



## Nuestras fuentes de inspiración y nuestros comienzos.....

- **En 2007:** *Inspiradas por las grandes palabras de Jordi García se empiezan a juntar un grupo de buenas gentes de REAS red de redes: Mercasol, Aqueni, Contraste, Aragón, Madrid, Navarra, Euskadi, XES, Red Germen, Arc´s....*

- **Noviembre 2008** : *Se constituye formalmente la Comisión Mercado Social REAS Red de Redes*

Ámbitos y  
Criterios MES

Alianzas con  
movimientos

Portal de  
consumo

Catálogos,  
Base de datos

Clausulas  
sociales

Carnets  
consumidoras

- **En 2011:** *se constituye un grupo de trabajo en REAS Red de Redes entre Aragón, Navarra, Euskadi y Arc´s. Se contrata a Nittua para el desarrollo del portal consumo y generación de alianzas. Se incorpora a finales de año Madrid y se empieza a trabajar en una base de datos de productos y servicios y en una propuesta de gestión del portal para otras socias.*

- **En junio 2012** *se empieza a presentar a posibles socias una propuesta para la constitución de la Cooperativa MESCOOP de ámbito estatal que incluye un plan de viabilidad. En octubre 2012 en Barcelona se desestima y se empieza a pensar en nuevas formas de coordinación.*

# Asociación de Redes de Mercado Social

El 14 de febrero de 2014 se constituyó formalmente la Asociación de Redes de Mercado Social de ámbito estatal, como primer paso (pensamos entonces) hacia la constitución de una Cooperativa de Servicios del Mercado Social.



y los mercados sociales de los territorios:

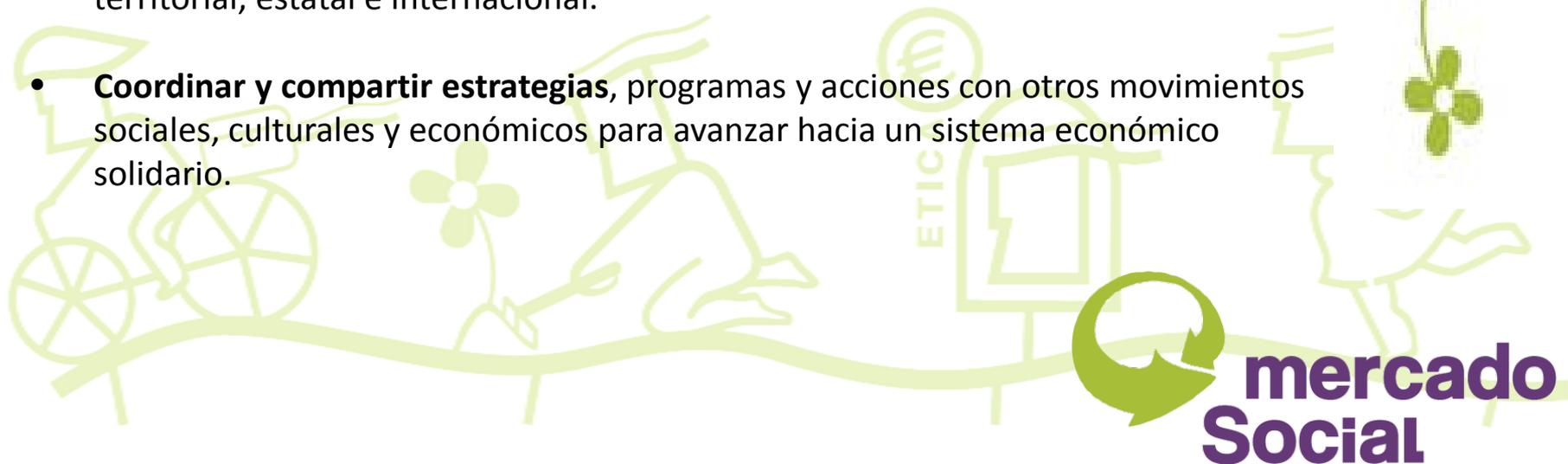
- MERCADO SOCIAL ARAGÓN (MESCOOP ARAGÓN. Servicios para el Mercado Social. S.COOP)
- MERCADO SOCIAL EUSKAL HERRIA (REAS Euskadi y REAS Navarra)
- MERCADO SOCIAL MADRID
- MERCADO SOCIAL ILLES BALEARS (Se une el de 2015....)

