

Encuentro de la Comisión Estatal de Mercado Social

Jueves 13 de diciembre de 10h a 18h

Espacio Ecooo C/Escuadra 11, Madrid



Relación de asistentes

Mercado Social Andalucía	Blanca Crespo Daniel
Mercado Social Aragón	Susana Ortega
Mercado Social Baleares	Xabi Moyà Melero
Mercado Social Euskadi	Manolo Vilabrille
Mercado Social Madrid	Genoveva López
Mercado Social Navarra	Andoni Romeo
Mercado Social País Valencia	Adrian Lozano
Mercado Social Rioja	Matilde Ballesteros
CAES	Natalia Rodríguez

Orden del día

10:00 h **Café de bienvenida y saludos**

10:30 h **¿Qué se cuece en cada territorio?**
Dinámica para conocer cuál ha sido el **plato estrella** de cada territorio en la construcción del mercado social en 2018 y **principal reto** para el 2019

12:00 h Breve descanso

12:15 h **Construyendo una DAFO colectiva**
Dinámica partiendo de una reflexión colectiva construiremos una DAFO colectiva para ver que estrategias a nivel estatal podemos diseñar para **dar respuesta a problemas comunes** en los territorios.

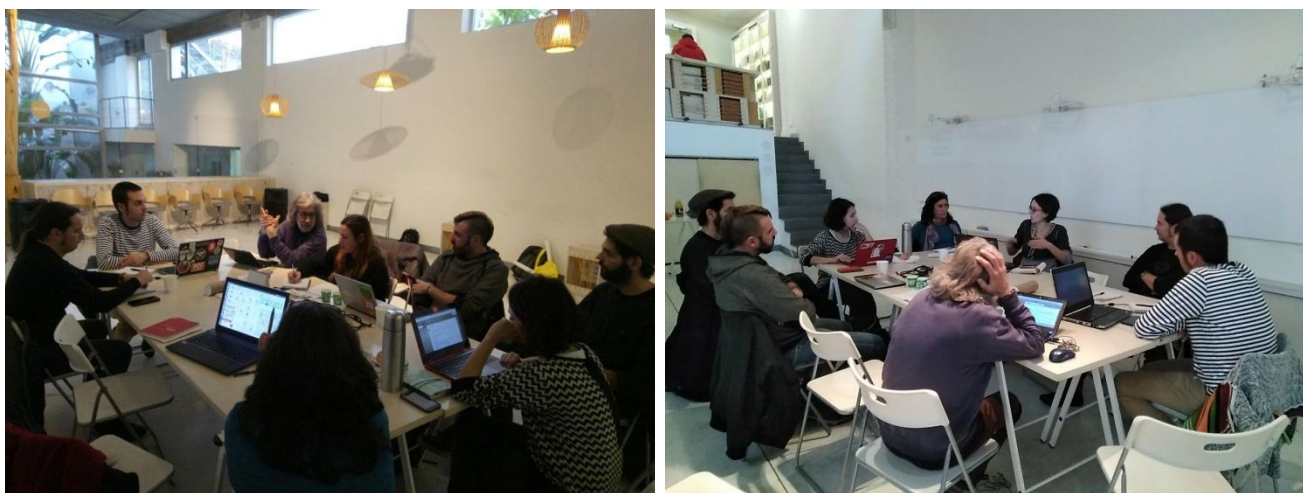
14:00 h Foto colectiva y comida

16:00 h **Hincando el diente a los convenios de intercooperación**
Dinámica para trabajar de manera colectiva algunos **convenios de colaboración estratégica** con otras entidades para el desarrollo de mercado social

QUE SE CUECE EN CADA TERRITORIO

Tras las presentaciones, pasamos a compartir las principales líneas de acción llevadas a cabo por los territorios en el 2018 y los principales retos del 2019.

Al final de este informe se adjuntan las presentaciones visuales y a modo de resumen se adjuntan algunas de las cuestiones planteadas por cada territorio.



Rioja: En el 2018 han conseguido financiación pública para un proyecto contra la despoblación rural. Con este proyecto van a poder acercarse a varias entidades fuera de REAS para empezar a construir el Mercado Social juntas. En el **2019** tienen el reto de **hacer un Mercado Social Rural**.

País Valenciá: En el 2018 se centraron en la edición de varios materiales que explican que es “més”. Existe una comisión de trabajo Valencia-Alicante. En **2019** harán un **encuentro con entidades** en Castellón. Quieren **redefinir** y ver que estructura adoptan y que herramientas. Además su reto es la **viabilidad económica**.

Andalucía: Tienen financiación pública por FAMSI para un año. Lo que les permitirá tener a una persona a media jornada y realizar otras actividades como Ferias. Su reto para el **2019** es la **coordinación andaluza y las coordinaciones territoriales para cohesionar el proyecto.**



Aragón: En el 2018 se ha estancado el cómo acompañar las dos estructuras jurídicas REAS y MESCoop. Se ha cuidado mucho lo interno: remuneración de las comisiones de trabajo para reforzar estructura, los cuidados y mirada feminista en la Feria y la campaña amadrina una entidad (<https://mercadosocialaragon.net/amadrina/>). En el **2019** se quiere **uplicar el número de entidades**, llegar a Huesca y Teruel, lanzar la **App de sistema de bonificaciones** con Madrid y **construir un espacio físico común de referencia**, que contribuya a visibilizar y potenciar el Mercado Social.



Euskadi: En el 2018 uno de sus platos estrellas fue la firma de un **acuerdo de colaboración entre REAS Euskadi y Olatukoop** para la extensión y construcción del Mercado Social. Se han elaborado catálogos de las dos redes y diversos materiales de comunicación. Se está trabajando en una aplicación móvil para las entidades para la comunicación. Como retos para el **2019** se encuentran la realización de un **encuentro para tratar el sentido del MES**, la participación de las entidades y que herramientas son las mejores para potenciar. También este año quieren realizar un comic explicando que es el Mercado Social y dos documentales de la ESS.

Quo vadis Merkatu Soziala?

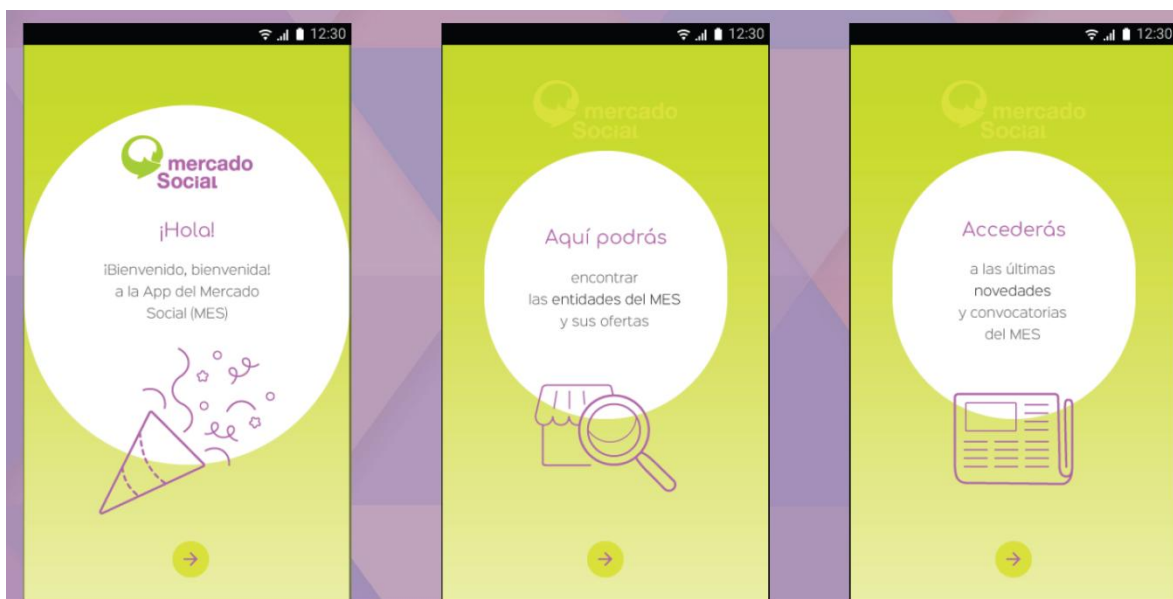


Navarra: Su plato estrella en 2018 ha sido la apertura de Geltoki.

