

*Rumbo al Marketplace de la Economía social y Solidaria*

# ENCUENTRO I: ENTIDADES PROVEEDORAS

**FECHA: 3 de noviembre de 2021 de 10 a 13h**

ENCUENTROS TEMÁTICOS I  
**ENTIDADES**  
*Rumbo al Market Place de la  
Economía Social y Solidaria*

**3**  
NOVIEMBRE

**10-11h Experiencia inspiradora: Open Food Network**

**11-12h Manos a al obra: Devolución del cuestionario a  
entidades proveedoras y reflexión colectiva  
sobre primeros pasos.**

 **reas**  
red de redes de economía  
alternativa y solidaria

 **mercado  
Social**

## **ASISTENTES:**

- Susana Ortega -Reas RdR.
- Gerard. La Zona. XES Catalunya.
- Angie Olivares- Canarias Red Anagos
- Ana Lorenzo- REAS Galiza. Ben Mercado.
- Fernando Orus- Mercado Social Aragón
- Ferran Dalmau- La Zona. XES Catalunya.
- Luis -Mercado Social Madrid
- Pedro -REAS País Valencià



## 0-PRESENTACIÓN

Breve presentación de los encuentros temáticos y la metodología de esta sesión.

### 1-EXPERIENCIA INSPIRADORA: OPEN FOOD NETWORK.

- *¿Qué es OFN y qué necesidades busca cubrir?*

Es una red de redes de alimentación con fuerza en Francia, Alemania e Inglaterra, que también tiene un nodo en Catalunya a través de la cooperativa de servicios Katuma. <https://app.katuma.org/> (una plataforma on line de compraventa de productos de proximidad que acerca a grupos de consumo y productores/as de proximidad. Vídeo de campaña micromecenazgo:

Los diversos nodos territoriales se organizan de forma diversa y tienen su propia web. Hemos invitado a Sergi Alonso, socio de Coopdevs, que es una cooperativa que ofrece servicios de tecnología dentro de la ESS

OFN no es sólo plataforma, sino un lugar de encuentro para compartir aprendizajes y servidores. Busca conectar a pequeños/as proveedoras que producen en ecológico y de forma sostenible con consumidores/s. Romper con la separación de granjeras/os respecto a consumidoras finales y romper con el beneficio que se llevan las grandes cadenas de distribución para que las granjeras y granjeras locales puedan subsistir. Está centrado en productos alimentarios.

- **Origen y puesta en marcha de OFN.** *Cómo surge, cómo se puso en marcha, financiación con la que ha contado, despliegue territorial actual, situación en el estado Español.*

Nace en 2011 en Australia. Fue creciendo y fueron usándolo diversos grupos de consumo. Así comenzaron a nacer otros nodos locales (Francia e Inglaterra son nodos muy fuertes y con volúmen de ventas, **su modelo de negocio permite contribuir al global**).

Katuma es el nodo en el Estado español (en Catalunya). Significa “consumir” en un dialecto italiano. Es una excepción, ya que todos los nodos se denominan OPEN FOOD NETWORK + PAÍS. Hay una idea de hacer OFN una plataforma más a nivel europeo.

- **Gobernanza y comunidad.** *Figura jurídica, como se toman las decisiones a nivel territorial y a nivel global, cuál es la relación con las entidades que proveen de servicios en los territorios y con las entidades proveedoras. Agentes que han participado o participan en la red.*

La gobernanza es distribuida: **Global-Local**.

Hay varias capas de compromisos (ver gráfico en la PPT adjunta). Hay unas normas que firman las instancias locales.

Es una **red de activistas**. Atiende a diferentes necesidades y hay, por tanto, diversos casos de uso. En Australia tienen la Fundación que consiguió subvenciones grandes en sus inicios. También Francia e Inglaterra han obtenido subvenciones.

Existe un equipo humano más involucrado día a día y servicios externos (difusión, márketing, otras asociaciones y vínculos con desarrolladores. Hay nodos que han pedido marca blanca, quería usar software pero no ser parte.

Hay una comunidad extensa de gente que apoya pero no impulsa ninguna instancia local. Han intentado que no se quede Australia como el centro de operaciones.

