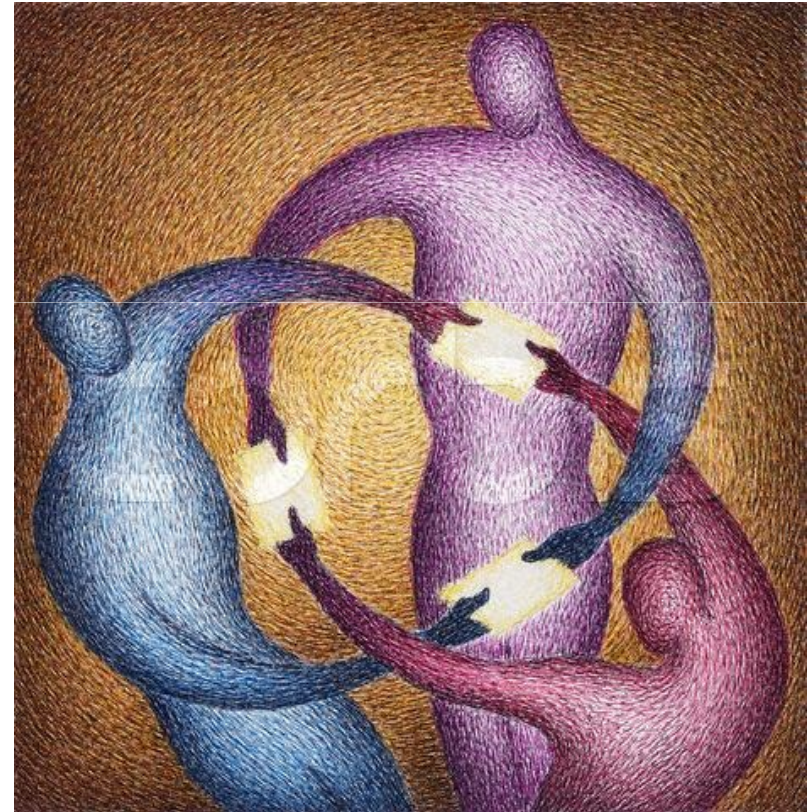
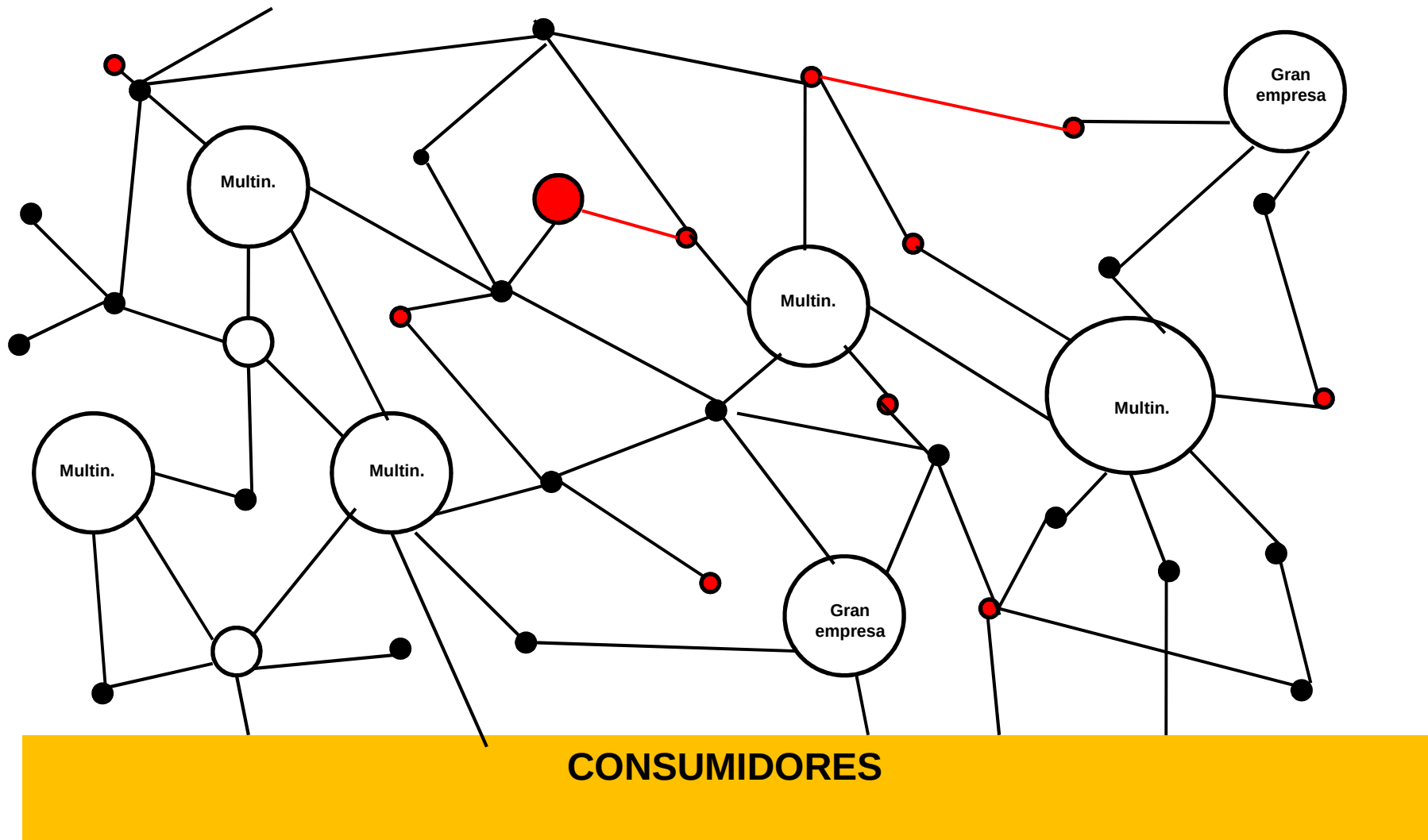