En **2019** quieren tener una reflexión sobre el sentido del mercado social, ver qué ventajas se ofrecen a las consumidoras y valorar diferentes herramientas incluidas las ferias.



Madrid: En el 2018 realizaron un plan de Marketing y van a centrar su estrategia en las consumidoras. Lanzaron una campaña “YO SOY COCO Consumidora Consciente”. Mapeo de 1000 entidades por barrios y sectores para ver que ofrecen. **App de sistema de bonificaciones con Aragón.**



Baleares: Su plato estrella en el 2018 fue la Feria con un día y medio de duración y muchas actividades. Para el **2019** quieren conseguir **más implicación de las entidades** trabajar para que tanto para dentro como para fuera el Mercado Social **no sea todo feria**. Además le están dando vueltas a los temas de **supermercados cooperativos y viviendas colaborativas**.



DIAGNÓSTICO COLECTIVO Y PLAN OPERATIVO PARA EL AÑO 2019

Para la realización de un breve diagnóstico de la situación general de los Mercados Sociales contamos con la dinamización de Javi de Altekio. S.Coop. Comenzamos por la elaboración de una DAFO colectiva en la que seleccionamos los elementos que están más presentes en diferentes territorios.



Comenzamos la reflexión por parejas y luego en pequeños grupos.



Interno		Externo
Positivo	PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS <ul style="list-style-type: none"> • Déficit de comunicación externa y marketing. • Cohesión y sentimiento de pertenencia (a nivel territorial y a nivel estatal). • Herramientas que no funcionan bien (web, ferias, etc.) • Falta de sectores estratégicos. • No están claras las ventajas de pertenecer a los Mercados Sociales por parte de muchas organizaciones. • No hay un buen trabajo conjunto a nivel interterritorial (solapamiento de tareas y acciones). • Desencuentros internos: relación de REAS-MES (tanto a nivel de gobernanza, como en el desarrollo de las herramientas concretas); comprensión de qué son los Mercados Sociales. • Precariedad de la ESS. • Iniciativas muy concentradas en el medio urbano. 	PRINCIPALES AMENAZAS DETECTADAS <ul style="list-style-type: none"> • Competencia “impostada” (muchas iniciativas que se apropian del discurso de la ESS, pero que no actúan realmente desde sus principios) . No sabemos cómo situarnos frente a estas iniciativas. • Dependencia de financiación externa (principalmente pública). • Centralidad en núcleos urbanos y en determinados barrios. • Múltiples crisis: <ul style="list-style-type: none"> • A nivel institucional. Se ve Mayo (elecciones) como un hito importante. • A nivel global (crisis económicas, cambio climático, pico del petróleo, etc.)
	PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS <ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con financiación (sobre todo en algunos territorios, pero que pueden ser útiles para el nivel estatal). • Hay un discurso y un relato firmes. Hay una marca ya creada. • Hay una coordinación estatal y se cuenta con la riqueza de la diversidad de cada territorio. • Hay un catálogo amplio de productos y servicios que se ofrecen desde los Mercados Sociales. • Se cuenta con herramientas y tecnología desarrollada • Hay una grande base social (“terreno abonado” contando con las personas asociadas a Fiare, Ecologistas, etc.) 	PRINCIPALES OPORTUNIDADES DETECTADAS <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de conciencia sobre determinados temas sociales que hace que aumenten los potenciales consumidores de la ESS. • Leyes de contratación pública (que se están desarrollando en diferentes territorios que cuentan con cláusulas sociales). • Hay mucha información generada en los territorios (que está por explotar). • Perspectiva feminista transversal. • Se han desarrollado espacios físicos propios.
Negativo		

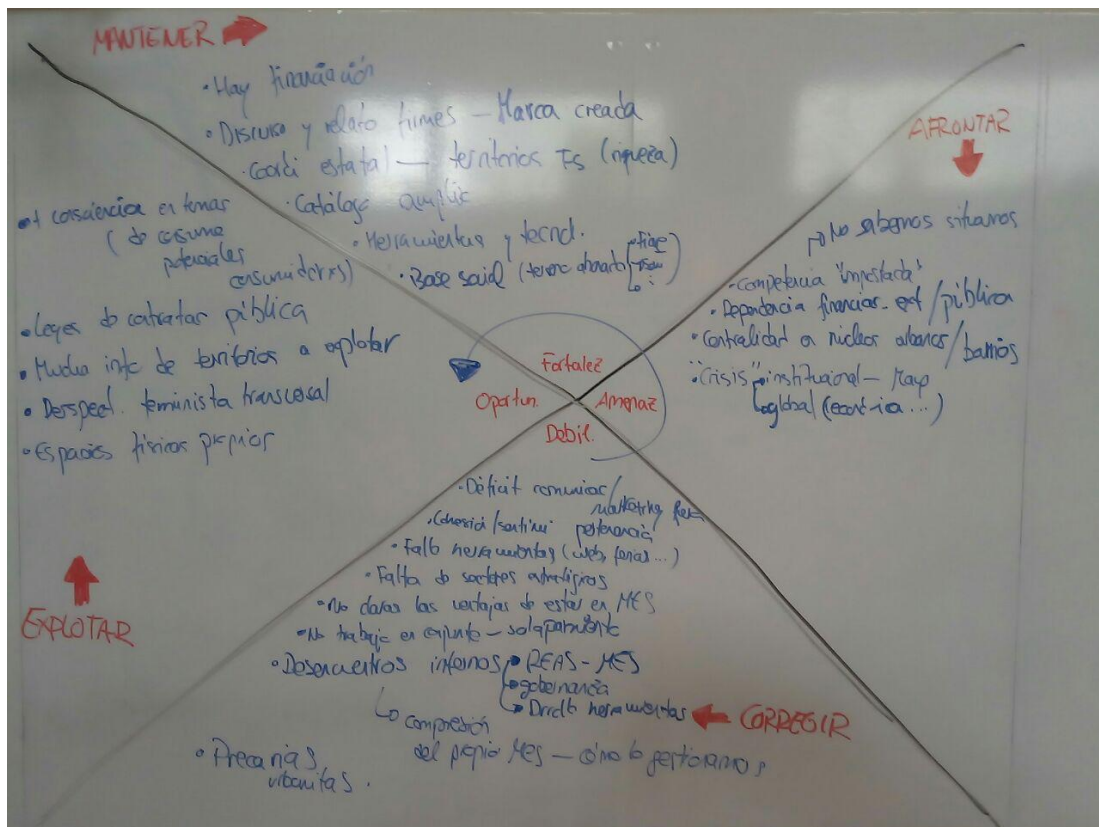
- Desarrollar un catálogo estatal de estos sectores que sirva para mejorar la información que se tiene de estos sectores en cada territorio.
- Desarrollar un encuentro político entre órganos de gobierno de REAS (confederal) y las personas de las juntas o consejos rectores de los Mercados Sociales/REAS territoriales para definir hacia dónde vamos.
- Potenciar espacios de encuentro de la comisión para compartir información y mejorar la coordinación interterritorial con una misma persona referente en cada territorio. Encuentros *online* una vez al trimestre.
- Pregunta a reflexionar: ¿cómo “usar” el discurso de la base social frente a la competencia “impostada”.

