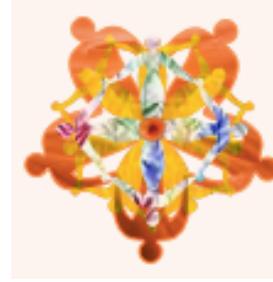
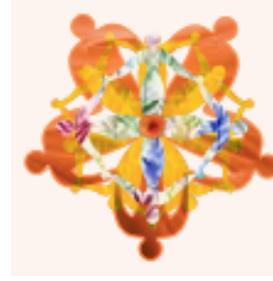
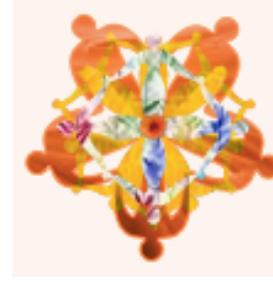
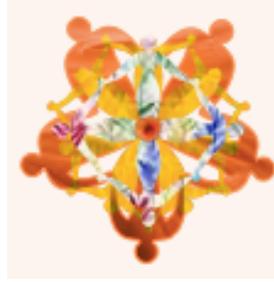
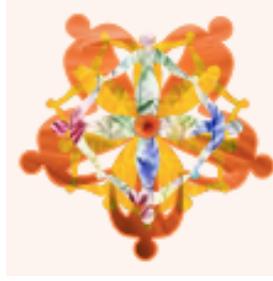
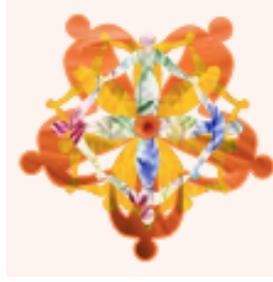


# Orientación 3

Construir relaciones  
entre productores y  
consumidores para crear  
redes locales de eco-  
nomía inclusiva  
que dinamicen  
la economía  
territorial





Experiencias de varios países han demostrado que para promover el desarrollo económico y social inclusivo es necesario romper con las dicotomías “productor-consumidor” y “campo ciudad” y construir relaciones y redes entre productores y consumidores que permitan la revitalización de las economías locales.

Las poblaciones empobrecidas y marginalizadas deben ser vistas simultáneamente como potenciales productoras y consumidoras –“prosumidoras” y las acciones deben orientarse a la creación paralela de “oferta” y “demanda”, de manera que los flujos económicos permanezcan al interior de cada localidad.





A continuación una síntesis de diversas experiencias que pretenden aportar, desde la práctica, con modelos innovadores que inspiren la elaboración de políticas públicas, programas o proyectos de desarrollo o iniciativas de la propia ciudadanía que tejan puentes entre productores y consumidores responsables más conscientes de sus opciones y acciones para lograr sistemas económicos más inclusivos y solidarios.

- Construcción de mercados sociales a nivel nacional y territorial, España
- Sistema de Canastas Comunitarias de Riobamba: una alianza fraterna campo-ciudad, Ecuador
- Metodología para organizar sistemas de intercambio solidario, Brasil
- Metodología para la Organización de Grupos de Consumo Responsable, Brasil



**Construcción de  
mercados sociales a  
nivel nacional y  
territorial, España**





- La Red de Redes de Economía Solidarias (REAS) aglutina y coordina a nivel nacional acciones con 13 redes territoriales de economía solidaria y 3 redes sectoriales, contando actualmente con más de 320 entidades aliadas.
- Comprometidas con el mejoramiento de las condiciones de vida y la dignificación de todas las personas, especialmente aquellas en situación de exclusión, al tiempo que velan por el cuidado del medioambiente y favorecen la creación de empleo estable.





- REAS acompaña y genera enfoques y herramientas útiles para estas redes, facilita espacios de ayuda mutua e interapredizaje y actúa como plataforma para cohesionar al sector e incidir en políticas públicas.
- Los mercados sociales son uno **REAS** de los cuatro ejes de acción de REAS y una de sus principales apuestas para la construcción de modelos económicos alternativos.



## 1 ORIENTACIONES PARA PROMOVER SISTEMAS ECONÓMICOS INCLUSIVOS Y SOLIDARIOS



### ¿Por qué y para qué construir mercados sociales y en qué consisten?

- Es evidente la necesidad de articular todas las iniciativas existentes y construir “mercados sociales” que permitan a la ciudadanía acceder al conjunto de productos y servicios que provienen de emprendimientos económicos y sociales que se fundamentan en principios y valores de economía solidaria.
- Estos mercados permiten un encuentro directo entre productores y consumidores interesados en promover la economía inclusiva y facilitan la interconexión de las propias iniciativas de economía solidaria.
- En España estas ferias logran convocar a nivel territorial entre 150 y 200 expositores, entre 15 000 y 40 000 visitantes y movilizar hasta 50 000 euros (por feria).





