



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

Rumbo al Marketplace de la ESS

Resultados del Encuentro: “Diagnóstico de los territorios”



Fecha:

13 de octubre 2021 de 10 a 13h

Organiza: Comisión Estatal de Mercado Social de REAS RdR

Asistentes presentes:

- Susana de REAS RdR y Mercado Social Aragón
- Angie de Mercado Social Aragón Canarias Red Anagos.
- June de Mercado Social REAS Navarra.
- Gerard y Ferran de Opciones-La Zona.
- Geneveva de Mercado Social Madrid.
- Asier de Mercado Social REAS Galicia y Ben Mercado
- Conchi y Soraya de Tangente S.Coop

Índice de la sesión

- 0-Bienvenida, ronda de presentaciones e ideas fuerza disparadoras
- 1-Foto de los Marketplace en marcha y primeras preguntas para la reflexión
- 2-Diagnóstico en territorios
- 3-Información sobre encuentros temáticos



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

0-Bienvenida

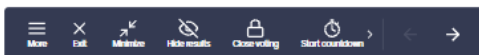
Nos presentamos y Susana realiza una breve presentación de este proceso de reflexión en torno a los Marketplace.

Para romper el hielo, cada asistente apunta dos ideas fuerza de las razones para un Marketplace de forma anónima.

RAZONES

ampliar mercados
 visibilizar otras práctic
 cambiar infraestructura
 escalar iniciativas ess
 cambio modelo ecommerce
 opciones a consumidor
 vender mas en la ess
 acercar iniciativas
 alternativa real fortalecer la ess
 llegar a nuevos target
 facilitar consumo critico

capilaridad



RAZONES

ampliar mercados
 visibilizar otras práctic
 cambiar infraestructura
 escalar iniciativas ess
 cambio modelo ecommerce
 opciones a consumidor
 vender mas en la ess
 acercar iniciativas
 alternativa real fortalecer la ess
 llegar a nuevos target
 facilitar consumo critico

capilaridad



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

1- Foto de los marketplace y primeras preguntas para la reflexión.

A través de una [presentación](#), resumimos algunas cuestiones que se han detectado en las entrevistas con Ben Mercado y La Zona (se adjunta presentación en pdf). Se organiza en estos ejes:

1. Primeros pasos
2. Entidades proveedoras
3. Comunidad
4. Tecnología
5. Logística
6. Comunicación

1-Eje primeros pasos

Presentación

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA /Ben Mercado
<p>En 2018, diferentes entidades (cooperativas de consumo, Som Energía, Som Connexio, ARS, Opcions) se agrupan en 8 iniciativas con idea de la digitalización..</p> <p>En 2020 (covid-10) Opcions vuelve a lanzar la idea.</p> <p>Alianza con Pam a Pam para ampliarla base de entidades que entran a formar parte.</p> <p>Junio 2021, sale fase beta (testeo). 30 pedidos desde que empezaron (alimentación y cosmética a granel, algo de textil)</p> <p>Subvenciones: 200.000€ (Generalitat y Ayuntamiento)+ 50.000 fondos propios. Ya se han gastado todo y si no tienen nuevos ingresos, acabarán con pérdidas. Han pedido 400.000 a la Generalitat y agenda 2030, si se los dan prevén que en 3-4 años estarían generando beneficios.</p>	<p>En 2017, 4 entidades que prestaban servicio de manera conjunta ponen en marcha el MK y REAS hace de paraguas (tiene 18 entidades).</p> <p>Se han recibido 18 pedidos desde 2018. Las tiendas online de proyectos particulares venden más.</p> <p>En búsqueda de fondos para darle un empujón. Necesitan vender 200.000 o 300.000 euros al año.</p> <p>Filosofía: primero que funcione y luego ya se va montando orgánicamente.</p> <p>Tienen la herramienta (la plataforma) y todo el resto del trabajo es voluntario.</p>



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

Algunos matices y comentarios:

-Gerard matiza respecto a la presentación que: En 2018 eran 8 y ahora son 100 entidades. Y que tienen 33 pedidos de servicios, incluido construir un chalé.

- Ben Mercado no nace de REAS, 2 estábamos en REAS y 2 no. La implicación de REAS es cuando nos damos cuenta de que no tenemos capacidad de gestionar el proceso. Estamos todavía ahí. Para relanzar la plataforma.

