

ACTIVISMO DESDE EL CONSUMO COOPERATIVO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: ¿ECONOMÍA ALTERNATIVA O TECNOLÓGICA?

Ricard ESPELT

Investigador en el Internet Interdisciplinary Institute, Universitat Oberta de Catalunya.

Ismael PEÑA-LÓPEZ

Profesor de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas, Universitat Oberta de Catalunya.

Enrique RODRÍGUEZ

Profesor de Fundamentos de Estadística, Universitat Oberta de Catalunya.

RESUMEN: El análisis de la cronología de los grupos de consumo de la ciudad de Barcelona muestra tres etapas: la primera, a lo largo de la década de 1990, con la aparición de los primeros grupos; la segunda, con el cambio de siglo, con un nuevo auge de cooperativas; y, finalmente, una tercera oleada, coincidiendo temporalmente con el movimiento 15M, caracterizado –entre otros elementos– por su constitución en asambleas.

A pesar de que todas las organizaciones autogestionadas en el marco del consumo agroalimentario no tienen formato jurídico cooperativista (la mayoría son asociaciones e incluso identificamos algunas sin marco legal), comparten un modelo de toma de decisiones asambleario. Las asambleas son el espacio donde se gestiona el eje central de la actividad que da sentido a la constitución del grupo (el abastecimiento de productos agroalimentarios cumpliendo con los criterios de la Economía Social y Solidaria) pero, también, el compromiso social y político de la organización.

En este artículo se analiza la relación existente entre los grupos de consumo agroalimentario y el movimiento 15M en la constitución de nuevas organizaciones o en el refuerzo de las ya existentes en la ciudad. Por un lado, evaluaremos el papel del modelo de toma de decisiones en asamblea –liderazgo horizontal y distribuido–, como parte fundamental de su funcionamiento autogestionado y desinstitucionalizado, con especial atención al papel de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la organización de la misma. Por otro lado, estudiaremos la relación entre el compromiso social y político que los distintos grupos manifiestan y su vinculación con los movimientos de activismo social y político. Esta investigación se ha realizado sobre la totalidad (60) de los grupos de consumo agroalimentario de Barcelona, con presencia en todos los distritos de la ciudad¹.

PALABRAS CLAVE: Autogestión, Cooperativismo, ICT4D, Movimientos Sociales, 15M, Tecnopolítica

1 Este artículo forma parte de una investigación más amplia que tiene como título: «Consumo autogestionado en la era de la Sociedad Red. El papel de las TIC en la comercialización de los productos agroalimentarios de proximidad».

1. PRÁCTICAS SOCIALES AUTOGESTIONADAS Y AGROALIMENTACIÓN EN EL MARCO DE UNA CIUDAD EN MOVIMIENTO

El término «innovación social», no exento de polémica, ha sido utilizado para designar aquellas prácticas que buscan crear una alternativa transformadora en el contexto de una ciudad en crisis y víctima de grandes desigualdades sociales; editado por Subirats y García, «Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades» (2015) recoge y contextualiza algunas de ellas. Como destaca Miró en el propio libro, el origen contemporáneo del concepto «innovación» tiene una dimensión central en el desarrollo de la economía capitalista en la década de 1930 (Schumpeter) y la expansión del modelo neoliberal de la década de 1980 (Drucker), como una forma de poner el capital social al servicio del desarrollo empresarial. Por este motivo, Miró, refiriendo a Garcés (2014), propone no situar la novedad al lado de la emancipación, sino de la capacidad de crear alternativas que superen, modestamente, el modelo capitalista. Como el marco de esta investigación es el análisis de la acción de las cooperativas y grupos de consumo que se manifiestan explícitamente como alternativa al modelo de consumo imperante, regido por la cadena de valor capitalista (Espelt, 2013), aunque durante el redactado del artículo nos referiremos a investigaciones que relacionan de forma global la acción de las cooperativas con prácticas de «innovación social», entenderemos a éstas como «prácticas sociales autogestionadas».

