay, en el 2005, ocasión que sirvió para socializar información, intercambiar experiencias e instaurar el Grupo Impulsor de Comercio Justo del país.

En ocasión del encuentro mencionado, Estación A suscribió un convenio de cooperación con el Instituto Paraguayo de Artesanía (IPA), iniciando una relación que maduraría a tal punto de lograr la incorporación de esta institución al Grupo Impulsor.

[6] Hay varias organizaciones que promueven conceptos de economía solidaria y comercio justo sin usar estos nombres, por lo que no puede atribuirse "la historia paraguaya" sobre estos temas, al proceso relatado en esta sistematización.

El grupo impulsor es mixto, integrado por 13 instituciones, de las cuales son 8 organizaciones civiles, 3 empresas, 1 cooperativa y 1 institución pública. Estas instituciones, cuyos nombres pueden observarse en el cuadro lateral, vienen trabajando sea en el apoyo a productores, sea en la producción al tratarse de empresas, sea en la capacitación, abarcando zonas importantes a lo largo y ancho del territorio nacional. Cabe destacar el acercamiento o el relacionamiento de otras instituciones, además de las participantes en el Grupo Impulsor, tanto en actividades promovidas por el Grupo Impulsor, como coordinando acciones puntuales con Estación A. Éstas son CISA (empresa), Base Ecta (ONG), Fundación Moisés Bertoni (ONG) y SER (ONG).

El proceso del Grupo Impulsor, en sus primeros tres años, está marcado por el liderazgo de Estación A, la que ha propiciado espacios de información y capacitación sobre comercio justo y economía solidaria, promovido la participación de organizaciones integrantes en encuentros internacionales, así como el enlace con oportunidades de comercialización, con resultados significativos en varios casos (“ ver ventas registradas a partir de acciones directas e indirectas del Proyecto en el siguiente apartado).

Los principales logros, además de la consolidación del grupo que en este momento realiza una planificación estratégica, hacen referencia a la adopción de los conceptos por parte de las instituciones participantes, el inicio de un proceso que apunta a abonar el terreno para incidir en políticas públicas en el país y la difusión a nivel nacional de temas e informaciones a través de los principales medios de comunicación. A diferencia de tres años atrás, hoy existe un proceso sistemático de discusión y coordinación de actividades en torno al comercio justo, que involucra a varias organizaciones y que, por fuerza de la atracción, despierta interés en otras.

Cronología de algunos hechos importantes

Abril 2005	I Encuentro de Comercio Justo en Paraguay, ocasión en que se constituye el Grupo Impulsor, en el marco de la Semana de Acción Global y La Marcha Global (Global Journey). Asistieron 40 personas.
Marzo 2006	Talleres de “Comercio Justo, una alternativa para pequeños/as productores/as”, en el local de Estación A, con la participación de 51 personas: pequeños productores, artesanos, Ongs y de representantes de la Gobernación del Departamento Central.
Mayo 2006	Encuentro Regional “Economía Solidaria y Comercio Justo” organizado por Estación A-Núcleo Cultural, FUNDECA y el Grupo Impulsor de Comercio Justo en Paraguay, en mayo de 2006. Contó con la participación de 80 personas provenientes de Paraguay, Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador, España, Italia y Uruguay.
Junio 2006	Encuentro-taller de “Comercio Justo y Turismo Solidario”, organizado por Estación A – Núcleo Cultural, CAMPPO Y Alter Vida, con la participación de 27 personas.
2006	3 reuniones de trabajo del Grupo Impulsor.
Enero 2007	Taller sobre Comercio Justo a 16 artesanas de la ciudad de Limpio.
12 de mayo de 2007	Encuentro Nacional de Comercio Justo, con el grupo impulsor, en el local del IPA, en el día mundial del Comercio Justo en 2007. “Los niños y las niñas necesitan del comercio justo”. Contó con una audiencia de 50 personas.
Julio 2007	Taller de Socialización y Nivelación sobre comercio Justo y Economía Solidaria, en AVINA, con la participación de María Elisa Ramírez, representante de estación A en Canadá, dirigido al Grupo Impulsor y productores/as. Asistencia de 17 representantes de las organizaciones miembros y artesanas.
Julio 2007	Taller de Economía Solidaria y Comercio Justo, para 14 artesanas de Limpio, del proyecto ARTEQUIDES en Areguá.
Abril 2007	Renovación de convenio e integración de nuevos miembros.
Abril – Noviembre 2007	8 reuniones de trabajo Grupo Impulsor.
Junio – Noviembre 2007	Participación en Feria Saludable convocada por la Red Rural del Paraguay. Asunción, Paraguay.

Integrantes del Grupo Impulsor Comercio Justo en Paraguay

OSCs
1. Agroecología Alter Vida
2. Corporación REMA
3. Fundación Emprender
4. Fundación Oñondivepa
5. Fundaciòn Paraguaya – Escuela Agrícola
6. FUNDECA
7. Tacuara Renda
8. Estación A

Empresas
9. Arasy Orgánica
10. Avavoré
11. Latinorgánica

Cooperativa
12. Cooperativa Manduvirá

Institución Pública
13. IPA

El cuadro siguiente ilustra algunas de las principales actividades que hacen al proceso del Grupo Impulsor.

Encuentro Regional de Economía Solidaría a Rosario, Argentina. 28 al 30 de septiembre de 2006
Participaron dos representantes de Estación A: Beatríz Pavón, asistente de comunicación, y Herminia Riveros, artesana de Limpio.

Encuentro Regional a Santa María, Brasil. 6 al 8 de julio de 2007
Participaron dos representantes de Estación A: Gabriela Frers, directora ejecutiva, y Beatríz Pavón, asistente de comunicación.

Encuentro/Taller de Economía Solidaría, Paraná, Argentina. 23 al 25 de agosto de 2007
Participaron dos representantes de Estación A: Gabriela Frers, directora ejecutiva, y Beatríz Pavón, asistente de comunicación, una representante del I.P.A.: Patricia de Portaluppi, y un representante de Fundación Emprender: Juan Angel Bóveda.

Siendo enero del 2008, los integrantes del Grupo Impulsor iniciaron su planificación estratégica, la cual, como se sabe se caracteriza por la mirada interna y la mirada externa. El análisis favoreció la ampliación del campo de actuación del grupo, incorporando de forma explícita a la "economía solidaria". Atendiendo al camino recorrido, así como a los desafíos, la denominación del Grupo también se modificó. La mutación dio lugar a la "Asociación para la promoción de la Economía Solidaria y el Comercio Justo en Paraguay". El desafío es aun mayor, y hay capital acumulado para dar cuenta del mismo.

De articulaciones, asesoramientos y capacitaciones

La promoción del comercio justo y de la economía solidaria en Paraguay, desde la actuación de Estación A, no se restringe al Grupo Impulsor. Estación se ha posicionado como referente en la materia, y desde ese lugar ofrece, o atiende demandas de, asesoramiento personalizado, lo que exige un trabajo cualitativo y prolongado (más de una entrevista en la mayoría de los casos, provisión de información, intercambio de comunicaciones virtuales y telefónicas). 32 personas, representantes de empresas y organizaciones del Paraguay, han sido asesoradas durante el 2006 y el 2007. Además de las organizaciones integrantes del Grupo Impulsor, figuran como destinatarias del asesoramiento la Fundación Moisés Bertoni, Arasy Orgánica, el Instituto de Derecho Ambiental (IEA), la Red de importadores y Exportadores (REDIEX), la Fundación Celestina Pérez de Almada, Guayaki , Mila Paraguay, Algodón Hidrófilo, Asociación de Mujeres Nivaclé, Daniel Medina, Delia Pineda Fretes, Fabiola Alcorta, Lara Maioli, Marisol Zubizarreta, Martín Burt, Yan Speranza, Patricia Portaluppi, Elisabeth Piras, Harald Eissler, Johann Schneider, Juliane Monteiro, Lucía Schumacher, Morgane Beaudouin, Pedro Montero, Gabriel Martinelli, Scott Longfellow, Amandine Gilloux y Valerie Sovignet.

La realización de talleres de capacitación constituye una actividad obligada, de modo a informar, construir aprendizajes y desarrollar destrezas entre personas/organizaciones interesadas en incursionar al campo institucional del comercio justo y la economía solidaria, sea como productores, comercializadores o gestores de políticas. Durante el 2006 y 2007, cerca de 300 personas, provenientes de aproximadamente 50 organizaciones, participaron de actividades de capacitación.

El Proyecto Artequides

Artequides es el nombre corto del Proyecto “Promoción de oportunidades en equidad de género y desarrollo sostenible”, impulsado por una novedosa articulación interinstitucional de tres organizaciones paraguayas: Estación A, Fundación Jogueraha y el CIRD[7] , en forma asociada a la Fundación española ESPLAI, y con financiamiento de la AECI[8] . Iniciado en el 2006, busca mejorar las condiciones de vida de mujeres artesanas de Limpio y, por extensión, de sus familias, a través del acceso a nuevos mercados, la adopción de la gestión empresarial y el desarrollo de capacidades personales y organizacionales.

Atendiendo a experiencias propias y ajenas, estas organizaciones enlazaron servicios que suelen abordarse por separado en proyectos sociales con fines productivos: la producción, la comercialización, el crédito y la organización. La sinergia exige un trabajo permanente de coordinación y comunicación, tanto entre las tres organizaciones, como entre ellas y la Municipalidad de Limpio, la Gobernación del Departamento Central, empresas y otras organizaciones del país como del extranjero.

Artequides actúa en este contexto, trabajando con más de 70 artesanas mujeres. Desafíos como producción económica y promoción cultural, van de la mano con la innovación, la organización, la construcción de nuevas competencias y el acceso a mercados nacionales e internacionales.

La membresía de Estación A en la Red Internacional de Comercio Justo (IFAT) y su participación en el Consejo Directivo de IFAT Latinoamérica, ofrece al proceso dos grandes ventajas: la adopción de principios que favorecen el reconocimiento económico y cultural del trabajo artesanal (pago justo, organización, respeto a la identidad), y el acceso a un mercado internacional.

El diseño de nuevos productos y la obtención de “mejores precios” son resultados visibles y tangibles luego de más de dos años de trabajo. Los nuevos productos implican ofertas novedosas y, en algunos casos, la adopción de nuevas técnicas, sea en la realización del tramado o en los colores utilizados. Entre los nuevos productos aparecen, forros para bolígrafo, cintos, planchas, tiras y porta termos. Productos tradicionales como sombreros, bolsones y paneras fueron diversificados con la adopción de nuevos tramados, el mejoramiento de la terminación o el uso de colores nuevos.

Si bien los resultados luego de dos años de trabajo por parte de este Proyecto, son alentadores, hay muchos desafíos. El fortalecimiento de las organizaciones de artesanas constituye un aspecto ineludible. Difícilmente será posible el aumento de las ventas sin una modalidad asociativa. Y si bien las artesanas valoran la organización, su desarrollo enlazado con la producción, implica un trabajo permanente y el desarrollo de actitudes y competencias.

El ingreso a nuevos mercados, como la provisión directa a supermercados o la venta en cantidades considerables a organizaciones extranjeras, exigen cambios en la gestión. La incorporación del cálculo - cuánto se invierte, cuánto se gana – es un asunto ineludible, por ejemplo. Pero estos cambios deben darse – y aquí reside uno de los principales desafíos – a partir de un diálogo entre lógicas culturales diferentes: las demandas de la racionalidad del mercado y las formas tradicionales de producir y vivir, sumadas a la dinámica de la vida, que hace todo cambiante.

Estación A apuesta por la valorización de la cultura en sintonía con la superación de la pobreza. Los principios del comercio justo y el diálogo permanente con las artesanas son necesarios para esta apuesta. Y si bien Artequides beneficia a un número limitado de artesanas de Limpio, su experiencia está cosechando aprendizajes importantes y sentando las bases para proyectos más amplios.

[7] Centro de Información y Recursos para el Desarrollo
[8] Agencia Española de Cooperación Internacional

El diseño de nuevos productos

Tanto aprovechando el contexto del Proyecto Artequides, descrito en el aparatado anterior, como el del Centro Artesanal de la Cuenca, el diseño de nuevos productos sigue siendo una tarea estratégica, que posibilita la construcción de ofertas paraguayas para el mercado internacional, y el relacionamiento directo con productores, relacionamiento que, además de comercial, es educativo, siendo promotores y artesanos, educadores y educandos simultáneamente.