Interrogantes para el debate:

- ¿Cómo de consolidado tiene que ser el grupo motor? ¿Qué responsabilidades y riesgos asume?
- ¿Qué recursos mínimos necesita un MKP para arrancar y cuáles son los plazos para empezar a ser viable/tener beneficios?
- ¿Cómo aprovechar todo el aprendizaje de La Zona y Ben Mercado?
- ¿Qué itinerarios de partida son posibles? (a partir de entidades que ya estén vendiendo y que sean el motor como Galicia, una entidad que quiere escalar como Opcions en Cataluña, apostar por la digitalización de las entidades antes...?)
- ¿Cuál podría ser el rol de REAS en los MKP nuevos?
- ¿Qué iniciativas pilares hay? (Porque en Catalunya han aparecido muchas iniciativas en los últimos años que son locales, de productos...



2-Eje Entidades proveedoras

Presentación

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA /Ben Mercado
<p>En 2021 han pasado de 15 a 100 (querían llegar a 200)</p> <p>No todas están en Xes ni en Pam a Pam, más amplitud.</p> <p>Cuota en función del tamaño y 5% de cada venta.</p>	<p>30 entidades que ofrecen 135 productos. No todas son socias de REAS ni todas las socias de REAS están, están implementando las auditorías.</p> <p>Hay entidades que siguen pidiendo entrar porque es una forma fácil de tener tienda on line.</p> <p>Problema con las entidades que venden servicios, tienen que paquetizarlos, pero no siempre se puede.</p> <p>Pagan el 20% de la venta. En revisión. Las que pusieron dinero inicial pagan el 16%,</p> <p>Tendrían que llegar a 300 entidades para que empiece a funcionar.</p>

Algunos matices y comentarios:

- ¿En Ben Mercado son todo productos? (duda que nos surge en la sesión pero no contestan).

-Vemos que hay flexibilidad respecto al tipo de entidades en ambas experiencias.

-En la Zona inicialmente tenían la idea de cubrir todos los sectores de consumo. Realizan dos análisis: más allá de la venta, el valor añadido que le damos a la compradora. Si entra y solo tenemos 20 entidades, puede que no vuelva a entrar.

-Respecto al mínimo de entidades que necesitamos para hacer viable el proyecto, en La zona hablan de entre 300 y 400 entidades que paguen cuota. Se pusieron 200 de horizonte, porque partíamos de las 1000 de Pam a Pam.

-Es importante asegurar un mínimo de ventas en los inicios, para que estén contentas y que les compense pagar la cuota. Este punto es más de la financiación.



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

-Pregunta de Susana para Galicia y Catalunya: Entre cuotas y porcentaje de las ventas, ¿cuál es la rentabilidad para las entidades? ¿Lo tenéis estudiado? La zona: Los márgenes son muy distintos según los diferentes sectores. No lo tenemos estudiado. Lo que sí podemos hacer es como añadir valor además de las ventas. Las entidades no perciben el valor por el número de ventas. Están entrando por otras cosas: proyectos con la administración pública, ferias, catálogos donde aparezcan todos los productos, etc. Además de las ventas ¿qué otras cosas les podemos dar?

-Las grandes (somos conexión, som energía...) han tocado techo, no están creciendo más. No tienen un equipo de marketing que esté pensando en cómo llegar a nuevos clientes. Y ven que no tiene sentido tener los equipos individualizados. La lógica a largo plazo es que sea Opciones la que tenga esto. Por ejemplo, que salga un anuncio en la TV [valor añadido de estar en marketplace para clientes grandes]

-Ser transparentes, que entiendan que es una inversión de futuro colectiva.

-Geno: ¿se ha hecho análisis del mal/competencia? ¿Sabemos los porcentajes de Amazon? Ninguna de las iniciativas en marcha lo ha hecho.

