



IMPULS DEL PRIMER SUPERMERCAT COOPERATIU A BARCELONA

**Una aposta agroecològica i de l'economia social i
solidària per a fer més accessible l'alimentació de
qualitat**

Maria Solé Congost

Amb la tutoria de Guillem Tendero Acin i Josep Espluga Trenc

Treball Final de Postgrau de Dinamització Local Agroecològica

Institut de Govern i Política Pública (IGOP – UAB)

Gener – juny 2018

Agraïments

Al col·lectiu de persones que estan dedicant molta part del seu temps, energies i somnis a poder fer realitat aquest projecte de supermercat cooperatiu a la ciutat de Barcelona, amb les que aprenem construint i deconstruint el model de relació, de treball i de funcionament per tal de anar avançant cada dia una mica més i millor. En especial a l'Annabel, l'Aitor, la Carmen, el Ludo, la Marta, el Carles, l'Eva, el Ferran, l'Ian, la Gemma, el Pau, la Victoria, l'Elena, el Mario, l'Anna, el Pablo i a totes aquelles que ens hi anem involucrant.

Al Cercle de Consum (el Toni, la Diana i el Jose), a LabCoop (especialment a la Noe) i al PEMB (al Marc i l'Oriol) per a la seva implicació i dedicació des de la branca professional.

També a tots i totes aquelles que han ajudat a fer-me viure aquest treball amb més il·lusió, ganes i companyia. Als imprescindibles companys i companyes del postgrau, de la feina i del meu cercle personal, sobretot a la família i a l'Alfons per les seves aportacions, discussions i suport moral.

Múltiples autors i protagonistes

Aquest projecte és una proposta de visibilització, anàlisi i proposició de metodologies i continguts per al procés de creació del primer supermercat cooperatiu a Barcelona, iniciat el 15 de març del 2018.

La informació aquí continguda fa referència al (i es nodreix del) treball col·lectiu de moltes persones que s'han vinculat al procés, però conté propostes i reflexions que es realitzen a mode d'enriquiment del projecte però que no necessàriament han estat compartides, debatudes ni consensuades pel col·lectiu.

Índex

Índex.....	3
1. Introducció	4
1.1. Supermercat cooperatiu?.....	5
1.2. Experiències referents, nous projectes i un documental	6
1.3. El cas de Barcelona	7
1.4. Conceptes clau	8
2. Diagnosi agroecològica de Barcelona	10
3. Objectius i metodologia.....	14
3.1. Objectius.....	14
3.2. Metodologia	14
4. Resultats i anàlisis	16
4.1. El grup de treball: minigrup de governança i concreció del model.....	16
4.2. Jornada de treball: debat participat en obert	21
4.3. El pla de treball	22
4.4. Altres propostes a futur	26
5. Conclusions	27
6. Bibliografia i webgrafia	29

1. Introducció

La ciutat de Barcelona és una de les poblacions més denses de la península, amb una capacitat de producció de recursos alimentaris molt reduïda però amb una necessitat de consum i d'infraestructures de distribució enorme. Aprofitar aquest potencial consumidor per a incidir en el sistema agroalimentari es converteix en el fil de multitud de propostes encaminades a potenciar una altra realitat, un sistema basat en preceptes agroecològics i en l'economia social i solidària per a procurar un sistema més just econòmic, social i ambientalment, ja que el sistema agroalimentari actualment predominant es basa en les premisses del lliure mercat i del sistema capitalista (optimització de beneficis), objectius que no aposten per la sobirania alimentària de les poblacions i els territoris.

Alguns dels aspectes més importants considerats pels consumidors¹ a l'hora de comprar aliments són la seva temporalitat, proximitat, i de producció ecològica. Tanmateix, la majoria de persones consumidores adquireixen aquests productes en supermercats especialitzats o grans superfícies comercials, les quals són estructures que en la seva majoria no aposten per una transformació del model agroalimentari. Si és ben cert que existeixen nombroses iniciatives que sí que ho fan, com per exemple, les cooperatives de consum alimentari², que sent propostes amb un alt grau de coherència en el seu funcionament, tenen una capacitat d'incidència i de creixement limitada per diversos factors³.

En aquesta línia, i com a salt d'escala i professionalització de les cooperatives de consum alimentari, els supermercats cooperatius responen a la lògica d'impulsar l'agroecologia. L'absència d'afany de lucre, una important presència del treball voluntari (que pot esdevenir un important factor d'integració i dinamització sociocomunitària i que alhora fa disminuir gran part dels costos (fins al 70% dels recursos humans en alguns casos⁴)) i la potencial col·laboració de les administracions públiques són, juntament amb el canvi d'escala, factors clau alhora d'aconseguir un ampliar l'impacte i arribar a públics molt més amples, tot donant resposta a una producció⁵ i demanda creixent d'aliments ecològics, locals i socialment responsables a uns preus assequibles, i per tant, facilitant l'accés a l'alimentació de qualitat a capes més amples de la població, i especialment a aquelles que per situacions complexes no poden accedir a les alternatives actuals per a un consum alimentari sa i de qualitat⁶). També recolza iniciatives

¹ Baròmetre de Percepció i Consum dels Aliments Ecològics 2015: http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxius/15_barometre_versio_reduida.pdf

² A Barcelona hi ha unes 60 cooperatives de consum, amb una mitjana d'entre 15 i 30 famílies usuàries. L'abast total es calcula en 5.000 persones. Consultoria Coopdemà. Estudi jurídic sobre els grups de consum. Informe final (2018). Ajuntament de Barcelona..

³ Per a més informació, veure resum jornades 'Fins on pot arribar el cooperativisme alimentari?': [Facilitar l'accés als bons aliments i contribuir a canviar el model de consum, factors essencials en el debat sobre el canvi d'escala i la professionalització en el cooperativisme de consum alimentari](https://pemb.cat/ca/noticies) <https://pemb.cat/ca/noticies>

⁴ Específicament en el cas del Park Slope Food Coop

⁵ Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE): Recull d'estadístiques del sector ecològic a Catalunya 2000-2017; http://www.ccpae.org/media/00_2017_ccpae_recull-estadistiques.pdf

⁶ Es calcula que el producte ecològic i de qualitat és en general un 30-35% més car que el producte convencional,

productives ecològiques i de proximitat i en facilita els sistemes logístic en la distribució dels productes.

Aquest debat a Barcelona ha eclosionat amb el sorgiment d'un moviment col·lectiu que des del 15 de març de 2018 treballa per a impulsar el primer supermercat cooperatiu a la ciutat. Un procés que s'està forjant a través de l'autorganització de persones voluntàries, de perfils molt diversos i amb experiències prèvies sobre cooperativisme, organització, metodologies participatives i gestió de conflictes, entre altres. És en aquests aspectes que el present treball pretén aportar un gra de sorra per a la concreció, amb la major participació i consens possible, d'un model de govern (o de governança) i d'un pla de treball per a facilitar que el procés d'impuls del primer supermercat cooperatiu de Barcelona tingui més recursos per a l'autoorganització i eficiència en la seva creació.

1.1. Supermercat cooperatiu?

Un supermercat cooperatiu és una iniciativa socioempresarial basada en l'economia social i solidària (ESS, específicament sota la forma jurídica de la cooperativa, on les persones i/o entitats sòcies en són copropietàries), i amb criteris de funcionament agroecològics, comunitaris, sostenibles i democràtics (*veure definicions d'ESS i cooperativa a apartat 1.4. Conceptes claus*).

El seu objectiu últim és contribuir a impulsar un sistema agroalimentari basat en l'agroecologia i la sobirania alimentària a través de:

- Apostar per la justícia social, tant en l'accés a l'alimentació de qualitat per part de la majoria de la població (amb preus accessibles) com en la promoció de condicions dignes de les persones productores i treballadores. També en la mirada cap a les situacions diverses de les persones i on hi té cabuda una atenció cuidada en les necessitats individuals i col·lectives i productes d'origen divers.
- Minimitzar els impactes negatius que genera el sistema agroalimentari al medi ambient establint criteris de compra que prioritzin els productes ecològics, de proximitat (circuitos curts de comercialització), la qualitat, la minimització de residus i del malbaratament alimentari.
- Fomentar l'àmbit comunitari, com a espai de trobada i pràctica d'una organització inclusiva i de caràcter horitzontal i de cooperació.
- Contribuir a les experiències exitoses de l'economia social i solidària, com a model jurídic i amb una gestió democràtica, on es prioritza el benestar de les persones i el

deixant a fora d'aquest mercat a la meitat de la població) (extret de https://pemb.cat/ca/noticies/facilitar_l'accés_als_bons_aliments_i_contribuir_a_canviar_el_model_de_consum_factors_essencials_en_el_debat_sobre_el_canvi_descala_i_la_professionalitzacio_en_el_cooperativisme_de_consum_alimentari/146/). Com veurem més endavant, ja existeixen experiències de cooperativisme de consum alimentari a gran escala que permet estalviar entre un 20% i un 40% a la factura de la compra, doncs el marge de benefici que aplica el supermercat és del 20% en comptes del 60% que poden aplicar els supermercats convencionals (the Park Slope Food Coop: el modelo de cooperativa de consumo de brooklyn que viaja a europa <http://ebeca.org/the-park-slope-food-coop-modelo-cooperativa-consumo-brooklyn-viaja-europa/>

medi ambient pe davant del lucre, i on les persones i/o entitats sòcies participen en la gestió i en la presa de decisions, en la que la responsabilitat és compartida.

El supermercat cooperatiu és per a la ciutadania, en la seva amplitud de diversitats. Tanmateix, en la seva definició i funcionament és clau identificar i considerar especialment a col·lectius concrets per tal d'atendre millor les necessitats i característiques de cada un d'ells, com poden ser:

- Cooperatives de consum agroecològiques.
- Persones usuàries de botigues de productes ecològics i/o de proximitat.
- Col·lectius amb situacions complexes (recursos econòmics escassos, famílies monomarentals⁷, persones migrant, persones amb problemes de salut que requereixin d'una alimentació específica, usuaris del banc d'aliments, etc.).
- Iniciatives productores (pagesos i pageses, transformació del producte, etc.) agroecològiques i de proximitat.
- Empreses de distribució coherents amb els valors del supermercat cooperatiu.
- Consumidors majoritaris (menjadors escolars i/o socials, restaurants, bars, etc.).
- Altres agents socials, institucionals, públic i privats relacionats amb el món de sobirania alimentària, economia social, cooperativisme, la salut pública, sostenibilitat ambiental, menjadors escolars i/o comunitaris, mercats.

1.2. Experiències referents, nous projectes i un documental

Existeixen nombrosos casos d'èxit, però per la seva dimensió i rellevància en destaquen el *Park Slope Food Coop* amb 45 anys d'experiència (Brooklyn – New York, 1972 i 17.000 persones sòcies) , *Landare* a Pamplona (amb 3.000 persones sòcies) i *La Louve*, a París (2006 i 6.000 persones sòcies) i *Bio Alai* (Vitoria) amb 1.400 sòci@s, com a projectes a gran escala ja consolidats. Entre França i Bèlgica hi ha més de 30 projectes en funcionament a una escala més moderada, i a l'Estat espanyol alguna desena que superen el centenar de famílies (o “unitats de convivència”), com són la *Cooperativa Frescoop* o *La Magrana Vallesana* o l'*Economat Social*. Només des del març han obert portes noves experiències a València, Terrassa i Sabadell.