Durante el 2006 y el 2007, fueron elaborados 24 nuevos productos. Son los siguientes:

- Dos modelos de bolígrafo forrado en Karanday.
- Cintos de Karanday c/cuero.
- Posatermos c/posaguampas de Karanday.
- Bolígrafos tallados en madera c/base
- Viseras c/logos sobre cuero
- Kepis c/logo sobre cuero
- Dos modelos de Portalápices de cerámica
- Packaging para diversos productos.
- Dos modelos de móviles con pájaros de madera
- Porta incienso de takuara (diseño: Gabriela y Oscar Ortega)
- Individual de pirí (artesano Tiburcio Presentado, de Areguá y Gabriela)
- Individual de pirí, con diseños pintados (Oscar Ortega)
- Estuche portabolígrafos de takuara (Oscar Ortega)
- Bolígrafos de takuara (Gabriela Y Oscar)
- Canasta p/productos veterinarios (Gabriela)
- Stand para exposición de productos artesanales (diseño de Oscar Ortega)
- Agendas de Karanday con cuero (Oscar Ortega y Gabriela)
- Block de notas de Karanday con cuero (Oscar Ortega)
- Portacelular tejido en Karaguatça (Daniela Benítez, artesana indígena Nivaclé de la asociación Vatcumjat Lhavoquei)
- Colección de karanday con arpillera (artesana Herminia Riveros, de Limpio): porta CD, porta termo, carteras para damas.
- Envases reciclados para remeras (Oscar y Gabriela, adaptación de envase desarrollado en taller de embalajes artesanales reciclados, organizado por Estación A).
- Juego de individuales y centro de mesa (diseño propuesto por Astrid Gustaffson)
- Visera ajustable de Karanday con símil cuero (diseño propuesto por Martelli Codas)

El municipio de Limpio se encuentra en el área metropolitana de Asunción. Su población, que crece a un ritmo de 7,4% anual debido a la migración campo-ciudad, es de 73.158 personas. Históricamente ha producido artesanía en Karanday (una fibra natural), a partir del trabajo familiar, con énfasis en la figura de la mujer. “En mi familia, mis abuelos eran artesanos, mi marido y yo lo somos, así como mis hermanos”, expresa Herminia Riveros de Sanabria, señalando la tradición de la cual ella hace parte. Son productos tradicionales el sombrero, los bolsones y las paneras.

No obstante, Limpio es un municipio golpeado, así como muchos de la zona, por el empobrecimiento, lo que sumado a otros factores, disminuye las posibilidades de generación de ingresos a partir del trabajo artesanal. Muchas artesanas canjean sus productos por otros o los venden al despensero del barrio u otros intermediarios.
Al problema económico, se suma el cultural: las nuevas generaciones, hijas de artesanos, o pierden interés o son obligados – por los apremios económicos y las limitaciones de la venta artesanal - a buscar otros oficios.

Bolígrafos borrados en Karanday, color natural, teñidos y con base de madera

Cintos de Karanday con cuero

Posatermos c/posaguampas de Karanday

Viseras c/logos sobre cuero

Kepis c/logo sobre cuero

Portalápices de cerámica

Quemador de incienso de takuara

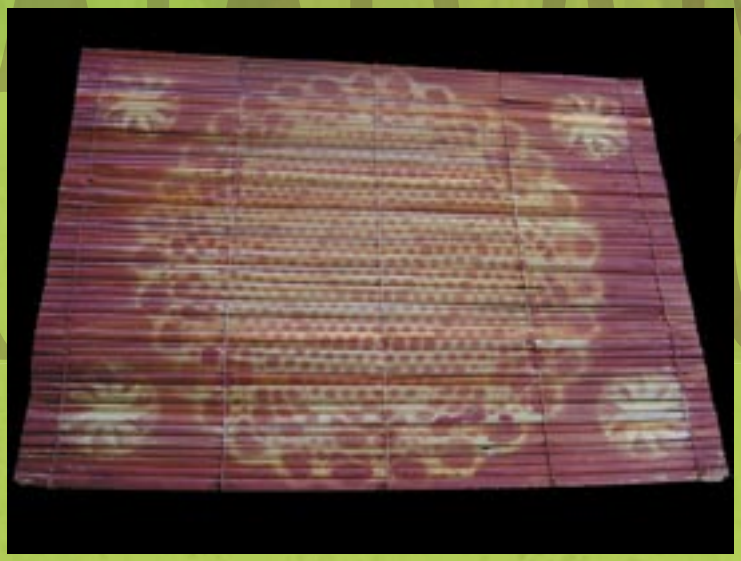
Porta incienso de takuara

Bolígrafos de takuara

Porta bolígrafos de takuara

Estuche portabolígrafos de takuara

Individual de pirí



Individual de pirí, con diseños pintados

Juego de individuales y centro de mesa

Agendas de Karanday con cuero

Block de notas de Karanday con cuero

Envases reciclados para remeras

Portacelular tejido en Karaguata

Cartera dama de karanday con arpillera

Porta termo de karanday con arpillera

Porta botella de karanday con arpillera

Visera ajustable de Karanday con símil cuero

Dos modelos de móviles con pájaros de madera

Canasta p/productos veterinarios

Stand para exposición de productos artesanales

VENTAS PROMOVIDAS

Las distintas estrategias y actividades realizadas hacen sinergia para avanzar hacia los objetivos buscados, siendo uno de ellos, generar oportunidades de comercialización. Si bien el acento está puesto en la promoción de enlaces entre ofertantes y demandantes, lo que hace difícil el seguimiento y el registro de la venta, cuando se concreta, algunas fueron posibles, principalmente en el caso de las organizaciones paraguayas. En el 2006, las ventas que éstas realizaron, a partir de acciones del Proyecto (y que fueron registradas), alcanzan un monto de 105.925 US$. El cuadro siguiente presenta el detalle.

2006		
Organización ofertante	**Organización demandante**	**Monto enta (US$)**
Arasy Orgánica	El Puente (Alemania)	35000
Arasy Orgánica	Logística Justa (España)	936
Cooperativa Manduvirá	El Puente (Alemania)	7000
Eco Agro/Alter Vida	El Puente (Alemania)	623
Estación A	El Puente (Alemania)	47000
Estación A	Dix Milla Villages (Canada)	2135
Estación A	Logística Justa (España)	330
Estación A	Sinchi Sacha	400
Estación A	Feria de Navidad (Londres)	200
Fundación Celestina Pérez de Almada	El Puente (Alemania)	93
Estación A	Claro (Suiza)	4600
Estación A	14* organizaciones paraguayas y venta directa al público	7608
Total: 5 organizaciones paraguayas.	**Total: 5 organizaciones extranjeras, 14 organizaciones paraguayas**	**Total: 105.925**

* Olinda Shoes, COMINCO, ALTERVIDA, Hiper 6, TODO CARNE, Sinergia, Colegio Americano, Instituto de Desarrollo, Fundación Fé y Alegría, Fundación Paz y Desarrollo, Zusa, Molino San Luis, La Aldea, Feria El Rodeo.

Es importante recordar que estas ventas beneficiaron a varios grupos de artesanos del Paraguay, y, al ser realizadas desde los principios del comercio justo, implicaron un relacionamiento de aprendizaje con los mismos.

En el 2006, así como en el año siguiente, no se tienen registros de los montos correspondientes a ventas realizadas por organizaciones de otros países, particularmente de la membresía de IFAT-LA, salvo el de la Fundación Sinchi Sacha (Ecuador), que efectuó una venta de 600 Euros a Green Peace, durante el Fashion Fair de Bélgica.

Durante el 2007 los esfuerzos se concentraron en el desarrollo del mercado local, como estrategia de sostenibilidad a largo plazo, y se iniciaron conversaciones a nivel regional para fortalecer la comercialización Sur-Sur. El detalle de ventas registradas este año es el siguiente:

2007		
Organización ofertante	**Organización demandante**	**Monto de la venta (US$)**
Arasy Orgánica	Tudo Bom – Brasil	19000
Arasy Orgánica	El Puente – Alemania	26000
Cooperativa Manduvirá	El Puente - Alemania	26870
Estación A	Canadá	2665
Estación A	Logistica Justa - España	2400
Estación A	Sinchi Sacha – Ecuador	100
Estación A	14* Empresas paraguayas	7000
Total: 3 organizaciones paraguayas	**Total: 5 organizaciones extranjeras; 14 organizaciones paraguayas**	**Total: 84.035**

* Colonias Unida, Hijas de Feliciana de Fariña, Red Rural del Paraguay, Guayaki, Embajada de Japón, PETROBRAS, TROCIUK, AGROSILOS, NGO, BRISTOL, GRAFICAS ROBERT, SUPERMERCADO LT, Escuela Agrícola, Kenedy y CIA.

Conclusiones

¿Por qué fue así y no de otra manera? Esta pregunta, paradigmática en toda sistematización, lleva a resaltar la trayectoria, previa al Proyecto, que Estación ha transitado, tejiendo relaciones, construyendo "curriculum" y acumulando saberes. Trayectoria que, en sus inicios, fue sostenida por el voluntariado, estando marcada por fuertes dificultades, considerando los obstáculos que enfrentan las organizaciones nuevas para acceder a financiamiento, principalmente de la cooperación internacional. Fueron varias las ocasiones en que los lideres de Estación A, en sus primeros años, pensaron en "tirar la toalla". La perseverancia y el convencimiento lo impidieron.

La perseverancia de la apuesta de Estación A, posibilitó el encuentro con otras organizaciones civiles con las cuales se impulsaron proyectos colectivos, accediendo de a poco a financiamiento directo por parte de agencias de cooperación y otras instituciones. La asociación de Gabriela Frers con AVINA habilitó un apoyo integral y, lo que es más importante, el enlace a una red de personas y organizaciones. El logro de la membresía de IFAT, coincidente con la creación de la sede de América Latina, insertó a la organización en un escenario plagado de oportunidades. La perspicacia y la astucia hicieron que las mismas sean muy bien aprovechadas.

El Proyecto "Articulaciones y Puentes para el Comercio Justo y la Economía Solidaria en América Latina" significó un proceso en el cual convergieron múltiples estrategias y actores, obteniéndose aprendizajes tanto "hacia adentro" (Paraguay), como hacia "afuera" (América Latina, principalmente Cono Sur).

Cerca de 200 organizaciones se vincularon con el proceso iniciando articulaciones (20 estaban previstas en los indicadores del Proyecto), fueron logradas 17 exportaciones desde Paraguay, sumando un total de 189.960 USD. También aumentaron las exportaciones desde otros países latinoamericanos, miembros de IFAT, pero aún no se cuenta con las cifras finales. La meta prevista de exportaciones, en el diseño, consiste en USD 150 mil, sumando las exportaciones nacionales y extranjeras.

Los indicadores específicos, referidos a capacitaciones, asesoramientos, comunicación, fueron gigantescamente superados.

IFAT-LA una sede regional que vive un progresivo dinamismo. La participación de la vocalía de desarrollo de mercados y comunicación, ejercida por Estación A, ha sido sustancial el logro de esta situación. De cierta manera, por sus funciones y por la intensidad de las acciones, esta vocalía puede ser denominada como la "vocalía de la visibilidad, el posicionamiento y el enlace". La aprobación de la propuesta de incorporar un nuevo estándar, el de identidad cultural, al conjunto de principios de IFAT internacional, es un logro mayúsculo que abre la puerta a toda una línea de trabajo, con posibilidades de tener enorme repercusión. Se trata nada más y nada menos de incidir en qué vender en el mercado justo global.

Siendo febrero del 2008, cuando este texto termina de escribirse, Gabriela Frers fue electa como Presidencia Interina de IFAT-LA, atendiendo a la renuncia de la anterior Presidencia. Esta elección es una cosecha, por un lado, y un reconocimiento, por el otro. Indicador contundente de la calidad del proceso desarrollado.

Unos meses antes, Gabriela Frers recibió la noticia de su elección como Fellows de Ashoka, Fundación Internacional que apoya a emprendedores sociales en el mundo. Este hecho posibilitará a Frers la disponibilidad de recursos financieros y sociales para dar continuidad y enfatizar la identidad cultural en el Comercio Justo para los próximos tres años.