La construcción de mercados sociales

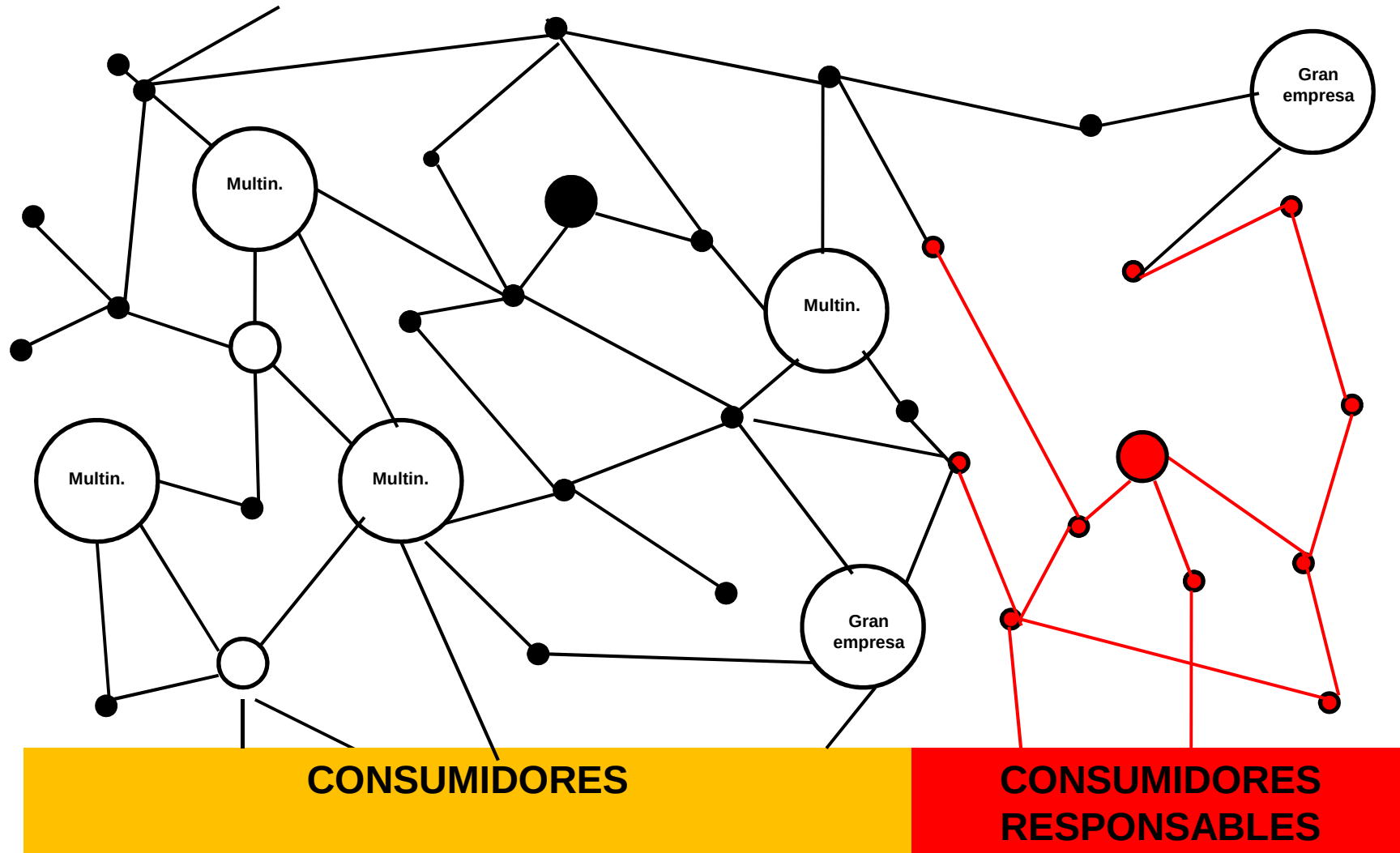
Jordi Garcia Jané
Diciembre 2018



CÓMO ESTÁ LA ESS



¡Y CÓMO LA QUEREMOS! (de momento...)



ESS Y CICLO ECONÓMICO

Producción cooperativa

(coop. de trabajo y agrarias, asociaciones, fundaciones...)

Finanzas éticas

(cooperativas de crédito y de servicios financieros, bonos solidarios, grupos de ahorro solidarios...)