Ideas de acciones a MANTENER (defender)

- Mejorar y potenciar la información que se ofrece de los Mercados Sociales donde hay lugares físicos, y en los territorios donde no hay un lugar físicos potenciar estrategias para desarrollar estos espacios físicos de referencia.

Ideas de acciones a EXPLOTAR (“ofensivas”)

- Estrategia con la base social de las organizaciones asociadas: potenciar los convenios de colaboración.



Tras la identificación de algunas posibles estrategias, pasamos a priorizar las acciones prioritarias como Comisión Estatal de Mercados Sociales de REAS para el 2019.



ACCIONES PRIORIZADAS PARA EL 2019

Para la mejora de la coordinación entre territorios:

- Desarrollar **una reunión online de la comisión al trimestre** (para compartir información y mejorar la coordinación interterritorial) con una misma persona referente en cada territorio.
- Desarrollar **una reunión online al mes** del Grupo de Apoyo.
- Potenciar el **uso de la Intranet** (Susana piensa una propuesta), para compartir información, muchos territorios nunca se han metido.
- En relación a la **propia comisión**:
 - Identificar claramente las personas que pertenecen a la comisión (que sea una persona fija). Susana llamará a las entidades / territorios en los que falta esta claridad. Dará indicaciones de qué características son buenas para las personas que forman parte de la comisión. Tarea a finalizar en FEBRERO de 2019.
 - Potenciar la transmisión de la información de la comisión a las redes territoriales o sectoriales.

Para la mejora de la comunicación y fomentar la pertenencia:

- **Definir las ventajas de pertenencia a MES** y visibilizarlas. Visibilizar también los espacios alternativos frente a la competencia “impostada” con un mapa (por ejemplo). Esto fortalecería la marca y por lo tanto la estrategia comercial.

Para el fortalecimiento interno y la estrategia (REAS-MES):

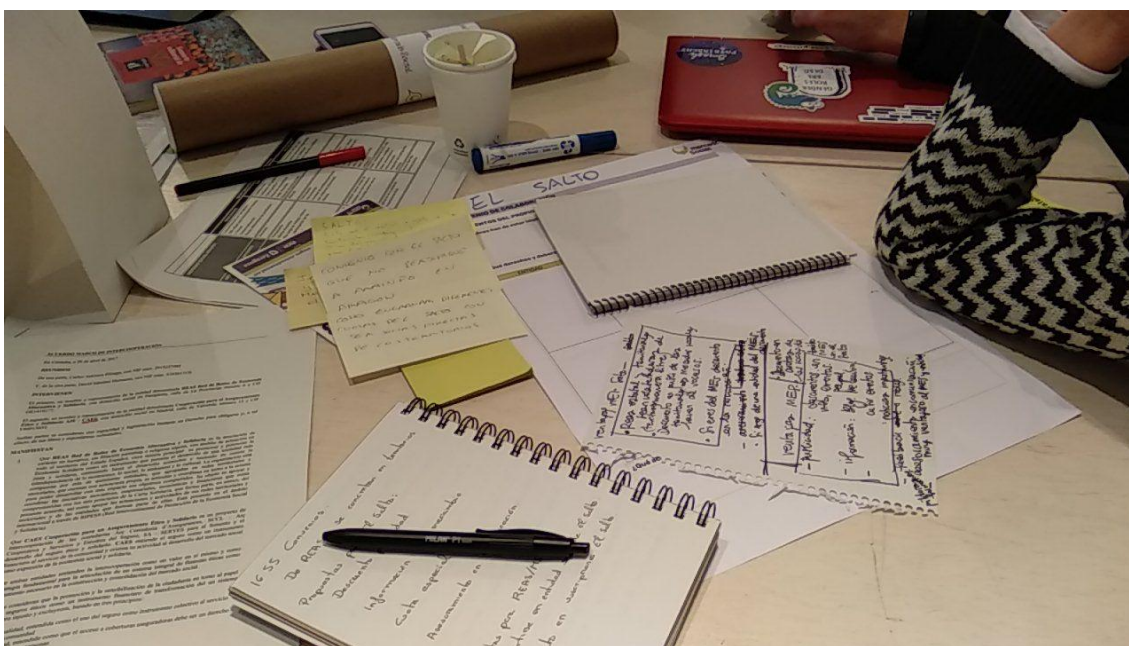
- Desarrollar un **encuentro político entre órganos de gobierno de REAS Red de Redes (confederal y comisión mercado social) y personas de las juntas o consejos rectores de los Mercados/REAS territoriales** para definir hacia dónde vamos.

Para potenciar la base social:

- Desarrollar **convenios de colaboración** con diferentes entidades: El Salto, Greenpeace, Ecologistas en Acción.

HINCANDO EL DIENTE A LOS CONVENIOS DE INTERCOOPERACIÓN

Por la tarde en dos grupos trabajamos de manera colectiva algunos **convenios de colaboración estratégica** que puede tener REAS con otras entidades para el desarrollo de mercado social.



Se trabajaron algunas cuestiones claves a incorporar en los futuros acuerdos de colaboración con **Ecologistas en Acción** y **El Salto**.

En ambos casos se habló que como primer paso es importante encontrar en estas organizaciones una interlocución estable y que una persona de estas organizaciones se incorpore a la **Comisión Estatal de Mercados Sociales**.



Convenio de colaboración entre REAS y EL SALTO para potenciar el Mercado Social

Aplicaría a todas las partes. En caso de excepciones territoriales, se podrían hacer. La lógica sería:
 Mercado Social Madrid_Salto Madrid
 Mercado Social Andalucía_Salto Andalucía
 Mercado Social EH_Hordago
 Mercado Social PV_Salto PV
 Mercado Social Galiza_Salto Galiza
 Mercado Social Extremadura_Salto Extremadura

ENTIDAD	DERECHOS ¿qué recibe?	DEBERES ¿qué aporta?
EL SALTO	<ul style="list-style-type: none"> >Cuotas de apoyo de REAS estatal y territorios → que se hagan socias colaboradoras. >Nutrir redes sociales. >Descuentos en las tiendas a nivel territorio. >Difusión a través de la app del mercado social en los territorios donde esté. 	<ul style="list-style-type: none"> >Estar en la comisión de coordinación del MES Estatal. >Hacer descuentos en publicidad al MES y a sus entidades siguiendo la lógica de arriba: estatal con estatales, territorial con territorios. >Hacer descuentos en las suscripciones a las consumidoras del Mercado Social. >Hacer descuentos en las suscripciones a las socias de las entidades. >Hacer el balance social. >Utilizar el sistema de bonificaciones en los territorios en los que exista.
MERCADO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> >Descuentos en la suscripción de El Salto a las socias del Mercado Social y para las socias de sus entidades. >Descuentos en publicidad en web, eventos y papel. >Que el salto cubra contenidos y difunda eventos del Mercado Social. >Espacio para blog. >Asesoramiento en comunicación. >Píldoras formativas: ¿cómo usar tus redes sociales? ¿pasos básicos para ? 	<ul style="list-style-type: none"> >Hacerse socia colaboradora a nivel estatal y territorios >Promocionar y difundir El Salto entre sus socias. >Difusión en redes y en especial las campañas de campañas >Descuento en ferias para territorios >Difundir El Salto a través de la app del mercado social >Que el Mercado Social difunda las campañas de El Salto en redes.

