

La sostenibilitat del cooperativisme agroecològic: dels grups de consum als supermercats cooperatius



L'aresta
COOPERATIVA AGROECOLÒGICA

Impulsa



Col·labora Promou i finança



Maig 2024

Idea original: L'Aresta Cooperativa Agroecològica

Han participat en l'elaboració d'aquest informe:

Autoria: Pati Homs (L'Aresta Cooperativa Agroecològica)

Revisió: Adrià Martín Mayor (L'Aresta Cooperativa Agroecològica)

Maquetació: Itxaso Euba i Anna Garcia (L'Aresta Cooperativa Agroecològica)



Agraïments: Volem agrair a totes les persones productores, consumidores, treballadores, expertes en l'àmbit de l'agroecologia que han participat a l'estudi ja que sense elles, aquest informe no hauria estat possible. També volem agrair a l'Ateneu del Camp de Tarragona (Coopcamp), la Fundació Roca i Galès, l'ACCID i la Universidad Complutense de Madrid, la confiança dipositada a L'Aresta per a fer aquest estudi.

Impulsa:

Col·labora: Promou i finança:



economia social
Ateneu Cooperatiu
Camp de Tarragona



Fundació
ROCA GALÈS
CATALUNYA



Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball, Afers Socials
i Famílies**



Aquesta obra està sota una llicència de Creative Commons
Reconeixement-NoComercial 4.0 Internacional.

Índex

1. Introducció	3
2. Objectius de la recerca	6
3. Metodologia	7
4. L'agroecologia i els sistemes d'aprovisionament agroecològic a Catalunya	11
5. Limitacions del model d'aprovisionament de petita escala	15
5.1. Els límits dels petits grups i cooperatives de consum	15
5.2. L'autogestió, la relació directa i vides diverses	17
5.3. Reptes de les cooperatives i grups de consum de petita escala	20
6. El canvi d'escala al cooperativisme agroecològic: nous models de creixement	22
6.1. Funcionament i organització dels nous models	22
6.2. Per què fer un canvi d'escala?	26
7. Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats dels models de creixement al cooperativisme agroecològic	28
8. Vells i nous reptes dels supermercats cooperatius i altres estructures de creixement	32
8.1. La diversitat: "Els supermercats cooperatius no són una mostra del barri"	32
8.2. Entre la viabilitat econòmica i la sostenibilitat de la vida	37
8.3. La divisió del treball: "inconscientment el gènere sempre opera"	43
8.4. Model de participació: Tensions entre el treball remunerat i no remunerat	46
8.5. Processos de formalització i professionalització	48
8.6. La governança als supermercats cooperatius	51
8.7. Aliances institucionals: el rol de les subvencions	56
9. Bones pràctiques en el canvi d'escala	59
10. Sobre els models d'articulació i sostenibilitat a gran escala	61
11. Conclusions entorn la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic	66
12. Referències bibliogràfiques	69
13. Annexos	72

1. Introducció

Aquest informe detalla l'evolució dels sistemes d'aprovisionament agroecològic i posa atenció al model de creixement d'aquestes xarxes a Catalunya en els darrers anys. El text recull alguns dels reptes del model més estès configurat per petits grups de consum que mantenen una relació directa amb les productores de productes frescos, així com alguns dels reptes dels nous models de creixement que s'han anat desenvolupant en els darrers anys al territori com ara els supermercats cooperatius. Aquesta recerca vol ser una continuïtat del treball que vam realitzar des de L'Aresta al 2017, *El canvi d'escala, un revulsiu per la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?*, en el que abordàvem la pregunta sobre la necessitat de qüestionar i debatre el model de creixement en un moment d'inflexió pel cooperativisme agroecològic. En aquell moment hi havia una sèrie de dificultats tant als projectes productius com a les cooperatives de consum, que es començaven a viure ja no com a dificultats individuals dels projectes concrets sinó com un problema compartit que posava en joc la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic a Catalunya. En aquell estudi, ens vam centrar en fer una anàlisi detallada sobre algunes de les limitacions del model de creixement basat en la replicació (i la posterior articulació) dels grups de consum i vam obrir la porta a repensar i debatre sobre la necessitat de canviar l'escala dels projectes per millorar-ne i facilitar-ne la seva sostenibilitat.

Avui pensem que part d'aquest camí s'ha dut a terme gràcies a la construcció col·lectiva dels supermercats cooperatius i altres estructures organitzades en l'àmbit del consum que faciliten l'accés i la participació a més persones als sistemes d'aprovisionament agroecològic. Ara bé, pensem també que cal fer una anàlisi crítica d'aquest camí recorregut per veure les limitacions així com els nous i vells reptes que afronten aquests projectes.

De la mà de diverses fonts de finançament¹ hem pogut realitzar aquest treball de camp i recerca amb l'objectiu de recollir, sistematitzar i compartir algunes de les dificultats i

¹ Aquesta recerca s'ha realitzat gràcies al suport econòmic de l'Ajut a la recerca en l'àmbit del cooperativisme 2022 atorgat per la Fundació Roca i Galès i l'ACCID i de l'Ateneu Cooperatiu del Camp de Tarragona-Coopcamp. La realització del treball de camp s'ha portat a terme en el context del projecte de recerca i+d "Ecoembedness. Cambiando los paradigmas: prácticas y discursos de las "economías transformadoras" en un contexto de urgencia ecosocial" (PID2019-106757GA-I00).

bones pràctiques que s'estan duent a terme en el cooperativisme agroecològic en aquests darrers anys. De la mateixa manera que a l'anterior informe, fem el terme *cooperativisme agroecològic* per visibilitzar les dinàmiques d'intercooperació que han caracteritzat les relacions entre productores, entre consumidores i entre ambdós sectors. A més, parlar de cooperativisme agroecològic ens permet aprofundir en la intersecció entre l'agroecologia i el cooperativisme i possibilita construir nous imaginaris i recuperar referents passats com el cooperativisme d'inicis del segle XX (Dalmau i Miró, 2010) i referents presents com les aliances amb l'Economia Social i Solidària (ESS) (Hierro i Vidal, 2019). En aquesta recerca, ens hem centrat especialment en les experiències organitzades des del consum que al seu torn inclou una diversitat de projectes com els grups de consum, les cooperatives de consum, les cooperatives de treball o els supermercats cooperatius. Totes elles s'organitzen de forma col·lectiva amb l'objectiu de construir sistemes alimentaris més justos social i ambientalment.

Com a l'anterior estudi, aquesta no és una recerca acadèmica. El nostre interès ha estat posar el focus en el coneixement que genera el cooperativisme agroecològic des de la pràctica i la reflexió. Hem escrit sobretot pensant en les pròpies persones que participem en el cooperativisme agroecològic, fent-nos preguntes que ens interpel·len en el nostre dia a dia, recollint aprenentatges i reflexions des de dins amb l'objectiu que aquest exercici ens ajudi a mirar amb perspectiva i a alimentar l'agroecologia de forma col·lectiva.

El present informe es divideix en diverses parts. Primer, contextualitzem les xarxes agroecològiques a Catalunya i en descrivim breument la seva evolució. Seguidament, plantejarem alguns dels principals reptes que afronten i limiten el desenvolupament dels grups i cooperatives de consum d'escala més petita. En aquest context, presentem diferents models de creixement del cooperativisme agroecològic, com ara els supermercats cooperatius, que sorgeixen amb força a partir del 2018 a Catalunya i que tracten d'afrontar alguns d'aquests reptes. Després, compartim una anàlisi DAFO (Debilitats-Amenaces-Fortaleses-Oportunitats) i una explicació més detallada d'alguns dels nous i vells reptes d'aquestes noves formes d'organització del consum de major escala en el marc del cooperativisme agroecològic. Finalment, presentem alguns dels imaginaris i propostes d'articulació dels projectes i obrim alguns dels fils de debat i

reflexions obertes a l'interior del moviment agroecològic al llarg d'aquests darrers anys amb l'objectiu de compartir i seguir pensant juntes cap a on volem caminar plegades.

Som conscients que aquest informe té un abast molt limitat. En concret, se centra en les propostes organitzades en l'àmbit del consum i no analitza amb profunditat altres baules dels sistemes alimentaris agroecològics com ara els models de distribució o la sostenibilitat de les productores que cal tenir en compte quan reflexionem en el canvi d'escala del cooperativisme agroecològic. En aquest sentit, seria interessant completar aquesta recerca analitzant aquests altres eixos i poder tenir una visió més holística del canvi d'escala en els sistemes d'aprovisionament agroecològic. D'altra banda, aquesta recerca està limitada per altres motius: l'abast territorial i temporal de la mateixa així com els projectes que s'han inclòs i, per tant, deixant fora molts d'altres. Tanmateix, esperem que al llarg de la lectura i els debats col·lectius (que de ben segur que sorgiran!) puguem prosseguir per aquest camí de reflexió conjunta i transformar els sistemes alimentaris cap a sistemes més saludables, sostenibles i justos.

2. Objectius de la recerca

En aquesta recerca volem analitzar les limitacions i potencialitats dels models de sistemes d'aprovisionament agroecològic que aborden el canvi d'escala, recollir bones pràctiques que poden servir per l'aprenentatge col·lectiu en la transició cap a sistemes alimentaris agroecològics, així com detectar alguns dels reptes i necessitats d'aquests nous models.

Així doncs, l'**objectiu general** d'aquesta recerca és:

- 1) Analitzar la sostenibilitat socioeconòmica dels sistemes d'aprovisionament agroecològics que han augmentat d'escala

La investigació té com a **objectius específics**:

- 1) Detectar en quin grau les noves formes d'organització i funcionament dels grups de consum superen alguns dels reptes plantejats:

- Incrementar el nombre de persones que poden accedir a l'alimentació agroecològica

- Ampliar la diversitat socioeconòmica i cultural de les persones que s'alimenten a través dels sistemes alimentaris agroecològics

- Millorar la sostenibilitat econòmica dels projectes productius

- 2) Analitzar les debilitats i fortaleces dels models d'aprovisionament agroecològic que aborden el canvi d'escala.

- 3) Entendre el paper de l'administració en el desenvolupament d'aquests projectes i els efectes d'aquest suport institucional segons els agents implicats.

3. Metodologia

En aquest estudi hem emprat una mirada qualitativa per tal de comprendre les pràctiques i les relacions amb que estem donant forma al cooperativisme agroecològic i els efectes que estem promovent. Ens interessa comprendre les experiències de les persones que hi participem, com signifiquem allò que fem i quines tensions identifiquem. Per tant, volem recollir la complexitat i identificar allò que resulta significatiu en les accions que realitzem, més que no pas fotografiar i representar de manera global i detallada la totalitat del cooperativisme agroecològic.

La metodologia qualitativa té un gran potencial per comprendre processos d'acció col·lectiva, involucrar-nos amb les participants i descriure'n la realitat des del seu punt de vista (Iñiguez, 2004). Aquesta mirada permet generar noves línies de reflexió i treball en els col·lectius implicats, en aquest cas, en el cooperativisme agroecològic.

En aquesta recerca, ens ha interessat ser allà on passen les coses, analitzar el dia a dia. I, al mateix temps, aprofundir-hi tot preguntant a persones que hi participen activament des de posicions diverses.

Conseqüentment, hem optat per desenvolupar el mètode etnogràfic (Iñiguez, 2004; Hammersley i Atkinson, 2001) que consisteix, bàsicament, en observar que fan les agents en un context determinat d'interacció social. La persones que desenvolupem la recerca participem en la quotidianitat de diversos col·lectius vinculats a l'agroecologia i, per tant, som simultàniament observadores i participants, tot buscant constantment la tensió entre la familiarització i l'estranyament. L'etnografia ens exigeix desplegar la sensibilitat i habilitat de mantenir-nos obertes davant de les interpretacions sorgides de les agents associades a l'estudi, així com respecte a les nostres pròpies interpretacions. La tasca d'investigar etnogràficament ens porta a observar què passa, escoltar què es diu, parlar amb les agents implicades i recollir, en un diari de camp, totes aquelles dades que considerem rellevants, durant un període de temps que permeti assolir els objectius de la recerca (Garfinkel, 1967).

Per realitzar el treball de camp i recollir la informació, ens hem servit de tècniques de recollida d'informació que ens permeten comprendre l'experiència i descriure les pràctiques des de la quotidianitat i des del punt de vista de les persones i col·lectius que

en són protagonistes. Així, hem fet ús de l'observació participant i de l'entrevista individual, a banda de l'anàlisi documental.

L'observació participant ens ha permès obtenir molta informació en la mesura que és una tècnica molt oberta amb que hem pogut recollir i analitzar *in situ* allò que passa en el dia a dia dels grups de consum, cooperatives de consum, supermercats cooperatius, de les productores i dels espais d'articulació col·lectiva. Es tracta d'una tècnica molt útil que hem considerat imprescindible, en la mesura que som persones que participem del món del cooperativisme agroecològic, que ja hem realitzat treballs previs en aquest àmbit i que participem en molts dels seus espais de discussió i reflexió.

Així, com a participants del moviment agroecològic, hem registrat en el diari de camp aquells esdeveniments significatius i relacionats amb els objectius de la recerca que s'han produït en el nostre dia a dia. L'observació participant ens ha permès convertir en objecte d'observació i d'anàlisi allò en què nosaltres participem, així com introduir-nos allà on succeeixen les coses, seguir els esdeveniments i descriure com succeeixen, tot donant així rellevància al coneixement i les pràctiques que construeixen quotidianament allò que anomenem sistemes d'aprovisionament agroecològics.

Això ens ha portat a dur la recerca a espais i trobades que s'han celebrat en aquest darrer any i mig, com reunions, jornades, i esdeveniments diversos. I, al mateix temps, ens hem obligat a mirar analíticament, tot fent un exercici d'estranyament respecte d'allò a què estem acostumades i que és el nostre dia a dia, com és la participació com a consumidores en grups de consum, o la nostra relació amb aquests col·lectius en tant que elaboradores, la nostra relació amb altres productores, etc.

A més de l'observació participant, hem emprat dues tècniques molt habituals en el mètode etnogràfic: l'anàlisi documental i l'entrevista individual.

D'una banda, l'anàlisi documental ha consistit a ampliar la revisió documental que ja hem fet per a estudis previs, així com per a la nostra pràctica diària en el moviment agroecològic. Hem buscat aquells textos (llibres, articles, notícies, reportatges o audiovisuals) que participen en el nostre objecte d'estudi i que el construeixen, i n'hem extret les principals aportacions de cara a fonamentar l'anàlisi.

D'altra banda, hem realitzat entrevistes semi-estructurades i en profunditat a persones que formen part dels següents projectes: Supercoop (Manresa), Foodcoop (Barcelona), L'Artiga (Olot), La Feixa (Mataró), La Bajoca (Camp de Tarragona), L'Economat (Barcelona), La Magrana Vallesana (Granollers), i La Fresca (Cardedeu). La Taula 1 recull algunes de les característiques de cadascuna de les iniciatives entrevistades. A més, a la taula també s'inclou el supermercat cooperatiu, El Pebre Roig (Barcelona) que ha participat en diverses jornades i grups de discussió en els que hem participat, encara que no s'ha realitzat cap entrevista formal a membres d'aquest col·lectiu. Totes les dades de la taula corresponen a la realitat de les iniciatives en el moment que es va realitzar el treball de camp (2022-2023). És molt probable que aquesta informació en el moment de la redacció del text (2024) ja hagi canviat.

Per realitzar les entrevistes, hem preparat un guió d'entrevista que recull els objectius de la recerca (veure Annex 1). Aquestes entrevistes, les hem gravat, amb el consentiment de la interlocutora, i les hem transcrit literalment per poder fer-ne l'anàlisi. La durada de les entrevistes a oscil·lat entre l'hora i les tres hores. Els projectes van ser seleccionats tenint en compte que es representés la diversitat en diferents aspectes: diversitat territorial, les fórmules jurídiques, l'any de creació, l'organització socioeconòmica i el funcionament dels col·lectius. Al present informe es presenten els noms dels projectes amb el consentiment exprés de les persones que han participat. Tanmateix, mantenim l'anonimat de les persones que hem entrevistat en la mesura que en diversos moments de les entrevistes han compartit obertament elements de les seves vides personals, afectes, vulnerabilitats i vivències que són rellevants per a la recerca però que ahora són sensibles. D'aquesta manera, podem fer compatible l'ús del coneixement i l'experiència que han aportat amb la cura dels efectes que pot tenir per a elles exposar-se.

També hem participat en diversos cursos, jornades, tallers participatius i reunions de treball impulsades pels propis col·lectius de consum així com pels Ateneus Cooperatius del territori (Coopolis, Coopcamp, etc.) o d'altres entitats com la Fundació Roca i Galès.

Finalment, hem recollit dades d'un estudi que vam realitzar durant el primer trimestre del 2023 sobre la Divisió Sexual del Treball (DST) als grups de consum de La Bajoca. La

recollida de dades es va dur a terme mitjançant l'enviament online d'una enquesta a totes les sòcies del col·lectiu (125) i es van obtenir 55 respostes, 4 entrevistes a membres del col·lectiu i observació participant durant dues assemblees i dues tardes de recollida de les cistelles². Aquestes dades ens han estat útils per elaborar algun dels apartats específics del text que aborda la divisió del treball segons el gènere als diferents col·lectius

Taula 1. Relació dels 9 projectes de consum agroecològic participants a l'estudi

Col·lectiu	Localitat	Model	Forma jurídica	Any de formació	Nº sòcies	Aportacions*	Marge	Treballadores
Foodcoop	Barcelona	Supermercat cooperatiu	Cooperativa integral de consumidors/es i serveis	2022 (2018 inici)	530 sòcies (280 actives)	90 € CSI 3h/mes TNR	30%	3
L'Artiga	Olot	Supermercat cooperatiu	Cooperativa de consumidors/es amb sòcies treballadores	2021 (2018 inici) (2020 constitució cooperativa)	210	60 € CSI 3h/mes TNR	22,5 a 35 % segons producte	2
La Bajoca	Valls	Xarxa de grups de consum	Associació cultural	2013	170 (125 actives)	AI: 15 €. No TNR	15-20%. 30%(productes concrets)	2 40h/setmana
L'Economat	Barcelona	Cooperativa de treball amb sòcies col·laboradores (consumidores)	Cooperativa de treball associat	2012-13	650 famílies sòcies	80 € anuals. 3 - 4h treball voluntari: descompte del 10%	20% 25%(productes concrets)	3 2,5 jornades completes
La Fresca	Cardedeu	Botiga per a sòcies	2010-2021 Associació 2021- Cooperativa de consumidores/as	2010-2011	173	2 tornos/ any Treball voluntari: 5% de descompte	Sistema acumulatiu 10% Botiga: 5% Fruita i verdura: 15%	2 70h/setmana
La Feixa	Mataró	Supermercat cooperatiu	Cooperativa de consumidores/as	2020	230	Quota: 20€/trimestre TNR: 2 h/mes		2
La Magrana Vallesana	Granollers	Botiga per a sòcies	Associació de consumidors/es	2010	330	20 euros /any	15-18% 10% (productes concrets)	5 3 jornades completes
Pebre Roig	Barcelona	Supermercat cooperatiu	Cooperativa de consumidors/es	2020 Sense local Sense activitat econòmica	128	CSI: 30€ Cuota:7€ /mes. 2h TNR/mes	13%	1 jornada completa
Supercoop	Manresa	Supermercat cooperatiu	Coop. integral consumidores/es y usuarios/es, de treball associat i de serveis	2021 (2018 inici) (2019 constitució cooperativa)	400	CSI: 50€ 3h TNR/mes	20%	3 jornades parcials

*Capital Social Inicial; **Treball No Remunerat; ***Aportació Inicial.