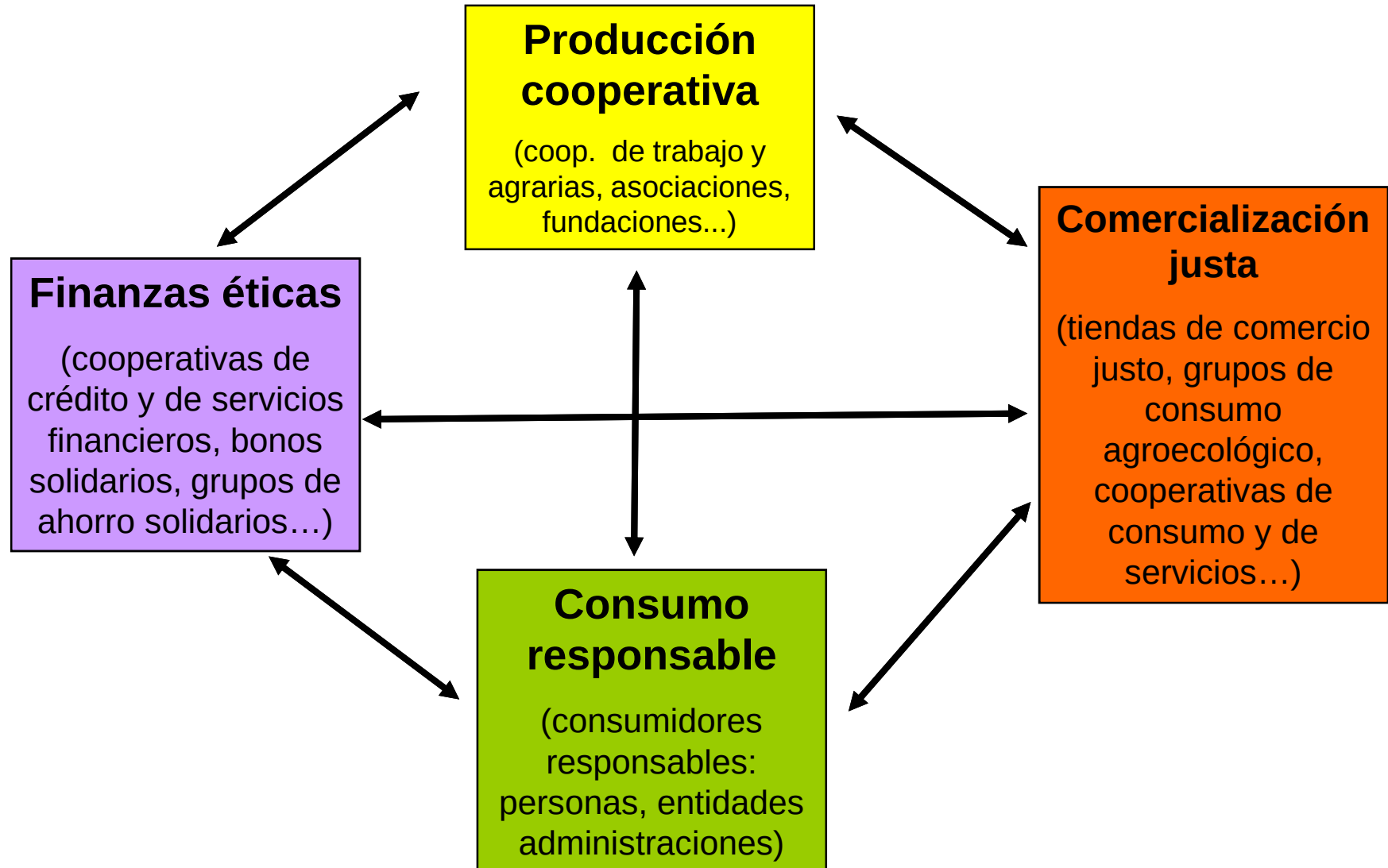
Comercialización justa

(tiendas de comercio justo, grupos de consumo agroecológico, cooperativas de consumo y de servicios...)

Consumo responsable

(consumidores responsables: personas, entidades administraciones)

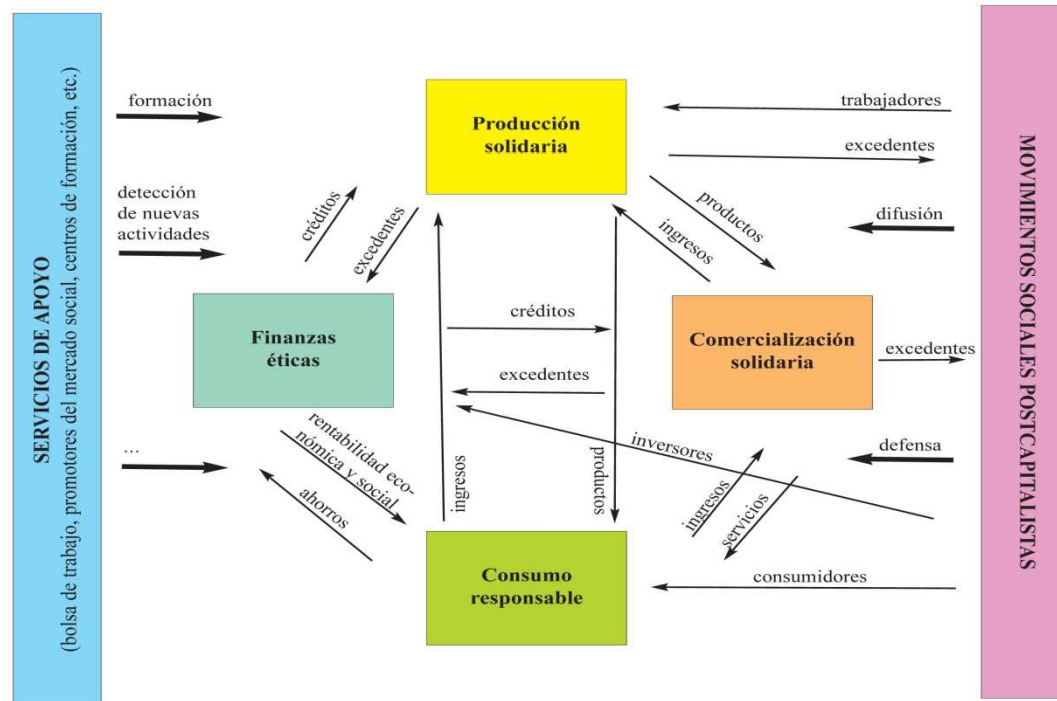
ESS Y CICLO ECONÓMICO



¿QUÉ ES UN MERCADO SOCIAL?