Convenio de colaboración entre **REAS y ECOLOGISTAS EN ACCIÓN** para potenciar el Mercado Social

Implicaría a las dos entidades y a los grupos territoriales de ambas.
 Convenio marco con el Confederal de Ecologistas y acuerdos concretos para los grupos territoriales teniendo en cuenta si hay socias de consumo en ese territorio para estudiar si pueden ser reconocidos como tal:

ENTIDAD	DERECHOS ¿qué recibe?	DEBERES ¿qué aporta?
ECOLOGÍSTAS EN ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> >Recibir información de las comisiones del Mercado Social, intercambio de información a nivel Estatal y territorial. >Participar en las Ferias en Igualdad de condiciones que entidades asociadas o en condiciones ventajosas según el territorio. >Participar activamente en Asambleas Estatales y territoriales de Mercado Social (con voz y voto) 	<ul style="list-style-type: none"> >Cumplimiento del Balance Social. >Consumir preferentemente dentro de Mercado Social. >Abonar cuota anual en metálico o en publicidad. >Dar difusión a informaciones del Mercado Social en web, revista o a través de mailing específicos a sus asociadas. >Promover participación y consumo de su base social dentro del Mercado Social >Utilizar el sistema de bonificaciones en los territorios en los que exista.
MERCADO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> >Descuentos en los productos y servicios a las socias del Mercado Social. >Información de las actividades de Ecologistas en Acción a nivel Estatal y territorial. >Difusión de las actividades de Mercado Social a través de los medios comunicativos de Ecologistas en Acción. >Asesoramiento en comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> >Hacerse socia colaboradora a nivel estatal y territorios >Promocionar y difundir las actividades de Ecologistas en Acción entre sus socias. >Difusión en redes y en especial de las campañas. >Visibilidad en WEB de actividades, productos, servicios y campañas. >Condiciones ventajosas para los grupos territoriales (igual que entidades socias) >Difundir Ecologistas en Acción a través de la app del mercado social en los territorios donde se use.

MERCADOS SOCIALES

Experiencias Estatales

¿Qué se cuece en Andalucía?

Plato estrella en 2018 y principal reto para el 2019



Antes de 2013

- Experiencias locales de *Mercaos Sociales* (Córdoba, Sevilla y Granada)
- Nodos de Coop57
- Nodos de Som Energia
- GIT de Fiare
- Ecologistas en Acción (Sevilla, huertos de San Jerónimo)
- Ferias y *ecomercados* de entidades afines



Ingredientes para algo grande, una estructura que aglutine y sirva para compartir espacios.

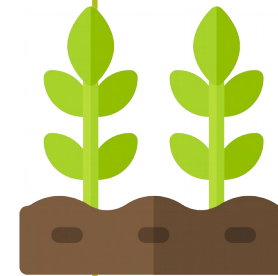


Febrero de 2014

Fundación de REAS Andalucía

Después de 2014 – actualmente

- Consolidación de los nodos territoriales (Córdoba, Málaga, Huelva, Sevilla y Granada)
- Adhesión de entidades transversales a nodos territoriales (Coop57, Fiare, Som Energia, Oikocredit, etc)
- Creación de nuevos nodos (p.e. Málaga en 2016)
- 40 entidades (excluyendo transversales)
- Aglutinando y colaborando con proyectos comunes
- Reorganizando nodos



Ferias de ESS

- 5 en Sevilla
- 3 en Córdoba
- 1 mensual en Huelva



En 2019

- Financiación por FAMSI (un año)
- Coordinación andaluza
- Coordinaciones territoriales
- **Objetivo:** cohesión del proyecto



¿Qué ofrecemos? Oportunidades



Conclusiones del Espacio de enredo "Consolidación del Mercado Social en Andalucía", en el Encuentro Internacional de Economías Transformadoras. Córdoba, 7 de diciembre de 2018

¿Qué queremos? Retos



Conclusiones del Espacio de enredo "Consolidación del Mercado Social en Andalucía", en el Encuentro Internacional de Economías Transformadoras. Córdoba, 7 de diciembre de 2018

MERCADOS SOCIALES

Experiencias Estatales

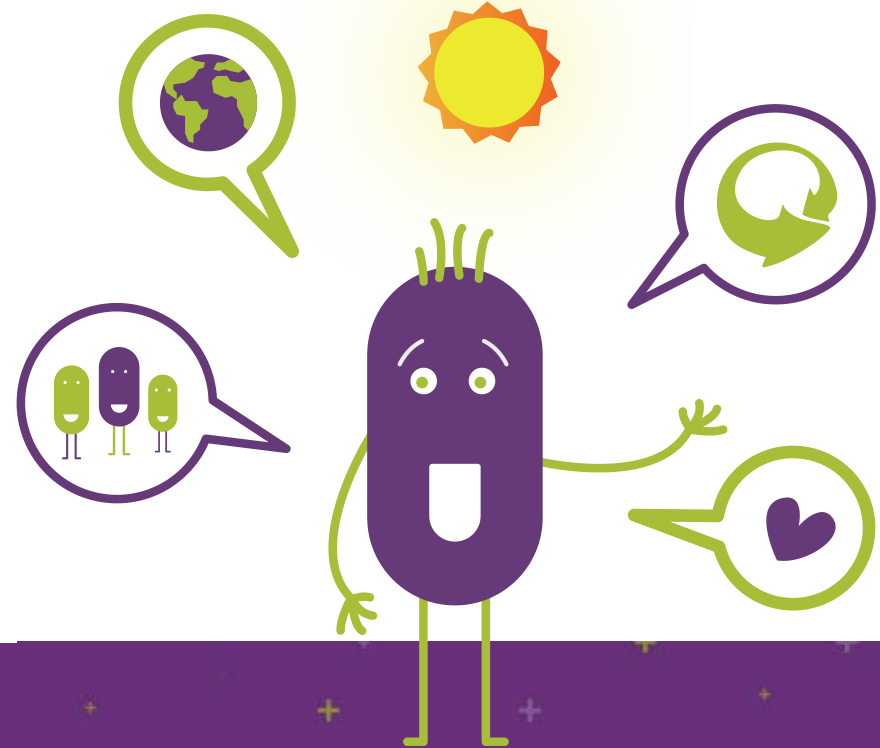
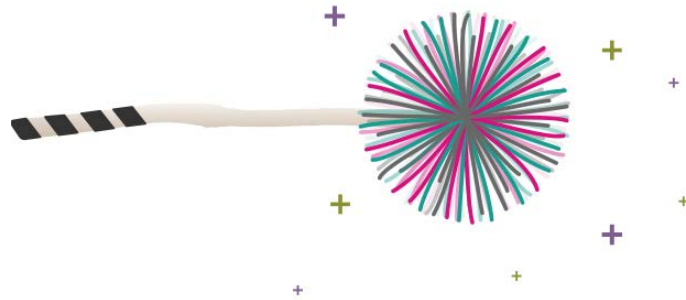
¿Qué se cuece en Aragón?

Plato estrella en 2018 y principal reto para el 2019

Campaña de comunicación interna para sumar entidades

AMADRINA A UNA ENTIDAD

Y HAGAMOS CRECER NUESTRA RED.



