

## EJE-2.- MERCADO SOCIAL: CONSUMO, MERCADOS Y ECONOMÍA SOLIDARIA.

### Documento de Conclusiones

#### Objetivo del Eje

La economía solidaria está llena de iniciativas y proyectos transformadores en el ámbito del consumo. La integración de discursos, la incidencia en las políticas públicas y la replicabilidad de experiencias exitosas son algunos de los aspectos que se han abordado en este eje junto a los retos y prioridades de las organizaciones de Comercio Justo, la escalabilidad de proyectos de soberanía alimentaria y el desarrollo de los Mercados Sociales.

#### Espacio de diálogo

En esta mesa hemos tenido la oportunidad de compartir las prioridades de trabajo y retos del movimiento de Comercio Justo, los Mercados Sociales y el movimiento agroecológico y de soberanía alimentaria.

Han intervenido:

- Mercedes García de Vinuesa. Socia trabajadora de IDEAS S.Coop y miembro de la junta de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo. [Enlace a la presentación](#)
- Mikel Fernández Arberas. Socio trabajador de Heliconia S.Coop. y miembro de la Junta de REAS Madrid.
- José Manuel Pérez Sánchez, técnico de la concejalía de agricultura, huerta y pueblos del Ayuntamiento de València, vicepresidencia de la Red de Ciudades por la Agroecología. [Enlace a la presentación](#)





Algunas de las ideas clave lanzadas en este espacio de diálogo han sido:

- El Comercio Justo, la ESS y la Agroecología son tres sectores que todavía no caminan juntos. Tenemos que enredarnos más y crear verdaderas sinergias.
- El Comercio Justo es mucho más que vender y comprar. Es cambiar la economía y transformar el consumo en responsable.
- No estamos tan de moda como Greta Thunberg.
- Tenemos que superar las versiones descafeinadas y vender 100% Ecológico, 100% de Comercio Justo y 100% de ESS.
- ¿Cuáles son las verticales de la economía solidaria, el mercado social y el comercio justo?
- Dentro de la ESS se han consolidado proyectos en escalabilidad y desarrollado sectores estratégicos de agregación de consumidores/as: como El Salto, Coop57, Fiare, CAES, Unión Renovables. Som Conexión, Som Movilidad, etc.
- Dentro de la ESS una de las debilidades es la falta de sectores productivos y que no tenemos entidades de distribución para ser la alternativa.
- Nuestro gran reto es la Distribución y la Logística.
- Conectar discursos de la Agricultura Ecológica, ESS y Comercio Justo (relaciones campo-ciudad, ampliar el enfoque de ESS en sector productor, reforzar el punto de encuentro en los procesos territorializados/municipalistas).
- ¿Cómo ampliar el concepto de comercio justo a las producciones agroecológicas locales, y no solo a los flujos Norte-Sur?
- Propuestas de políticas públicas (a distintas escalas) coordinadas entre los 3 mundos.

## Espacio de taller

Durante el taller se ha trabajado las cuestiones tratadas en el dialogo y se han compartido las propuestas y estrategias que desplegamos en los diferentes territorios y movimientos.

Se ha trabajado en tres mesas y las propuestas de cada una de ellas han sido:

### Comercio Justo:

- Avanzar en un discurso común de los tres sectores (Comercio Justo, ESS y Agroecología) donde incluyamos las otras visiones.
  - Elaboración de conceptos aglutinantes fácilmente reconocibles y que comuniquen.
  - Incluir en el discurso la parte medioambiental que también cumple el Comercio Justo y que no siempre queda clara.
- Compartir buenas prácticas y casos de éxito. Vincular a las entidades de Comercio Justo y de Agroecología con los mercados sociales territoriales.
- Diseñar desde el Comercio justo y de la mano del mercado social y la agroecología, un plan de comercialización y distribución (pues el modelo de Feria parece agotado).
- Explorar la oportunidad de incorporar proveedores de la ESS en tiendas de CJ y viceversa.

Diseñar una Estrategia de comunicación conjunta:

- Segmentar por público objetivo, puesto q no podemos llegar a "la gente en general".
- Comunicar de forma atractiva los conceptos que no han calado todavía : democracia laboral, bien común etc. (porque la parte de Bio y local parece sí ha llegado al gran público).
- Aterrizar y comunicar mejor más todo lo relacionado con el cuidado de las personas.

### Agricultura ecológica:

- Avanzar en la coordinación con un enfoque de proceso-transición que no fije mínimos estrictos ya que muchas veces se convierten en barreras para la incorporación de agentes.
- Los comedores escolares como espacio de trabajo conjunto tanto para el suministro de producto como para una visión de cambio cultural y concienciación de calado.
- La compra pública como espacio de incidencia donde se ha de ir de la mano.
- La logística como necesidad compartida y donde el CJ tiene ya cierta experiencia.
- Los supermercados cooperativos y otras experiencias desde el consumo que han de visibilizar nuestros posicionamientos y criterios.
- Oportunidad de las confluencias entre los tres sectores dentro del FSMET.

## **Mercados Sociales**

- Seguir visibilizando la ESS con catálogos, mapeos, etc.
- Explorar como abordar las limitaciones y cierto agotamiento en la celebración de Ferias ESS (techos de convocatoria y en la agregación de nuevas entidades y público).
- Mejorar las estrategias de venta y promoción. Potenciar las tiendas y puntos de venta permanentes de productos de entidades de la ESS.
- Importancia de gestionar centros logísticos para mejorar la eficiencia de la distribución. Hay una excesiva atomización de la capacidad de distribución del sector agroecológico en general.
- Necesidad de desvincular lo alternativo con lo marginal.

Teniendo en cuenta las propuestas de las tres mesas de trabajo llevamos a plenario las siguientes conclusiones:

***El Comercio Justo, la ESS y la Agroecología tienen mucho en común y tienen que caminar de la mano para:***

### ***ESCALAR***

- ***Aumentar la oferta dentro de la ESS***
- ***Diversificar sectores***
- ***Crear sistemas de venta y distribución conjunta***

### ***COMUNICAR***

***Crear un relato común y una estrategia de comunicación conjunta que se adapte a los diferentes públicos y que junto con lo ecológico y lo local comunique la dimensión social de nuestros proyectos.***