Si bien el campo institucional desde el cual se inician los trabajos, es el de comercio justo, con el tiempo el mismo se ha ampliado, abrazando a la economía solidaria como parte del marco de referencia, incrementando el número de actores y desafíos. Esto se observa también en Paraguay, donde el Grupo Impulsor de Comercio Justo, cambió su denominación a "Asociación de Economía Solidaria y Comercio Justo en Paraguay". Esta asociación actualmente elabora su planificación estratégica, indicador de y condición para su continuidad.

El relacionamiento con organizaciones integrantes de IFAT-LA y de otras personas socias de AVINA en América Latina, hacen a la condición y al resultado, pues, por un lado, favorecieron el impulso de las acciones, y por el otro, se fortalecieron los vínculos. Es importante citar, por ejemplo, el estrecho trabajo con Luis Martínez (Argentina), Pamela Ríos (Chile), Rubén Tapia (Ecuador), Pablo Guerra (Uruguay), Eduardo Letelier (Chile), Eduard Segarra (España), Juan Angel Bóveda (Paraguay).

En Paraguay y en otros países, hay personas formadas y capacitadas en comercio justo y economía solidaria, lo que no es un dato menor, ateniendo al carácter emergente de las organizaciones y los movimientos sociales en la región, particularmente, en Paraguay. Se ha aprendido que la capacitación, cuando es destinada a productores/as, es más efectiva si va de la mano con la comercialización y la producción. La capacitación en abstracto resulta poco atractiva y productiva.

El proyecto fue, como se ha dicho, un canalizador y un catalizador, funciones claves de un facilitador. Con luces y sombras, la pervivencia de las actividades ha posibilitado el logro de los resultados, los cuales, para hacer justicia, no pueden ser atribuidos totalmente a Estación A. Esta organización ha tendido puentes y fomentado lazos, nada más, pero nada menos.

Las principales dificultades provinieron de la sobrecarga de actividades, en parte debido a la naturaleza de las actividades (basadas en las oportunidades, por lo tanto, marcadas por el dinamismo y la simultaneidad), y en parte debido a las limitaciones de recursos de Estación A, organización que no posee una infraestructura y staff significativos. El proceso vivido, de hecho, la afectaron. Estación A está mutando. Vive una "crisis de crecimiento", crisis que está siendo afrontada con mucho cuidado, de modo a favorecer un salto cualitativo en cuanto desarrollo organizacional.

La base de datos construida durante el proceso constituye casi un tesoro, pero la misma debe ser perfeccionada e informatizada, de modo a disponer de la información de forma más inteligente y rápida.

Se han tejido puentes y se han dado articulaciones, tanto en el América Latina, como en Paraguay. El "actor social" relacionado a la economía solidaria y el comercio justo, se ha fortalecido. Hay sujetos colectivos capaces de proseguir las acciones y de plantearse metas más ambiciosas, entre ellas, la incidencia en las políticas públicas nacionales y regionales. La asociación en Paraguay, el espacio Mercosur solidario en el Cono Sur, IFAT-LA y la Red Avina en América Latina, están allí, más preparados que antes para dar cuenta de los desafíos.

Y ellos son muchos. La articulación con otros movimientos sociales, la insistencia en la promoción de la participación de organizaciones de base, el intercambio Sur-Sur y el desarrollo del estándar referido a identidad cultural son algunos de los tópicos que serán centrales en las siguientes fases.

Afortunadamente, esta experiencia, además de ofrecer aprendizajes, tiene condiciones de continuar: porque "otro mundo es posible".

ANEXOS

Directorio IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE 54

Directorio ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA 60

Directorio ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION 61

Directorio Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá. 64

Directorio Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción 65

Directorio Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá 67

Directorio Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá 67

Organizaciones contactadas EN GIRAS 68

DIRECTORIO IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Abbiati Giovanni	base@khulna.bangla.net		BAsE Bangladesh Hosto Shilpo Ekota Sheba Songshta	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Abdus SalamShah	dewhc@bdonline.com		Development Wheel-DEW	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Abuya John Ogao	wanasanaa@yahoo.com		Wanasanaa Self help group	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Adomako James	sankofart@yahoo.com		Sankofa African Art	Ghana	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Alantara Carbajal Maria	ventas@minkafairtrade.com	www.minkafairtrade.com	Minka Fair Trade	Peru	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Albandak Issa	ftdc-icp@bethlehem.edu		Fair Trade Development Center	Palestine	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Albareda Maria del Pilar	secretaria@ifat-la.org ; pialbareda@yahoo.ca	www.ifat-la.org	IFAT Latinoamerica	Ecuador	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Alexander Patricia	patricia.alexander@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Alrud Linda	linda@sackeus.se	www.sackeus.se	Sackeus AB	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Apaza Aquilina	lakochalita@supernet.com.bo		Centro de Servicio Artesanal La Khochalita	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Apokerah Nicholas	t_inaid@yahoo.com		Trade Aid Integrated	Ghana	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Aranda Bezaury Josefina	jarandauabjo@yahoo.com.mx		CEPCO / CLAC	Mexico	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Arunga Tito	tarunga@snvworld.org	www.snvworld.org	SNV Netherlands Development Organisation	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Asim Mirza Muhammad	lion_trader@yahoo.com		Lion Trader	Pakistan	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Asti Ana	ana@ondasolidaria.org	www.ondasolidaria.org	Onda Solidária	Brasil	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Aunola Erkki	erkki.aunola@kehitysmaakauppa.org	www.kehitysmaakauppa.org	Tampereen Kehitysmaakauppa	Finland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Awal Abdul	nrds@bttb.net.bd		Noakhali Rural Development Society	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Baile Antonio	antonio@alternativas.org	www.alternativas.org	Alternativa 3 SCCL	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bakshi Shampa	silence@cal.vsnl.net.in ; silence@vsnl.net		Silence	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Baroi John	hhcrafts@agni.com		HEED Handicrafts	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Barrett Allison	allison_barrett@yahoo.com		IFAT	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bature Ishaku Samaila	natn@hisen.org		Alternative Trade Network of Nigeria	Nigeria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bature Christy Maryam	natn@hisen.org		Alternative Trade Network of Nigeria	Nigeria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bengston Mona	la.maison.afrique@ebrevet.nu		La Maison de l'Afrique AB	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Berglund Nicolas			North & South Fair Trade	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Berkeley Regina	regina.berkeley@contigo.de	www.contigo.de	Gontigo	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bernd Annette	annette.bernd@ab-consult.biz	www.ab-consult.biz	Independent consultant	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bhattarai Prativa	mdB@ntc.net.np		Get Paper Industry	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bhattarai Milan	mdb@ntc.net.np		Get Paper Industry	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bhattarai Meera	craftacp@mos.com.np		Association for Craft Producers	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Binamungu Epaphrodite	epartiste@yahoo.fr		RPSF	Rwanda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Blanc Guillaume	guillaumeb80@hotmail.com		Organization Team Welcome	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Boos Rosmarie	fpsfps@4u.com.gh		Getrade - FPS	Ghana	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Bridge Moira	fairerwrld@aol.com		British Association for Fair Trade Shops	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Broadis Eve	info@bafts.org.uk	www.bafts.org.uk	British Association for Fair Trade Shops	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Buist Eddie	hq@action-inter.com		Paulmart LTD	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Burkholder Joyce	joyce.burkholder@tenthousandvillages.com	www.tenthousandvillages.com	Ten Thousand Villages	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Caldeira Lucas	partner@vsnl.com		ASHA Handicrafts Association	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Calix Birgit	birgit.calix@eza.cc	www.eza.cc	EZA Fairer Handel GmbH	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Canavesi Lissette	l.canavesi@ifad.org	www.ifad.org	FIDA	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Carlsson AnnCathrine	anncathrine@housefairtrade.se	www.housefairtrade.se	The house of Fair Trade	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Carr Margaret	margaret.carr@oxfamireland.org	www.oxfamireland.org	Oxfam Ireland	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Casanova Philippe	audeladesfrontieres@hotmail.com		Au-delà des frontières	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Cavalier Jean-Baptiste	jb.cavalier@artisansdumonde.org	www.artisansdumonde.org	Fédération Artisans du Monde	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chandler Paul	paulc@traidcraft.co.uk	www.traidcraft.co.uk	Traidcraft	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chandra Harish	imagination@auroville.org.in ; harish@auroville.org.in		Imagination	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chase Susan	selizabethchase@cs.com		SERRV International	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chase Robert	serrvdirector@aol.com		SERRV International	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chatterji Pratap	mereville@auroville.org.in		Mereville Trust	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Cheatle Rodney	admin@farmersowntrading.co.ke	www.farmersowntrading.co.ke	Farmersown	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chikan Benjamin	natn@hisen.org		Alternative Trade Network of Nigeria	Nigeria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Chitrakar Sunil	sguthi@mos.com.np		Mahaguthi	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Choudhuri Debasish Ray	sashaexport@vsnl.net		SASHA Exports	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Condor-Vidal Judith	jcondor_vidal@btinternet.com ; condorvidal@aol.com		Ethical Fashion Forum	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Coppieters Anne	info@citizendream.com	www.citizendream.com	Citizen Dream	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Cordon Ileana	crecer@crecer.org.gt	www.crecer.org.gt	EC IFAT	Guatemala	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Cottrell Vi	vi.cottrell@tradeaid.org.nz	www.tradeaid.org.nz	Trade Aid	New Zealand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Crawford Ronald Colin Sinclair	colinc@serrv.org	www.serrv.org	SERRV International	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