NO ES MAGIA,
ES MERCADO SOCIAL DE ARAGÓN

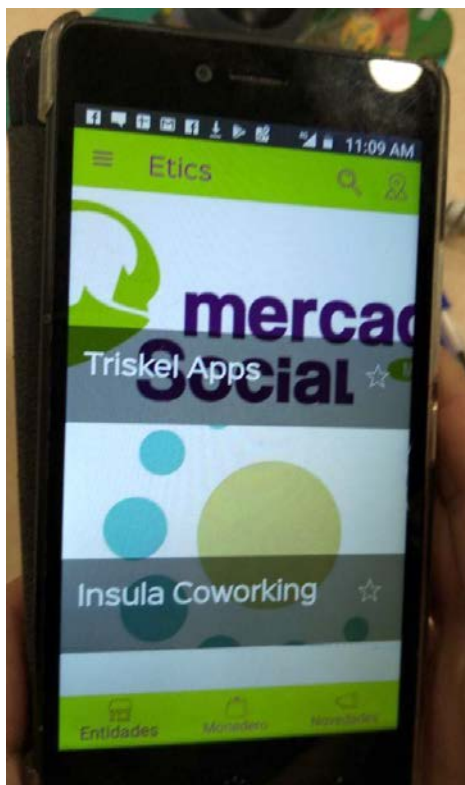
<https://mercadosocialaragon.net/amadrina/>

Área de Cuidados y Economía Feminista en la Economía Solidaria en Aragón



Cultiva Cuidados
9ª Feria del Mercado Social Aragón





APP Sistema bonificación junto con Madrid



Nuestra
suma
MULTIPLICA
DESCÚBRELO



- Un **espacio físico** común de referencia, que contribuya a visibilizar y potenciar el Mercado Social en particular y la Economía Solidaria en general.
- Que cuente con espacio para la información y venta de productos y servicios del Mercado Social.
- Que cuente con espacio para la realización de actividades y proyectos comunes (salas de reuniones, formación, actos-presentaciones, etc.)
- Que cuente con espacio para albergar a entidades de MESCoop que deseen trasladar su sede y/o centro de trabajo a un espacio

MERCADOS SOCIALES

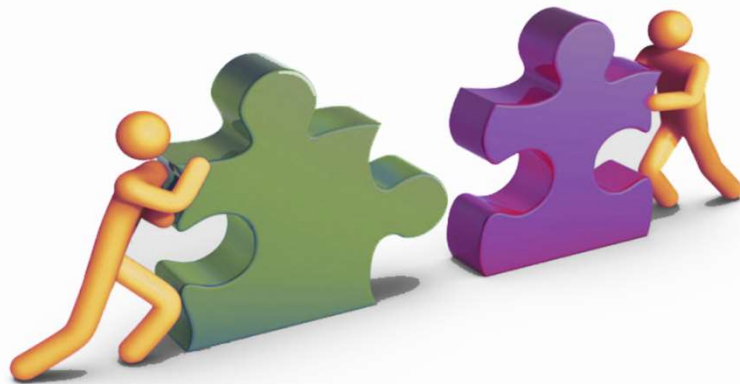
Experiencias Estatales

¿Qué se cuece en Euskadi?

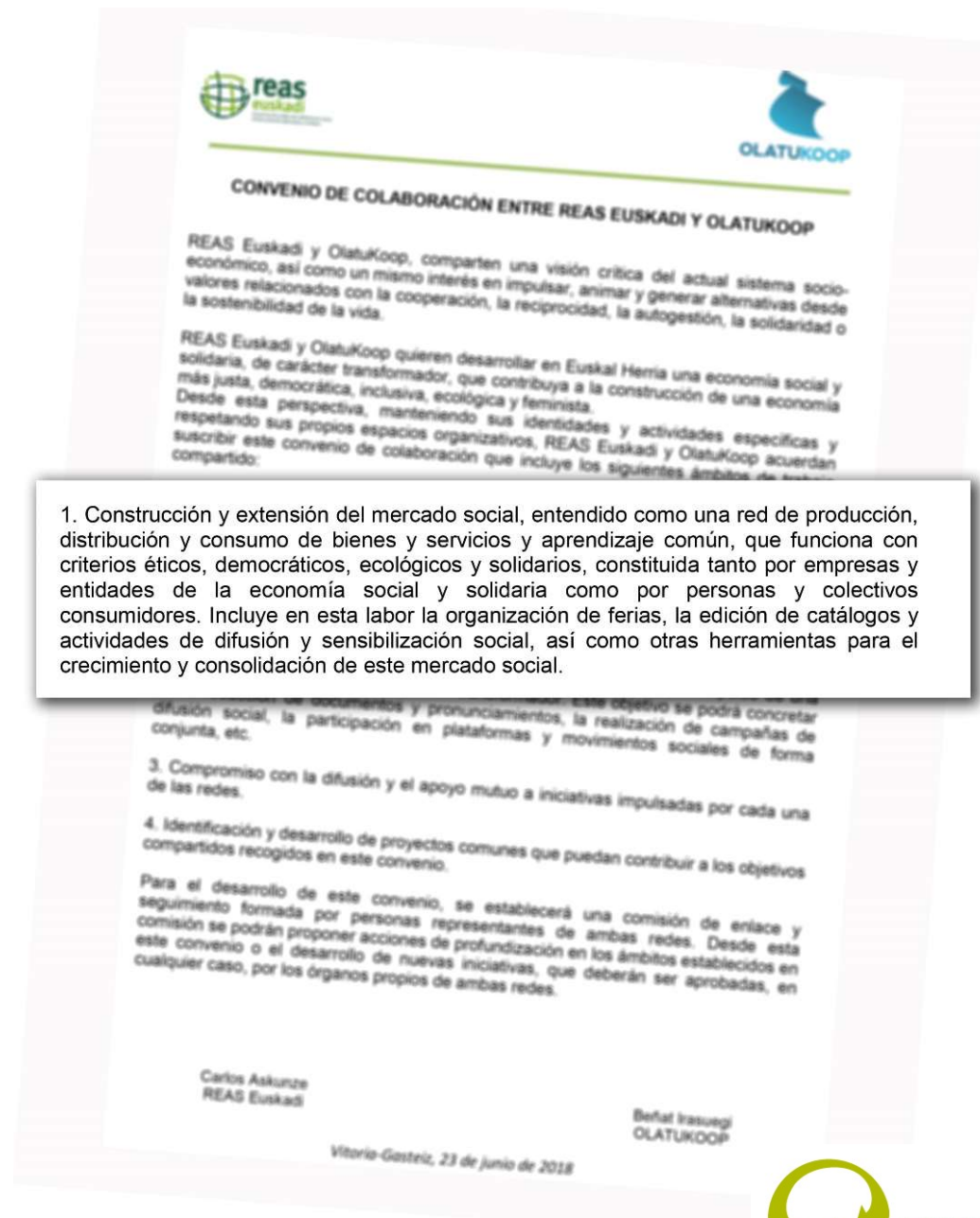
Plato estrella en 2018 y principal reto para el 2019



MES Euskadi – Plato estrella 2018



Convenio de
colaboración entre
REAS Euskadi y
Olatukoop



MES Euskadi – Reto 2019



Replanteamiento del MES

- Sentido del MES
- Participación de las entidades
- Herramientas

Quo vadis Merkatu Soziala?



MERCADOS SOCIALES

Experiencias Estatales

¿Qué se cuece en les Illes Balears?

