

Soberanía alimentaria ¿lo que comemos construye o destruye?

**Sesión II: Modelo de transformación y comercialización.**

# Experiencia de comercialización alternativa frente al poder de la gran distribución

*Tomás Fuentes (socio laboral LA OSA S.Coop.Mad.)*

20 de febrero 2020

**LA OSA**  
**coop**

# Una alternativa histórica: los grupos de consumo en Madrid



## Grupos de consumo:

- Grupos de personas (compañeros de un colectivo y/o trabajo, vecinos, amigos, etc) que se juntan para comprar de forma consciente y responsable alimentos (y otros productos).
- Repartos semanales o quincenales
- Buscan disminuir los intermediarios
- Productos de cercanía
- Productos de temporada
- Relaciones de confianza entre los miembros del grupo de consumo y de estos con los productores y elaboradores

# Una alternativa histórica: los grupos de consumo en Madrid

## Años 1970'

- Movimientos vecinales, ecologistas
- Primeros grupos de consumo

## Años 2000'

- Pérdida de atractivo

## 2011

- 15M y la vuelta del sueño común

## Hoy

- Nuevos hábitos de los consumidores
- Nuevos modelos para enfrentar el neoliberalismo



# Las ventajas de los supermercados convencionales

Las personas quieren una alimentación de calidad, quieren conectar con los demás, pero entonces, ¿porqué razones compramos en los supermercados tradicionales?

- A la búsqueda de la practicidad: horarios amplios, platos preparados...
- El humano del futuro: ¿una mente sin cuerpo?
- El marketing y la comunicación, una herramienta al servicio de la 'desinformación'
- Individualización en la toma de decisión
- Externalización de los costes y privatización de los beneficios



# El impacto de los supermercados convencionales

**Las personas quieren una alimentación de calidad, quieren conectar con los demás, pero entonces, ¿porqué razones compramos en los supermercados tradicionales?**

- Normalización de los productos y métodos de producción
- Aniquilación de la capacidad de elegir de los consumidores
- Destrucción del ecosistema rural y sus actores
- Ausencia de estrategia de 'soberanía alimentaria' > Cambio climático
- Acumulación de capital



# Los supermercados cooperativos y participativos : ¿Pasamos a la acción?

**De Nueva-York hacía Madrid, gestionar un supermercado gobernado democráticamente por sus socias cooperativistas**

- Objetivo:  
Facilitar el acceso a alimentos sanos, nutritivos y de calidad a la ciudadanía
- ¿Cómo?:  
Evolucionar la realidad de los grupos de consumo hacia un gran salto de escala que facilite el acceso a una cesta de la compra completa , disponible 24/7, a precios justos y razonables.
- ¿Herramientas?:  
Autogestión, participación de los socios en su cooperativa. Profesionalización de las tareas “criticas” de la gestión. Toma de decisiones democráticas y transparentes hacia dentro y hacia la sociedad

A group of people are shown in a meeting, with their faces obscured by white speech bubbles. The background is a solid blue color. The text "Consumo como piensas" is written in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

**“Consumo como piensas”**

**LA OSA**  
coop

# Qué es La Osa (Madrid, distrito de Tetuán, 2020)

## Avales

Una red de supermercados internacionales cooperativos ya existentes.



