

**PREMIOS
ELKARLAN
SARIAK
2018**



Asociación de Consumo Ecológico

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

En 2018 la Asociación de Consumo Ecológico BioAlai celebra su 25 aniversario. Formada por más de 1200 familias socias, es una de las mayores experiencias de organización colectiva en torno a la Alimentación del Estado.

En sus inicios, 30 familias se organizaron porque en aquel entonces era muy complicado acceder a productos ecológicos. Superando individualidades, se favorecía acercar producción y consumo, facilitando precios justos para todas las partes. Con los años BioAlai ha ido creciendo y evolucionando.

Hoy en día la necesidad no está en el acceso a los productos ecológicos, si no en la apuesta por valores que el sello no contempla. El certificado eco únicamente garantiza un modelo de producción más respetuoso; necesario sí, pero no suficiente. Deja de lado cuestiones sociales (relaciones justas con productor/as, conservación de la vida rural, etc...) y medioambientales (alimentos kilométricos...).

¿Cómo integramos estas dimensiones sin limitarnos al sello?

BioAlai se basa en dos pilares: **Agroecología y Comunidad**

AGROECOLOGÍA. La asociación apuesta por el consumo directo de personas productoras cuando es posible. A lo largo del año nos abastecen una gran cantidad de personas productoras, en su gran mayoría cercanas, sin intermediarios. Se han creado políticas económicas, porta-precios y comunicaciones específicas para ellas de modo que se favorecen sus productos, les realizamos visitas y les hemos dado mayor apoyo cuando lo han necesitado. Se realiza además una amplia programación de actividades de sensibilización y trabajo en otras áreas como Comercio Justo, reducción de residuos, etc... Es un camino para recorrer, muchas veces con limitaciones y dificultades, pero es la dirección que se sigue.

COMUNIDAD. Somos una red de más de 1200 personas socias y más 1400 beneficiarias, que es otra figura adicional dentro de la estructura de BioAlai. Parte de ellas son activistas desde el consumo, con su alimentación diaria. Otras, casi alrededor del centenar, colaboran de manera más o menos regular, individualmente o en grupos de trabajo, y son quienes hacen, junto con las 11 personas empleadas, que la asociación marche adelante. Esta colaboración anual supone unas 1300h de trabajo voluntario en ámbitos muy distintos y con conocimientos muy variados (inteligencia colectiva), equivalentes a una persona a tres cuartas parte de jornada de manera diaria en la asociación.

Las decisiones estratégicas, así como la dirección de la Asociación y las cuestiones importantes se deciden en Asamblea, y son las 7 personas voluntarias de la Junta Directiva quienes realizan el seguimiento en el día a día de esas decisiones. Hay que destacar además que (aunque la participación en cuanto a género está bastante repartida) en los últimos diez años y en todas sus diferentes rotaciones, las 3 personas que han participado en los cargos más representativos de la Junta Directiva (presidencia, secretaría, tesorería) así como en el equipo técnico (coordinación-gerencia y dinamización) han sido mujeres. Además de las redes internas, desde BioAlai se forma parte de diversas redes de diferentes colectivos tanto agroecológicos, como de economía social.

Somos una iniciativa colectiva de economía social que ha ido creciendo poco a poco de manera sostenida y sostenible. Sin ánimo de lucro, pero con un volumen considerable de movimiento hoy en día: cerca de los 1,7 millones de euros de facturación anual. Los márgenes son operativos y los beneficios (calculados para que sean muy ajustados) son para reinvertir en los objetivos de la Asociación. Nos autofinanciamos, sin depender de subvenciones, etc. lo que nos otorga gran autonomía de actuación.

Tenemos un local de 600m² donde nos abastecemos y realizamos las diferentes actividades sociales. las obras de reforma del local se realizaron bajo criterios sostenibles y energéticamente eficientes como resultado del proceso participativo que se realizó en su momento entre la base social para su diseño, como ejemplo de la transversalidad y alcance de las decisiones de las personas que la conformamos.