Plato estrella en 2018 y principal reto para el 2019

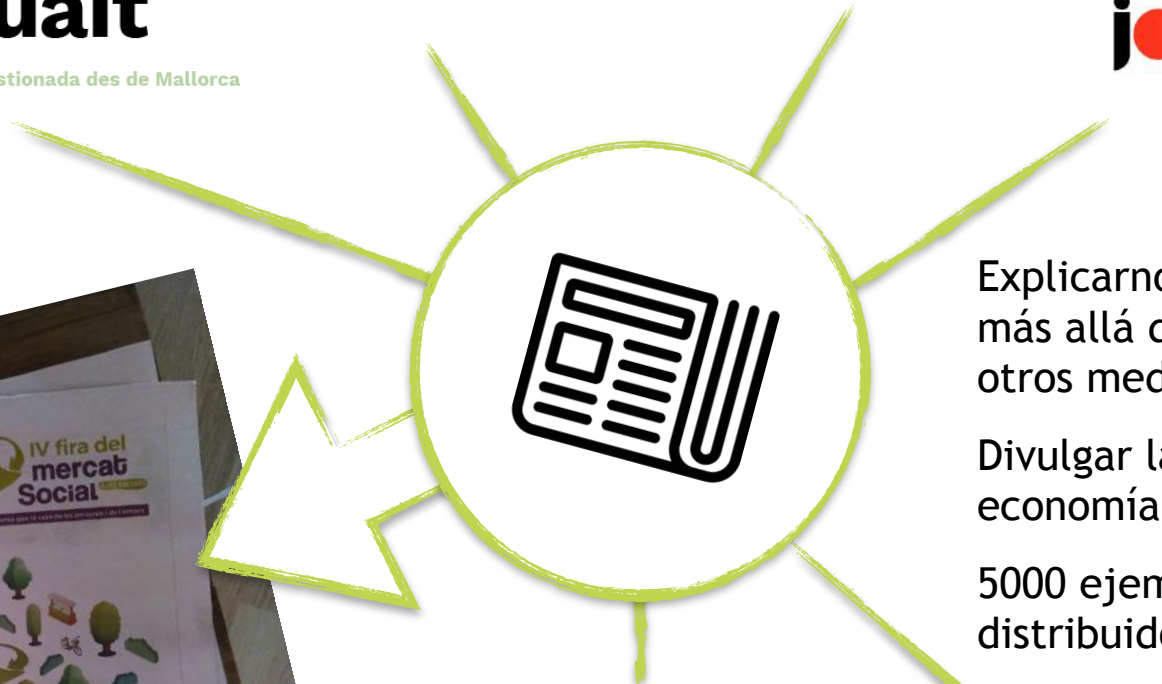
aguait

Comunicació autogestionada des de Mallorca

ONN
MEDITERRÀNIA

Moiré

jornada



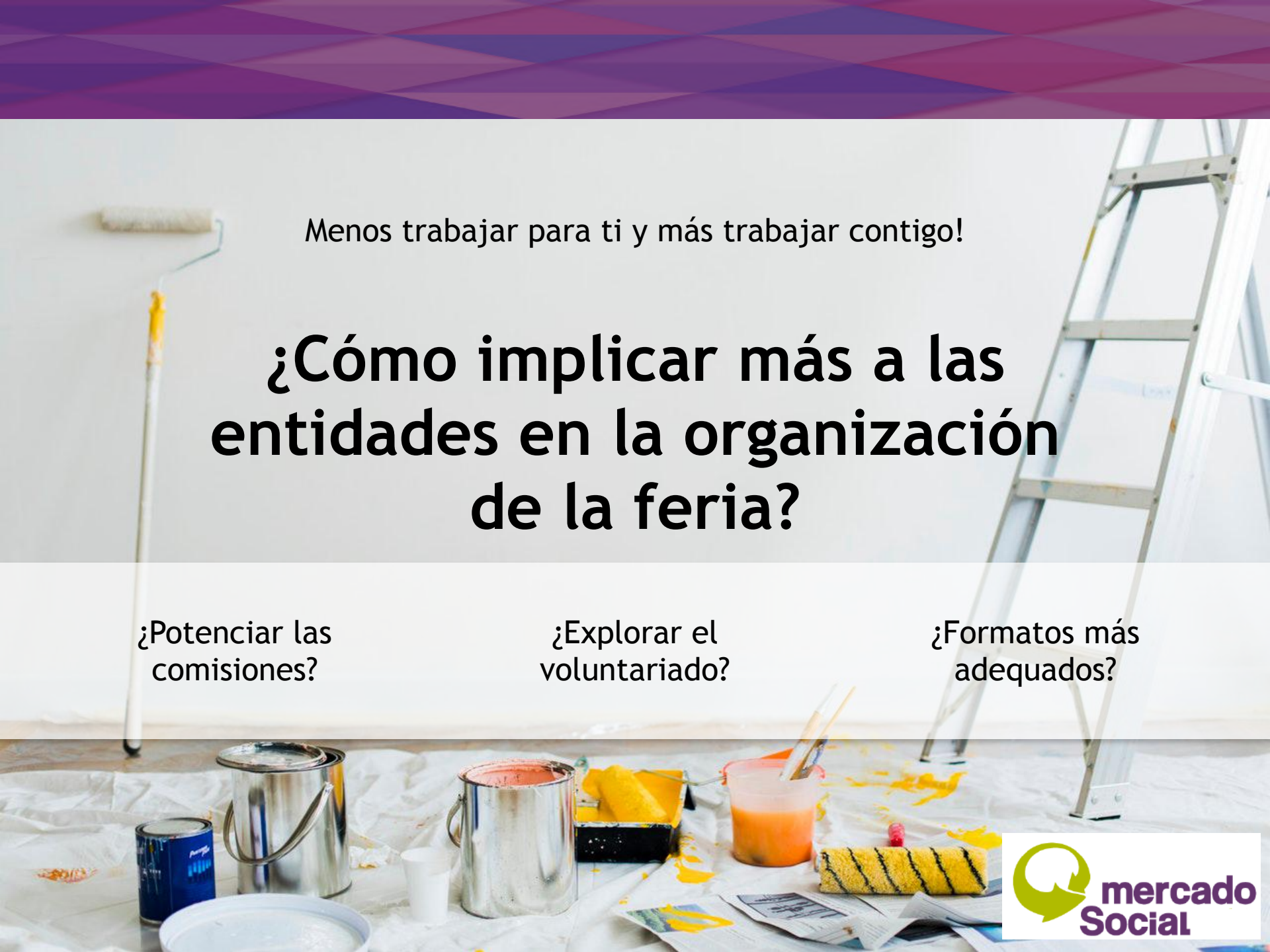
Explicarnos con voz propia, más allá de la cobertura de otros medios.

Divulgar la idea de economía social y solidaria.

5000 ejemplares distribuidos en Mallorca.







Menos trabajar para ti y más trabajar contigo!

¿Cómo implicar más a las entidades en la organización de la feria?

¿Potenciar las comisiones?

¿Explorar el voluntariado?

¿Formatos más adecuados?

Pinchar la burbuja!

¿Cómo hacer la feria (economía social y solidaria) más *sexy*?