El moviment de creació de noves iniciatives està en constant agitació sota el debat de l'escalabilitat de les cooperatives alimentàries i els impactes del model agroalimentari actual sobre la societat i el medi ambient. El documental *Food Coop*⁸, de Tom Boothe, ha ajudat a fer-ne gran ressò tot retratant la història i experiència del Park Slope Food Coop. Arrel de la seva projecció i discussió, s'han creats nous grups per a l'impuls de més supermercats cooperatius (Barcelona i

⁷ Un primer grup identificable i perfectament visible a través de la tasca de risc de pobresa per composició de la llar (IDESCAT, Catalunya 2015) és el d'un adult amb un o més fills a càrrec, amb un 34,1%. A Catalunya, al 80% de llars d'aquestes característiques l'adult és una dona; per tant, una de cada tres dones d'una llar monomarental es troba en risc de pobresa. Les famílies monomarentals són, doncs, un grup especialment vulnerable.

⁸ Documental Food Coop. Tom Boothe. La película que crea Supermercados.
https://elpais.com/elpais/2017/02/23/alterconsumismo/1487857313_109209.html

Manresa, entre d'altres), clar símptoma del fort interès que està despertant la proposta.

1.3. El cas de Barcelona

A finals del 2017 es projectà per primera vegada el citat documental, al febrer es repetí la programació i al març es triplicà acompanyat d'unes jornades amb més ambició, titulades "Fins on pot arribar el cooperativisme alimentari?"⁹. Amb la presència del director i productor del documental i amb un debat el dia posterior amb diversos actors vinculats al cooperativisme alimentari d'arreu del territori, es debat sobre l'escalabilitat i la professionalització del sector. La participació va ser molt exitosa, amb més de 200 persones al documental i 80 participants a les jornades del dia posterior¹⁰.

La primera trobada, el 15 de març

Paral·lelament, i aprofitant la inèrcia generada, sorgeix la proposta des de ciutadania no organitzada d'articular un grup de persones interessades en fer realitat el supermercat cooperatiu a Barcelona, amb els objectius específics de donar a conèixer la iniciativa, iniciar el procés de treball de construcció de coneixement i idearis col·lectius organitzat en grups de treball i obtenir una orientació en les preferències dels assistents per a l'hipotètic supermercat cooperatiu.

S'articula la proposta amb una primera dinàmica a les jornades mencionades, i una convocatòria oberta per a muntar el supermercat cooperatiu, a la que hi assisteixen més de 250 persones. D'aquestes, unes 70 persones es sumen a participar als grups de treball, amb perfils tècnics i professionals molt heterogenis, vinculats a sectors diversos com l'agroalimentari, logístic, alimentació i certificació ecològica, gènere, economies alternatives, gestió de comerços minoristes, el cooperativisme i de l'Economia Social i Solidària, entre molts d'altres no tant relacionats amb la temàtica. També hi ha presència d'entitats entusiastes en col·laborar i donar suport en el projecte, aportant la seva experiència i coneixement¹¹. Esdevé un projecte obert i amb una dinàmica de reclutament de noves persones i entitats interessades alta.

La organització inicial del treball col·lectiu

Es proposa organitzar-se en 6 grups de treball i 1 grup impulsor, format per entre 2 i 4 persones de

⁹ Celebrades el 14-15 de març del 2018 entorn el Dia Mundial de les Persones Consumidores i organitzades conjuntament pel Pla Estratègic Metropolità de Barcelona, l'Ajuntament de Barcelona, Coòpolis i Sobirania Alimentària

¹⁰ Resum jornades 'Fins on pot arribar el cooperativisme alimentari?': [Facilitar l'accés als bons aliments i contribuir a canviar el model de consum, factors essencials en el debat sobre el canvi d'escala i la professionalització en el cooperativisme de consum alimentari](https://pemb.cat/ca/noticies) <https://pemb.cat/ca/noticies>

¹¹ El suport oficial d'entitats es plasma sobretot a través de cartes de suport per a la sol·licitat de la subvenció Impulsem el que Fas, però també de col·laboracions directes en el projecte: Opcions, LabCoop, la Cooperativa Espai Ambiental, GRAIN, Revista Soberania Alimentaria, Cercle de Consum Cooperatiu del Ateneu cooperatiu de BCN (Coòpolis), Quèviure, L'Economat Social, (Des)vestint aliments, ACREFA (Associació Catalana de Ramaders i Elaboradors de Formatge Artesà); Associació (Des)vestint Aliments; Associació Ecoserveis; Associació El Guaret; Associació OuiShare España; CALALA fondo de mujeres; Central Parc del Llobregat SCCL.; Coopdevs Associació, impulsor del projecte KATUMA; Economat Social SCCL.; Espai Ambiental SCCL.; Fundació Catalana per a la Prevenció de Residus i el Consum Responsable -Rezero; Mensakas SCCL.; GRAIN; Opcions de Consum Responsable SCCL.; Park Slope Food Coop; Lendi; Plataforma Aprofitem els Aliments (PAA); Plataforma veïnal Gràcia, cap a on vas?; Som mobilitat; Quèviure; Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas i Veterinaris Sense Fronteres (VSF).

cada grup de treball que es troben periòdicament, posen en comú les tasques realitzades pel diversos grups de treball, coordinen les noves accions i és on es prenen les decisions. Es creen un seguit de canals i eines de comunicació per a fer possible la relació online i la generació de documentació compartida. A la següent taula, es detallen els grups de treball els canals de comunicació establerts en aquesta primera fase.

Grups de treball	• Governança, model legal i organitzatiu (eLegalitat) • Viabilitat econòmica i sostenibilitat (eEconomia) • Plataforma tecnològica (eTekno) • Criteris de compra I (eSostenibleSustentable) • Criteris de compra II (contacte pagesia i malbaratament) (eSostenibleSustentable) • Malbaratament - residus zero eSostenibleSustentable
Canals de comunicació externs	• Pàgina web (https://foodcoopbcn.cat/) • Facebook (https://www.facebook.com/FoodCoopBCN/) • Twitter (https://twitter.com/FoodCoopBCN) • Correu electrònic general (Hola@FoodCoopBCN.cat) • Correu electrònic específic per a cada grup de treball
Canals comunicació interns	• Canals Telegram • Grups de correu específic per cada grup de treball

Aquesta organització i empenta fa avançar molt ràpida i àgilment en la generació de continguts, eines i propostes, identificació de necessitats i mantenir un formigueig de treball tant del grup les persones participants com de la ciutadania i organismes que s'interessen pel projecte.

Però la seva rigidesa i falta de consens, en un context on les persones participants no es coneixen, i per tant, sense una confiança personal ni de treball generada, el projecte comença a desbordar, i esdevenen algunes debilitats com la desconexió de persones participants, en generació d'incomoditats en la presa de decisions, l'acaparació del control d'eines i de la informació, grups de treball amb tasques poc concretes pel punt del procés, etc.

És en aquest context que sorgeix la proposta d'aprofundir en el model organitzatiu, de presa de decisions i de participació (model de govern), i també de clarificar les següents passes a través de l'elaboració d'un pla de treball, aspectes en els que el present treball procura aprofundir.

1.4. Conceptes clau

A continuació es defineixen els conceptes claus més representatius i complexes per tal de contextualitzar i clarificar l'enfoc del present treball.

Agroecologia¹²: enfoc teòric i metodològic que té com a objectiu augmentar la sostenibilitat agrària des d'una perspectiva ecològica, social i econòmica.

Sistema alimentari¹³: actors i activitats dedicades a la producció d'aliments, a la seva

¹² Definició de Francis et al, 2003, referenciada als apunts del postgrau de dinamització local agroecològica. Mòdul 1 La agroecología en un mundo rural en transformación. Tema 1.4. Transición agroecológica: donde confluyen la investigación y la acción, de Glòria I. Guzmán Casado.

¹³ Definició extreta dels apunts del postgrau de dinamització local agroecològica. Mòdul 1 La agroecología en un mundo

transformació, distribució, preparació i consum, és a dir, a tot allò que permet alimentar a la població mundial.

Sobirania alimentària¹⁴: dret de cada nació a mantenir i desenvolupar la seva pròpia capacitat de produir aliments que són decisius per a la seguretat alimentària nacional i comunitària, respectant la diversitat cultural i la diversitat dels mètodes de producció i transformació

Economia Social i Solidària¹⁵: moviment conformat per un conjunt de pràctiques econòmiques orientades a satisfer les necessitats dels seus membres o de la societat per sobre del lucre (limitat o inexistent), basades en la gestió democràtica (participació de les persones) i amb compromís ambiental i social (minimitzant els impactes negatius i amb voluntat de canvi social).

Una de les formes jurídiques és la **cooperativa**¹⁶, que és una associació autònoma de persones que s'han unit voluntàriament per fer front a les seves necessitats i aspiracions econòmiques, socials i culturals comunes per mitjà d'una empresa de propietat conjunta i gestió democràtica.

Circuits Curts de Comercialització (de Proximitat): quan entre la producció del producte i el seu consum hi ha com a màxim 1 intermediari. En aquesta descripció li afegim els CCC de proximitat, per tal de garantir que el producte sigui local i evitar, com ja està ocorrent, que grans empreses acaparen totes les baules del sistema agroalimentari i es consideren com a 1 sol intermediari.

Model de govern o de governança (democràtic)¹⁷: marc de govern de l'organització que incorpora les veus dels diferents grups d'interès i que es manifesta a través d'un conjunt d'actituds, normes, processos sistematitzats i pràctiques que faciliten i expressen l'apoderament i la participació real de les persones en totes les dimensions.

rural en transformació. Tema 1.5. Soberania Alimentària, de Marta G. Rivera Ferre.

¹⁴ Definició elaborada per Via Campesina. Extreta dels apunts del postgrau de dinamització local agroecològica. Mòdul 1 La agroecologia en un mundo rural en transformació Tema 1.5. Soberania Alimentària, de Marta G. Rivera Ferre.