Redes: Zentzuz (medicus, setem, mugarik), red de semillas de Euskadi, **Estrategia agroalimentaria local y sostenible para Vitoria-Gasteiz**, en la que BioAlai ha participado e impulsado desde sus comienzos.

VALOR PÚBLICO Y SOCIAL

IMPACTO SOCIAL PARA EL CONSUMO Y PRODUCCIÓN

Como todo, el impacto social se visualiza mejor a través de ejemplos; es representativo el de la leche fresca de vaca que traemos de un baserri de Orduña.

¿Qué precio pagamos como consumidoras por un litro de leche fresca ecológica? **1,22€**

¿Cuánto pagamos el litro al caserío que nos abastece? Si al precio final descontamos el margen que se aplica en BioAlai y el IVA, el baserri se lleva **1.07€**

¿A cuánto se paga el litro de leche en Euskadi? **A 0.34€** (dato de 2017)

¿Por cuánto luchan en el Estado? Por llegar a los 0.30€ ya que ha habido años que no lo han conseguido.

Como formamos parte de la asociación tantas personas podemos conseguir aplicar márgenes muy bajos que mantengan los precios asequibles para alimentos de calidad a la vez que garanticen condiciones dignas a las personas productoras.

Además, aumentando la base social en el consumo de productos ecológicos locales (de 30 familias en 1993 a 1200 en 2018), se fomenta la creación de nuevas oportunidades para potenciales productor/as, elaborador/as o transformador/as. En muchos casos las dimensiones de estos proyectos de producción son pequeñas y tienen dificultades con la comercialización por lo que resulta de gran valor contar con una red de consumo tan numerosa ya conformada.

Además de lo operativo, se realiza una labor de transmisión de información y conocimiento del sector entre producción y consumo y aparte, se apoya a las pequeñas producciones cuando tienen dificultades. Por poner un ejemplo, recientemente se le ha ayudado económicamente y a través de socios/as con colaboración en la finca a un productor que por motivos meteorológicos tuvo problemas en sus instalaciones...

En resumen, este sistema permite, a través de la organización colectiva facilitar el acceso a una alimentación más sana y más respetuosa; y apoyar al sector agrícola y ganadero ecológico y local.

IMPACTO SOCIAL PARA LA SOCIEDAD

Más allá del beneficio individual para las personas consumidoras y productoras que forman parte de la red, existen múltiples beneficios para el resto de la sociedad.

Observando nuestro entorno, Araba es un territorio en el que predominan únicamente unos pocos tipos de (mono)cultivo, dirigidos principalmente a la exportación o industria y en manejo convencional (sólo el 1% es ecológico). Esto tiene una serie de impactos medioambientales, fomentando la concentración y éxodo rural, así como la pérdida de biodiversidad, variedades de semillas locales y conocimiento ecológico tradicional.

Apoiando con nuestra alimentación a las personas que se dedican a ello; apoyamos nuestro medio ambiente, nuestra cultura, nuestro entorno rural...

Además, se realizan una gran cantidad de actividades de sensibilización abiertas a personas socias, pero también al público en general. A lo largo de 2018 se han desarrollado 35 actividades en torno a:

- 1) Soberanía Alimentaria (varias temáticas: derechos campesinos y de la alimentación, diálogos entre mujeres agricultoras del Sur y Euskadi, alternativas hacia otros modelos, sistemas de organización colectiva avanzada ...)
- 2) Visitas a/de Personas Productoras (en 2018 el 80% de las visitas han sido a proyectos de formados por mujeres o mixtos)
- 3) Alimentación y Salud
- 4) Producción y Autoconsumo
- 5) Catas de Variedades Locales

Hemos sido también uno de los colectivos impulsores de la Estrategia Alimentaria en Vitoria-Gasteiz.