- Cabe mencionar que en estos espacios se promueve el uso de monedas sociales locales que contribuyen a la formación de una cultura de intercambio con otros valores.
- Los mercados sociales también organizan seminarios de economía solidaria y en algunos casos se vinculan y reciben el apoyo de gobiernos locales.

### Iniciativas de los mercados sociales en España

- Tras varios años de reflexión, debate, conocimiento mutuo y colaboración entre entidades que trabajan por el consumo responsable y la economía solidaria en España, se constituyó la **Asociación Nacional de Redes de Mercado Social**.
- La Asociación agrupa actualmente a más de 1 500 instituciones vinculadas a la economía solidaria y 50 000 personas comprometidas con los mercados sociales.





## Algunas iniciativas que forman parte de los mercados sociales en España:

- **ANDARE – Grupo de Consumo Responsable**

ANDARE es un grupo de consumo emblemático que forma parte de los mercados sociales en España, con 25 años de trayectoria, 2100 familias asociadas y 4 000 productos disponibles en dos puntos fijos permanentes.

- **Mercado social de Euskadi**

Presentado públicamente en 2013, este mercado congrega actualmente a 40 entidades y empresas que ofrecen productos y servicios en diversos sectores, incluyendo la alimentación, finanzas, energía, reciclaje, construcción, hotelería, comunicación, limpieza, ocio.



- **Mercado social de Madrid**

Cuenta actualmente con 80 entidades, varias comisiones y grupos de trabajo que involucran tanto a entidades productoras como a consumidores. El mercado tiene su moneda social con tarjetas de pago electrónicas que permiten registrar compras y bonificaciones, un catálogo de productos y servicios en línea e impreso.

- **CAES – Seguro ético y solidario**

A través de esta iniciativa conjunta de las firmas corredoras Arç y Seryes –que también tiene su origen y razón de ser en el sector de la economía solidaria–, se pone a disposición estos seguros especialmente orientados a las empresas y entidades del sector, así como para personas particulares interesadas en impulsar los mercados sociales.





- **Som Energia – Cooperativa de energía renovable**

Con 14 631 socios, una inversión de 3 572 100 euros, 14 957 contratos de luz y una producción de 1 millón de KWH en 2013, Som Energía ha logrado hacer frente a las empresas que monopolizan el mercado de la electricidad en España, produciendo y comercializando energía 100% renovable.





- **Eticom – Somos Conexión: alternativa al mercado de las telecomunicaciones**

Eticom es una cooperativa de consumidores/as y usuarios/as que han decidido organizarse para generar acceso a los servicios de telefonía móvil, fija e internet, tanto a nivel personal como colectivo, siguiendo la “estela de otros proyectos de construcción comunitaria como Fiare, Coop57 o Som Energia”



- **Coop57 – Servicios financieros éticos y solidarias**
- **Fundación Fiare – Banca ética**
- **Mercado Social de Aragón**
- **Ecologistas en Acción**
- **Centro de Información e Investigación en Consumo y Diagonal**





- Para ser parte de los mercados sociales o “circuitos económicos éticos” en España, las entidades deben cumplir con un conjunto de principios establecidos en la “Carta Solidaria”, una construcción colectiva realizada por entidades y personas que forman parte de la economía social y solidaria en el país, a través de REAS.
- Para certificar que las entidades están cumpliendo con estos principios, se ha establecido un sistema participativo de auditoría y balance social, a través del cual las empresas evalúan su desempeño anualmente en base a un conjunto de indicadores establecidos en cada territorio.
- La información generada para cada una de las empresas es agregada a nivel territorial y actualmente se está desarrollando la metodología para la consolidación de la información a nivel nacional.



**Sistema de Canastas  
Comunitarias de  
Riobamba: una alianza  
fraterna campo-ciudad,  
Ecuador**





- La **Red Nacional de Canastas Comunitarias y Solidarias del Ecuador** se originó en 1998 con 25 familias urbanas de la ciudad de Riobamba que decidieron unir fuerzas frente a la dificultad de acceder a alimentos, de manera individual, en los mercados convencionales.
- En el año 2000, ante la crisis generada por el proceso de dolarización que emprendió el país, la idea se difundió en otras ciudades y, ya para el año 2006, la Red agrupaba a 1400 familias que hacían parte de 21 sistemas canastas comunitarias en seis ciudades del Ecuador.





- La **Canasta Comunitaria de Riobamba** es una organización popular urbana de consumidores que ha logrado consolidar una estrecha relación “campo-ciudad” con productores agroecológicos de zonas rurales vecinas.
- Su producción permite a los miembros garantizar su seguridad y soberanía alimentaria y ahorrar colectivamente USD 27.000 mensuales gracias a la compra conjunta, lo cual explica su alto poder de convocatoria.



