

# Encuentro estatal de coordinación de mercados sociales 2016

16 de diciembre (en el Local de Aeres, Madrid)



## INTRODUCCIÓN

El encuentro anual de la Comisión Estatal de Mercado Social de Rdr se celebró el 16 de diciembre (en el Local de Aeres, Madrid). El objetivo de este encuentro fue el de avanzar en las líneas estratégicas de trabajo de la comisión y poner en común los procesos de mercado social que se están llevando a cabo en los diferentes territorios.

El programa abordado fue el siguiente:

## PROGRAMA

- 16:00 Saludos y breve dinámica presentaciones personas asistentes.  
Foto fija de los territorios
- 16:30 Breve repaso acciones 2016  
Aprobación cuotas 2017- Presupuesto y principales líneas estratégicas de la comisión para 2017
- 17:00 Dinámica grupal: Organización, financiación y herramientas comunes de Mercado Social. Momento actual y retos de futuro de la comisión.
- 17:45 Descanso
- 18:00 World Café: Compartiendo experiencias entre territorios
- Eje 1: Organización interna y funcionamiento
  - Eje 2: Financiación
  - Eje 3: Herramientas
  - Eje 4: Comunicación
- 19:30 Puesta en común ejes
- 19:45 Devolución y resumen de los acuerdos tomados
- 20:00 Cierre encuentro

## RELACIÓN DE ASISTENTES

### REAS ANDALUCÍA

Miguel Navazo  
Mar Osuna

### RED ANAGOS

Alicia Silva  
Eduardo Calderón

### MESCoop ARAGÓN

Javier Ortega

### REAS CASTILLA Y LEÓN

Alipio Múñiz

### REAS EUSKADI

Leire Álvarez

### MES MADRID

Fernando Sabín  
Mario Herrero  
Sara González

### REAS MURCIA

Alfonso Martínez

### REAS NAVARRA

Andoni Romeo  
Javier Liras

### REAS PAIS VALENCIÁ

Salvador Pérez  
Pedro Aparicio

### REAS RIOJA

Luis Arpón

### CAES

Natalia Rodríguez  
Alfonso Bolado también en  
representación de XES

### FIARE

Albert Gasch

### ECOLOGISTAS EN ACCIÓN

Isidro Jiménez

### REAS RdR

Carlos Rey. Secretaría Técnica  
Susana Ortega: Consejería Mercado Social  
Blanca Crespo. Consejería Comunicación

Disculpan su asistencia: REAS GALIZIA

## RESULTADOS

### 1. Saludos y breve dinámica presentaciones personas asistentes

Comenzamos con una ronda de presentación a la que las participantes añadieron una palabra de cómo venían a este encuentro: *Expectante, Estamos, Despistada, Intensa, Empaparse, Situarse, Con expectativas, Ganas, Absorbente, Ilusionada, Esperanzado, En proceso, Canas de aprender, Abierto a lo que surja, En tren, Conectado, Optimista, Bien, Con flemón.*

## 2. Foto fija territorios

Tras las presentaciones, Susana Ortega (Consejería Mercado Social Rrd) expuso “la foto fija” del proceso en el que cada territorio/entidad está en la actualidad con respecto al Mercado Social.

(Ver documento adjunto)



## 3. Breve repaso acciones 2016

Por parte de la Secretaría Técnica de Rdr y las Consejerías de Mercado Social y Comunicación se cuentan brevemente las acciones llevadas a cabo de mayo a diciembre 2016:

- Se han acompañado los procesos de construcción de Mercados Sociales en [País Valencia](#) y se está asesorando también en Andalucía.
- Se ha actualizado la [web mecambio.net](#) y se gestionan de manera activa las redes sociales:

<https://www.facebook.com/EIMercadoSocial/>  
<https://www.facebook.com/Mecambio-181900255284746/>  
<https://twitter.com/EIMercadoSocial>  
<https://twitter.com/MECAMBIOYA>

- Con respecto a [mercadosocial.net](#) se explica que ya se está trabajando en la renovación íntegra de la web dentro de lo que será un portal temático con tres patas: REAS, Economía Solidaria y Mercado Social. Las empresas encargadas de la programación en Drupal 8 son Devtopía y Punto Abierto de Madrid. La Web

se presentará en abril 2017 en Idearia. Aunque su presentación estaba prevista para diciembre 2016 se comenta que se ha decidido esperar a terminar el Crowdfunding que financiará la mayor parte del portal temático.

