



## Cooperativismo agroecológico y saltos de escala

Daniel López García

Investigador en agroecología y miembro de Ecologistas en Acción

### Evolución del cooperativismo agroecológico en el Estado español

Es posible diferenciar al menos tres etapas en el desarrollo de las redes alimentarias alternativas en el Estado español. Después de la creación de la primera cooperativa de consumo de alimentos ecológicos en 1987 (El Brot, Reus), en 1992 se crearon Otarra en San Sebastián-Donostia, Landare en Pamplona-Iruña y El Encinar en Granada. Al año siguiente se formaron Bio Alai en Vitoria-Gasteiz, Germinal en Barcelona, Almocafre en Córdoba y La Ortiga en Sevilla. Todas estas cooperativas siguen hoy existiendo y actualmente son entidades emblemáticas y de referencia, vinculadas a los mundos de la economía social y el ecologismo. En una década –los noventa– de auge de nuevos movimientos sociales como la okupación y la insumisión, el cooperativismo vinculado al consumo de alimentos ecológicos fue creciendo muy lentamente. Mientras tanto, las iniciativas pioneras de producción ecológica luchaban por sobrevivir, especialmente aquellas que tercamente apostaban por intentar que los alimentos de calidad que producían se consumiesen en el entorno local o, al menos, estatal.

A principios de siglo la agroecología emerge como incipiente nuevo movimiento social, mayoritariamente urbano, con iniciativas pioneras como la Xarxa Agroecològica de Catalunya (2001) o la red de iniciativas de producción y consumo Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH, Madrid, 2000) en el centro peninsular. El número de grupos de consumo empezaron a crecer de forma sensible en las zonas metropolitanas, especialmente en base a la fórmula de pequeños grupos de consumo (entre 10 y 20 unidades de consumo), normalmente aislados y dispersos. Sin embargo, serán el ariete que poco a poco fue abriendo el mercado interior de alimentos ecológicos desde un fuerte voluntarismo, tanto del consumo como de la producción. Diversas redes locales y estatales de producción y consumo aparecían y desaparecían; y se extendieron modelos variados, incluyendo aquellos que hoy denominamos ‘agricultura sostenida por la comunidad’, de los que la red Nekasarea (Bizkaia, 2006) es actualmente el principal exponente.<sup>1</sup> Al mismo tiempo,

<sup>1</sup> Se puede consultar López García, D., «Experiencias de ASC en el Estado español», en *Censo Europeo de Agricultura Sostenida por la Comunidad (2015): experiencias en el Estado Español*, Observatorio de Soberanía Alimentaria y Agroecología (OSALA), 2015. Disponible en: <http://www.osala->

fueron abriendo las primeras tiendas de alimentos ecológicos, a menudo con un marcado carácter militante y compromiso con las pequeñas producciones más locales. Y se produjo en Andalucía el primer experimento de gran escala de comedores escolares ecológicos abastecidos por producciones locales (2004-2007), que incluyó hasta 150 centros públicos y dos hospitales, en un contexto político anómalo.

A finales de esta primera década la propuesta agroecológica como movimiento social se amplía con el de la soberanía alimentaria en un proceso estatal como el de la Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos (2009), impulsado por Plataforma Rural y algunas de sus organizaciones miembro. Así, se crearon redes territoriales (de ámbito provincial o autonómico) para la promoción de la soberanía alimentaria, que en algunos casos tomaron la promoción de redes alimentarias alternativas y locales como una de sus principales líneas de acción. La producción ecológica no paraba de crecer, y el número de grupos de consumo se multiplicaron exponencialmente en 10 años, especialmente a partir del 15M y la necesidad de este movimiento de encontrar formas alternativas de organizar lo cotidiano. En la actualidad los grupos de consumo superan los 200 en territorios como Catalunya, la Comunidad de Madrid o Euskadi, y probablemente superarían el millar.<sup>2</sup>

En estos últimos ocho años se crean un buen número de redes territoriales de producción orientadas a circuitos cortos de comercialización; y surgieron algunos mercados emblemáticos de productores ecológicos, como los de Valls (2008), Zaragoza (2009) o Sevilla (2010), que hoy serían cerca de 100 en todo el territorio estatal, con una frecuencia semanal o mensual. Se multiplicaron también las experiencias de comedores escolares ecológicos y las tiendas especializadas. Al tiempo, se generalizó la presencia de alimentos ecológicos, en muchos casos de producción local, en las grandes superficies, siendo pioneras Carrefour y Aldi con sus correspondientes marcas blancas ecológicas.