² Per a més informació, podeu consultar l'informe "La divisió del treball als grups de consum de La Bajoca amb perspectiva feminista al següent [enllaç](#). Posteriorment vam elaborar una eina d'autodiagnosi adreçada als grups i cooperatives de consum amb l'objectiu de facilitar l'abordatge de la necessària transició feminista en els col·lectius de consum. Podeu trobar l'eina: "Sembrem feminismes" en el següent [enllaç](#). Ambdós estudis han estat encarregats per La Bajoca.

4. L'agroecologia i els sistemes d'aprovisionament agroecològic a Catalunya

L'agroecologia neix i s'estén a Amèrica Llatina cap als anys 70 i 80 com a disciplina científica, un moviment social i un conjunt de pràctiques camperoles respectuoses amb l'entorn i la vida (Sevilla-Guzmán i Woodgate, 2013).

El Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe (MAELA), El Movimiento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) i la Via Campesina són alguns dels moviments camperols clau en el desenvolupament de l'agroecologia que reivindiquen la sobirania alimentària dels pobles i sistemes alimentaris justos social i ambientalment.

L'agroecologia es desenvolupa creant discursos i pràctiques "alternatives" en un context dominat per l'agroindústria que d'ençà l'anomenada Revolució Verda es va estendre arreu del planeta. La Revolució Verda va suposar una sèrie de canvis radicals en els sistemes de producció, distribució i consum d'aliments. Així, es va produir una forta industrialització de l'agricultura que va passar a dependre dels agroquímics, dels combustibles fòssils i d'altres insums. A més, va suposar una mecanització i monetarització de l'activitat agrària provocant en molts casos el despoblament de les zones agràries i la transformació d'una agricultura de subsistència a una agricultura basada en la producció d'excedents alimentaris. L'agricultura agroindustrial és responsable d'una bona part de l'emissió de gasos hivernacle així com responsable de molts processos de desforestació i de pèrdua de la fertilitat de sòl. Aquest model de producció va lligat a un model de distribució globalitzat controlat per unes poques empreses transnacionals que decideixen què mengem, d'on ve el què mengem, els preus dels aliments, i, en definitiva, tots els aspectes lligats a la nostra alimentació. En contraposició a aquest model alimentari globalitzat, la perspectiva agroecològica té en compte tots els agents clau dels sistemes alimentaris a l'hora de decidir com volem alimentar-nos (productores, consumidores, intermediàries, etc.). A més, considera tres dimensions íntimament interrelacionades dels sistemes alimentaris: l'ecològica-productiva, la sociopolítica i la socioeconòmica i cultural. En aquest sentit, l'agroecologia esdevé un conjunt de teories i pràctiques que aposta per un canvi global del sistema alimentari i que implica una reconfiguració de totes les baules dels sistemes alimentaris

en les diferents escales (producció, consum, comercialització, distribució, generació de residus etc.).

En paraules d'Eduardo Sevilla-Guzman (2006), l'agroecologia és la "gestió ecològica dels recursos naturals a través de formes d'acció social col·lectiva que presenten alternatives a l'actual model de gestió industrial dels recursos naturals mitjançant propostes, sorgides del seu potencial endogen, que pretenen un desenvolupament alternatiu des dels àmbits de la producció i la circulació alternativa dels seus productes, intentant establir formes de producció i consum que contribueixin a encarar la crisi ecològica i social, i d'aquesta manera enfrontar-se al neoliberalisme i a la globalització econòmica".

Cap als anys 90, l'agroecologia arriba a l'estat espanyol gràcies a agents de l'àmbit acadèmic com ara investigadors de l'Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC) de la Universitat de Còrdova i moviments socials com el Sindicato Obrero del Campo (SOC) (Altieri, 2015). En aquesta mateix període, també trobem experiències de producció i consum transformadores que es van estenent pel territori. A Catalunya, els inicis de l'agroecologia també se situen cap als anys 90, tot coincidint amb la introducció dels reglaments governamentals de certificació de l'agricultura ecològica i la reivindicació per part dels moviments socials de la necessitat de tenir en compte les dimensions socioeconòmiques, polítiques i culturals dels sistemes alimentaris. En el territori català, una de les expressions més desenvolupades del moviment agroecològic han estat les xarxes d'aprovisionament configurades per petits projectes productius i les cooperatives o grups de consum agroecològic, amb les que estableixen acords de compromís i reciprocitat. D'ençà les primeres cooperatives de consum constituïdes als anys 80 com el Brot a Reus (1979), El Rec a Barcelona (1985) o el Rebot a Girona (1988), s'han multiplicat les experiències arreu. Al 2016 a Catalunya es calcula que hi havia aproximadament uns 160 col·lectius encara que el cens³ és incomplet ja que no es disposa d'un llistat actualitzat del nombre real de cooperatives i grups de consum al territori (Fernández i Miró, 2016). En general, la distribució territorial de les cooperatives ha tendit a concentrar-se a la província de Barcelona on es troben prop del 82% de les

³ Alguns dels recursos on apareixen els grups i cooperatives de consum són el mapa de la Repera (<http://repera.wordpress.com>), el mapa Pam a Pam (<https://pamapam.org/ca/>) i l'Open Food Network (<https://app.katuma.org/map>)

experiències (FCCUC, 2010). En el marc de l'articulació de les experiències de consum, en una primera etapa es van anar desenvolupant estructures com Ecoconsum o La Repera i, més recentment, La Coordinadora com a agrupació de cooperatives de consumidores agroecològiques.

En l'àmbit de la producció destaquen projectes pioners com el del Martí Rosell al Maresme (1982), Cal Valls (1979) o La Kosturica que van començar l'activitat productiva l'any 2000. Així mateix, també trobem processos d'articulació de la pagesia amb estructures formals com la cooperativa Hortec (1991) o bé amb xarxes menys formalitzades com ara La Xarxeta (Xarxa de Pagesos Agroecològics de Catalunya) (2007) o l'ADV Gent del Camp (2006). Algunes d'aquestes experiències més informals han estat funcionant durant un cert període de temps però el desgast i la precarietat de moltes productores ha provocat la seva baixada d'activitat o inclús la desaparició de la xarxa. Tanmateix, han seguit essent font d'inspiració per la creació d'altres experiències de productores que s'han ajuntat per comercialitzar els seus productes amb o sense botiga i per la creació de xarxes agroecològiques, com les recollides al web d'Einateca. Per exemple, Mengem Bages, Associació de Productors de la Conca d'Òdena, Mosaic de secà, Associació Alimentària de la Cerdanya, Aixopluc, La Brostada, EcoMaresme o Fet a la Conca. També al llarg d'aquests darrers anys s'han desenvolupat algunes iniciatives de distribució agroecològica en el marc de l'ESS, en alguns casos sense ànim de lucre. Aquests projectes comercialitzen el producte de la pagesia a preus justos, faciliten el transport i la logística tot agrupant comandes i ofereixen més diversitat de productes a les cooperatives i grups de consum. Encara que durant anys han arrossegat una mala imatge i han estat rebutjades amb més o menys força en els circuits agroecològics, ara estan agafant més força i esdevenint instruments necessaris per fer un canvi d'escala i facilitar la sostenibilitat del sector. En aquest context, existeixen iniciatives amb més o menys recorregut com ara Mon Verd, Frescoop, Queviure, Ecocentral i l'Enllaç Ebre.

Més enllà d'aquestes experiències col·lectives de producció, distribució i consum, amb les que decidim en la nostra quotidianitat alimentar-nos de productes de proximitat i respectuosos amb el medi ambient i les persones, el moviment agroecològic és molt divers i inclou també projectes que treballen de forma més específica en la dimensió sociocultural i política de l'agroecologia. Per exemple, projectes de recuperació de

varietats locals com Les Refardes, Esporus o la Xarxa Catalana de Graners, revistes de divulgació com l'Agro-cultura i la revista Sobirania Alimentaria o espais de recursos i recerca com l'associació L'Era (Espai de Recursos Agroecològics), el Postgrau en Dinamització local agroecològica (coordinat per Arran de Terra, la Universitat Autònoma de Barcelona-UAB i l'Institut de Govern i Polítiques Públiques-IGOP) o la Càtedra en agroecologia i sistemes alimentaris per la transformació social de la Universitat de Vic-UV. Des del moviment agroecològic també s'ha donat suport i s'ha participat en d'altres lluites socials i en defensa del territori com l'oposició al transvasament de l'Ebre i la defensa de l'horta de València o s'han creat espais específics d'acció i d'incidència sociopolítica com la Plataforma Transgènics Fora! o Som lo que Sembrem que va impulsar una Iniciativa Legislativa Popular, tots dos espais amb l'objectiu d'aturar el cultiu i desenvolupament d'aliments transgènics en l'àmbit territorial català.

En relació a les entitats de segon grau en l'àmbit de l'economia social i solidària, cal destacar la tasca de les diverses federacions de cooperatives com la Federació de Cooperatives Agràries, la Federació de Cooperatives de Treball o la Federació de Consumidors i usuaris de Catalunya. De la mateixa manera, altres estructures com la Xarxa d'Economia Solidària han estat clau el creixement i consolidació de les entitats en el marc de l'ESS.

En aquest informe ens centrem en les xarxes d'aprovisionament mencionades anteriorment constituïdes per projectes productius (amb diferents formes jurídiques) i consumidores organitzades (en cooperatives, associacions o grups de consum sense forma jurídica) que estableixen relacions directes, d'intercanvi i de reciprocitat entre elles. En concret, ens fixem en les propostes de consum organitzat amb diferents models i mides (grups de consum, cooperatives de consum, cooperatives de treball, supermercats cooperatius, etc.) que configuren aquestes xarxes.

5. Limitacions del model d'aprovisionament de petita escala

5.1 Els límits dels petits grups i cooperatives de consum

Els sistemes d'aprovisionament agroecològic configurats per petits grups i cooperatives de consum que mantenen relacions directes amb els projectes productius han jugat un paper clau en el desenvolupament de l'agroecologia. Per una banda, com a proposta aterrada de construcció de sistemes alimentaris més sostenibles i respectuosos amb el medi ambient i les persones. D'altra banda, com a font d'inspiració i difusió de l'agroecologia entre d'altres capes de la societat.

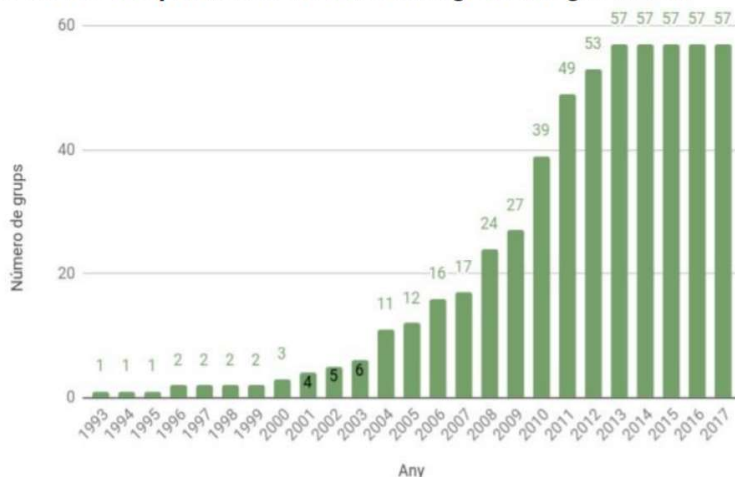
El format més comú dels col·lectius organitzats de consumidores i que ha seguit un creixement exponencial del 2010 al 2015 ha estat el de col·lectius donats d'alta com a associació i configurats per entre 15 i 30 unitats de consum. La majoria dels col·lectius no tenen botiga per a vendre a persones no sòcies i funcionen amb treball no remunerat dels membres. D'altra banda, s'ha tendit a no exigir la certificació oficial de producció agrària ecològica atorgada pel CCPAE a les productores amb les que es manté una relació directa sense intermediaris i basada en la confiança entre les parts. L'organització del col·lectiu es basa en grups de treball o comissions i les decisions es prenen a les assemblees.

En general, aquestes xarxes d'aprovisionament agroecològic han optat per un creixement basat en la replicació dels col·lectius de mida petita. Sovint, la formació de nous col·lectius ha anat acompanyada per altres de més veterans, que han compartit la seva experiència i també les seves llistes d'espera amb els grups de nova formació. A l'imaginari del cooperativisme agroecològic s'ha considerat la idea que aquests petits grups s'articularien entre ells tot estenent el cooperativisme agroecològic a més persones i territoris. Aquesta estratègia de creixement (replicació i articulació) ha permès un aprenentatge i un cert creixement del moviment, però alhora també presenta certes limitacions que explorem en aquest mateix apartat.

A partir del 2015, en un context en que augmentava l'oferta de productes ecològics als canals de comercialització convencionals, es van posar de manifest amb més intensitat algunes de les limitacions de les xarxes d'aprovisionament agroecològic al territori.

Aquest estancament es va materialitzar en l'aturada en el creixement del nombre de col·lectius, en la desaparició de les llistes d'espera de molts grups de consum i inclús en el tancament d'algun col·lectiu. En aquest sentit, destaca el sorgiment de moltes botigues especialitzades en alimentació ecològica, la presència de productes ecològics als supermercats i hipermercats convencionals, així com l'expansió de la venda online de productes ecològics. A banda d'aquestes limitacions vinculades al context més global, també s'ha relacionat aquest estancament amb alguns dels límits que presenta el propi model de xarxes d'aprovisionament agroecològic més estès a Catalunya. En el següent gràfic Ricard Espelt ens detalla l'evolució en el nombre de grups de consum a Barcelona des de la creació de la primera cooperativa a la ciutat en 1993, Germinal, fins al 2017. L'evolució en el nombre de grups i cooperatives de consum arreu de Catalunya ha seguit una tendència molt similar.

Evolució de les cooperatives de consum agroecològic a BCN



*Evolució dels grups i cooperatives de consum agroecològic actives per any a la ciutat de Barcelona (veure annex A.1).
Període 1993-2017. Font: autor.*

Gràfic 1. Evolució del nombre de grups i cooperatives de consum agroecològic a la ciutat de Barcelona (1993-2017). Font: Espelt (2018).

Alguns dels límits dels sistemes d'aprovisionament que condicionen l'evolució del cooperativisme agroecològic i que es subratllen tant en els debats interns com en les reflexions acadèmiques es vinculen amb:

- **La reproducció de les desigualtats** en el model de cooperativisme de consum agroecològic (Marfà, 2019; Ruiz Pascua 2023)

- **L'homogeneïtat socioeconòmica** en termes de classe, gènere, edat, diversitat funcional, hàbits alimentaris i pràctiques culturals (Marfà, 2019; Ruiz Pascua 2023)
- **La falta de democratització de les cures** en els col·lectius (Rivera, 2018; Homs *et al.*, 2021b)
- **La relació directa** (Martín *et al.*, 2017)
- **La dependència del treball no remunerat** dels col·lectius (Homs *et al.*, 2021a)
- **La mida petita** dels col·lectius (Martín *et al.*, 2017)

Aquestes limitacions coincideixen amb alguns dels reptes de les xarxes alimentàries alternatives identificats a nivell mundial per d'altres autores, com ara la falta d'accés democràtic als sistemes d'aprovisionament agroecològic, la manca de criteris de justícia social, l'(auto)explotació en l'àmbit de la producció, la integració d'aquestes xarxes a l'economia de mercat capitalista i els mecanismes de creixement i escalament d'aquestes xarxes (Goodman i Goodman, 2009).

Tal com vam detallar a l'informe publicat al 2017: *El canvi d'escala, un revulsiu per la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?* (Martín *et al.*, 2017), algunes de les formes concretes en les que s'expressen aquestes limitacions als col·lectius de consum organitzat de mida petita a Catalunya són: els models de participació poc flexibles; els horaris d'obertura del local incompatibles amb horaris laborals, casos de conciliació familiar o de multiactivisme; la manca de recursos econòmics de les consumidores; la falta de professionalització de les tasques; la insostenibilitat del model de relació directa entre productores i consumidores que implica un alt volum de gestió que sovint recau sobre les productores; el sistema de distribució ineficient; la invisibilització de les cures en els col·lectius, i, molt especialment, les tensions entre el treball remunerat i no remunerat sobretot en els projectes productius però també en els de consum.

5.2 L'autogestió, la relació directa i les vides diverses

Moltes de les cooperatives i grups de consum tenen com un dels pilars de la seva organització, l'autogestió. Ara bé, sovint l'autogestió s'ha entès i s'ha materialitzat d'una manera molt concreta. D'una banda, en la tasca obligatòria de preparació de cistelles setmanal seguint un calendari que reparteix aquesta tasca de forma equitativa entre tots

els seus membres. D'altra banda, en la realització d'alguna altra tasca essencial pel funcionament del grup. Sovint, quan el grup és d'una mida superior a les 12-15 unitats de consum, es formen comissions o grups de treball que s'especialitzen en alguna àrea: tresoreria, administració, relacions internes i externes, compres, etc. Cada membre del col·lectiu forma part d'alguna de les comissions des de les que desenvolupa alguna tasca. Finalment, l'autogestió es concreta en la participació a les assemblees del grup o cooperativa de consum que representen els espais de decisió col·lectiva. Per tant, l'autogestió majoritàriament s'ha interpretat com l'organització i funcionament del col·lectiu basat en el treball no remunerat repartit de forma igualitària entre totes les membres sense tenir en compte possibles diferències o desigualtats de partida entre les membres. A més, sovint la remuneració i professionalització de les tasques s'ha rebutjat al·legant la incompatibilitat entre aquestes i l'autogestió. És a dir, en cas de remunerar el treball s'estaria deixant de banda els principis autogestionaris.