Explicar mejores
historias

Llegar a quien no nos
conoce

Creernos nuestro
cuento

MERCADOS SOCIALES

**Espacios de visibilización.
El caso Geltoki**

geltoki

Asociación Geltoki Iruña (marca estrategia y objetivos)

- ✓ Asociación REAS Navarra
- ✓ CPAEN - Consejo de la Producción Agraria Ecológica de Navarra
- ✓ Asociación Alimentos Artesanos
- ✓ Fundación Traperos de Emaús
- ✓ Sindicato agrario EHNE
- ✓ + 30 entidades colaboradoras

Geltoki S.Coop. (gestión operativa)

- ✓ 1 en Coord. + Programación Cultural
- ✓ 1 en Comunicación
- ✓ 2 en Gestión tiendas
- ✓ 2 en Barra bar y comedor
- ✓ 3 en Cocina
- ✓ 1 en Mantenimiento



geltoki

OBJETIVOS

- promoción de la economía solidaria, la soberanía alimentaria y la cultura alternativa
- 100% de los ingresos financia actividad cultural
- proyecto abierto y plural
- fomento y construya tejido social
- comprometido con necesidades sociales y ambientales
- promoción de iniciativas artísticas

FILOSOFIA

- Adaptada a la carta de principios de la economía solidaria
- ❖ equidad
 - ❖ trabajo
 - ❖ sostenibilidad ambiental
 - ❖ cooperación
 - ❖ sin carácter lucrativo
 - ❖ compromiso con el entorno



geltoki

Área restauración

(local, ecológica, artesana, comercio justo)

- Bar, cafetería, restaurante
- Escuela de alimentación sana



Área mercado social

- Tienda alimentación
(local, ecológica, artesana, comercio justo)
- Tienda segunda mano y artesanía
- Exposición, información y venta de servicios de mercado social



Área social y cultural

- 1.000m2 al servicio del tejido social
- Gestión de ferias y eventos
- Programación cultural propia

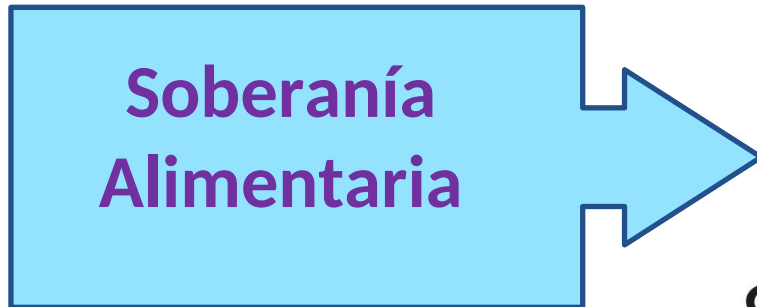
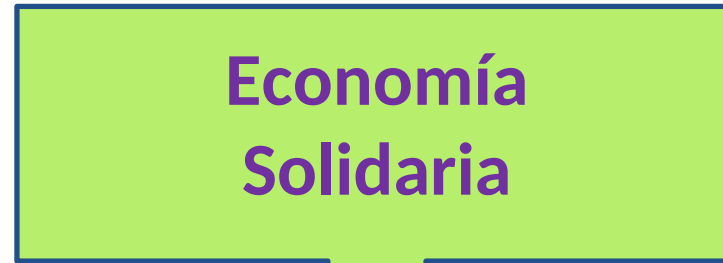


geltoki



geltoki

Ejes estratégicos



geltoki

Objetivos y resultados

De junio a octubre

56 entidades han realizado actividad en Geltoki

REFORZAR VALORES

(49.219 personas)

- Presentaciones geltoki
- Exposiciones
- Espacios comunitarios
- Jornadas o charlas
- Cesión de salas y espacios
- Otras iniciativas

VISIBILIZAR ALTERNATIVAS

(25.670 personas)

- Presentación de iniciativas y puntos de información
- Ferias
- Jornadas y visitas a otras experiencias
- Presentación dando valor a producto y productor/a

CREAR COMUNIDAD

(434 personas)

- Ampliación de la base social de Geltoki
- Participación e implicación ciudadana
- Foros de intercooperación entre las entidades



LOGRO

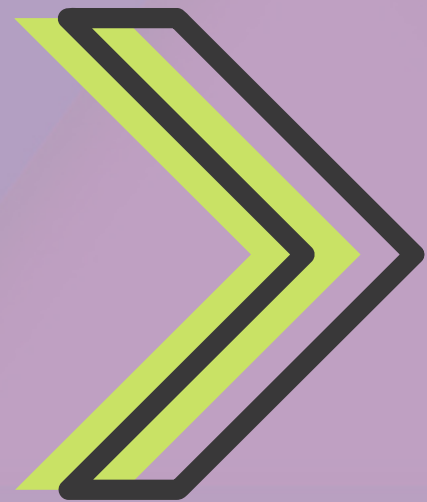
LOGRO

PLAN DE MARKETING



OBJETIVO GENERAL:

VISUALIZAR E IMPULSAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA DE MADRID



2018 - 2020

CONFIGURAR UNA ALTERNATIVA CUANTITATIVA AL CONSUMO: 500 ENTIDADES Y 10.000 CONSUMIDORAS

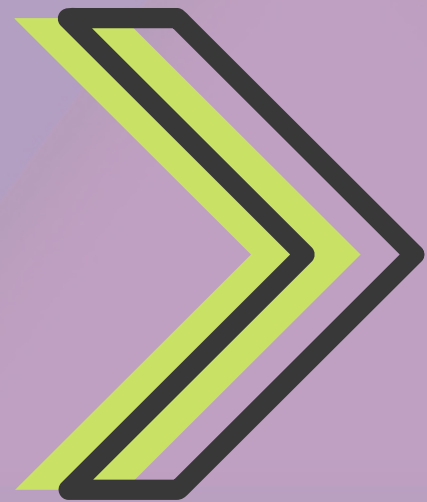
LOGRO

PLAN DE MARKETING



2018 - 2020

CONFIGURAR UNA ALTERNATIVA CUANTITATIVA AL
CONSUMO: 500 ENTIDADES Y 10.000 CONSUMIDORAS



2018 - 2020

MERCADO SOCIAL SE ASOCIA A CONSUMO
RESPONSABLE, CONSCIENTE, COMERCIO SOSTENIBLE:
CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS

LOGRO

PLAN DE MARKETING

LAS PRIORIDADES SECTORIALES



PRIORIDAD 1: B2C

HOGAR, COMERCIO SOSTENIBLE Y SERVICIOS A LA ADMINISTRACIÓN

PRIORIDAD 2: B2B

SERVICIOS A EMPRESAS.