DIRECTORIO IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Dal Fiume Giorgio	vi13016@iperbole.bologna.it		Ctm Altromercato	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dalvai Rudi	progetti@altromercato.it	www.altromercato.it	IFAT Chair	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Das Swapna	emaindia@giascl01.vsnl.net.in		Equitable Marketing Association	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dasgupta Avjit	mkscal@cal.vsnl.net.in		Madhya Kalikata Shilpangan	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Davenport Eileen	ejdavenp@ihug.co.nz		IFAT	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
David Claribel	theforum@apfti.org.ph	www.apfti.org.ph	Asia Fair Trade Forum	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
David Mochama Nyabaro	nyasocarversorg@yahoo.com		Nyabigena Soapstone Carvers Organization	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
de Boischevalier Bernard	bernard.de-boischevalier@neuf.fr		Associate A69	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
de Bruijn Mariken	mdebruijn@wereldwinkels.nl		Association of Worldshops	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
De Costa Indika	siyath@zeynet.com		Siyath Foundation	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
De Craen Steven	steven.decraen@btcctb.org	www.btcctb.org	Fair Trade Center / BTC	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
de Kock Caroline	caroline@tulimara.co.zw		Speciality Foods of Africa Pvt	Zimbabwe	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
de Majo Mercedes Cecilia	silataj@interprov.com		Fundacion Silataj	Argentina	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Deighton Paul	pauld@oxfamtrading.org.au	www.oxfamtrading.org.au	New internationalist	Australia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dermelj Marjana	marjana@umanotera.org	www.umanotera.org	UMANOTERA SLOVENIAN FOUNDATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	Sloveni	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Des Francs Philippe	bouticethic@orange.fr		Boutic Ethic	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dey Tanu	ddp@bdcom.com		Dhaka Handi Craft	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dirks Douglas	doug.dirks@tenthousandvillages.com	www.tenthousandvillages.com	Ten Thousand Villages	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dooms Laurence	info@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dr. Chalmers Linda	lindac@oxfamshop.org.au	www.oxfamshop.org.au	Oxfam Australia Trading	Australia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Dube Daina	dezign@mweb.co.zw		Dezign Incorporated	Zimbabwe	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Durwael Stefan	director@ifat.org	www.ifat.org	IFAT Director	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Eitelberg Jessica	J_Eitelberg@yahoo.com			Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Elisabeth Piras	elisabeth.piras@skynet.be		Claro Fair Trade	Switzerland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
El-Sayed Mona	mona.fte@gmail.com		Egypt Craft / Fair Trade Egypt	Egypt	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Escobedo José Luis	compras@alternativas.com	www.alternativas.org	Alternativa 3 SCCL	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Fabels Elisabeth	efabels@wereldwinkels.nl		Association of Worldshops	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Fall Moctar	interface@orange.sn		Interface Trading	Senegal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Favennec Thomas	Thomas@tudobom.fr	www.tudobom.fr	Fair Planet	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Fernando Tyrell Delukshan	tyrell@sltnet.lk		People's Organisation for Development Import & Expor	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ferretti Marcella	altraq@altraq.it	www.altraq.it	AltraQualita	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Firl Monika	monika@coopcoffees.com	www.coopcoffees.com	Cooperative Coffees	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Franck Natier Yannick	artisanat.sel@wanadoo.fr		Artisanat Sel	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Frers Gabriela	estacion@pla.net.py	www.estacion-a.org.py	Estacion A Nucleo cultural	Paraguay	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Freteur Thomas	thomas.freteur@gmail.com		Conference Photographer	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Freudenberg Andreas	MHagen@caritas.ch	www.caritas.ch	Caritas-Fairtrade	Switzerland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Freudenberg Michael	michael@pop3.poptel.org.uk		Awsana Enterprises Asmara Eritera	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Frey Marvin	marv@villages.ca	www.villages.ca	Ten Thousand Villages Canada	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Fridman Zipora Fania	zipi@hanitzoz.org.il		Sindyanna of Galilee	Israel	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Fuetterer Andrea	andrea-fuetterer@gepa.org	www.gepa.org	GEPA Fair Trade Company	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ganguly Manas	ema@cal3.vsnl.net.in		Equitable Marketing Association	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gardner Kerry	kerry.gardner@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gast Antoinette	info@tuyu.nl	www.tuyu.nl	Tuyu		IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gelan Mia	miagelan@yahoo.com		Oxfam Ostend	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Genson Venus C.	venus@art-n-nature.com	www.art-n-nature.com	Art N Nature	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gent Christine	globaljourney@ifat.org	www.ifat.org	IFAT Global Journey	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ghuznavi Sayyada Ruhi	aranya@citech-bd.com		Aranya Crafts Limited	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ghysels Leo	oxfam.wereldwinkels@oww.be	www.oww.be	Oxfam Wereldwinkels	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Giménez Belmonte Yvonne	Info@intermonoxfam.org	www.intermonoxfam.org	Intermon OXFAM	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Godreuil Gérald	g.godreuil@artisansdumonde.org	www.artisansdumonde.org	Fédération Artisans du Monde	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gomes Michael Bokul	jutework@citechco.net		CORR the jute works	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gompil Semshak	sgompil@yahoo.com		Alternative Trade Network of Nigeria	Nigeria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
González Andrés	coordinadora@comerciojusto.org	www.comerciojusto.org	Coordinadora Estatal de Commercio Justo España	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gooch Fiona	comms@traidcraft.co.uk	www.traidcraft.co.uk	Traidcraft	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Good Andy	andy@equalexchange.co.uk	www.equalexchange.co.uk	Equal Exchange Trading	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Goosen Paula	jabulanij@cybertrade.co.za		Jabulani Jewellery	South Africa	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gough Richard	richard.gough@tearfund.org	www.tearfund.org	Tearcraft - Tearfund	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Gregory Jill	jill.gregory@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Grima Nathalie	kkg@maltaforum.org	www.maltaforum.org	Koperattiva Kummerc Gust	Malta	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Guttenstein Elizabeth	elizabeth@isealalliance.org	www.isealalliance.org	ISEAL Alliance	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Guion-Firmin Ruth	ruthie16@hotmail.fr		IFAT - Organization Team	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Directorio IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Gwaneza Emmanuel	copabu@yahoo.fr		Copabu	Rwanda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hadweh Eman	ehadweh@bethlehem.edu		Institute for Community Partnership	Palestine	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hagen Monica	MHagen@caritas.ch	www.caritas.ch	Caritas-Fairtrade	Switzerland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Haie Jean-Louis	jlhaie82@gmail.com		Organizing Team Coordinator's assistant	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Haji Priya	priya@worldofgood.com ; priya@worldofgood.org	www.worldofgood.com	World of Good	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Halder Shefali Florence	shefali@prokritee		Mennonite Central Committee	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hall Nicholaus	n.hall@iee.org	www.iee.org	AFTF	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hall Tony	antonyhall@gmail.com		AFTF	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hani Wardani Duarsa	info@mitrabali.com	www.mitrabali.com	Mitra Bali	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Harbour Holly	holly@worldofgood.org	www.worldofgood.com	World of Good	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hassanat Abu	shaidpup@bttb.net.bd		Pollee Unnyon Prokolpo	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hejkrlik Jiri	hejkrlik@email.cz		Ecumenical Academy Prague	Czech Republic	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Henriquez Santos Juan Eduardo	apicoop@telsur.cl		Apicoop	Chile	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hermosa Ronny	ronnyhermosa@hotmail.com		IFAT Conference Coordinator	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hiebert Beverly	bev@villages.ca		Ten Thousand Villages Canada	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hochleitner Madlene	madlene.hochleitner@aon.at		ARGE Weltaden	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hopkins Raúl	raul.hopkins@tiscalinet.it		Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hoyer Thomas	t.hoyer@dwp-rv.de	www.dwp-rv.de	DWP EG	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hudson Cherianne	cherianne.hudson@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hughes Michelle	mh@sharedearth.co.uk	www.sharedearth.co.uk	Shared Earth Ltd	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hummel John	johnhummel@snvworld.org	www.snvworld.org	SNV Netherlands Development Organisation	Asia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Hwamiridza Laputa James	dezign@ecoweb.co.zw		Dezign Incorporated	Zimbabwe	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
I Gusti Ketut Agung	agungalit@mitrabali.com	www.mitrabali.com	Mitra Bali	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
I Komang Adiartha	info@mitrabali.com	www.mitrabali.com	Mitra Bali	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ichwani Mochamad	iwan@pekerti.com	www.pekerti.com	Pekerti	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Iezzi Carmen	cki@fairtradefederation.org	www.fairtradefederation.org	Fair Trade Federation	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jajawardena Ravi	goldenpalmsl@eol.lk		Golden Palm International	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jambughodawala Jabeen	info@sahajindia.org	www.sahajindia.org	SAHAJ	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jansen Huub	hjansen@wereldwinkels.nl		Association of Worldshops	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jarka Jeanne Marie	coordinator@worldshops.org	www.worldshops.org	News	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jeune Hilary	jeune@fairtrade-advocacy.org	www.fairtrade-advocacy.org	Fair Trade Advocacy Office	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Johnson Pierre	pierrejohnson01@gmail.com		Associate member	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Jones Renice	info@globalcrafts.org	www.globalcrafts.org	Global Crafts	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Joseph Johny	create@bom5.vsnl.net.in		Creative Handicrafts	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kaashoek Karin	karin@kaashoek.com		Textielwerkplaats Sari V.O.F.	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kachhipati Chandra Prasad	sanahast@wlink.com.np		Sana Hastakala	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kafwa Deo	mikono@raha.com		Mikono	Tanzania	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kakyomya Erisa	mpangatea@iwayafrica.com		Mpanga Growers Tea Factory LTD	Uganda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kamudu Gabriel Henry	craftaid@telbox.com		Craft Aid Mauritius	Mauritius	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kandie Constantine	ckandie@kenyagatsby.org	www.kenyagatsby.org	Kenya Gatsby Charitable Trust	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Karanja Joan	jkaranja@cofta.org	www.cofta.org	COFTA	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Karunaratne Modestus	gospelhh@sltnet.lk		Gospel House Handicrafts	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kathiravan Subramanian	imagination@auroville.org.in ; harish@auroville.org.in		Imagination	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Katingima Patrick Musau	mcuexpu@kenyaweb.com		Machakos District Co-op Union Ltd	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kaukler Ben	tea@topqualitea.com	www.topqualitea.com	Top QualiTea	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kayaga Samson	riotoyoyouth@yahoo.com		Tabaka Riotoyo Youth Group	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
KenyanyaJim	smolart2000@yahoo.com		Smolart self help group	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Khadgi Kiran Bahadur	kts@wlink.com.np		Kumbeshwar Technical School	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Khadka Ramkali	wsdpftg@fewanet.com.np		Women's Skill Development Project	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Khan Shamim	info.progressgroup@gmail.com		Commerce Channel LTD	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kjellgren Jessika	jessika@sackeus.se	www.sackeus.se	Sackeus AB	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Klassen Laurie	laurie@levelground.com	www.levelground.com	Level Ground Trading	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Knapp Stephen	steve@fairtrade.org.nz	www.fairtrade.org.nz	Fair Trade Association of Austria and New Zealand	New Zealand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kocken Marlike	efta@antenna.nl		EFTA	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kofler Barbara	arge@weltlaeden.at		ARGE WelHäden	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
König Walter	koenig.walter@arcor.de		El Puente	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kragten Marieke	m.kragten@hivos.nl	www.hivos.nl	Hivos	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Krier Jean-Marie	jmkrier@salzburg.co.at		Fairfutures	Luxembourg	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kulmanochwong Rosalind	rosalind@thaicraft.org	www.thaicrft.org	Thaicraft	Thailand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Kyagera Pamela	nawou@uol.co.ug		Nawou	Uganda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Labradores Geraldine	trufood_spftcfairtrade@yahoo.com ;		Southern Partners and FT Corporation	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