- Sobre la **Intranet** se comenta que se está haciendo un trabajo de manera voluntaria y que el proceso va despacio por ese motivo y que necesitamos ayuda de personas que controlen programación en wordpress y quieran colaborar en ella. Se decide ir creando el repositorio de documentos MES en otra herramienta hasta que la Intranet este funcionando.

## Presupuesto y principales líneas estratégicas de la comisión para 2017

Tras el repaso de las acciones 2016, se exponen cuales serán las principales líneas estratégicas a seguir trabajando en el 2017:

- Presentar la nueva web mercadosocial.net en abril y mantener un catalogo vivo y actualizado a nivel estatal.
- Acompañar a los territorios que han comenzado el proceso MES (Andalucía, Murcia, País Valencia, Canarias).
- Apoyar e impulsar la creación de MES en nuevos territorios (Rioja, CyL, Galicia).
- Realizar nuestro encuentro anual 2017.
- Trabajar en la Comunicación/ visibilización de los mercados sociales de manera permanente vinculando MES a consumo responsable y generando demanda a través de MeCambio.
- Reforzar la estructura interna.
- Generar Alianzas: Som energía, Som Conexio, Oikocredit, Coop57, Plataforma rural...

En lo referente al presupuesto se comenta que para no paralizar el trabajo en enero es necesario aprobar las cuotas cuanto antes. La propuesta es mantener las cuotas del año anterior y destinar parte de este presupuesto a la remuneración económica de 1 hora diaria de Consejería Mercado Social, 1 hora diaria de Comunicación y 36 horas al año de Secretaría Técnica.

Las cuotas establecidas son:

- Territorios ya consolidados con Mercado Social de 1500 a 2000 euros.
- Territorios nuevos 500 euros.
- Entidades sectoriales 1000 euros
- Entidades referentes en consumo/comunicación: pago en especies 800 euros.

## 4. Dinámica grupal: Organización, financiación y herramientas comunes de Mercado Social. Momento actual y retos de futuro de la comisión

La dinámica utilizada para trabajar las dificultades y retos futuros que tenemos en común la Comisión de Mercado Social fue la de dividir a las participantes en cuatro grupos para trabajar cinco ejes de manera simultánea: -Participación-Financiación-Comunicación interna y externa-Herramientas e Intercooperación.

Los resultados obtenidos se exponen a continuación agrupados por ejes:



## Eje 1: Participación

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distancias entre territorios</li> <li>• Falta de recursos humanos</li> <li>• Estructuras y ritmos diferentes de los territorios en la construcción del MES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar más herramientas para trabajar en la distancia</li> <li>• Reforzar el grupo de apoyo a la Consejería MES. En 2017 Canarias se suma</li> <li>• Aprovechar ferias para juntarnos</li> <li>• Replicar ideas de la comisión de Comunidad del MES Madrid (cuidados, participación...)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de herramientas prácticas como nexo de unión</li> <li>• Falta de recursos precariedad</li> <li>• Combinar militancia y recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutar gente nueva</li> <li>• Scouting</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad Confianza en particular</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar el número de redes implicadas como economía Bien Común etc.               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Facilitar información para participar (también a otros agentes)</li> <li>– Redes de apoyo mutuo</li> <li>– Buscando los comunes en transición ECB, Circular</li> <li>– Trasladar el valor de formar parte de</li> <li>– Incentivos (no cuota, descuentos en moneda social)</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de modelo homogéneo</li> <li>• Diferentes ritmos</li> <li>• Poca participación, poca gente trabajando</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activación de los grupos afines por el lazo del consumo</li> </ul>

## Eje 2: Financiación

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duplicidad de cuotas para entidades y redes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir las propuestas presentadas a subvenciones con otros territorios</li> <li>• Que los territorios que tengan convenios grandes con la administración destinen algo al común MES</li> <li>• Utilizar productos lanza a nivel estatal que aporten dinero de las ventas. Por ejemplo Frixen</li> <li>• Pago de las entidades en publicidad en la nueva web</li> <li>• Pago en especies con otras entidades</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos precariedad</li> <li>• Combinar militancia y recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración pública</li> <li>• Explorar fuentes internacionales de financiación las grandes redes</li> <li>• Moneda Social común</li> <li>• Crear un sistema de comisiones para la red</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuestos muy reducidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseguir compromisos de mecenazgo</li> <li>• Creación de una masa crítica "militante" que participe en sufragar costes del MES</li> <li>• Gidget de financiación tipo <a href="http://www.worldcoo.com/es/">http://www.worldcoo.com/es/</a></li> <li>• Moneda social mixta</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar formas de cooperación con AAPP para que refuercen con recursos las líneas abiertas por los mercados sociales.</li> </ul>

## Eje 3: Comunicación interna-externa

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir más los saberes entre territorios</li> <li>• Reflejar-Visibilizar interacciones entre territorios (estudiar la manera de incluirlo en web)</li> <li>• Que el catalogo web trascienda de lo regional a lo estatal y viceversa</li> <li>• Crear u grupo de telegram estatal sólo de difusión de actividades. Noticias y eventos para estar al día de lo que ocurre en otros lugares respecto a MES</li> <li>• Realizar un plan de comunicación MES estatal</li> <li>• Compartir las evaluaciones de las Ferias de los territorios</li> <li>• Roll-Up estatal compartir imagen o que rule en las ferias</li> <li>• Hacer un vídeo común de las ferias</li> <li>• Crear un boletín estatal MES</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran volumen de información</li> <li>• Profesionalización de las labores de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red muy potente</li> <li>• Herramienta de comunicación</li> <li>• Crear una buena estructura en comunicación</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exceso de nomenclatura: konsumo, mecambio, mercado social</li> <li>• Difícil llegar a nuevos públicos</li> <li>• Falta lenguaje común. Dificultad de conceptos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Enamorar"</li> <li>• Estrategia 1.0</li> <li>• Concursos, sorteos</li> <li>• Facilitar información para participar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de información de los mercados más avanzados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repositorio de documentos hasta que llegue intranet</li> <li>• Libro Blanco del Mercado Social</li> <li>• Web</li> </ul>

## Eje 4: Herramientas

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer un banco de recursos para ver que podemos compartir entre territorios como por ejemplo vaso para la feria, materiales, expositores</li> <li>• Moneda Social Conjunta</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crowdfunding</li> <li>• Crear una buena estructura en comunicación</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distintos modelos moneda social</li> <li>• Faltan espacios físicos (locales de venta)</li> <li>• Moneda social virtual o con tarjeta</li> <li>• Balance Social</li> <li>• Difusión</li> <li>• Logística (rutas eficientes y solidarias)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merchandaising</li> <li>• Renta básica de los iguales</li> <li>• Desarrollo de moneda social</li> <li>• Balance Social como certificado o sello</li> <li>• Logística rutas</li> <li>• Central de compras</li> <li>• Difusión por las asociadas. Implicación asociadas Recomendación por afiliación</li> <li>• Comics, videos, canciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño moneda social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catálogos</li> <li>• Compartir formatos, argumentos, modelos</li> <li>• App moneda estatal</li> <li>• App catalogo estatal</li> </ul>

## Eje 5: Intercooperación

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO /IDEAS “INNOVADORAS”
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ir a las ferias de otros territorios: montar un puesto conjunto de cada territorio para que vaya a las ferias de los demás o cada año invitar a un sector de los demás territorios por ejemplo comunicación. Dar facilidades para ello (sin cuota por ejemplo)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a organizaciones más débiles</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distancia física</li> <li>• Dificultad entre ampliar el tejido y coherencia</li> <li>• Falta de servicios y productos</li> <li>• Logística entre entidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades “tractoras”</li> <li>• Compartir necesidades, habilidades y recursos (ofrezco, necesito)</li> <li>• Más espacios de encuentro y trabajo por comisiones</li> <li>• Entidades logística</li> <li>• Crear figuras consolidadas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada proyecto que se ponga en un territorio que se ponga en común con el resto para ver si se puede coordinar</li> </ul>

### 5. World Café: Compartiendo experiencias entre territorios

La idea de esta dinámica era tener un pequeño espacio para poder compartir mas allá de la “foto fija” del principio del encuentro, las dificultades e ideas innovadoras o retos de futuro que tienen los territorios/entidades con respecto al momento actual del mercado social.

Para esta dinámica se dividió a las participantes en cuatro grupos pequeños. Cada grupo debate sobre un eje durante 20 minutos y pasa al siguiente eje, con el objetivo de que todas las participantes puedan compartir en torno a los cuatro temas,

- Eje 1: Organización interna y funcionamiento
- Eje 2: Financiación
- Eje 3: Herramientas
- Eje 4: Comunicación

# Eje 1: Organización interna y funcionamiento

Algunas de las preguntas que se plantearon a los territorios fueron:

- Toma de decisiones en MES, Estructura, Funcionamiento, Comisiones de trabajo, Asambleas
- Sentimiento de pertenencia de las entidades ¿Qué aportan las entidades al común?
- ¿Qué acciones para fomentar la intercooperación se llevan a cabo?
- Alianzas con otros sectores
- Forma de participación de consumidoras individuales



DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<b>ESTRUCTURA INTERNA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos, equipo técnico, dinamizadora de proyecto en algunos territorios</li> <li>• Grupo que gestiona el proyecto pequeño</li> <li>• A veces al tener estructura técnica falta implicación de las entidades en otros territorios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liberar gente a cambio de pago en especies</li> <li>• Comisiones de trabajo compartidas con otras redes REAS, COOP57. Secretaría técnica compartida</li> <li>• Aprovechar estructuras (red local) de Fiare para potenciar el MES. Que en todos MES haya alguien de Fiare colaborando activamente</li> <li>• Que las sectoriales se impliquen más en los territorios</li> <li>• Amadrinar entidades. Explicar bien la estructura a las nuevas</li> <li>• Remunerar tareas: balance social, comunicación, cuidados</li> <li>• Reflejar en un informe el trabajo no remunerado voluntario, para mostrarlo en el valor social del MES</li> </ul>

<b>SENTIMIENTO DE PERTENENCIA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades que se sienten más ajenas del proyecto</li> <li>• En Andalucía tenemos una doble estructura con los mercados del sur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto pasar del vuestro al nuestro</li> <li>• Reforzar sentimiento de pertenencia a través de los cuidados de entidades y encuentros de intercooperación. Comisión de cuidados como Aragón o de Comunidad como Madrid</li> <li>• Identificar el MES como el mercado de todas diferenciado del mercado capitalista</li> <li>• Desarrollo de moneda social y carnets en los territorios</li> <li>• Reforzar comunicación</li> <li>• Con el catalogo online se verá reforzado el sentimiento de pertenencia de las entidades</li> <li>• Infografía de conjunto</li> </ul>
<b>INTECOOPERACIÓN ENTRE ENTIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En algunos territorios hay poca intercooperación</li> <li>• Falta de visibilización de transiciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuentros de intercooperación</li> <li>• Encuentros sectoriales</li> <li>• Visibilizar transacciones y colaboraciones</li> <li>• Descuentos Moneda social</li> <li>• Juntar a entidades y proyectos comunes ampliar al resto</li> <li>• Visitas a entidades para conocerlas más. Jornadas de puertas abiertas</li> <li>• Venta de productos de otras entidades MES en nuestras sedes. Puntos de difusión</li> <li>• Contratar servicios conjuntos a entidades. "Obligar a trabajar conjuntamente"</li> <li>• Espacio coworking y venta conjunta. Solicitud ayuntamiento local cedido</li> </ul>
<b>ALIANZAS CON OTROS SECTORES-AGENTES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad de que otras redes se impliquen en otra estructura</li> <li>• Falta llegar al ámbito rural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias conjuntas con ciudades en transición</li> <li>• Colaboración con otras redes en otros eventos</li> <li>• Convenios de colaboración entre redes sin necesidad de pertenecer a nuestras estructuras</li> <li>• Relación con EBC</li> </ul>
<b>CONSUMIDORAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de accesibilidad a los productos</li> <li>• Falta de sentimiento de pertenencia en algunos territorios en los que ya colaboran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mezenazgo de dinero a cambio de productos</li> <li>• Moneda social carnets</li> <li>• Participación en comisiones</li> <li>• Evaluar a entidades</li> </ul>

## Eje 2: Financiación

Algunas de las preguntas que se plantearon a los territorios fueron:

- Relación con administración/es públicas
- Cuotas personas y entidades, proyectos financiados
- Moneda social
- Campañas específicas.

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<b>CUOTAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ven retorno claro</li> <li>• Tipos de entidades. Diferentes diversidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unificación MES-REAS</li> <li>• Socias Premium</li> <li>• Cuotas consumidoras</li> </ul>
<b>ADMINISTRACIÓN PÚBLICA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuidad</li> <li>• No reconocimiento</li> <li>• Dependencia</li> <li>• Apoyo de la AAPP en moneda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización consumo responsable</li> <li>• Cesión de espacios</li> <li>• Entidades locales</li> </ul>
<b>MONEDA SOCIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usabilidad</li> <li>• Dispersión territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suvenir monedil</li> <li>•</li> </ul>
<b>CAMPAÑAS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crowdfunding</li> <li>• Campañas internacionales</li> <li>• Acuerdos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Energía</li> <li>– Telefonía</li> <li>– Seguros</li> <li>– Banca</li> </ul> </li> <li>• Ahorro dinero</li> <li>• Libreta redes Fiare-Financiación</li> </ul>

VARIAS	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Premios</li><li>• Patrocinios</li><li>• Productos propios, publicaciones...</li><li>• Hacer una inversión para el fortalecimiento MES</li><li>• Convocatorias privas</li><li>• Fiestón</li><li>• Sorteo productos</li><li>• Eventos culturales % de entrada</li><li>• Mezenazgo</li><li>• % de las ventas de productos MES</li></ul>



## Eje 3: Herramientas

Algunas de las preguntas que se plantearon a los territorios fueron:

- Organización ferias
- Retos del balance o auditoría social
- Otras herramientas para dinamizar el consumo
- Moneda



DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<b>FERIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucha exigencia de personas/voluntariado</li> <li>• Complicado situar los puestos de servicios</li> <li>• Confusión con otras ferias: productores, ecológicas...</li> <li>• Mucha carga para ciertas personas o entidades</li> <li>• Llegamos a la gente ya afín</li> <li>• Que se quede como algo puntual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegar a más público</li> <li>• Mejor publicidad</li> <li>• Aprovechar la difusión que puede darse con la implicación de la administración: mupis, autobuses..</li> <li>• Crear sinergias con otros sectores y colectivos que hace que otro público se acerque a nuestro espacio (ejemplos radio libre en feria Madrid, Makers en feria Bilbao).</li> <li>• Ir a otras ferias como expositores, a ferias ecológicas, a Biolcultura..</li> <li>• Implicación al entorno en la realización de las ferias, a los colectivos del barrio, empresas...</li> </ul>

<b>AUDITORIA/BALANCE SOCIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se aprovechan los resultados</li> <li>• Que las entidades no la rellenan</li> <li>• Falta de importancia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complementar el balance con el grado de participación/intercooperación de la entidad</li> <li>• Mostrar buenas prácticas de proyectos conjuntos</li> <li>• Que sea la red territorial quien se asegura que las entidades presenten su auditoria/balance en el espacio de la feria</li> <li>• Que se presenten datos de evolución, no sólo los datos puntuales. Esto hace que una organización pequeña muestre sus mejoras</li> <li>• Marcar mínimos para recibir una acreditación/sello</li> <li>• Dar valor a la auditoría</li> </ul>
<b>MONEDA SOCIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta estructura</li> <li>• No se ve el valor que aporta</li> <li>• Las herramientas digitales de las monedas son muy farragosas.</li> <li>• Falta oferta en moneda social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir experiencias de concienciación: consumidoras, proveedoras</li> <li>• Moneda como herramienta para articular los descuentos y la autofinanciación.</li> <li>• Compartir investigaciones (Madrid está haciendo una).</li> <li>• Ser capaces de transmitir el valor que aporta (no basado en la deuda, fomenta intercambio entre afines)</li> <li>• Intercambio de monedas sociales entre las diferentes experiencias</li> </ul>
<b>DINAMIZACIÓN CONSUMO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El lenguaje. Usamos lenguajes que asustan</li> <li>• Las consumidoras no le ven el beneficio: para consumir de una forma diferente. Para asociarse al MES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnet de fidelización</li> <li>• Creación de personas (facilitadoras, dinamizadoras, tutoras) que ayuden a hacer el cambio de seguro, de banca, de compañía eléctrica</li> </ul>
<b>VARIAS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos/servicios propios conjuntos del MES "Marca Blanca" (camisetas.....)</li> <li>• Espacio permanente de venta conjunta</li> </ul>