En el caso de La zona era una cosa que teníamos en cuenta, un benchmarking. Tenemos claro que vamos a competir por un nicho ecológico. También porque aunque sea tabú, hay que reconocer que hay iniciativas de economía convencional o liberal que han conseguido enraizar en la sociedad. Hay que entender qué es lo que han hecho bien para saber si lo podemos adoptar o darle la vuelta. Queremos hacer este estudio más pormenorizado. Hemos identificado a los competidores grandes: Amazon, pero en términos más próximos, en España las plataformas de ecommerce: Corte Inglés, Fnac, PCcomponentes y los marketplace de Mercadona y otras grandes superficies de venta. Esta sería la nuestra principal competencia: <https://kmc.cat.coop>. [Estudio de competencia: posible necesidad común para todos los marketplace]

- Susana: ¿Cómo es la participación de las entidades dentro de la gobernabilidad? *[esta es una pregunta que se puede plantear también en el eje comunidad]*

La zona: es un follón. Estamos configuradas para gestionar 10 entidades y hemos pasado a 100 en muy poco tiempo. Tenemos que repensarlo. No tenemos una respuesta adecuada. Una metodología muy basada en enfoque de cliente, tanto de proveedora como de consumidora. Hacemos muchas encuestas. Tenemos una plataforma digital que se llama decidim (del ayto de Barcelona que permite tener debates online. Captar más ideas, no solo un sí o un no. Hemos hecho encuentros cada mes y medio con las entidades pero más informativo que otra cosa.

La participación en la gobernanza tiene que ser mucho más ágil y permanente que el consejo rector. Entonces experiencias de MES que tengan más entidades seguro que nos pueden ayudar. Pero de momento tampoco lo están pidiendo demasiado (participar en la toma de decisiones).

Interrogantes para el debate:

- ¿Nº entidades proveedoras deseables para empezar?
- ¿Qué criterios de entrada?, ¿es suficiente con las entidades del MES/REAS en cada territorio? ¿Se amplía la entrada a entidades afines que no son de la ESS pero con algún compromiso? .



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

- ¿Cómo se establecen las cuotas para que no desincentiven ser socia pero que dejen margen para que el proyecto sea viable?/ Entre cuotas y porcentaje de las ventas, ¿cuál es la rentabilidad para las entidades?
- ¿Qué % de la venta se queda el MKP?
- ¿Qué beneficios tiene para entidades que ya tienen tienda on line?
- ¿Las entidades tienen un ecommerce propio o no? ¿Con qué dimensión de producto cuenta? Hay que tener en cuenta que puede haber entidades con 6 productos pero también otras con 1200 o 1400 productos y si les pides que los vuelvan a digitalizar, hay que contar con proveer de recursos para que lo hagan. *[Esta pregunta está relacionada también con el eje de tecnología].*

3-Eje Comunidad

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA /Ben Mercado
<p>1200 socias consumidoras (sólo 400 estaban en Options), no es tan positivo como esperaban pero han llegado a otras capas de la cebolla.</p> <p>6 entidades agrupadas y 5 entidades colaboradoras. No deciden, son proveedoras o especialistas en algo.</p> <p>Tipos de socias: de consumo, de servicio y colaboradoras. Si eres socia tienes descuento en la compra.</p> <p>Para decidir tienes que ser socia de Options.</p> <p>Las socias de consumo pagan 12€/40€ al año (90k) y las de servicios pagan una cuota estructural (entre 250€ y 1.000€ anuales) + 5% de comisión comercial</p>	<p>NO TENEMOS DATOS DE SOCIAS CONSUMIDORAS</p> <p>Modelo asambleario para toma de cada decisión. En revisión.</p>



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

Algunos matices y comentarios:

-La zona: Tenemos las dos cosas: la comunidad de Opcions y la comunidad de La zona (800 personas que no venían de ser socias de Opcions). En Opcions ya tenemos socias de diferentes tipos. Gerard comparte más datos (están en la grabación). Las entidades grandes que nos han ayudado en esto, la apuesta ha sido muy clara.

-Susana: ¿La zona tiene forma jurídica propia? ¿Cuál?

La zona: No tiene, no va a tener. Hicimos La zona como forma de relanzar Opcions.

Si lo empezáramos de cero, diferenciaríamos las comunidades, porque si no, es como una gymkhana.

Una prueba fallida que tuvimos es que cuando salió en TV3, cambiamos la cabecera para intentar conseguir socias de Opcions. Y no nos ha ido nada bien. Fue un error.

