

Seminario viernes 6 de noviembre de 2009, Bilbao

Construyendo un Mercado Alternativo de Economía Solidaria

Mercado Social



reas red de redes

La Red de redes de Economía Alternativa y Solidaria esta dinamizando la idea de puesta en marcha de **Mercado Social**, en el que cada una de las redes territoriales esta trabajando, con el objetivo de conectar los diversos mercados sociales territoriales en uno Estatal.

En cuanto a la organización del funcionamiento del MES cada red territorial va a llevar su ritmo de la puesta en marcha del mismo adaptada a sus necesidades, pero todas trabajamos por un objetivo común:

Construir un espacio de consumidores, proveedores y distribuidores, donde la ciudadanía podamos ejercer nuestra opción de consumo con compromiso social.



El proyecto de Mercado Social se esta trabajando conjuntamente desde REAS en Catalunya, Valencia, Aragón, Euskadi, Castilla León, Madrid y Navarra



LA NECESIDAD DE TRANSFORMAR:

Desde el pensamiento económico dominante, el mercado es concebido como el ámbito donde se organizan los intercambios de bienes y servicios entre vendedores y compradores conforme a un sistema de precios regulado por la oferta y la demanda. Desde REAS no compartimos esta visión, al contrario somos de los que creemos que se trata de una construcción social que, tal como ha evolucionado a lo largo de la historia, debe y puede seguir evolucionando. Por ello planteamos la necesidad de incorporar al mercado los valores de equidad, solidaridad y sostenibilidad.



LA NECESIDAD DE CONSTRUIR UN MERCADO SOCIAL

LA NECESIDAD DE SOBREVIVIR

En general, nuestras entidades son pequeñas en tamaño y cuentan con estructuras económicas frágiles. A su vez, ofrecemos productos y servicios de muy alta calidad y con un gran aporte social y ambiental. Necesitamos reforzar la ínter cooperación entre entidades y el apoyo mutuo para minimizar nuestras debilidades y a su vez, hacer más visibles nuestras fortalezas pues de lo contrario, muchos proyectos podrían desaparecer.

Las iniciativas de economía social y solidaria necesitan intercooperar más entre sí para consolidarse y desarrollarse en medio de unos mercados cada vez mayores y más desregulados.

Intercooperar en este contexto, significa algo tan básico como priorizar nuestras necesidades de compra de bienes o servicios eligiendo como proveedor a una entidad de economía social y solidaria, la cual, también prioriza sus compras eligiéndonos como proveedores cuando ésta demande un servicio o producto de nuestra entidad.

LA NECESIDAD DE CONSTRUIR UN MERCADO SOCIAL

Pero esta **intercooperación** debe tomar más fuerza y ser **practicada de manera cotidiana por las personas que trabajan en el sector** y por otras personas que quieran ejercer su opción de consumo con compromiso social, tratando de crear entre todos, nuevos proyectos socioeconómicos compartiendo excedentes y recursos mediante asociaciones, cooperativas de segundo grado y grupos cooperativos.

AFRONTAR Y CANALIZAR EL CRECIMIENTO DE ENTIDADES PRODUCTORAS DE BIENES O SERVICIOS

El sector de la Economía Social y Solidaria sigue experimentando un importante crecimiento año tras año. Cada vez son más las personas y grupos que se plantean el que "no todo vale" y ponen en marcha proyectos socioeconómicos que responden a necesidades reales de la población con valores y prácticas participativas y respetuosas con el entorno.