La posibilidad de gestionar recursos y bienes colectivos, sobre los cuales se siente una amenaza (Lafuente, 2007), en común mediante formas de gobernanza particulares y cuyo régimen de propiedad no es ni público ni privado (Ostrom, 1994) hace que comunidades de personas, preocupadas por el sostenimiento de esos recursos, se organicen para ello (Lafuente y Corsín Jiménez, 2010). El imaginario y las prácticas de cultura libre, en el contexto de una sociedad cada más digitalizada, conducen a la experimentación sobre la definición y concreción de estos nuevos procomunes (Estalella, Rocha y Lafuente, 2013). Prácticas procomunales basadas en la experimentación, específicamente con el foco en ámbito local (Ostrom, 2007); el amor, como un concepto político central en la producción del común y de la vida social (Hardt y Negri, 2009) y la cultura libre y su recursividad, que miran de escapar de los cercos (Boyle, 2008) y promover un reforzamiento de las formas de gestión democráticas (Subirats, 2011), basadas en la confianza de sus participantes (Mayo, 2012).

En el caso de Barcelona, las movilizaciones y conflictos sociales, acaecidos desde su surgimiento como uno de los principales centros industriales del sur de Europa en el siglo XIX hasta la metrópolis actual, son parte fundamental de la historia de la ciudad y su definición. En las últimas décadas los movimientos que, con un carácter más ofensivo, centraron la reivindicación en los equipamientos y la calidad urbana durante la Transición, derivaron a una mayor preocupación por temas ambientales y de defensa del territorio en el periodo de expansión económica (1996-2007). Mientras que, en los

últimos años, éstos se han focalizado en las condiciones de vida de la población y en la promoción de formas alternativas de producción y circulación de bienes y servicios (Nel-lo, 2015).

El «Mapa de la Innovación Social en Cataluña» (Blanco et al., 2015) que recoge una parte importante de las prácticas de innovación social del conjunto del territorio catalán, clasificadas en cuatro ámbitos: a) solidaridad ciudadana, b) territorio, medio ambiente y energía, c) economía y consumo alternativos y d) espacios autogestionados, señala una correspondencia entre éstas y el peso demográfico de distribución de la población. Por otra parte, el peso de las prácticas relacionadas con la economía y consumo alternativos es mayor que el resto de prácticas (51,8 %). El conjunto de este grupo de iniciativas ciudadanas, donde vinculamos a las cooperativas de consumo agroalimentario, comparten dos elementos que en el marco de este artículo son fundamentales: son autogestionadas y el proceso de toma de decisiones es, en gran medida, asambleario.

Desde la reivindicación a un modelo más justo y sostenible social y económicamente (Espelt et al., 2015) y con la voluntad de construir una alternativa a la comercialización de productos agroalimentarios imperante basado en las grandes superficies (Mauleón, 2009), aflora de nuevo en Barcelona la autogestión cooperativa para el abastecimiento de productos agroalimentarios. La primera cooperativa contemporánea de la ciudad, «Germinal Sants», nace en 1993. Aunque, en este recorrido de la autogestión agroalimentaria, no podemos olvidar la larga tradición histórica en torno a la autogestión de la clase obrera, como respuesta a las duras condiciones que la industrialización causó a finales del siglo XIX (Dalmau & Miró, 2010). La primera cooperativa histórica fue «L'Antiga del Camp de l'Arpa» (1866), que en el año 1935 contaba con más de cincuenta organizaciones distribuidas por la ciudad. En la reexpansión de las cooperativas modernas distinguimos tres oleadas: las iniciativas pioneras, en la década de 1990; una segunda fase de expansión, a partir del cambio de siglo; y una tercera de crecimiento muy relevante, coincidiendo con el movimiento 15M, en el año 2011 (Vivas, 2014). El aumento de treinta y seis grupos de consumo en el año 2009 (Ubasart, Ràfols, & Vivas) a los sesenta actuales (Espelt, 2016) significan la importancia del 15M y sus consecuencias.