Es muy importante de entrada entender la razón que nos llevó desde Opcions a crear Lazona porque eso explica también el problema que tenemos ahora. Lo que hacíamos al principio era mezclar. Y eso lleva a confusión. Tenemos 300 usuarias registradas en La Zona. Tenemos 37 socias de Opcions. Hay mucho que pensar ahí. Si los marketplace van a estar vinculados a entidades, pensarlo como una puerta de entrada a la participación en Opcions. Si queremos llegar a otras capas de la cebolla, todo el mensaje es demasiado como para poder hacerlo en el mundo digital. El modelo ahora es: Separar las comunidades y luego establecer vasos comunicantes.

- Geno: ¿Estudio de UX (Experiencia usuario digital)? ¿Lo habéis hecho?

En las otras plataformas hay muchísimo dinero invertido en esto, en que sean fáciles y disfrutonas.

La zona: Nos ha ayudado mucho “hacer el viaje de la clienta”. Secuenciar el proceso que sigue una persona o una entidad para acceder a la plataforma. Desde que lo oye, hasta que se convierte en una groupie de La zona. Entender ese viaje es muy importante. Habrá gente que no haga el viaje completo. Un grupo se quedará estancado en alguno de los pasos. Intentaremos moverlo.

Fueron 11 entidades ejecutoras. No proveedoras. Nos rodeamos de entidades expertas en el tema. Programadoras, gente especializada en diseño web y experiencia de usuario, etc. Rodearnos de gente que sepa.

-Ben Mercado se está definiendo aún. Hasta ahora apenas ha habido comunidad.

Interrogantes para el debate:

- Tipo de socias y ventajas/incentivos
- ¿Papel de las entidades estatales (Fiare, Som Connexió)?
- ¿Qué modelo de gobernanza (canales de participación, toma de decisiones...)
- ¿De qué comunidad partimos y a qué comunidad queremos llegar?
- Forma jurídica.



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

4-Eje tecnología

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA (Ben Mercado)
<p>Wordpress (posibilidad de blog) Falta mejorar la experiencia de usuario en la página de compra.</p> <p>Se ha integrado con software de Oikos, aún no con CRM de Options.</p> <p>Problemas para integrar la plataforma de La Zona con Koiki</p>	<p>Prestashop, plataforma es muy fácil de usar para las entidades, te permite incluir los gastos de transporte. Pero la gente no compra.</p> <p>Itaka lleva la gestión (trabajo voluntario)</p>

Algunos matices y comentarios:

-La Zona: Un primer interrogante muy importante es la decisión entre recurrir a una plataforma preprogramada o hacer una programación desde cero. De entrada, lo que implica menor coste es recurrir a algo ya montado. Tiene otra ventaja que es empezar a testear el producto de marketplace, si la gente le encuentra sentido, si funciona, etc. Pero eso tiene un tope en cuanto a la escalabilidad. Porque estas herramientas están diseñadas para un solo ecommerce. El tipo de complejidad que se genera es pequeño. Si hacemos un marketplace con muchas entidades, en nuestro caso, cada entidad tiene su pequeña tienda online. Entonces hay un poco más de complejidad. Cada nueva funcionalidad tiene un plug in pero les tienes que pedir que entren, que cuando haya que actualizar, hay que revisar. El problema de hacer la programación es que lleva mucho tiempo. Hay otra experiencia local en Catalunya que aún no han conseguido abrir. El otro modelo de programar desde cero. Si habláis con informáticos, elegirán esto porque así tienen el control absoluto de la plataforma y cualquier cosa depende de su programación.

-En Opciones nos metimos a hacer todo esto sin saber los recursos humanos que se tienen que dedicar. Ahora tenemos un equipo dedicado a esto: 1 persona para entidades, 1 para atención al cliente, 1 para la plataforma, 1 para la comunicación... Esto tal y como lo tenemos planteado. Un tema es la inversión de inicio y el otro es el coste de mantenimiento (servidores, dominio... actualizaciones). Si decides tu equipo propio, cualquier actualización pasa por equipo informático.

-Prestashop en Ben Mercado. Es muy fácil de utilizar para los vendedores pero requiere tiempo. Lo del tiempo disponible es muy importante. Se tarda un tiempo en subir cada producto. Nunca nos ha surgido una entidad que quiera subir 1000 productos pero el día que la haya vamos a tener un problema. Hay también incidencias. No sé cómo vamos a resolver la parte de uso de las entidades. Hasta qué punto hay que dar soporte a las entidades que en principio parecen sencillas, pero que puede que no. En Ben Mercado, sube los productos cada entidad, mediante un formulario.