DIRECTORIO IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
	spftc_fairtrade2004@yahoo.com				
Lahav Hadas	sindyan@netvision.net.il		Sindyanna of Galilee	Israel	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lambert Denis	hugo.roegiers@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam-Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lapitan Sofronio	front@safrudi.com		Social Action Foundation for Rural and Urban Development	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Leadbetter Alistair	comms@traidcraft.co.uk	www.traidcraft.co.uk	Traidcraft Exchange	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Leonarduzzi Federica	cooperacion@ideas.coop	www.ideas.coop	IDEAS	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lifsey Sara	slifsey@7loaves.com	www.7loaves.com	7 Loaves	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lilley Ben	ben.lilley@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Linden Lars	anncathrine@housefairtrade.se	www.housefairtrade.se	The house of Fair Trade	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lira Winnie	wlira@fundacionsolidaridad.cl	www.fundacionsolidaridad.cl	Fundacion Solidaridad	Chile	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lizana Huaman Moner	intercrafts@ciap.org	www.ciap.org	CIAP Intercrafts Peru SAC	Peru	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Luca Gioelli	info@liberomondo.org	www.liberomondo.org	Liberomondo	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Lytton Don	donlytton@danyun.com	www.danyun.com	Danyun Threads of Yunnan	P.R. China	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
M. Mwasi Beatrice	info@sanabora.com	www.sanabora.com	Sanabora Design House	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Macqueen Duncan	duncan.macqueen@iied.org	www.iied.org	IIED	Scotland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Magerl Michaela	equisolmichaela@free.fr		Equi'Sol	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mahmoud Shadi	shadi.mahmoud@pal-arc.org	www.pal-arc.org	Palestinian Agricultural Relief Committees	Palestine	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Maldidier Christophe	c.maldidier@solidarmonde.fr	www.solidarmonde.fr	Solidar'Monde	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Malila Martin	mcuexpu@kenyaweb.com		Machakos District Co-op Union Ltd	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mangrané Marta	food@ideas.coop	www.ideas.coop	IDEAS	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Manzanal Maiden	program@asiaforum.ph	www.asiaforum.ph	Asia Fair Trade Forum	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Marasinghe Raja	ccounsil@sltnet.lk		Central Council of Disabled Persons	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Martinez Juan José	jmartinez@intermonoxfam.org	www.intermonoxfam.org	Intermon OXFAM	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Martini Stefano	esteri@commercioalternativo.it	www.commercioalternativo.it	Soc. Coop. Commercio Alternativo	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Masih Samuel	export@noahsindia.com	www.noahsindia.com	Noah's Ark International Exports	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mathis Juliette	intern@fairtrade-advocacy.org	www.fairtrade-advocacy.org	Fair Trade Advocacy Office	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Maughan Rebecca	info@sharedearth.co.uk	www.sharedearth.co.uk	Shared Earth Ltd	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mayta Ana	accion_creeadora@yahoo.com		Accion Creadora "ACRE"	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mac Gree Helen	comms@traidcraft.co.uk	www.traidcraft.co.uk	Traidcraft Exchange	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mac Donald Jacqui	jrmjacqui@aol.com			Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mac Kinnon Bruce	bruce.mckinnon@hostuniversal.com				IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mehta Roopa	sashaexport@vsnl.net		SASHA Exports	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Melis Wim	wim.melis@oww.be	www.oww.be	Oxfam Wereldwinkels	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mera Christian	mercadeo@fundmcch.com.ec	www.fundmcch.com.ec	Fundation MCCH	Ecuador	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Merlevede Sophie	myunintendedchoice@hotmail.com		Organizing Team Fair Trade Market	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Meurens Amélie	info@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Meza Conde De Rietveld Ana Yannina	manosamigas@infonegocio.net.pe		Manos Amigas	Peru	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Michielsen Marian			Fair Trade Center / BTC	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Miles Tony	jabulanij@cybertrade.co.za		Jabulani Jewellery	South Africa	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Minney Safia	planning@peopletree.co.jb	www.peopletree.co.jb	Global Village / People Tree	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Moritz Martin	martin.moritz@el-puente.de	www.el-puente.de	El Puente	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Muchilwa Mike	monitoring@ifat.org	www.ifat.org	IFAT	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mukasa Josephine	womengo@uol.co.ug ; nawou@uol.co.ug		Nawou	Uganda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Mungali François	nkumalecha@yahoo.fr		RPSF	Rwanda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Munyaneza Jean	projetbus@yahoo.fr		Dancing Pots-Pottery Project	Rwanda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Murphy Peter	hq@action-inter.com		Paulmart LTD	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Musch Cheryl	cherylmserrv@aol.com		SERRV International	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Muthoni Florence	trinityjewelcrafts@yahoo.com		Trinity Jewellery Crafts	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Muze Philemon Lawrence	kwanza@africaonline.co.tz		Kwanza Collection Company	Tanzania	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Myers Paul	paulmyers@dejazzd.com		Honorary Member of IFAT	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Naveaux Stembert Francine	rodolphe.stembert@cfwb.be		Organization Team Help Desk	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ngeh Peter Abong	prescraftbda@yahoo.com		Prescraft	Cameroon	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Nickoleit Gerd	nickoleit@gepa.org	www.gepa.org	GEPA Fair Trade Company	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Nina Ronald	lakochalita@supernet.com.bo		Centro de Servicio Artesanal La Khochalita	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Nixon Julie	julie@gonerural.co.sz	www.gonerural.co.sz	Gone Rural	Swaziland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Obara Ong'ondo Nemwel	nyasocarversorg@yahoo.com		Nyabigena Soapstone Carvers Organization	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ofosuheme Wise Michael	fpsfps@4u.com.gh		Getrade - FPS	Ghana	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Oino Matoke Evans	bosinangejkali@yahoo.com		Bosinange Jua-Kali Soapstone	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ondari Moses	smolart2000@yahoo.com		Smolart self help group	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ongesa Nyangate Eric	wanasanaa@yahoo.com		Wanasanaa Self help group	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Osterhaus Anja	osterhaus@fairtrade-advocacy.org	www.fairtrade-advocacy.org	Fair Trade Advocacy Office	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Directorio IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Oyange Frederick	masinde@undugukenya.org	www.undugukenya.org	Undugu Society of Kenya	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Panchaksharam Kuppusamy	sipa@vsnl.com		SIPA	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Panfil Olimpia	o.panfil@unido.org	www.unido.org	UNIDO	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Panzuri Amir	apikri@gmail.com		Apikri	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Park Changsoon	ullimft@naver.com		Ullim Production	Korea	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Pattni Pulin	info@africangemcorp.com		Gemkit Enterprises Limited	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Paudel Ram Chandra	ramcn@fewanet.com.np		CHILDREN-Nepal	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Pereyra Julieta	lakochalita@supernet.com.bo		Centro de Servicio Artesanal La Khochalita	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Peters Carla	carlapeters@wanadoo.nl		Carla MC Peters	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Peters Piet	info@de-evenaar.nl	www.de-evenaar.nl	De Evenaar	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Piercy Jeremy	jp@sharedearth.co.uk	www.sharedearth.co.uk	Shared Earth Ltd	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Pignatelli Grazia Rita	secreteria@agices.org	www.agices.org	AGICES	Italy	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Platz Henrik	aarhus@merkurbank.dk	www.merkurbank.dk	Merkur	Denmark	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Poos Samuel	samuel.poos@btcctb.org	www.btcctb.org	Fair Trade Center / BTC	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Poulsen Pernille	info@fairtrade.dk	www.fairtrade.dk	Fair Trade Danmark	Denmark	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Purushothaman Vuppala	veepee@iffad.com	www.iffad.com	IFFAD	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ramasamy Palaniappan	sipa@vsnl.com		SIPA	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Raste Arun	arun@irft.org	www.irft.org	IRFT	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Reintjes Carola	creintjes@ideas.coop	www.ideas.coop	IDEAS	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Rios Pamela	prios@cholchol.org	www.cholchol.org	Fundacion Chol-Chol	Chile	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Rodriguez Antonia	srdemayo@entelnet.bo		Asarbolsem	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Roegiers Hugo	hugo.roegiers@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Organization Team Shuttle	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Roques Mollie	rosecraft@realnet.co.sz		Rosecraft	Swaziland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Roy Bardhan Satyabrata	mkscal@cal.vsnl.net.in		Madhya Kalikata Shilpangan	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Rurangirwa Jean	rjdamascene@yahoo.fr		RPSF	Rwanda	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sadorra Maria Virginia	ccap@ccapfairtrade.ph	www.ccapfairtrade.ph	Community Crafts Association of the Philippines	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sager Lori	lori@villages.ca	www.villages.ca	Ten Thousand Villages Canada	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sahori Suzan	hlcs@p-ol.com		Holy Land Handicraft Cooperative Society	Palestine	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Salcedo Daniel	dsalcedo@catgen.com		CatGen	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Salditos Ruth Fe	pnyfair@skyinet.net		Panay Fair Trade Center	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Salmon Stephen	stephen@thaicraft.org	www.thaicrft.org	Thaicraft	Thailand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sanchez Carlos Andres	carlos.sanchez@fundaglobal.org	www.fundaglobal.org	Fundaglobal	Colombia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sanchez Alvaro	coordinacion@ideas.coop	www.ideas.coop	IDEAS	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sanchis Rafael	rsanchis@intermonoxfam.org	www.intermonoxfam.org	Intermon OXFAM	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Santos Glayson Ferrari	glayson_santos@wvi.org	www.wvi.org	World Vision Brazil	Brazil	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sardar Sankari	emaindia@giascl01.vsnl.net.in		Equitable Marketing Association	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Savoy Marian	lori@villages.ca	www.villages.ca	Ten Thousand Villages Canada	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schaake Malaikha			Goik		IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schatzman Jérome	jerome@tudobom.fr		Fair Planet	France	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Scheire Karen	karen.scheire@ugent.be		Organizing Team Volunteers Coordinator	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schlehuber Andrea	andrea.schlehuber@eza.cc	www.eza.cc	EZA Fairer Handel GmbH	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schloneger Craig	craig.schloneger@tenthousandvillages.com	www.tenthousandvillages.com	Ten Thousand Villages	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schoofs Annie	annie.schoofs@oww.be	www.oww.be	Oxfam Wereldwinkels	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Schuilenburg Olaf	membership@ifat.org	www.ifat.org	IFAT Netherlands	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Seagraves Audrey	audrey@worldofgood.org ; audrey@worldofgood.com	www.worldofgood.com	World of Good	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sen Gupta Chanchal	ffti@rediffmail.com		Fair Trade Forum India	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Seno Joel	info@art-n-nature.com	www.art-n-nature.com	Art'n'nature MFG	Philippines	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shahnewaj Abul	jci@bol-online.com		Jahanara Cottage Industries	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shakya Padmasana	manushi@mail.com.np		Manushi	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shakya Dhakhwa Anu	manushi@mail.com.np		Manushi	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sharma Sheel Prabha	taraprojects@spectranet.com		Tara Projects	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sharma Shyam Swarup	taraprojects@spectranet.com		Tara Projects	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sharma Sharada	ramcn@fewanet.com.np		CHILDREN-Nepal	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shimizu Larenas Marietta	as.director@ifat.org	www.ifat.org	IFAT	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shrestha Kamal N.	ftgnepal@info.com.np		Fair Trade Group Nepal	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Shrestha Revita	craftacp@mos.com.np		Association for Craft Producers	Nepal	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Siddiqui Arshad Hossain	info@ecotaftf.org	www.ecotaftf.org	ECOTA Fair Trade Forum	Bangladesh	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Silverman Ella	ella.silverman@worldofgood.com	www.worldofgood.com	World of Good	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Singh Anil	need@satyam.net.in ; info@indianeed.org		NEED	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sisodia Ranvir	info@sahajindia.org	www.sahajindia.org	SAHAJ	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Skeeters-Behrens Amy	asbehrens@ebay.com	www.ebay.com	eBay	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

Directorio IFAT Conference 2007, Blankenberge

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Sosa Catalina	tianguez@interactive.net.ec	www.sinchisacha.org	Fundacion Sinchi Sacha	Ecuador	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Spender Rebecca	rebecca.spender@tearfund.org	www.tearfund.org	Tearcraft	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Spil Erika	espil@wereldwinkels.nl		Association of Worldshops	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Srimal Sujoy	ekta01@vsnl.net		Equitable Marketing Association	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Stephens Christopher	chrisbstephens@yahoo.co.uk		Traidcraft	England	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sterk Antonia	a-sterk@dwp-rv.de	www.dwp-rv.de	DWP EG	Germany	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Suda Ukrumah	ukrumah@pekerti.com	www.pekerti.com	Pekerti	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Svensson Gunn	anncathrine@housefairtrade.se	www.housefairtrade.se	The house of Fair Trade	Sweden	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Sylvand Josephat	kcu@habari.co.tz		Kagera Cooperative Union Ltd	Tanzania	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Tagore Manob	manob@auroville.org.in		Cottage Industries	India	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Takatsu Tamae	t-takatsu@topping.jp		Oxfam Japan	Japan	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Takishita Ikuko	imports@peopletree.co.jp	www.peopletree.co.jb	Fair Trade Company/People Tree	Japan	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Tapia Mantilla Ruben Fernando	info@relacc.org	www.relacc.org	Corporacion RELACC	Ecuador	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Thariki Wilfred	astrads@wananchi.com		Astrads Management Services	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Thomas Stephen	stephen.thomas@tearfund.org	www.tearfund.org	Tearfund	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Toews Stacey	stacey@levelground.com	www.levelground.com	Level Ground Trading	Canada	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Tomaney Mo	Motomaney@aol.com		Central St Martin College of Art & Design	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Travezaño Maximiliano Jorge Antonio	fairtradeperu@yahoo.es ; bridgeofhope@fairtradeperu.com		Instituto de Desarrollo Urbano CENCA	Peru	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Trogolo Maria Jose	maria@fairtrade.org.nz	www.fairtrade.org.nz	Fair Trade Association of Austria and New Zealand	New Zealand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ujszaszi Gyorgyi	gyorgyi@vedegylet.hu		Protect the Future	Hungary	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ullrich Heidi	ullrichheidi@yahoo.com		independent / Accountable Global Governance Projec	Switzerland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van Cauter Joel	jo@citizendream.com	www.citizendream.com	Citizen Dream	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van den Burg Kees	kvdburg@oikocredit.org	www.oikocredit.org	Oikocredit	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van Der Borght Bénédicte	benedicte@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van Mersbergen Peter	pvmers@wereldwinkels.nl		Association of Worldshops	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van Vugt Daan	stichtingamandla@wanadoo.nl		Amandla	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Van der Elst Philippe	philippe@latino.be		Latino	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
VanderHoff Boersma Franciscso	vanderbf@uciri.org	www.uciri.org	Uciri	Mexico	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Vandervecken Valérie	info@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Vergara Paty	info@mdmoxfam.be	www.mdmoxfam.be	Oxfam Magasins du Monde	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Vidal Maria Asuncion	svidal@intermonoxfam.org	www.intermonoxfam.org	Intermon OXFAM	Spain	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Vizcarra Gaston	cp-geren@amauta.rcp.net.pe		Candela Peru	Peru	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Vossen Jan	j.vossen@fairtrade.nl	www.fairtrade.nl	Fair Trade Original	Netherlands	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wahyuningtyas Woro	cdcraft_bethesda@yahoo.com		CD craft Bethesda	Indonesia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wainman William	william@ecoffins.co.uk		Weiming Furniture	China	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wainwright Zoia	zoia.wainwright@boots.co.uk	www.boots.co.uk	Boots the Chemist	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Ward Kevin	office@globalcrafts.org	www.globalcrafts.org	Global Crafts	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Warnakulasooriya Paul Fernando	sarexpo@eureka.lk		Lanka Jathika Sarvodaya Shramadana Sangamaya	Sri Lanka	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Watanabe Tatsuya	t-wata@tku.ac.jp		Janic	Japan	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wathittayakul Harry	harry@ttcrafts.co.th	www.ttcrafts.co.th	Thai Tribal Crafts Fair Trade	Thailand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Watson Lawrence	landcwatson@hotmail.com		IFAT associate member	Belgium	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Weatherhead Fiona	fiona.weatherhead@tearfund.org	www.tearfund.org	Tearcraft	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Were Tom Mboya	twere@kenyagatsby.org		CIMA	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Werner Reinhard	jdoytchinov@sippo.ch	www.sippo.ch	SIPPO		IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
White Geoff	geoff.white@tradeaid.org.nz	www.tradeaid.org.nz	Trade Aid	New Zealand	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Whitwell Carolyn	bishopstontrading@blueyonder.co.uk		Bishopston Trading Company Ltd.	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wijnant Gerardo	info@comparte.cl	www.comparte.cl	Comparte SA	Chile	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wilkinson Andrea	info@shared-interest.com	www.shared-interest.com	Shared Interest Society	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wills Carol	cwills@oxfordhr.co.uk	www.oxfordhr.co.uk	IFAT Honorary member	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wimmer Gerhard	info@eza.cc	www.eza.cc	EZA Fairer Handel GmbH	Austria	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wonjiko Munyao Anastacia	apdkbom@africaonline.co.ke		Bombolulu Workshops	Kenya	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wray Michael	michael@wraybizdev.com		Hall Wray Associates	USA	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wyles Anne	info@theindiashop.co.uk	www.theindiashop.co.uk	The India Shop	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Wyles John	info@theindiashop.co.uk	www.theindiashop.co.uk	The India Shop	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Yassin Mariem	may@phonecoop.coop		Awsana Enterprises Asmara Eritera	UK	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Youk Chunghee	erang6@hanmail.net		Ullim Production	Korea	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Zerbini Fabiola	fabiolazerbini@facesdobrasil.org.br	www.facesdobrasil.org.br	FACES do Brasil	Brasil	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Zieba Wojciech	info@sprawiedliwyhandel.pl		Polish Fair Trade Association	Poland	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE
Zurita Demetrio	lakochalita@supernet.com.bo		Centro de Servicio Artesanal La Khochalita	Bolivia	IFAT CONFERENCE 2007, BLANKENBERGE