más de 50.000 personas socias, 10.000 trabajadoras contratadas y más de 1.500 entidades organizadas alrededor de la economía solidaria.

# Algunos Fines de la Asociación de Redes de Mercado Social

*La Asociación de Redes de Mercado Social pretende ser la herramienta operativa que articule y gestione el Mercado Social y entre sus fines se encuentran:*

- Crear espacios de **coordinación entre redes y entidades** que fomenten una producción y un consumo justo, ecológico, inclusivo, social y solidario.
- **Promover los instrumentos** necesarios para desarrollar plenamente un mercado social donde se prioricen la producción y el consumo al servicio del mismo.
- Promover y facilitar la **vertebración de redes de mercado social** en el ámbito territorial, estatal e internacional.
- **Coordinar y compartir estrategias**, programas y acciones con otros movimientos sociales, culturales y económicos para avanzar hacia un sistema económico solidario.



# Herramientas Mercado Social

- La Asociación es Propietaria de la Marca registrada “Mercado Social”



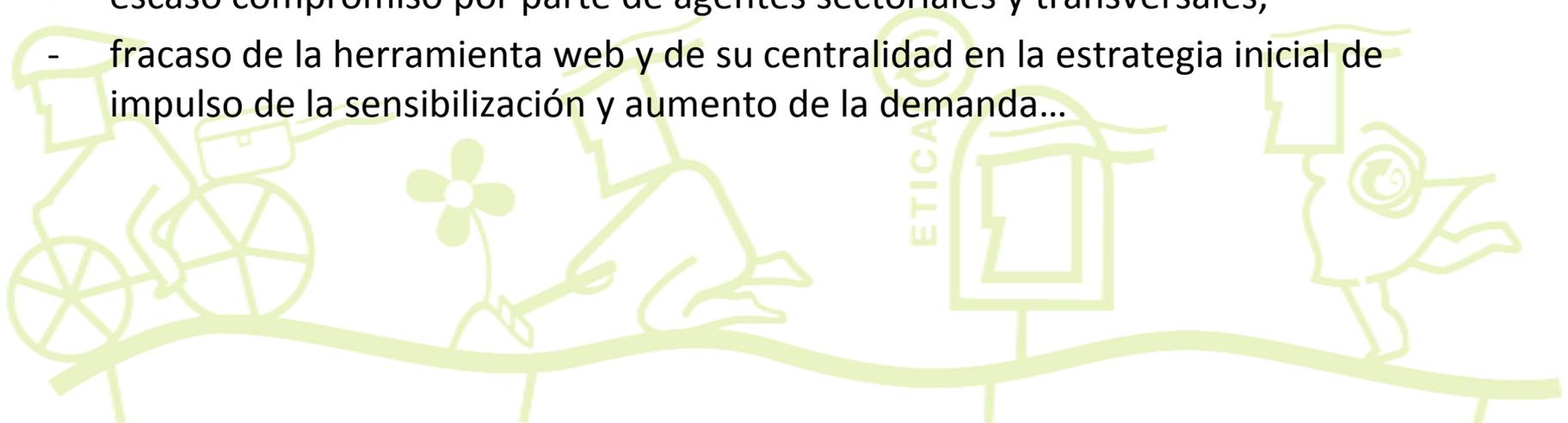
- Asumimos la elaboración del **Balance Social**

- La Asociación gestiona el portal [konsumoresponsable.coop](http://konsumoresponsable.coop)