¹⁵ Surinyach Padilla, R. (2017) *Economies Transformadores de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

¹⁶ Fernández, A. i Miró, I., (2016) *L'economia social i solidària a Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

¹⁷ Extret de la *Guia per a impulsar la Governança Democràtica a les organitzacions del tercer sector*. La Confederació Empresarial del Tercer Sector Social de Catalunya. Barcelona. Juliol 2017. http://www.laconfederacio.org/wp-content/uploads/2017/11/GuiaGovernDemocratica_WEB.pdf

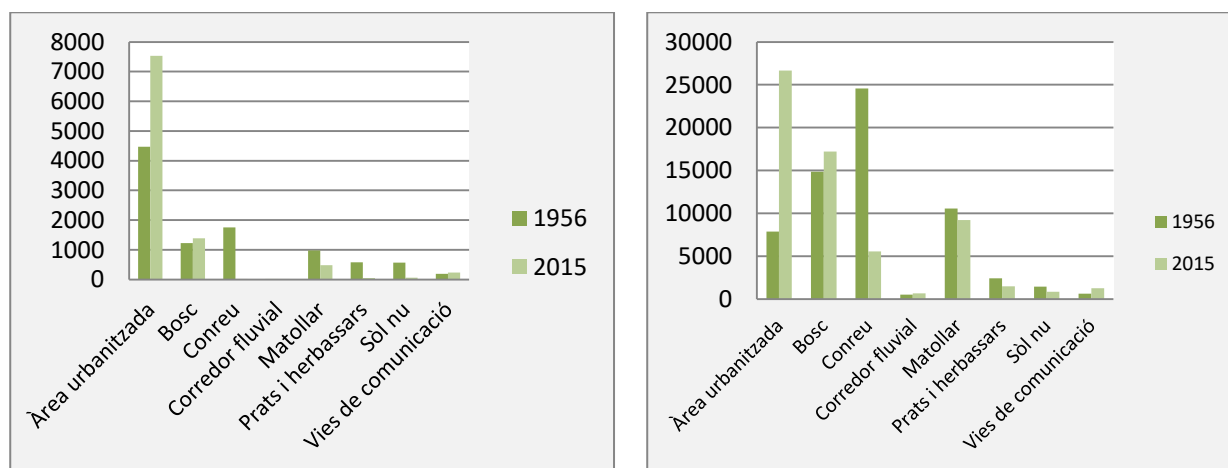
2. Diagnosi agroecològica de Barcelona

Barcelona, la "Ciutat Comtal", compta en l'actualitat amb més de 1,6 milions d'habitants i és una de les ciutats de major densitat de l'Estat. El seu producte interior brut (PIB) la converteix estadísticament en una ciutat amb molts més recursos que la mitjana catalana, però aquesta realitat no és homogènia. La desigualtat en reflecteix, per exemple, una diferència de 10 anys d'esperança de vida entre els barris de la ciutat¹⁸.

Geogràficament està delimitada pel mar Mediterrani, la Serra de Collserola (Parc Natural) i els rius Besòs i Llobregat. Aquestes característiques han propiciat que el seu creixement demogràfic i urbà s'hagi realitzat sobretot en vertical i externalitzant fluxos i serveis cap a la Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) però també més enllà dels territoris limítrofes. La població de la ciutat de Barcelona és semblant a la del l'any 1960 i, en canvi, l'AMB ha patit un creixement del 59% en el mateix període, però d'un 250% si no considerem la ciutat de Barcelona¹⁹.

Tot i la delimitació geogràfica i la impossibilitat d'estendre el seu territori, Barcelona, com la majoria de grans ciutats europees i del món, han patit un canvi d'usos del sòl caracteritzat pel pas de terreny agroproductiu a sòl urbanitzat, provocant que el metabolisme de la ciutat tingui una forta dimensió exterior, en una primera etapa, als territoris productius propers i, en una segona etapa, i gràcies a la consolidació de la globalització de l'agroindústria, en cadenes transnacionals que converteixen la petjada de la ciutat de Barcelona en un fet global.

Usos del sòl (hectàrees). Ciutat de Barcelona (esquerra) i Àrea Metropolitana (dreta)



Font: Mapa de cobertes del sòl De Catalunya, CREAM 2015.

Si ens fixem en els usos del sòl dels anys 1956 i 2015 a la ciutat de Barcelona, veiem com l'àrea urbanitzada ha augmentat un 68% i el territori de conreu pràcticament ha desaparegut, quedant-ne poc més de 24 hectàrees. A l'AMB el fenomen de la urbanització ha estat encara més intens i ha augmentat en un 238% i el sòl de conreu ha disminuït en un 77%. Sembla, doncs, que la limitació

¹⁸ Barcelona té actualment una densitat de població de 15.992,2 habitants per km², a comptar amb els 101,35 km² de superfície. El seu producte interior brut (PIB) per habitant és de 42.000€, molt per sobre de la mitjana catalana de 29.000€. Institut d'Estadística de Catalunya. www.idescat.cat (última visita 02/03/2017)

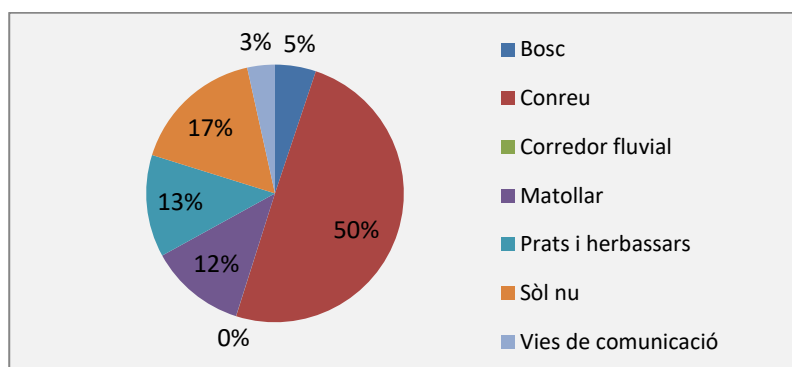
¹⁹ Dades d'evolució de la població Idescat www.idescat.cat

de creixement de la ciutat de Barcelona ha donat com a resultat una major urbanització en les poblacions colindants i una forta pèrdua de sòl agroproductiu a l'AMB. Com dèiem amb anterioritat, l'aparició de l'agroindústria global afavoreix aquests fenòmens de concentració de població en territoris amb una baixa productivitat agrícola per la capacitat de deslocalitzar la producció a tercers països, activant les cadenes globals de producció i transport d'agroaliments.

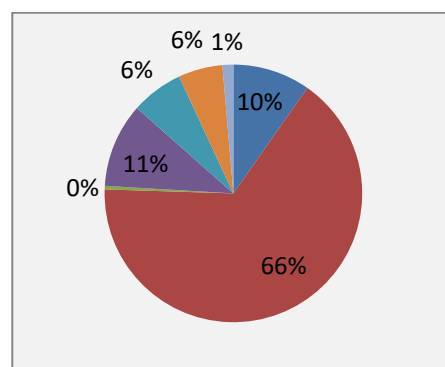
Per altra banda, si analitzem el canvi d'usos del sòl i d'on provenen les noves hectàrees de sòl urbanitzat, podem veure que, per la ciutat de Barcelona, un 50% provenen de terres de conreu, i un 66% en el cas de l'AMB. Per tant, la connexió entre el fenomen urbanització i la pèrdua de sòl agroproductiu queda confirmat per les dades.

Canvi d'usos del sòl a sòl urbanitzat 1956-2015 (hectàrees)

Ciutat de Barcelona



Àrea Metropolitana



Font: Mapa de cobertes del sòl De Catalunya, CREAM 2015.

Barcelona, però, no es pot entendre només com una ciutat que ha d'alimentar als seus ciutadans. El creixement del turisme ha comportat la provisió d'aliments pels milions de turistes que visiten anualment la ciutat. L'any 2016, Barcelona va tenir més de 29 milions de pernотacions²⁰ i pràcticament 2.700.000 creueristes, amb una despesa de 329€ per estància, on el 45% són per despesa de menjar i beguda²¹. Tot i quedar fora de l'abast del present document l'anàlisi de què significa el turisme en la realitat agrolimentària de la ciutat, cal ressaltar que aquest sector, que a més té una forta estacionalitat concentrant les seves puntes d'activitat en els mesos d'estiu, és un factor rellevant a tenir en compte en les dinàmiques de demanda d'aliments i malbaratament alimentari.

Retornant als usos del sòl, la realitat a la ciutat de Barcelona és que queden pocs espais lliures d'urbanització, i encara que la mitjana estadística és de 17,71 m² de superfície verda per habitant²², gran part d'aquesta és gràcies al Parc Natural de Collserola²³. Aquest dada revela també l'escassa possibilitat de presència de l'activitat agrària en el municipi malgrat el seu passat

²⁰ Ajuntament de Barcelona (2016). Estadístiques de turisme. Barcelona: ciutat i entorn Disponible a: <http://www.barcelonaturisme.com/uploads/web/estadistiques/2016OTB2.pdf>

²¹ https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/perfil_i_habits_dels_turistes_a_la_ciutat_de_barcelona_2017_informe_de_resultats_0.pdf

²² Pla del Verd i de la Biodiversitat 2012-2020. Hàbitat Urbà. Medi Ambient i Serveis Urbans. Ajuntament de Barcelona.

²³ Concretament, té 1.698,13 ha. Consorci del Parc Natural de la Serra de Collserola (2017). "Les experiències de producció agrària del Parc Natural de la Serra de Collserola. Diagnosi tècnica". Estudi realitzat per Arran de Terra.

agrícola, i tot i que resta certa superfície agrària²⁴, aquesta no té el potencial de subministrar la ingent quantitat de productes alimentaris que la ciutat, i les seves activitats econòmiques, requereix.

Aquesta descripció apunta a revelar el paper gairebé exclusiu de gran consumidora de productes alimentaris (i altres), i la influència i contribució en el sistema alimentari i en el model de comercialització predominant, que en l'actualitat es basa en criteris de benefici econòmic, concentració del poder, deslocalització de la producció²⁵, etc. Cal destacar que Barcelona compta amb almenys 3 grans infraestructures que faciliten aquest model: el port (un dels principals de la Mediterrània), l'aeroport i Mercabarna (empresa pública que mobilitza més de 2 milions de Tones de productes alimentaris anualment i que abasteix més de 10 milions de consumidors)²⁶.

I a partir d'aquest punt central de la logística de distribució, que poc té a veure amb circuits curts d'alimentació i pel qual circulen la major part de la producció, es diversifiquen la venda a la ciutat en diferents formats, que l'Ajuntament de Barcelona recull a l'estudi sobre hàbits de compra a la ciutat²⁷: centres comercials, grans magatzems, hipermercats, supermercats, mercats municipals (amb 39 mercats amb productes alimentaris²⁸) i botigues especialitzades, sense contemplar altres modalitats com les cooperatives de consum. Aquesta tendència es reflexa també en la compra d'aliments ecològics, ja que com indica l'últim Baròmetre de Percepció i Consum dels Aliments Ecològics²⁹, la majoria de persones consumidores els adquireixen en supermercats especialitzats o grans superfícies comercials. En l'esmentat Baròmetre es destaca que els aspectes més importants considerats pels consumidors a l'hora de comprar aliments són la seva temporalitat i proximitat, i que gairebé la meitat dels catalans consumeix productes ecològics i tenen intenció d'augmentar-ne el seu consum ja que són beneficiosos per la salut. Aquesta tendència és un bon indicador de l'interès de la població cap a un model agroalimentari més respectuós, que permet també potenciar l'increment de producció ecològica que s'està esdevenint a Catalunya, però en la que caldria realitzar-ne una mirada completa des de l'agroecologia per a garantir-ne la transformació real del sistema agroalimentari per a caminar cap a la sobirania alimentària.