LA NECESIDAD DE CONSTRUIR UN MERCADO SOCIAL

AFRONTAR Y CANALIZAR EL CRECIMIENTO DE CONSUMIDORES/AS CONSCIENTES INDIVIDUALES Y COLECTIVOS

De la misma manera, cada vez somos más los consumidores que "miramos la etiqueta de los productos": dónde se ha fabricado, cómo, con que valores, etc. Existen consumidores comprometidos con la agricultura ecológica, otros con el comercio justo, otros con el ahorro ético o la economía solidaria... pero en ocasiones, este consumo comprometido es sectorial y los que por ejemplo consumen agricultura ecológica no consumen productos de comercio justo o viceversa. Las sinergias que se dan entre entidades productoras responsables y consumidores/as conscientes debemos reforzarlas y dotarlas de una mayor globalidad.

LA NECESIDAD DE CONSTRUIR UN MERCADO SOCIAL

En estos momentos la economía solidaria ya se halla presente en todas las fases del ciclo económico (**producción, distribución, consumo y financiación**). Pero si queremos avanzar en nuestra finalidad de transformación social a través de lo económico, necesitamos dar otro paso más; necesitamos interconexionar todos estos sectores mostrando y haciendo visibles nuestras propuestas a la vez que reforzamos nuestra intercooperación.



Las entidades de economía social y solidaria tenemos como finalidad la transformación social a través de lo económico. En los últimos años las entidades de economía social y solidaria hemos ido superado el individualismo y nos hemos ido agrupando en redes o agrupaciones sectoriales o ideológicas. Pero si queremos avanzar en nuestra finalidad, necesitamos dar otro paso más; necesitamos interconexionar todos esos sectores y redes mostrando y haciendo visibles nuestras propuestas a la vez que reforzamos nuestra inter cooperación.

Mercado Social



P: producción
D: distribución
C: consumo

“red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, constituida tanto por empresas sociales como por consumidores/as individuales y colectivos”

La creación del Mercado Social pretende impulsar

- ✓ El sector de la economía solidaria
- ✓ El sector de las empresas de inserción
- ✓ Los productos o servicios de entidades con compromiso social
- ✓ El comercio justo
- ✓ Los productos ecológicos

Una red, en las que los ciudadanos y ciudadanas puedan visualizar de una manera integrada un sin fin de productos y servicios que hasta ahora no se han presentado en conjunto como de economía solidaria y social.

Es decir, todos aquellos productos y servicios generados por entidades de economía social y solidaria bajo criterios de responsabilidad social, desarrollo sostenible, equidad, etc.

El Mercado Social pretende:

- Potenciar la visibilidad, viabilidad y sostenibilidad de las entidades de Economía Solidaria y, especialmente, crear circuitos alternativos al comercio convencional desde la perspectiva del consumo responsable.
- Fomentar e Implicar en la corresponsabilidad a cada persona o entidad consumidora, productora, distribuidora, para cambiar el mercado.



“Queremos que la ciudadanía camine junto con nosotras en esa transformación del mercado y de la economía”

Mercado Social

En resumen hablamos de la necesidad de un mercado social como una alternativa, en definitiva, al modelo económico imperante, siendo un instrumento de transformación social y justicia que fomenta un desarrollo sostenible y participativo.

Un mercado alternativo que reivindica sus diferentes facetas (producción, financiación, comercio y consumo) como medio –y no como fin- al servicio del desarrollo personal y comunitario.

Un mercado en el que las entidades y empresas de economía social y solidaria intercooperen entre ellas para subsistir, crecer y ser alternativas económicamente realistas.

Un mercado en el que los pequeños productores vuelvan a controlar la venta y distribución de lo que producen y puedan fijar el precio de sus productos o lo fijen en común acuerdo con el consumidor.

Un mercado que aglutine los esfuerzos de ciudadanas/os responsables, para multiplicar la fuerza que posee un consumidor/a de forma aislada.

Desde Reas pretendemos que la creación de este mercado sea un proceso participativo, de modo que se impliquen en el mismo desde el principio el mayor número posible de entidades y personas que apuestan por la economía solidaria en nuestro territorio, aportando propuestas concretas para su puesta en marcha

En un futuro queremos crear un mercado en el que participen en una misma mesa productores y distribuidores de la economía solidaria y social (que lo hagan con criterios ecológicos, democráticos y solidarios) y consumidores responsables para que se pongan de acuerdo sobre el precio, condiciones, productos, criterios, logística, etc.