Han conseguido que haya grupos humanos en diferentes lugares del mundo que dan soporte, esa energía se nota y es importante. Aunque ha habido conflictos, se trabaja mucho el tema humano, comunicación clara, no violenta, constante, reuniones estructuradas y no estructuradas, reuniones con muchas dinámicas. Usan el humor y se habla de lo emocional. Hacen un global cátering para verse en persona.

Han ido refinando los procesos, las ponen en duda y proponen para mejorar.

En Katuma han creado una cooperativa de consumo, puedes ser consumidora, proveedora y colaboradora. Las consumidoras no son sueltas, sino grupos de consumo. Las colaboradoras son gente o entidades que quieren dar apoyo. Hacen asamblea anual, se han ido tomando decisiones: precios, proyectos, si se presentan a subvención, etc.

Va muy lento, las proveedoras están muy centradas en sus productos, la herramienta les ayuda a centralizar sus productos, pero les cuesta participar en el día a día (reto)

Su forma jurídica es sin ánimo de lucro.

En la alimentación te encuentras a productores/as que venden vino y que tiene ya su tienda ya on line, los grupos de consumo, comunidades como AMAP en Portugal, el grupo que consume planifica los cultivos con el granjero, la colmena (con una persona que se dedica a distribuir

pero consumidoras no forman parte de la gobernanza) o centrales de compra...Y esta complejidad era un reto para OFN, cómo cubrir estas necesidades. Pero sí vimos que hay necesidades comunes y que hay que sumar fuerzas.

● **Modelo de negocio:** *Cuotas o coste de los servicios para las entidades proveedoras.*

Es un modelo subvencionado y la inversión tecnológica es común. Desde 2011 es un proyecto bastante subvencionado.

Tiene precios por volumen en grupos de consumo y las productoras por los productos de venta tienen que aportar una cantidad fija y luego un porcentaje (se pueden ver sus cuotas en web).

Los números van mal en Katuma. Katuma factura 1.000 euros al mes (cantidad de pedidos). Si tienes 2 o 3 grupos de consumo ya tienes un volumen grande.

En torno a un millón de dólares han pasado por OFN. Se ha tirado de subvenciones, crowdfunding, voluntariado, porque es difícil competir con startup tecnológicas que reciben una fuerte inversión privada y luego los inversores recuperan su parte. **¿Podemos encontrar maneras para encontrar inversión privada para proyectos de estas envergadura? Es una pregunta que se están haciendo las cooperativas.**

Algunas subvenciones tienen que ver con la investigación universitaria.

Equipo técnico en Katuma: sólo una persona liberada (unas horas). Tienen poco tiempo para contar el proyecto. El objetivo ahora de Katuma, es ofrecer servicios tecnológicos más allá de OFN. Reto: profesionalizarse más y tener equipo estable. Trabajar la parte de sostenibilidad y que mucho más consumo ecológico pase por Katuma.

● **Tecnología:** *Qué tipo de tecnología se está usando en OFN, si es común o no en todos los territorios, principales funcionalidades que están resueltas.*

Es software libre, de manera abierta y colaborativa, una apuesta por el procomún digital. Detectan colaboradores con potencial a los que se les ofrece trabajar de forma remunerada.

Apuestan por la soberanía tecnológica.

Al comienzo cada nodo tenía que mantener su servidor, pero ahora ya no.

Hay un equipo global, ahora también servidores compartidos. Esto ha permitido una inversión conjunta. La infraestructura se puede compartir y tiene que estar controlada por usuarios/as proveedores/as. Es cooperativismo de plataforma.

Tema a reflexionar: **gobernanza de la plataforma.**

La estrategia es que sea intuitivo, fácil de usar. Puedes conectarte con otras plataformas.

Usan una tecnología muy de startup, que necesita desarrolladoras que no son fáciles de encontrar.