²⁴ dades del 2009 (IDESCAT): Situa fins 661 ha de terres llaurades, de les quals majoritàriament per herbàcees (480ha), vinya i oliveres per igual (75ha) i fruiters (30ha), i un total de 54 explotacions agràries, de les quals només 3 tenen aus de corral.

²⁵ El 15% de les fruites i verdures comercialitzades a Mercabarna tenen origen Català, i el 66% Estatal. Tendero, Guillem et. al. (2016) *La ciutat agrària. Agricultura urbana i sobirania alimentària*. Xarxa de Consum Solidari.

²⁶ El Crític. (www.elcritic.cat, 16 novembre de 2016) "Mercabarna, una empresa pública desconeguda: més agronegoci, menys sobirania alimentària". Gabinet d'Alcaldia. Departament de Comunicació. Ajuntament de Barcelona.

²⁷ Ajuntament de Barcelona (2012). [Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona 2012. Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació. Direcció de Comerç i Consum. Equip redactor: Time Consultants.](#)

²⁸ Mercats Barcelona. www.mercatsbcn.com (última visita 04/03/2018)

²⁹ *Baròmetre de Percepció i Consum dels Aliments Ecològics 2015*: http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions/material_referencia/arxius/15_barometre_versio_reduida.pdf

El Repunt del moviment agroecològic a Barcelona

Aquest interès i necessitat de recuperar els valors i pràctiques que determina l'agroecologia està anant in crescendo, tant en el moviment social com en l'aparició d'aquests conceptes en les polítiques públiques. Existeixen a Barcelona nombroses iniciatives que treballen en aquesta línia. Alguns exemples són la Xarxa d'Horts Comunitaris, les cooperatives i grups de consum ja esmentats, els mercats de pagès, iniciatives d'informació i difusió de l'agroecologia (Revista Sobirania Alimentària MésOpcions, el moviment Llaurent Barcelona, entre d'altres), nombroses botigues de venda de productes locals i ecològics, projectes socials i econòmics de reaprofitament alimentari, etc. I en termes de producció agrària local, destaquem 3 iniciatives: Can Carlets, amb cultiu de mandarines, Can Calopa de Dalt, amb cultiu de la vinya i producció de vi (ambdues a Collserola), i La Ponderosa, un projecte productiu d'hortalisses que realitza venda directa (a Vallbona, de producció no ecològica).

La política municipal, una aposta per la sobirania alimentària.

A nivell municipal, i especialment des del 2015 amb el govern actual, s'ha apostat per una política alimentària que camina cap a la sobirania alimentària. Destaquem a continuació les estratègies i plans municipals que impulsen un model urbà més sostenible en relació a l'agroecologia

Estratègies i plans municipals directament vinculades amb la sobirania alimentària	• Estratègia d'Impuls de la Política Alimentària 2016-2020, amb projectes estrella sobre els circuits curts de comercialització i de proximitat com els de promoure mercats de pagès, menjadors escolars i socials amb producte ecològic i apostar per un centre logístic de productes locals i agroecològics per facilitar la distribució de aquests productes i potenciar els circuits curts. • Estratègia d'Impuls del Consum Responsable 2016-2020, que entén el consum responsable com a eina de transformació social i ambiental. • Pla d'Impuls de l'Economia Social i Solidària 2016-2020, apostant pel compromís social i solidari de les iniciatives • Xarxa d'Horts Urbans de Barcelona, amb més de 15 horts a la ciutat destinats a persones jubilades però obert a altres col·lectius socials. • Terrats vius i cobertes verdes, que promou l'ús d'aquesta superfície (moltes vegades infrautilitzada) com a espai verd i de generació d'energia renovable • Pla Agricultura Urbana de Barcelona (en construcció) • Xarxa de Ciutats per l'Agroecologia, amb altres ciutats del país i que fomenta l'intercanvi per fomentar l'agroecologia
Altres propostes municipals afins	• Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat • Compromís de Barcelona pel Clima • Pacte d'Alcaldes i Alcaldesses pel Clima i l'Energia Sostenible. • Pla Clima • Mesura de Govern Pla Buits (la qual potencia l'aprofitament temporal d'espais en desús). • Declaració "Barcelona VegFriendly, amiga de la cultura vegana i vegetariana"

Aprofitar el gran potencial logístic i consumidor de productes alimentaris de Barcelona per introduir criteris i pràctiques alineats amb l'agroecologia s'entreu com una àrdua tasca però també com a necessària i de gran impacte, ja que la seva influència en el mercat econòmic i en la seva estructura pot generar grans avenços per anar caminant cap a la sobirania alimentària de la ciutat (i del territori), perduda fa ja temps.

3. Objectius i metodologia

3.1. Objectius

OBJECTIU GENERAL

- Contribuir a la concreció del model de govern (o governança) i el pla de treball del procés de creació del supermercat cooperatiu a Barcelona.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

- Crear un grup de treball específic per a aprofundir en el debat i realitzar una proposta de model de governança per al procés d'impuls del supermercat cooperatiu.
- Afavorir el debat i consens participat de la proposta de model de governança amb totes les persones implicades en el procés
- Contribuir a concretar un pla de treball

3.2. Metodologia

La metodologia presentada s'emmarca en un horitzó temporal d'abril a juny del 2018 i correspon a la fase inicial del procés de creació del supermercat cooperatiu. Es centra en 3 accions concretes que pretenen donar resposta a aquestes necessitats: crear un grup de treball específic per a realitzar una proposta del model de governança, organitzar i dinamitzar jornades de treball obertes a tot el col·lectiu per a debatre-les i consensuar-les i realitzar una sessió específica per tal de compartir i prioritzar el pla de treball per al procés d'impuls del supermercat com a eina d'identificació i priorització d'accions.

Aquesta metodologia s'emmarca en el paradigma de la Dinamització Agroecològica (DLAe) com a enfocament del treball i de les dinàmiques, però divergeix de la proposta metodològica en 5 fases de la DLAe: (1) diagnosi tècnica (o preliminar), (2) diagnosi i planificació participativa, (3) investigació participativa, (4) acció participativa i (5) avaluació i cessió del lideratge³⁰.

A continuació es presenten els sub-objectius i metodologies per a abordar cada un dels objectius específics. La diagnosi participada es preveu que s'esdevingui en passos futurs, juntament amb la revisió del pla d'acció de manera més participada i amb la integració d'actors essencials que en aquest temps acotat del TFP no troben incorporats.

³⁰ Extret dels apunts del postgrau de Dinamització Local Agroecològica. Mòdul 2. Metodologies d'investigació orientades a l'acció. Tema 2.1. Diseño de procesos participativos de planificación agroecológica. Autoria de Daniel López García.

Creació grup de treball	
Objectius	O1. Debat i concreció d'una proposta de model organitzatiu O2. Elaboració de documentació clara i precisa per a compartir amb la resta del col·lectiu O3. Preparar i dinamitzar les jornades de treball per a debatre participadament la proposta al col·lectiu
Metodologies	• Reunions de treball • Baròmetre
Participants	Persones del col·lectiu interessades en el tema (entre 5 i 10 persones)
Durada	Reunions i trobades periòdiques entre abril i juny

Jornada de treball: debat participatiu en obert del model de governança	
Objectius	O4. Avaluació del model de funcionament de la fase inicial O5. Debatre i consensuar la proposta de model de governança realitzada pel grup de treball específic
Metodologies	• Discussió en petits grups • Baròmetre • Dinàmica de la peixera amb observadors
Participants	Persones participants de tots els grups de treball
Durada	4h de durada

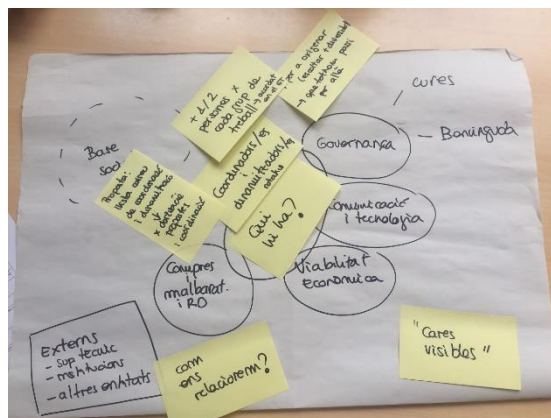
Pla d'acció	
Objectius	O6. Identificació de necessitats, reptes i accions de cada grup de treball i genèriques del col·lectiu O7. Priorització i adequació als recursos disponibles
Metodologies	• Anàlisi DAFO (per les accions de més envergadura) • Matriu de priorització de reptes
Participants	Persones participants de tots els grups de treball
Durada	Maig-juny Treball intern de cada grup de treball + 1 sessions de treball conjunt

4. Resultats i anàlisis

En aquest apartat es plasmen els resultats, anàlisis i propostes a futur per a encaminar els següents passos en relació als objectius i metodologia plantejades.

4.1. El grup de treball: minigrup de governança i concreció del model

La creació d'un grup de treball (anomenat "minigrup de governança") es crea amb l'objectiu d'aprofundir i proposar un model de governança per al procés, per a validar-ho de manera participada i consensuada. Tot i certes resistències inicials a la proposta, es va vehicular a través del grup de treball de governança (que incorporava altres tasques), el minigrup va anar en augment de participació, fet que és un bon indicador que aquest tema concentrava i requeria de dedicació i energia. Des del Cercle de Consum de Coòpolis (Ateneu Cooperatiu de Barcelona)³¹ es proposa, i s'accepta, un seguit d'hores d'assessorament professional en temes de cooperativisme i acompanyament de grups.



El model de governança intenta respondre a les preguntes: Com ens organitzem? Com prenem les decisions? On, com, qui?, Com ens comuniquem? Com compartim la informació? I Com resollem els conflictes?. Per a donar-ne resposta, fins a la data d'avui s'han obtingut els següents resultats:

- Estructuració del procés d'impuls en fases
- Avaluació del funcionament organitzatiu.
- Concreció de la proposta de com organitzar el col·lectiu, les relacions, la participació i la presa de decisions (model de governança)
- Metodològica per a abordar el procés de valoració i presa de decisions davant de propostes rebudes (tant internes com externes).

a) Estructuració del procés d'impuls en fases

Per tal d'incrementar la comprensió del procés viscut i visualitzar la seva evolució, s'ha realitzat una interpretació per fases, amb punts d'inflexió força marcats. Aquestes fases, lluny de ser estanques i seqüencials en el temps, esdevenen una guia per a la comprensió i per a un caminar del projecte, podent-se superposar i modelar a mesura que el procés vagi avançant.