DIRECTORIO ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Carlos Venegas	cetchiloe@gmail.com	www.corporacioncet.cl	CET Chiloé	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Gerardo Wijnant	info@comparte.cl	www.comparte.cl	COMPARTE (Comercializadora de Productos Artesanales Exportables)	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Verónica Salas	salas.veronica@gmail.com	www.accioncultural.cl	Taller de Acción Cultural, TAC	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Eduardo Letelier	eletelier@cetsur.org	www.cetsur.org	Organización No Gubernamental de Desarrollo Centro de Educación y Tecnología para el Desarrollo del Sur. O.N.G. CET SUR	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Jorge Tagle	tphjtagle@entelchile.net	www.tphconcepcion.com	TPH Concepción, Fundación Trabajo para un Hermano	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Pamela Ríos	prios@cholchol.org	www.cholchol.org	Fundacion Chol Chol	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Pablo González	pablo@gedes.cl	www.gedes.cl	Gestión y Desarrollo, GEDES	Chile	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Rubén Tapia	rubentapiamcch@yahoo.es	www.relacc.org	RELACC	Ecuador	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Emma Illescas	emma.illescas@terra.es	www.economiasolidariaecuador.org	REDESOL	Ecuador	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Roberto Gortaire	robertogortaire@yahoo.com		Red Nacional de Canastas Solidarias	Ecuador	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Mario Cadena	mcadena@fepp.org.ec	www.fepp.org.ec	FEPP y Tiendas de Comercio Justo Camari.	Ecuador	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Gabriela Frers	estacion@pla.net.py	www.estacion-a.org.py	Estación A.	Paraguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Beatriz Pavón	gbpf2003@yahoo.es	www.estacion-a.org.py	Estación A.	Paraguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Juan Angel Bóveda	juaboveda@emprendedor.org.py	www.emprendedor.org.py	Fundación Emprender.	Paraguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Patricia Portaluppi	patriciaportaluppi@artesania.gov.py	www.artesania.gov.py	Instituto Paraguayo de Artesanía.	Paraguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINAAler
Donadío	alerdona@yahoo.com	www.indrasur.org	Instituto Desarrollo Territorial Rural - Aguas	Uruguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINARu-
ben Sanchez	ggestion@cudecoop.coop	www.comerciojustouruguay.com	Comercio Justo Uruguay	Uruguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Pablo Guerra	pguerraimc@yahoo.com	www.economiasolidaria-uruguay.org/mesanacional	Mesa Nacional de Economía Solidaria	Uruguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Hair Fonseca	foncal@montevideo.com.uy	www.ccc.economiasolidaria-uruguay.org	Consejo Consultivo de Canelones	Uruguay	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Lautaro Viscay	lautaroviscay@ciudad.com.ar	www.ceer.org	Consejo Empresario Entre Ríos	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Gustavo Solanas	ainat@arnet.com.ar	www.ceer.org	Consejo Empresario Entre Ríos	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Fernando Caviglia	gerencia@ceer.org	www.ceer.org	Consejo Empresario Entre Ríos	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Máximo Asensio	blasasensio@ciudad.com.ar	www.caritas.org.ar	Cáritas Entre Ríos	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
María Eugenia Sarli	esarli2002@yahoo.com.ar		Secretaría de Producción de la Provincia de Entre Ríos - Area Desarrollo Rural	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Sandra Martinez	gentedesumuncura@yahoo.com.ar		Cooperativa Gente de Sumuncura	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Fernando Rodriguez			Cooperativa Gente de Sumuncura	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Roberto Killmeate	anabasualdo@ciudad.com.ar	www.mercadodelaestepa.com.ar	Asociación Civil Surcos Patagónicos	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Cesar Silveyra	csilveyra@alternativa3.org; cesarsilveyra@arnet.com.ar	www.alternativa3.org	Fundación Alternativa 3	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Eduardo Ramos Mejía	tramos@arnet.com.ar	www.reddemicrocredito.org	A3 y Red Argentina de Instituciones de microcrédito (RADIM)		ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Marcela Caratozzolo	geserargentina@yahoo.com.ar	/www.geser.org.ar	Grupo de estudios sobre ecología regional - GESER	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA

DIRECTORIO ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Ramiro Martinez	raemmar@yahoo.com.ar		Recuperando Trabajo	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Gustavo Vera	gustavovera64@hotmail.com; asambleaparqueavellaneda@hotmail.com		Cooperativa La Alameda	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Carlos Louge			Autor del Libro: "El Futuro del dinero "	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Luis (Pipo) Martínez	pipo@tau.org.ar		Centro de Comercio Solidario C.L.	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Carlos (Toki) Giampani	toki@tau.org.ar		Centro Ecuménico Poriajhú	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Marita Milagro	milagro@tau.org.ar		Centro Ecuménico Poriajhú	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA Oscar
Paira	oscar.paira@centrosjuveniles.com.ar; info@centrosjuveniles.com.ar	www.centrosjuveniles.com.ar	Cooperativas juveniles federadas	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Francisco Orellano	elceibal@elceibal.org.ar	www.elceibal.org.ar	El Ceibal	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA Pablo
Ordoñez	ordnezp@yahoo.com.ar		Asociación Emprender Mendoza	Argentina	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Roxana Cayo	redoepaic@hotmail.com	www.redoepaic.org	Red de Organizaciones Economicas de Productores Artesanos con Identidad Cultural	Bolivia	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Antonia Rodriguez	srdemayo@ceibo.entelnet.bo	www.senor-de-mayo.org	Asociación Artesanal Boliviana "Señor de Mayo"	Bolivia	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Manuel Amador	amadore@racsa.co.cr		Cooperativas Sin Fronteras	Costa Rica	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Paulo Lenhardt	paulo@morrodacutia.org	www.morrodacutia.org	Instituto Morro da Cutia de Agroecologia	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Adriano Martins	adriano@morrodacutia.org	www.morrodacutia.org	Instituto Morro da Cutia de Agroecologia	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Rodrigo Melo Brito	rmbrito@aliancaempreendedora.org.br	www.aliancaempreendedora.org.br	Aliança Empreendedora	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA Tiago
de Angeli Dalvi	tiago@aliancaempreendedora.org.br	www.aliancaempreendedora.org.br	Aliança Empreendedora	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Rosemary Gomes	rgomes@fase.org.br	www.facesdobrasil.org.br	Plataforma de Comércio Justo, Ético y Solidário (FACES) - FBES	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA Alice
Freitas	alice@realice.com.br	www.realice.com.br www.maosbrasil.com.br	Instituto Realice - Red ASTA	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Raimundo Filho dos Santos	pequenoitapipoca@yahoo.com.br	www.fbes.org.br	Foro Brasilero de Economía Solidaria (FBES)	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA
Lizete Prata	lizete.p@mundareu.org.br; mundareu@mundareu.org.br	www.mundareu.org.br	Asociación Mundaréu	Brasil	ENCUENTRO/TALLER DE ECONOMÍA S SOLIDARIA - 23 AL 25 DE AGOSTO - PARANÁ - ARGENTINA María

DIRECTORIO ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

Teresa Von Stecher	info@artesaniasargentinas.org		Artesanías Argentinas	Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Carlos Giampani	poriajhu@tau.org.ar tokietau.org.ar		Poriajhu	Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Aida Figueredo	clarisabel77@yahoo.com.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Luis Martínez	pipo@tau.org.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Marcela Marina Caratozzolo	marcela@agro21.com.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
María Elena Pérez	marilepe2002@yahoo.com.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Valeria Luchini	dispositio2@yahoo.com.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Claudia Ana Lía Cáceres	obrakolping@infovia.com.ar			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pedro Oscar Palavecino				Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Roberto Killmeate	anabasuald@ciudad.com			Argentina	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

DIRECTORIO ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Juan Carlor Heredia	jcheredia@agroxxi.org			Bolivia	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Jenny Ayllon de Castillo	aaat11@entelnet.bo			Bolivia	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Carlos Alberto Da Cunha Flores	kalu_rs@yahoo.com.br			Brasil	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
José Carlos Peranconi	malhasmedianeira@yahoo.com.br			Brasil	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Rosemary Gomes	rgomes@fase.org.br		FASE	Brasil	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Johannes G. Rinklin	rinklin@terranovamondai.com.br		Terra Nova Mondai	Brasil	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gilberto Mascarenhas	gccmascarenhas@uol.com.br			Brasil	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Eduardo Letelier	eletelier@cetsur.org		CETSUR	Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Francisco Caquilpan	kakilpan@yahoo.es			Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pablo González	pablo@gedes.cl		GEDES	Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
José Andrés Herrera	jaherrera@petchile.cl herrerapet@hotmail.com		PETCHILE	Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Ilia Larenas	tallerangeles@123mail.cl			Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Yésica Venega G.	tphbnorte@entelchile.net			Chile	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Rubén Tapia	rubentapiamcch@yahoo.com.es			Ecuador	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Eduardo Segarra	esegarra@logisticajusta.org		Logistica Justa	España	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pier Carlo Barioli	barioli@cresud.it			Italia	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
José Ramírez A.	joasu54@yahoo.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Clara Stanley	clarastanley@yahoo.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Daniela Solis Ochoa	dsolis@altervida.org.py		Altervida	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Víctor Riveros	vriveros@altervida.org.py		Altervida	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Artemio Adam Goiburu					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Viviana Valiente					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Fidelina Velazquez	cepag@uninet.com.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Ricardo Serafini	serafini.ricardo@gmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Silvano Tesei	cepag@uninet.com.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Florencio Meza					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Blás Ottone	yecopyty@yahoo.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Juan Figueredo					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Christian Fernández Solis	nawfernd@gmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gabriela Frers	estacion@pla.net.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Irene Codas	estacion@pla.net.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