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

-Igual que la logística, cualquier cambio en estas plataformas es para pensarlo.

-Hay que contar con el tiempo que van a tener que invertir las entidades en el momento de publicar sus productos y gestionar su perfil en la plataforma!

En La zona apostamos por wordpress porque ya está bien extendido entre quienes tienen ecommerce. Aunque no podemos programar una sincronización entre ellas de stock (que es un tema), sí que les podemos pedir que nos pasen esta información en un formato que podemos traducir a nuestra plataforma. Por lo tanto, hay otra pregunta que es ¿cuántas horas podéis sacar a vuestro equipo para que puedan gestionar tareas de integración entre plataformas?

El proyecto completo de Ben Mercado rondaba los 25.000 euros y en la plataforma se invirtieron 10.000 euros. Muy limitado para hacer un desarrollo propio.

Interrogantes para el debate:

- ¿Recurrir a una plataforma preprogramada o hacer una programación desde cero? ¿qué inversión inicial y qué coste de mantenimiento? ¿Qué recursos humanos para actualizar la información requiere? ¿Cuántas horas podéis sacar a vuestro equipo para que puedan gestionar tareas de integración entre plataformas?
- ¿Cómo combinar que sea fácil para entidades proveedoras y usable para consumidoras?
- ¿Cómo se articula con la plataforma de quienes ya tienen su tienda online?
- ¿Cómo articulan los software de las entidades de logística con los de la compra?
- Si cada MES tiene que apostar por sus herramientas o si podemos ir generando consenso de cara a las herramientas (no ya de las webs, etc. Si no, en cuanto a los procesos internos, el backoffice, generar consensos, compartir tecnología para que la comunicación entre plataformas sea más fácil).



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

5-Eje logística

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA (Ben Mercado)
<p>Distribución a través de Koiki (Entregas a pie, en bici o en coche eléctrico y las hacen entidades locales que son centros especiales de trabajo o cooperativas (y las trabajadoras tienen todas contrato). Y productos frescos a través de Cabiura (se llevan el 20%) No hay almacén centralizado porque no hay volumen de compras suficiente, no hay stok, eso impide la agrupación de pedidos. Donde hay más incidencias.</p>	<p>MRV a veces a través de las propias entidades</p>

Algunos matices y comentarios:

- Productos frescos no vende La zona. Lo que tiene Cabiure es que son una distribuidora de productos secos y nos agrupa a 30 entidades, que son sus proveedoras. La parte de alimentación no fresca lo hace Cabiure, lo monta en su almacén. Pero todos los envíos los hacemos a través de Koiki. Koiki es cierto que hacen la última milla de manera sostenible, pero todo el resto se hacen con SEUR. Esto tiene su tema porque la gente dice “me ha venido con SEUR” como una crítica. El consejo nos ha pedido que las entidades de logística de Catalunya de la ESS lleguen a un acuerdo para cambiar el modelo. En el patronato de Koiki está Repsol y SEUR. Es la solución más práctica y con más valores pero no es la solución. Es mucho más caro, nos cobran 4 euros por cada envío. Le cobramos 4 euros por cada producto, decimos que vamos a visibilizar el coste del transporte, pero es contraintuitivo, cuantas más compras, más te cobran.

-La logística es uno de los grandes retos que tenemos en Canarias, la distribución entre islas es una dificultad añadida.

- La zona: Nosotras tenemos entidades que están muy habituadas a la logística como Cabiure, pero otras no tienen ni idea de logística. Y si ayudamos a las entidades a pensar su modelo de logística de otra forma, packaging sostenible, transporte, etc. (valor añadido más allá de la venta)

-En Ben Mercado escogimos MRW porque era la única empresa que encontramos que nos ofreciese condiciones aceptables de recogida de cualquier punto de Galicia.. Era difícil equiparar los precios de paquetes de cualquier lugar. A veces se trabaja con las propias entidades porque muchos de esos pedidos eran en zonas de montaña donde lo más fácil era trabajar con la empresa de transporte de la



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

empresa que ha recibido el pedido. Como han sido pocos pedidos. Mira, tenemos 7 euros, si tu empresa te lo cubre, va a ser más fácil. Parece más estratégico de lo que intuitivamente puede parecer.