● **Algunos Retos:**

- Sostenibilidad, es demasiado subvencionado.
- Refactorizar: gastas un montón de dinero para hacer lo que habías hecho pero de manera correcta.
- Monolito tecnológico: todo hecho con la misma tecnología. Muy masculinizado. Se ha pagado a desarrolladores hombres frente a mujeres que han puesto curro de pensar, sostener...
- Estar abiertas/os a otras posibilidades, no sólo pensar en plataforma y nodos territoriales que sean sostenibles.
- Proveedoras y consumidoras no están en el día a día para que sea sostenible el proyecto. No suman esfuerzos para que se venda más en Katuma. Hay proveedoras que acaban en una colmena porque les funciona bien. Está la parte de activismo, pero también la parte práctica.

DEBATE Y PREGUNTAS:

Ferrán: OFN es una inspiración. Me interesaba lo que planteas de conseguir financiación más allá de las subvenciones. ¿Cómo encontrar modelos o vehículos de financiación que no sean los mismos que tradicionalmente se han venido usando ni sean los mismos que en las startups?

Respuesta: En el mundo cooperativo, tiramos de préstamos con intereses. Pero no lo he estudiado demasiado.

Susana: ¿Cuáles son las formas jurídicas tanto de la plataforma como de los diferentes nodos? ¿Cuál es el modelo de gobernanza entre los nodos y la plataforma? ¿Criterios para participar? ¿Poder de decisión de los proveedores dentro de cada nodo?

Respuesta: El crecimiento ha sido orgánico, caótico y hace que cada uno sea un poco diferente. En Francia y Australia es una fundación. No hay una norma de que tengas que tener una figura concreta. En Katuma somos una cooperativa.

Hay normas comunes muy generales y luego cada nodo puede tomar sus decisiones y dejan un poco más de libertad. Hubo el caso de un proveedor que no quería entrar si no tenían todos certificado ecológico.

En el caso de Katuma pusimos unos porcentajes. Vimos la importancia de los grupos de consumo, que los/as consumidores/as tengan un peso. Consumidores 60% y proveedores un 40% en las decisiones, para primar que sean consumidores quienes tengan más peso pero que los proveedores también puedan opinar porque su voz tiene que tenerse en cuenta.

Soraya: La logística, ¿cómo es?

Respuesta: Cada foodhub es algo que cada uno/a se lo gestiona como quiere. OFN te presenta la tienda online. Cada grupo hace su reparto. No suele haber un almacén, a no ser que tengas una central de compras. A no ser que te interese tener la tienda online. Una central de compras necesita mucho un almacén, logística, etc. OFN es solo el aparador/escaparate para que hagas el pedido.

Ana: Cuando decías que cuesta participar a las entidades en el día a día ¿en qué se traduce la participación en el día a día?

Respuesta: Me refería a la gobernanza. La información la tienen que tener actualizada las proveedoras. Les cuesta coger la responsabilidad de llevar a buen término la cooperativa. Necesitas un equipo técnico que vele por la cooperativa, sabiendo que los consumidores/as y las proveedoras pueden participar, pero te van a participar poco.

Gerard: ¿Hasta qué punto sienten que es suyo el proyecto? ¿Hay algún aprendizaje en esta línea?

Respuesta: Algunas lo ven como tener una solución a un problema, tener un apagador o escaparate, pero no me lées. Esto lo deberíamos trabajar. Lo hemos diseñado así. Toca hacerlo así, pero la gente no ha participado mucho en la creación y en el día a día... Les cuesta participar. Si tenemos un problema de finalización de la subvención: ¿cómo lo solucionamos? No participan en esto. La respuesta es del tipo: quienes lo fundasteis, resolvedlo.

Como reflexión, también se me ocurre el tema del tiempo. La gente dice 'Katuma fue hace años'. Lo creamos en 2014-2016. Pero hay ese concepto de que como es algo vivo tendría que evolucionar y ser otra cosa.

Ana: ¿Lo tienen como canal único o es uno entre un millón?

Respuesta: En esto hay parte de activismo y parte práctica. Internet es muy multicanal. **Llegamos más a las pequeñas proveedoras que no tienen tienda online.** Te debería servir porque hace acciones de difusión, pero tampoco somos tan fuertes como para que les sirva. En La Zona se han hecho acciones de difusión en la TV, eso hace que quieran estar. Ofrecer visibilidad que tú en tu tienda no puedes llegar a todo ese público.