- La Canasta, que reúne en promedio a 300 familias, ha permitido a los consumidores recuperar prácticas tradicionales de intercambio y alimentos típicos de la zona que habían dejado de consumir.
- Por su parte, a los pequeños agricultores se les reconoce un precio justo por el valor agregado que incorporan sus productos al ser agroecológicos, se les asegura un volumen periódico de compra.
- La Canasta se ha ido abriendo paulatinamente a la posibilidad de incorporar a nuevos grupos de productores agroecológicos a este mecanismo, evitando la generación de “competencia” entre ellos y promoviendo relaciones de “complementariedad y colaboración”.





- El sistema cuenta también con una feria complementaria, que se organiza el día que los consumidores recogen sus pedidos y que permite poner a disposición de los consumidores el volumen adicional que los productores han entregado.
- El trabajo requerido para organizar las actividades de la Canasta es realizado de manera voluntaria por miembros del grupo de manera alternada, con soporte de la Fundación Utopía, mientras que otros costos como el transporte de los productos son asumidos de manera colectiva.
- Respecto a la necesidad de un “sistema de garantía” o “certificación” de los productos agroecológicos, para los miembros de la Canasta la posibilidad de visitar las fincas de los agricultores es la mejor manera de asegurar la calidad de productos que reciben.

## Metodología para organizar sistemas de intercambio solidario, Brasil





- Desde 2007, Solidarius ha liderado la creación de una comunidad internacional que gestiona de manera autónoma un Sistema de Intercambios Solidarios (SIS), constituido por actores de diferentes países que han creado un Fondo Mundial de Economía Solidaria.
- Sus recursos son utilizados para proporcionar microcrédito a proyectos de economía solidaria y facilitar la creación sinérgica de acciones de finanzas solidarias, comercio justo y consumo responsable.
- Solidarius ha desarrollado una metodología y una plataforma informática en línea que permite desarrollar sistemas de intercambio solidario, ya sean éstos de nivel territorial, regional, nacional o internacional.



## **Metodología para organizar sistemas de intercambio solidario**

- Los sistemas de intercambio solidario parten de la identificación del consumo de hogares, emprendimientos económicos y gobiernos, para planificar su atención bajo demanda por parte de las redes de economía solidaria.
- Estos sistemas permiten incrementar el volumen de bienes y servicios consumidos y producidos en la economía solidaria, ofrecer medios de consumo para el buen vivir de las personas y medios productivos para la sostenibilidad de los emprendimientos.
- Presentamos la síntesis de los siete pasos metodológicos requeridos para organizar este tipo de sistemas (para cada uno de los cuales Solidarius cuenta con las respectivas herramientas informáticas):



**Paso 1: Mapear Consumo y Oferta:** identificar los flujos actuales de consumo del sistema, comunidad o territorio, es decir, evidenciar qué están consumiendo familias, empresas y gobiernos y cómo esta demanda puede ser cubierta por iniciativas de economía solidaria.

**Paso 2: Diagnosticar los flujos económicos mapeados** analizar, para cada necesidad de consumo, todos los posibles emprendimientos económicos solidarios que pueden satisfacer esta demanda y organizar las cadenas productivas solidarias, conectando a productores con consumidores, por territorios o redes.

**Paso 3: Proyectar la atención bajo demanda:** Dimensionar los volúmenes que requieren ser atendidos, para proyectar o re-ajustar los emprendimientos económicos solidarios, teniendo en consideración precios justos y la sostenibilidad económica, ecológica y social de las iniciativas.



**Paso 4: Elaboración de planes de sustentabilidad:** Una vez dimensionados los volúmenes, se elabora los siguientes planes:

*Planes de consumo* que indican cuáles son los bienes y servicios demandados, sus volúmenes, valores, si son obtenidos en el mercado convencional o en el sector de la economía solidaria y en qué territorios.

*Planes de atención* o de producción de bienes y servicios y de comercialización, realizados en base a las demandas reales de los consumidores, en base al mapeo y al plan de consumo.



**Paso 5: Proyectar la Red de Economía Solidaria (flujos y cadenas):** Los planes de consumo y de producción y comercialización son integrados en una red a través de la plataforma informática. El sistema realiza automáticamente diagnósticos que analizan los flujos de materias primas, bienes, servicios, desechos y los flujos de valores que ingresan, salen o circulan al interior de la red.

**Paso 6. Organizar el Sistema de Intercambio Solidario y del Fondo Local de Economía Solidaria:** Para poder implementar los planes de atención, es necesario organizar el sistema, incluyendo acuerdos entre los actores, créditos monetarios o electrónicos con moneda social (en función de la capacidad de trabajo o aportes y no de la propiedad de bienes y servicios), arreglos logísticos y administrativos, de acuerdo a las particularidades de cada territorio.