### **El consumo de alimentos ecológicos... ¿se dispara?**

Desde hace muchos años el Estado español es una potencia mundial en la producción ecológica –primer país de la UE por superficie certificada y quinto en el mundo–, con elevados crecimientos anuales medios, si bien se ha ralentizado desde 2011. La producción ecológica representa el 5% de la superficie agraria útil, alrededor del 2,5% de las explotaciones, y algo menos del 2% de la producción final agraria en la escala estatal. En contraste, el consumo de alimentos ecológicos aún no alcanza el 1% del total.<sup>3</sup> Estos números indican unas estructuras agroalimentarias ecológicas orientadas a la captación de subvenciones y, en el mejor de los casos, a la exportación, de cara a captar mayores

---

[agroecologia.org/primer-censo-de-experiencias-de-agricultura-sostenida-por-la-comunidad-en-el-estado-espanol-2015/](http://agroecologia.org/primer-censo-de-experiencias-de-agricultura-sostenida-por-la-comunidad-en-el-estado-espanol-2015/), o el censo europeo de 2015. Disponible en: [www.urgenci.net](http://www.urgenci.net)

<sup>2</sup> A pesar de que no hay datos disponibles para una afirmación rigurosa.

<sup>3</sup> MAPAMA, Caracterización de la comercialización y distribución de productos ecológicos a través de los canales de venta especializados, MAPAMA, Madrid, 2015, p.57.

valores añadidos de la producción, mayormente primaria; y un mercado interior muy reducido y claramente desestructurado.

El consumo de alimentos ecológicos viene creciendo por encima del 5% anual en los últimos años, hasta los 1.018 millones de euros estimados en 2015.<sup>4</sup> El mercado interior estatal se caracteriza por una mayor importancia de los canales ‘especializados’ –pequeñas tiendas y supermercados, que ocupan cerca del 50% de las ventas–, y un peso relativamente importante de los canales de venta directa –grupos y cooperativas de consumo, mercados de productor/a, etc.–, en torno al 25%. Esta estructura, similar a otros países productores de la Europa mediterránea, poco a poco se concentra en los pequeños supermercados especializados, y crece velozmente en los grandes hipermercados convencionales, hacia el modelo mayoritario en los grandes países consumidores (Suiza, con un 8,4% del consumo alimentario total; y Dinamarca, con un 7,7%).

En cuanto a las redes alimentarias alternativas, los modelos que muestran una expansión más fuerte son las grandes cooperativas de consumo –por encima de 100 familias socias–, con tienda abierta al público, entre las que podríamos contar más de 25 iniciativas en distintas partes del Estado español, y cuyos mayores exponentes son Landare (Pamplona-Iruña, 2.800 familias socias) y Bio-Alai (Vitoria-Gasteiz, 1.500 familias socias). Estas iniciativas, con modelos muy interesantes de cooperativismo entre producción y consumo, han profesionalizado la gestión comercial, así como la dinamización social y política de su base social; al tiempo, se han ido abriendo paso en el comercio *on-line* desde una perspectiva de economía social. En algunos casos, estas cooperativas construyen redes de distribución de gran relevancia en la dinamización del mercado ecológico provincial, como en los casos de Biosegura (Murcia) y Biotrémol (Alacant). A su vez, los mercados de productores/as se han multiplicado, lo que supone un importante espacio de visibilización de las producciones locales y que alcanza notables valores de ventas.<sup>5</sup> Las experiencias de comedores escolares ecológicos han ido creciendo lentamente, con muy reducido apoyo público,<sup>6</sup> pero que ha supuesto una salida significativa para las producciones locales en determinados territorios, especialmente en Catalunya y Andalucía.