Un mercado social es una red estable de intercambio de bienes y servicios entre entidades de la ESS, consumidores responsables y ahorradores-inversores éticos que, mediante estos intercambios y junto con la provisión de bienes públicos y bienes comunes, terminan por cubrir una parte significativa de sus necesidades.

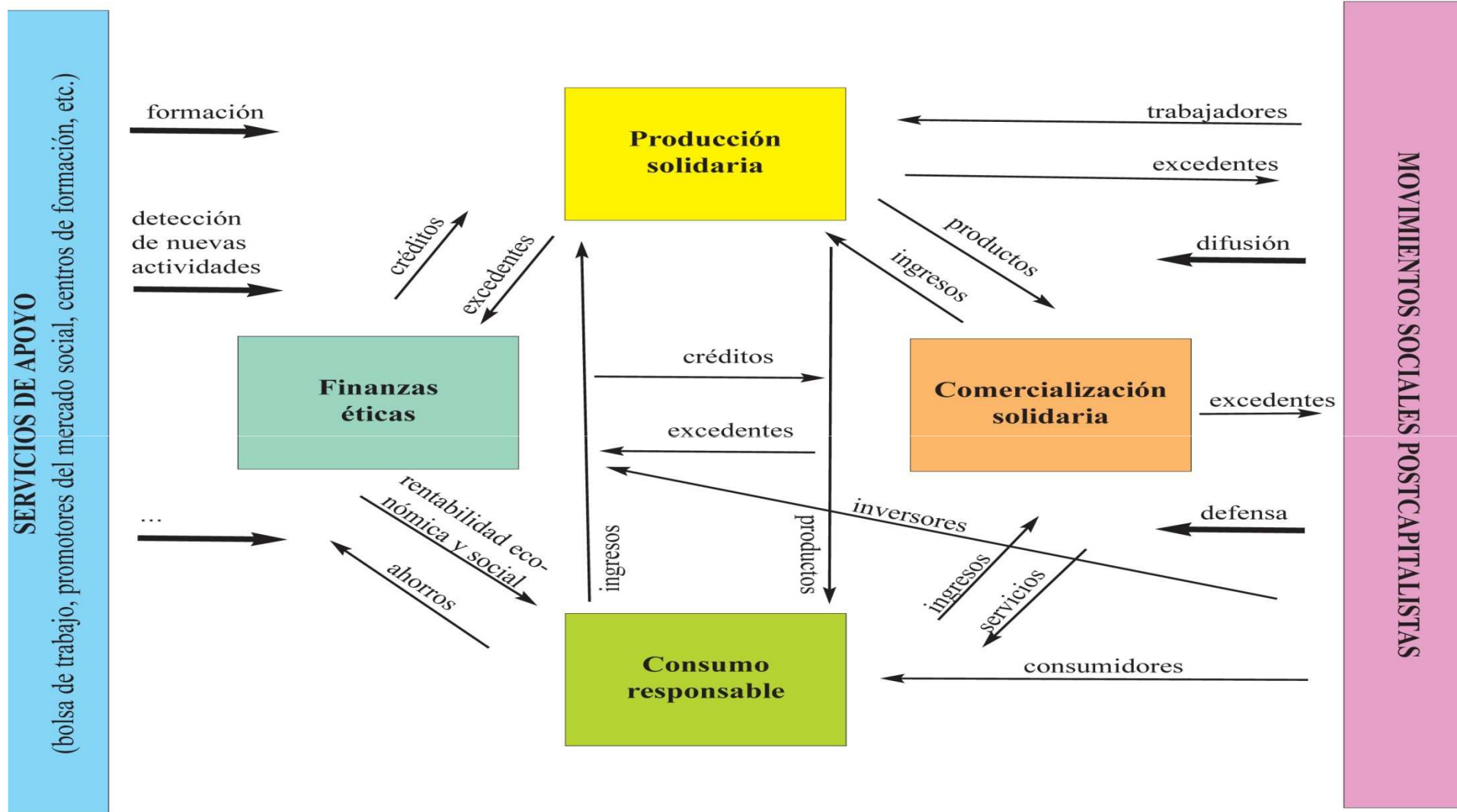
ESQUEMA DEL MERCADO SOCIAL



OBJETIVO:

Desconectar una parte significativa de la población con respecto a la economía capitalista tanto como sea posible a fin de construir otras personas, otra economía y otra sociedad.