DIRECTORIO ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Marcia Mendieta	estacion@pla.net.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Miriam Leiva	estacion@pla.net.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Oscar Ortega	estacion@pla.net.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Miguel Angel Villalba	fundasol@conexion.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pedro Amarilla	fundasol@conexion.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Nelson Benavente	nelbena@yahoo.com.ar			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
José Mac Long	jose.maclong@idea.org.py		IDEAS	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Alcides Martín Oviedo	proyecto@artesania.gov.py		IPA	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
María Celeste Cameron	tinacam84@gmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Erico Pfefferkorn				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Néstor Ignacio Fernández				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Olegario Cabrera					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Daniela Benítez de Díaz	estacion@pla.net.py		Estacion A	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Laurentina Santacruz	estacion@pla.net.py		Estacion A	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Petronilo Yahari				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Estanislao Frasqueri				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
José Domínguez Torres				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Ramón Viogaranty				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Panfilo Maldonado				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gustavo Galeano	capitangaviota23@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Javier Ortiz	javiert2004@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Laura Barrios	laubarrios@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pedro Orué	pedrorue@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Fabiola Alcorta	fabialcorta@gmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Susana Pastor	suspastor@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Beatríz Ferreira	bferreira@helvetas.org.py		Helvetas	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Beatríz Pavón	gbpf2003@yahoo.es			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Rogelio Melgarejo	satoc@satoc.org.py		Satoc	Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Víctor Bareiro					ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Fabián Insfran				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pedro Acuña				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

DIRECTORIO ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Daniela Cardozo	ondie@tigo.com.py			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Elsa Martínez	esms80@hotmail.com			Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
María Victoria G. De Hyol				Paraguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Leticia Carzoglio	leticia.carzoglio@avina.net		Avina	Uruguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gabriel Héctor Bello Rey	gbello@adinet.com.uy			Uruguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gerardo Ernesto Monteverde	gmonteverde@gmail.com			Uruguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Gilda Rojas Caetano	gildyred@hotmail.com			Uruguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION
Pablo Guerra	pguerraimc@yahoo.com			Uruguay	ENCUENTRO DE ECON. SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO/DEL 11 AL 13 DE MAYO/ASUNCION

DIRECTORIO TALLER "COMERCIO JUSTO, UNA ALTERNATIVA PARA PEQUEÑOS/AS PRODUCTORES/AS" 21-04-2006, AREGUÁ.

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
SilvanaDi Martino	silvana@cird.org.py	www.cird.org.py	C.I.R.D	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
MartínOviedo	proyecto@artesania.gov.py		I.P.A.	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Susana Pastor	suspastor@hotmail.com		Paz y Desarrollo	Paraguay	TTaller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Clara Stanley	clarastanley@yahoo.com		Altervida	Paraguay	TTaller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Marcia Mendieta	estacion@pla.net.py	www.estacion-a.org.py	Estación A.	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
José Mac Long	josemaclong@idea.org		IDEA	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Herminia Riveros			Artesana de Limpio	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
María Victoria González			Artesana de Limpio	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Aída Aponte			Artesana de Limpio	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Yenni Villalba Villalba			Artesana de Limpio	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Gilberto Hermosilla			Asociación de Artesanos Aregüeños	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Pedro Cristaldo			Asociación de Artesanos Aregüeños	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Lili Riquelme	lilir@conexion.com.py		CADELPA	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Miguel Angel Moraez			Paz y Desarrollo	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Víctor Pereira			Altervida	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Julia Cuevas			Artesana de Limpio	Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.
Luís Meza				Paraguay	Taller "Comercio Justo, una Alternativa para pequeños/as Productores/as" 21-04-2006, Areguá.

DIRECTORIO FORO DE SOCIOECONOMIA SOLIDARIA Y COMERCIO JUSTO, 13 DE MAYO-2006, ASUNCIÓN

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Nelson Paez	nelsonpaez@hotmail.com		ARASY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Carlos Alberto Da Cunha Flores	kalu_rs@yahoo.com.br			Brasil	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Carlos Giampani	poriajhu@tau.org.ar tokietau.org.ar		Poriajhu	Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Norah Giménez Duarte	norah-gimenez@aravore.com.py		ARAVORE S.A.	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
María Elena Pérez	marilepe2002@yahoo.com.ar			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Valeria Luchini	dispositio2@yahoo.com.ar		Mercado Solidario Rosario	Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Mario Vacheta	roma301@onlynet		Centro de Desarrollo Gulana	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Gerardo Monteverde	caritasecosol@adinet.com.uy		Caritas Uruguay, Espacio Economia Solidaria	Uruguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Sonia Mercurio				Ott.Luch T.	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Susana Pastor	suspastor@hotmail.com			Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Gilberto Mascarenhas	gccmascarenhas@uol.com.br		Ufed Rural	Brasil	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Rosemary Gomes	rgomes@fase.org.br	www.facesdobrasil.org.br	Plataforma de Comércio Justo, Ético y Solidário (FACES) - FBES	Brasil	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Fabio Aguirre			Ott.Luch T.		Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunció
Gustavo Aguilera	gus-aguilera@hotmail.com		REMA		Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunció
RosemaryBartomen Melia	bmelial@hotmail.com		CEPAG	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunció
Carlos Trelles	ctrelles@cmm.com.py		Jerovia	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunció
Victor Bareiro			SEIJA	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Ana Teresa Rojas Viñales	a.rojas@optimiza.com.py		Optimiza SAL PY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
María José Aparicio	majose.aparicio@idea.org.py		IDEA		Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
José Mac Long	jose.maclong@idea.org.py		IDEA	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Paddy Von Steeler	info@artesaniasargentinas.org		Artesanias Argentinas	Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Herminia Riveros			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Aida Aponte			Artesanias Paraguayas	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Julia Gómez de Ayala			Artesanias Paraguayas	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Soriana Fernández			Artesanías Paraguayas	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Francisco Aveiro			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Zulma Flores			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Teresita Santacruz			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción

Directorio Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Daniela Benítez			Asociación de Mujeres Artesanas Indigenas	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Laurentina Santacruz			Asociación de Mujeres Artesanas Indigenas	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Susana de Pintos			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Carmen Orqueda			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Anita de López			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
María de Rojas			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Serafina Carruso			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Rosaria de López			Artesania Paraguaya	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Claudia Natalia Silvero B.	claudiansb@gmail.com				Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Lilian Zulema Morel G.	lizus@hotmail.com				Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Aldo Vallejos	aldo.vallejos@yahoo.com.ar			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Ponciano Acosta	pa@coopcolorado.com.ar			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Bernardita Cafpier	bcaf58@hotmail.com			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Elma Mabel Silva	mabel2434@hotmail.com			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Agrano Saturnino Báez					Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Adrián Boglieri				Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Martinez Jaime				Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Antonio Caballero	antoniogcaballero@hotmail.com			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Victor Dario Estigarribia				Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Ramona Maldonado				Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Silvano Tesei	cepag@uninet.com.py		CEPAG PY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
José Domingo Torres			MTC PY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Analía Cáceres	obrakolping@infonia.com.ar		Obra Kolping Argentina	Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Aida Figueredo	clarisabel77@yahoo.com.ar			Argentina	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Fidelina Velazquez	cepag@uninet.com.py		CEPAG PY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Rocio Amarilla	rocioamarilla3@hotmail.com			Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Pilar de Amarilla				Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, Asunción
Pedro Acuña			COPEP PY	Paraguay	Foro de Socioeconomia Solidaria y Comercio Justo, 13 de Mayo-2006, AsunciónPetrona

Directorio Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
Josefina Ayala			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Julia Gómez Ramos			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Benita Alegre de Cañete			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Catalina Villalba			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Pabla Aranda			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Pabliana Alegre de Saucedo			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Jessica Ruiz Benitez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Isabel Ayala			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Zunilda Méndez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Dominga de Méndez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Clara de Bogado			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Teresa Carolina Leguizamón			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Martha Vidallet			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Ignacia Méndez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Viviana Cañete			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Benita Alegre de Cañete			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Soriana Fernández				Artesania Paraguaya	ParaguayTaller de Comercio Justo, 20- 21 de
Enero- 2007, Areguá					
Maria Victoria Gónzalez de Ayala			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Pabla Aranda			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Clara de Bogado			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Aida Aponte			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Herminia Riveros			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Ruth Natalia Cañete Alegre			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
María Concepción Gamarra			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Gloria Coronel Méndez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Dominga Méndez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Celestina Núñez			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Yenni Villalba			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Isabel Ayala			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá
Catalina Villalba			Artesania Paraguaya	Paraguay	Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá

Directorio Taller de Comercio Justo, 14 de Julio- 2007, Areguá

Nombre y apellido	Email	Web	Organización	País	Encuentro
	FUNDACION CONSORCIO DE QUESERIAS RURALES COMUNITARIAS DEL ECUADOR		-FUNCONQUERUCOM	Ecuador	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
	silataj@interprov.com	www.fundacionsilataj.org.ar	FUNDACIÓN SILATAJ. ARTE POPULAR	Argentina	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
GEDION FERNANDEZ NOLASCO- Presidente CIAP-GRESP	central@ciap.org	http://asociacion.ciap.org/?lang=es	CENTRAL INTERREGIONALDE ARTESANOS DEL PERÚ	Peru	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
			ECOSOL	Uruguay	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
Miguel Steffen – Presidente			Cooperativa de Consumo e Comercialização Popular Solidário Ltda	Brasil	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
			Tienda otromercado	Argentina	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
			Centro Ecuménico Poriajhú	Argentina	1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguay
			Asociación Siwan		1° Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Economia Solidaria y Comercio Justo, Enero- 2008, Uruguayy

Organizaciones contactadas en giras

ENTIDAD	DATOS DE CONTACTO	ACCIONES REALIZADAS	GRADO DE RECEPTIVIDAD1	ANÁLISIS DAFO o INFORMACIÓN o INFORMACIÓN PERTINENTE	RESULTADOS
IDEAS	Mercedes García de Vinuesa (encargada de compras) Hermanos García Noblejas, 41 bis. 28037 Madrid. Tel.: +34 914 074 141 info@ideas.coop	Entrevista con la encargada de compras. Evaluación de productos para su inserción en el mercado español.	2– actitud crítica pero constructiva: dio información útil para calcular costos y su visión para conocer tendencias de consumo en España-.	• Es la segunda importadora de España en comercio justo, cuenta con una red de distribución importante. • Están focalizados consumo de masas y en competitividad de precios y no miran otros canales donde prime el trabajo artesanal. Se orientan más a la bisutería y en artículos de cuero y no les interesa la cerámica y la orfebrería –por ejemplo: joyas, como la filigrana-. • Su visión es la de buscar productos con una estética globalizada, no tradicional, con mínimas pautas que marquen distinciones en función de su origen. • Ellos se manejan con unos precios finales que son cuatro veces superiores al FOB, para dar idea de su competitividad. • IDEAS es importadora de alimentos y artesanías y textil y puede ser útil para otros productores paraguayos. • Su target es un público de entre 25 y 50 años. No aceptan pedidos de menos de cien unidades.	• Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT y Estación A, así como de Sinchi Sacha para dar continuidad al diálogo, y con una copia del DVD sobre comercio justo en Paraguay. • Interés muy alto por las billeteras de cuero si se adaptan para tarjetas de créditos y hay espacio para las monedas. • Estudio del catálogo de Estación A y el de IFAT Latinoamérica con vistas al año 2006. • Compromiso, por parte de IDEAS, de responder en 15 días sobre la viabilidad de otros productos del catálogo para ser vendidos en el año 2006. • No se mostraron interesados en productos cerámicos porque consideraban que el precio no era competitivo.
SOLIDARTE	Andrés González, director. Universidad Pontificia de Comillas de Madrid. c/Quintana,21 1a Planta. 28008 Madrid (España). Tel.: +34 915 406 268 Tel.: +34 655 653 669	Entrevista con el director y exposición de muestras y catálogos.	2- se mostró abierto a importar, pero sólo cosas de precio alto y mediano por vender por Internet y cliente a cliente, representando venta por unidad; los precios le parecieron muy competitivos. Era muy receptivo a los manteles y las filigranas-.	Solidarte es una iniciativa dinámica en cuanto a variedad de productos ofertados	• Estudiar compras para el año 2006. • Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT para dar continuidad al diálogo. Propuso agregarle a los productos un envoltorio propio de regalos para acelerar su venta.
INTERMÓN OXFAM - Sección de Comercio Justo	Aga Bank, técnica en representación de Fernando Contreras, Parque Tecnológico. C/Luis Pasteur, 6. 46980 Paterna (Valencia) fcontreras@intermon.org	Entrevista con exposición de productos, evaluación de posibilidades, visita a las instalaciones, observación de productos provenientes de otros países. Se mostró interesada en general por la producción de Paraguay, y en particular los manteles, la bisutería y las filigranas- y los señaladotes de libros de madera. Tiene especial interés por el trabajo de mujeres.	3– se comprometió a revisar el catálogo con Fernando Contreras, director de marketing, y transmitirle sus impresiones-		• Altas posibilidades de importar para el año 2006. • Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT para dar continuidad al diálogo. Se mostraron interesados en: aros de ñanduti, manteles camineros e individuales -sugirió recortar un cm. en el ancho- y filigrana –sugiere que los anillos sean adaptables y quen las cajas de aros de plata siguiere caja menos costosa-.