En definitiva, por un lado, la aparición de los grupos de consumo se produce en paralelo a la respuesta contra la homogeneidad en las cadenas alimentarias globales (Khouiry, 2014), parte del discurso del movimiento antiglobalización y de defensa del territorio, muy significativo en Cataluña, y que conlleva la búsqueda de una recuperación de la «identidad de los lugares» para la promoción de alternativas sociales y económicas que favorezcan la relocalización (Nel-lo, 2014). Por otro lado, rescata el aprendizaje del movimiento cooperativo, de larga tradición en la ciudad de Barcelona y el conjunto del territorio catalán, para la autogestión de bienes.

2. AUTOGESTIÓN AGROALIMENTARIA Y EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Los grupos y cooperativas de consumo, una de las tipologías que caracterizan los Circuitos Cortos de Comercialización (Binimelis & Descombes, 2010), se incluyen en las prácticas propias de la Economía Social y Solidaria (ESS) que es, al mismo tiempo, práctica económica y movimiento social y se vertebra en los barrios de Barcelona en tanto que ecosistemas cooperativos (Fernández & Miró, 2016).

La ESS, como tal, es un término que está en pleno proceso de definición y que toma por base la conceptualización de la Economía Social y la Economía Solidaria. A aquellas organizaciones no pertenecientes al sector público, con funcionamiento y gestión democrática e igualdad de derechos y deberes de sus miembros, que destinan sus excedentes al crecimiento de la entidad y a la mejora de servicios de la comunidad, se las inscribe, según la tradición europea que recoge la «Charte de l'économie sociale» (1980), en la Economía Social. Un debate político, el de encontrar formas alternativas al capitalismo, que se reactiva con fuerza en Europa, a raíz de los movimientos sociales de la década de los 60, y que conlleva el nacimiento de nuevas prácticas que afirman la necesidad de asociar la dimensión económica de las mismas con la voluntad de transformación social (Fernández & Miró, 2016). Los autores que han conceptualizado las organizaciones que se ubican bajo los parámetros de la Economía Solidaria, Singer y Mance entre los más destacados, indican que la autogestión y la igualdad entre sus miembros favorece las prácticas económicas que sitúan a la valorización de la persona como prioridad y no la acumulación de capital.

En Cataluña, es la Xarxa d'Economia Social i Solidària (XES), gestada en la década de 1990, la que, como parte de los movimientos globales de su constitución, ha promovido la implantación de la ESS a través de la identificación de aquellas iniciativas afines a sus principios, organizando encuentros para dar a conocerlas y, recientemente, en la defensa de su propia legislación en la «Proposta de Llei d'Economia Social i Solidària» (2015).

En el marco de la ciudad de Barcelona, un reciente informe (Fernández & Miró, 2016) certifica el auge de la ESS y sus posibilidades como alternativa al modelo de consumo imperante. Actualmente, se identifican 4.718 iniciativas socioeconómicas vinculadas a la ESS, con 53.000 personas contratadas y un impacto económico agregado de 3.750 millones de euros (el 7 % del PIB). Además, se contabilizan más de 500.000 personas socias de organizaciones que promueven un consumo en el marco de la ESS y 100.000 voluntarias.

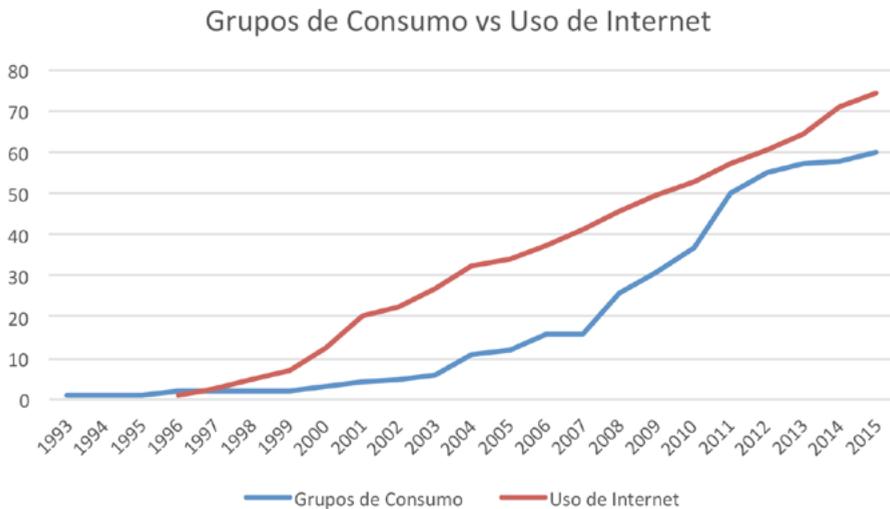
La evaluación detallada, a través del Pam a Pam, cuestionario elaborado por la XES y SETEM (2015), muestra que las cooperativas y grupos de consumo agroalimentario, que se incluyen en las iniciativas económicas vinculadas a la ESS, cumplen con los criterios de este modelo económico en sus tres ámbitos de impacto: social, ambiental y