ESQUEMA DEL MERCADO SOCIAL



MERCADO NO, MERCADOS

- Hasta ahora ha habido cuatro principios para organizar la economía:
 - a) la **reciprocidad** a través de transacciones altruistas, donde la retribución no tiene que ocurrir en el corto plazo o incluso puede no ocurrir
 - b) la **redistribución** a través de la centralización del excedente en el Estado
 - c) el **autoconsumo** a través de la economía doméstica a través
 - d) el **intercambio** a través del mercado
- El mercado es un mecanismo de coordinación de múltiples iniciativas autónomas con el objetivo de orientar la producción de bienes y servicios para que los demanden los consumidores
- Existen muchos tipos de mercados: locales, nacionales o internacionales; autoregulados o regulados
- El capitalismo entroniza como principio económico dominante el mercado autoregulado e incorpora al mismo el trabajo, la tierra y el dinero . Pasamos de sociedades con mercados a **sociedades de mercado**.
- Los mercados solo atienden la demanda solvente, en su interior el poder está desigualmente distribuido, generan externalidades negativas y promueven la competencia y, en última instancia, los monopolios..

1 Mercado local



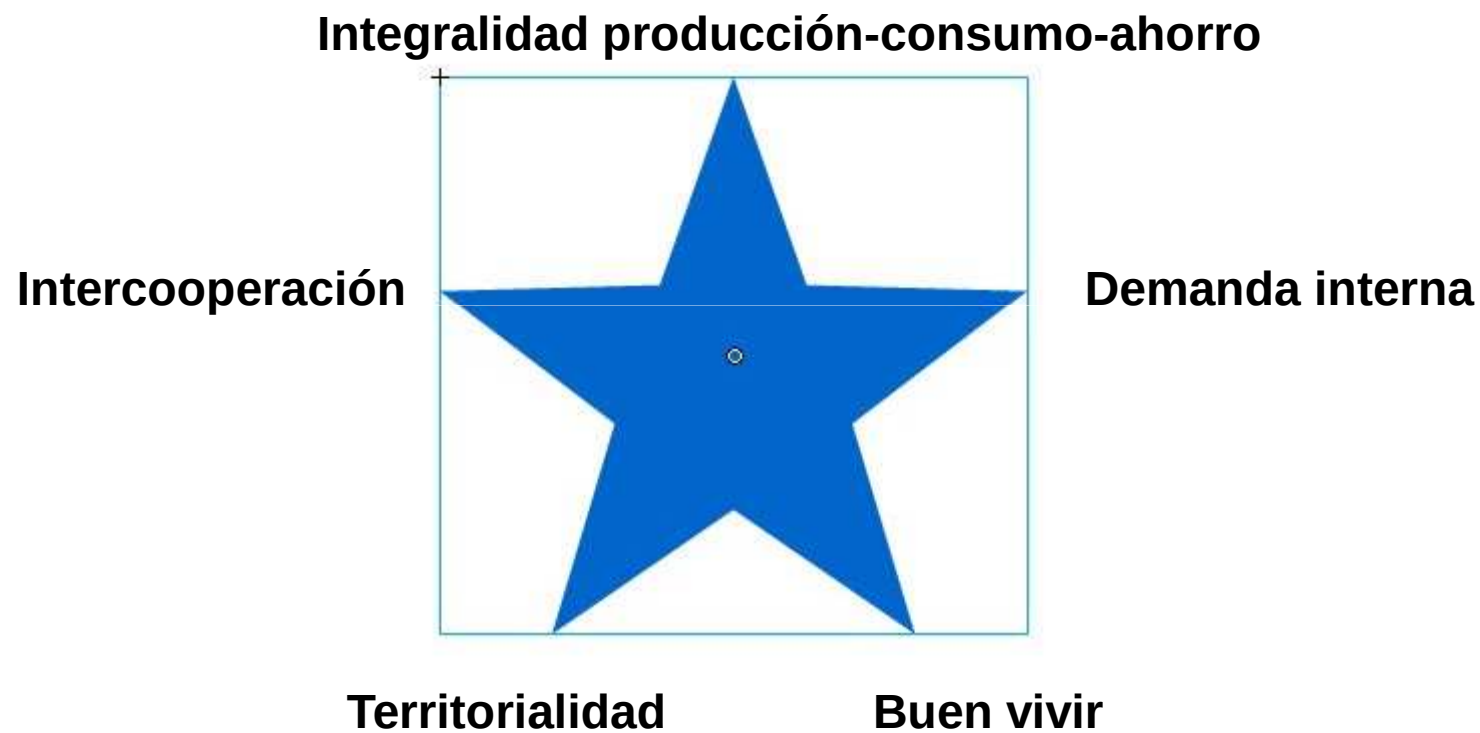
2 Mercado tradicional de valores

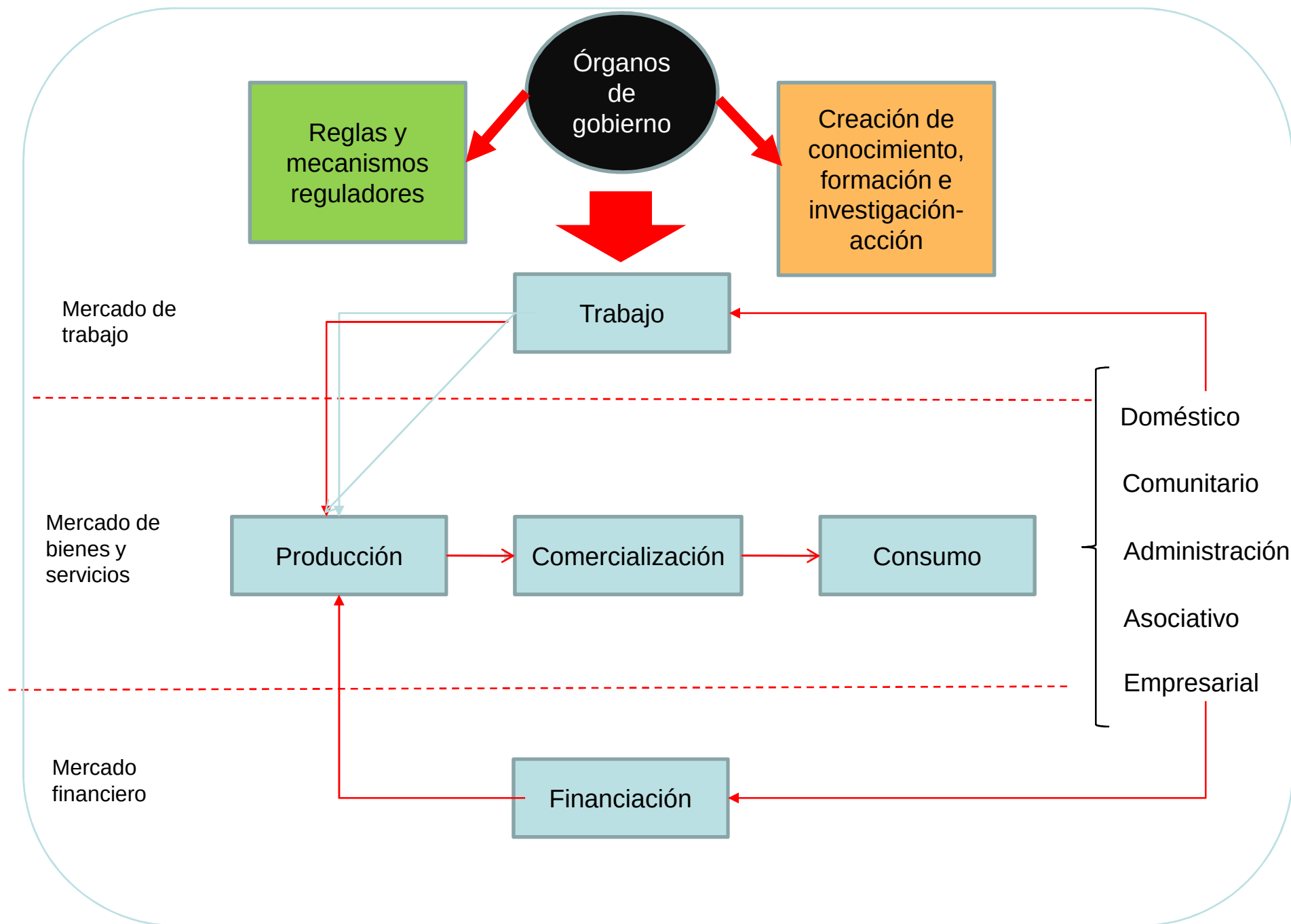


3 Mercados de valores automatizado



CONCEPTOS INSPIRADORES





- Creación y consolidación de iniciativas de ESS.
- Acuerdos de intercooperación
- Cadenas de valor de ESS.
- Creación de entidades de 2º grado
- Atracción de empresas socialmente responsables.

- Campañas y materiales informativos
- Mapas de consumo responsable
- Monedas de ESS