³¹ Més informació a <https://bcn.coop/>

	FASE 0 LA LLAVOR I ENAMORAMENT	FASE 1 GESTACIÓ	FASE 2 DESENVOLUPAMENT	FASE 3 IMPLEMENTACIÓ
BREU RESUM	Convocatòria massiva i inici activitat grups de treball i impulsor. Allau de propostes de col·laboració i suport. Gran activitat, estructures de funcionament no consensuades i poca coneixença entre les persones implicades. Inici de l'autodefinició.	Estabilització del col·lectiu i consens del model de governança i de la visió compartida. Camí cap a la confiança i l'eficiència de treball.	Professionalització amb persones alliberades i amb la participació dels membres del col·lectiu. Diagnosi i elaboració dels plans d'empresa.	Estructura sòlida i professional i de participació, materialitzant el supermercat cooperatiu física i estructuralment. Acaba amb la inauguració del supermercat cooperatiu.
ACCIONS DESTACADES	• Projecte Documental FoodCoop + debat escalabilitat cooperatives (14-15 març) • Primera trobada oberta per a iniciar el procés (15/03) • Primera jornada de treball: visió i decisió presentació a subvenció. (11/05) • Rebuda de diverses propostes de suport i col·laboració • Candidatura a subvenció Impulsem el que Fas • Participació en diversos esdeveniments	• Model de governança consensuat i visi • Clarificació relació amb agents externs • Reducció i estabilitat de les persones implicades. • Coneixement i inspiració altres iniciatives • Segona jornada de treball: model de governança i funcionament davant de noves propostes (juliol) • Inici diagnosi participada	• Resolució subvenció Impulsem el que Fas • Diagnosi tècnica • Elaboració pla d'empresa • Campanya comunicació i de finançament • Revisió pla de treball • Treball en xarxa • Exploració territorial i sectorial	• Projecte arquitectònic • Obres • Contractació
CRONOGRAMA	Març – Juny 2018	Juliol – Octubre 2018	Novembre 2018 – Desembre 2019	A partir (mínim) del 2020
CARACTERÍSTIQUES	• Oportunitat • Il·lusió • Explosiu • Caòtic • Impulsiu • Primers conflictes • Participació espontània	• Consens • Coneixement mutu • Camí a l'estabilitat • Confiança • Organització • Claredat • Introspecció	• Professionalització • Treball tècnic • Participació estructurada • Treball de camp • Formalització • Cap enfora • Participació estructurada	• Execució • Comunitat oberta • Arrencada súper • Territori

b) Avaluació del funcionament organitzatiu

En una primera avaluació del funcionament de la fase 0, s'han recollit els aspectes que han estat de gran utilitat per a encarar les noves propostes:

ASPECTE DETECTAT	PROPOSTA
El treball i implicació voluntària generen càrregues altes de treball dins la vida personal i també inconstàncies en la presència al col·lectiu, i sumat a la diversitat de capacitats i experiències, pot generar incomoditats i interrupcions en el ritme de treball	Generar mecanismes flexibles i comprensibles d'implicació i organització per a garantir la diversitat en la participació. Potenciar el treball i col·laboració a distància.
Les estructures massa rígides (i no clares) i la dificultat en confiar en les figures de facilitació i/o dinamització han respòs a la falta de confiança i un desconeixement mutu de les persones participants.	Potenciar la confiança entre les persones participants (amb espais de trobades i dinàmiques d'interacció) i proposar mecanismes d'organització i presa de decisions clars, transparents, comprensibles i revisables.

	Mapejar les disponibilitats i oferiments de les persones implicades
Diversitat en l'experiència i organització de grups, col·lectius.	Potenciar la formació i acompanyament en temes facilitació de grups, resolució de conflictes.
La gestió de les propostes externes i internes s'ha realitzat maneres molt diverses, sense tenir claredat amb qui ni com es prenen les decisions ni quina relació s'establia amb agents externs (els límits entre intern i extern tampoc eren clars)	Procurar un canal clar de gestió de propostes, la seva valoració, la informació compartida i la presa de decisions. Remarcant els límits entre agents externs i interns.
Les dinàmiques participatives aplicades han generat, en alguns casos, reticències, però han facilitat la visibilització de les diferents veus, l'escolta més present i han facilitat l'apropament de les posicions i també de les persones.	Potenciar l'ús de dinàmiques participatives, el seu coneixement i aplicacions.
L'obertura participativa inicial sense un funcionament clar de treball ni de noves incorporacions ha propiciat que persones interessades no rebessin la informació i desconeguessin com poder-se implicar, alhora que ha duplicat la informació emesa per diversos canals.	Concretar mecanismes clars i molt àgils d'incorporació al col·lectiu (com per exemple, una comissió de benvinguda), i generar canals de comunicació (i la seva gestió) de fàcil accés. Cuidar el traspàs d'informació al entrar i al sortir.
Desconeixement i excés d'ús de les eines disponibles (comunicació, figura legal de l'Associació, recursos econòmics, etc.)	Realitzar una "guia" d'ús de les eines a l'abast del col·lectiu
Els grups de treball no han respòs a les necessitats del moment (si al funcionament d'un supermercat)	Proposar grups de treballs permanents (per a tasques de llarga durada) i temporals (per a projectes concrets)
Ha mancat un full de ruta clar	Revisar i validar el pla de treball periòdic i participadament.

c) Concreció de la proposta de com organitzar el col·lectiu, les relacions, la participació i la presa de decisions (model de governança)

Aquesta proposta, actualment en construcció, es centra en la identificació dels grups de treball i la coordinació entre ells i amb el plenari.

En una primera fase, s'identifiquen quatre blocs en la diagnosi de necessitats: la planificació, la cura, l'estructura i el sentit del projecte, elements que es comencen a treballar en la primera jornada de treball realitzada el mes de maig (veure punt 4.2. *Jornades de treball: debat participat en obert*).



planificació

- Definició d'objectius
- Tasques
- Calendari
- Responsables
- Generals i de cada grup



cura

- Eines per a treballar conflictes
- Consciència del rol i dinàmiques de poder
- Mecanismes per incorporar diversitat
- Acollida i cura de persones



estructura

- Espais de treball
- Canals de comunicació
- Sistematització i relat
- Espai físic i virtual



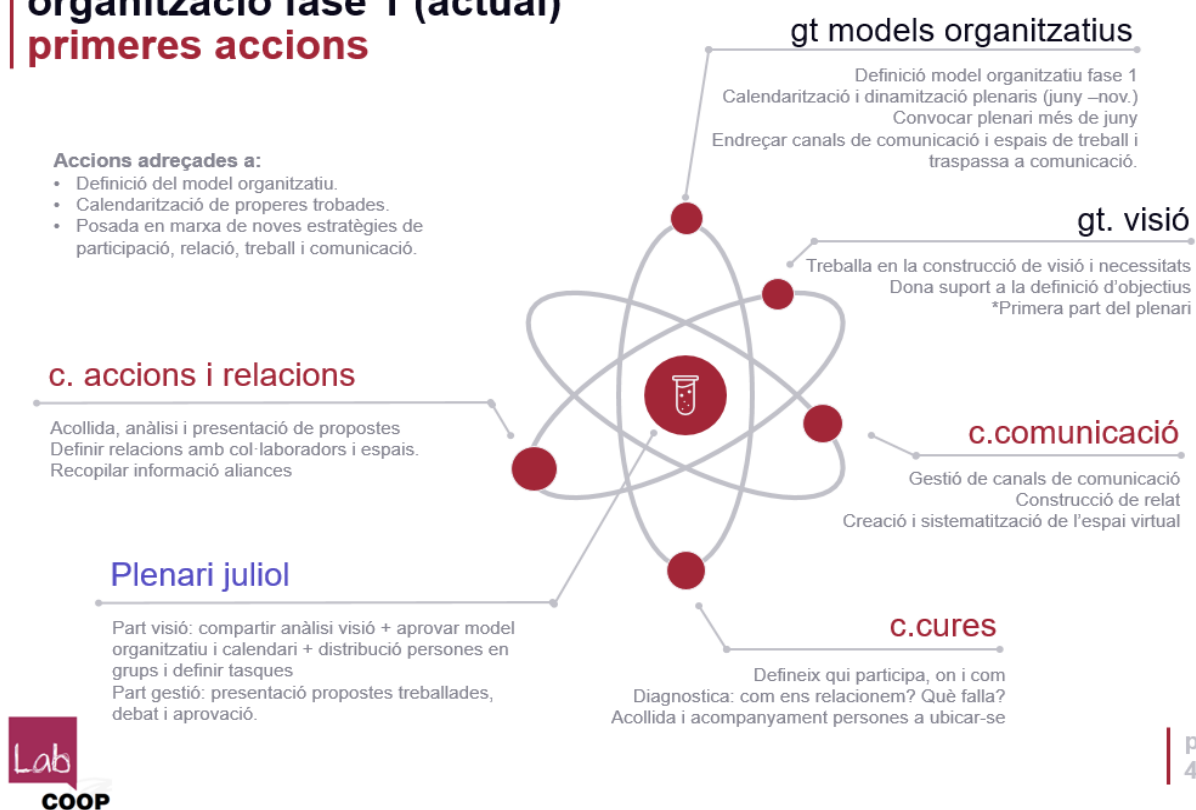
sentit

- Visió i valors compartits que orientin
- Espais compartits de construcció col·lectiva i compartida

Com a proposta organitzativa (per a la fase 1 del projecte), es diferencia la participació entre

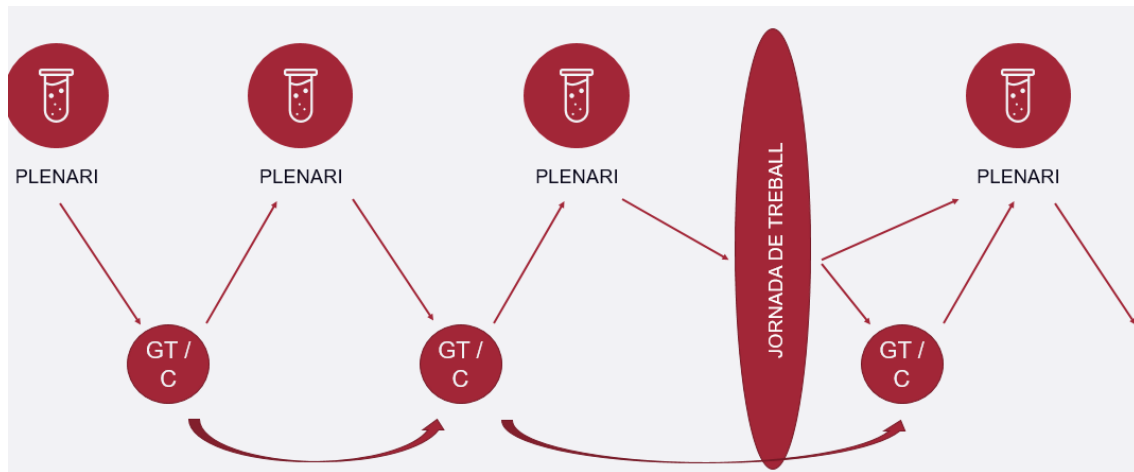
membres actius (dedicació voluntària i/o professional) i membres passius (donen suport a la iniciativa i/o n'estan informades), i tots junts formen la base social. Els membres actius conformen el grup impulsor, que s'organitzen en comissions permanents (amb previsió de treball a llarg termini) i grups de treball (per a necessitats i/o projectes temporals). Cada un d'ells disposaria d'una figura de coordinació, una altra de dinamització, i un/a secretari/a per a prendre acta i altra documentació, rols que serien rotatius i facilitarien disposar d'un referent per tal de garantir-ne un seguiment dels temes. A la figura següent es detallen, al voltant del plenari que representaria el màxim òrgan de participació i decisor, que substituiria l'actual anomenat grup impulsor amb la diferència que restaria obert a totes les persones implicades en els grups de treball i no només als coordinadors i dinamitzadors per tal de potenciar la flexibilitat, accessibilitat i sentit de pertinença i alhora, evitar la concentració de poder entre les persones membres.

organització fase 1 (actual) primeres accions



Per tal d'abordar els reptes en funció de les capacitats i moments, es proposa realitzar una planificació de tasques en el temps per a cada grup o comissió, amb la intensió d'anar-la actualitzant periòdicament.