- Si no está bien planteada, la distribución puede hacer que pierdas dinero en cada pedido.

Interrogantes para el debate:

- ¿Cómo articularse con distribuidoras afines en los territorios y cómo resolver incidencias en gestión de pedidos?
- ¿Qué pasa con puntos a los que no llega la distribuidora? ¿alianzas con otras distribuidoras menos afines?
- ¿Cómo transformaremos la logística de un problema a un valor añadido de nuestro modelo?

6-Comunicación

CATALUÑA (La Zona)	GALIZA (Ben Mercado)
<p>La tarea comercial ha sido una de las principales para que la gente se hiciera socia.</p> <p>Gran campaña de comunicación con los recursos. 450 visitas por día tras anuncios, pero no se traduce en ventas.</p> <p>Para que la gente compre hay que vender el relato.</p> <p>Ha habido una persona liberada para captación.</p>	<p>Nunca han hecho campaña de comunicación porque quieren tener más entidades y productos.</p> <p>Hay que reforzar la info de las entidades.</p>

Algunos matices y comentarios:

-La Zona, dentro de comunicación hay que preguntarse: ¿Dónde hay que meter dinero? En un año y medio, hemos cambiado totalmente de cómo iniciamos a dónde estamos ahora. Probamos y vemos los datos. A nivel metodológico, hemos cambiado mucho.

- La Zona: Si volviéramos a empezar, nos enfocaríamos más en esto, en asegurar ventas.



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

7-Financiación

Este eje estaba planteado de forma transversal al resto de ejes, y de forma concreta en el primero (primeros pasos), pero se hacen algunas reflexiones finales.

La zona: El proyecto tiene unos gastos fijos de 50.000 euros al año sin contar salarios (con salarios son 180.000 euros). Luego la parte de comunicación es variable, lo que le quieras meter.

La zona; interesante buscar puntos en común. ¿Puede Navarra coger los artículos que ya tenemos y no hace falta que contrate a alguien para esto? ¿o si Madrid tiene alguien especializada en UX podemos usarla en la Zona?

-Esta parte ya nos da respuestas de si cada territorio tiene que tener un marketplace propio o si apostamos a algo conjunto o sinérgico.

2-Diagnóstico en territorios

Se plantea la necesidad de tantear la posibilidad de construir un marketplace en los territorios interesados. Ver qué necesita cada territorio, en qué ejes se tienen que enfocar, qué potencialidades tiene.

No hay personas de todos los territorios de Reas. Pero en todos los territorios podemos diagnosticar potencialidades. Quizá hay entidades de los ejes que sí les interesa el tema y puedan querer sumarse. Euskadi y Baleares no han podido participar hoy pero están en proceso

a) *¿Qué información necesitamos de los territorios?*

Planteamos algunos interrogantes que convendría rastrear para recibir feedback (algunas son para responder por agentes clave de territorios y otras se pueden llevar a un cuestionario online para entidades proveedoras)

- ¿Cuántas entidades hay en los mercados sociales/REAS y qué servicios y productos ofrecen? ¿Qué sectores son más mayoritarios?
- ¿Cuántas están vendiendo ya online? ¿Qué tecnología usan? ¿cómo lo distribuyen? ¿Qué problemas tienen y qué necesidades? ¿estarían interesadas en aliarse con otras entidades para la venta online para tener más alcance?



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

- ¿Cuántas entidades del MES podrían estar interesadas en hacer venta on line aunque ahora no lo hagan? ¿por qué ahora no lo hacen? (dificultades/necesidades)
- ¿Existen distribuidoras afines en los territorios? Detectar a entidades de logística clave en territorio (mensajería). Qué empresas tenemos ya identificadas en los territorios. Si están haciendo ya la distribución y cuántas empresas de la ESS están haciendo uso de ellas
- Posibles alianzas (de proveedores y redes) para un futuro Marketplace en el territorio.
- ¿Qué oportunidades de financiación hay en los territorios?

