

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2024

Mercado Social de Madrid



INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES EL MERCADO SOCIAL DE MADRID?

El Mercado Social de Madrid (MESM) es una **iniciativa y práctica de transformación socioeconómica** que surge en la Comunidad de Madrid en el año 2012 con el objetivo de caminar hacia otros modelos de producción, distribución y consumo que sitúen en el centro de las relaciones económicas el bienestar de las personas, la sostenibilidad de una vida que merezca ser vivida y el planeta.

Frente a la insostenibilidad del sistema económico actual, se aborda de manera colectiva la construcción de un **nuevo modelo económico basado en los criterios de la economía social y solidaria**. Valores como la justicia social, la democracia económica, la sostenibilidad, la equidad o la cooperación son el eje vertebrador que genera y nutre las diferentes redes territoriales de apoyo mutuo e intercooperación de las distintas iniciativas económicas que conforman los Mercados Sociales.

El Mercado Social es un espacio de encuentro entre empresas y entidades que comparten estos valores y consumidores conscientes que buscan productos y servicios que sean responsables y sostenibles. En este sentido, se trata de un mercado que se orienta hacia el bien común, que promueve la producción y el consumo responsables y que se basa en relaciones comerciales justas y equitativas.

Los productos y servicios que se ofrecen en el Mercado Social de Madrid abarcan una amplia gama de sectores, como la alimentación, la energía, la banca ética, la comunicación, el turismo, la educación o la cultura, entre otros. En todos estos sectores, se busca promover **prácticas sostenibles y responsables, y fomentar la colaboración** entre los distintos actores del mercado.

El Mercado Social de Madrid no solo se limita a la venta de productos y servicios, sino que también tiene una **dimensión educativa y de sensibilización**. Se promueve la formación y el intercambio de conocimientos entre las empresas y entidades, así como la información y la sensibilización de los consumidores sobre los valores y criterios que rigen el mercado.

En definitiva, el Mercado Social es una iniciativa que busca **construir una economía más democrática y sostenible**, basada en la intercooperación, el apoyo mutuo, las relaciones horizontales y la solidaridad entre todos los actores del mercado desde una perspectiva feminista y de justicia global.

BREVE RECORRIDO HISTÓRICO POR EL MERCADO SOCIAL DE MADRID

El concepto de Economía Social y Solidaria (ESS) surge a mediados del siglo pasado como una solución contra la desigualdad que el sistema genera y propone unas prácticas alternativas al sistema económico actual mediante la aplicación de valores universales, como la equidad, la justicia, la fraternidad económica, la solidaridad social, el compromiso con el entorno y la democracia directa. Para la ESS estos son los valores que deben regir la sociedad y las relaciones entre las personas.

En este marco de búsqueda de nuevos modelos que se erijan como alternativa política, social y económica y que den respuesta a los grandes retos económicos, ecológicos y sociales de nuestro tiempo, nace en 2012, la semilla del **Mercado Social de Madrid (MESM)**, cuyo ámbito de actuación es el conjunto de la Comunidad de Madrid, en coordinación con el resto de mercados sociales de la península a través de la Comisión Estatal de Mercados Sociales.



Los Mercados Sociales y, en concreto el MESM, buscan dar respuesta a los graves problemas de desigualdad que el sistema genera, tejiendo una red de iniciativas que, juntas, constituyen otra visión de la economía.

El MESM, cooperativa integral que acoge todas las fases económicas: la financiación, la producción, la distribución y el consumo, no sólo se caracteriza por su innovadora fórmula jurídica, sino también por seguir, en su modelo económico y empresarial, los **principios de la Carta de Economía Solidaria de REAS**, poniendo, en el centro de la producción y el consumo de bienes y servicios, el respeto a los derechos humanos, el bienestar animal, la sostenibilidad del planeta y el bien común de la sociedad. Y para garantizar que todas las empresas y entidades del Mercado Social de Madrid cumplen estos principios de la economía solidaria, éstas realizan cada año un **Balance Social** cuyos resultados son abiertos al público.



En estos años, la semilla ha germinado y brotado conformándose en una red común de producción, distribución y consumo de bienes, servicios y aprendizajes, de muy diversos sectores (banca, seguros, energía, alimentación, cuidados, servicios jurídicos, cultura, medios de comunicación, etc.), que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios y que se encuentra constituida tanto por empresas y entidades, que comparten dichos criterios, como por personas consumidoras a nivel individual y colectivo. Para formar parte del MESM, las empresas y entidades deben cumplir una serie de **criterios sociales, ambientales y éticos**, que son evaluados por una comisión de evaluación independiente. Entre estos criterios se encuentran la propiedad colectiva o social de la empresa, la participación en redes de economía solidaria, la gestión democrática y participativa, la transparencia y la responsabilidad social y ambiental.

El MESM busca incorporar los valores universales que deben regir la sociedad y las relaciones entre las personas y hacia el planeta: equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social, compromiso con el entorno y democracia directa.