Fernando: No sé si cada uno tiene su web, mantenimiento en común o de cada entidad que está en el proyecto? ¿cómo es lo de compartir la plataforma? ¿o comprar los servicios al mismo proveedor de servicios de nube?

Respuesta: Al principio cada quien tenía el suyo, pero era un lío. No sé si cada instancia es proveedora y todas están en la misma. Todas tienen que dar un acceso a quien centraliza (OFN), que ejecuta el mismo código para todas. Todas utilizan la misma tecnología de provisión de máquinas. Antes sí eran diferentes y era una locura. Ir todos a la una y si necesitas algo extra tienes que convencer a la comunidad.

¿Katuma qué hace? ¿Cómo lo despliega? Scaleway y la mayoría lo tiene ahí y alguien de sistemas de OFN lo mantiene allí. El modelo FairBNB viene a ser así. Hay estas dos estrategias. Cada una tiene pros y contras.

Gerard: Habéis calculado qué necesitáis para llegar al *break even*? número de entidades? ¿y cuál es la estrategia de captación?

Respuesta: Comenzaban a salir números para una persona a media jornada con 80 entidades. La de los grupos de consumo es muy estable la cuota, vale tanto al mes. 20 grupos de consumo medianamente grandes y 80 proveedoras es el cálculo. Cada realidad de cada lugar es tan diferente. La de Katuma se tiene que revisar.

Hay proveedoras que tendrían que pagar la cuota y no la pagan. Les tendríamos que echar pero no lo hacemos. Es un dilema constante. Dentro de las estrategias, la persona que tiene más horas tendría que ir detrás para que paguen.

Soraya: ¿Qué cambiarías del proceso de inicio si volvieras a empezar?

Respuesta: El tipo de tecnología, que es muy de startups, no tiene muchas desarrolladoras. A nivel de OFN, eso. Y haber intentado cerrar el producto al máximo. Y a nivel de Katuma, no haber corrido tanto, que fuera más orgánico. Había una subvención que era crear una cooperativa al final del proceso y por eso se hizo así. Que se hubieran ido dando cuenta las consumidoras y proveedoras de las necesidades y tomando las decisiones.