Surgen algunos comentarios:

- La Zona: no enfocarse solo en venta y logística. Venta de productos es lo que menos reporta en la zona. Es más fácil comenzar por venta de servicios (que no requiere logística) que por venta de productos.
- Si presentamos a una convocatoria europea todo el conjunto de marketplace.
- Hasta qué punto tiene sentido escalar las evoluciones? O si las hacemos a la vez? Porque cada experiencia puede ir más rápido, más bien... Quizá hacer un calendario con las fuerzas, etc. O si todos quieren ir a la vez, adelante.
- Se habla del rol que puede jugar REAS. La zona considera que puede tener un papel importante en la GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: en la acumulación de la experiencia que se está generando, en el conocimiento y errores de lo que aprendemos. A cada territorio que quiera empezar, se le puede ir dando ese conocimiento.
- Algunos territorios (como Navarra) se sienten abrumados por la cantidad de recursos que se necesitan para poner en marcha un MKP. Se habla de que puede haber distintos itinerarios. Ferrán, para lanzar un mensaje más motivador, comenta que dentro de opciones, La Zona es una herramienta más para fomentar el consumo responsable y hacer un cambio importante. El MKP puede ser una puerta de entrada a la ESS.

b) ¿Cómo recogemos esta información?

- Susana: miedo a bombardear las entidades, ya tienen que rellenar los balances. En entidades más grandes puede ser mucho curro. De cara a los encuentros temáticos se puede hacer un sondeo previo en territorios.
- Geno: en las tres subvenciones que han presentado se pedía el estudio de línea de base, en todas tendrán que hacer: 1 Cuestionario, 3 o 4 encuentros con entidades para articularlo un poco más. Por tanto, en Madrid habría cierta facilidad para recabar esa información. Tienen un mailing de todas las proveedoras y consumidoras.
- June: mandar el cuestionario no cuesta, pero que contesten sí. Tenemos muchas entidades que ofrecen servicios no productos. No hay tantas que tengan un producto que vender on line por eso no será tan difícil de realizar. Pero los tiempos sí son un problema, tener esta información antes de los encuentros temáticos.



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

Duda, **¿mismo cuestionario a todos los territorios?** Hay que decidir si lanzamos una única plataforma o cada una plataforma vinculada.

- Geno: Quizá ver a las que tienen venta on line, ver cómo tienen organizado el estocaje, por ejemplo Traficantes de Sueños, tienen catálogo de libros, ¿se podría vincular su venta online a la plataforma? Compatibilidad.

Se ve que podemos usar distintas estrategias en los distintos territorios, pero ver qué cosas comunes sí podemos articular.

Se plantea: ¿Qué hacemos con entidades de territorios que no están aquí clave que no están en esta reunión pero que podrían venir a los debates temáticos? Si vamos a invitar a entidades que no están invitadas, tener muy claro la estructura y saber qué esperamos de ellas.

Para recoger esta información en territorios acordamos **hacer un cuestionario online sencillo para difundir, que servirá de cara a los encuentros temáticos.**



reas
red de redes de economía
alternativa y solidaria



**mercado
Social**

3- Encuentros temáticos

Se presentan las posibles fechas y temáticas de los encuentros con la finalidad de hacer copartícipes en su diseño y difusión a los territorios. Y se decide aplazar el primer encuentro, y empezar por entidades. La secuencia queda así:

Temas y fechas
<input type="checkbox"/> Entidades // Miércoles 3 de noviembre (de 10 a 12h)
<input type="checkbox"/> Comunicación // Miércoles 10 de noviembre (de 10 a 12h)
<input type="checkbox"/> Logística // Miércoles 17 de noviembre (de 10 a 12h)
<input type="checkbox"/> Tecnología // Miércoles 24 de noviembre (de 10 a 12h)
<input type="checkbox"/> Comunidad // Miércoles 1 de diciembre (de 10 a 12h)

Se decide empezar por entidades proveedoras, tratar de sondear quién hace comercio online, quien no. Y ese encuentro nos sirva para mapear lo que hay. Puede ser prematuro pero puede ser interesante que sea el primer encuentro así luego se pueden ir incorporando proveedores a los siguientes ejes.

Serán encuentros de 2h para recoger aprendizajes y dialogar.

Logística: se les pide información previa y que participen activamente en el debate.