

MESA 3 **GENERACIÓN DE CONFIANZA EN TORNO AL CONSUMO - BALANCE SOCIAL**

SÁBADO **16:30 - 19:00** 3ª PLANTA - AULA 9

16:30 PRESENTACIÓN DE LA MESA

Comisión de Balance Social (BS): Presentación de los objetivos de esta mesa poner en valor el papel de la ESyS como opción de consumo ético y sostenible; mejorar la confianza de los consumidores/as hacia las opciones de consumo de la ESyS y valorar avanzar hacia un sistema de auditoría en el MES.

OCU: Importancia del BS para las organizaciones de consumidoras, ¿qué piden las consumidoras al MES de Madrid?

17:00 LA ESyS Y LAS TENDENCIAS DE CONSUMO: Amenazas y oportunidades para la esys

Jose Luis Fernández: **Evolución del consumo, hacia un consumo ético y sostenible**

- Cómo han evolucionado las tendencias en el consumo en los últimos años.
- Qué es consumo ético, sostenible, consciente, responsable...Cómo llega la gente a elegir estas opciones de consumo.
- Qué papel juega la ESyS en este escenario, debilidades y fortalezas de la ESyS como opción de consumo

María Avizanda: **El consumo colaborativo**

- ¿Qué es consumo colaborativo? ¿Qué modelo económico defiende?
- Modelo de implantación e impacto social.
- Alertas, amenazas, riesgos de la expansión de este modelo.
- Aprendizajes para la ESS, qué nos diferencia y cómo poner en valor esas diferencias.

17:50 ENTENDER A LOS Y LAS CONSUMIDORAS **¿Cómo conseguir llegar a más gente y aumentar su confianza en nuestra oferta?**

Ecoo: **Quiénes son los/as consumidores/as**

- Paradigma consumerista, qué es, qué implica
- Qué papel juegan en el cambio de modelo
- Qué tiene que hacer la ESS para que más gente confíe en nuestra oferta

OCU: **Los/as consumidores/as,**

- qué les motiva, qué les interesa, cómo toman decisiones, hábitos y estilos de vida
- Qué tiene que tener en cuenta la ESyS a la hora de escoger mensajes, trato, precio, calidad, visibilizar impactos... para ampliar el tipo de consumidores y aumentar su confianza

17:50 BALANCES, SELLOS Y AUDITORÍAS. Ideas clave para transitar de un modelo de BS hacia un modelo de auditoría

Orencio Vázquez (Observatorio RSC): **Diálogo con otras experiencias.**

- ¿Qué podemos aprender de otras formas de medir, auditar...?
- Éxitos y fracasos de los sellos de consumo responsable, la RSC, B-Corp, economía circular, economía del bien común...
- Ideas para diseñar un sistema de auditoría en la ESS

El papel de las administraciones públicasa

- El papel de las AAPP en los procesos de medición del impacto (social, ambiental, económico...)
- Qué papel puede jugar la ESS en el diálogo institucional respecto a procesos de auditoría

PRESENTACIÓN

La Economía Social y Solidaria está creciendo. Afrontamos un salto de escala y no queremos hacerlo sin pararnos a pensar cómo lograr cambios consistentes que nos permitan consolidarnos como alternativa económica. En este escenario de crecimiento los hábitos de consumo y estilos de vida de la ciudadanía juegan un papel esencial.

¿Está en nuestra mano impulsar formas de consumo transformador que trasciendan el mero acto de compra y conecten los mecanismos de producción con las dinámicas de consumo?

¿Cómo debemos posicionarnos entre las tendencias de consumo que están ganando visibilidad entre la ciudadanía?

¿Qué tenemos que saber sobre las consumidoras y consumidores para lograr que nuestra oferta genere confianza? ¿Son útiles herramientas como nuestro Balance Social? ¿Qué mejoras debemos incorporar?

Estas son algunas de las preguntas a las que nos gustaría dar respuesta con las reflexiones que se compartan en este eje.

Abordaremos las amenazas y oportunidades que las nuevas tendencias de consumo representan para la economía social y solidaria. Reflexionaremos sobre cuáles son nuestras diferencias con respecto a esas tendencias, especialmente respecto al consumo colaborativo, y trataremos de identificar estrategias que nos permitan poner en valor esas diferencias.

Nos pondremos en el lugar de los consumidores y consumidoras, escuchando sus necesidades y motivaciones. En este diálogo queremos recoger críticas, sugerencias y propuestas que nos permitan convertirnos en una opción de consumo preferente entre la ciudadanía y reconocida por su valor transformador.

Aprenderemos de diferentes experiencias de evaluación y auditoría que nos permitan identificar nuestras propias áreas de mejora. Analizaremos el papel de las administraciones públicas entorno al consumo y la pertinencia de las políticas públicas que favorezcan un consumo transformador.

Por último aprovecharemos esta oportunidad para mostrar los principales resultados que arroja el Balance Social realizado por las entidades del Mercado Social de Madrid en 2016, incorporando la mirada de género en este análisis y con la firme

convicción de que nuestras empresas deben ser reconocidas por la ciudadanía por su compromiso con la sostenibilidad de la vida.

PARTICIPANTES

JOSE LUIS FDEZ. CASADEVANTE, KOIS.

Sociólogo, experto internacional en soberanía alimentaria por la UNIA. Miembro de la cooperativa de trabajo asociado GARUA, desde 2009, dedicada a impulsar investigaciones, proyectos y procesos formativos relacionados con la ecología social. Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global. Activista del movimiento vecinal desde hace más de una década, actualmente involucrado en promover proyectos de agricultura urbana como Responsable de Huertos Urbanos de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid (FRAVM). Su blog es Raíces en el asfalto.

MARÍA AVIZANDA

Periodista. Formó parte del equipo de la investigación ¿Colaboración o Negocio? Consumo colaborativo: Del valor para los usuarios a una sociedad con valores, que analizaba el impacto del consumo colaborativo en Europa, realizada por el grupo Cibersomosaguas (UCM) para varias asociaciones de consumidores europeas, entre ellas la OCU.

AMAYA APESTEGUÍA

Investigadora de la Organización de Consumidores y Usuarios en temas de consumo ético y colaborativo. Su trabajo se centra en comprender, analizar y comunicar las diferentes modalidades de consumo para mejorar su impacto sobre la sociedad y los consumidores. Actualmente es miembro del Comité consultor de Naciones Unidas IOYFP para el consumo sostenible.

ORENCIO VÁZQUEZ

Coordinador del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. También ha formado parte del equipo de coordinación de Red Puentes Internacional y de la European Coalition For Corporate Justice. Actualmente es miembro del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial. Profesor asociado en la UNED en el departamento de Economía Aplicada y Contabilidad de la facultad de Económicas.