- Acceso y gestión comunitaria de bienes y servicios

Mercado de bienes y servicios

Producción

Comercialización

Consumo

Doméstico

Comunitario

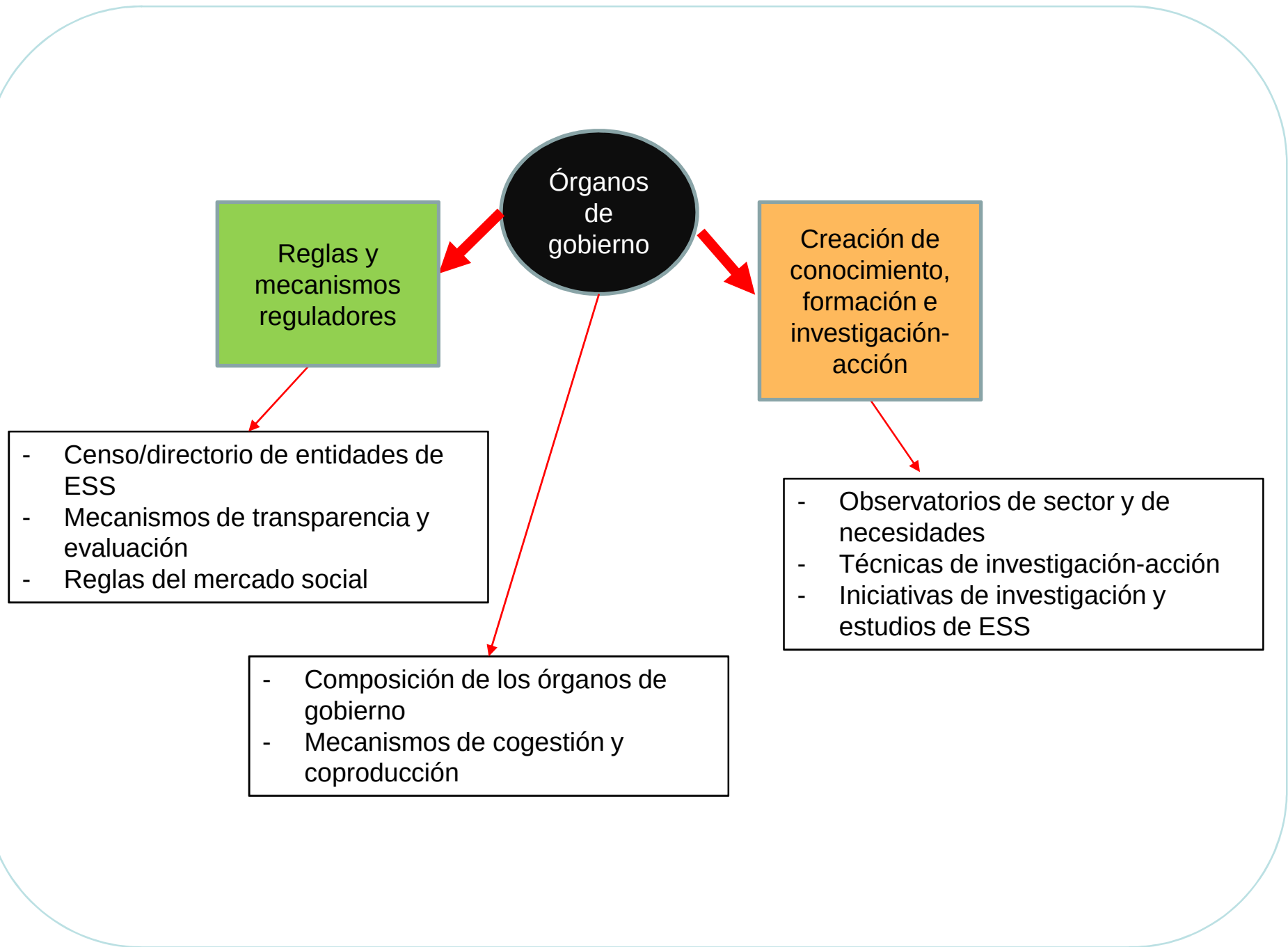
Administración

Asociativo

Empresarial

- Ferias y mercados
- Centrales de compra y logística compartida
- Supermercados cooperativos
- Plataformas digitales de comercialización
- Centros o distritos comerciales

- Contratación pública responsable
- Mercados reservados
- Cooperación público-social



HERRAMIENTAS PARA EL MERCADO SOCIAL



REGLAS DEL MERCADO SOCIAL

1. Producción socialmente útil realizada por entidades de ESS (y otras empresas ciudadanas)
2. Participación de los consumidores y usuarios
3. Transparencia de los productores
4. Mecanismos redistributivos
5. Cadenas de valor de ESS
6. Órganos democráticos de gobernanza