EMPODERAMIENTO

EMPODERAMIENTO COLECTIVO INTERNO

BioAlai ha mantenido desde sus inicios -con 30 familias, hasta hoy con 1200- un crecimiento sostenido, ligado a nuestras capacidades, sin depender nuestra viabilidad de recursos externos. Esta autonomía de actuación es clave en la asociación.

Las distintas fórmulas de organización han ido evolucionando y adaptándose a lo largo de los años, tanto para el abastecimiento de las socias consumidoras, por una parte, como para la coordinación del centenar de voluntarias por otra.

EMPODERAMIENTO DE COLECTIVOS EXTERNOS

En el sector agroecológico. A lo largo de 2018 ha habido una explosión de iniciativas incipientes por todo el Estado, a raíz de la difusión del documental Food Coop un supermercado cooperativo situado en Nueva York del que forman parte 17000 personas. Al ser una de las asociaciones veteranas y más numerosas hemos estado en contacto con varios de esos proyectos, compartiendo experiencias y trayectoria. Por la necesidad social existente de búsqueda de fórmulas alternativas de comercialización, desde lo colectivo, es habitual la participación de nuestra asociación en distintos foros. En 2018 por ejemplo, hemos compartido nuestra experiencia en las II Jornadas sobre la Comercialización de la Producción Ecológica en Canarias.

En otros sectores de la Economía Social. Más allá del sector agroecológico, pero dentro de la economía social, se han apoyado iniciativas similares como por ejemplo Goiener, cooperativa de la cual formamos parte y contribuimos en sus inicios a impulsarla también desde nuestras redes.

EMPODERAMIENTO PERSONAL

A nivel individual, el trabajo de sensibilización pretende dotar a las personas de recursos tanto en áreas como la Salud, la Soberanía Alimentaria, el Consumo Consciente y Transformador para que cada persona pueda convertirse también por su cuenta en agente activo del cambio.

Además, la asociación cuenta con un espacio en el local para desarrollar actividades que se cede para que las personas socias, así como organizaciones aliadas puedan desarrollar actividades y compartir conocimiento que vaya en la línea de los objetivos de la asociación.

EMPODERAMIENTO SOCIAL

Desde la perspectiva de la Asociación resulta básico, además, el empoderarnos como sociedad: como tejido de organizaciones y desde las instituciones.

Desde nuestro punto de vista la Alimentación es uno de los derechos más básicos y sin embargo hemos normalizado su privatización a muchos niveles. Es por ello por lo que, ya desde hace unos años, se impulsó junto con otros colectivos una Estrategia Alimentaria para Vitoria-Gasteiz.

A diferencia de otras ciudades, por el hecho de haber sido promovida desde la base social y no desde la Administración, Vitoria-Gasteiz ha sido caso de estudio a nivel europeo en el informe [Food in Cities](#): "Food in cities: study on innovation for a sustainable and healthy production, delivery and consumption of food in cities" (30-CE-0833121/00-49):

"Interesting among these is the case of Vitoria Gasteiz: the city administration was not the main driver of the food strategy development. The city's agri-food strategy is the result of several years of work by different citizen associations and private actors in a series of stakeholder meetings" (pag 5)

CARÁCTER INNOVADOR

El principal reto al que nos enfrentamos en el día a día y desde los inicios hace 25 años, es que no hay apenas referencias en quien basarse y cualquier nuevo proyecto supone una reformulación de la organización.

A nivel práctico, en la parte de comercialización, es habitual que a simple vista se compare nuestro funcionamiento con un establecimiento minorista privado de similares dimensiones. Sin embargo, la operativa es muy diferente:

- ⇒ en una tienda se trabaja con unas pocas distribuidoras únicamente
- ⇒ en la asociación se trabaja con esas distribuidoras y por apuesta social, además, con decenas y decenas y decenas de pequeños proyectos.

Esto significa que...

- ⇒ al hacer pedidos...
- ⇒ al gestionar incidencias...
- ⇒ a la hora de organizar la comunicación...

son llamadas, conversaciones, gestiones con esas distribuidoras (hasta aquí todo igual) más... las decenas, decenas y decenas de personas productoras.