Desde su creación, el Mercado Social de Madrid ha ido creciendo y consolidándose como un espacio de encuentro, colaboración entre cooperativas, empresas sociales, asociaciones, fundaciones y entidades que comparten estos valores y buscan promover prácticas sostenibles y responsables. En la actualidad, cuenta con **191 entidades proveedoras, distribuidas por toda la Comunidad de Madrid, con más de 2.000 productos y servicios disponibles, y más de 780 socias consumidoras**. Así mismo, el ecosistema del MESM está nutrido por un gran número de entidades afines a la economía social y solidaria como organizaciones ecologistas, feministas, ecofeministas y sociales y por entidades que participan como patrocinadoras y colaboradoras del proyecto. Así, el MESM fomenta, promociona y posibilita que la mayor parte de las necesidades de quienes integran la cooperativa sean satisfechas -tanto producidas como consumidas- dentro de la misma.

¿QUÉ HACEMOS CON LAS CUOTAS DE LAS ENTIDADES Y PERSONAS SOCIAS CONSUMIDORAS?

El Mercado Social de Madrid (MESM) es una **iniciativa y práctica de transformación socioeconómica** que surge en la Comunidad de Madrid en el año 2012 con el objetivo de caminar hacia otros modelos de producción, distribución y consumo que sitúen en el centro de las relaciones económicas el bienestar de las personas, la sostenibilidad de una vida que merezca ser vivida y el planeta.

Frente a la insostenibilidad del sistema económico actual, se aborda de manera colectiva la construcción de un **nuevo modelo económico basado en los criterios de la economía social y solidaria**. Valores como la justicia social, la democracia económica, la sostenibilidad, la equidad o la cooperación son el eje vertebrador que genera y nutre las diferentes redes territoriales de apoyo mutuo e intercooperación de las distintas iniciativas económicas que conforman los Mercados Sociales.

Los productos y servicios que se ofrecen en el Mercado Social de Madrid abarcan una amplia gama de sectores, como la alimentación, la energía, la banca ética, la comunicación, el turismo, la educación o la cultura, entre otros. En todos estos sectores, se busca promover **prácticas sostenibles y responsables, y fomentar la colaboración** entre los distintos actores del mercado.

El Mercado Social de Madrid no solo se limita a la venta de productos y servicios, sino que también tiene una **dimensión educativa y de sensibilización**. Se promueve la formación y el intercambio de conocimientos entre las empresas y entidades, así como la información y la sensibilización de los consumidores sobre los valores y criterios que rigen el mercado.

En definitiva, el Mercado Social es una iniciativa que busca **construir una economía más democrática y sostenible**, basada en la intercooperación, el apoyo mutuo, las relaciones horizontales y la solidaridad entre todos los actores del mercado desde una perspectiva feminista y de justicia global.

**¿QUÉ
HEMOS
HECHO
ESTE
2024?**

ÁREA DE COORDINACIÓN



El área de coordinación tiene un papel esencial dentro del Mercado Social de Madrid ya que, no sólo coordina al equipo técnico sino que prioriza la parte de los cuidados con las personas trabajadoras, asegurando que se pone la vida en el centro, uno de los principios de la Economía Social y Solidaria. Además, actúa como representante del Mercado Social de Madrid y REAS Madrid en aquellos espacios en los que se requiera, como comisiones estatales, charlas, congresos, etc. Y, en 2024, especial mención a la participación en los eventos "Transforma tu consumo", celebrados en Setem (octubre) y La Osa (noviembre), la formación impartida sobre "Contratación pública responsable" y la fiesta de final de año (MESTicio de invierno) para generar y consolidar a la comunidad y la base social. Las actividades principales realizadas en este año han sido:

1

Coordinación de las **jornadas estratégicas anuales**, articulación de los **encuentros operativos semestrales** del equipo técnico, seguimiento de los acuerdos asumidos en dichos encuentros, de los **mandatos de la Asamblea General** y de las **reuniones mensuales del Consejo Rector**.

2

El **fomento del consumo responsable** entre la población madrileña ofreciendo productos y servicios que cumplen criterios sociales, ambientales y éticos y sensibilizando a las personas consumidoras sobre cómo sus decisiones inciden directa e indirectamente en un cambio de modelo de consumo y, a mayor escala, en la transformación social y económica.

3

La **atracción y creación de nuevas fórmulas empresariales**, en un contexto neoliberal, más ligadas al emprendimiento ecosocial, el cooperativismo y la economía circular y la generación de empleo digno, de calidad y sostenible, a través de la promoción, el acompañamiento y la intercooperación entre empresas y entidades.

4

El **fortalecimiento de la economía de proximidad o kilómetro cero y el comercio justo**, promoviendo la producción y el consumo de productos y servicios locales, sostenibles, éticos y justos en contraposición a las grandes cadenas de suministro globales y multinacionales.

5

La **sensibilización y educación de la ciudadanía** en la necesidad de una transformación profunda de las relaciones humanas y el modelo socioeconómico actual, para construir una nueva cultura de consumo, a través del desarrollo, divulgación e implementación de numerosos proyectos de índole social y ambiental, con perspectiva feminista, y con criterios éticos y de justicia global.

6

La **intercooperación y el apoyo mutuo** entre empresas, entidades y personas consumidoras que conforman la red promoviendo el intercambio de conocimientos, saberes y experiencias que permitan una mayor resiliencia y la replicabilidad de los proyectos.