Los integrantes del mercado social serán:

•**Empresas y entidades sociales y solidarias productoras** de bienes intermedios o finales que cumplan los criterios establecidos (Respeto al medio ambiente, Empleo estable y de calidad, Inserción de colectivos desfavorecidos, Compromiso con el entorno, Democracia y participación, No tener el beneficio económico como único fin, Igualdad, Cooperación, Transparencia, Fines sociales, Arraigo al territorio, Calidad, Mejora de la legislación vigente, Otras..).

•**Empresas y entidades sociales y solidarias distribuidoras** (cooperativas de consumo y de transporte y logística, redes de intercambio, tiendas de comercio justo y de agricultura ecológica...) que cumplan también los criterios establecidos.

•**Consumidores/as conscientes y responsables**, es decir, las personas que compran siguiendo criterios ecosociales. Consumidores/as que no sólo compran sino que quieren caminar juntos en esa transformación del mercado y de la economía.

Además el Mercado Social contará con otros mercados de soporte como:

•**Mercado financiero.** Cooperativas de servicios financieros, cooperativas de crédito, fondos de inversión de las secciones de crédito, bonos solidarios para cubrir las necesidades de financiación. Se trata de fortalecer y multiplicar experiencias como la de Coop 57.

•**Bolsa de trabajo** para las empresas y entidades sociales y solidarias, integrada por personas interesadas en trabajar en empresas ellas.

•**Servicios de soporte:** Organizaciones de representación y soporte general: federaciones de empresas sociales, asociaciones, fundaciones, medios de comunicación receptivos, etc. Centros de formación asesoramiento y prospectiva: escuelas, observatorios de tendencias socioeconómicas, empresas de auditoría social, etc.

¿Cómo funcionaría?

Cada componente (nodo) sea empresa social o consumidor individual, procura consumir al máximo bienes y servicios producidos por el resto de los componentes del mercado social.

Los bienes y servicios que circulan en el mercado social cumplen tres criterios: ser socialmente útiles, ser ecológicamente sostenibles y haber sido producidos con equidad y democracia.

Cada componente contribuye a crear nuevas empresas sociales vinculadas al mercado social, a fin de ir completando y cerrando ciclos productivos. El mercado social, además de bienes y servicios, genera aprendizaje colectivo, innovación tecnológica, cultura, relaciones sociales, proyectos, valores, etc.



¿Por dónde empezamos? Ejemplo Aragón



Puntos verdes en las entidades de Reas Aragón

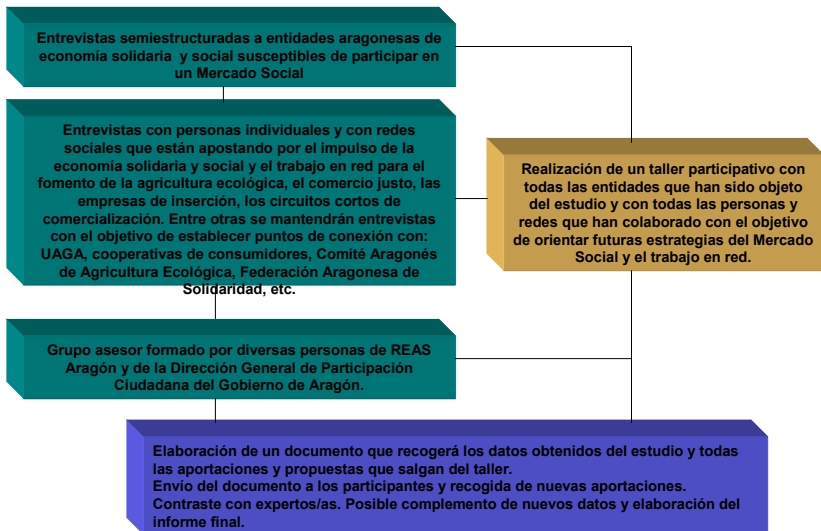


En la actualidad ya son trece los "puntos verdes de economía solidaria" que existen distribuidos por toda la ciudad y 200 familias las que acuden a ellos