Els grups de treball han de tenir certa autonomia de funcionament, i reunir-se almenys 1 vegada entre plenari i plenari, que es preveu mensual. Alhora, es proposa combinar amb jornades de treball de caràcter més obert i amb disposició de més temps per tal d'abordar temes amb més profunditat i debat.



d) Metodologia per abordar el procés de valoració i presa de decisions davant de propostes rebudes (tant internes com externes).

Es diferencien en primera instància les propostes que arriben per part d'agents externs o per participants del col·lectiu, tot i que la diferència rau en que en el primer cas, es vehicula a través del grup de comunicació i/o de benvinguda per tal de derivar-lo al grup o grups de treball que correspongui.

La idea base és elaborar una fitxa que permeti analitzar les propostes en base a la següent informació: origen de la proposta, breu descripció (i referències si cal), anàlisis de beneficis i riscos i coherència i/o incompatibilitats amb el projecte i amb altres tasques i accions. D'aquesta manera, la valoració d'aquestes pot partir d'una informació treballada i contrastada per a potenciar que totes les persones participants es situïn en igualtat d'informació i això faciliti la presa de decisions amb més coneixement de causa. A partir d'aquí, la presa de decisió es pot dur a terme dins dels grups de treball si no implica incompatibilitats i/o afectacions a altres grups i/o accions, o en cas que si, es porta a plenari per a poder-la debatre amb més representativitat i/o demanar que s'ampliï més la informació.

El debat i realització d'una proposta específica sobre el model de governança s'ha realitzat a través de reunions presencials, debats amb dinàmiques (fonamentalment el baròmetre) i treball online. La seva concreció ha esdevingut més complexa i dilatada en el temps del que estava previst (maig), permetent per una banda respectar el ritme i l'aprofundiment necessaris i assumibles, però alhora, amb algunes repercussions en la fluïdesa de funcionament (per exemple, en l'abordament de propostes, noves incorporacions i creacions de nous espais). Per a dur el debat a la resta del col·lectiu, s'han organitzat i dinamitzat dues jornades de treball obertes a tot el col·lectiu, detallades en el punt 4.2. *Jornades de treball: debat participat en obert.*

Propostes a futur

En estreta vinculació amb el model de governança, i com a acció a futur, es proposa realitzar un fluxograma que permeti identificar la diversitat d'actors i les seves relacions, per tal de tenir present la intensitat de relació i vinculació amb el projecte, i alhora, establir el tipus de sinèrgies dins d'un mapa relacional complet i complex. En aquesta línia, es proposa per a un termini més a llarg termini, incorporar una comissió de seguiment integrada per una representativitat d'actors vinculats al supermercat amb les funcions de dotar al procés d'un equip de seguiment divers i representatiu, facilitar l'accés a recursos, potenciar la comunicació i validar i legitimitzar les accions dels grups de treball i grup impulsor.

Fluxograma: Identificar els agents i les relacions	
Objectius	• Identificar tots els agents vinculats i/o afectats pel supermercat cooperatiu • Visibilitzar-ne les relacions (i la seva intensitat) entre ells i amb el supermercat
Metodologies	Fluxograma
Participants	Persones participants de tots els grups de treball
Durada	2h de taller

La Comissió de Seguiment	
Objectius	• Dotar al procés d'un equip de seguiment divers i representatiu • Facilitar l'accés a recursos i potenciar la comunicació • Validació i legitimització de les accions dels grups de treball
Metodologies	Creació de la comissió de seguiment Realització de trobades presencials
Participants	Membres voluntaris del col·lectiu Persones alliberades pel col·lectiu Representants del sector de la producció i la distribució Col·laboradors (administracions, organismes, etc.) Consumidor/es Representants del sector agroecològic i experts en temes de sobirania alimentària i consum responsable Altres
Durada	Reunions periòdiques (cada 2 o 3 mesos)

4.2. Jornada de treball: debat participat en obert

La primera jornada, prevista per l'11 de maig, es va planificar per a abordar la visió col·lectiva del supermercat cooperatiu i l'operativitat de com abordar la valoració i presa de decisions davant de propostes concretes. Aquesta segona part, però, va quedar ajornada per poder encarar un tema d'urgència a debatre en plenari, la decisió de si presentar-se o no a la subvenció *Impulsem el que Fas*.

La dinàmica de la visió (centrada en 4 eixos: sentit, acció, estructura i cures en dues esferes complementàries:

aportació individual i aportació grupal) va permetre generar un espai de reflexió individual, en parelles i

finalment en grups que va propiciar aprofundir en les sensacions i idees internes i posar-ne paraules conjuntament. Es va proposar la presentació de la informació en format visual i gràfic amb una representació il·lustrada, fet que ha facilitat la generació de complicitat, l'ús d'un llenguatge creatiu i cuidat, i l'amenització de les presentacions.

En la segona part, es va abordar la decisió de presentar-se o no a la subvenció (veure apartat següent).

Propostes a futur

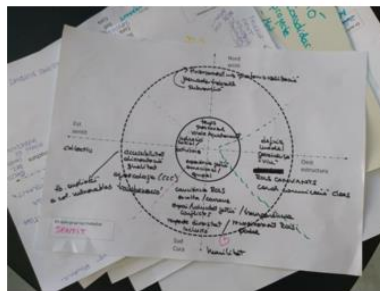
Per a donar resposta a la necessitat d'abordar el model de governança, seria adequat una segona sessió de treball destinada a totes les persones participants del col·lectiu amb els objectius de compartir les propostes elaborades pel minigrup de governança, complementar-les i corregir-les i consensuar els mínims del model de governança amb el màxim de participació.

Per a aconseguir-ho, es podrien realitzar dues dinàmiques: la primera, per abordar el resultat c) (model de governança) en grups reduïts utilitzant la metodologia DAFO (Debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats) i, per al resultat d) (metodologia per abordar propostes) la dinàmica de la peixera amb observadors, simulant la rebuda d'una proposta i com aquesta és treballada i debatuda pels grups afectats, amb observadors actius que puguin incorporar-se a l'escenografia per a aportar noves visions.

Per altra banda, seria recomanable realitzar un retorn de la visió del supermercat, dedicant 1h de treball compartit per a validar-lo i matisar-lo. Es proposa una treball en grups per a concretar la informació en un redactat que les reculli representativament i de manera sintètica i ordenada, que serveixi de referència tan per al col·lectiu com per a la generació d'un relat a compartir amb l'exterior. Aquesta part es podria realitzar també en la segona sessió de treball de juliol.

4.3. El pla de treball

L'elaboració i concreció del pla de treball es va veure precipitat per la oportunitat de presentar-se a la convocatòria a la citada subvenció, amb data límit el 25 de maig. Davant d'aquest fet de caràcter immediat, es va organitzar un grup específic per a abordar-ne els avantatges i riscos i proposar-ne un pla de desenvolupament. La decisió de presentar-se o no es va voler portar a plenari aprofitant la convocatòria de la jornada de treball del maig, ja que aquesta decisió tenia moltes implicacions a nivell estructural, personal, de responsabilitats, de gestió emocional i de tasques a realitzar de manera precipitada.



Es va exposar la informació bàsica per a compartir amb el col·lectiu, i es va dedicar un espai de debat en tres grups, dels quals cada un d'ells havia d'abordar la decisió des d'una òptica diferent: els riscos i oportunitats, l'encaix amb la visió del supermercat cooperatiu i la visibilització de la diversitat de veus. En aquest tercer grup, es va proposar la dinàmica del baròmetre per tal de fer-ne més visual els diferents posicionaments.

Com a reflexió, la urgència de prendre la decisió va dificultar destinar el temps òptim per a abordar-ne el debat amb igualtat de condicions en relació a la informació i l'experiència. Aquest fet va comportar algunes reticències i petits conflictes, tot i que en gran part es van poder expressar i donar espai per a seva resolució. Finalment, amb la dinàmica del baròmetre, es van realitzar les dues preguntes finals: "ens presentem a la subvenció?" (Sí/No) i "en quin format ho fem?" (Associació o unió d'entitats?). La primera resposta va ser un sí amb un consens molt unitari (i sense cap posició en contra) i a la segona, en format associació. Dues premisses van ajudar a assumir la responsabilitat del sí: la possibilitat de modificar a posteriori la prioritització i dedicació dels recursos atorgats a cada acció i, en un cas més extrem, de renunciar al complet a la subvenció (amb resolució prevista per octubre de 2018).

Per fer front al repte, s'organitzaren 3 grups de treball: redacció de la subvenció, creació de l'Associació, gestió i campanya per aconseguir cartes de suport d'entitats i organismes. És en aquest punt que el pla de treball es delega a l'equip de redacció, i tot i que es treballa en obert a través de documents compartits i reunions, però no es va poder realitzar un treball de consens i validació per part de tot el col·lectiu.

El pla de treball té l'objectiu de *desenvolupar el pla operatiu i d'empresa i formalitzar l'entitat jurídica per a la creació del primer supermercat cooperatiu a Barcelona en el marc de l'economia social i solidària i la sostenibilitat*, i es concreta en els objectius específics i accions següents:

Pla de Treball	
Objectiu general	Desenvolupar el pla operatiu i d'empresa i formalitzar l'entitat jurídica per a la creació del primer supermercat cooperatiu
Objectiu Específic 1	Formació, capacitació col·lectiva i enfortiment del projecte per tal de elaborar una bona proposta de supermercat cooperatiu.
a. Realització de jornades formatives sobre: agricultura moderna i impactes, agricultura ecològica, consum responsable, cooperativisme, economia social i solidària, mercat social, finances i projectes empresarials, recursos humans, etc. S'oferiran les formacions a agents afins i del territori. Gener-febrer 2019. Nombre estimat d'hores de formació: 25h. Persones participants: 100 b. Elaboració d'un estudi comparatiu de diversos models de supermercat cooperatiu i iniciatives semblants, tant de l'estat espanyol com internacionals. Desembre 2018-febrer 2019. c. Mapeig i contacte amb iniciatives afins a la nostra visió, per a explicar el nostre projecte i explorar aliances: grups de consum agroecològic, cooperatives de consumidors i usuaris d'aliments ecològics, botigues d'aliments ecològics, etc. Elaboració d'un informe final. Desembre 2018 – febrer 2019. Estimació de 60 iniciatives mapejades i establiment de 30 contactes, plasmat en un informe. d. Establiment de relacions de qualitat (visites i entrevistes) amb (a) supermercats cooperatius d'altres indrets i (b) organitzacions locals/regionals de l'àmbit de l'economia social i solidària (ESS) i el cooperativisme. Elaboració d'un informe de situació a finals de febrer 2019. Previsió de realitzar unes 8 entrevistes i/o visites i 15 reunions d'aprofundiment menor.	