ÁREA DE ENTIDADES



Durante el 2024 hemos seguido con la estrategia de ampliación de la base social de entidades y fortalecimiento de las entidades que ya forman parte para disminuir las bajas. Las cifras han sido:

1

Entidades nuevas: Se han dado de alta un total de 19 entidades.

2

Baja de entidades: Se dan de baja un total de 25 entidades por los siguientes motivos:

Razones de baja en 2024

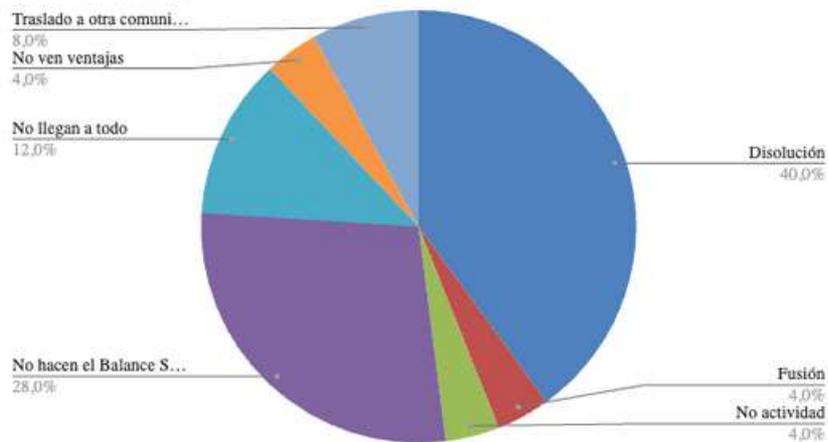


Foto de evento "Transforma tu consumo" en Setem Madrid

ÁREA DE COMUNICACIÓN



La comunicación es un área muy transversal que está al servicio del resto de áreas para diseño y lanzamiento de campañas, es por ello que muchas de las acciones realizadas se hacen en base a las necesidades del resto de comisiones.

1

Mantenimiento actualizado de las redes sociales

- **Tw:** La red durante el 2024 fue reduciendo alcance considerablemente y por razones políticas, decidimos dejar de publicar en esta red.
- **Fb:** El alcance en Facebook también sigue reduciéndose y las personas seguidoras han descendido: se pasó de 9.910 a 9.783, lo que ha supuesto un ascenso de 6,69%. La estrategia es seguir reduciendo nuestra presencia en esta red.
- **IG:** En Instagram, se ha pasado de 4.416 personas seguidoras a 5.155, lo que supone un incremento de un 17%.
- **Lk:** En LinkedIn hemos pasado de 1.379 a 1.623 personas seguidoras lo que supone un incremento de un 18%.
- **Mastodon:** Continuamos con presencia en el Fediverso durante todo el año y se mantiene una instancia propia gracias a la Comisión de DigitalizaMES. La interacción no es la esperada y se decide cerrar esta instancia (en enero de 2024) pero seguir teniendo presencia en el Fediverso.



ÁREA DE COMUNICACIÓN



2

Boletines: Continuamos con el proveedor de servicios Easymailing y los boletines semanales siguen haciéndose de forma manual. Con la reducción de jornada los boletines quincenales pasan a ser más o menos mensuales. La tasa media de apertura de los boletines es de 31,52%.

3

Campaña entidades patrocinadoras: Campaña de lanzamiento de boletines específicos de muchas de las patrocinadoras del Mercado Social de Madrid que se realiza durante todo el año.

4

Campaña del distintivo de calidad: Durante el 2024 se lanza nuevamente la campaña coordinada junto Con la comisión de Balance Social (más detalles en el área de Balance Social). En esta ocasión se han sumado en torno a 20 entidades

5

Web: Se realiza un traspaso de dominio de nuestra web para dejar de depender de estatal y se crea la web <https://www.mercadosocial.madrid/>. Además se crea la landing de Balance Social. Revisión y mejora de la usabilidad, En junio de 2024 se decide prescindir del soporte de mantenimiento web y se sigue realizando el trabajo con activistas y equipo técnico.

6

Comunicación eventos: Campañas de comunicación en relación a los eventos realizados en este año: charla sobre cómo transformar el consumo a través de nuestra alimentación, colaboración con Guacamayo Tropical para tener presencia en sus eventos, evento de intercooperación junto a EsF, MESTicio de verano, Impulsing rural, ciclo "Transforma tu consumo" junto a Setem y Carro de Combate y con La Osa, ConoceMES en colaboración con Fecoma y MESTicio de invierno.

7

Campañas estatales: Nos hemos unido a las campañas estatales del 2024 diseñadas de forma conjunta con otros territorios.

- Campaña de Balance Social
- Campaña de navidad

8

Agenda de la ESS: Diseño de la agenda de la Economía Social y Solidaria madrileña en colaboración con algunas personas del Consejo Rector.



ÁREA DE CONSUMIDORAS



A lo largo de estos años, el MESM ha impulsado, desarrollado y consolidado diferentes líneas de actuación, ya no solo en la ciudad de Madrid si no en toda la Comunidad Autónoma, que han sido claves en generar un cambio de modelo socioeconómico, destacando:

1

La **promoción de la economía social y solidaria** a través de la visibilización de los criterios que la sustentan y generando una red de empresas, entidades y personas consumidoras comprometidas con los valores sociales, ambientales y éticos en los que se sustenta.