Aquestes formes d'organització i funcionament han permès un procés d'aprenentatge individual i col·lectiu i, en molts casos, les cistellaires que van començar a formar part d'un grup per qüestions vinculades a la salut i la qualitat dels productes han acabat reformulant les seves motivacions de participació al grup en termes sociopolítics (Homs i Narotzky, 2019). Per exemple, algunes consumidores van entrar per accedir a productes de proximitat i més saludables i al cap d'un temps de formar part del col·lectiu ens expliquen que ara el que més valoren és la possibilitat de decidir col·lectivament el què mengen, la participació a les assemblees o el suport a la petita pagesia agroecològica. Ara bé, en general, aquesta forma concreta de materialitzar l'autogestió no té en compte possibles desigualtats de partida entre les membres, com ara les diferències en la disponibilitat de temps, la responsabilització de certes tasques de cures, la participació en d'altres col·lectius, etc. fet que limita fortament, sovint de forma implícita, les persones que poden participar-hi.

Un segon pilar d'aquestes xarxes d'aprovisionament ha estat la relació directa entre les productores i les consumidores. Aquesta relació sense intermediaris, basada en la confiança i la transparència, ha permès que les consumidores coneguin millor la realitat de la pagesia i establir un cert grau de compromís en els volums de compra al llarg del temps. Tanmateix, aquesta relació directa també presenta dificultats per a les

productores que han de mantenir una relació “personalitzada” amb les diferents cooperatives i grups de consum, tot augmentant considerablement les hores dedicades a la gestió de comandes i la seva distribució. En aquest sentit, s’observa que la relació directa es presenta com una alternativa a la presència d’intermediaris, que són rebutjats per ser agents que apliquen un marge de benefici, tot apujant el preu del producte per a les consumidores o bé segrestant una part del valor que correspon a les productores. No obstant això, observem com moltes de les cooperatives i grups de consum recorren a les distribuïdores per aconseguir determinats productes o aconseguir una diversitat de productes amb una sola comanda i així simplificant la gestió. Normalment els grups i cooperatives de consum empen intermediàries per abastir-se de productes secs, de comerç just o de determinats elaborats. D’altra banda, també algunes productores recorren a determinades empreses distribuïdores per completar la cistella amb més diversitat o per donar sortida a alguns dels seus productes. És a dir, encara que es rebutja la intermediació com una distribució no desitjable s’acaba recorrent a aquest servei en determinades situacions. A més, sovint la relació directa s’acaba traduint en un “conèixer” el projecte productiu fent alguna visita al camp o bé “coneixent” la pagesa el dia de repartiment de cistelles al local quan descarrega les verdures, o a través d’un correu electrònic o trucada en el moment de gestionar les incidències i els cobraments (Homs *et al.*, 2021b). En aquest sentit, la relació directa no es tradueix en una corresponsabilització dels sistemes alimentaris sinó en una revalorització de la pagesia que com assenyalen algunes autores es pot acabar convertint en una mercantilització de la pagesia (Goodman, 2004). I és que, a la pràctica, en molts casos, s’observa una manca de reflexió sobre les condicions laborals i les relacions de producció del projecte, que sovint són precàries, basades en l’autoexplotació i que és des de la producció que s’assumeixen gran part de les incerteses i riscos de les xarxes agroecològiques. Aquest tret no és exclusiu del cas català, diverses autores detallen les pràctiques d’autoexplotació en els projectes agroecològics arreu del món. Per exemple, Ryan Galt (2013) analitza les condicions laborals de la CSA (Community-Supported Agriculture) a Califòrnia i explica que en gran part dels projectes estudiats, les productores no tenen un sou digne i que justifiquen aquestes pràctiques d’explotació en termes morals i polítics.

Una altra limitació que s'observa en aquestes xarxes d'aprovisionament agroecològic conformades per grups i cooperatives de consum de mida petita és la dificultat d'incloure realitats i vides diverses, tant pel que fa a la disponibilitat de temps com per la capacitat adquisitiva de les persones entre d'altres. A més, la voluntat de mantenir una mida reduïda genera llistes d'espera a l'esguard que quedi alguna vacant en el col·lectiu. Per tant, persones que tenen les ganes i motivació en participar a un grup de consum pot ser que es quedin a l'espera durant un cert temps per a poder-hi entrar. Aquesta situació contrasta amb el principi bàsic del cooperativisme de porta oberta i lliure adhesió. En aquest sentit, el cooperativisme d'inicis de segle albergava el desig de satisfer la necessitat de proveïment del màxim de persones possible així com generar espais comunitaris de transformació social en altres àmbits més enllà de l'alimentació.

Destaquem que aquesta dificultat d'incloure vides diverses s'agreuja en el cas de persones amb tasques reproductives. Gran part dels col·lectius de mida petita no estan adaptats a la participació de persones amb dificultats d'implicació a causa del treball de cures. Tot i que s'observen algunes mesures en col·lectius específics per fer front a aquesta diversitat, pensem que és necessari incloure la perspectiva feminista en l'organització i funcionament d'aquests col·lectius d'una forma més transversal.

Tots aquests aspectes han anat obrint un debat sobre la sostenibilitat dels grups i cooperatives de consum però que també repercuteix de forma directa en la sostenibilitat social i econòmica de les productores i els seus projectes productius. La limitació de mida en grups i cooperatives de consum sovint suposa comandes de molt poc volum per a alguns productes fent que les despeses en transport, hores de repartiment i gestió no estiguin compensats per la pagesia i aquesta no estigui rebent un preu just per al seu producte contribuint a la seva precarització. De tal manera que, de vegades, el model de relació directa entre productores i consumidores implica una despesa de temps i de gestió molt gran pel poc volum de producte que s'intercanvia.

5.3 Reptes de les cooperatives i grups de consum de petita escala

En aquest apartat recollim alguns dels reptes que s'han anat repetint en diversos tallers participatius adreçats a grups i cooperatives de consum de mida petita que hem estat realitzant aquests darrers anys (2018-2022). En concret, llistem 4 dels grans reptes

(cures, diversitat, tecnologia i model de creixement) que les pròpies participants dels projectes han detectat en aquests tallers i incloem algunes de les qüestions que les consumidores pensen que caldria abordar.

Repte 1. Inclusió de les cures al grup de consum:

- Com es tenen en compte les cures en els grups de consum?
- Quines necessitats de cures s'han detectat?
- A quines es donen resposta i a quines no?
- Com s'aborden les cures en el nostre territori? Quina és la relació amb el barri i les altres entitats del barri?

Repte 2. Ampliar la diversitat entre les consumidores:

- Hi ha diversitat en els grups i cooperatives de consum?
- Quina diversitat està representada i quina no?
- Quines són les limitacions del col·lectiu que impedeixen aquesta diversitat?
- Quines estratègies es poden implementar per arribar a més capes de la població?

Repte 3. Millorar les eines tecnològiques que fem:

- Quines eines tecnològiques s'empren en els grups i cooperatives de consum?
- Quines mancances tenen aquestes eines?
- Quines alternatives existeixen?

Repte 4. Plantejar models de creixement en el cooperativisme agroecològic:

- Quines són les limitacions del model de creixement basat en la replicació dels grups? Principi de porta oberta vs. Llistes d'espera
- Quins altres models de creixement existeixen?
- Quines oportunitats ofereixen aquests nous models?
- Quines limitacions tenen?
- Volem un canvi d'escala vertical o horitzontal? Jerarquització o inclusió de cures i diversitat?

6. El canvi d'escala al cooperativisme agroecològic: nous models de creixement

Encara que des dels inicis els grups i cooperatives de consum han mostrat una certa diversitat pel que fa la mida, l'organització de les tasques, la remuneració i la professionalització d'aquestes tasques, l'exigència de participació, la relació i suport a la pagesia, la relació directa i l'ús d'empreses de distribució en els col·lectius, etc., observem com a partir del 2017 la diversitat d'experiències s'estén i apareixen algunes propostes que de forma explícita assumeixen el repte del canvi d'escala del cooperativisme agroecològic. En aquest sentit, són projectes que es plantegen els efectes i impactes de la seva mida, el suport i la corresponsabilització vers les productores i reconfiguren la seva estructura i funcionament per tal de buscar solucions a les dificultats que estan vivint, així com per augmentar la seva capacitat d'incidència a la societat.

En aquest context, emergeixen altres models organitzatius que proposen un canvi d'escala per superar alguns d'aquests reptes (Martín *et al.*, 2017; Lodeiro, 2018; Suriñach, 2017). En concret, al llarg d'aquests darrers anys s'han desenvolupat diverses propostes vinculades al desplegament de l'Economia Social i Solidària al territori com ara els supermercats cooperatius. En general, aquestes propostes tenen horaris més amplis i similars als dels establiments convencionals, en alguns casos botigues obertes a persones no sòcies, una major diversitat en la varietat de productes i aposten per la professionalització de les tasques més vinculades a la gestió de la botiga. No obstant, no en tots els casos s'elimina l'obligatorietat de realitzar treball no remunerat per part de les sòcies. Aquestes noves formes organitzatives tracten de superar alguns dels reptes plantejats pel model de sistemes d'aprovisionament explicats anteriorment.

6.1 Funcionament i organització dels nous models

A Catalunya trobem diverses estratègies de creixement en l'àmbit del consum del cooperativisme agroecològic d'escala més gran (Veure Taula 1, pàgina 10). Per una banda, els supermercats cooperatius com ara Foodcoop (Barcelona), L'Artiga (Olot), La Feixa (Mataró), Supercoop (Manresa) i Pebre Roig (Barcelona). A nivell de personalitat jurídica, tots els supermercats cooperatius són cooperatives de consum o cooperatives

integrals (consum, treball, serveis). En aquest segon supòsit, la majoria han iniciat la seva activitat amb les sòcies consumidores i en algun cas s'inclouen també sòcies de treball com ara a L'Artiga.

Els cinc supermercats catalans s'inspiren en el model de supermercat cooperatiu de Foodcoop a Park Slope (Brooklyn). Aquest supermercat es va fundar al 1973 i actualment consta de més de 12.000 sòcies. L'eslògan del supermercat és "bon menjar a preus baixos per les sòcies que treballen a través de la cooperació". El local està obert en horari comercial convencional i per ser sòcia cal aportar 2 hores i 45 minuts de treball al mes en forma de torns de treball. Cada dia hi ha unes 400 persones treballant a la cooperativa de forma no remunerada i en total hi ha 51 persones assalariades. A Foodcoop es poden trobar més de 7.000 referències la majoria ecològiques i de proximitat (70%), però també hi ha productes convencionals per oferir una varietat més gran de productes i preus. En concret, es calcula que els preus són entre el 20% i el 40% més baixos que en d'altres canals de comercialització.

La creació dels diferents supermercats cooperatius a Catalunya té la llavor en la projecció del documental sobre l'esmentat supermercat de Brooklyn, Foodcoop (2016) i que va aglutinar persones interessades en crear experiències similars. Diversos informants lamenten que des d'un inici s'apostés per copiar el model d'èxit de Brooklyn, sense aprofundir en les diferències entre els territoris que fan que el model s'hagi d'adaptar a la realitat catalana:

Són realitats molt diferents perquè a Brooklyn, estem parlant d'un desert alimentari (...) al voltant del Park Slope fonamentalment no hi ha altres supermercats comparables a nivell de producte fresc.

Des d'un inici, en els supermercats cooperatius catalans de la mateixa manera que a Foodcoop (Brooklyn), el model de participació s'ha basat en la compra que fan les sòcies, l'execució dels torns de treball no remunerat obligatoris i la participació voluntària en comissions i grups de treball. Tanmateix, al llarg del treball de camp s'ha observat que les experiències catalanes han tendit a flexibilitzar les formes de participació de les sòcies per tal de millorar la sostenibilitat dels col·lectius, per exemple, eliminant l'obligatorietat de fer torns de treball. L'eliminació del treball no remunerat obligatori ha estat una mesura emprada en diversos supermercats catalans per tal d'acollir una major diversitat

entre les membres i facilitar la participació (L'Artiga, Foodcoop, Supercoop, etc.). Tot i que l'experiència de Brooklyn ha tingut un paper cabdal en el desenvolupament dels supermercats cooperatius, remarcuem que a Catalunya trobem cooperatives de consum històriques com les ja mencionades El Brot (Reus) i El Rebost (Girona) que des dels seus inicis ja tenien aquesta voluntat de creixement i que poden servir com a fonts d'inspiració locals ja que són cooperatives de consum de mida gran amb botiga oberta (també per a persones no sòcies) amb un llarg recorregut al territori. En aquesta línia, una sòcia treballadora d'un supermercat cooperatiu compartia les següents reflexions:

Amb el tema del supermercats cooperatius és com si s'hagués fet *tabula rasa* i s'hagués dit: "allò no funciona, està estancat per tant no funciona, per tant, no tenim res a perdre, i ens fixem en una cooperativa a Nova York" (...) Llavors jo penso que, també és opinió personal, que no s'hagi caminat conjuntament amb els grups de consum i amb les cooperatives preexistents és el que ha fet que aquests projectes siguin molt més precaris, però que té una explicació perquè hi havia una... *bueno*, s'ha optat per una cosa molt més esquemàtica i per un enlluernament, com si la necessitat hagués creat una expectativa que per mi s'ha esquematitzat moltíssim, moltíssim.

Un segon model de creixement s'ha basat en el creixement més gradual de grups de consum més petits com ara la Fresca o la Magrana o bé la fusió de diversos grups de consum per constituir un projecte més gran com ha passat amb la creació del supermercat cooperatiu La Feixa a partir de l'Estrella i l'Ecopirativa. En els dos primers casos, el creixement ha estat més sostingut amb pics concrets que han suposat ampliar la jornada a les persones contractades, el canvi a un local més gran, l'aplicació de marges per fer front a l'augment de despeses o la transició a altres formes jurídiques. En general, el model de participació és més divers perquè les tasques quotidianes ja estan resoltes per les persones contractades i les sòcies poden promoure altres activitats. En aquests casos, les persones que formen el col·lectiu tenen un recorregut compartit en el grup de consum i no es crea la comunitat de zero. Aquest fet s'ha valorat com a positiu en el procés de creixement per part de diversos membres perquè ha suposat un coneixement previ en els hàbits de consum de les sòcies així com de les possibilitats de participació de les membres. En aquest sentit, s'evita la divergència entre el que s'espera i la realitat,

que ha estat un dels grans limitants que membres de diversos supermercats cooperatius han relatat al llarg del treball de camp. En molts supermercats cooperatius hi havia un coneixement molt limitat de la comunitat inicial.

Un tercer model⁴ molt proper en el funcionament i l'organització a l'anterior és el de les botigues agroecològiques cooperatives com l'Egarenca a Terrassa o el Rodal a Sabadell. En aquests casos es tracta de cooperatives de consum o associacions amb un model participatiu on les propietàries del projecte són les sòcies consumidores però el projecte també està obert al públic no soci com a eix vertebrador del projecte.

Un quart model d'organització i funcionament no gaire estès en l'àmbit català ha estat la creació d'una cooperativa de treball. A tota Catalunya només existeix el cas que ha participat en aquesta investigació, L'Economat⁵. En aquest model, les sòcies són les treballadores i les consumidores són sòcies col·laboradores. És un model que requereix molta menys implicació per part de les consumidores. De fet, la implicació és totalment voluntària i es veu compensada amb descomptes als preus. Ara bé, la presa de decisions es duu a terme a l'assemblea de treballadores, i les consumidores només participen en una trobada anual on es decideix què fer amb els beneficis generats.

Finalment, un altre model poc estès però que s'adapta a la realitat dels territoris amb menys densitat de població i que incloem en aquest estudi, és la xarxa configurada pels set grups de consum de La Bajoca. Aquesta xarxa és un exemple de creixement basat en l'articulació de diversos nuclis de consum situats a diferents municipis amb poca densitat de població. En aquest cas, els diferents nuclis comparteixen una part de les despeses d'estructura, transport i gestió del projecte, que estan professionalitzades i que en un inici combinaven amb una part de treball voluntari de les sòcies. Aquest model ha permès crear grups de consum més viables en territoris rurals, on hi ha menys massa crítica. Els diversos grups de consum estan molt lligats al teixit comunitari de casals populars, i això facilita l'accés al consum agroecològic a persones que ja participen

⁴ Malauradament no s'ha entrevistat a cap projecte d'aquest tipus en aquesta recerca. En un futur seria convenient també tenir-los present en el relat.

⁵ Recentment s'està creant una cooperativa integral a Cornellà que també serà una cooperativa de treball amb sòcies consumidores: L'Economat la Guilla

d'altres col·lectius transformadors a altres àmbits, sense haver d'assumir moltes hores de treball per fer funcionar el grup de consum.

Amb tot, hi ha altres models que han augmentat l'escala del cooperativisme agroecològic que no incloem en aquesta recerca, doncs ens hem limitat als projectes que estan organitzats des de l'àmbit del consum. En aquest sentit, no hem inclòs propostes com els mercats de pagès, per exemple la xarxa de deu mercats de pagès a Barcelona, o plataformes en línia de venda de productes com ara el Mercat Arrels. O bé, d'altres propostes d'articulació des de la pagesia com la cooperativa Ecomaresme, empreses de distribució com Ecocentral o inclús altres propostes del sector públic com els menjadors escolars o la compra pública.

6.2 Per què fer un canvi d'escala?

En aquest apartat recollim algunes de les reflexions compartides durant el treball de camp d'aquesta recerca que ens introdueixen a algunes de les motivacions principals per participar, implicar-se i en alguns casos "deixar-se la pell" en el salt d'escala del cooperativisme agroecològic.

El canvi d'escala implica....

Arribar a més gent:

El que costa de transmetre és que el canvi d'escala, més enllà de fer sostenible el projecte i de tenir algú allà alliberat d'aquella manera, és, anem a oferir, per fer que això sigui **una alternativa real per a tota la societat**, anem a fer que això sigui sostenible no només per 20 famílies que és com comença el grup, sinó que és apostar per una transformació social i aquí és on té sentit els supercoops i tot això. Això ha d'arribar a més gent i quan arriba a més gent, com tots els supermercats, és més barato perquè el volum és més gran.