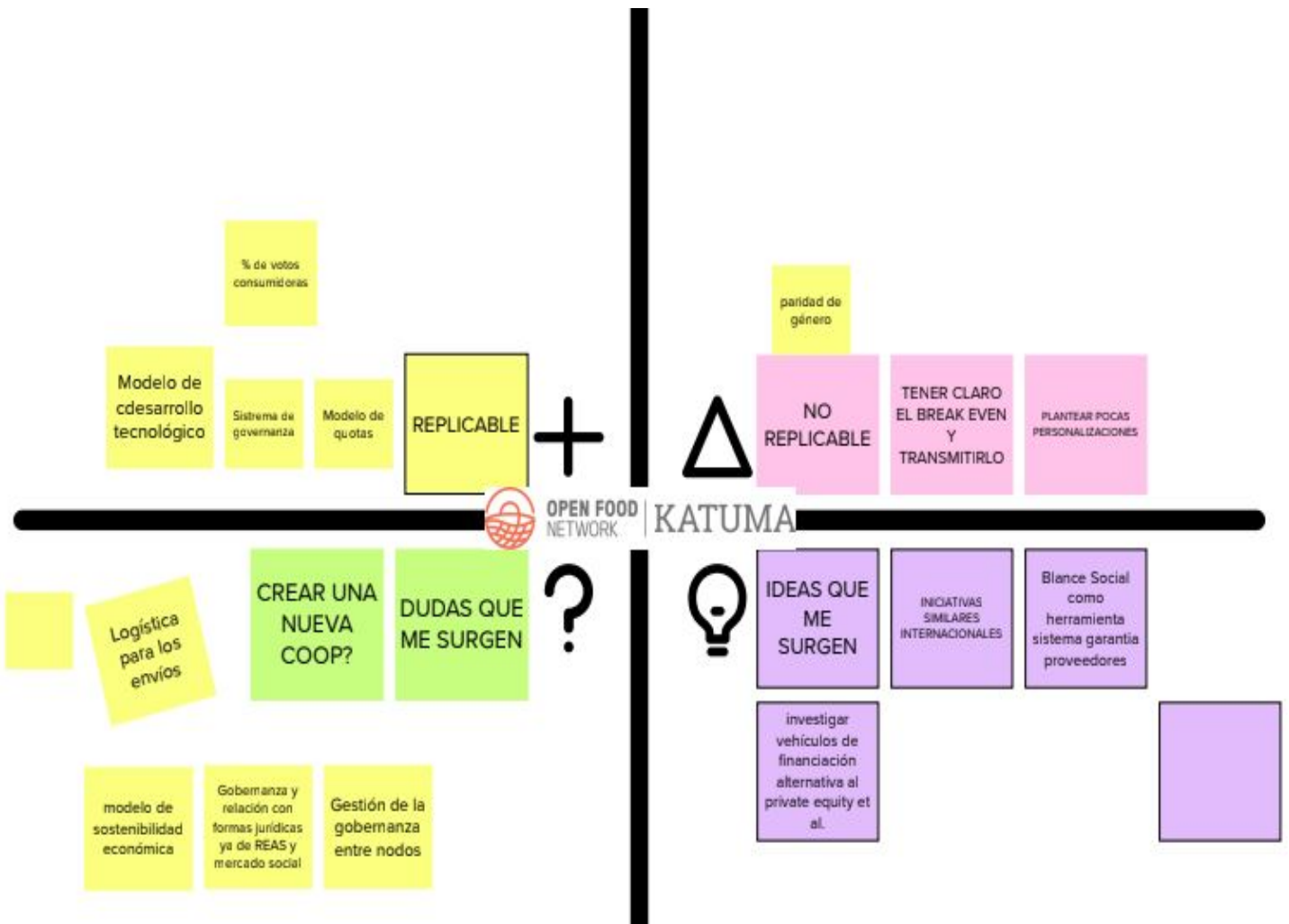
Gerard: Estamos pensando en una estrategia de digitalización a nivel estatal, ¿hasta qué punto que los mercados sociales vayan digitalizándose puede ayudar o no a proyectos como Katuma y qué sinergias hay?

Respuesta: Es como ir viendo que para todos/as va a ser muy difícil, el camino es largo, los competidores son complejos, hacer red será muy necesario, ayudarnos. Es necesario, hay un montón de gente motivada.

## **2-MANOS A LA OBRA**

### MURAL COLABORATIVO

- REPLICABLE modelo de desarrollo tecnológico, modelo de cuotas, sistema de gobernanza, % de votos de consumidores/as que hay detrás.
- NO REPLICABLE: plantean pocas personalizaciones, paridad de género, tener claro el break-even y transmitirlo.
- DUDAS QUE ME SURGEN: ¿crear una nueva cooperativa?, logística para los envíos, modelo de sostenibilidad económica, gobernanza y relación con formas jurídicas de REAS Red de Redes y MES, gestión de la gobernanza entre nodos.
- IDEAS: rastrear iniciativas similares internacionales, balance social como sistema de garantía de los y las proveedoras, investigar vínculos de financiación alternativa.



### VOLCADO CUESTIONARIO INICIAL (resumen)

Han contestado 74 entidades, con gran diversidad de sectores. Las que más aglutinan son de alimentación, comunicación y diseño, intervención social.

Pero en territorios menos diversidad: Euskadi, Aragón, Baleares, otras (Castilla León, Andalucía, Navarra y País Valencia).

### FEEDBACK SOBRE EL CUESTIONARIO:

Las entidades han sido muy generosas.

Ana: Sería interesante desagregar qué servicio, en Ben Mercado se ven forzados a forzar. Es un descubrimiento que entidades que venden productos, si son distribuidoras, se ven con problema de sobrecoste de preparar los pedidos que es algo que hay que tener muy en cuenta.

Conchi: Es un primer análisis, pero se pueden ver respuestas por tipo de productos.