organizativo. En esta observación, se significa que la autogestión y la democracia interna son los dos aspectos más relevantes, con una valoración de 10 y 9,8, sobre 10, respectivamente. Así, parece evidente que esta caracterización organizativa se corresponde con los formatos que fundamentan el modelo de acción del movimiento 15M, basado en la autogestión, a través de la organización de comisiones, y la toma de decisiones horizontal y abierta, con la asamblea como instrumento.

En referencia al grado de importancia que los propios grupos otorgan a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para su funcionamiento en la organización de la operativa de compra-venta de productos agroalimentarios y el resto de actividades, como información para la participación en talleres, conferencias o manifestaciones, éste se establece en el 8,1 sobre 10.

Por otro lado, como se ve en la gráfica (Figura 1), el proceso de aparición de los grupos y cooperativas de consumo modernas, que se inicia a principio de la década de los noventa, tiene su pico máximo en el año 2011, cuando se produjo el movimiento 15M, con la aparición de trece nuevas organizaciones. Este crecimiento se genera en paralelo al aumento de la desafección con la política representativa en España. Desafección que, no obstante, podría traducirse no en pasividad política en general, sino en una mayor preferencia por modelos de participación extrarrepresentativos (Peña-López, 2013), como, por ejemplo, el del cooperativismo de fuerte componente ideológico.

Figura 1. Gráfica de creación de los grupos y cooperativas de consumo modernas en la ciudad de Barcelona vs el % de uso de Internet (conexión en el último mes) en España.



Datos: Espelt & EMG (1996-2015).

3. TECNOPOLÍTICA Y REPRESENTACIÓN POLÍTICA EXTRAINSTITUCIONAL

La arena política española ha sufrido una enorme transformación tanto en las últimas cinco décadas como en los últimos diez años. Si tomamos como referencia la restaurada democracia, la intención de voto sufre, por una parte, una evolución hacia la concentración y, por otra, hacia la institucionalización. Todo ello fruto tanto de la normalización de la política como de las reglas de juego fijadas en la Transición.

Sin embargo, a partir de 2004, España parece entrar en una «segunda transición» (Peña-López, 2013b) que, aunque no cambia sobremanera las grandes tendencias, sí apunta al menos dos puntos de ruptura: uno, a partir de los atentados de Atocha en marzo de 2004; otro, con la salida a escena de los partidos políticos surgidos a lo largo de 2014 y al influjo de los movimientos sociales que eclosionan el 15 de mayo de 2011.

Es en esta última década donde tienen lugar dos grandes aprendizajes. El primero, que tras un cierto desencanto con la llamada Política 2.0 (Peña-López, 2011), se abren paso otros usos transformadores de la política, acompañados de nuevos tipos de organización: la tecnopolítica (Toret, 2013). El famoso «pásalo» (Traficantes de Sueños, 2004) es, de algún modo, el disparo de salida de nuevas apropiaciones de la tecnología que derivarán en nuevas formas de información y nuevas formas de comunicación que, de algún modo, tienen su culminación en la demostración de poder organizativo de las acampadas y posterior movilización de los indignados del 15M (Peña-López, 2013b). Segundo, que alrededor de ese 15M, durante su gestación en los años anteriores, así como en sus años posteriores, veremos florecer plataformas, mareas y movimientos en general (Batalla Adam, 2014) que se caracterizan por un fuerte compromiso político que, sin embargo, canaliza su activismo fuera de las instituciones –incluidas muchas de las tradicionales de la sociedad civil organizada como sindicatos u ONG–.