# En estos años.....

- Muchos **esfuerzos y recursos** (económicos, personas y tiempos) dedicados a la construcción de mercado social y coordinación estatal.
- Muchos **logros obtenidos**: avances en la visibilización de esta herramienta (especialmente en algunos territorios) y las alianzas que en el camino se han ido construyendo.
- **Debilidades y algunos atascos** que no logramos superar:
  - falta de claridad en la construcción del sujeto promotor (y beneficiario) del MES,
  - lentitud en el desarrollo de iniciativas en nuevos territorios,
  - escaso compromiso por parte de agentes sectoriales y transversales,
  - fracaso de la herramienta web y de su centralidad en la estrategia inicial de impulso de la sensibilización y aumento de la demanda...



# A partir del 2016..... ahora qué?

## **Situar al MES como una herramienta para:**

- *Visibilizar la economía solidaria como alternativa política y económica.*
- *Crecimiento de la actividad económica alternativa vinculada a la economía solidaria, a través del impulso de circuitos económicos, de estrategias de intercooperación y de alianzas con otros agentes sociales.*
- *Fortalecimiento de REAS como movimiento y como sujeto político y económico de la economía solidaria, a nivel territorial y a nivel estatal.*



## **Se propone construir conjuntamente una nueva estructura ágil dentro de REAS RdR en la que todas tengamos formas de participar.**

- Recursos a dedicar, proyectos, coordinación, plan de trabajo, presencia en el Consejo Confederal...y apoyo al desarrollo territorial como tarea principal (apoyando el trabajo que se desarrolla en cada territorio y animado el impulso de esta labor en nuevos territorios).
- Implicación de las sectoriales en los territorios y alianzas con otras organizaciones que no sean de REAS
- Colaborar e intercooperar entre los diferentes territorios, establecer los contenidos y herramientas compartidos por todos a nivel confederal, criterios, imagen, web..
- Mantener la imagen corporativa y compartir la base de datos con el portal web de economía solidaria en un catálogo que sea inclusivo de todas las entidades del mercado social sean o no de REAS, para conseguir una base de datos de todas las alternativas de consumo.
- Asumir la gestión del portal web [mecambio.net](http://mecambio.net) como vehículo de sensibilización.

-----

# Comisión de desarrollo de Mercados Sociales de REAS Red de Redes

El desarrollo común de los Mercados Sociales desde el ámbito estatal se integra en la estrategia general de Reas Red de Redes a través de la creación de una Comisión. De esta manera dotamos de mayor coherencia y eficiencia al trabajo político sin restar autonomía a los mercados sociales territoriales ni capacidad de cooperar en alcance de los objetivos comunes.

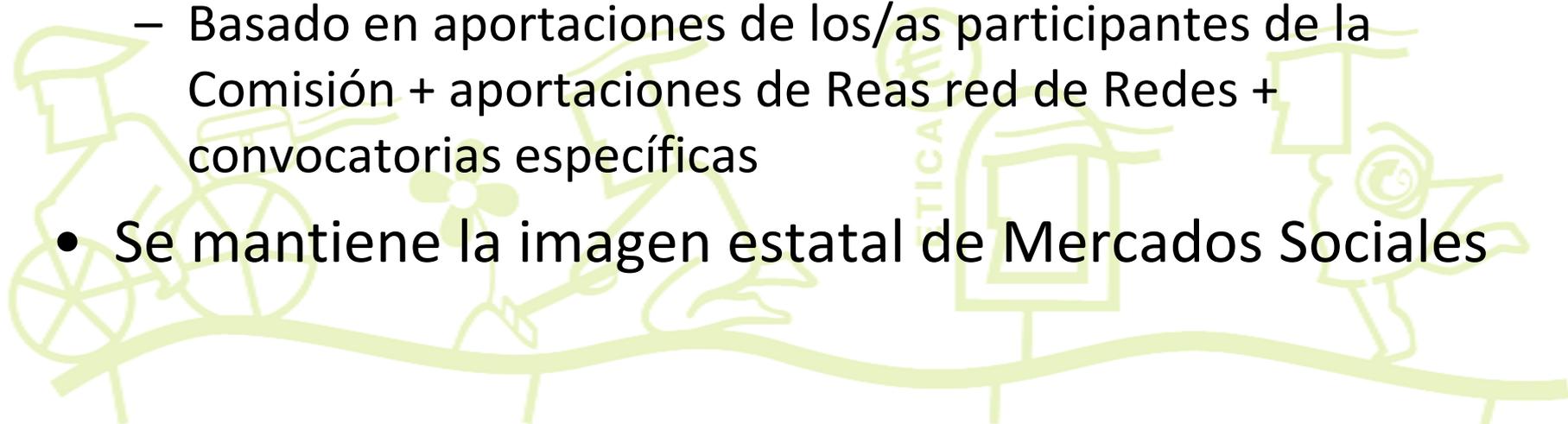
Un miembro de la comisión tendrá derecho a participar en el comité confederal de Reas Red de Redes