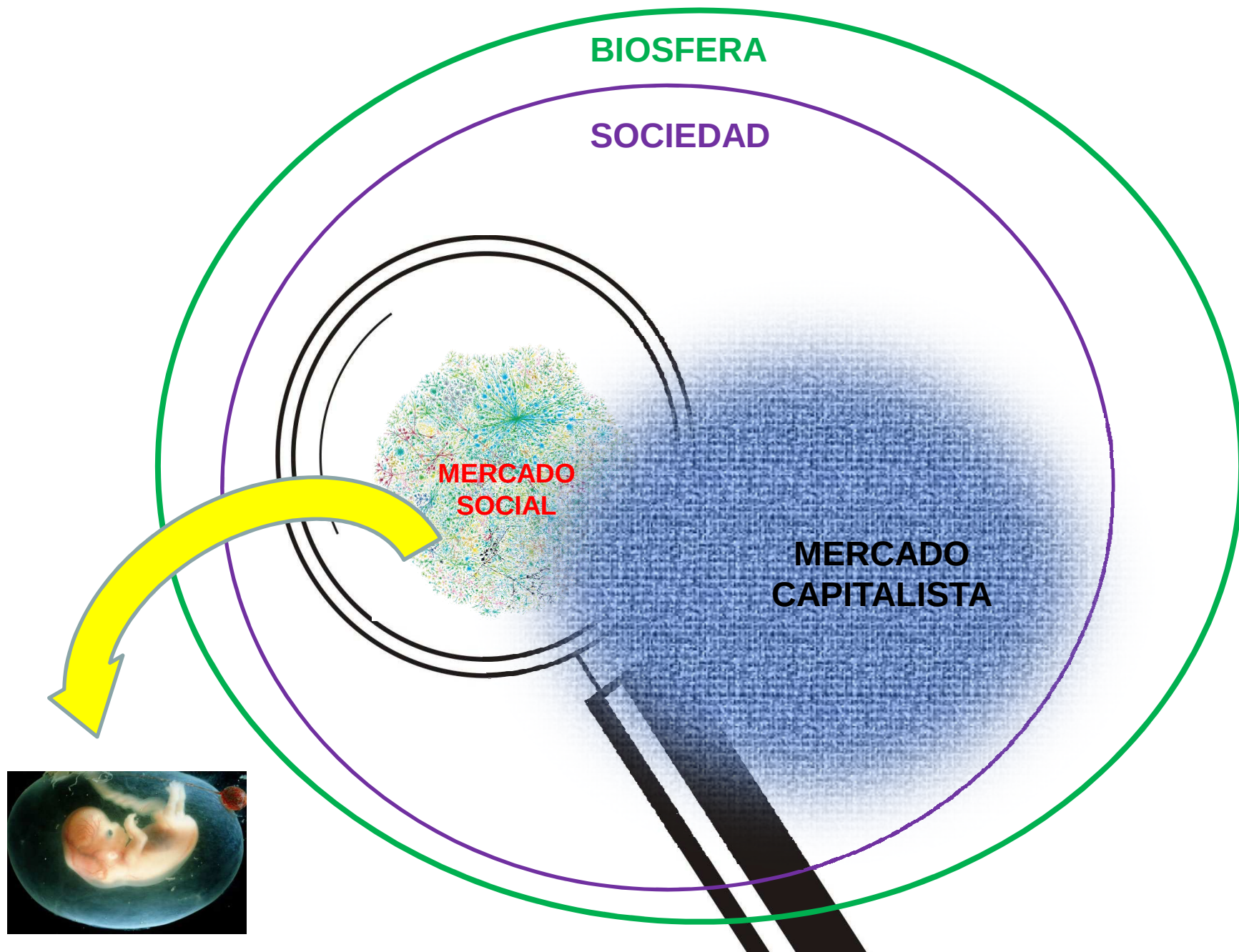


ALGUNOS DESAFÍOS DEL MERCADO SOCIAL

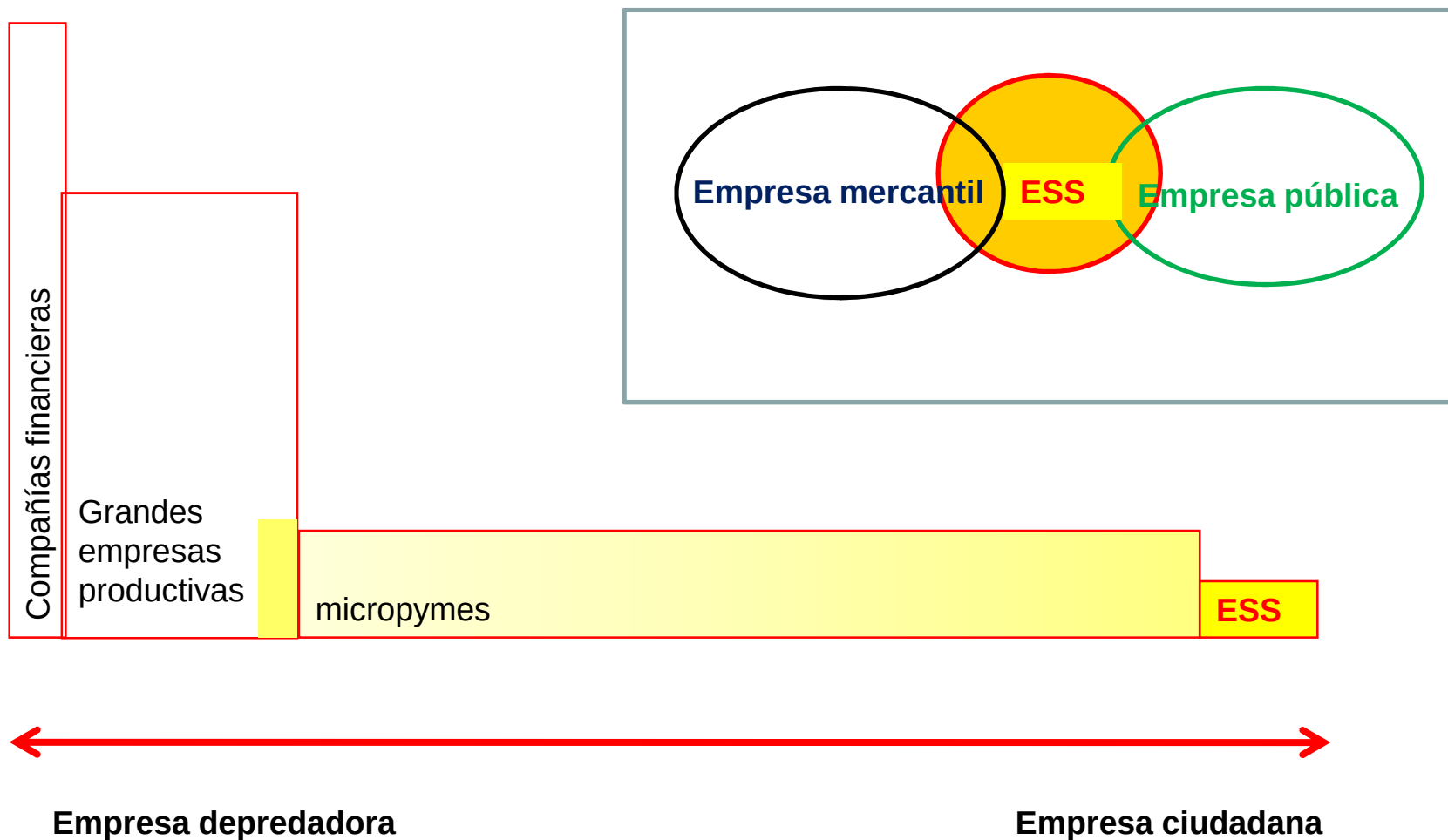
1. Conseguir suficiente masa crítica
2. Ser un mercado controlado democráticamente por los productores, comercializadores, consumidores e inversores
3. Regular la competición para minimizar sus efectos negativos, preservando la voluntad de mejora
4. Generar unos fondos redistributivos de compensación interna y de solidaridad externa
5. Ser un espacio también de socialización y de conocimiento



UN MERCADO EN DISPUTA



EL MERCADO SOCIAL COMO ATRACTOR



¡Gracias!

jordi@apostrof.coop