Ferrán: Es importante tener en cuenta qué ha contestado qué tipo de entidad. Mucha gente piensa más en vender productos que servicios, aunque es más fácil vender servicios. Es importante a la hora de pensar estos MKP hay que hacer bien las cuentas para ver si sale a cuenta digitalizar los productos, también tener en cuenta que el retorno no es inmediato. Intuyo en esos resultados que haya gente que se decepcione al principio, conseguir una gran facturación será difícil. IMPORTANTE: hacer bien cuentas y plantear bien a las entidades cuál es el retorno y en cuánto tiempo.

Luis: ¿En qué plazos piensa Opcions?

Ferrán: Hicimos proyecciones y estábamos hablando de 3 años para la sostenibilidad de La Zona.

Gerard: Los planes de sostenibilidad quedan bien sobre el papel pero luego hay que aterrizarlos. Si nos dan la subvención para márketing será beneficioso, se ha gastado sólo 500 euros de los 10.000 previstos (comprobar). Nos estamos encontrando con entidades decepcionadas, cuando han pagado 100 euros y acaba de empezar. Eso afecta emocionalmente al equipo por las presiones. Hemos generado más expectativa de la que podíamos asumir. El problema es que no quiera estar al principio porque no es sostenible, se necesitan las cuotas al comienzo pero el retorno es a largo plazo.

Se tiene que prestar atención a los servicios. El coste es súper bajo, no hay incidencias, los presupuestos se hacen a medida. Te da más margen de venta.

Gerard: Hemos hecho barrido de iniciativas, pero sí entendemos que es interesante hacer estas alianzas en los desarrollos.

Ferrán: Aportación en chat importante para el eje de comunidad: cómo hacer que las personas no se vean sólo como consumidoras.

Conchi: Esto se refuerza en el cuestionario, las de productos son las que tienen más problemas. Hay 8 entidades que venden online pero no han contestado qué problemas tienen.

Susana: Hemos tenido poco tiempo para contestar la encuesta, 74 entidades es una muestra pequeña, porque somos 900 en REAS y más de 1000 en los MES. ¿Qué posibilidades hay para difundir más a nivel territorial? Hay muy poca participación de Madrid, y territorios que están en los nodos. Las entidades están saturadas, además acabamos de terminar el balance. Hacer el análisis a nivel territorial y con la calma ir completando este estudio.

Cuando escucho las cifras de La Zona en la viabilidad, puff. De cara a nuevos territorios más pequeños, tener claro qué parte de financiación necesitaríamos para poner esto en marcha y que este proceso nos sirva para aprovechar todo lo que se ha hecho ya en otros territorios.

Conchi: Estamos abiertas a que la encuesta se relance en territorios poniendo otro plazo y completar el diagnóstico. El análisis no lo hemos hecho por territorios porque no daba juego por las pocas respuestas en territorios. Hay territorios donde no se ha lanzado, en Madrid además se lanzó otra el 20 sobre entidades de mujeres.

Gerard: Ya anticipamos que era difícil lanzarla ahora, queremos hacer una encuesta más en profundidad, a quien ya está dentro de la zona. Estamos esperando a la subvención. La idea es lanzarla este mes de noviembre. Tenemos pendiente reunión con Pam a Pam, que es más representativa para lanzar el cuestionario.

Es complejo, pero las administraciones están a tope con la digitalización, habrá que ver qué herramientas. Los MKP están gustando, las entidades también lo ven, han dicho que sí al principio. Es una necesidad que está ahí y tenemos que ver cómo responder. Hay perfiles que son compartibles (por ejem experta en SEO). La Zona necesita 200.000 euros al año pero porque estamos solas. Pero si somos más compartiendo recursos puede ser menos. En qué parte genera consenso ceder soberanía. Hay una duda ahora sobre el **modelo de gobernanza**: si creamos una nueva cooperativa, porque si va mal puede arrastrar a Opcions. **¿Una cooperativa de segunda grado a nivel estatal para dar cobertura a MKP?**

PROPUESTA PARA ACUERDO en el EJE de Entidades: **tiene sentido que a las entidades las gestione cada territorio, los mercados sociales directamente que son las que tienen más capacidad para llegar a ellos directamente.**

Conchi: En estas sesiones no tomamos acuerdos pero detectamos reflexiones generales para sondear a posteriori como acuerdos al final del proceso.