- 1 Fundación el Tranvía (C/ Fray Luis Urbano 11)
- 2 Fundación Ecología y Desarrollo (Pza. San Bruno 9)
- 3 Bar Biroata / El Esqueje Coop. (C/ Univeridad 3)
- 4 Panadería Lecñena (C/ San Lorenzo esquina San Vicente de Paul)
- 5 Asoc. Cultural Barrioverde (C/ Dr. Palomar 25)
- 6 Espacio Suralla / Ctro. Joaquín Roncal (San Braulio 5)
- 7 Grupo La Veloz Coop. (C/ Mayoral 9, local 2)
- 8 CERAI (C/ Zurita 21)
- 9 Sociedad Española de Ornitología -SEO- (C/ Colón 6-8)
- 10 Herboristería La Colmena (Avd. América 66)
- 11 Asoc. Cultural el Cantero de Torrero (C/ Mallén 22)
- 12 Universidad -Ctro. de Profesores- (C/ Pedro Cerbuna 12)
- 13 Asoc. Vecinos Barrio Oliver (C/ Teodora Lamadrid 72)

Enfoque metodológico: "Investigación Acción Participativa". Las entidades aportan datos al estudio y colaboran en la propia definición de objetivos y propuestas de actuación desde el primer momento.



Estudio de entidades de economía solidaria y social que conforman la oferta de un Mercado Social en Aragón. Situación actual y propuestas de futuro para el trabajo en red

¿Cómo seguir avanzando en la construcción del Mercado Social?

El estudio ha detectado que es necesario trabajar en paralelo en dos líneas de acción complementarias:

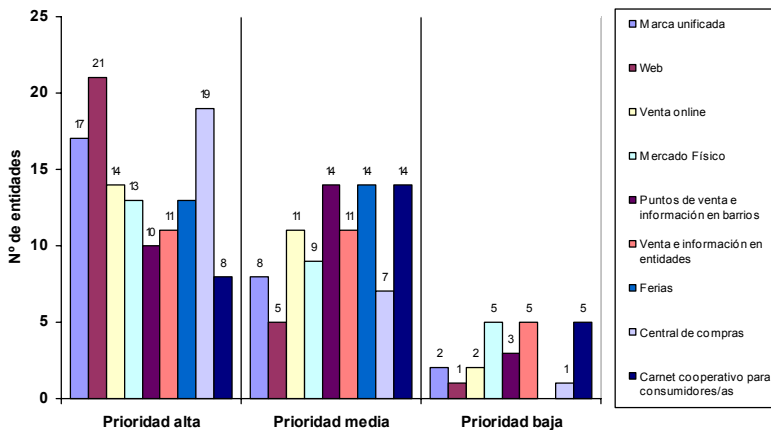
Línea de actuación 1:

- Seguir sumando entidades y recoger la opinión y participación de los consumidores y consumidoras.
- Estudiar y asentar los criterios que deben cumplir las entidades que formen parte del Mercado Social y como evaluarlos.
- Estudiar y fijar los compromisos que deben asumir las entidades y consumidores/as que participen en el Mercado Social.
- Estudiar y asentar la forma de organización y estructura del Mercado Social

Línea de actuación 2

- Ponerlo en práctica: Visibilizar, establecer y poner en marcha diferentes instrumentos

Valoración global de las entidades de la importancia de algunas propuestas de futuro



Algunas propuestas de futuro



***Mucha gente pequeña,
en muchos lugares pequeños,
harán cosas pequeñas
que transformarán el mundo***