Augmentar l'impacte de producte agroecològic comercialitzat:

Com s'ha de mesurar és amb l'impacte, és amb **l'impacte que creem i amb el volum de producte agroecològic comercialitzat**. Creiem que això és el primer indicador que indica si un projecte té més impacte social ...inclús es podria dir si és més o menys polític que un altre. I aquí estem parlant que setmanalment més de 1.200 quilos de fruita i verdura surten, entren i surten. Per tant, creiem que això té molta importància.

Un canvi feminista en l'estructura i l'organització:

S'ha de fer un canvi que no és només d'escala sinó **un canvi d'estructures** de...no sé com ho diria...de poder, no? De decisió, que sempre les prenen o sempre està.., no? com un rol una mica més masculista.

Millorar la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic de petita escala:

Nosaltres **el soci havia anat disminuint**, oi? I ens va semblar super motivador (muntar un supermercat cooperatiu).

Aconseguir la transició agroecològica:

El salt d'escala, el puto salt d'escala és això! Com que som més, ens ho puguem repartir millor, i ja està, és això. Llavors el que falta és... o sigui, no és un tema de viabilitat econòmica. Com dir-ho? Microgrups de consum repartits pel territori ultra conscienciats no faran la **transició agroecològica**, no poden, no tenen capacitat. Llavors treballem, creem, desenvolupem nous espais on això sigui viable, treballem conjuntament i com que serem moltes més, ens podrem repartir més tota la feinada que hi ha.

7. Debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats dels models de creixement al cooperativisme agroecològic

En aquesta secció presentem els resultats de l'anàlisi DAFO resultat de combinar diverses fonts de dades del treball de camp:

- 1- Sessió de treball de supermercats i botigues cooperatives organitzada pel Cercle de Transició Agroecològics i Consum de l'Ateneu de Barcelona (Coopolis) el 29 de setembre de 2022 on van participar membres de Supercoop, FoodCoop, La Magrana Vallesana, La Feixa, L'Economat, l'Artiga, i Pebre Roig.
- 2- Jornada "El cooperativisme ha de créixer? Com?" organitzada per la Fundació Roca i Galès (Mataró) el 2 de març de 2024.
- 3- Entrevistes formals a membres dels col·lectius.
- 4- Converses informals amb membres dels col·lectius.
- 5- Observació participant a diversos col·lectius.

Hem agrupat aquelles Debilitats, Amenaces, Fortaleeses i Oportunitats afins entre els projectes encara que existeixen matisos per cadascun dels col·lectius. A la Taula 2 recollim les debilitats i fortaleeses internes dels diferents projectes de consum agroecològic tot tenint en compte des de quins col·lectius s'han enunciat. A la Taula 3 recollim les amenaces i oportunitats que ofereix el context global extern i que tenen efectes en el desenvolupament dels projectes de consum.

Taula 2. Debilitats i fortalezes dels supermercats cooperatius i altres estructures de creixement

Debilitats	Fortalezes
<ul style="list-style-type: none"> · Falta de realisme: divergències entre l'esperat i la realitat (Supercoop, La Magrana, L'Artiga, Foodcoop, La Fresca) · Situació econòmica del projecte (Supercoop, La Magrana, La Feixa, Foodcoop, L'Artiga, La Bajoca). Per exemple: falta de liquiditat, sobreendeutament, grans inversions inicials, dependència de subvencions, etc. · Pèrdua de valors pel camí (Supercoop, La Bajoca) · Ubicació del local (Supercoop, La Feixa, L'Artiga, Foodcoop, La Bajoca). Per exemple, degut a dificultats d'aparcament, la localització a les afores del poble, etc. · Model de governança (La Magrana, La Feixa, L'Economat, La Bajoca, Foodcoop). Per exemple: manca d'horizontalitat, rol treballadores i consumidores, etc. · Baixa participació (La Magrana, L'Economat, Pebre roig, L'Artiga, La Bajoca) · Mermes (La Feixa) · Baix consum per sòcia (Foodcoop, L'Artiga, La Bajoca, La Fresca, Supercoop) · Falta de professionalització (L'Artiga, La Bajoca, La Fresca) · Pèrdua de sòcies per la professionalització del col·lectiu (La Fresca) · Esgotament, "burn out", explotació (Foodcoop, Supercoop, La Magrana, La Fresca) · Dificultats amb la implementació de programes informàtics que facilitin la gestió (La Bajoca, Supercoop) · Gestió de conflictes i tensions (totes) 	<ul style="list-style-type: none"> · Proximitat de les productores especialment amb les de producte fresc (Supercoop, La Magrana, La Bajoca, L'Economat, La Fresca) · Capacitat d'adaptabilitat (Supercoop, La Fresca) · Diversificació de fonts d'ingressos (La Fresca) · Manteniment de l'esperit cooperatiu i dimensió política (Supercoop, La Magrana, La Fresca) · Capacitat de sensibilització, revisió i autocrítica (La Magrana) · Aconseguir mantenir-se (La Magrana, L'Artiga, Foodcoop) · Tendència a l'augment de massa social, de vendes i baixada de preus dels productes (La Feixa) · Cohesió del nucli fort (La Feixa, Foodcoop, La Fresca) · Comunitat i enxarxament (L'Artiga, Pebre Roig) · Canvi d'ubicació (L'Economat, La Bajoca, La Fresca) · Producte fresc sempre disponible (tots) · Horari ampli (tots) · Ventall ampli d'opcions de participació (possibilitats de torn, altres tasques, quota, etc.) (L'Economat, La Magrana, La Bajoca, La Fresca) · Xerrada formativa de benvinguda (L'Economat) · Capital social baix per entrar⁶ (L'Economat, La Bajoca) · Programa de gestió que ha permès l'optimització de processos (L'Economat) · Aprenentatge al llarg del camí (L'Economat, Foodcoop, Supercoop, L'Artiga) · Fórmula jurídica de cooperativa de treball (L'Economat)

⁶ Aquí recollim els projectes que ho han valorat com una fortalesa encara que mirant les dades veiem com d'altres col·lectius tenen les quotes més baixes.

Dels resultats anteriors destaquem les dificultats que viuen gran part dels col·lectius en relació a la viabilitat econòmica dels projectes. Per exemple, per la falta de liquiditat, el sobreendeutament o la dependència de les subvencions. En general, també es destaca que hi ha una manca de participació i hi ha un tant per cent relativament baix de sòcies actives i implicades en els projectes. Aquesta baixa participació no només es detecta en la participació en la governança i el treball no remunerat a realitzar en els col·lectius sinó també en el baix consum de les sòcies, cosa que al seu torn afecta a la viabilitat econòmica del projecte. A més, aquest fet implica una sobrecàrrega per les persones treballadores que en diversos col·lectius se senten esgotades i (auto)explotades.

A més, volem afegir una reflexió compartida per diverses experiències que han abordat el canvi d'escala en el nostre territori en relació al model de creixement i la creació de falses expectatives. Tal com ens relatava una sòcia d'un supermercat cooperatiu:

Posar el llistó molt alt, de voler fer moltes coses molt ben fetes, d'entrada, i de fer-ho des de... des del privilegi. No sé com dir-ho, és a dir, el fet de poder accedir a finançament. De seguida tenir molt personal, de seguida, de gastar-nos molts diners en moltes coses que ha fet que llavors la implicació amb el projecte pot ser que no hagi sigut la que hagués hagut de ser. Els projectes (...) acostumen a néixer en petit i van creixent. I nosaltres vam començar a *lo grande* i això de començar a *lo grande*... Però això de començar a *lo grande* en algunes coses ha sigut positiu, però per algunes coses ha sigut negatiu. Per algunes coses des del meu punt de vista ha sigut negatiu, perquè hem generat falses expectatives, doncs és molt difícil explicar a tothom realment com serà una cosa que no han vist mai, ja. I això genera moltes, moltes frustracions, no?

D'altra banda, la majoria dels projectes destaquen com a punt positiu el fet de ser espais amb producte fresc disponible en un horari ampli d'obertura de la botiga. A més, les cooperatives de consum són eines clau en l'enxarxament i la creació de comunitat en els barris i pobles, així com espais d'aprenentatge col·lectiu i de sensibilització.

Taula 3. Amenaces i oportunitats dels supermercats cooperatius i altres estructures de creixement

Amenaces ⁷	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> · Capitalisme i hàbits de consum · Context socioeconòmic · Greenwashing i capitalisme verd · Disminució de la diversitat alimentària · Grans distribuïdores estan comprant empreses · Model de creixement pel salt d'escala · Grups de consum del barri 	<ul style="list-style-type: none"> · Possibilitat de canviar el món · Decreixement en general (context de crisi) · Pedagogia “del que hi ha” · Augment de la pagesia · “Menjar ecològic està de moda” · Crear relat social · Enxarxament en la producció i el consum · Arribar a més gent i més diversa · Arrelament al territori

En relació al context, destaquem certa ambivalència entre les informants. D'una banda, és difícil sostenir projectes alimentaris alternatius en un context capitalista doncs es tracta de projectes contrahegemònics que tracten de posar altres discursos i pràctiques sobre la taula. A més, ens trobem en un context d'expansió del capitalisme verd. En aquest sentit, el capitalisme s'apropia d'alguns discursos, valors i pràctiques que queden en els marges per tal de crear nous nínxols de mercat i permetre la continuïtat de la circulació i acumulació de capital. Així el capitalisme verd seria un reestructuració del capital en resposta a les qüestions ambientals. Tal com el defineix Harriet Friedmann (2005): “ Les corporacions agroalimentàries s'estan apropiant selectivament de les demandes ambientals, de seguretat alimentària, benestar animal, comerç just i d'altres moviments socials”

D'altra banda, les informants també destaquen que ens trobem en un context en el que la situació de crisi afavoreix l'interès en la cerca d'alternatives més sostenibles i respectuoses amb el medi ambient i les persones. En aquest sentit, ens trobem persones més “diverses” que s'acosten a les iniciatives agroecològiques.

⁷ En els apartats d'amenaces i oportunitats hem decidit no posar el nom del projecte perquè no veiem rellevant saber quin col·lectiu ho ha enunciat, doncs es tracta d'aspectes globals que en principi afecten al context de desenvolupament de tots els col·lectius participants a l'estudi.

8. Vells i nous reptes dels supermercats cooperatius i d'altres estructures de creixement

En aquest apartat analitzem amb més detalls alguns dels reptes observats en els supermercats cooperatius i d'altres estructures de creixement del cooperativisme agroecològic que agrupem en 7 grans blocs:

- La diversitat de les sòcies
- La viabilitat econòmica dels projectes
- La divisió del treball en els col·lectius segons el gènere
- La participació
- La professionalització i formalització dels col·lectius
- La governança
- El paper de les institucions en el creixement

8.1 La diversitat: "Els supermercats cooperatius no són una mostra del barri"

Un dels majors reptes de les xarxes alimentàries agroecològiques és aconseguir una major diversitat socioeconòmica entre les sòcies. Actualment, el perfil de sòcia més estès té un capital social i cultural alt, així com un capital econòmic mig, i en alguns casos, mig-baix o alt. Sovint aquesta ha estat una de les majors crítiques adreçades als grups i cooperatives de consum de petita escala. L'agroecologia és una eina pràctica per la sobirania alimentària amb l'objectiu de crear alternatives alimentàries saludables, sostenibles i culturalment adequades per a totes les persones. Tanmateix, a dia d'avui, les persones que accedeixen a aquestes xarxes no són molt diverses. Un dels pressupòsits del canvi d'escala és que amb el creixement es reduiria el preu dels aliments i es crearien estructures que facilitessin la participació. Això al seu torn permetria la inclusió de la diversitat socioeconòmica i cultural en les xarxes agroecològiques. Ara bé, pel moment, no ens trobem davant aquesta situació, tal com ens relatava un treballador d'un supermercat cooperatiu:

Els supermercats cooperatius no són una mostra del barri.

Alguns informants relaten que els col·lectius menys representats a les cooperatives són els migrats i la gent gran:

El que no hem aconseguit és diversitat d'origen, el supermercat és bastant elitista en aquest sentit, estatus social mig, mig-alt. I això també és una de les coses que s'està revisant. És a dir, que almenys a la cistella mitja de compra hi hagi productes per a totes les butxaques. Perquè malauradament els ous ecològics no són accessibles per a totes les butxaques i, llavors, no en menja tothom.

En preguntar per allò que impedeix incrementar la diversitat s'al·ludeix tant a dificultats econòmiques com també barreres mentals en relació a la participació i el fet d'associar-se a un projecte. En relació a les dificultats d'accés per motius econòmics, un treballador d'un supermercat cooperatiu afirmava:

No hi ha gaires famílies comprant, i l'explicació que ens donem és pels preus. Per poder sostenir una família que té un consum, en volum, alt; òbviament per poder comprar-ho tot aquí, has de tenir un poder adquisitiu relativament alt.

En relació a les dificultats d'accés pel nivell de compromís que implica estar a un col·lectiu autoorganitzat, el mateix treballador al·ludia al nivell d'autoexigència que fa que la gent no vulgui participar-hi:

Jo això ho veig, jo això ho veig molt, ho veig cada dia i ho noto. Per a mi, ja no es pot canviar aquesta cosa, que som massa autoexigents, i aquesta actitud que es quedarà com una actitud de militància i bé, es poden fer coses, però si l'objectiu és el de democratitzar i que es passi a consumir productes agroecològics per 1 milió de persones, doncs aleshores, hi ha alguna cosa a canviar.

Tot i això, els projectes adopten diverses estratègies per afrontar aquesta homogeneïtat entre les sòcies. En molts casos, aquestes estratègies són compartides entre els col·lectius de diferents mides. La diferència entre els projectes més grans i els més petits

rau en el grau de sistematització dels mecanismes que afavoreixen la inclusió social. En molts dels col·lectius de petita escala s'afronten les situacions d'exclusió de forma individual i ad hoc, provocant que es rebi la solidaritat com una mena de caritat. Sovint, aquesta situació acaba derivant en molts casos en l'abandonament de la sòcia del col·lectiu (Homs *et al.*, 2021b). En canvi, als supermercats cooperatius o altres col·lectius de major escala, hi ha una sèrie de mesures sistematitzades que es coneixen abans que es doni la situació de vulnerabilitat de les participants i que afavoreix l'aplicació de les mesures. Martí Marfà (2019) a la seva recerca " La inclusió en el cooperativisme de consum agroecològic a Catalunya" classifica un seguit d'estratègies d'inclusió que observa a diversos col·lectius de Catalunya en base a 4 dimensions: econòmica, cultural, temporal i social. Algunes de les estratègies inclouen: l'ús de monedes complementàries, bonificacions de quotes, l'ajustament de preus, la diversitat de productes, la flexibilitat en les formes d'abastiment, les facilitats per a la recollida, l'horari del local, campanyes de difusió i la flexibilitat en el voluntariat.

Seguint la classificació de Marfà (2019), hem agrupat les mesures per facilitar la diversitat que hem trobat al llarg del treball de camp en tres grans tipologies: 1) econòmiques, 2) en relació a l'ús del temps i 3) socials. A la Taula 4 es mostren algunes d'aquestes estratègies agrupades en aquestes tres tipologies utilitzades per diversos col·lectius.

Taula 4. Mesures per facilitar la diversitat socioeconòmica als col·lectius

Mesures econòmiques
<ul style="list-style-type: none"> · Intercanvi de treball als projectes productius per verdures o altres aliments · Treball voluntari a canvi de descomptes en els preus dels productes · Diversitat en les quotes segons si ets una unitat de consum individual, amb més membres o en situació socioeconòmica difícil · Reducció dels marges dels productes al màxim i segons tipologia de producte · Cistelles amb productes bàsics amb marges molt reduïts o inexistents · Incorporació de productes més barats però que compleixin menys criteris
Mesures vinculades al temps
<ul style="list-style-type: none"> · Augmentar la varietat de producte i en estoc per evitar comandes i tenir disponibilitat a tota hora. Com a contrapartida aquesta mesura dificulta la gestió i afavoreix la pèrdua de relació directa amb les productores. · No pagar la quota, ni aportar treball i pagar un tant per cent extra pel producte · Flexibilitat horària d'obertura del local · Repartiment a domicili (amb o sense recàrrec al preu) · Flexibilitat en la participació (tendència creixent a flexibilitzar el treball no remunerat)
Mesures socials
<ul style="list-style-type: none"> · Cessió de crèdit al projecte i intercanvi per producte · Professionalització de les tasques, disminució de la bretxa digital · Projectes específics com la Mimosa⁸ · Campanyes de difusió específiques a capes socials diverses · Contractació de treballadores amb perfils diferents per atraure a altres capes socials

Diverses sòcies han destacat que la reducció de preus a l'augmentar l'escala no s'està donant a efectes pràctics perquè l'augment d'escala també implica fortes inversions i despeses fixes que cal pagar gràcies al marge dels productes i la quota que paguen les sòcies. Recordem que en els grups de consum petits és comú que no s'apliqui un marge o bé aquest sigui molt petit per fer front a les despeses del local.

⁸ La Mimosa és un projecte en fase pilot vinculat a La Magrana Vallesana. La Mimosa és un projecte social que té per objectiu integrar famílies en situació de vulnerabilitat al grup de consum agroecològic. Els Serveis Socials de l'ajuntament juntament amb la Creu roja de Granollers fan una selecció de les famílies que participaran en el projecte i poden fer part de les seves despeses alimentàries al grup de consum.

Una mesura observada en alguns col·lectius de gran escala és la incorporació de productes no agroecològics i en alguns casos no ecològics en les prestatgeries per tal d'ampliar la diversitat de preus. Hem de tenir en compte que aquesta pràctica pot facilitar la diversitat socioeconòmica en els col·lectius però també pot generar processos de diferenciació social a l'existir diverses gammes de productes en el mateix espai de consum.

En relació la participació, observem que en diversos col·lectius, especialment els supermercats cooperatius, per ser sòcia cal aportar treball voluntari que en alguns casos supera el treball que cal aportar als grups petits. Mentre que en diversos supermercats s'ha establert uns torns de 3-4 hores al mes, als grups de consum petits, es dedica una tarda cada 2-3 mesos a fer les cistelles. Per tant, aquests col·lectius seguirien limitant la participació de persones diverses en relació al temps. Tot i així, existeixen mesures com les que s'han llistat a la Taula 4 per tal de reduir aquesta bretxa. A més, al llarg del treball de camp diversos supermercats cooperatius han eliminat l'obligatorietat de la realització dels torns de treball per facilitar la incorporació de noves sòcies.

Tanmateix, tot i que la diversitat social i econòmica d'aquestes iniciatives continua essent un repte destacat, el context de creixement dels projectes sí que apunta a una ampliació d'alguns perfils socioeconòmics. En concret, diversos projectes destaquen la inclusió de membres de més edat. Com ens relatava una sòcia treballadora: "Estem començant a arribar també a *iaiones* de tota la vida."