Así, por una parte, se experimenta con nuevos modos de producción de tipo emergente, de organización altamente distribuida y cuyo liderazgo dista mayormente de los liderazgos jerárquicos del pasado (Benkler, 2006). Esta producción emergente se fundamenta no tanto en el proyecto y la planificación, sino en la concurrencia de múltiples actores que vendrán a contribuir de formas diversas –incluso dispares– pero con resultados que, aplicados en la política, darán lugar a propuestas con un fuerte componente de base (Noveck, 2005). Se configura así un ecosistema de participación política que va desde lo más estructurado hasta lo puramente circunstancial, rayando en lo frívolo, pero significativo en su todo, generando claros patrones de participación y tendencias a medio plazo (Peña-López, 2013).

Por otra parte, los espacios de participación se reconfiguran y, en muchos casos, deben estructurarse de nuevo. A las nuevas prácticas emergidas de Internet (Christensen, 2011) se suman nuevos espacios a menudo ubicados fuera del ámbito institucional o de la política representativa (Cantijoch, 2009). Es en estas nuevas prácticas y en estos nue-

vos espacios donde vamos a encontrar a un grueso de los ciudadanos autoexiliados de las instituciones, pero en absoluto inhibidos de la participación política y del activismo más comprometido.

Estos nuevos espacios o entornos (Echeverría, 1999) se tejen, en parte, gracias a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Éstas son capaces de subvertir la lógica unidireccional del poder de los medios (Castells, 2009) y, con ello, permiten lógicas geográficas distintas, híbridas entre lo físico y lo virtual, reconfigurables (Castells, 2012).

Uno de estos nuevos espacios es, sin duda, la ciudad. Pero no una ciudad al uso, estática, prefijada, sino una ciudad como un espacio de producción (Lefebvre, 1991), que tiene el potencial de configurarse al mismo tiempo como infraestructura y como método (Corsín Jiménez & Estalella, 2014) y que, con ello, acaba construyendo un nuevo espacio urbano (Martínez Roldán, 2011) que el activismo ciudadano usa para sus fines políticos, a la vez que establece una nueva geografía de lugares.

Es en este punto en el que creemos que es legítimo hacer entrar en la ecuación a la Economía Social y Solidaria en general y, en particular, a las cooperativas de consumo de productos agroalimentarios.

No es casual la emergencia de un fuerte cooperativismo a la luz de la revolución digital, un cooperativismo que, además de las funciones tradicionales del s. XIX, parece incorporar, por un lado, nuevas herramientas de trabajo y coordinación y, por otro, una nueva ética que resuena en muchas otras iniciativas del momento, especialmente a partir de la segunda década del s. XXI.

Queremos considerar aquí, pues, la posibilidad de que ese cooperativismo forme parte de ese nuevo ecosistema de lugares, de infraestructuras de activismo, que van a añadirse al acervo del movimiento del 15M y que van a sincronizarse (Monterde, 2015) con otros espacios como las asambleas, u otros movimientos como el feminista.

4. CONSUMO COOPERATIVO COMO ACTIVISMO

Hasta ahora hemos querido presentar dos hechos que aparecen en paralelo: el auge del cooperativismo de autoconsumo de productos agroalimentarios, a partir de los últimos años del s. XX y con especial fuerza a partir de la segunda década del s. XXI, y la profunda crisis de legitimidad de las instituciones democráticas, con una creciente participación en movimientos ciudadanos extrainstitucionales y extrarrepresentativos.

Nos queremos preguntar, en este momento, si además de suceder en paralelo, tienen estas dos cuestiones alguna relación. Es decir, si el cooperativismo puede considerarse otra forma de activismo ciudadano, de manera que trascienda el ámbito estrictamente económico de establecer nuevos circuitos, o el ámbito estrictamente doméstico al buscar nuevos canales de consumo con productos distintos y más ajustados a los propios gustos.

En el contexto español, y en concreto en el de Barcelona, tenemos dos casos que pueden resultar de gran interés y utilidad para ensayar una respuesta a la pregunta anterior. Por una parte, el mapa de cooperativas de consumo está bien delimitado, y vemos claramente el crecimiento en el tiempo que apuntábamos anteriormente. Por otra parte, el movimiento 15M o de los indignados españoles marca un hito único en la historia reciente que puede ayudarnos a delimitar también la esfera del activismo político. Cabe preguntarse, pues, si hay alguna relación entre el nuevo cooperativismo de consumo de productos agroalimentarios con el 15M. ¿Participaron los cooperativistas en el 15M? Si lo hicieron, ¿fue a título personal o de forma colectiva/institucional?

El objetivo de este artículo es doble. Por un lado, evaluamos la relación existente entre los grupos y cooperativas de consumo con el movimiento 15M y la coincidencia ideológica entre ambos, en tanto que movimientos autogestionados y con voluntad de transformación social y política.

En este marco, donde la autogestión y la voluntad de transformación social y política son pilares de ambas partes (grupos de consumo y participantes en los movimientos sociales), nos preguntamos si podemos considerar activismo al cooperativismo agroalimentario, cómo podemos demostrar si existe este vínculo y si hay una relación directa específica entre el movimiento 15M y los grupos y cooperativas de consumo de la ciudad de Barcelona, ya sea de forma individual, por parte de sus miembros, o de la organización representada de forma institucional.

Nuestra hipótesis principal es que hoy en día hay un cooperativismo que tiene un fuerte componente de activismo, por lo cual cabría esperar una cierta participación de dicho cooperativismo de corte activista en movimientos como el 15M. No obstante, la literatura que ha descrito y explicado el movimiento 15M lo hace como un activismo que sucede eminentemente fuera de las instituciones y con una importante organización en red. A partir de ello, elaboramos una segunda hipótesis donde la participación del cooperativismo activista sucederá de forma individual, pero no corporativa o institucional. Es decir, encontraremos solapamientos entre activistas que participan en cooperativas, así como en el 15M, pero no es de esperar una gran participación de las cooperativas, en cuanto a colectivos, en dicho movimiento.

5. METODOLOGÍA

La presente investigación se centra en el análisis de las sesenta cooperativas y grupos de consumo agroalimentario que se han reconocido en la ciudad de Barcelona desde su aparición en 1993. Algunas de las organizaciones han concluido su actividad actualmente, pero, en el cómputo del estudio, se han contabilizado como población del mismo. Como avanzamos en el resumen, se trata de organizaciones desinstitucionalizadas con tres tipos de caracterización: cooperativas, asociaciones y organizaciones de carácter ale-

gal. Precisamente, la propia idiosincrasia del movimiento, situado como alternativa al modelo de consumo agroalimentario imperante, hace compleja la identificación de las propias organizaciones.

Para la realización de este artículo se ha realizado un cuestionario con dos bloques de preguntas. Por un lado, el bloque de preguntas correspondientes a la evaluación del cumplimiento de los criterios de la Economía Social y Solidaria (ESS) y, por otro lado, el bloque de preguntas relacionadas con el vínculo entre las organizaciones observadas y el movimiento 15M y la relevancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en su organización.

El grupo de preguntas para el análisis de la ESS ha incorporado el cuestionario Pam a Pam² (XES y SETEM, 2015) que se articula en la evaluación de tres ámbitos, con quince criterios: impacto social, impacto ambiental e impacto organizativo. La evaluación se realiza a través de una gradación de 0 a 5 que se otorga según el compromiso con cada uno de los indicadores y fijada por la metodología de XES y SETEM (2015).

Las preguntas relacionadas con el compromiso social y político del grupo y el uso de las TIC³ contemplan el nivel de compromiso social y político del grupo, la correspondencia ideológica con el 15M, el grado de participación a nivel individual y del grupo como tal y el nivel de influencia de las TIC en su funcionamiento. En el caso de que el grupo se constituya durante o posteriormente al movimiento, el cuestionario incluye un ítem para conocer el grado de influencia del 15M en el compromiso social y político del grupo y el nivel de uso de las TIC en su participación.