Se comparten recursos de gestión y secretaría técnica

La comisión deberá participar en la asamblea de Reas red de Redes

# Características de la Comisión propuesta

- Autonomía organizativa
- Composición heterogénea
  - Redes territoriales, sectoriales, mercados sociales (con o sin forma jurídica) , entidades clave y aliados estratégicos que no formen parte de Reas red de Redes
- Presupuesto propio
  - Basado en aportaciones de los/as participantes de la Comisión + aportaciones de Reas red de Redes + convocatorias específicas
- Se mantiene la imagen estatal de Mercados Sociales



**PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS****Comunicación**

- **Déficit de comunicación externa y estrategia de Marketing. Nos cuesta fidelizar|e incentivar el consumo.**
- **Muy vinculadas con la feria, dificultad para mantener el pulso el resto del año.**
- **Nos falta un relato común claro y reconocido**
- **No están claras las ventajas de formar parte**
- **Fracaso de la herramienta web**
- **Falta de comunicación interna, coordinación territorial**

**PRINCIPALES AMENAZAS DETECTADAS****Comunicación**

- **Competencia "impostada"** (muchas iniciativas que se apropian del discurso de la ESS, pero que no actúan realmente desde sus principios). No sabemos cómo situarnos frente a estas iniciativas.
- **Múltiples crisis:** A nivel global (crisis económicas, cambio climático, pico del petróleo, etc.)

**PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS**

- Hay un **discurso** y un relato firmes.
- Hay una **marca ya creada**.
- Hay un "**catálogo**" amplio de productos y servicios
- **Masa crítica** estable.
- Tenemos unas **experiencias comunicativas acumuladas de las que aprender**.

**PRINCIPALES OPORTUNIDADES DETECTADAS**

- **Aumento de conciencia** sobre determinados temas sociales que hace que aumenten los potenciales consumidores de la ESS.
- **Leyes de contratación pública**
- **Normativas de Economía**
- **Hay mucha información generada en los territorios**
- **Perspectiva feminista transversal.**
- **Masa crítica mucho más "activable".**

### PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS

#### Alianzas

- Falta de cohesión y sentimiento de pertenencia
- Concreción de estrategias claras con las alianzas ya establecidas (comercial, de generación de demanda, de reconocimiento de socias, de herramientas conjuntas...).
- Interlocución con otros agentes claves ya consolidados.
- Falta de sectores estratégicos en la ESS
- La gobernanza del mercado social y la relación con otros actores del ESS.
- Lentitudes iniciativas en nuevos territorios.

### PRINCIPALES AMENAZAS DETECTADAS

#### Alianzas

- Perder autonomía.
- Disolverse en otras estructuras.
- No tener músculo para mantenerse y sostener más estructuras.
- El actual escenario político no favorece las alianzas con las instituciones y el impacto que conlleva en la sociedad.

### PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS

#### Alianzas

- Hay una coordinación estatal y se cuenta con la riqueza de la diversidad de cada territorio.
- Hay una grande base social (“terreno abonado” contando con las personas asociadas a Fiare, Ecologistas, etc.).
- Hay algunos convenios de colaboración firmados o en proceso de firmar.

### PRINCIPALES OPORTUNIDADES DETECTADAS

#### Alianzas

- Redes de economía transformadora con las que asociarse y colaborar en diferente medida según los diferentes territorios.
- Intercooperación con otros movimientos sociales, vecinales, ecologistas, feministas.

PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS	PRINCIPALES AMENAZAS DETECTADAS
<p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Herramientas que no funcionan bien</b> (web, ferias, etc.).</li> <li>● <b>Herramientas que funcionan bien pero no terminamos de vincularlas a veces con los mercados sociales</b> como el balance social.</li> <li>● <b>No hay un buen trabajo conjunto a nivel interterritorial</b> (solapamiento de tareas y acciones).</li> <li>● <b>Precariedad de la ESS.</b></li> <li>● <b>Iniciativas muy concentradas en el medio urbano</b></li> <li>● <b>Falta de estrategia comercial</b></li> <li>● <b>Falta de “espacios” de referencia claros</b> (web a nivel estatal, a nivel local, espacio físico y virtual en algunos territorios).</li> </ul>	<p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Dependencia de financiación externa</b> (principalmente pública).</li> <li>● <b>Centralidad en núcleos urbanos</b> y en determinados barrios.</li> </ul>
PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS	PRINCIPALES OPORTUNIDADES DETECTADAS
<p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Se cuenta con <b>financiación</b></li> <li>● Se cuenta con <b>herramientas y tecnología desarrollada.</b></li> </ul>	<p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Se han desarrollado espacios físicos como Geltoki</li> </ul>

# Plan de trabajo y estrategia 2019-2020

- Mejorar de la coordinación entre territorios.
  - Definir las ventajas para las entidades y consumidoras de pertenencia al Mercado Social y visibilizarlas a través de diferentes materiales y campañas.
  - **Desarrollar un encuentro político entre órganos de gobierno de REAS Red de Redes (confederal y comisión mercado social) y personas de las juntas o consejos rectores de los Mercados/REAS territoriales para definir hacia dónde vamos con el Mercado Social).**
  - Desarrollar convenios de colaboración con diferentes entidades: El Salto, Greenpeace, Ecologistas en Acción.
  - Mantener y mejorar la estrategia de comunicación a través de redes sociales y alguna campaña específica.
- Trabajar en la mejora de la web (catálogo).
- Definir la página web (catálogo de entidades, productos y servicios).
- Compartir y definir estrategias de acercar a las consumidoras a los mercados sociales.
- Compartir estrategias de comercialización y financiación en los mercados sociales y incluir estos temas como puntos fuertes en el debate político recogido en el plan de trabajo.
  - Compartir experiencias de monedas sociales y difundir las experiencias territoriales.

CATÁLOGO DE  
**MERCADO SOCIAL** EN NAVARRA  
 EN NAVARRA

NAFARROAKO  
**MERKATU SOZIALA** REN KATALOGOA

mercado Social en el mundo rural

¡NOS VEMOS EN PREJANO! → SAB.30/03\_11h



balance Social 2017-2018  
 entidad transparente

#SomosTransparentes



SI ERES SOCIA/O DEL MERCADO SOCIAL DE MADRID:  
**¡APROVECHA!**

Contrata tus servicios de luz y telefonía con  
**SOM ENERGIA SOM CONNEXIÓ**  
 sin tener que darte de alta como socio/a

som energia  
 mercado Social

INFORME DEL MERCAT SOCIAL 2019

#més que economia

productores, distribuïdors i consumidors per una economia al servei de les persones

mercado Social

Catálogo de Mercado Social CANARIAS