El modelo de pequeños grupos de consumo sigue siendo, en todo caso, el canal que absorbe un mayor volumen de las producciones ecológicas locales, aunque no es el preferido por los agricultores por la carga de trabajo asociada a su gestión y los reducidos

---

<sup>4</sup> *Ibidem.*

<sup>5</sup> En un reciente estudio, se han calculado las ventas anuales de 10 mercados de productor/a en Gipúzkoa en más de 10 millones de euros en total. Begiristain, M., E. Malagón y A. Oñederra, *¿Por qué acudimos a los mercados locales? Una valoración social de los mercados locales de productores de Gipuzkoa*, Symposium ICAS, Vitoria-Gasteiz, 2017.

<sup>6</sup> El único programa público vigente de cierto alcance es el del gobierno canario. Disponible en: <https://www.ecocomedoresescolaresdecanarias.com/>

volúmenes por cada punto de reparto.<sup>7</sup> Este modelo ha seguido creciendo, especialmente en ciudades de mediano tamaño y zonas rurales, pero en las grandes zonas metropolitanas, y especialmente en Catalunya, parece que se empieza a agotar. La dificultad de muchos grupos de consumo por mantenerse –en situaciones de muy elevada rotación en las unidades de consumo– contrasta, sin embargo, con el crecimiento de experiencias del mundo de la empresa convencional como La Colmena que dice Si!, con más de 100 grupos creados en el Estado español desde 2014. En esta experiencia se combina la comodidad del consumo, el acompañamiento profesionalizado a la creación de nuevos grupos, la oportunidad de autoempleo para promotores de nuevas ‘colmenas’ y un elaborado aparato comunicativo. Otros modelos de ‘distribuidoras transparentes’ –como La Ecomarca en Madrid, con 25 Grupos de Consumo–, en las que se crean grupos de consumo desde la distribución, cargan márgenes muy ajustados y se encargan también de formar y acompañar a los nuevos grupos, sin el aparato comunicativo ni la profesionalización del trabajo en cada uno de ellos.

En todo caso, si la proporción que representa el consumo de alimentos ecológicos en el Estado español es anecdótica, el volumen de alimentos que movilizan las redes alimentarias alternativas es residual. Y no por falta de voluntad de miles de pequeños agricultores ecológicos que preferirían que sus alimentos fuesen consumidos por sus paisanos y paisanas. Tampoco por falta de voluntad de los millones de personas que, por ejemplo en las movilizaciones del 15M, han clamado por otros modelos de economía orientados a la gente y a la sostenibilidad. Los tejidos alternativos, que desde los noventa del siglo pasado llevan trabajando sin descanso por la socialización de los alimentos locales y ecológicos, ven cómo la distribución de estos se convencionaliza a marchas forzadas. Claramente, hay importantes inercias para ello, como su exclusión de los grandes canales de comunicación o el fuerte monopolio generado en las últimas décadas por la gran distribución comercial, muy apoyada por los distintos niveles de la administración. Sin embargo, quizá podamos encontrar algunos otros limitantes internos a los propios movimientos alimentarios.

### **Salto de escala en las redes alimentarias alternativas... ¿hacia dónde?**

Desde el mundo de la economía social-solidaria se apuesta por un salto de escala en la extensión práctica de su propuesta, tal y como planteaba el lema del último congreso estatal celebrado en Bilbao (2016). En los últimos años, un debate parecido se ha ido gestando en el mundo de la agroecología, aunque de forma más tímida y menos explícita. La apuesta de determinadas ciudades, en este nuevo ciclo, por desarrollar políticas alimentarias locales y sostenibles –en la línea con el Pacto de Milán firmado en 2015– ha abierto a su vez una importante ventana de oportunidad para ampliar las redes

---

<sup>7</sup> Véase D. López García, *Producir alimentos, reproducir comunidad*, Libros en Acción, Madrid, 2015.

alimentarias alternativas.<sup>8</sup> Sin embargo, los tejidos de producción y consumo locales con enfoque agroecológico van más despacio, y en muchos territorios se preguntan hacia dónde crecer: cómo ir más allá de públicos muy concienciados y directamente vinculados con tejidos asociativos de la militancia anticapitalista.