- e. Realització d'una jornada de tancament de la primera fase al març 2019, amb la previsió d'assistència d'unes 80 persones:
- Presentació dels informes esmentats.
 - Panell d'experiències de supermercats cooperatius (estimació de 6 experiències).
 - Sessió de valoració dels trets elementals del model de supermercat que volem (amb previsió d'assistència de 80 persones).
- f. Contractació de serveis externs professionals amb experiència en dinamització de processos col·lectius i gestió de conflictes. Realització de trobades periòdiques de seguiment, avaluació i propostes de millora.
- g. Contractació de serveis externs professionals amb experiència en dinamització de creació d'empreses cooperatives en l'àmbit de l'economia social i solidària. Realització de trobades periòdiques de seguiment, avaluació i propostes de millora (se n'estimen unes 6).

Objectiu Específic 2	Elaborar el pla de comunicació per a incrementar el coneixement, reconeixement i suport del públic a la iniciativa del supermercat cooperatiu
-----------------------------	---

- a. Elaboració i execució d'un pla de comunicació interna i externa (entre juny i novembre 2019), incloent-hi.
- Disseny, publicació i manteniment d'un web i dinamització constant en xarxes socials (amb un nombre de seguidors a assolir de 5.000 a les XXSS)
 - Elaboració d'un butlletí periòdic amb actualitat del projecte i crides a la participació/donació (previsió de noves persones sòcies en 400)
 - Realització de xerrades presencials i participació en events (previsió d'assistència de 800 persones)
 - Elaboració de material gràfic de comunicació i promoció del projecte
 - Creació d'una base tecnològica que permeti facilitar els processos democràtics dins l'organització, complementant la participació presencial. Priorització d'eines del món digital open source com Docker; Discourse, Nextcloud o Decidim.

Objectiu Específic 3	Concreció del pla operatiu i d'empresa: Elaborar la proposta de model del supermercat cooperatiu, amb qualitat tant tècnica-econòmica com democràtica, basada en la informació recopilada en la primera fase del projecte, els inputs obtinguts en la jornada de tancament de la primera fase i les oportunitats del territori.
-----------------------------	---

- a. Elaboració d'una primera proposta base en un grup de treball específic entre socis, sòcies, equip tècnic contractat i consultors externs, basada en les informacions obtingudes en la primera fase en general, i tenint en compte la jornada de tancament de la primera fase. Finalitza amb una sessió de debat amb la base social a l'abril 2019, amb participació estimada de 80 persones.
- b. Revisió de la proposta base tenint en compte les possibles esmenes i propostes en la primera sessió de debat. Elaboració d'una proposta final, que ha de validar-se col·lectivament. Segona sessió de debat amb la base social al maig 2019. Previsió d'assistència de 80 persones.
- c. Desenvolupament i concreció d'aspectes clau definits prèviament, en un Pla Estratègic amb els següents elements:
- Pla de viabilitat econòmica-financera; estructura laboral i política salarial, etc.
 - Tipologia, funcions i responsabilitats dels socis en la operativa del supermercat.
 - Model societari. Elaboració d'estatuts socials.
 - Normatives aplicables a l'activitat econòmica i empresarial del supermercat
 - Aplicació pràctica dels criteris de compra.
 - Proposta d'emplaçaments i cerca de proveïdors.
 - Cerca de distribuïdors i opcions logístiques més adequades i afins als nostres valors.
 - Estudis tècnics arquitectònics i d'infraestructura del supermercat
 - Pla de gestió de residus i aprofitament alimentari.

• Pla de prevenció de riscos laborals. • Política de protecció de dades personals. • Pla de comunicació interna/externa.	
Objectiu Específic 4	Constituir legalment l'entitat jurídica que adoptarà el supermercat cooperatiu.
a. Tramitació de l'entitat jurídica	

L'execució del pla de treball, un cop resolta la subvenció, es preveu amb una combinació de socis i sòcies voluntàries, equip tècnic alliberat (previst en 20h de coordinació i especialització tècnica i 10h de comunicació i participació, còmput setmanal, per un període d'1 any), consultoria externa contractada per a tasques de seguiment, o per externalització a altres empreses amb expertesa en temes específics.

Propostes a futur

Com a proposta a abordar en noves etapes, i concretament en el moment de resolució de la subvenció (coneixent els recursos disponibles), seria propici realitzar una la revisió i validació del pla de treball amb una o dues trobades presencials per tal de: (a) fer conscient al col·lectiu de les accions, cronogrames i recursos disponibles, (b) revisar la proposta i proposar-ne modificacions si cal, (c) prioritzar les accions (d) assignar-ne els recursos específics i la calendarització i (e) definir responsables de portar-les a terme. Aquest treball es podria abordar amb dinàmiques diverses: fluxograma del procés, matriu de priorització de reptes i línia del temps (a futur).

Priorització de reptes i accions del pla de treball	
Objectius	• Revisió del pla de treball i modificació, si s'escau • Priorització d'accions i reptes • Assignació de recursos i calendarització
Metodologies	Fluxograma del procés Matriu de priorització de reptes Línia del temps (a futur)
Participants	Persones participants de tots els grups de treball
Durada	Trobada de 2h

4.4. Altres propostes a futur

Com s'ha esmentat abans, es preveu realitzar una diagnosi tècnica i participativa i un pla d'acció participat del procés d'impuls del supermercat cooperatiu, amb la incorporació d'actors que actualment no hi estan involucrats. Per aquesta finalitat, es mencionen algunes tècniques que poden ser d'utilitat en les successives fases i accions, més enllà dels objectius establerts en aquest treball.

Entrevista semi-estructurada. Aproximació i aprofundiment agents claus	
Objectius	• Aprofundir amb la visió, necessitats i propostes d'agents claus per a la creació exitosa del supermercat cooperatiu • Establir vincles personals • Incorporar la diversitat de posicions, necessitats i propostes al supermercat cooperatiu
Metodologies	Entrevista semiestructurada
Participants	Possibles futures persones i/o entitats sòcies treballadores, consumidores i col·laboradores, persones consumidores finalistes no sòcies, productors i productores, cooperatives de consum, botigues i supermercats de producte similar (ecològic, fresc, de temporada, de proximitat, etc.), distribuïdors afins, entitats dedicades a la promoció del consum responsable i la sobirania alimentària, etc.
Durada	Entrevistes d'1h de durada Desplaçament al lloc pròxim de la persona entrevistada

Enquesta: Inputs a gran escala	
Objectius	• Conèixer opinions i disposició del públic en general i/o interessat en el supermercat cooperatiu • Generar base de coneixement per temes específics com a prospecció de mercat, de necessitats i de vulnerabilitats
Metodologies	Enquesta amb resposta tancada
Participants	Ciutadania en general
Durada	En un termini acotat de temps (1 mes en total) Online, amb possibilitat de realitzar-les personalment si s'escau. Màxim 10-15 minuts d'enquesta

Per últim, potenciar l'exploració i encaix de l'ús de la plataforma de participació online Decidim.org³², (prevista en el pla de treball), ja que podria facilitar la gestió de debats, demandes proposicions i l'exposició i transparència de la informació generada, i fins i tot l'aprovació de propostes, fent possible la participació online al procés i agilitzar el treball presencial amb el digital.

³² www.decidim.org és una plataforma online de codi lliure i obert per a fomentar la participació ciutadana, utilitzada fonamentalment per administracions (Ajuntament de Barcelona, de Sant Cugat del Vallès, Rubí, Badalona, Diputació de Barcelona entre d'altres), però també com a eina de gestió democràtica d'altres organitzacions (com és el cas de Som Energia o la Federació Catalana d'Escoltisme i Guiatge). Es desenvolupa també a través de la participació de diferents agents involucrats.

5. Conclusions

L'impuls d'un supermercat cooperatiu a partir de la participació voluntària i l'autoorganització és un repte tan emocionant com complex. L'obertura del procés des del moment inicial ha sumat moltes persones interessades, n'ha enriquit la diversitat de perfils, ha permès avançar ràpidament en la construcció de coneixement col·laboratiu i ha posicionat la iniciativa amb una expectativa molt alta de la capacitat de crear el supermercat, tant pels participants directes com per a la ciutadania i agents afins. Tanmateix, la manca de definició i consens en l'estructura, organització i governança, i amb persones en gran part desconegudes entre si, ha marcat un procés de caire més caòtic, amb certes desigualtats en l'acumulació de poder i informació i ha generat un seguit d'eines i recursos però amb poca informació i claredat sobre la seva utilitat, ús i capacitat de gestió.

Per aquests motius, el present treball té com a objectiu contribuir a la concreció del model de governança i el pla de treball del procés de creació del supermercat cooperatiu, i per tant, es centra en la vessant més sociodemocràtica de les propostes agroecològiques i de l'economia social i solidària. La metodologia plantejada no reflexa la direccionalitat de les fases plantejades per la DLAE, però sí que s'emmarca en el seu paradigma i concepte de la participació. Per a futures fases del procés d'impuls del supermercat en seria molt enriquidor aprofundir en les diagnosi tècnica i participativa, el pla d'acció participat i l'avaluació des de la perspectiva de la DLAE.

La creació del minigrup de governança per tal d'aprofundir i elaborar una proposta de quin en seria el millor model de governança per a fases futures del procés ha estat un element clau per tal de poder repensar des del col·lectiu la pròpia organització i presa de decisions. N'han derivat quatre resultats: la comprensió de les possibles fases del procés, una mirada avaluativa del recorregut realitzat, la concreció d'un possible model de governança i el plantejament d'una metodologia per a abordar i decidir propostes que vagin sorgint.

El model de governança, respecte l'organització inicial, contempla especialment el treball en grups temporals i en comissions de llarga durada (amb certa autonomia), i redefineix el grup impulsor com a plenari, en el qual s'obre a totes les persones participants del col·lectiu i no només a dues representants de cada grup de treball, com s'havia realitzat els primers mesos. D'aquesta manera, s'incrementa la transparència, el sentiment de pertinença i la flexibilitat en la participació segons els temes més prioritaris a abordar en cada moment. En aquest model, però, no es contemplen els agents (actualment externs), que sí que caldrà incorporar més endavant quan el procés estigui en fases avançades, per exemple, a una comissió de seguiment o a un grup de treball de productors. És imprescindible clarificar les eines utilitzades per a fer possible la comunicació entre el col·lectiu i cap enfora, i ser molt conscients dels recursos a disposició i de com s'utilitzen. Per a garantir-ho, elaborar una guia d'ús i formacions compartides pot ser una bona manera de materialitzar-ho.