2

El **fomento del consumo responsable** entre la población madrileña ofreciendo productos y servicios que cumplen criterios sociales, ambientales y éticos y sensibilizando a las personas consumidoras sobre cómo sus decisiones inciden directa e indirectamente en un cambio de modelo de consumo y, a mayor escala, en la transformación social y económica.

3

La **atracción y creación de nuevas fórmulas empresariales**, en un contexto neoliberal, más ligadas al emprendimiento ecosocial, el cooperativismo y la economía circular y la generación de empleo digno, de calidad y sostenible, a través de la promoción, el acompañamiento y la intercooperación entre empresas y entidades.

4

El fortalecimiento de la economía de proximidad o kilómetro cero y el comercio justo, promoviendo la producción y el consumo de productos y servicios locales, sostenibles, éticos y justos en contraposición a las grandes cadenas de suministro globales y multinacionales.

5

La **sensibilización y educación de la ciudadanía** en la necesidad de una transformación profunda de las relaciones humanas y el modelo socioeconómico actual, para construir una nueva cultura de consumo, a través del desarrollo, divulgación e implementación de numerosos proyectos de índole social y ambiental, con perspectiva feminista, y con criterios éticos y de justicia global.

6

La **intercooperación y el apoyo mutuo** entre empresas, entidades y personas consumidoras que conforman la red promoviendo el intercambio de conocimientos, saberes y experiencias que permitan una mayor resiliencia y la replicabilidad de los proyectos.

Así, a lo largo de esta década, el MESM ha conseguido **implementar buenas prácticas de consumo en todos los niveles de la sociedad y promover una economía más justa, sostenible y solidaria en Madrid**, avanzando en el necesario cambio de paradigma y sentando las bases de un nuevo modelo económico que permita, en los próximos años, avanzar en la consecución de los ODS de la Agenda 2030. Durante el 2024 hay una persona que trabaja de enero a junio en una estrategia de ampliación de la base social.

Los **números de nuevas consumidoras y bajas durante 2024** son los siguientes:

- Altas: 107
- Bajas: 52

ÁREA DE BALANCE SOCIAL

Este ejercicio de transparencia se realiza anualmente y a través del cual podemos objetivar qué entidades son de la ESS y pueden formar parte del MESM. Así como también ayuda a las entidades a tener una reflexión interna sobre sus prácticas entorno a los seis principios de la ESS y visibilizarse hacia afuera como entidad transparente y perteneciente a la red



MEJORAS DEL CUESTIONARIO

Cada año realizamos mejoras en este ejercicio de transparencia y de reflexión interna. Este año nos hemos puesto como reto mejorar tanto el cuestionario en sí, como adecuar uno específico para las entidades de la red que son personas físicas.

Este trabajo se hizo en **cuatro fases**: selección de preguntas a mejorar (1) proceso colaborativo para tener el feedback de las propias entidades de la red (primero en un documento colaborativo y después la realización de un encuentro virtual el 12 de marzo del 2024) (2) cierre de preguntas y debate con la Comisión del Balance Social estatal (3) incorporación de preguntas/indicadores definitivos en la Plataforma Digital donde las entidades rellenan su Balance Social (4)

- Fecha: primer trimestre del año

1



2

Campaña Balance Social 2024

Se han realizado todas las acciones oportunas para el lanzamiento, acompañamiento de cumplimentación y finalización de la campaña Balance Social 2024. En este sentido, **78 entidades** rellenan el Balance Social de la campaña de 2024. En este excel se puede hacer un seguimiento sobre el histórico y estado de las entidades y en catálogo de entidades ver los nuevos sellos/infografías del BS 2024.

- Fecha: a lo largo de todo el año



ÁREA DE BALANCE SOCIAL

3

Lanzamiento Distintivo del MESM 2024

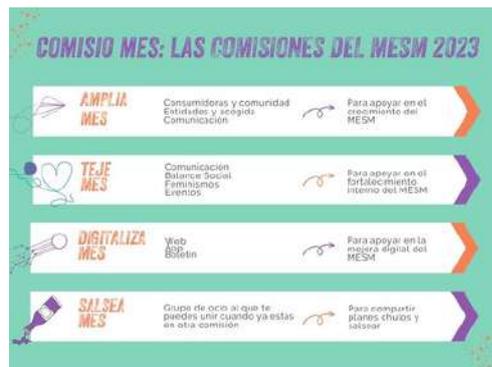
Este es el tercer año de implementación del Distintivo de Calidad del Mercado Social de Madrid. El cual además de generar prestigio y sentimiento de pertenencia, permite garantizar a la sociedad que las entidades que lo tienen apuestan por la transparencia y por un compromiso de mejora continua en el cumplimiento de los 6 principios de la ESS

Para su implementación se realizó un trabajo previo de diseño de los Distintivos personalizados a cada entidad, organización/coordinación con las entidades interesadas y preparación de la Campaña de comunicación. también se han realizado materiales oportunos para la coordinación interna y campaña de comunicación por redes sociales. Para ampliar Información sobre el distintivo ver [este link](#)

• Fecha: marzo a diciembre



4



Comisión TejeMES

Participación en la Comisión TejeMES, del Mercado Social de Madrid, cuyo fin tiene apoyar en acciones que fortalezcan a la red. Nos hemos reunido una vez al mes y empezado a tejer acciones principalmente entorno al Balance Social, Feminismos y colaboración en la fiesta de fin de año. Estamos 15 personas en la Comisión, la mitad más o menos activas.