Ana: Quiero compartir en el ámbito de la fantasía. El sabor que me queda de este encuentro es agri dulce: en la parte dulce porque sabes que a otros también les resulta difícil echar a andar. Hay una parte de corazón que no nos permite ver. todos los indicios a nuestro alrededor nos dicen: no se puede. Pero es necesario. **Nos tiene que mover la necesidad, no sólo la posibilidad.**

Visibilidad y recursos/tiempos, no son sólo problemas del MKP, son de las entidades de la ESS y es a lo que estamos respondiendo desde la estrategia de los MES en global. No descartaría explorar las posibilidades de retroalimentación entre el impulso de los MKP y los MES. Esto de cara a la comunicación es crucial. Quizá pueda haber un retorno difuso a los MKP. **Explorar estrategias del MKP y el resto de estrategias del MES. Otra de las grandes conclusiones que podemos tener.**

Gerard: Un MKP es una herramienta, hemos pasado de 18 a 100 entidades. Hay que pensar en **valores añadidos** a parte de las ventas digitales. Hay gente que descubre entidades que están visibles en La Zona. A favor de las sinergias entre MES y MKP. También hace años se vio que los MES eran imposibles.

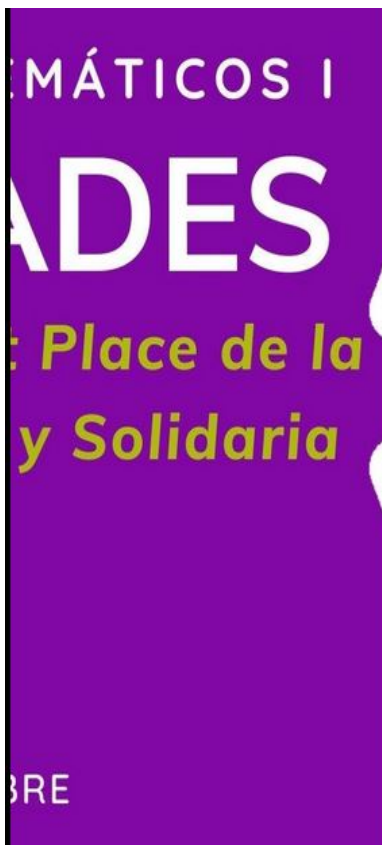
Susana: La idea de Ana me parece fundamental, puede ser de esquizofrenia el pagar cuota a REAS RdR, al MES, si ahora se paga otra cuota a otra cooperativa de Marketplace... El sentido de pertenencia es complejo. Hay un esfuerzo de comunicación fuerte en territorios, si se crea otra marca, ¿cómo se compagina? Hace 10 años estábamos viendo si montar una cooperativa a nivel estatal para el MES, ese estudio está ahí, nos preguntábamos qué pasaba con REAS RdR, eso vuelve sobre la mesa.

Pedro: Tengo la sensación de que vamos muy despacito. En País Valencià estamos creando nuestro Pam a Pam. Es necesario, no hay que cesar en el intento. Todos estos intentos de

construir estructuras que faciliten el MES/consumo alternativo son necesarios por difíciles que sean pero se necesita base social concienciada que soporte estos procesos (por eso hemos apostado por ese mapeo participativo, del Pam a Pam). El impulso de las subvenciones es necesario pero no es suficiente.

Angie: Estoy como observadora casi, en Canarias estamos en un proceso de definirnos, ver a dónde queremos ir, nos parece interesante la idea del MKP, pero estamos a un nivel muy bajito, todavía estamos arrancando, de ver qué nos aporta el MKP y el MES. Tengo un poco de pesimismo, sobre todo por el tema logística en Canarias, que me genera muchas dudas, aunque vi en Katuma que había entidades de Canarias que se habían sumado.

### 3-CIERRE CUESTIONARIO EVALUACIÓN



Por favor, valora esta primera sesión temática:

Mentimeter



Press S to show image