La metodologia per abordar propostes rebudes intern o externament respon a la necessitat de clarificar qui i com es prenen les decisions, i proposa un mecanisme de presentació de la informació i un recorregut concret per a prendre'n la decisió, maximitant la igualtat d'accés a

aquesta i per tant, fomentant la disposició de propostes contrastades i analitzades en base a les seves potencialitats i riscos i la coherència amb la visió del supermercat. Aplicar el prova i error per tal de trobar l'equilibri entre l'ordenació de les propostes i la pèrdua d'espontaneïtat i aprofitament d'oportunitats que la rigidesa i burocratització causen pot esdevenir una manera d'anar tantejant i millorant la metodologia.

Per una altra banda, el format de jornades de treball per a abordar en plenari temes específics sembla ben acollit i permet nombrosos resultats tan tangibles com intangibles. És un espai de legitimització del treball realitzat, la presa de decisions esdevé molt participativa i permet aprofundir en les relacions tan personals com grupals ja que es destina més temps de qualitat als processos de reflexió i construcció tant individual com col·lectiva. En el cas que ens ocupa, s'ha realitzat una jornada per a aprofundir en la visió del projecte i per a prendre la decisió d'accés a recursos públics, i es planifica una segona jornada pel juliol per a compartir i debatre el model de governança.

Fer una mira autocrítica al recorregut realitzat ha de permetre posar en valor allò que sí ha funcionat i el que ha dificultat fer-ho i sentir-se a gust. Per això, es proposa posar atenció a l'establiment de mecanismes per a garantir la flexibilitat i evolució de totes aquestes propostes organitzatives i de funcionament, ja que les diferències de coneixement i confiança entre les persones, la diversitat de capacitats i disponibilitat d'implicació han de poder ser acollides en aquestes estructures dinàmiques. Si són molt rígides n'asseguren el control dels processos però en poden dificultar l'aprofitament i del nodrir-se de la vitalitat del procés i de les persones participants.

La participació requereix confiança, concessions i passar a l'acció per a visibilitzar-ne resultats, fet que incrementa la percepció d'utilitat dels processos, és a dir, combinar la participació amb l'acció com a cicle que s'enriqueixen mútuament. Idealment el model de governança i al pla de treball, caldrà posar atenció a no caure en crear propostes teòricament molt complexes i estanques que n'allarguin o en dificultin la seva aplicació, i tenir molt present que serà convenient revisar-les i modificar-les quan la situació i/o el col·lectiu ho demani.

La riquesa de la flexibilitat en la planificació, poder acollir allò que sorgeix de manera més espontània ha estat un element clau, i ho hauria de seguir sent, malgrat influeix en les planificacions previstes, com en el cas de la realització del pla de treball. Aquest s'ha vist precipitat per una possible subvenció, i n'ha sorgit una proposta completa i acurada però que no s'ha pogut treballar amb el temps i participació desitjats. Per aquest motiu, en un futur proper seria positiu revisar, modificar i consensuar participadament en relació als recursos reals disponibles pel que fa als recursos reals disponibles.

Aprofundir en el model de governança i el pla de treball, construint-lo a partir de les necessitats i possibilitats del procés en particular, i amb la participació i sintonia d'un consens ampli és potser una de les claus per a contribuir que el col·lectiu avanci cap a la confiança, la transparència,

l'horitzontalitat i la inclusió. I així, consolidar amb l'experiència pròpia, aprenent i desaprenent, un model de relacions i poders en consonància amb els valors de l'agroecologia i l'economia social i solidària en facilita la seva vivència no només en el procés d'impuls, sinó en el funcionament del propi supermercat cooperatiu de Barcelona.

6. Bibliografia i webgrafia

Notícies digitals

Andrès Durà, Raquel (26 octubre 2017) *València abre su primera cooperativa alimentaria diseñada por los vecinos*. Publicat a La Vanguardia. Disponible a: <http://www.lavanguardia.com/local/valencia/20171025/432308009252/som-alimentacio-cooperativa-valencia-disenada-vecinos.html>

Argemi, Anna (2 març 2017). *La película que crea Supermercados. Más de 20.000 espectadores han visto 'Food Coop' en Francia* Publicat al El País. https://elpais.com/elpais/2017/02/23/alterconsumismo/1487857313_109209.html

Duch, Gustavo (08 juny 2018). *Un altre tipus de supermercats. Amb supermercats cooperatius no seria tan habitual confondre bledes amb bròcoli*. Publicat a Ara.cat. Disponible a: https://www.ara.cat/opinio/Gustavo-Duch-FoodCoop_0_2029597194.html

Ebeca. Entrevista a Tom Boothe, fundador de La Louve. <http://ebeca.org/entrevista-tom-boothe-director-del-documental-food-coop-supermercado-cooperativo-brooklyn/>

Fernandez, J. L. (Casadevante Kois) (28 novembre 2017) *¿Y si la alternativa a los supermercados fuesen los supermercados cooperativos?* Publicat a eldiario.es. Disponible a: https://www.eldiario.es/ultima-llamada/alternativa-supermercados-cooperativos_6_712588736.html

Giner, A (14 març 2018) *¿Y si tomamos las riendas de nuestra alimentación?* Publicat per Cambio.Net. Disponible a: <https://www.elsaltodiario.com/mecambio/y-si-tomamos-las-riendas-de-nuestra-alimentacion>

Lodeiro, Toni. (març 2018) *Que vénen els supermercats cooperatius! (I la febre "Food Coop")*. Publicat per Opcions. Disponible a <http://opcions.org/opinio/supermercats-cooperatius/>

Pam a Pam (22 març 2018) *L'escalabilitat del cooperativisme alimentari a Barcelona* <https://pamapam.org/ca/blog/lescalabilitat-del-cooperativisme-alimentari/>

Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (15 març 2018) Resum jornades 'Fins on pot arribar el cooperativisme alimentari?: *Facilitar l'accés als bons aliments i contribuir a canviar el model de consum, factors essencials en el debat sobre el canvi d'escala i la professionalització en el cooperativisme de consum alimentari*. Disponible a https://pemb.cat/ca/noticies/facilitar_laces_als_bons_aliments_i_contribuir_a_canviar_el_model_de_consum_factors_essencials_en_el_debat_sobre_el_canvi_descala_i_la_professionalitzacio_en_el_cooperativisme_de_consum_alimentari/146/

The Park Slope Food Coop: El modelo de cooperativa de consumo de brooklyn que viaja a europa <http://ebeca.org/the-park-slope-food-coop-modelo-cooperativa->

Plataforma Gràcia, cap on vas? (16 juny 2018) *Complicitats per un súper cooperatiu a l'Abaceria*. Publicat al Diari L'Independent de Gràcia. Disponible a: <http://www.independent.cat/2018/06/16/complicitats-per-un-super-cooperatiu-a-labaceria/>

Estudis i publicacions

Ajuntament de Barcelona (2012). *Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona 2012*. Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació. Direcció de Comerç i Consum. Equip redactor: Time Consultants.

Ajuntament de Barcelona (2016). Estadístiques de turisme. Barcelona: ciutat i entorn Disponible a: <http://www.barcelonaturisme.com/uploads/web/estadistiques/2016OTB2.pdf>

Ajuntament de Barcelona (2017). *Perfil i hàbits dels turistes a la ciutat de Barcelona 2017. Informe de resultats*. Disponible a https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/perfil_i_habits_dels_turistes_a_la_ciutat_de_barcelona_2017_informe_de_resultats_0.pdf

Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE): Recull d'estadístiques del sector ecològic a Catalunya 2000-2017. Disponible a: http://www.ccpae.org/media/00_2017_ccpae_recull-estadistiques.pdf

Consorti del Parc Natural de la Serra de Collserola (2017). "Les experiències de producció agrària del Parc Natural de la Serra de Collserola. Diagnosi tècnica". Estudi realitzat per Arran de Terra.

Consultoria Coopdemà. *Estudi jurídic sobre els grups de consum. Informe final* (2018). Ajuntament de Barcelona.

El Crític (16 novembre de 2016) *Mercabarna, una empresa pública desconeguda: més agronegoci, menys sobirania alimentària*. Gabinet d'Alcaldia. Departament de Comunicació. Ajuntament de Barcelona. Disponible a www.elcritic.cat

Fernàndez, A. i Miró, I., (2016). *L'economia social i solidària a Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

Generalitat de Catalunya. Baròmetre de Percepció i Consum dels Aliments Ecològics 2015. Disponible a: http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxius/15_barometre_versio_reduida.pdf

La Confederació Empresarial del Tercer Sector Social de Catalunya (Juliol 2017) *Guia per a impulsar la Governança Democràtica a les organitzacions del tercer sector*. Barcelona. Disponible a: http://www.laconfederacio.org/wp-content/uploads/2017/11/GuiaGovernDemocratica_WEB.pdf

Pla del Verd i de la Biodiversitat 2012-2020. Hàbitat Urbà. Medi Ambient i Serveis Urbans. Ajuntament de Barcelona.

Surinyach Padilla, R. (2017). *Economies Transformadores de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

Tendero, Guillem et. al. (2016) *La ciutat agrària. Agricultura urbana i sobirania alimentària*. Xarxa de Consum Solidari. Disponible a

Pàgines webs

Barcelona Activa: <https://empreses.barcelonactiva.cat/ca/web/es/impulsem-el-que-fas>

Bio Alai: <http://www.bioalai.org>

Cooperativa Frescoop: <http://frescoop.coop/>

Coòpolis. Ateneu Cooperatiu de Barcelona: <https://bcn.coop>

Economat Social: <http://leconomat.queviure.cat/es>

Impuls supermercat cooperatiu Barcelona: <https://foodcoopbcn.cat>

Institut d'Estadística de Catalunya. www.idescat.cat

La Bees Coop: <http://bees-coop.be>

La Magrana Vallesana: <http://www.lamagranavallesana.cat>

Labore: <https://laborebilbo.eus/es/inicio#info>

Landare: <http://landare.org>

Mercats Barcelona. www.mercatsbcn.com

Plataforma online per la participació ciutadana Decidim: www.decidim.org

Supermercat Cooperatiu Park Slope FoodCoop: <https://bcn.coop>

Supermercat Cooperatiu La Louve: <http://www.cooplalouve.fr>

Altres formats

Documental FoodCoop: <https://foodcooplefilm.com/> i <http://www.disimparare.it/food-coop>

Apunts del postgrau de dinamització local agroecològica.

Mòdul 1 La agroecología en un mundo rural en transformación. Tema 1.4. Transición agroecológica: donde confluyen la investigación y la acción, de Glòria I. Guzmán Casado. I Tema 1.5. Soberanía Alimentària, de Marta G. Rivera Ferre.

Mòdul 2. Metodologies d'investigació orientades a l'acció. Tema 2.1. Diseño de procesos participativos de planificación agroecológica. Autoria de Daniel López García.