• Fecha: durante todo el año

5

Comisión estatal del Balance Social

Participación en la Comisión del Balance Social de REAS RdR. Revisión y mejora de preguntas y aplicativo informático. Validación de datos de Madrid y apoyo en la redacción del Informe de Auditoría/ Balance Social 2024.

• Fecha: a lo largo de todo el año.



ÁREA DE BALANCE SOCIAL

6

Penalizaciones BS

Se ha realizado el contacto con entidades que no han realizado el Balance Social 2024, así como la participación en los debates internos y toma de decisiones en el Consejo Rector del Mercado Social de Madrid, para aplicar la penalización máxima (la expulsión de la red) de las organizaciones que llevan 3 años sin realizar dicho ejercicio en el 2024.

• Fecha: octubre a diciembre

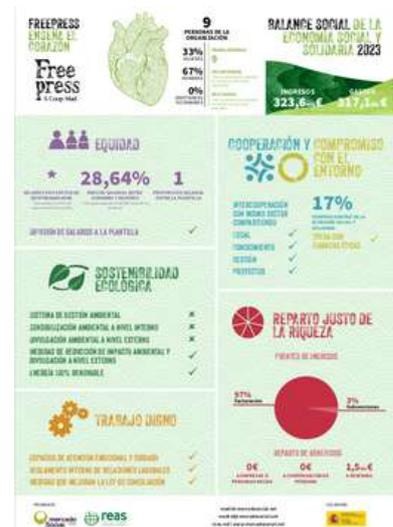
7

Generación de infografías nuevas

Este es el segundo año en el que se le han entregado, a las entidades que realizan el Balance Social, este resultado gráfico. Se ha realizado un trabajo previo, de identificación e implementación de mejoras en el diseño y visibilización de resultados, en coordinación con REAS estatal y sus desarrolladores.

Se ha hecho revisión de datos y generación de 78 Infografías. A pesar de realizarse de forma "automatizada", las entidades hasta no ver los resultados de sus respuestas de forma gráfica, no identifican errores en sus respuestas. Lo cual ha supuesto un trabajo extra la revisión pormenorizada a nivel individual y corrección de los cuestionarios e infografías.

• Fecha: octubre a diciembre



8

Participación en diferentes espacios para la divulgación del BS

Se han participado en espacios para presentar esta herramienta, con el fin de compartir saberes y llegar a otros públicos.

A resaltar el encuentro realizado el 21 de mayo, en el cual se han debatido entre entidades de la red el proceso del Balance Social, así como se han identificado posibles mejoras para implementar a futuro.

• Fecha: enero a mayo



ÁREA DE INTERCOOPERACIÓN

Para cubrir el objetivo interno de **fortalecimiento interno y apoyo mutuo** entre las organizaciones que conforman esta red, se ve fundamental realizar acciones a lo largo del año que persigan este fin.

1

Encuentro: Claves para colaborar y no morir en el intento

Hemos realizado un encuentro gratuito para entidades de la red. El diseño y la ejecución de este encuentro ya parte de la intercooperación con Economistas sin Fronteras.

En el último Balance social los resultados de intercooperación de nuestra red fueron los siguientes: el 91,51% de las organizaciones de la Economía Solidaria madrileña, intercooperan con otras entidades de su mismo sector.

Está demostrado que las organizaciones más resilientes son las que intercooperan entre sí, pero nos surge una pregunta: ¿Cómo hacerlo sin desgastarnos por el camino?

Se ha diseñado una sesión para seguir creciendo como red y ser cada vez más fuertes antes este escenario de crisis ecosocial.

La jornada ha sido un espacio de participación, reflexión y de networking en donde la intercooperación se materializó en propuestas concretas. Las personas participantes se llevaron los resultados y las conexiones creadas para no morir en el intento y sacar la intercooperación adelante.

• Fecha: 18 de abril de 2024



2



Encuentro: Impulsing Rural en Zarzalejo

El Mercado Social sale al mundo rural, de nuevo de la mano con Economistas sin Fronteras.

El objetivo de este encuentro fue fomentar la intercooperación, así como dar a conocer experiencias de colaboración reales, sus resultados, incentivar nuevos intercambios así como fortalecer la red del Mercado Social de Madrid.

La jornada la dividimos en tres momentos diferenciados:

1. La primera parte se presentó una mesa de experiencias de Economía Solidaria de la Sierra con el objetivo de conocer iniciativas inspiradoras:
 - a. Zarzalejo Comunidad en Transición: La Fuente, CSA (Comunidad que sostiene su Alimentación) y Zarzalejo Brilla (Comunidad Energética) y Te veo en La Sierra (canal de comunicación)
 - b. Red de Emprendedoras en Movimiento de la Sierra (REM)
 - c. Proyecto Dlana: proyecto de Economía Social y Solidaria ubicado en El Escorial.
2. En la segunda parte, realizamos dinámicas grupales para crear colaboraciones reales entre las asistentes.
3. Terminamos disfrutando de un pequeño pisolabis al sol.