A més, també s'observa una major diversitat en relació al capital social, tal com ens relatava un soci d'una cooperativa de consum:

Ara estem arribant a un sector que ja és afí ideològicament però que per qüestions d'edat o capital social, no venien. (...) Hem aconseguit trencar amb els cercles d'afinitat. (..) D'alguna manera...diguem-ne que és gent que el capital cultural el tenien, però el capital social, no. Això a vegades és més important del que sembla. De fet, la coope era un cercle. De fet, un altre canvi que hem notat d'un any cap aquí, és que els del poble de tota la vida, també comencen a fer-se de la coope. Els del poble de tota la vida com nosaltres, o sigui, de 35 a 45 anys, o de 35 a 50 anys, amb fills.(...)

(...) O sigui, el mateix perfil, idèntic, dels nouvinguts, no es feia de la coope perquè no eren del poble (...) és qüestió de cercles

Aquesta mateixa reflexió és compartida per altres companyes de supermercats cooperatius que afirmen:

Estem arribant a un personal així una mica catalanets, culturetes i alternatiu (...) tenen una edat, tenen una capacitat econòmica que saben què volen i què no, estem arribant a un tipus de personal de [ciutat on s'ubica el projecte], que jo no sóc de [ciutat on s'ubica el projecte], no coneixia...

En aquest sentit, és interessant comentar que una de les estratègies que han seguit diversos col·lectius, ha estat la de contractar persones a la botiga arrelades al poble, el barri i la comunitat on s'ubica el local amb l'objectiu d'arribar al teixit social del territori i ampliar la diversitat de capital social entre les sòcies.

Per concloure l'apartat, recollim algunes de les reflexions compartides per diversos agents clau del cooperativisme agroecològic durant la jornada organitzada per la Fundació Roca i Galès sobre el creixement en el cooperativisme. D'aquest debat destaquem que diversos membres defensaven que l'objectiu de millorar la diversitat socioeconòmica de les membres és un objectiu a mig-llarg termini. De fet, alguns membres afirmaven que "La diversitat no hi serà", "cal assumir que no arribarem a tothom". En aquest debat, es relligava l'increment de la diversitat amb la possibilitat de "perdre l'ideari a l'obrir les portes" o "perdre la identitat". Tanmateix, també cal repensar i revisar aquests valors que potser estem "arrossegant des de fa 20 anys i la gent ja ha canviat i ara tenim altres valors".

8.2 Entre la viabilitat econòmica i la sostenibilitat de la vida

Els supermercats cooperatius i altres estructures de creixement del cooperativisme agroecològic tenen per objectiu la creació d'estructures sostenibles tant econòmicament com social i ambientalment que abasteixin d'aliments de manera justa a tota la població (López-García, 2015). Ara bé, el context de desenvolupament d'aquestes iniciatives és el mercat capitalista i és freqüent que s'acabin repetint dinàmiques pròpies del mercat per assegurar la viabilitat econòmica del projecte. En aquest sentit, diversos membres

implicats en els projectes de supermercats cooperatius solen apuntar cap a la mateixa direcció:

Tal com estan les coses el primer és aconseguir que sigui viable econòmicament i després ja aconseguirem els altres objectius socials i ambientals.

Tanmateix, també hi ha membres que remarquen que la viabilitat dels projectes agroecològics no és econòmica-financera sinó socioeconòmica i que, per tant, cal tenir en compte sempre aquests altres valors. Per seguir reflexionant sobre aquesta temàtica compartim una cita prou reveladora de les tensions entre el preu i els altres valors de l'alimentació agroecològica:

El que ens interessa és facturar, aleshores, necessitem fer girar la roda, sense renunciar a la resta de productes.... perdó, la resta de criteris, i també tenint una alternativa que sigui complidora, que pugui complir el màxim, sempre tots els màxims criteris possibles. Aleshores, allà hi ha un joc on els valors del projecte estan allà a... estan en debat una mica, i és una fase on si es tirés massa cap al concepte preu: preu, preu... perdria molta potència, el projecte. Aleshores aquesta visió ha estat identificada més o menys, però encara no del tot, llavors encara estem en aquesta fase de dir, ja hem baixat l'exigència dels valors, però ja no s'estreny més, perquè aquí no podem arribar a ser un Lidl a nivell de preus o un Mercadona... en cap cas, en cap cas. Aleshores, el tema del preu no pot estar per sobre dels valors, no?

Per dur a terme el canvi d'escala han calgut grans inversions que en la majoria dels casos estan associades a préstecs i pràctiques d'endeutament. Tal com apuntava una consumidora d'un d'aquests projectes:

Quan érem associació érem viables i ara com a supermercat cooperatiu no ho som.

Una situació repetida en diversos col·lectius és que el nombre de sòcies no reflexa el nombre de sòcies actives. En general, s'observa que encara que s'hagi assolit el nombre de sòcies projectat com a òptim per assegurar la viabilitat del projecte, hi ha una sobreestimació del volum de compra de les sòcies, fet que dificulta la sostenibilitat de

gran part dels supermercats cooperatius a dia d'avui. Així, diversos col·lectius han aixecat la persiana a l'arribar al nombre de sòcies que es projectava al pla de viabilitat com a òptim però la realitat és que no totes les sòcies són actives i no s'assoleix el volum de compra estimat:

La implicació de les sòcies ha sigut menor del que preveiem, bastant menor, tant a nivell de volum de compra com a nivell d'implicació en el projecte. Hi ha gent que s'ha anat desencisant pel camí. I llavors, jo crec que vam fer coses mal fetes a nivell de plantejament. Per exemple contàvem sòcies individuals i no sòcies a nivell de família, per tant, comptàvem la compra mitja per unitat individual i no per unitat familiar. Per exemple a casa meva complim amb una sòcia, però som dues sòcies. Per tant, la despesa que fem al mes i només comprem al súper, no arriba a la despesa mínima prevista si sumem les dues sòcies. Llavors vam créixer molt a nivell de número de sòcies però sòcies individuals, no de nuclis familiars. I jo crec que això ho vam fer malament.

Això, al seu torn, s'ha traduït en un sobredimensionament del nombre de treballadores en relació a la facturació real del projecte. En conseqüència, no és estrany que diversos informants hagin destacat la divergència entre allò esperat i la realitat pel que fa als preus, el tipus de producte, els criteris, el volum de compra de les sòcies i la participació.

Aquesta situació de precarietat fa que part de les decisions col·lectives tinguin com a prioritat millorar la viabilitat econòmica del projecte i, sovint, queden en un segon pla altres valors essencials per la construcció de sistemes alimentaris alternatius. Com s'ha mencionat anteriorment, en alguns projectes s'han introduït productes ecològics d'empreses convencionals per disposar d'aliments a preu més baix o productes no ecològics per tal de tenir opcions de compra més barates i estimular el consum i així millorar la viabilitat del projecte. Ara bé, en d'altres col·lectius és té molt clar que aquestes pràctiques de fet són com:

Tirar pedres a la pròpia teulada. O sigui, la botiga és una eina per aconseguir un propòsit. O sigui, el propòsit no és la viabilitat econòmica, hem d'aconseguir la viabilitat econòmica per poder assolir el propòsit, però no a costa de carregar-nos el mateix propòsit.

I seguint en aquesta línia de reflexió:

El café para todos no transita, o sigui et deixa al marge sempre, i a més a més, arriba el pobre y coge la Xet [mel no ecològica de proximitat, a més baix preu] i arriba el ric y coge la Niml [mel ecològica de proximitat, més cara].

En aquest sentit, es generen processos de diferenciació social dins de la mateixa cooperativa. Algunes consumidores defensen que:

(...) sempre volem vendre per sota el preu de mercat però hi ha un altre valor. No cal comparar els preus entre els diferents canals de comercialització.

I tal com s'apuntava a l'apartat anterior, algunes membres afirmen que no només mai arribarem a ser diverses sinó que:

(...) no serem mai viables. Millor reconèixer-ho de bones a primeres. En tot cas, si aconseguim ser viables econòmicament serà quan, cinc o sis persones s'autoexploten i així ja surten els números.

Algunes experiències organitzades de consum han optat per diversificar l'activitat cooperativitzada per tenir una major diversitat en les fonts d'ingressos i millorar la sostenibilitat. Per exemple, trobem exemples de cooperatives de consum que lloguen espais, tenen un coworking, un punt de trobada amb servei de bar, etc. Aquestes mesures es valoren com a positives per garantir la viabilitat econòmica però també per generar vincles amb la comunitat on s'ubica el local.

D'altra banda, els projectes de major escala també tenen la voluntat de millorar la sostenibilitat de les productores gràcies a l'increment dels volums de compra i la reducció de les tasques de gestió així com la professionalització dels col·lectius

organitzats de consum. En alguns casos, aquests aspectes han millorat, tal com ens relatava un soci treballador d'un dels projectes participants en aquesta recerca:

Sí, sens dubte estem contribuint al manteniment del seu projecte [*referint-se a les productores*]. Va dir que representàvem aproximadament un quart de la seva producció (...). Tot lo que ell té en el camp, li comprem, o sigui ell passa davant de la resta [*d'altres productores*].

Amb tot, cal tenir en compte que en alguns casos també es tendeix a una major diversificació dels productes i de les productores i, per tant, els volums de compra realitzats a algunes productores continuen sent petits. Tal com ens explicava una treballadora d'un supermercat:

Això ens passa amb els pollastres. Cada dia de la setmana tenim un productor diferent que porta el pollastre, però al final, què passa? Que estàs venent poquets i estàs fent un esforç molt gran amb el productor. El salt d'escala no és el que preteníem.

Ara bé, també ens trobem amb casos en els que les productores no poden servir ni el volum ni la varietat de producte que es demana des dels supermercats cooperatius. O bé, en alguns casos es detalla que:

El problema no és que no tinguin prou per abastir-nos sinó que no en tenen sempre.

Tal com ens afirmava un soci d'una cooperativa de consum:

Sí que crec que hem fet un salt d'escala, però segurament els altres actors de la cadena, no...Han d'escalar els productors i ha d'escalar la distribució.

En tot cas, de moment, els supermercats cooperatius no han aconseguit revertir la precarietat inherent a molts dels projectes de producció agroecològica que segueixen veient com no els surten els números. Al llarg de les entrevistes, diversos informants han destacat el tancament de diverses productores en els darrers mesos en un context de pujada de preus de les matèries primeres.

Si ens fixem en la incorporació del treball de cures en l'organització i el funcionament dels col·lectius, veiem que hi ha diverses mesures que faciliten la incorporació de persones sòcies amb treball de cures a càrrec. Específicament, s'introdueix una flexibilització en el model de participació que els col·lectius de menor escala no contemplaven de forma sistemàtica. Un dels pilars bàsics dels petits grups i cooperatives de consum era l'autogestió sovint interpretada com a incompatible amb la remuneració del treball que implicava la participació en el projecte i que consistia a fer les cistelles cada cert nombre de setmanes i participar en un grup de treball i a les assemblees (Homs *et al.*, 2021a). En general, aquesta flexibilització permet que les persones puguin participar segons la disponibilitat de temps i facilitar la conciliació amb d'altres activitats quotidianes.

Diverses sòcies destaquen que el canvi d'escala no només s'hauria d'interpretar com un creixement del nombre de participants sinó també un canvi de les formes organitzatives i de funcionament dels col·lectius per evitar reproduir estructures que mantenen les relacions de poder.

En aquest sentit, a diversos supermercats s'han organitzat grups de treball i comissions per abordar específicament el gènere i els feminismes. Alguns dels grups de treball han observat i analitzat pràctiques concretes per posteriorment compartir les anàlisis amb la resta del col·lectiu i cercar estratègies conjuntes de millora. En aquest context, s'han desenvolupat algunes eines com les fitxes d'observació de les assemblees inspirades en la proposta de fitxa de la XES o eines d'autodiagnòstic des d'una perspectiva feminista⁹. Algunes d'aquestes reflexions articulen la necessitat de pensar el canvi d'escala des d'un canvi en les estructures socioeconòmiques i polítiques del col·lectiu que tinguin en compte les necessitats dels membres. Aquestes reflexions connecten amb diverses qüestions: per què volem créixer? Per a què? I quin tipus de creixement volem?

⁹ Ens referim a "Sembram Feminismes. Eina d'autodiagnosi de la perspectiva feminista als grups i cooperatives de consum". Per a més detalls, us podeu descarregar l'eina [aquí](#).

8.3 La divisió del treball: “inconscientment el gènere sempre opera”

Un altre aspecte que ha emergit en diverses converses és la preocupació per la divisió del treball al col·lectiu amb una perspectiva de gènere. Aquesta qüestió és un tema que no s’ha treballat extensament encara que ja l’havíem detectat a l’estudi previ sobre els grups i cooperatives de consum més petites (Martín *et al.*, 2017). Tal com ens expressava una consumidora d’un d’aquests grups:

A la cooperativa, jo el que veig és que els que van a buscar la cistella són els homes. Crec que les dones els hi diem “aneu a buscar la cistella”. Ells són els que van i la carreguen (...) però la comanda la fan les dones. Ells van a buscar la cistella i de vegades no saben ni el que han d’agafar.

En d’altres casos, no s’identifica una clara i evident repartició de tasques segons el gènere, no obstant, també es menciona que els homes a vegades necessiten trucar a la parella per saber què cal comprar, de manera que la responsabilitat d’organitzar la compra recau en la dona:

Qui ve a comprar? És bastant variat. Hi ha molts pares de família. Venen amb la llista al mòbil, a vegades truquen a la parella...però és bastant variat.

En aquell estudi, no vam trobar cap cooperativa que hagués treballat la repartició del treball al col·lectiu amb perspectiva de gènere ni que hagués detectat la necessitat de fer-ho de forma explícita. D’altra banda, també cal considerar que no hi ha estudis que abordin la distribució en funció del gènere d’altres tasques associades a l’alimentació agroecològica, com per exemple, la cuina. Adaptar els àpats als nous aliments que no es consumien abans, adaptar els hàbits a les temporades, aprendre a cuinar nous productes, a fer conserves, a fer reaprofitament, etc. són pràctiques que van associades a un consum agroecològic i que van a contracorrent dels hàbits de consum generals, en que el consum de fruita i verdura es redueix a un ventall més petit i estable tot l’any; es cuinen menys aliments frescos i més menjar preparat; es fan menys conserves, etc. En resum, l’alimentació agroecològica sovint implica més dedicació o, almenys, un període

d'aprenentatge i adaptació però no hi ha una reflexió col·lectiva sobre qui assumeix aquesta feina (Martín *et al.*, 2017).

Pel que fa a la participació en les altres activitats pròpies de la cooperativa, tot i no haver-hi tampoc una reflexió al voltant d'això, hem detectat que segueixen havent-hi divisions de tasques que no causen problemes als rols de gènere (Martín *et al.*, 2017):

Bé, ara a la primera junta gairebé no hi havia dones, només una, i no sé si va estar des del principi la [consumidora], i ara sí que s'està feminitzant molt més. La segona junta vaig entrar jo, però érem la [consumidora] i jo, i ara en aquesta junta hi ha hagut molta més intervenció. A nivell de junta sí que hi ha hagut aquesta tendència. L'altra gent de la segona corona depèn, perquè a l'hort també hi ha molts més homes, a criança hi ha més dones [riu], temes de compres jo crec que som moltes més dones...

Si mantenim aquesta mirada que comparteix aquesta participant sobre la participació en les comissions de les cooperatives de consum, podríem fixar-nos també en els rols en el desenvolupament de les tasques, per exemple en les assemblees: qui hi assisteix, qui pren acta, qui te la paraula, qui interromp, a qui s'interromp, en quin horari es convoca, qui cuida els conflictes, etc. o en el manteniment de l'espai comú: qui neteja, qui s'encarrega de l'ordre, qui vetlla per què quedi tot net un cop acabat el repartiment de les cistelles, etc.

Aquestes preguntes van ser una de les principals línies d'anàlisi que vam abordar a la diagnosi "La divisió del treball als grups de consum de La Bajoca amb perspectiva feminista" (Homs i Puig, 2023). En aquesta recerca analitzem la Divisió Sexual del Treball (DST) en un dels col·lectius que també ha participat en aquest estudi. Les dades mostren com hi ha un falta de percepció de la DST per part de les membres consumidores. En concret, un 43,6% de les persones afirmen no saber si el gènere està condicionant la divisió del treball al col·lectiu; un 41,8% van respondre que el gènere no condiciona l'organització del col·lectiu i tan sols el 14,5% van respondre afirmativament. Malgrat aquestes respostes, analitzant les dades recollides a través de les entrevistes, les enquestes i l'observació, s'observa una divisió del treball en la realització d'algunes tasques en relació al gènere. En aquest sentit, les tasques de "recollir la comanda al local" i "fer el pagament de la comanda" són tasques majoritàriament realitzades per

homes. De la mateixa manera, durant les assemblees s'observa una major participació d'homes en relació al nombre de dones. Per la seva banda, les dones són majoritàriament responsables de fer la comanda, revisar-la i comunicar les incidències. Això ens porta a la reflexió que aquelles tasques més invisibles segueixen sent realitzades majoritàriament per dones. Mentre que les tasques més visibles i que s'han de realitzar en un moment concret fora de la llar, com anar a buscar la comanda o participar a les assemblees, tendeixen a ser realitzades per homes. Tot seguit recollim en un quadre algunes de les reflexions de les consumidores en relació a com opera el gènere a La Bajoca.

Taula 5. Exemples de tasques identificades per les consumidores de La Bajoca condicionades pel gènere.

GÈNERE	Pots posar algun/s exemple/s que hagi/s identificat a La Bajoca on la divisió de tasques estigui condicionada pel gènere?
Dona	No ho sé, però sospito que sí. A les assemblees on he participat la participació era bàsicament homes.
Dona	Majoritàriament, en el nostre grup de consum observo que la participació i implicació més elevada és en les dones
Dona	Les comandes poden estar fetes per les dones de la unitat familiar, no totes, i en les assemblees hi acostumen a participar homes.
Dona	Moltes vegades la comanda la fan les dones i la recollida els homes
Dona	Les dones són les responsables
Dona	Organització de les compres alimentàries sovint vinculades als rols femenins
Home	En la participació més femenina que masculina en la dinamització.
Home	L'assistència a les reunions, he pogut comprovar que les que són mares és més complicada i sovint acaben no assistint.
Home	Inconscientment, el gènere sempre opera. L'ocupació d'espai masculina excessiva en les reunions, per exemple.