## Eje 4: Comunicación

Algunas de las preguntas que se plantearon a los territorios fueron:

- Web's, redes sociales, boletines.
- Recursos económicos destinados a comunicación
- Estrategias campañas concretas y objetivos
- MeCambio: seguimiento y posibilidades de expansión, usos y potencialidades..

DIFICULTADES	RETOS DE FUTURO/IDEAS "INNOVADORAS"
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegar a la gente, no te leen.</li> <li>• Pocos recursos</li> <li>• Escasa coordinación planteada por sectoriales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser selectivos en la información. Dosificar</li> <li>• Trabajar coordinac. Intercoop/sectoriales</li> <li>• Aprovechar encuentros, Congreso para articularse por sectores</li> <li>• Comunicar</li> </ul>
<b>WEB'S, BOLETINES, REDES SOCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectar redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sacar provecho a la base de datos creada a partir de web</li> <li>• Boletín local/territorial periódicos</li> <li>• Aprovechar redes sociales de entidades, que repliquen</li> <li>• Notas de prensa (trabajar así medios)</li> <li>• Base de datos medios</li> <li>• Aprender uso herramientas, talleres prácticos</li> <li>• Boletín estatal/redes promocionando- visibilizando entidades, sectores</li> <li>• Web ya. Geolocalización</li> </ul>
<b>CAMPAÑAS CONCRETAS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña a nivel estatal</li> <li>• Trabajar lo sectorial</li> <li>• Para lograr financiación</li> <li>• Vídeos territoriales</li> <li>• Campaña educativa (seleccionar asignatura, profesorado)</li> </ul>

<b>MECAMBIO/EXPANSIÓN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Se desconocen sus herramientas (redes sociales...)</li> <li>● Dimensión territorial</li> <li>● Vinculo marcas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Titulares directos/attractivos “me cambio a x...”</li> <li>● Campañas (promos/visibilización por sectores por ejemplo</li> <li>● Acceso desde web´s, redes...de organización</li> <li>● Vínculos a documentos, estudios de otros proyectos aunque no haya alternativas la opción menos mala</li> <li>● Sugerencias (hecho entre todas)</li> <li>● Alianzas con otros agentes externos para dotar dimensión territorial</li> <li>● Financiar la Investigación (colaborar con Opciones...)</li> <li>● Ampliar sectores exitosos mercados</li> </ul>
<b>VARIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Confusión conceptual “feria” “mercado” “ecomercado” de cara a consumidoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Trabajar base de datos nuevas consumidoras</li> <li>● Documento común general (canales, contenidos, frecuencia..sistema global)</li> <li>● Ferias sectoriales futuras</li> </ul>



## 6. Devolución y resumen de los acuerdos tomados

Tras el trabajo en grupos, se pasó a acordar algunos de los siguientes pasos

- Que los territorios/entidades comuniquen lo antes posible si están de acuerdo en las cuotas propuestas para el 2017.
- Estudiar todos los retos de futuro e ideas innovadoras que han salido en el encuentro para ver cómo se pueden incluir dentro del plan de trabajo 2017-2018.
- Estudiar formas de financiación a través de Coop57/Fiare para la puesta en marcha de los mercados sociales.
- Juntarnos como Comisión en IDEARIA 2017

Terminamos la sesión con la sensación de que ha sido un encuentro útil y necesario. De cara al año que viene para mejorarlo se habla de no volver a juntar la Asamblea de Rdr con el encuentro de Mercado Social en el mismo día porque aunque ahorremos en viajes, las personas que acuden a ambas acaban agotadas.