Park Slope Food Coop  
Nueva York



La Louve  
París

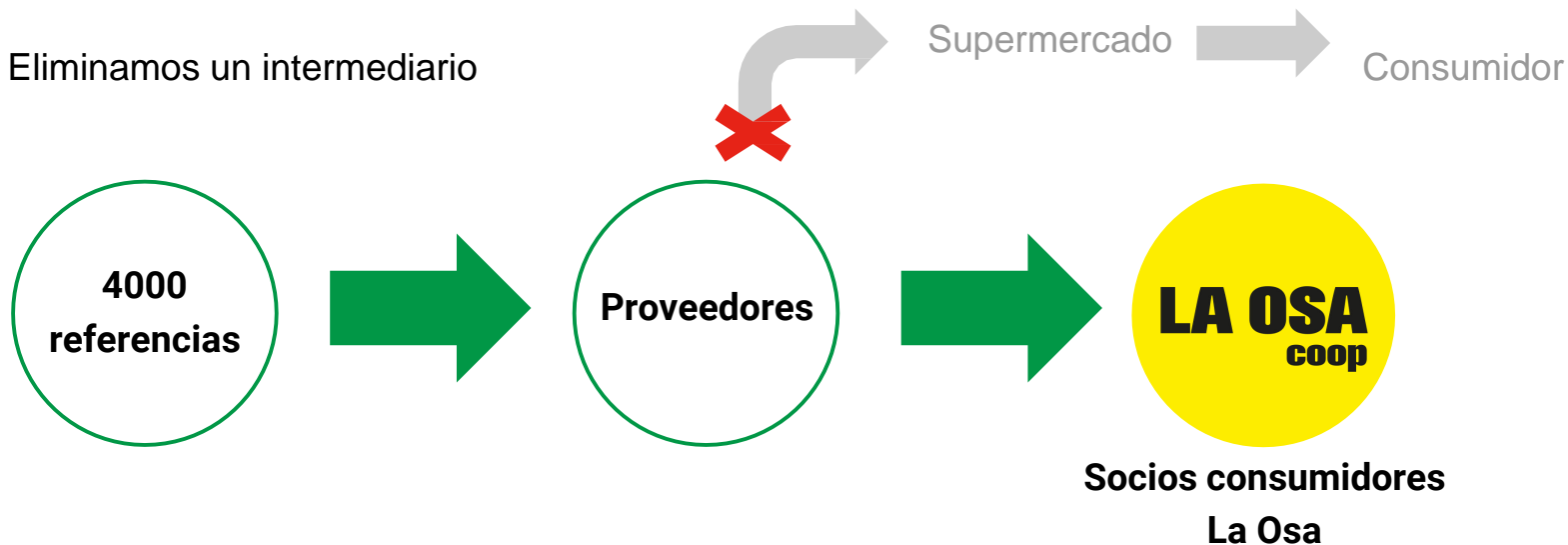


BeesCoop  
Bruselas

**LA OSA**  
coop

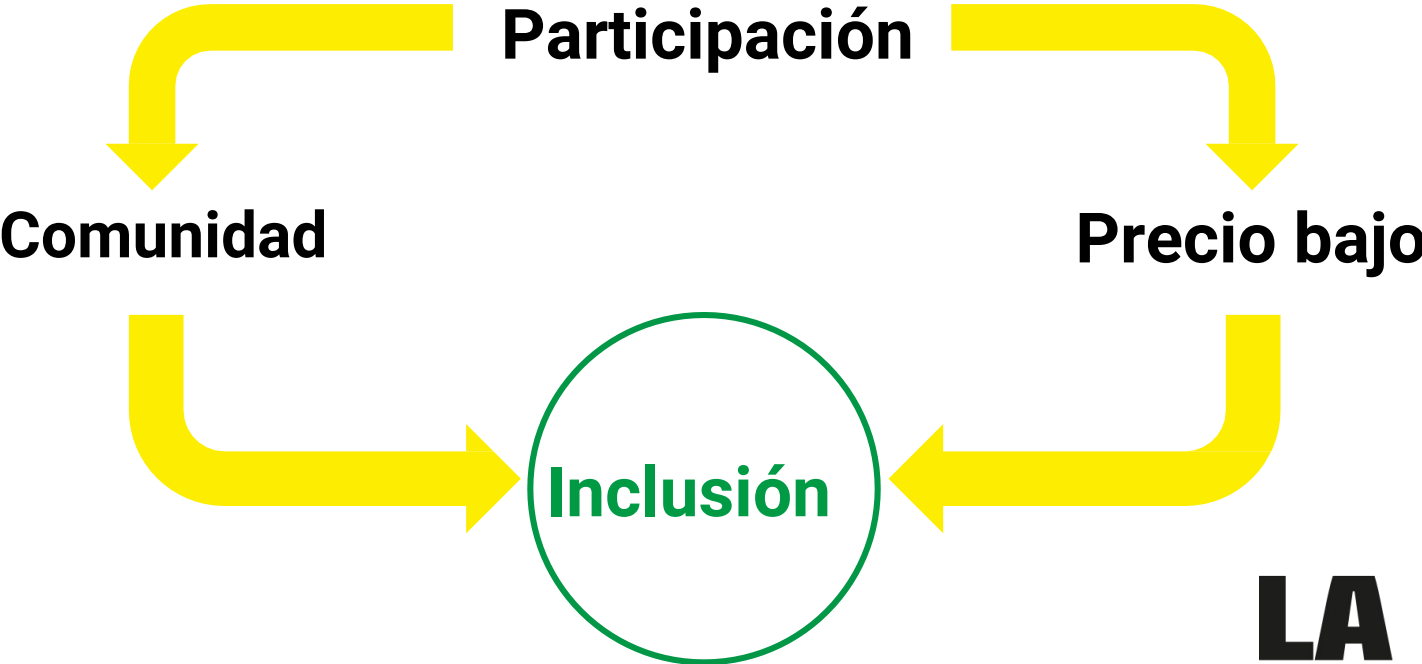
# Relación con los proveedores (productores, elaboradores y distribuidores)

– Eliminamos un intermediario



**LA OSA**  
coop

# Ser participante de La Osa implica:



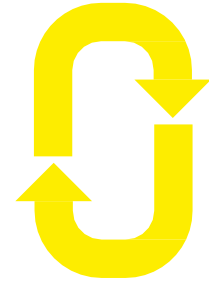
## Turnos de participación. ¿Por qué es necesario?

Hs

3 horas seguidas  
cada 4 semanas



Para conseguir  
buenos precios



Para el funcionamiento  
de la cooperativa

**LA OSA**  
**coop**

**TU SUPERMERCADO  
COOPERATIVO  
DE MADRID**

@laosacoop



cooperativaosa.com

**LA OSA**  
**coop**