ENTIDAD	DATOS DE CONTACTO	ACCIONES REALIZADAS	GRADO DE RECEPTIVIDAD1	ANÁLISIS DAFO o INFORMACIÓN o INFORMACIÓN PERTINENTE	RESULTADOS
Logística Justa	Eduard Segarra, director. Avda. Ports d'Europa, 100. 08040 Barcelona Tel.: +34 935 525 834 esegarralogisticajusta@ilionline.com	Entrevista con exposición de muestras de productos y catálogos.	4 - -análisis de producto y alto grado de satisfacción por el trabajo de diseño de catálogos y por la calidad de los productos-.		• Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT y Estación A, así como de Sinchi Sacha para dar continuidad al diálogo, y con una copia del documental sobre comercio justo en Paraguay. • Compra de muestras. • Preacuerdo para comprar bolsos de cuero. • Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT para dar continuidad al diálogo. Propuso agregarle a los productos un envoltorio propio de regalos para acelerar su venta.
Alternativa3	Rosa Guillot, directora de compras. Carretera Castellar, 526. 08227 Terrasa (Barcelona) rosa@alternativa3.com www.alternativa3.com Tel.: +34 937 869 379	Entrevista con exposición de muestras de productos y catálogos.	3 –posición muy conservadora, ante la competitividad de los productos de La India y Sri Lanka y por ir focalizándoseen alimentos (frutos secos, dulces e infusiones).-	• Alternativa 3 es la importadora de comercio justo no vinculada a ONG más importante de España. Tiene una política de compras muy conservadora por no disponer de fondos de desarrolla y depender de las ventas para su viabilidad.	• Se quedó con muestras de aros de ñandutí, con vistas a hacer encargos para el año 2006. • Compromiso por parte de Gabriela Frers de enviar más productos de madera. • Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT y Estación A, así como de Sinchi Sacha para dar continuidad al diálogo, y con una copia del DVD sobre comercio justo en Paraguay.
ALTER M UNDI	Nicolas Messio, director 41, rue du Chemin-Vert. 75011 Paris Tel.: 01 402 106 65 info@altermundi.com	Entrevista con exposición de muestras de productos y catálogos.	3– se mostró interesado en filigranas para una de sus tiendas-		• Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT y Estación A, así como de Sinchi Sacha para dar continuidad al diálogo.
BOUTIC ETHIC	Timothée des Francs, director y propietario BP11. 49220 Le Lion d'Angers Port: 06 190 116 55 bouticethic@aol.com	Entrevista con exposición de muestras de productos y catálogos.	4 – se mostró interesado en conocer la participación de Gabriela Frers y Estación A en IFAT y sus procesos productivos; estaba entusiasta ante la posibilidad de adquirir productos nuevos-	Es propietario de Boutic Ethic y es distribidor para una red de 50 tiendas francesas.	• Se quedaron con catálogo digital e impreso de IFAT y Estación A, así como de Sinchi Sacha para dar continuidad al diálogo, y con una copia del DVD sobre comercio justo en Paraguay. • Información sobre precio final en Francia
MAX HAVELAAR	Abel Hernández, Operation Manager de la Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos (CONOCADO). certificada por MH. abel@conocado.com Tel.: 809 957 6203 Calle Transito, 1. Piedra Blanca, Haina, San Cristóbal. Republica Dominicana. PO Box 3904 ,SC Rep. Dominicana	Preguntar sobre procesos certificadores de Max Havelaar -sólo alimentos-.		Max Havelaar es la certificadora de alimentos de FLO más importante y ya tienen contacto de trabajo con Paraguay –azucarera y cooperativa-.	• Primer contacto e información sobre Max Havelaar y posibilidades de continuar el diálogo con vistas a apoyar a productores de agroalimenticios de IFAT o AVINA. • Se quedaron con catálogo impreso de IFAT y de Estación A para dar continuidad al diálogo.
LA CASA ENCENDIDA	Ronda de Valencia, 2 Madrid 91 468 14 20	Entrevista con Paula Ma. Corredoira Jack, directora de compras.	5- Necesitan un gran pedido de pulseras y son receptivos a cualquier productor.	La Casa Encendida es una iniciativa cultural financiada por Caja Madrid. Su tienda de comercio solidario está cedida en usufructo a la ONG Solidaridad Internacional.	Estudio de un posible pedido de 100.000 pulseras. Envío de catálogo de pulseras desde Paraguay Comunicación abierta, se espera respuesta.

ENTIDAD	DATOS DE CONTACTO	ACCIONES REALIZADAS	GRADO DE RECEPTIVIDAD1	ANÁLISIS DAFO o INFORMACIÓN o INFORMACIÓN PERTINENTE	RESULTADOS
EL PUENTE	Angela Lepa. El Puente GMBH. Lise-Meitner-Strasse, 9. D-31171 Nordstemmen. www.el-puente.de angela.lepa@el-puente.de	Concreción de visita para comprar partidas en Paraguay en el mes de noviembre. No hizo falta viajar a Alemania.	5 –se concretó visita para hacer compras-.	• El Puente es una de las organizaciones importadoras de comercio justo más importantes de Alemania. El Puente, en el año 2007, quiere hacer sus compras en Paraguay.	• Durante el viaje a España, se le puso en contacto con el socio de AVINA Paraguay y miembro del grupo impulsor del comercio justo, Daniel Campos. • El 19 de noviembre se concretó un encuentro con Angela Lepa, en el aeropuerto Silvio Petirossi para ultimar detalles para su agenda en Paraguay, desde el 29/11 hasta el 5/12 • Se concretó una reunión en Avina con el grupo Impulsor del Comercio justo para el 30/11 a las 9.30 hs. • Visita a productores de Fundeca Visita a Estación A y productores
Tienda de comercio justo	Ellis Alves y Rui Alves In der Warthuette, 19. 69181 Leimen (Germany). Ellis.alves@sap.com	Concreción de una pequeña compra de muestras. Como ya se concretó la venta cuando estaba en España, no se vio necesario viajar a Alemania ya que al tener interés previo se puede continuar el contacto por correo electrónico.			Venta de muestras concretada, comunicación abierta.
Zazkia Musseau	Ecuatoriana residente en Paris. Contacto a través de IFAT LA. zmousseau@am-technology.com	Organización de agendas en Paris.		Entrevista con Boutique Etique Entrevista con Alter Mundi Reunion con Max Habelar Visita al salón del chocolate en Paris Comunicación abierta Predisposición a continuar colaborando	Venta de muestras concretada, comunicación abierta.

1. Sucesión del 1 al 5 según grado de aceptación de menor a mayor (1 Muy bajo – 2 Bajo – 3 Actitud Receptiva – 4 Alto – 5 Muy alto).

Personas

ENTIDAD	DATOS DE CONTACTO	ACCIONES REALIZADAS	GRADO DE RECEPTIVIDAD1	ANÁLISIS DAFO o INFORMACIÓN o INFORMACIÓN PERTINENTE	RESULTADOS
Independiente	Judith Condor – Vidal Condorvidal@aol.com Contacto de IFAT. Peruana residenta en Londres. Diseñadora de Modas, trabaja con un grupo de diseñadores europeos interesados en apoyar el desarrollo de productos en Latinoamérica, especialmente en el area textil, pero no excluyente.	Ha enviado invitaciones, para dos importantes eventos de moda en Londres.	5- Interés en apoyar acciones de IFAT LA, entre ellas, participación en eventos de moda, capacitacion de productores en diseño, organización de agenda en Londres para una agenda para una próxima gira comercial.		Comunicación abierta y buena predisposición a colaborar.
Setem Tienda	Esta tienda es cliente de Ideas. Visita por recomendación de Mercedes García, IDEA. Isabel Menéndez.	Observación de tipos de productos, origen, presentación y precios.		Conversación con Isabel Menéndez Identificación de posibles productos exportables.	

ENTIDAD	DATOS DE CONTACTO	ACCIONES REALIZADAS	GRADO DE RECEPTIVIDAD1	ANÁLISIS DAFO o INFORMACIÓN o INFORMACIÓN PERTINENTE	RESULTADOS
Abacus		Observación de productos Tipo de productos. Librería y juguetes didácticos.	4 - -análisis de producto y alto grado de satisfacción por el trabajo de diseño de catálogos y por la calidad de los productos-.		Identificación de posibles productos a ofrecer. Entrega de muestras: señaladotes de libros. Entrega de catálogos. Natalia Frers tiene un contacto en la empresa con la cual hará trato para darle seguimiento a la comunicación. No hubo reunión por no encontrarse disponible el encargado de MKT

Organizaciones contactadas

País	Org/persona de contacto	Producto de interés
Francia	Corine Jacob	Cintos y materiales para cintos: semillas, collares y pulseras de amazonía, insumos con vidrio, ñandutí, cintos vidrio, ñandutí, cintos de diferentes anchos, de diferentes anchos, mas ancho atrás y más finos adelante.
Francia	AGG/ Ann Gissel Glass	Bijouterie en general: filigrana, collares indígenas de Paraguay y Ecuador collares de Tagua, y lo de Comparte que está en el folleto. Camisa fina de algodón orgánico.
Francia	SOLIDARMONDE/Bárbara Bruneton, coord. logíst.; Julie Berthomieu, diseñadora	Bijouterie de Comparte, son clientes y quieren ver nuevos productos.
France	ARTISANATSEL/Jhankhana, asistente comercial	Nuevos productos diseños innovadores
Francia/Brasil	TUDO BOM/Jerome Scatzman	Algodón orgánico para confección de tshirts.
Bélgica	ETHIC WEAR/Marie Cabanac, diseñadora	Accesorios, en general, e insumos para prendas de vestir.
Bélgica	CITIZEN DREAM/Claudia Anzalone, diseñadora	Bijouterie, chales (mas baratos), cerámicas.
Bélgica	GREEN PEACE	Objetos pequeños de decoración.
Alemania	EL PUENTE/Ángela Lepa	Collar de tagua, bijou amazónica.
Italia	CTM Altromercato/Elisa Zanini, encargada de compras textiles; Verónica Zuccolin, encargada de compras de accesorios	Camisa de algodón orgánico Arasy, con apliques blusa de algodón, Sinchi, sin mangas. Bijou amazónica: todo. Collares de tagua aros de cerámica. Chales y chalinas. Cintos de karanday y Karaguata. Medallón filigrana cuadrado c/cadena. Aros filigrana con Ñandutí. Aros filigrana redondos grande y pequeño colgante y sin. Sombrero naranja.
Italia	COMMERCIO ALTERNATIVO Olga Zucchini; Eva Occhiali, importación y proyectos.	Chal de lana: transformado en pollera, que se de la vuelta y se prenda adelante, a un lado, con un botón de tagua que se note por dentro, un botón mas pequeño, sin fleco, agregar forro interno. Lana tejida, varios. Ropa interior, pijama. Collar de tagua colores. Filigrana: averiguar sello. Aros indígenas. Bomboneras artesanales p/ souvenir.
Holanda	FAIR TRADE ORIGINAL/Martir	Boom
Holanda	CENTRO MUNDIAL DE CJ/ ESPERANZA (importadora); Henriette Marens	Objetos navideños