

El juego de **REINVENTAR EL MERCADO**, también conocido como de las cinco columnas, consiste en que, uno por uno, cada participante del grupo que va a empezar una feria de trueque, enuncie, en el orden en que se encuentran sentados, las siguientes informaciones:

1) Nombre y teléfono / dirección: *Esta información permite generar relaciones de confianza al interior del grupo, al exponer la identidad de todas las personas por igual; además, posibilita el contacto posterior para la realización de transacciones y la formación de un catálogo general. De todos modos, es importante reconocer que la mayor parte de las operaciones se hace a partir de las relaciones personales y no de la pura información de los catálogos. Debe ser enunciada en cada reunión, para que los nuevos participantes sean incluidos con todos los demás.*

2) Actividad principal que desarrolla o desarrollaba en el mercado formal, tanto en el área de productos como de servicios y que está dispuesto a ofrecer en la red: *esta información permite que los demás sepan con qué clase de productos /servicios se van a encontrar en la feria, para que puedan encargarlos para su consumo o informar a otros sobre su existencia.*

3) Saberes que puede enseñar ocasionalmente a miembros de la red, sin necesariamente pretender cobrar por ello o hacerlo siempre. *Esta actividad contribuye enormemente a que las personas descubran en qué pueden ser útiles a otras.*

4) Productos y servicios que obtiene u obtuvo anteriormente sin dinero: *necesidades satisfechas. Si se trata de alguien que concurre por primera vez, no tendrá experiencia en la red de trueque, pero aun así es muy importante que la persona busque en sus experiencias pasadas cuánto "trueque" ha hecho, para verificar como esa experiencia siempre estuvo presente. Por ejemplo, los niños se intercambian juguetes, los adolescentes, ropas, los padres, comparten el traslado de los hijos al colegio. A su vez, los participantes que ya están frecuentando la red cuentan minuciosamente qué están tomando del grupo, de modo de mostrar distintas posibilidades (tal vez no "visibles" de entrada), el cambio de sus hábitos de consumo y el "ahorro" de dinero en productos que consumían antes en el mercado formal.*

5) Productos, servicios o « rarezas » que quisiera encontrar y aun no encontró: *necesidades insatisfechas hoy. Ésta es la oportunidad de que otros se den cuenta de que son "proveedores" potenciales de otros miembros del grupo, ya sea porque producen lo que otros necesitan, ya sea porque pueden empezar a hacerlo en el corto plazo, como prueba de la capacidad de desarrollo de nuevas habilidades.*

En el ambiente cordial del "juego", es útil y revelador pedirles a los participantes que estén alerta y levanten la mano todas las veces que escuchen los ítem 2 y 3, si llegaron a estar interesados en *consumir* tales ofertas, al mismo tiempo que lo hagan si pudieran *producir* lo que se solicita en el ítem 5. Con esta práctica muy simple, frecuentemente se empiezan a hacer negocios inmediatamente o, al menos, se visualiza muy concretamente el mercado potencial presente: ésta es, pues, una forma de *"reinventar el mercado"*...

Cuando la feria está funcionando, es muy importante reunirse regularmente, todas las semanas, aunque haya poca gente, para que la feria quede identificada como un espacio proveedor regular. También lo es, lograr el compromiso de que nadie desista antes de tres meses de experiencia, para que cada persona tenga la oportunidad de ponerse a prueba como prosumidor (productor / consumidor) con una actitud nueva frente a lo que *puede llegar a hacer!* En nuestra experiencia, ha sido útil para el crecimiento del grupo incluir alguna actividad *recreativa* o *mística*, según el grupo vaya aceptando, y hacerlo en todas las sesiones para no reducir la actividad a un "supermercado de desempleados", como ha definido algún alumno del Programa de Capacitación Permanente... Por ello, también es importante que el lugar sea atractivo, agradable, prolijo y limpio, de modo que sea placentero a volver la próxima semana, aun sin ser lujoso. Si estas condiciones son observadas, si el Grupo Impulsor informa sobre lo que está ocurriendo en otras partes del país o de la región, invita a los participantes nuevos a incorporarse con el propósito de *emprender* para ellos, al mismo tiempo que *hacer crecer la Red*, en poco tiempo se sienten identificados como protagonistas de una propuesta de transformación social radical y no solamente de una actitud de remediar su situación personal. Inversamente, si no hay *mística* de tal construcción en el Grupo Impulsor, los participantes se limitan a "trocar" y "hacer la suya"...