PRIORIDAD 3: OTROS

OCIO Y TURISMO, INDUSTRIA E INICIATIVAS COMUNITARIAS



RETO

RETO

SISTEMA INTEGRADO

UN NUEVO SISTEMA DE PAGOS: FRONTEND APP



Una aplicación móvil que estuviera disponible para Android y IOS

Con sistema de registro y comprobación de pertenencia a la cooperativa

Que discrimina por Mercado Social: Aragón y Madrid

Que permite hacerse socio del MES a través de la app

Servicio de contacto por mail en caso de dudas

RETO

SISTEMA INTEGRADO

UN NUEVO SISTEMA DE PAGOS: FRONTEND APP



Geolocalización de las entidades

Subir ofertas de las tiendas y entidades

Es un sistema de comunicación directa con consumidoras

Calcula automáticamente las bonificaciones por compra

Permite hacer pagos en Etics, el sistema de bonificación

Invitar a una persona a formar parte de la red de manera temporal

RETO



RETO

SISTEMA INTEGRADO

UN NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN DE ETICS: BACKEND



Con perfil de administrador que permite gestionar el sistema completo

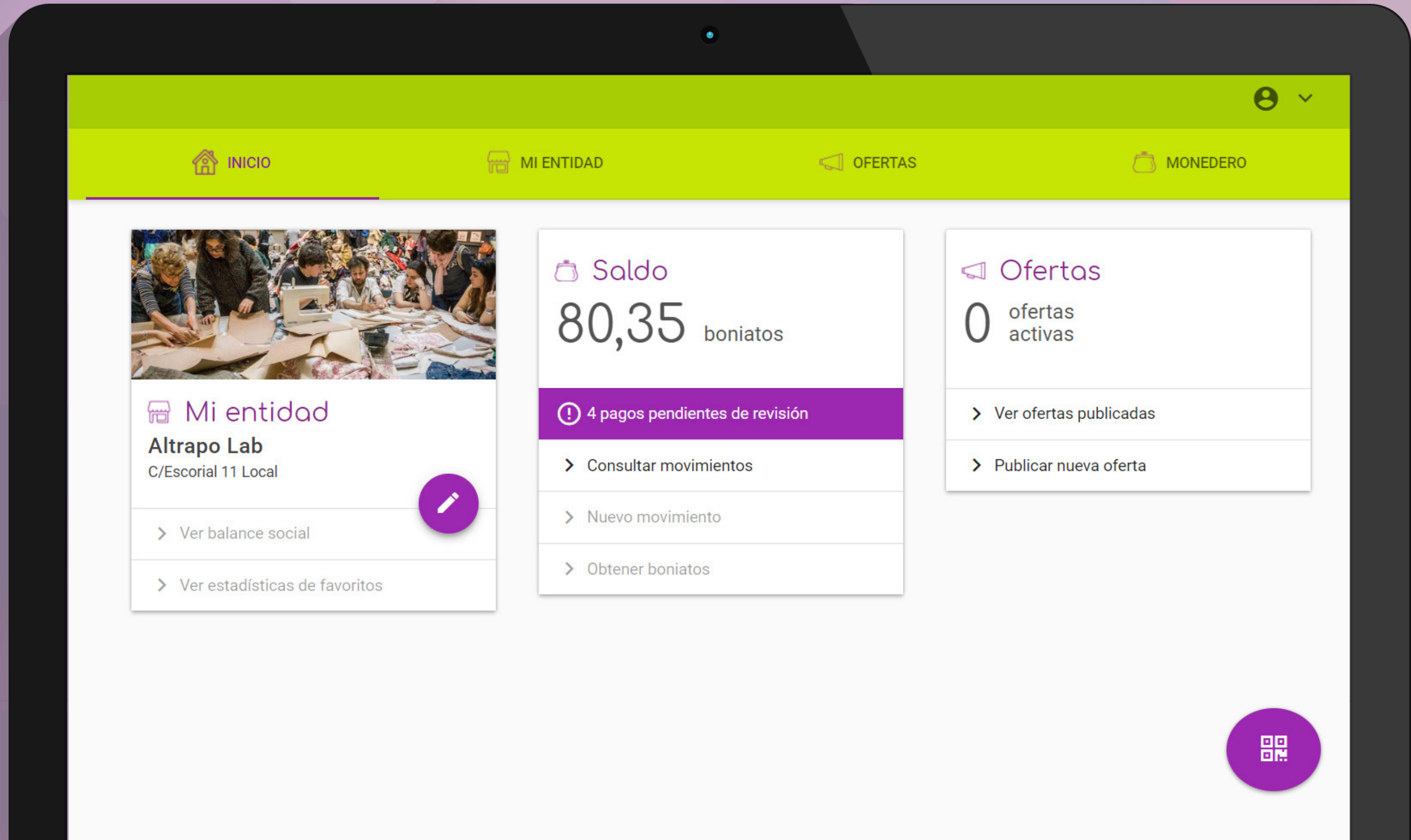
Que registra todas transacciones realizadas

Que permite deshacer transacciones en caso de error

Permite lanzar desde el perfil administrador mensajes a todos los usuarios, que les llega en forma de notificación push

Permite ver los saldos totales de los usuarios

Permite descargar informes resumen



INICIO

MI ENTIDAD

OFERTAS

MONEDERO



Mi entidad

Altrapo Lab

C/Esorial 11 Local

> Ver balance social

> Ver estadísticas de favoritos

Saldo
80,35 boniatos

4 pagos pendientes de revisión

> Consultar movimientos

> Nuevo movimiento

> Obtener boniatos

Ofertas

0 ofertas
activas

> Ver ofertas publicadas

> Publicar nueva oferta



RETO

Administración

- Usuarios
- Categorías
- Entidades
- Consumidoras
- Ofertas

Moneda social

- Movimientos
- Pagos
- Obtención de boniatos
- Informes

Noticias

Traficantes de Sueños

C/ Duque de Alba, 13

ACEPTA 5,0% BONIATOS	BONIFICA 5,0% BONIATOS	BONIFICA 4,0% A ENTIDADES
-----------------------------------	-------------------------------------	--



[Editar entidad](#)

¿Qué es Traficantes de Sueños?

Traficantes de Sueños es un proyecto de producción y comunicación política que aspira a aportar contenidos y animar debates útiles para la acción colectiva transformadora. También es un proyecto de economía social, esto es, una entidad sin ánimo de lucro, sin jefes y organizado de forma asamblearia, implicada en el mercado social y en el desarrollo de otra economía.

Traficantes de Sueños inició su andadura en 1995 con el objetivo de generar un espacio estable donde encontrar materiales de reflexión; la herramienta que utilizamos para ello es el libro, entendiéndolo como un medio de transformación individual y colectiva. A partir de ahí comenzamos a organizar la librería asociativa y la distribuidora; en los 2000 llegaron la editorial, el taller de diseño y el espacio para la autoformación y producción de Nociones Comunes.

Nuestro espacio, en la calle Duque de Alba,13 , no solo es la sede de la librería

en pensamiento crítico con más de 20.000 volúmenes, sino que

Enlaces



localhost:8000/entity/02a4733d-4c95-43a1-b88a-6c0c9fb3dc3a/edit/

RETO

SISTEMA INTEGRADO

EL SISTEMA INTEGRADO, FRONT Y BACKEND:



Disponer de un sistema de comunicación directo con socias (consumidoras y entidades)

Tener un sistema de fidelización de usuarios por compra

Geolocalizar - establecer mapas de economía social y solidaria

Estudiar flujos de intercambios

RETO

SISTEMA INTEGRADO

EL SISTEMA DE GESTIÓN DEL MERCADO SOCIAL



Sistema de permisos basado en comisiones del MES, gestionando los distintos accesos por usuario
Gestión de procesos de las distintas comisiones
Sistema de alta y baja de socias del MES, permitiendo realizar todo el seguimiento del proceso, incluida la toma de datos mediante los cuestionarios de bienvenida

RETO

SISTEMA INTEGRADO

EL SISTEMA DE GESTIÓN DEL MERCADO SOCIAL





Proporciona una API de consulta sobre el estado de pago de cuotas de las socias para la app de moneda
Gestión de los cobros de cuotas, con generación de fichero SEPA



Seguimiento de la composición del Consejo Rector

Proporciona una API conectada con el Balance Social


RETO

GestiónMES  admin 

Usuarios + AÑADIR USUARIO

Ordenar por...  Activo Desconocido 

Usuario	Nombre	Alta	Última sesión
admin	Admin Principal	19/09/2018 14:20	Hace 52 minutos
joseba	Joseba S.	25/09/2018 19:13	Hace 2 meses, 1 semana
tester	Tester Testington	25/09/2018 19:13	Nunca
coordin	Sara Coord	03/10/2018 19:29	Nunca
genolomo	Geno López	05/10/2018 11:23	Hace 3 horas
zaloa	Zaloa Altrapo	05/10/2018 11:34	Hace 9 minutos
test2	María Sánchez	05/10/2018 11:34	Nunca
jberzal	Julio Berzal	05/10/2018 11:37	Nunca

Usarios Comisiones Procesos Categorías Socias  Entidades Consumidoras Acogidas

A FUTURO

Y DESPUÉS, ¿QUÉ?

SI LAS COSAS VAN BIEN....



Segmentación por perfiles. Estudio de hábitos
Estudio de cadenas de valor - prosumidores
Rutas de compras. El paseo de Jane en tu teléfono
Un marketplace de venta online
Crecimiento a segunda capa de cebolla