Esto, ligado a unos márgenes mucho menores para hacer accesible y justa la alimentación, así como la organización de un centenar de personas voluntarias a lo largo del año, integrándolas en una estructura muy dinámica junto con las personas trabajadoras, requiere en todo momento de una organización específica y una conciencia colectiva para la viabilidad del proyecto. A medida que evoluciona el proyecto hay que ir reformulando la organización sin muchas referencias alrededor en las cuales basarse.

Se trata de evolucionar en una **comercialización alternativa** que integre **valores sociales**, compaginando **trabajo remunerado** con **organización colectiva**, para unas dimensiones en número de personas y volumen económico sin demasiados referentes alrededor, con el objetivo de “democratizar” la Alimentación (con mayúsculas): que la alimentación ecológica no sea para las personas con más recursos económicos o para las más “militantes”, sino que el alcance en cuanto acceso sea mucho mayor manteniendo condiciones dignas a las personas que cultivan nuestros alimentos.

ESPACIO PARA DESARROLLO DE LAS PERSONAS SOCIAS

Sensibilización - Actividades

De las 36 actividades organizadas a lo largo de 2018 destacamos:

- Soberanía Alimentaria (junto con BNK y Zentzuz Kontsumitu)
- Herramientas prácticas a favor de los Derechos Campesinos y de nuestro Derecho a la Alimentación. Situación del movimiento campesino a nivel mundial, en los países del Sur y aquí. La vulneración de derechos en cuanto a acaparamiento de tierras, semillas, agua; la problemática de las mujeres campesinas... Herramientas para la justicia social y alternativas. Con la participación de Ester Montero (Asociación Agroecológica Arrea y Mundubat)
- Presentación de la campaña "[Dame Veneno](#)". Viaje al centro de la alimentación que nos enferma. Alternativas y pasos hacia otros modelos. Con la participación de Eneko Viñuela (Justicia Alimentaria)
- Documental [Food Coop](#). Dentro de la Feria de Economía Social y Solidaria. Con diálogo posterior con su director, Tom Booth y fundador de la Louve. Supermercados Cooperativos de 17000 personas (Nueva York) y 6000 (París).
- Aquí y allá, Feministas, Campesinas y Luchadoras por la Soberanía Alimentaria. Diálogo de Mujeres Agricultoras de Paraguay y Euskadi. Con la participación de Belén Romero (Conamuri, Paraguay) y Mila Madinabeitia (Zaballa)
- Visitas de/a personas productoras
 - Panadería Euzki (Rakel y Divi, Aramaio)
 - Finca de Kiwis (Anne Maite, Deba Goiena)
 - Sidrería Iturrieta (Juanjo, Aramaio)
 - Lamia Biocosmética (Maite, Gopegi)
 - Panadería Goxaki (Anna e Iñigo, Vitoria)
- Alimentación de Temporada
 - Catas de variedades locales de verano
 - Catas de variedades locales de otoño
- Producción y autoconsumo
 - Taller de Semillas y Semilleros
 - Taller de Lombricompostaje Urbano

- Punto de intercambio auto-gestionado de semillas (con la Red de Semillas)
- Huerto urbano Colectivo en las huertas de Abetxuko gestionado por un grupo de personas socias.
- Alimentación y Salud
 - 8 cursos de Cocina de Temporada, Natural y Energética
 - Alimentación Infantil (Javier Arocena, biólogo y nutricionista)
 - El Segundo Cerebro (Jesús Mier, psicólogo clínico)
 - Alimentación Macrobiótica (Escuela macrobiótica Isana)
- Actividades desarrolladas por
 - espacio para desarrollo de otros grupos
 - participación
 - referencia

RECONOCIMIENTOS

Como méritos destacables, BioAlai recibió en 2014 el **Premio Eco-Elabora 2014** en la categoría: **Generación y difusión del conocimiento e innovación en consumo ecológico**, otorgado por la Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE).