

ATERRIZANDO JUNTAS LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE MERCADO SOCIAL COMO CIRCUITO COMERCIAL DE LA ESS

Partimos de la idea de hablar del **mercado social como circuito comercial de la ESS**.

¿En todos los territorios hablamos de lo mismo al hablar de mercado social? Esencia, ideas fuerza. No entraremos en la forma de organización de los mercados como cooperativas o como estrategia o línea de trabajo dentro de la red territorial.

¿Los objetivos generales de desarrollo de la estrategia donde partimos son los mismos? ¿En cuales coincidimos para difundir el relato común?

¿Qué líneas de trabajo o herramientas concretas queremos potenciar en los próximos años? ¿Creemos que podemos avanzar en alguna de ellas con otros territorios?

¿Cómo sería avanzar en estas líneas conjuntas desde los cuidados y respetando el ritmo de cada territorio?

¿De dónde partimos? 2024	Aragón	Baleares	Canarias	Castilla y León	Euskadi	Navarra	Madrid	Rioja	Murcia
<p>-Objetivos generales Entendemos que todas compartimos el objetivo interno de consolidar la estructura, aumentar recursos y la participación de las entidades. Pero centrámonos en la estrategia</p>	<p>-Visibilizar la oferta de productos y servicios de la ESS. -Aumentar el consumo interno. -Fomentar la intercooperación entre entidades con el objetivo de crear nuevos proyectos que se incorporen al mercado. -Agregar masa crítica (vincular consumidoras conscientes al desarrollo de estrategia).</p>	<p>- Visibilizar los productos y servicios de las entidades y empresas de la ESS - Favorecer el conocimiento mutuo y la intercooperación</p>	<p>-Dar mayor visibilidad a la oferta de productos y servicios de la ESS tanto dentro como fuera del propio Mercado Social. -Fomentar la intercooperación e incrementar el conocimiento de las propias entidades y sus actividades</p>	<p>-Visibilizar la oferta de productos y servicios de la ESS. -Aumentar el consumo interno. -Fomentar la intercooperación entre entidades con el objetivo de crear nuevos proyectos que se incorporen al mercado. -Agregar masa crítica (vincular consumidoras conscientes al desarrollo de estrategia).</p>	<p>En Euskadi hemos dividido el MES en dos áreas principales: INTERCOOPERACIÓN: - Promoción - GT sectoriales COMERCIALIZACIÓN: - B2C - B2B - B2G (CPR) De momento solo lo hemos hecho a nivel de organización interna (a partir de marzo volvemos a ser 4 personas y vamos a empezar a funcionar de manera distinta con una reorganización de áreas dentro del equipo)</p>	<p>Aumentar el consumo dentro de las entidades de la red y el conocimiento mutuo facilitar la cooperación conociendo los proyectos para realizar esa labor Visibilizar las entidades que practican los principios de la ESS, a través de la herramienta de la Auditoría Social, con un catálogo físico, RRSS, apariciones en medios, reportajes... Intención de fortalecer las relaciones con otras redes, fortalecer el consumo crítico y responsable desde la construcción de soberanías (alimentaria, energética, tecnológica...)</p>	<p>-Visibilizar la oferta de productos y servicios de la ESS. > PERTE II - Crecimiento y consolidación de la red (socias consumidoras, proveedoras, colaboradoras/patrocinadoras y entidades amigas). > PERTE II - Afianzar el sentimiento de pertenencia a la red, fomentar la intercooperación y la participación de las entidades. - Cuidar la identidad, los valores y los principios de la ESS para ser un referente en el territorio. - Implementar una agenda común transversal de transformación económica de la ESS junto con otros agentes y movimientos (feminista, vecinal, ecologista, sindical, de vivienda...) a través de un espacio común de trabajo. > PERTE II - Aumentar la participación de las socias consumidoras a través de las comisiones y grupos de trabajo.</p>	<p>- Visibilizar los productos y servicios de las entidades y empresas de la ESS - Favorecer el conocimiento mutuo y la intercooperación - Dar entrada al "Universo ESS" a personas y empresas que no están en REAS</p>	<p>-Dar visibilidad a los productos y servicios de las entidades y empresas del Mercado Social -Fomentar el intercambio de productos y servicios dentro del Mercado Social -Ampliar la base social</p>

Herramientas de desarrollo de Mercado Social actuales	Aragón	Baleares	Canarias	Castilla y León	Euskadi	Navarra	Madrid	Rioja	Murcia
¿Qué herramientas estamos usando?	<ul style="list-style-type: none"> -Balance Social con distintivo como Madrid. -Ferias -Web, mapa -Catálogo anual -Mini campañas en redes. -Encuentros de intercooperación entidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo web - Directorios comarcales - Ferias y actividades - Proyecto ESS Local (hasta octubre 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo web 	<ul style="list-style-type: none"> -Balance Social -Jornadas de Difusión. -Presencia en actos invitados por otros Proyectos -web reascyl.org -Catálogo -Facebook 	<p>INTERCOOPERACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bazkide Eguna - GT sectoriales: vivienda - Jornadas y seminarios temáticos que reúnen entidades en torno a un tema de interés (comunes, C2C, jornadas RedEFES, jornadas vivienda, etc) <p>COMERCIALIZACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapeo y seguimiento a potenciales entidades socias - Auditoria social y el sello de garantía - Buscador del MES y web - Canales de difusión: RRSS, boletines (son de REAS Euskadi) <p>Planificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visitas comerciales - Alianzas con redes cercanas 	<ul style="list-style-type: none"> web catálogo ¿ferias? espacio geltoki visibilidad en RRSS visibilidad en medios agenda en InfoREAS (boletín externo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Balance social con distintivo - Web / mapa - App / mapa - Encuentros de intercooperación con entidades - Redes sociales: nos adentramos en el Fediverso - Mailmarketing: boletines por públicos objetivo - Eventos propios (charlas, fiestas, etc.) - Participación en eventos, jornadas y ferias externas 	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo en nuestra web 	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo web App Eventos: ferias, jornadas, charlas Asamblea
-Las que mejor han funcionado	<p>Cada una ha puesto su granito de arena. Las ferias han servido lo que más para sumar nuevas entidades y los encuentros de intercooperación para fomentar el roce y la participación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En su momento las ferias como espacio presencial de relación y conocimiento mutuo - El proyecto ESS Local, que ha permitido ofrecer apoyo a organizaciones del ecosistema 	<p>Encuentros presenciales en los que haya posibilidad de intercambio de información de servicios (ferias, jornadas, reuniones etc.)</p> <p>Campaña en rrss en la que se da a conocer cada entidad /empresa del MES.</p>	<p>Las Jornadas suponen el momento de encontrarnos las entidades de la Red y mostrarnos a la Sociedad, así como tener un reto común en su elaboración</p>	<p>No lo tenemos del todo claro pero diría que: cambiar de la feria al día de la socia (Bazkide Eguna) nos ha ayudado a centrarnos en las relaciones entre las entidades y las dos ediciones planteadas han tenido buena acogida. El buscador genera interés pero tenemos aún problemas con el algoritmo y su alimentación. Los canales de difusión de REAS Euskadi tiene cierta referencialidad pero depende de la actividad/área generan más impacto o menos.</p>	<p>el espacio geltoki evidentemente es lo que mejor ha funcionado, pero ya no es una herramienta propia sino de la que nos valemos</p> <p>los catálogos se mueven mucho</p> <p>el infoREAS llega a unas 1500 personas y tiene una tasa de apertura bastante decente</p> <p>la visibilidad gracias a acuerdos con medios también funciona bien</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones para fortalecimiento interno y pertenencia a la red (ejemplo encuentros de intercooperación o las fiestas de final de año). - Distintivo de calidad. - Boca a boca para la ampliación de la base social. 	<p>Demasiado pronto como para hacer valoraciones</p>	<p>Las ferias</p>

¿Dónde queremos llegar? 2026/27	Aragón	Baleares	Canarias	Castilla y León	Euskadi	Navarra	Madrid	Rioja	Murcia
Objetivos nuevos o más concretos...	<p>*Aumentar la presencia en el mundo rural.</p> <p>*Aumentar la participación de las personas socias consumidoras.</p> <p>*Organizar la venta conjunta de productos y servicios</p> <p>-Ser referentes en Aragón en consumo consciente.</p> <p>-Vincular la estrategia a CPR.</p>	<p>- A nivel interno trabajar la idea de ecosistema de ESS, reforzando el sentido de pertenencia, la cohesión y la intercooperación</p> <p>- A nivel externo trabajar la visibilidad pública conjunta como sector y ser un referente como actor clave para una transición ecosocial</p>	<p>Activar un grupo de trabajo que dinamice el consumo interno y externo</p> <p>Establecer una estrategia de trabajo</p> <p>Fortalecer el sentimiento de pertenencia y poner en valor lo estratégico del MES.</p>	<p>-Incrementar de forma significativa el número de proyectos de la Red, con mayor representatividad territorial y sectorial para que sea factible estrategias conjuntas de Mercado Social</p> <p>-Trabajar herramientas que nos permitan afrontar la dispersión territorial y la heterogeneidad de tamaños, ámbitos de actuación de los proyectos</p> <p>-Mercado Social Castellano (hay proyectos como calcetines Mestizaje que forman parte de Mercado Social Madrid, también algún proyecto de Segovia ¿Porque no trabajar un Proyecto compartido?)</p>	<p>Diferenciar 2 estrategias para hacer acciones más centradas en las necesidades de las entidades y no tanto en proyectos que financian el área y que se centran en la sensibilización en general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intercooperación - Comercialización <p>Llevar a cabo las actividades planificadas (que no están vinculadas a proyectos y que por lo tanto no se han podido priorizar).</p>	<p>ver si se puede poner a funcionar la APP de otros territorios en el navarro, cuánto supondría de recursos, tiempo...</p> <p>Enlazar con otras redes y proyectos de consumo crítico y transformador para tener mayor impacto</p> <p>repensar las ferias</p> <p>trabajar en la creación y promoción de grupos de consumo poniendo en contacto a productores y consumidores, relación con el mundo rural y la ciudad</p>	<p>- Fomento del consumo responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser más autosuficientes. - Ampliación de la base social. - Aumentar la incidencia social. 	<p>- Completar el catálogo de productores muy incompleto todavía.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer herramientas de apoyo en gestión y comercialización. -Desarrollar grupo consumidores 	<p>-Consolidar el espacio</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ampliar la participación de sectores subrepresentados -Mejorar el uso de la app y su difusión -Establecer servicios de apoyo (consultoría, seguros, etc.) -Aumentar la participación en la coordinación y gestión del espacio -Desarrollar el grupo de consumidores
Líneas a desarrollar	<p>-App de geolocalización, ofertas ,descuentos y carnet digital para las socias de consumo.</p> <p>-Ferias y encuentros en los rurales.</p> <p>-Convenios de intercooperación (potenciar el de Som Energía y Arainfo y crear nuevos).</p> <p>-Gran campaña de comunicación de seducción entidades y consumidoras. Qué te aporta el MES</p> <p>-Espacio de venta y trabajo conjunto, Lanzar productos-servicios lanzadera.</p>	<p>- Incidencia pública</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación - Participación en proyecto de territorios cooperativos con Barcelona, Castelló y Valencia - Participación en el Fòrum de la Societat Civil - Comunicació - Carta de servicios compartidos - Recuperación proyecto ESS Local 	<p>Dinamización del MES y articulación de un grupo motor</p> <p>Captación de recursos y fondos.</p>	<p>-Crecimiento de la Red para generar la masa crítica que permita el avance del Mercado Social</p> <p>-Proyecto Conjunto Mercado Social Castellano</p> <p>-Focalizarnos en las líneas de trabajo que puedan generar más sinergias y ayudar de forma más importante a los proyectos</p> <p>- Mayor implicación y participación de las entidades, partiendo de la pregunta ¿que me puede aportar el Mercado Social y que le puedo aportar? Respuestas concretas y motivadoras reto heterogeneidad y distancia entre las iniciativas</p>	<p>INTERCOOPERACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción - GT sectoriales <p>COMERCIALIZACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - B2C - B2B - B2G (CPR) 	<p>app</p> <p>convenios</p> <p>ofertas a consumidoras</p> <p>grupos de consumo</p> <p>intercooperación, en su vertiente hacia afuera y hacia a dentro</p>	<p>- Consolidación de nuestras herramientas propias (distintivo de calidad, App).</p> <p>- Consolidación de nuevas líneas de trabajo (servicios de facilitación grupales a entidades, encuentros de intercooperación y coordinación de eventos).</p> <p>- Implementación de formaciones internas.</p> <p>- Ferias en las periferias, caravana de la ESS.</p>	<p>(En el 2024 intentaremos hacer una reflexión estratégica de por dónde seguir, algunas intuiciones pueden ser:)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formaciones a medida de necesidades de productores/as -Promoción y difusión del Mercado para mejorar notoriedad e impacto. 	<p>-Cabildeo social</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grupos de trabajo -App y rrss -Campaña de difusión -Cooperación con actores locales