Uno de los principales problemas, seguramente, es la atomización de puntos de distribución, principalmente grupos de consumo y pequeñas tiendas especializadas, que absorben muy pequeñas cantidades, y se abastecen directamente de una gran diversidad de productores/as. La distribución de alimentos genera en estas redes importantes gastos y requiere de una fuerte dedicación en tiempo para las dos partes. En diversos territorios se está empezando a experimentar con centros de acopio en destino (en los centros de consumo), a modo de Food Hubs, participados por producción y consumo. En algunas ciudades (Zaragoza y Valencia, por ejemplo) el Ayuntamiento dispone de infraestructuras públicas para ello y en otros –Madrid o Barcelona– son las redes de grupos de consumo quienes lo han impulsado. Sin embargo, estas experiencias encuentran en contra una larga trayectoria de fracasos previos, especialmente en el lado de la producción, que dificultan la articulación de las producciones en origen (en los territorios de producción). A su vez, requieren de una planificación a medio plazo y de ciertas inversiones colectivas que las precarias redes locales de producción y consumo no están siendo capaces de sostener.

Por otro lado, se puede ver en el consumo cierto grado de agotamiento en el modelo de grupos de consumo y sistemas de agricultura sostenida por la comunidad. Ya van siendo muchos años en que las personas que toman la alimentación como su espacio de activismo político dedican sus mejores horas a rellenar tablas Excel, recoger dinero y gestionar pagos a proveedores de sus grupos de consumo, además de largas horas de reunión. El salto a la profesionalización de las labores de gestión y a generar modelos más cómodos –que requieran menos horas de reunión, o con horarios de acceso al producto más amplios– para el consumo se considera a menudo como pérdida de la esencia autogestionaria y participativa de las iniciativas. Las inversiones y el compromiso a largo plazo que requieren la formalización de cooperativas de producción y consumo con tienda abierta al público aparecen como un obstáculo muy importante. Sin embargo, como ya hemos comentado, estos modelos de mayor escala y profesionalización son los que más están creciendo en los últimos tiempos, convirtiéndose en una alternativa real de alimentación completa para el consumo, y una salida suficiente y estable para las producciones locales.

La búsqueda de públicos más amplios, en relación con el crecimiento general en el consumo de alimentos ecológicos, aparece como uno de los principales retos para la

---

<sup>8</sup> Para más información, puede consultarse la web de la Red de Ciudades por la Agroecología. Disponible en: [www.ciudadesagroecologicas.eu](http://www.ciudadesagroecologicas.eu)

expansión de las redes alimentarias alternativas. La precarización generalizada de las formas de vida, con escasez de tiempo para hacer la compra y para cocinar, limita la posibilidad a amplios grupos sociales de vincularse a estructuras como los grupos de consumo. La articulación con actores económicos en crisis y, por tanto, en busca de un proyecto alternativo de supervivencia, cómo el pequeño comercio tradicional nos enfrenta con actores muy diferentes, a menudo muy conservadores. Igualmente, los grupos sociales de rentas bajas, rurales o urbanas, no sitúan la alimentación ecológica y local entre sus prioridades, ni comparten muchos de los referentes identitarios de las redes alimentarias alternativas. Pero no enfrentarse a las contradicciones que generan estas posibles alianzas supone abandonar al cooperativismo agroecológico en un nicho social para clases medias, con elevado nivel cultural y con un limitado potencial transformador.

Las estrategias de comunicación de este tipo de experiencias están logrando resultados también limitados. Por supuesto, el contexto comunicativo no es favorable, como revelan los esfuerzos de algunos grandes medios por generar confusión en torno a los alimentos ecológicos.<sup>9</sup> Pero en todo caso los movimientos alimentarios no logran introducir en la agenda de otros movimientos sociales, como el sindical o las distintas mareas, la importancia social y ecológica de los sistemas alimentarios locales y sostenibles. Tampoco de situar en las cabezas de la población en general las narrativas de la agroecología y la soberanía alimentaria. Y mucho menos de visibilizar las experiencias de producción y consumo asociativos y transformadores que ya existen a nuestro alrededor.