• Fecha: 13 de junio de 2024

ÁREA DE ESTRATEGIA



La Estrategia de Ampliación de la Base Social del Mercado Social de Madrid fue presentada por el nuevo equipo de Alianzas y tiene como objetivo ampliar la base social del Mercado Social de Madrid tanto de entidades como de socias consumidoras. Recibimos una importante donación de libros a finales de 2023 de Aitor Sánchez "Tu dieta puede salvar el planeta" y durante 2024 se utiliza para que sea más atractivo el unirse al Mercado Social de Madrid regalando el libro a todas las personas que se suman al MESM.

La estrategia aprobada:

- **Cambia la narrativa a: "Apoya un activismo transversal a todos los activismos, un activismo que los une a todos."** Se explica de manera reiterada para qué usamos y necesitamos el dinero de las cuotas.
- **Va barrio a barrio y pueblo a pueblo:** crea polos de consumo ético en cada zona y mejora la oferta en cada región para que las socias consumidoras puedan encontrar en el MES-M todo lo que necesiten.
- **Fomenta un modelo economato con el uso del carnet digital** en el que se obtiene una ventaja o un descuento en entidades socias del Mercado Social de Madrid.

En junio de 2024 se decide prescindir de este área y se sigue implementando desde las **Comisiones de Consumidoras y entidades** como se venía realizando desde antes del 2023. También se sigue trabajando en esta estrategia desde la Comisión de **AmpliaMES** y en colaboración con la **Escuela de Activismo Económico** impulsada por Ecooo que durante 2024 celebró dos ediciones.



ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y DIGITALIZACIÓN



Este año, se han incorporado novedades en el área de administración para mejorar los procesos y optimizar los flujos de trabajo al tiempo que se realizaban todas las funciones de seguimiento administrativo y contable.

- Revisión y mejoras de los procedimientos, procesos y protocolos de la **Herramienta Gestora**.
- Elaboración de **informes económicos mensuales** para facilitar el seguimiento por parte del Consejo Rector.
- Elaboración de **informe semestral** sobre el estado económico de la cooperativa.

En este área, en coordinación con el Grupo de Trabajo "subvenciones" se han presentado diferentes propuestas para las convocatorias que se detallan a continuación:

- **Plan de Impulso de Economía Social del PERTE de la Economía Social y de los Cuidados.**
- **3º convocatoria de Tejiendo Derechos para financiación de actividades de defensa, protección y promoción de derechos a organizaciones de la sociedad civil.**

Sin embargo, ninguna de ellas fue concedida.

Con respecto al área de digitalización, se han realizado numerosos avances gracias a la comisión DigitalizaMES, destacando:

- **Migración de los servicios de correo y nube al software libre** a través de una entidad de la Economía Social y Solidaria, [femProcomuns](#).
- **Migración de la web** (que antes era gestionada desde estatal) para poder gestionarla desde el MESM. Pasamos de [madrid.mercadosocial.net](#) a [mercadosocial.madrid](#)
- **Creación de una instancia en el Fediverso** impulsada y gestionada por dos compas de la Comisión de DigitalizaMES y se imparten dos formaciones sobre el Fediverso.
- Estudio sobre la posibilidad de pasarnos a **Odoo** con varias reuniones con entidades proveedoras de la ESS pero se queda la decisión en Standby por el momento.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL MESM

El Mercado Social de Madrid es, a día de hoy, un **actor clave en la transformación socioeconómica** de la ciudad de Madrid y busca que esa identidad y reconocimiento sean compartidos en el conjunto de la Comunidad. Para ello, la intercooperación y las redes de apoyo mutuo, a todos los niveles (sectorial, local, regional, estatal e internacional), a través de plataformas, coaliciones, alianzas, espacios vecinales y sociales comunes, grupos de consumo, etc. juegan un papel clave en la **expansión territorial** y la consolidación de la Economía Social y Solidaria madrileña. Una consolidación que va ligada a un **fuerte impacto positivo en el territorio a nivel económico, social y medioambiental**.

La presencia de otros Mercados Sociales permite constatar que se trata de un **proyecto viable** cuyas actividades han generado una sólida base de conocimiento, experiencias y prácticas capaces de ser incorporadas provechosamente en otros proyectos, de **indole tanto privada como pública**. Además, la capacidad de **adaptación a los diferentes contextos políticos y socioeconómicos y la gran resiliencia del modelo** han permitido que pueda **replicarse en diversas regiones de España** así como incorporarse a diversas actuaciones en materia de políticas públicas.

Y aunque cada vez existen más opciones para vivir (consumir, intercambiar, relacionarse, participar, etc.) con criterios éticos y alternativos a los propuestos por el capitalismo, es fundamental continuar incidiendo, tanto en el ámbito político como entre la ciudadanía, en la difusión de las ventajas que proporciona el fomento de la Economía Social y Solidaria a la sociedad, a la economía local y al propio planeta. **Construir y multiplicar las prácticas de la ESS en el ámbito de la actividad económica permite avanzar hacia un sistema económico más solidario, equitativo, sostenible, justo y feminista**.