Amb tot, volem destacar que diversos col·lectius tenen una comissió de gènere des d'on s'implementen accions per visibilitzar les desigualtats dins del col·lectiu i s'estan desenvolupant eines per sistematitzar aquesta feina. En aquest sentit, en diversos supermercats la comissió de gènere s'encarrega d'omplir una fitxa d'observació durant les assemblees o altres reunions. Sovint es tracta d'una adaptació de la fitxa elaborada per la comissió de feminismes de la XES. Aquesta fitxa pretén ajudar a situar en clau de gènere les relacions que s'estableixen a les reunions, tot tenint en compte el nombre d'intervencions de dones i persones amb gènere no binari en relació a les dels homes, el tipus d'intervenció, el nombre d'interrupcions etc. L'objectiu és després fer visibles les dinàmiques del grup per a posteriorment poder repensar-les en cas necessari.

Finalment, destaquem l'eina d'autodiagnosi de la perspectiva feminista als grups i cooperatives de consum: "Sembrem feminismes" que adreça específicament aquestes temàtiques amb l'objectiu de reflexionar sobre la pròpia pràctica col·lectiva. L'objectiu de l'eina és obrir el debat sobre la divisió del treball a les cooperatives i grups de consum segons el gènere en base a tres dimensions: la de la unitat de consum, la col·lectiva i la comunitària. A més, la proposta inclou traçar propostes de canvi per fer una transició feminista del col·lectiu.

8.4 Model de participació: Tensions entre el treball remunerat i no remunerat

El treball no remunerat ha estat un dels pilars clau en el desenvolupament dels sistemes d'aprovisionament de mida petita. El canvi d'escala ha suposat una professionalització i remuneració de diverses tasques en el col·lectiu. Tanmateix, no s'ha eliminat del tot el treball no remunerat que en alguns casos segueix sent essencial per la sostenibilitat dels col·lectius. En la majoria de casos existeix un gruix de treball no remunerat obligatori, per exemple, la realització de torns de treball, i un gruix de treball no remunerat voluntari, per exemple, la participació en comissions i grups de treball.

Al llarg del treball de camp només vam trobar tres iniciatives que no consideraven cap tipus de treball no remunerat obligatori: L'Economat, La Magrana i La Bajoca. En el primer cas, si les sòcies realitzen treball voluntari obtenen un 10% de descompte en la compra. En aquesta cooperativa el grup de persones que fan treball no remunerat

voluntari oscil·la entre les 20 i 30 persones d'un total de prop de 700 persones. D'entre les tasques es pot donar suport als torns de botiga però també d'altres tasques com preparar un receptari per les sòcies, mantenir la botiga virtual, portar les xarxes de la cooperativa, organitzar activitats familiars o infantils per dinamitzar l'espai, etc. De la mateixa manera, en els altres dos col·lectius, es pot realitzar treball voluntari però el treball necessari per sostenir la gestió quotidiana del projecte està assegurat amb el treball assalariat. En aquest punt, ressaltem que en alguns d'aquests col·lectius afirmen que el treball no remunerat no és obligatori perquè es compta amb subvencions que permeten pagar els sous de les treballadores.

A banda d'aquests tres exemples on no trobem cap obligatorietat en la realització de treball no remunerat, algunes iniciatives com La Fresca consideren una obligatorietat en el treball no remunerat molt reduïda. En aquest cas, a La Fresca cal fer dos torns l'any. En el cas de les sòcies *gratificades*, aquelles que realitzen alguna tasca voluntària del funcionament del col·lectiu, només realitzen un torn anual i tenen un 5% de descompte en el preu dels productes. Precisament, en aquesta cooperativa, relataven que al llarg del procés del canvi d'escala també han capgirat la definició de la participació estatutàriament. En aquest sentit, s'ha produït un desplaçament de:

(..) la participació com un dret i no com un deure, perquè en el model anterior, en el model clàssic, la participació era un deure.

Per contra, en el model de supermercats cooperatius inspirat per l'experiència de Foodcoop de Brooklyn, molts dels col·lectius han optat per establir torns de botiga de 3h cada 4 setmanes, aproximadament. Tanmateix, alguns supermercats cooperatius han tendit a flexibilitzar la participació en els torns de treball i relaten aquests canvis de la següent manera:

Vam començar molt puristes i després ens hem anat adaptant.

Aquesta mesura d'adaptació es basa en el fet que s'ha detectat que la realització d'aquest treball no remunerat obligatori està actuant com a limitant en alguns supermercats. Algunes de les mesures de flexibilització inclouen la possibilitat de comprar sense ser sòcia o en d'altres casos algunes eines específiques. Per exemple, en

el cas de Foodcoop, les persones que són sòcies que portin una altra persona perquè se'n faci, podran repartir-se els torns entre la sòcia antiga i la nova. De la mateixa manera, les persones que encara no formen part de Foodcoop però hi estan interessades, si es fan sòcies junt amb una altra persona, també poden crear un *tàndem* i repartir-se els torns. Des d'una altra perspectiva, altres supermercats cooperatius com L'Artiga admet la possibilitat de compra de les persones no sòcies i en aquest cas, s'incrementa el preu dels productes un 15%. És a dir, que aquelles persones que no realitzen treball no remunerat paguen més per la seva compra.

Finalment, destaquem una reflexió per part d'una membre consumidora en relació al perfil de persones que arriben a l'augmentar de mida el projecte:

Quan democratitzes, venen consumidores però no militants.

En aquest sentit, al llarg del canvi d'escala, s'arriba a més gent però sovint són persones que no estan avesades al treball militant no remunerat i, per tant, aquest esdevé un limitant per la seva participació col·lectiva.

8.5 Processos de formalització i professionalització

Alguns projectes com L'Economat tenien molt clar des de l'inici que el seu objectiu era crear "una cooperativa de treball on la gestió estigués professionalitzada i amb els socis col·laboradors que són els consumidors de la cooperativa en un segon pla". De fet, la cooperativa es crea a partir de l'experiència de consumidores de grups de consum petits que veien que calia una professionalització en l'estructura, l'organització i el funcionament dels grups de consum per millorar la seva sostenibilitat i ampliar l'entrada de nous membres amb menys disponibilitat de temps. Tanmateix, les sòcies treballadores detallen que un dels majors reptes d'aquest tipus d'estructures és la participació de les sòcies consumidores:

Jo diria que el repte seria intentar donar una empenta més al tema del voluntariat i augmentar la participació dels socis.

Ara bé, en d'altres casos la professionalització no era un objectiu tan clar de bones a primeres sinó que s'ha anat desenvolupant a mesura que el col·lectiu ha anat creixent. En aquest sentit, un treballador d'un dels col·lectius participants en aquesta recerca ens

explicava com el procés de creixement del col·lectiu havia anat de la mà del procés de professionalització:

Al principi tot era molt autogestionat, teníem pocs productors i pocs productes. Es van anar incorporant lentament.

Al cap d'uns anys, es va consolidar la figura d'una persona que cobrava uns 40-50 euros per setmana a canvi de fer les cistelles de totes les famílies. La resta de sòcies podien voluntàriament participar d'aquesta activitat però a mesura que es professionalitzava tota la gestió de l'associació, cada cop eren menys les persones que de forma voluntària venien a donar un cop de mà:

El voluntariat abans era poc, i ara gens, o era una mica i ara molt

El mateix treballador ens explica com durant els diversos confinaments durant el 2020, es va recuperar el treball voluntari no remunerat i diverses famílies van donar suport durant aquest període a l'organització i el funcionament del col·lectiu.

En aquesta línia, un soci d'una cooperativa de consum ens explicava que durant el procés de professionalització de la cooperativa van contractar una treballadora per ser la responsable de compres i van unificar la feina que feien fins llavors 20 persones de forma voluntària, en una sola persona. Aquest fet va tenir repercussions en les sòcies consumidores que:

Els hi vas treure la feina; algunes fantàstiques i agraïdes i ara es dediquen a altres coses. D'altres no han tornat a fer mai més res, d'altres es van ofendre. És delicat.

En alguns casos es defuig del concepte de professionalització i es parla d'apoderament de les sòcies. Ara bé, en aquest procés d'apoderament també ha tingut un paper clau el nivell d'autoexigència del col·lectiu:

Més que de professionalització, parlaria d'apoderament, almenys en el nostre cas, que és un procés, que hi ha totes les persones que hi participen. Per a mi, des del meu punt de vista, això ha estat més pel fet de l'autoexigència, com l'autoexplotació elevada que hi ha hagut, el que també ha fet rebutjar, el que ha allunyat molta gent a participar. Aquest col·lectiu funciona amb gairebé totes les comissions que cada setmana es reuneixen, tenim també la coordinadora que es reuneix cada setmana.

D'altra banda, també es bastant habitual que les informants ens relatin com en molts casos s'han contractat persones per desenvolupar tasques professionalitzades però aquestes persones no estaven totalment preparades per desenvolupar les tasques i han anat aprenent sobre la marxa. De fet, en diversos projectes s'han contractat persones afins o inclús integrants del mateix col·lectiu però sense experiència laboral prèvia en l'àmbit. Evidentment aquesta situació ha dificultat la professionalització i l'eficiència en la realització de certes tasques.

Associat al debat sobre la professionalització dels col·lectius cal remarcar que diversos informants fan referència que no es tracta només de professionalitzar les tasques concretes sinó també professionalitzar la coordinació. Una de les informants ens explicava el que passava a la seva associació:

(...) les treballadores es van professionalitzar. Sobretot vam professionalitzar processos dins de la botiga: quan arriba un albarà que s'ha de fer, s'ha d'introduir, com fer l'inventari, com fer una transferència... El problema, el problema d'aquesta magnífica estructura horitzontal de responsabilitats dins de la botiga és que si no hi ha una persona que coordina a les tres persones que estaven allà és un *desbarajuste* perquè clar...

De fet en alguns col·lectius la tasca de coordinació ha romàs no remunerada i a càrrec d'uns pocs socis voluntaris que ha derivat en processos de *burnout*:

Hi ha molta gent que estem posant moltes hores gratis. No estic parlant d'activitats, estic parlant d'aquestes 10-15 persones que estan fent aquestes tasques orgàniques i que les hauríem de remunerar... això no és sostenible. Jo poso moltes hores aquí, moltes hores. És feina de treballador, no de treballador, el que estan fent aquestes persones és feina de gerència! (...) Jo, per exemple, estic bastant cremat. Jo ara estic en un moment en el que penso que hauríem de començar a obrir el debat de les gerències. Jo ho veig claríssim. Potser compartides, eh? Potser hauríem de compartir una gerència la majoria de nosaltres amb no sé qui...Tres o quatre que a les nostres hores lliures estem gestionant recursos humans, estem gestionant l'administració... Tot això, hi ha gent molt preparada per fer-ho i que ens podria fer créixer com a negoci, perquè al final som negocis, i la part social, la part de relat i la part ètica, ja la cobrim de sobres amb el voluntariat.

En aquest sentit, posteriorment a les entrevistes, diversos col·lectius han emprès el camí de compartir una gerència professionalitzada. Caldrà valorar en un temps si aquesta passa de remunerar la gerència i coordinació dels col·lectius ha facilitat llur sostenibilitat.

8.6 La governança als supermercats cooperatius

Entre els casos que han participat en aquest estudi trobem diversos models de governança que en molts dels casos estan relacionats amb la fórmula jurídica del projecte. En aquest sentit, trobem associacions, cooperatives de consum, cooperatives integrals que inclouen també sòcies de treball i sòcies de servei i, finalment, una cooperativa de treball.

En el cas de la cooperativa de treball, hi havia una voluntat molt clara de crear un model:

(...) de cooperativa de treball, on la gestió estigués professionalitzada i amb els socis col·laboradors que són els consumidors de la cooperativa en un segon pla i aportant altres coses que no pas la feina diària de la cooperativa.

En aquest cas concret, es celebren una o dues assemblees l'any en la que participen les consumidores que són estatutàriament sòcies col·laboradores. En aquestes assemblees, s'aproven els comptes, es comenta la memòria d'activitats de la cooperativa i també es decideix on destinar part dels excedents econòmics.

Les cooperatives de consum integrades inclouen en alguns casos sòcies treballadores i, en d'altres, sòcies de serveis. Per exemple, Foodcoop és una cooperativa integrada de consum, treball i serveis, en aquest sentit a les assemblees podrien participar tant les sòcies consumidores, com les treballadores i les proveïdores del supermercat. Ara bé, des d'aquest col·lectiu reflexionen que:

És a dir, van escollir aquesta fórmula que permet una diversitat de sòcies participant en el projecte però han decidit començar a construir des del consum i anar complexitzant

En aquest moment tenim desenvolupada únicament la part de consum. La part del servei està com a apagada i també la part de la feina.

de forma paulatina el projecte.

En canvi, d'altres cooperatives integrades com L'Artiga destaquen que són una cooperativa al 100% de sòcies consumidores però que en els estatuts contemplan la possibilitat d'incorporar sòcies de treball. A més, en els estatuts s'especifica que en cas que a l'assemblea es tracti algun tema laboral que afecta directament a les sòcies de treball, les sòcies treballadores tenen un 20% del vot i les sòcies consumidores un 80%.

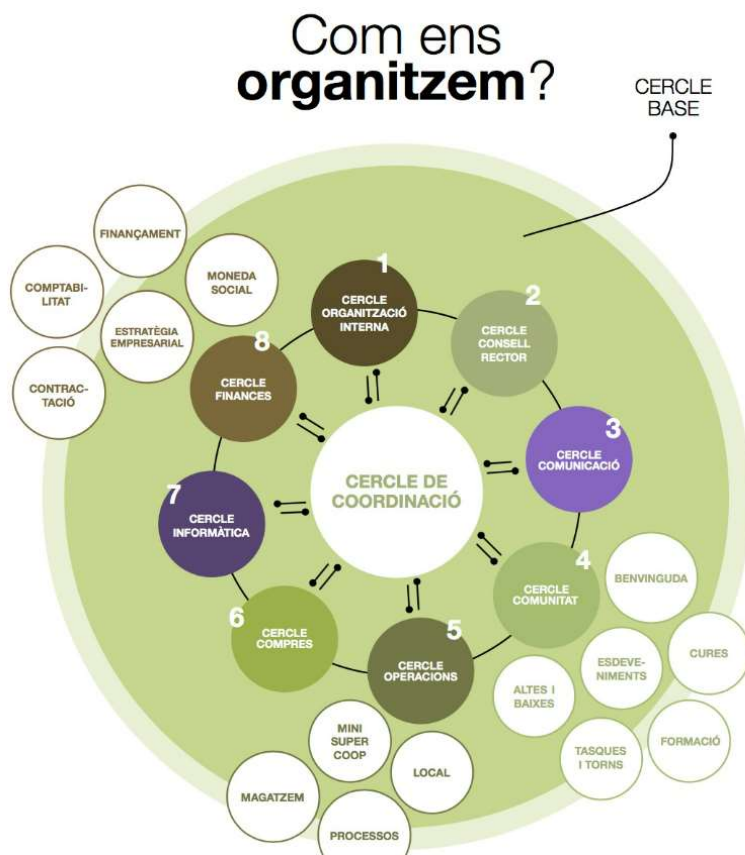
En moltes de les associacions de consumidores ens trobem que la governança s'estructura en l'assemblea que es convoca almenys un cop l'any i si cal, en d'altres ocasions, i la junta directiva. En aquests casos, encara que el principal òrgan de decisió i govern sigui l'assemblea, es delega a la junta directiva l'execució de les decisions del col·lectiu. Sovint les associacions també estan organitzades en diversos grups de treball o comissions des d'on es treballen les diferents temàtiques clau del grup de consum. Generalment, s'inclouen grups de treball en relació als aspectes econòmics, de comunicació i relacions externes, de compres i botiga, etc.

En aquest apartat, ressaltem que gran part dels supermercats cooperatius han establert un mode de funcionament i organització basat en la sociocràcia. La sociocràcia és un model de govern compartit que permet que una organització funcioni eficaçment mitjançant un mode auto-organitzat caracteritzat per la presa de decisions distribuïda per tota l'estructura. En aquest sentit, diversos membres destaquen que la sociocràcia permet fer compatible el creixement del col·lectiu amb la qualitat democràtica, la participació, l'equitat etc. En aquest sentit, la sociocràcia facilitaria afluïxar algunes de

les tensions que sovint s'associen al creixement que és la pèrdua de valors cooperatius o de la democràcia participativa.

El model sociocràtic en els supermercats cooperatius s'ha aterrat de la següent manera. D'una banda, l'assemblea es reuneix amb una freqüència relativament baixa i és l'espai on es debaten i decideixen les qüestions estratègiques del col·lectiu. Ara bé, en el dia a dia del col·lectiu, l'organització es basa en cercles que són agrupacions de membres permanents i que s'estructuren en àrees temàtiques. Cada cercle té un o diversos representants que participen de la Coordinadora o Cercle de cercles. En general, es tracta d'un òrgan executiu que coordina els diferents àmbits de treball de la cooperativa. En alguns supermercats cooperatius es creen comissions de treball quan s'ha d'abordar específicament alguna temàtica però que posteriorment desapareixen un cop resolt aquell eix de treball.

Tot seguit reproduïm alguns dels diagrames organitzatius de diversos supermercats cooperatius per tal d'observar l'estructura específica de cadascun dels col·lectius.



Gràfic 2. Model organitzatiu de Supercoop (Manresa). Font: web de Supercoop



Gràfic 3. Model organitzatiu de Foodcoop (Barcelona). Font: web de Foodcoop

ORGANITZACIÓ



Gràfic 4. Model organitzatiu de La Feixa (Mataró). Font: web de La Feixa

En general, el model sociocràtic està molt ben valorat entre les sòcies consumidores. Ara bé, una treballadora d'un supermercat cooperatiu ens relatava que sobretot havia funcionat molt bé abans de l'obertura del supermercat. Doncs un cop es va aixecar la persiana del local, es va anar perdent la visió holística del cercle de coordinació i això

juntament amb que el Consell Rector no tenia cap rol polític ni tècnic i les treballadores tampoc tenien un espai de participació establert va anar generant una sèrie de dificultats. En les seves pròpies paraules:

Quan vam començar i arrencar tot el projecte del supermercat vam tenir clar que ens volíem cenyir a un model sociocràtic perquè fos el màxim de horitzontal, el màxim de participants possible. Això ens va funcionar *super bé, super bé*, jo flipava, perquè no coneixia gens el model i em va semblar la bomba perquè hi havia dinamisme al nucli de presa de decisions i estava molt clar que ha de ser per treballar de manera individual. Les coses anaven passant i tothom anava fent la seva feina. Va ser molt bonic, la veritat, eh?