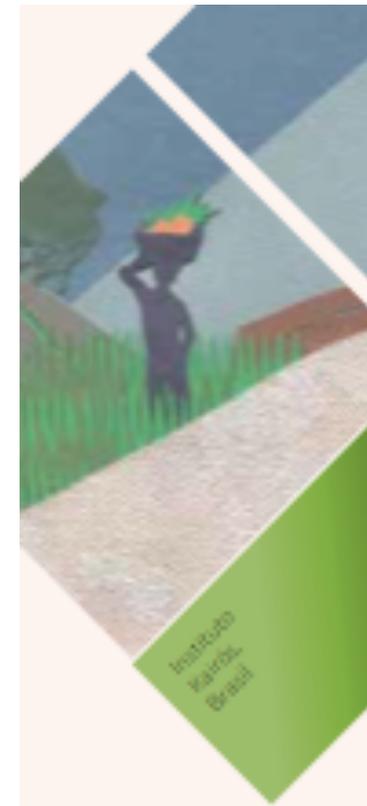
**Metodología para la  
Organización de Grupos  
de Consumo Responsable,  
Brasil**





## ¿Qué es el consumo responsable?

- El consumo responsable nace de la toma de conciencia de que el “poder de compra” de las y los ciudadanos tiene un potencial de impacto muy significativo para incidir en que los intercambios económicos sean más justos y equitativos, tanto para productores (as) como para consumidores (as).
- Un consumidor responsable se preocupa no sólo del precio de los productos y servicios, sino también de su procedencia, incluyendo las condiciones sociales, ambientales y éticas en las que han sido producidos o prestados.
- Así, el consumo responsable se tiende a diferenciar en tres tipos, estrechamente vinculados entre sí: **consumo solidario, consumo ecológico y consumo ético.**



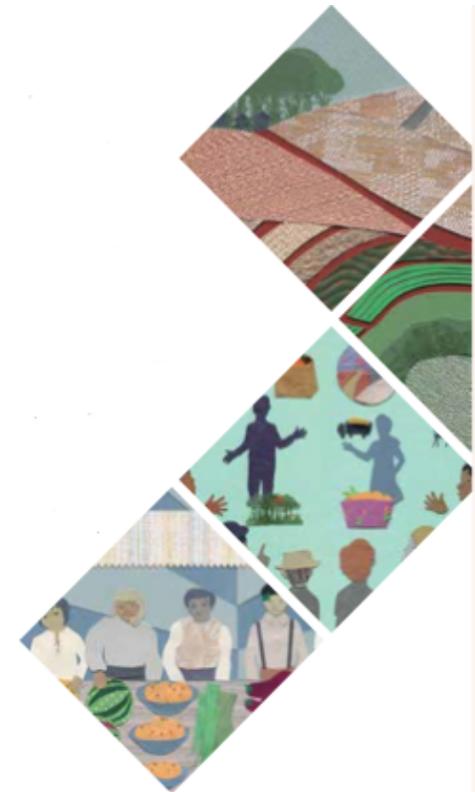


## ¿Qué son los grupos de consumo responsable?

Son grupos de personas que deciden organizarse para comprar de manera conjunta productos saludables y nutritivos provenientes de la agricultura familiar, pequeños productores o iniciativas de economía solidaria, a precios justos para los productores y consumidores y con las características anteriormente mencionadas.

## ¿Cómo funcionan los grupos de consumo responsable?

Los grupos de consumo responsable identifican su demanda, buscan productoras y productores a quienes puedan comprarles de manera colectiva y organizan aspectos logísticos y financieros para que los productos puedan llegarles en la calidad y cantidad esperada.





A continuación se presenta una metodología para organizar este tipo de grupos, utilizada en Instituto Kairós, Brasil:

**1. Conformación del grupo y definición de su identidad:** A través de reuniones presenciales, los consumidores interesados se encontrarán y discutirán por qué se está constituyendo el grupo.

**2. Selección de productos y relacionamiento con productores:** Los principios y valores anteriormente definidos deberán traducirse en “criterios de compra”. Los consumidores definirán los productos interesados en adquirir colectivamente y estrategias para identificar a los productores y proveedores.





**3. Logística y dinámicas de funcionamiento:** Una vez definidos los productos y proveedores, los grupos deberán tomar algunas decisiones respecto a los arreglos logísticos.

**4. Gestión:** El grupo de consumo responsable también debe realizar acuerdos respecto a la gestión y finanzas que se manejará.

**5. Educación, comunicación y evaluación:** Los grupos de consumo también deciden sobre la organización de actividades educativas, tanto para los miembros del grupo como para sensibilizar a otros consumidores, incluyendo material para sensibilización, boletines divulgativos, etc.

Finalmente, es necesario que el grupo defina algunos mecanismos para evaluar colectiva y participativamente el proceso vivido y los resultados alcanzados