### **El territorio, más allá de las redes agroecológicas**

Las retóricas ciudadanistas –urbanocéntricas– han puesto a menudo el acento en ‘el poder transformador del consumo’ cuando se trata de lanzar propuestas de transformación del modelo económico. Estas optimistas visiones, orientadas a las masas urbanas dependientes de los mercados para el acceso a los medios materiales para su subsistencia, esconden esta misma dependencia urbana respecto a las redes de abastecimiento de bienes físicos de todo tipo, así como la insostenibilidad –social, ecológica y territorial– de las propias redes e infraestructuras de distribución. Y por supuesto, ocultan la incapacidad de los movimientos sociales emancipatorios para generar alternativas de producción sostenibles. Ni siquiera la agricultura ecológica profesional, fuertemente dependiente del petróleo, podría calificarse hoy como ecológicamente sostenible,<sup>10</sup> por no hablar de los problemas de autoexplotación de la

---

<sup>9</sup> Uno de los máximos exponentes de la demagogia antiproducción ecológica ha sido el artículo publicado en un blog de *El País* titulado ‘Deje de comprar comida ecológica si quiere salvar el planeta’, aparecido en diciembre de 2016. Disponible en: [http://elpais.com/elpais/2016/12/15/buenavida/1481801597\\_706](http://elpais.com/elpais/2016/12/15/buenavida/1481801597_706). Tristemente, hay muchos otros ejemplos en otros medios.

<sup>10</sup> Especialmente las producciones hortofrutícolas, que son las más frecuentes en los circuitos cortos de comercialización, y que al aportar un contenido calórico muy reducido, resisten muy débilmente los análisis de balances energéticos.

fuerza de trabajo propia y ajena en las pequeñas experiencias que denominamos como 'agroecológicas'.

En efecto, la tarea central en la construcción de sistemas agroalimentarios de base agroecológica es generar tejidos productivos que sí sean sostenibles social y ecológicamente; y eso supone profundas transformaciones en la estructura de nuestras economías familiares, y también en la organización territorial de nuestras sociedades capitalistas, post-industriales y financiarizadas. A la vez, hace falta decrecer en gran parte de nuestros consumos y eliminar una gran cantidad de procesos productivos altamente nocivos, es necesario generar una capacidad productiva que sea digna de ser llamada así. Esta tarea requerirá de un fuerte compromiso de toda la sociedad.

En una economía sostenible, con la vida en su centro, hacen falta muchas más personas produciendo alimentos y elevar la capacidad de una mayoría de la población para producir, al menos, parte de su propia comida. Pero también necesitamos generar tejidos alternativos para cubrir otras necesidades básicas, como los cuidados, la vivienda, la ropa o la provisión de energía aprovechable. En el camino de reducción de la complejidad en nuestras sociedades, y, por tanto, la hiperespecialización productiva, los modelos colectivos para la satisfacción de necesidades básicas deberían también simplificarse. La construcción de economías sostenibles requerirá de espacios sociales que definan aquellas actividades que tienen sentido en un tiempo y espacio definidos, que les asignen un valor social y dispongan recursos comunitarios para ello. La articulación de proyectos locales para cubrir necesidades colectivas de forma sostenible encuentra su espacio en el concepto de territorio y en la posibilidad de gentes distintas de construir proyectos compartidos de sostenibilidad vinculados a un territorio concreto.

Volviendo al presente, probablemente el principal reto del cooperativismo agroecológico, como parte de las redes alimentarias alternativas, en el futuro inmediato será su capacidad para diversificar las formas para llegar a una mayoría de grupos sociales. También para articularse con otros proyectos locales que tratan de satisfacer necesidades básicas desde una perspectiva de sostenibilidad, en proyectos y estructuras sociopolíticas en torno al territorio compartido. Recientemente, se están produciendo procesos de acercamiento entre los movimientos agroecológico y de economía social-solidaria, a veces en torno a herramientas concretas como los mercados sociales o las herramientas financieras solidarias. Algunos movimientos municipalistas están integrando elementos de las propuestas agroecológicas, y en el X Foro por un Mundo Rural Vivo surgió con fuerza la necesidad de construir alianzas con el ámbito de la economía feminista. La construcción de un entramado social transversal, capaz de dotar de sentido e impulsar las distintas propuestas económicas que se van creando desde los tejidos alternativos, va dando sus primeros pasos. Sin embargo, aún nos faltan grandes dosis de creatividad y, sobre todo, de experiencias para poder dar pasos firmes en este sentido.