Com a procés. *Super bonic*, fins que vam obrir el súper, amb l'arrencada del súper i l'estrès que va generar l'arrencada tant a nivell de càrrega de feina, com d'assumpció de responsabilitat, com de generació d'estrès, per frustració d'expectatives... La presa de decisió, això també és opinió meva, la presa de decisió del que era el cercle de coordinació va deixar de ser., tenir la visió global del supermercat i veure com l'anàvem resolent, sinó que cada membre responsable d'un cercle tibava una mica per les necessitats de cada un dels cercles. I això va fer que no fóssim capaços de prendre decisions en un any, gairebé un any, fins a l'octubre. Amb aquest model sociocràtic no li vam donar cap rol, ni polític ni tècnic al Consell Rector, per tant, eren persones a firmar i *punto pelota* i no se li va donar cap rol participatiu a l'equip professional, però sí que la coordinació participava d'algunes reunions però només quan els cercles ho demanaven.

Aquesta situació es va allargar fins que es va prendre consciència que el supermercat tenia una situació econòmica molt complicada i que calia prendre decisions per canviar el rumb del projecte. En aquest punt es va decidir:

(...) trencar amb els cercles, és a dir, que tinguéssim persones voluntàries que van fent feinetes però trencar amb l'estructura que teníem fins ara, que estava molt tensionada, i que la gent es relaxés, i prengué un descans, i després ja miraríem com repreníem aquesta part. I ara, s'ha fet com un equip professional amb el suport del Consell Rector per fer tota la part de presa de decisió de l'operativa del que és la botiga. Llavors, hi ha un cercle que està treballant amb participació del Consell Rector, està treballant la part més comunitària, més de comunitat.

En aquest sentit, han decidit professionalitzar la part de coordinació del supermercat creant un espai de coordinació entre el cercle professional (treballadores del supermercat) i el Consell Rector. A més, també s'ha professionalitzat la part de gerència i hi ha una persona contractada per fer unes hores de gerència. Tanmateix, han mantingut la participació de determinades sòcies que anomenen “super-sòcies” que són sòcies que mantenen certs encàrrecs de temes de gestió (comptabilitat, cerca de subvencions, dinamització de la comunitat etc.). Per tant, aquesta experiència ens mostra la necessitat de repensar el paper de les treballadores en els òrgans de decisió del col·lectiu i tenir cura que es mantingui una visió holística del projecte en algun dels espais organitzatius.

8.7 Aliances institucionals: el rol de les subvencions

L'administració pública ha tingut un paper clau en el desenvolupament del canvi d'escala del cooperativisme agroecològic en l'àmbit del consum. Un dels rols claus ha estat l'atorgament de subvencions i ajuts tant a nivell nacional com municipal a diversos projectes en procés de creació i consolidació. En concret, alguns dels projectes han pogut accedir a les subvencions per a projectes Singulars (Departament d'Empresa i Treball, Generalitat de Catalunya), ajuts del Servei d'Ocupació de Catalunya per la contractació de treballadores en situació d'atur, subvencions del projecte BCN Smart Rural o certs ajuts municipals com algunes convocatòries a la ciutat de Barcelona: Impulsem el que fas (modalitat Alimentació sostenible i consum responsable), Enfortim l'ESS o Reactivem Barcelona.

Al llarg de les entrevistes, algunes informants ens han revelat que els seus projectes tenen una forta dependència de l'atorgament de subvencions per poder assegurar la seva viabilitat:

Absolutament essencial [*referint-se a les subvencions*]! Imprescindible del tot, sí, sí, sí (...). El primer any d'activitat està garantit només amb la subvenció.

A més, algunes subvencions condicionen el ritme i el rumb dels projectes. Tal com ens comentava una treballadora d'un supermercat cooperatiu:

(...) vull dir que si haguéssim començat des de la base, tot hagués anat més piano, piano, i clar, el singulars té uns terminis. Bueno ja saps....

O tal com ens expressava un altre treballador d'un supermercat cooperatiu:

(...) si es demana una subvenció això significarà que s'accelerará el procés, el procés no serà gaire, no serà gaire horitzontal, serà més vertical i s'haurà d'anar corrents, i qui aguanti, aguanta i qui no aguanta, res.

En diverses entrevistes s'ha ressaltat que s'ha contractat el nombre de persones i les hores en funció de la subvenció. O bé, que s'han contractat empreses de dinamització externa per la realització de tallers i reunions perquè era un requeriment de la convocatòria però que a posteriori valoren que no hagués estat necessari. Ara bé, també és habitual reconèixer que tot i que en aquests processos els col·lectius pateixen molt, també són moments claus per fer un salt i poder avançar amb el projecte.

Algunes membres destaquen que cal canviar el concepte de subvenció que tenim perquè els projectes agroecològics generen impacte social i ambiental positiu i, per tant, "ens mereixem les subvencions" que es paguen amb diners públics i han d'apostar per criteris socials. En aquest sentit, s'al·ludeix que els diners públics han de compensar la no viabilitat econòmica d'aquests projectes en un context de mercat (que les fa inviables) però que aporten beneficis socials i ambientals. Així, l'administració pública ha de pagar per aquests serveis. De fet, també trobem veus que reclamen una major implicació del sector públic en el desenvolupament del cooperativisme agroecològic:

Jo crec que l'aposta pública, perquè això, perquè això passi, ha de ser molt més valenta del que està sent fins ara. I que aquests projectes no es poden sostenir, perquè al final els estem sostenint des de l'economia social amb uns esforços personals molt alts, molt alts, i sense uns finançaments públics gaire clars. I, no sé, si les marques de les grans marques no reben finançament públic..., que a vegades nosaltres anem molt amb la vareta aquesta. I per mi, el salt d'escala agroecològic es farà quan hi hagi una aposta pública molt clara... perquè ara anem fent bolets, ara tenim diners per fer un obrador, però després em rento les mans, ara t'acompanyo perquè obris un supermercat, però amb el rètol a les mans.... Al final és, tu deixes el *libre albedrío*, que a nivell privat, comunitari, això funcioni, funcioni bé. Llavors, on ens estem posant la soga és molt amunt. On ens estem posant l'expectativa és molt amunt. Assolir això, per transformar nosaltres el model agroecològic. O hi ha una aposta ferma d'estratègia de país... O des de la part comunitària podem fer cosetes, però no farem una transformació directa, no?

9. Bones pràctiques en el canvi d'escala

Al llarg del treball de camp, les participants dels col·lectius han destacat algunes bones pràctiques que recollim en aquest apartat perquè pensem que poden ser una bona eina per compartir entre els col·lectius que estiguin vivint i experimentant situacions similars. Hem agrupat les bones pràctiques en tres grups, pràctiques vinculades a les relacions, pràctiques vinculades a les millores en l'accés i la participació i, finalment, pràctiques relacionades amb la sostenibilitat econòmica.

Taula 6. Bones pràctiques en el canvi d'escala del cooperativisme agroecològic.

Relacions
<ul style="list-style-type: none"> · Arrelament al territori (poble, barri, entitats properes, etc.) · Vincle amb grups i cooperatives de consum “si perdem la memòria no podem gestionar el present”, “amb els supermercats cooperatius sembla que s’ha fet una tàbula rasa”. · Cooperació amb grups de consum com a sòcies per comprar productes que no tenen al grup o bé membres de grups de consum que es fan sòcies per abastir-se d’altres productes que no tenen al grup de consum. · Crear espais d’articulació entre projectes vinculats al consum i a la producció (intercooperació horitzontal i intersectorial) · La creació de comunitat és un procés lent. Millor partir d’un col·lectiu que ja es coneix i té clars els hàbits de consum. · Intercooperació entre cooperatives de consum (mancomunar recursos i també càrrecs/rols, intercooperació sociopolítica, alliberar hores de treball no remunerat si ja participes en un altre col·lectiu, etc.)
Accés i participació
<ul style="list-style-type: none"> · Cistella bàsica amb menys marge · Per millorar accessibilitat, baixar marges i no tant baixar quotes d’entrada o mensuals · Flexibilització de la participació i possibilitat de compra per part de persones que no són sòcies · Dinamització de tastets, esdeveniments, xerrades, educació agroecològica, facilitar canvis en hàbits de consum · Rebaixar el nivell d’autoexigència en el cas de col·lectius molt autoexigents doncs això genera dificultats en la democratització, “la gent no vol entrar”

Sostenibilitat econòmica

- Millorar la comunicació, sobretot per evitar generar falses expectatives
- Els títols participatius són una bona eina de finançament
- Manteniment de la relació directa encara que el format sigui diferent que en els grups de petita escala
- Càlcul del consum ponderat segons la tipologia de la unitat de consum i visibilitzar-ho en relació al consum real
- Parar atenció en no emprar pràctiques pròpies dels supermercats convencionals com ara l'excés d'aliments processats
- Tenir en compte que no tenim referents que es puguin traslladar d'un territori a un altre

Destaquem d'aquestes bones pràctiques el fet d'enxarxar-se amb d'altres entitats, especialment amb grups i cooperatives de consum ja existents al territori. En diverses entrevistes les informants es lamenten que alguns supermercats cooperatius han sortit com a "bolets" sense articular-se amb el cooperativisme agroecològic ja existent en el territori. Tanmateix, també hem trobat alguna persona que ens ha explicat com des dels petits grups de consum s'ha vist l'emergència de les estructures de major escala com una amenaça que pot fer trontollar els propis grups de consum i que no els han rebut amb les portes obertes al barri.

També volem subratllar el consens en la importància de compartir recursos ja siguin materials o humans com també de coneixements i aprenentatges dels diversos col·lectius. En aquest sentit, s'han realitzat diverses trobades per compartir les debilitats, fortaleces i bones i males pràctiques dels diversos col·lectius i entendre que sovint no es tracta de processos o dificultats individuals sinó col·lectives i estructurals.

En relació a les bones pràctiques relacionades amb l'accés a una alimentació agroecològica, destaquen tant aquelles mesures per millorar l'accés econòmic com ara baixar marges, com aquelles mesures per diversificar els modes de participació.

De nou, insistim que s'han valorat com a bones pràctiques totes aquelles que tracten de trencar la bretxa entre les expectatives del projecte i la realitat, com ara eines comunicatives transparents i pròpies de l'agroecologia. L'esquerda entre el que s'esperava (i sovint s'ha comunicat) i la realitat dels projectes ha generat una important frustració entre algunes sòcies que, en alguns casos, han abandonat la seva participació a les cooperatives.

10. Sobre els models d'articulació i sostenibilitat a gran escala

En aquest apartat compartim algunes de les reflexions que al llarg d'aquests anys han sorgit en relació als models d'articulació en aquest canvi d'escala que facilitin la sostenibilitat dels sistemes d'aprovisionament agroecològic. Ens estem referint a la creació de xarxes de supermercats cooperatius, la necessitat d'una millor planificació econòmica o la implementació de propostes diverses, com ara una Seguretat Social Alimentària, la creació de distribuïdores públiques o de supermercats públics.

Primer, presentem dos exemples reals d'intercooperació horitzontal que ja s'estan duent a terme en el nostre territori i, seguidament, reflexionem en torn a algunes propostes no aterrades en el context català. D'una banda, l'articulació dels supermercats cooperatius a través de xarxes com la xarxa estatal de supermercats cooperatius de la que una de les experiències catalanes en forma part. En concret, la Red de Supermercados Cooperativos és una associació estatal que agrupa 10 supermercats cooperatius amb l'objectiu d'impulsar el model de distribució i consum alimentari a través de la creació dels supermercats cooperatius. En aquests moments, constitueixen la xarxa els següents supermercats: Avecinal (Saragossa), BioLibere (Getafe), Biotremol (Alicant, Castalla i Yecla), Landare (Pamplona), Foodcoop (Barcelona), Som Alimentació (València), La Osa (Madrid), Árbore (Vigo), Almocafre (Córdoba) i La Ortiga (Sevilla). Segons un treballador d'un supermercat cooperatiu que forma part de la xarxa, alguns dels reptes que es pretenen abordar des d'aquestes xarxes inclouen les compres conjuntes, compartir sòcies i la internacionalització:

Hi ha reptes d'escalabilitat també, perquè hi ha molt d'interès entre supermercats per compartir socis, hi ha molt d'interès entre supermercats per fer compres conjuntes, per treballar en xarxa. Aleshores, també la xarxa és un repte important que no s'ha de deixar. Per una banda, això, i alhora també permet com... l'aglomeració a nivell nacional, a nivell d'Espanya, també permetria la internacionalització, les relacions internacionals que nosaltres tenim ja són importants, ja existeixen.

En el context català, també destaquem un altre espai d'articulació i intercooperació horitzontal: la Coordinadora de Cooperatives de consumidores agroecològiques configurada per diverses entitats del territori. Tal com es detalla a la seva web, la Coordinadora és una entitat associativa de segon nivell integrada per les persones delegades i les organitzacions representades, les cooperatives: El Brot, Cydonia, La Garrofera, Germinal, La Manduca, El Rebot i El Rodal. Des de la Coordinadora s'ha elaborat un manifest que recull els punts claus d'aquesta intercooperació i que conclou afirmant que el seu objectiu és: "Entrellaçar una resposta conjunta a tots els reptes que hem esmentat, amb el convenciment que amb les eines del cooperativisme basat en l'economia social solidària, amb el consumidorisme participatiu, amb el nostre compromís/activisme agroecològic i mediambiental –compartit amb la resta de persones, entitats i organitzacions afins–, tot fent pressió social i institucional, i amb la imprescindible determinació, entre totes, per resoldre-ho, ho podem aconseguir".

En diverses entrevistes també ha sorgit la inquietud en relació a la necessitat de crear estructures d'intercooperació intersectorial (productores, consumidores, intermediàries, etc.) per tal d'enfortir el cooperativisme agroecològic. Encara que no existeixi un projecte tractor d'aquesta intercooperació intersectorial, sí que trobem projectes basats en la intercooperació de diferents agents. En aquest sentit, existeixen algunes experiències amb més o menys recorregut que involucren a diversos agents de la cadena alimentària, com ara Hortec, Terra pagesa, Enllaç Ebre, Ecocentral, Quèviure, la cooperativa de serveis Naturasí o la intercooperació de les xarxes de productores amb les cooperatives de ciclogística a través del projecte d'Einateca.

Més enllà d'aquests models d'articulació ja existents, també destaquem horitzons més llunyans però certament inspiradors a l'hora de pensar la transformació dels sistemes alimentaris.

Alguns dels textos inspiradors per aquest futur dels sistemes alimentaris els trobem escrits de la mà de l'activista Gustavo Duch. En aquest sentit, el text escrit conjuntament amb la Patricia Dopazo (2023), "2041: Tanca l'últim supermercat de la Baixa Segarra" ens transporta a un futur en el que les cadenes de distribució privades desapareixen perquè ningú va a comprar allà. En aquest context utòpic, el sistema alimentari és públic,

entre el 30 i el 40% dels impostos de la ciutadania es destinen a les targetes alimentàries amb els que es pot adquirir aliments procedents del territori i ecològics. Els productes locals s'adquireixen a través d'economats, nodes o els anomenats carretons itinerants. En aquesta utopia es planteja doncs un sistema alimentari publico-comunitari que assegura una alimentació sana i saludable per a totes. El mateix autor, en una entrevista explicava la proposta de construir una Seguretat Social Alimentària de la següent manera: "Amb la Seguretat Social Alimentària nosaltres proposem un canvi de paradigma. L'alimentació funciona al mercat, si tens diners, compres menjar. És completament diferent d'altres models com la sanitat o l'educació, com a societat hem considerat que aquests dos sectors formen part de drets que s'han de garantir. Per aquesta raó fem una Seguretat Social de salut pública que asseguri que tothom pot anar al metge amb els impostos de tots i hi ha una regulació estatal que fa que els metges tinguin un salari digne garantit. Fem el mateix amb els professionals de l'educació." En aquest sentit, en Gustavo Duch ens proposa traslladar aquesta lògica al dret a l'alimentació per tal que de forma col·lectiva decidim quin model d'alimentació volem i a qui volem donar els beneficis.

La proposta de la Seguretat Social Alimentària s'inspira en propostes franceses com la suggerida pel sindicat Confederation Paysanne. Des del 2017, un grup interdisciplinari configurat per membres del sindicat camperol Confederation Paysanne, la xarxa CIVAM, Enginyers sense Fronteres, Resaux Salariat i diversos investigadors estan reflexionant i proposant un sistema alimentari basat en l'apropiació col·lectiva del valor del treball per part de les persones. En aquest sentit, l'anomenada Seguretat Social de l'Alimentació (SSA) consistiria en una redistribució de diners per part de l'Estat en forma de targetes alimentàries que s'emprarien per consumir productes de qualitat i sostenibles (Chiron i Dopazo 2021). Amb tot, la proposta es troba en fase de desenvolupament de diverses proves pilots que adopten diferents formats segons el territori. Per exemple, a Montpellier s'ha desenvolupat la Caisse Alimentaire Commune que preten lluitar contra les desigualtats a l'accés a una alimentació sostenible repartint un nombre fix de Monas (moneda social pròpia) a les persones que formen part de la xarxa. Les Monas s'han de gastar a les 40 botigues amb productes locals associades a la xarxa. Per la seva banda, cada persona integrant de la xarxa fa una aportació de Monas segons la seva situació

socioeconòmica que es complementa amb fons públics i privats fins arribar a aquest nombre fix, 100 Monas. En d'altres indrets, el que es proposa és que les persones disposin d'unes targetes alimentàries amb un pressupost de 150 euros al mes per gastar a la xarxa de comerços associats. Encara que en una fase molt embrionària, aquesta proposta planteja un horitzó on l'alimentació seria pública. Seria interessant pensar com aterrar-ho en el nostre context, tenint en compte que ja estan operant algunes propostes públiques com la compra pública responsable o els contractes agraris¹⁰ amb els que es retribueix els serveis ecosistèmics que ofereix la pagesia a través de la seva activitat. Però també cal considerar algunes infraestructures públiques vinculades al sector alimentari que es podrien reconfigurar per assegurar una alimentació sana i sostenible a tota la població com ara els mercats públics o inclús la gestió de Mercabarna¹¹.