Entre las principales líneas de actuación del MESM destacan:

Balance Social

Es una herramienta que permite dar cuenta de cómo las entidades pertenecientes al Mercado Social de Madrid desarrollan actividades productivas, comerciales y financieras basándose en los principios fundamentales de la Economía Social y Solidaria (ESS): trabajo, equidad, cooperación, compromiso con el entorno, ausencia de ánimo de lucro y sostenibilidad medioambiental. Esta auditoría permite desarrollar una **metodología de medición cuantitativa y cualitativa** de la actividad desarrollada por las entidades y mostrar cómo trabajan, sus puntos fuertes y aquellos retos que tienen por delante.

Cada año, más de 100 entidades de Madrid realizan su Balance Social con el objetivo de autoevaluar su actividad y avanzar en criterios de transparencia y participación.

En torno al Balance Social se ha desarrollado el **distintivo de calidad** del Mercado Social de Madrid que permite garantizar a la sociedad que las entidades que lo tienen apuestan por la **transparencia y por un compromiso de mejora continua** en el cumplimiento de los 6 principios de la ESS. Así, la ciudadanía puede constatar que los productos y servicios que está consumiendo son justos, sostenibles, transparentes, éticos y locales.



Con el distintivo de calidad desde el MESM se busca dar prestigio y un valor añadido a las entidades, productos y servicios que integran la red; conectar los productos y servicios con los principios de la ESS; y hacer visible, tanto en los puntos de venta físicos como en los online, la pertenencia de las entidades al MESM.

App del Mercado Social de Madrid

La App, disponible para los diferentes sistemas operativos, junto con el carnet digital son dos herramientas digitales que buscan **generar un consumo responsable** que consolide, directamente, el poder y la capacidad del circuito económico del Mercado Social de Madrid, fortaleciendo estructuras, relaciones y dinámicas. Ambas herramientas están dirigidas a nuestra base social y a quienes buscan comenzar a realizar cambios en sus hábitos de consumo accediendo a toda la red de entidades de la Economía Social y Solidaria madrileñas. A través de la App se puede visualizar en un **mapa interactivo** a todas las entidades que forman parte del MESM y acceder a la información de cada una de ellas así como a las ventajas y descuentos que ofrecen a las personas consumidoras. Con ello, se consigue difundir el valor añadido y beneficios de los productos y servicios de las entidades, **fortaleciendo así su potencial de comercialización**.

El **carnet digital** recoge todos los datos de las consumidoras y consumidores y permite disfrutar de las ventajas y descuentos de las entidades logrando así **reforzar el circuito del Mercado Social de la Economía Solidaria y generar un consumo responsable, sostenible, ético y justo**.



Eventos internos y externos

La realización de **eventos internos** como talleres, actividades formativas o charlas fomentan **espacios de empoderamiento, apoyo mutuo, cuidados e intercooperación y el desarrollo de nuevos proyectos conjuntos o de herramientas de gestión innovadoras** y adaptadas a las necesidades específicas de las entidades que conforman el Mercado Social de Madrid así como de las personas consumidoras.

En el caso de los eventos externos, permiten dar a conocer la actividad desarrollada tanto por el MESM como por las entidades que forman parte de la red y **acercar otro modelo económico posible y de consumo a la ciudadanía.**

En el último año el MESM ha realizado alrededor de una decena de eventos propios, entre ellos espacios de networking para promover la intercooperación entre personas autónomas, personas con interés en el desarrollo de futuras cooperativas y empresas sociales o pymes que quieran apostar por la economía solidaria. Así mismo, el MESM ha participado en más de una veintena de eventos impulsados por alguna de las entidades que la vertebran.

Seguimos teniendo en cuenta la necesidad de **descentralizar la actividad** para llegar a diferentes municipios de la Comunidad de Madrid, principalmente del ámbito rural, y en utilizar todas las **herramientas digitales posibles para acercar la información y el conocimiento a todas las personas, especialmente a las más vulnerables.**

Fortalecimiento de la red

Se realiza a través de **procesos de facilitación y acompañamiento de las entidades.** Las prácticas de los proyectos empresariales colectivos, con frecuencia, oscilan entre una dualidad, que en muchas ocasiones parece contradictoria. La necesidad de alcanzar un objetivo económico y, al mismo tiempo, servir al interés de quiénes lo conforman, tanto de forma individual como colectiva. Por ello, es fundamental su empoderamiento y fortalecimiento interno para conseguir esa viabilidad económica con prácticas que satisfagan a quiénes lo están impulsando como al entorno (social y ambiental) donde se realiza su actividad.

Los **proyectos y negocios locales ayudan a fijar población,** pueden apoyar al **incremento poblacional y reducir el desempleo,** aumentan la oferta de productos y servicios de la localidad, **apoyan la economía local, tejen red** aumentando la participación ciudadana, etc. Sin embargo, muchas de las entidades que conforman la red cuentan con estructuras precarias o situaciones complicadas de viabilidad. Esta es una de las tareas pendientes, como conseguir una mayor resiliencia de las entidades.

Por ello, el objetivo de esta línea de actuación es **fortalecer a las entidades del MESM y fomentar el apoyo y desarrollo de formas de cooperación social que permitan incrementar la actividad, generar nuevas ofertas laborales y ayudar a buscar la viabilidad económica, temporal y humana de los proyectos.** Así, el MESM ofrece un servicio a sus socias para mejorar su estructura interna, gestionar sus conflictos o acompañar sus procesos, todo ello desde una perspectiva feminista.