En aquesta línia, Pau Llonch (2023) també afirma que per aconseguir la sobirania alimentària entesa com el dret dels pobles a determinar les polítiques agrícoles i alimentàries que els afecten, i el dret d'assolir un desenvolupament sostenible i garantir la seguretat alimentària només es pot aconseguir amb la planificació econòmica. I afirma: "Sense una política econòmica de país no hi ha accés a la terra ociosa per a posar-la a produir, ni hi ha possibilitat d'una ordenació racional dels recursos cada cop més limitats com l'aigua. Tampoc és possible competir amb les grans empreses de compra i distribució oligopòliques que governen el sector amb mà de ferro. Sense planificació econòmica i un sistema d'incentius ordenat i racional que construeixi les infraestructures i els serveis que li calen al territori tampoc no hi haurà relleu generacional al camp català". Per aquest autor, cal crear una economia política que no es limiti a subvencionar sinó que cal fer una planificació econòmica on els projectes que no posen en el centre el valor de la competitivitat puguin sobreviure (Llonch, 2023). En

¹⁰ Un exemple és el Contracte Agrari de Collserola (CAC) que és una eina que dona suport a la pagesia del parc de Collserola per les seves aportacions que ofereix al Parc i als municipis. En concret, el CAC remunera actuacions amb repercussió positiva al territori com ara la diversificació d'activitats agràries, la rotació de cultius, els serveis de prevenció d'incendis, la preservació del biodiversitat, etc.

¹¹ Segons la seva web, Mercabarna és una societat anònima mercantil creada al 1967 de la que els seus accionistes són: 51% Barcelona de Serveis Municipals- Ajuntament de Barcelona, 37% Mercasa i 12% Generalitat de Catalunya.

aquest sentit, moltes de les informants ens han mostrat les dificultats de sostenir els valors dels projectes agroecològics en un context mercantil regit pels preus i la competitivitat. En alguns casos, ens relataven que el sector públic havia de fer-se càrrec d'aquesta diferència de valor i assumir-ho com un cost a pagar pels serveis comunitaris que aporten aquests projectes a la societat. En les paraules d'un membre d'una botiga agroecològica:

Hem de canviar el concepte de subvenció. Nosaltres fem impacte social i cal pagar-lo amb diner públic.

De totes maneres, aquestes idees sobre el model a una escala més gran no han estat un tema recurrent a les entrevistes i, en cas que es fes referència, es parlava de la necessitat de crear xarxes o entitats de segon grau entre els supermercats cooperatius, o bé, sobre la necessitat que l'administració pública donés suport a aquest tipus d'estructures però generalment limitant-se a la idea "que es deixi de subvencionar a l'agroindústria i es subvencioni a l'agroecologia".

Les propostes de Gustavo Duch i Pau Llonch obren nous horitzons per seguir explorant la sostenibilitat de l'agroecologia doncs ens dibuixen nous escenaris inspiradors a una escala més gran. Necessitem models utòpics per poder seguir caminant cap a la sostenibilitat dels sistemes d'aprovisionament agroecològic.

11. Conclusions entorn la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic

1. El desenvolupament dels diversos models de creixement del cooperativisme agroecològic s'ha realitzat de la mà del **desenvolupament de l'ESS** al territori. En aquest sentit, l'agroecologia s'ha nodrit de l'experiència de l'ESS en el canvi d'escala i els diversos models de creixement (Martín, *et al.*, 2018). Destaquem doncs que al llarg del canvi d'escala s'han obert canals de comunicació i cooperació entre el moviment agroecològic i el moviment cooperativista i de l'ESS enriquint ambdós moviments. Així mateix, **les administracions públiques** han donat suport en alguns casos al desenvolupament d'aquests projectes a través de subvencions o d'altres polítiques públiques puntuals. No obstant, és necessari seguir debatent sobre el paper que volem que tingui l'administració pública en el creixement d'aquestes xarxes. Especialment en el context que els col·lectius agroecològics no poden sostenir la viabilitat dels projectes i el sector públic ha de jugar un paper clau en aquesta sostenibilitat. De la mateixa manera, calen obrir nous horitzons sobre el model d'economia política més enllà de les subvencions a l'agroecologia i a la pagesia en general.

2. El canvi d'escala teòricament hauria d'afavorir la **diversitat socioeconòmica** en aquestes xarxes i la **flexibilització en la participació**. Molts dels projectes tenen estratègies i mesures concretes per facilitar aquesta obertura. Tanmateix, observem dificultats en l'efectivitat d'aquestes mesures inclusives i cal seguir profunditzant en com aplicar aquestes mesures de forma més eficient. Ara bé, no podem obviar la situació de crisi socioeconòmica que travessa el context global del que el moviment agroecològic no és aliè que condiona la participació en aquests col·lectius.

3. Al llarg del canvi d'escala s'han diversificat els productes i la majoria de projectes inclouen la **presència d'intermediaris** alguns d'ells vinculats a empreses de l'ESS. Amb tot, en general, es manté la relació directa amb les productores de producte fresc i en alguns casos els volums de compra no asseguren la sostenibilitat de les productores. En aquest sentit, caldria seguir explorant la millora en els **sistemes de distribució** i el canvi d'escala en d'altres baules dels sistemes alimentaris.

4. **La inclusió de les cures** no ha estat la prioritat efectiva dels projectes que han fet el canvi d'escala. És interessant seguir reflexionant el canvi d'escala des d'una perspectiva horitzontal que repensi les estructures sociopolítiques dels col·lectius i no centrar-se exclusivament en un augment en el nombre de consumidores, referències, etc. En aquest sentit, es plantegen diversos debats en relació, per què volem créixer? Per a què volem créixer? Com volem créixer? Quins són els nostres paràmetres o mesures de creixement? Amb tot, la majoria de col·lectius han incorporat parcialment la perspectiva feminista en el discurs, s'han creat comissions de treball per abordar la transició feminista i s'han elaborat eines d'autodiagnosi amb perspectiva feminista.

5. Un dels reptes clau són les tensions que viuen aquests projectes per **assegurar la seva viabilitat econòmica així com la sostenibilitat social i ambiental**. Tots els projectes han relatat que el canvi d'escala té un cost econòmic molt elevat (inversions, crèdits, etc.) així com més riscos que els projectes de petita escala cosa que fa que per assegurar la viabilitat calgui el compromís polític de moltes sòcies, la seva participació en el funcionament i l'organització i un volum de compra alt. En aquest sentit, algunes de les noves formes organitzatives mantenen el repte de la **dependència del treball no remunerat i de les subvencions** per assegurar la seva viabilitat. I és que el capitalisme es caracteritza per la producció orientada al mercat i al benefici i no es basa en una producció orientada a les necessitats socials. A més, l'agroindústria externalitza els costos socials i ambientals de l'agricultura que l'agroecologia internalitza. Ara bé, a l'internalitzar aquests costos desenvolupem projectes no competitius en un context de mercat capitalista. Llavors, o bé es pugen els preus que acaben generant processos d'exclusió que sovint es justifiquen en termes morals i polítics "cal prioritzar les despeses", "cal fer un sacrifici", etc. O bé, es desencadenen processos d'autoexplotació per abaratir costos i poder abaixar preus i no ser propostes tan elitistes. Molt sovint, ens trobem que els diferents projectes combinen ambdues estratègies per tal d'assegurar la seva sostenibilitat econòmica.

6. Amb tot, tal com s'ha relatat al llarg d'aquest informe, el cooperativisme agroecològic no s'atura i seguim aprenent a teixir noves formes organitzatives i de funcionament més **inclusives, feministes i sostenibles** per poder abordar tots aquests reptes amb estratègies i mecanismes concrets a través del treball col·lectiu i de base.

A mode de tancament, obrim la necessària reflexió sobre els valors socials i ambientals d'aquestes xarxes d'aprovisionament agroecològic i com mantenir aquests valors en un context de mercat centrat en els preus. Tal com ens relatava un membre d'una cooperativa de consum " a nivell de mercat tenim totes les de perdre. No tenim res a fer. El que ens diferencia són els valors". Ara bé, com assegurar que aquests valors no només quedin com un valor afegit al relat i realment subverteixin les relacions d'explotació i dominació del mercat capitalista? Segurament ens caldrà imaginar models a una escala més gran en els que el sector públic i comunitari tinguin un paper clau en la sostenibilitat de l'agroecologia.

12. Referències bibliogràfiques

Altieri, M. (2015). Breve reseña sobre los orígenes y evolución de la Agroecología en América Latina, *Agroecología*, 10 (2): 7-8.

Chiron, S. i Dopazo, P. (2021). El futuro de la alimentación es la democracia. El proyecto de Seguridad Social de la Alimentación en Francia, *Sobirania Alimentaria*, 40.

Duch, G. i Dopazo, P. (2023). Tanca l'últim supermercat de la Baixa Segarra, *Aliment*. Barcelona: Crític. Disponible a: <https://www.elcritic.cat/opinio/2041-tanca-ultim-supermercat-de-la-baixa-segarra-166510>

Dalmau, M. i Miró, I. (2010) *Les Cooperatives Obreres de Sants. Barcelona: autogestió proletària en un barri de Barcelona*. Barcelona: La Ciutat Invisible Edicions.

Espelt, R. (2018). *Cooperatives de consum agroecològic de plataforma. El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació en el consum cooperatiu de productes agroecològics*. Tesi Doctoral: Universitat Oberta de Catalunya, Internet Interdisciplinary Institut (IN3) Disponible a: <http://hdl.handle.net/10803/664225>

Fernández, A. i Miró, I. (2016). *L'economia social i solidària a Barcelona*. Barcelona: La Ciutat Invisible SCCL i Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària de l'Ajuntament de Barcelona. Disponible a: https://www.laciutatinvisible.coop/wp-content/uploads/2016/02/essb_def3.pdf

FCCUC, Federació de Cooperatives de consumidors i usuaris (2010). *Els grups i les cooperatives de consum ecològic a Catalunya. Diagnosi de la situació i promoció del cooperativisme*. Disponible a:

https://xarxanet.org/sites/default/files/Diagnosi_grups_de_consum_Catalunya.pdf

Friedmann, H. (2005). From colonialism to Green Capitalism: social movements and emergence of food regimes. *Research in Rural Sociology and Development*, 11:227-264.

Galt, R. (2013). The Moral Economy Is a Double-edged Sword: Explaining Farmers' Earnings and Self-exploitation in Community-Supported Agriculture, *Economic Geography*, 89 (4): 341-365.

Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*: Prentice-Hall Englewood Cliffs.

Goodman, M. (2004). Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods, *Political Geography*, 23 (7): 891-915.

Goodman, D. i Goodman, M. (2009). Alternative Food Networks. Kitchin, R. i Thrift, N. (ed.) *International Encyclopedia of Human Geography*: 208-220.

Hammersley, M. i Atkinson, P. (2001, 2a rev.). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós

Hierro, A. i Vidal, D. (2019). *Sembrem Transformació. Un apropament des de l'economia solidària a l'actualitat del moviment agroecològic a Catalunya*. Barcelona: Pam a Pam.

Disponible a: https://pamapam.org/wp-content/uploads/2020/01/Informe_ESS_agroecologia_2019.pdf

Homs, P. i Narotzky, S. (2019). Within and beyond the market system: organic food cooperatives in Catalonia. Siniscalchi, V. i Harper, K. (ed.) *Food Values in Europe*. London: Bloomsbury.

Homs, P., Flores-Pons, G., Martín Mayor, A. i Sastre, A. (2021a). El cooperativisme agroecològic a Catalunya: canvi d'escala, sostenibilitat i reptes. *Béns comuns i 30 anys de neoliberalisme, mercantilisme i extractivisme en un context de crisis i emergències superposades*. Barcelona: Observatori DESC i Observatori del Deute en la Globalització: 272-292.

Homs, P., Flores-Pons, G. i Martín Mayor, A. (2021b). Sustainable lives and care: Agroecological cooperativism in Catalonia, Spain. Nelson, A. i Edwards, F. (ed.) *Food for Degrowth*. London: Routledge (Environmental Humanities Series): 90-111.

Homs, P. i Puig, J (2023). *La divisió del treball als grups de consum de La Bajoca amb perspectiva feminista*. Santa Coloma de Queralt: L'Aresta Cooperativa Agroecològica.

Disponible a:

https://www.labajoca.cat/wp-content/uploads/2023/05/La-divisi%C3%B3-del-treball-amb-perspectiva-feminista-a-La-Bajoca_Aresta.pdf

Iñiguez, L. (2004). *Curso de investigación cualitativa: fundamentos, técnicas y métodos*.

El debate sobre metodología cualitativa versus cuantitativa. Disponible a:

<http://antalya.uab.es/liniguez/>

Lodeiro, T. (2018). *Supermercats cooperatius: efervescència de projectes*. Disponible a: <http://opcions.org/consum/supermercats-cooperatius-efervescencia/>. Visitat 15 de desembre de 2023.

Llonch, P. (2023). No hay soberanía sin planificación. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y cultura*, 48: 33-35.

López-García, D. (2015). Producir alimentos, reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transformación social y ecológica. Madrid: Libros en Acción

Marfà, M (2019). *La inclusió en el cooperativisme de consum agroecològic a Catalunya*. [Treball Final de Màster en Polítiques Socials i Acció Comunitària. IGOP-UAB, UdL, UVIC i UdG]

Martín Mayor, A.; Homs, P. i Flores-Pons, G. (2017). Informe: *El canvi d'escala: Un revulsiu pel cooperativisme agroecològic?* Barcelona: Fundació Roca i Galès i ACCID.

Martín-Mayor, A., Flores-Pons, G., Homs, P. i Espelt, R. (2018). Eines per a repensar el cooperativisme agroecològic. Espelt, R. i Vega, N. (ed.) *Cooperativisme i agroecologia a la ciutat de Barcelona*: Editorial Comanegra: 136-154.

Rivera, M. (2018). L'agroecologia és feminista? Algunes reflexions des de la teoria i la pràctica. *Agrocultura*, 73 (tardor 2018): 6-8.

Ruiz Pascua, M. (2023). Informe: *Pel Dret a una alimentació culturalment adequada: diagnosi etnogràfica i propostes agroecològiques*: L'Etnogràfica - Antropologia per a la transformació social.

Sevilla-Guzmán, E. (2006) *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona: Icaria

Sevilla-Guzmán, E. i Woodgate, G. (2013). Agroecología: fundamentos del pensamiento social agrario y teoría sociológica. *Agroecología*, 8(2): 27-34.

Suriñach, R. (2017). El sostre dels grups de consum agroecològic. *Opcions 05/07/2017*. Disponible a: <http://opcions.org/opinio/sostre-grups-consum-agroecologic/>. Visitat: 15 desembre de 2023.

13. Annexos

Annex 1

Guió entrevista :

1. ORÍGENS

D'on sorgeix la primera idea/llavor i objectius del projecte? Motivacions, necessitats que es volen cobrir amb el projecte? Qui ho impulsa? Perfil de la gent que ho impulsa. Models inspiradors o referents.

Vincle amb les cooperatives de consum del barri o altres col·lectius.

Vincles amb altres supermercats cooperatius o experiències que hagin fet el canvi d'escala.

Aliances de 2n grau

Com us va afectar la covid?

2. ORGANITZACIÓ

Organització i funcionament. Assemblea, CR, cercles.

Com es fa la presa de decisions?

Quantes sòcies teniu i quin és el nombre que voleu arribar?

Model de participació. Participació real de les sòcies col·laboradores en la presa de decisions. Freqüència, participació i funcionament assemblees

Treballadores: Evolució de les jornades en hores, sou, categoria laboral. Valoració sobre aquesta evolució i quina és la aspiració o punt desitjat

El perquè de la vostra fórmula jurídica: cooperativa integral de consum, treball i serveis?

3. DIVERSITAT SOCIOECONÒMICA

A qui arriba el projecte? Alguns perfils detectats (econòmic, origen, edat, estudis, models d'unitat de consum, lloc de la vivenda)

Moments de creixement de sòcies. Tipologia de sòcies i relació amb accions concretes.

Preus dels productes. Són més assequibles que a d'altres vies de comercialització?

Marge que s'aplica i política de preus. Com s'ha decidit aquesta política de preus?

Estratègies per augmentar la diversitat de sòcies: Cistella bàsica? Productes convencionals? Campanyes específiques? Altres?

4. CURES

Millores en l'accessibilitat (en relació a grups de consum més petit): econòmica, horaris, informació, cultural, etc.

Participació: Flexibilitat en el model de participació, diferents possibilitats segons realitat de cada persona

Com es té en compte la diferència al col·lectiu? Algunes estratègies per reduir les diferències de partida.

5. RELACIÓ PRODUCTORES

Número de productores i volum de compres. Amb qui manteniu relació directa?

Número de distribuïdores i volum de compres.

Criteris per escollir productores

El preu també és un criteri? Com el teniu en compte? Quan decidiu incorporar producte convencional i per què?

Quins criteris s'apliquen a les distribuïdores.

Gestió de comandes, incidències, etc

Programa informàtic

Millores per les productores en relació a la gestió

6. DIMENSIÓ POLÍTICA

En quina mesura consideres que el projecte és transformador?

Quins mecanismes i estratègies teniu per preservar les dimensions polítiques del projecte? S'ha dit molts cops que a l'augmentar la mida es perden les dimensions polítiques...què en penses?

7. PAPER DE LES INSTITUCIONS

Fonts de finançament

Han participat d'alguna manera les institucions en el desenvolupament del projecte?

En quina mesura? Quines subvencions heu rebut i que us ha permès fer?

Quina és la teva valoració sobre la implicació de les institucions en el projecte? És el que esperàveu? Ha generat debat intern?

Us heu vist compromesos pel fet d'haver rebut diners de les institucions?

8. DAFO

Dificultats que us heu trobat en el desenvolupament del projecte

Quins són els majors reptes que teniu?

Quines són les majors fortaleces del projecte?

A nivell del context, quines amenaces, oportunitats destacaries?

Penses que les dificultats, reptes, fortaleces són compartides amb d'altres supermercats?

Bones i males pràctiques per recollir en el procés d'aprenentatge

9. SOSTENIBILITAT (ECONÒMICA, AMBIENTAL, SOCIAL)

Valoració de la sostenibilitat econòmica, social i ambiental del projecte

Referir-se també en relació a la sostenibilitat de les productores

Viabilitat del supermercat cooperatiu

10. VALORACIÓ EN RELACIÓ AL CANVI D'ESCALA

Millores i nous reptes del model supermercat cooperatiu en relació altres models que treballen a escala més petita

Properes passes en el futur proper



L'aresta

COOPERATIVA AGROECOLÒGICA

Impulsa



economia social
Ateneu Cooperatiu
Camp de Tarragona

Col·labora



Promou i finança



Fundació
ROCA GALÈS
CATALUNYA



Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball, Afers Socials
i Famílies**