IMPACTOS POSITIVOS

y beneficiarias de las actividades del Mercado Social de Madrid

La actividad desarrollada por el Mercado Social de Madrid genera un **impacto positivo en diferentes actores sociales**. De forma más directa cabe destacar como beneficiarias a las personas consumidoras y las entidades que lo conforman, a través del incremento del consumo de productos, bienes y servicios dentro de la propia red de la Economía Social y Solidaria y el acceso a ventajas por parte de quiénes los consumen. Pero no solo genera un impacto positivo en la red que lo forma, sino también donde se ubican las entidades del MESM, entre el tejido social y vecinal de dichos barrios y en el conjunto de la sociedad, destacando:



- **La creación de empleo digno y de calidad.** Las personas que forman parte de las entidades o empresas no son única ni principalmente recursos o elementos del capital humano, sino que son justamente eso, personas que encierran enormes potencialidades.
- **Cohesión social:** la propiedad colectiva de estas iniciativas y el elevado grado de participación fomentan que las personas integrantes encuentren en ellas unas relaciones igualitarias y justas, ya que forman parte de un mismo colectivo con intereses y necesidades comunes.
- **Flexibilidad frente a las condiciones de mercado:** estas entidades pueden ser más flexibles en períodos de crisis desde el punto de vista laboral, ya que la participación en las decisiones económicas, laborales, estratégicas, etc. hace que los miembros de una cooperativa sean proclives a un ajuste salarial de forma colectiva y acordada en aras de reducir gastos, relegando el despido a la última de las opciones posibles.

La **visibilización de otros modelos empresariales y de gobernanza suponen un efecto contagio para el incremento de alternativas en la Comunidad de Madrid**. En 2023, gracias a la incidencia política de quiénes están impulsando el cooperativismo en la región, entre quiénes se encuentra el MESM, se consiguió incorporar algunas de las **demandas históricas**, como la **introducción de nuevos tipos de cooperativas**, en la Ley 2/2023, de 24 de febrero, de Cooperativas de la Comunidad de Madrid, que regula a las cerca de 1.000 sociedades cooperativas presentes y que generan más de 30.000 empleos.

EL MESM EN EL FUTURO

El Mercado Social de Madrid busca incrementar su actividad generando de manera paulatina y sostenible una red cada vez mayor de personas socias y entidades que permita consolidar la Economía Social y Solidaria y extenderla a otras regiones de la Comunidad de Madrid. Para ello, se está trabajando en el desarrollo de nuevas líneas estratégicas como:

- La **implementación de una campaña de comunicación en barrios de la periferia de Madrid y municipios del ámbito rural** que permita la identificación de entidades afines a la Economía Social y Solidaria y la ampliación del catálogo de productos, bienes y servicios del MESM.
- El desarrollo de una **campaña de sensibilización para un cambio de consumo** hacia bienes, productos y servicios cotidianos, como la energía, la telefonía, la banca, la alimentación o los seguros, más sostenibles, éticos y justos.
- La ejecución de un proyecto piloto en la sierra de Madrid para el **desarrollo de acciones de fortalecimiento y consolidación de entidades** que permitan aumentar la presencia del MESM y la Economía Social y Solidaria en el ámbito rural y fomentar el consumo responsable en los pueblos.

En aras de facilitar la continuidad de este tipo de iniciativas y convertirlas en una realidad más conocida y practicada por un mayor número de personas y empresas, se recogen a continuación un conjunto de **claves o retos de futuro**:

- **Organizativos**: la complejidad organizacional de las entidades que la conforman, así como las configuraciones de redes de redes constituyen un reto en el que la innovación productiva y social juega un importante papel para la sostenibilidad de estos sistemas tan complejos.
- **Constitución como actor político**: resulta esencial el fomento del diálogo social con las instituciones que permita la articulación y puesta en práctica de medidas de apoyo en la creación y consolidación de las entidades de la Economía Social y Solidaria que, en muchas ocasiones, son incipientes y muy débiles.
- **Promoción de la intercooperación**: colaborar es uno de los principios básicos de estas entidades y uno de los factores que hace aumentar su supervivencia, por lo que la tendencia actual debe ser continuar trabajando en colectivo y tejiendo diversas redes.
- **Mayor difusión**: existe un descontento generalizado con el sistema económico actual y un gran sector de la ciudadanía no conoce las alternativas que se ofrecen desde la Economía Social y Solidaria. Por ello, es necesario dar a conocer a un mayor número de personas la existencia de estas iniciativas para que puedan sumarse a ellas y las promuevan.
- Encontrar **mecanismos prácticos para evitar el intrusismo** de entidades que, disfrazadas con elementos aparentemente solidarios, realmente no cumplen de base con los valores de la ESS. Esto se consigue a través de la puesta en práctica de Balances y Auditorías Sociales o del distintivo de calidad. Pero se necesita informar y formar a la ciudadanía para que pueda discernir entre proyectos sostenibles y éticos y quiénes practican el lavado verde.

**¡¡GRACIAS POR
HACERLO
POSIBLE!!**