Además de los cuestionarios, se han realizado entrevistas semiestructuradas a todos los grupos participantes para conocer detalles más específicos sobre el origen del grupo, sus motivaciones y su funcionamiento.

Contactadas todas las organizaciones identificadas, entre febrero de 2015 y marzo de 2016, se han realizado cuarenta y cuatro entrevistas semiestructuradas que incluyen el cuestionario de la ESS, Pam a Pam, y se han obtenido treinta y siete respuestas del cuestionario del vínculo entre los grupos y el movimiento 15M. Considerándose las treinta y siete organizaciones que han completado ambos cuestionarios y la entrevista semiestructurada como muestra de la presente investigación.

Para desarrollar el estudio hemos aplicado un análisis de correlación y un análisis factorial sobre variables en estudio (Compromiso, Ideología, Tecnología, Vinculación

2 Cuestionario Pam a Pam (preguntas y criterios de evaluación) http://ict4rd.net/ict4rd/wp-content/uploads/2016/05/questionari_pam_a_pam_ess_2015.pdf (ver anexo A).

3 Cuestionario para evaluar el vínculo entre las cooperativas de consumo y el movimiento 15M <http://ict4rd.net/ict4rd/wp-content/uploads/2016/05/Vincke-del-grup-amb-el-15M.pdf> (ver anexo B).

Grupo y Vinculación Individual) para cuantificar la relación existente entre variables (correlación) e identificar la existencia de relación latente entre las variables en estudio (factorial), con el objetivo de disponer de una información adicional que nos permitiese interpretar el resultado de la clasificación de individuos (segmentación no jerárquica). Una vez obtenidos los grupos, hemos evaluado la existencia de diferencias significativas entre segmentos mediante un análisis de la varianza (ANOVA).

6. RESULTADOS

Análisis de la relación entre variables (Correlación)

Aplicamos un análisis de correlaciones para evaluar la relación existente entre variables:

Figura 2. Importancia de los factores cuestionario TIC-15M (Análisis Factorial)

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación Individual
Compromiso	-	0,32	0,24	0,38	0,29
Ideología	0,32	-	-0,10	0,18	0,30
Tecnología	0,24	-0,10	-	-0,06	-0,06
Vinculación Grupo	0,38	0,18	-0,06	-	0,39
Vinculación Individual	0,29	0,30	-0,06	0,39	-

Una vez evaluada la correlación, no identificamos ninguna combinación de variables con una relación significativa (índice de correlación superior a 0,7).

Reducción de variables a Factores (Análisis factorial)

A la vista de la correlación existente entre variables, aplicamos un análisis factorial de componentes principales para crear nuevas variables (factores) que son combinación lineal de las variables originales y que están incorrelacionados entre ellos.

Una vez estimadas las funciones lineales, conservamos 3 factores para restituir la información original de acuerdo con los criterios de restitución mínima (% variación acumulada >70 %) y criterio de Kaiser (Valor Propio superior a 1).

Figura 3. Importancia de los factores cuestionario TIC-15M (Análisis Factorial)

Indicadores análisis Factorial	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Desviación estándar / Valor Propio	1,39	1,07	0,91	0,80	0,67
Porcentaje de varianza	0,39	0,23	0,17	0,13	0,09
Porcentaje de varianza acumulada	0,39	0,62	0,78	0,91	1,00

Los factores quedan correlacionados con las variables originales de la siguiente manera.

Factor 1 → Compromiso, Vinculación del grupo con el 15M y Vinculación individual con el 15M.

Factor 2 → Tecnología.

Factor 3 → Ideología.

Figura 4. Correlación entre las variables del cuestionario TIC-15M y los factores rotados (Análisis Factorial)

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación Individual
Factor 1	0,73	0,62	0,02	0,71	0,72
Factor 2	-0,43	0,21	-0,94	0,08	0,20
Factor 3	0,09	0,71	0,03	-0,53	-0,17

La relación con el 15M podría sintetizarse en tres factores: Compromiso/Vinculación, Tecnología e Ideología.

Identificación de grupos de individuos (Análisis clúster)

Mediante el análisis clúster jerárquico buscamos «n» grupos homogéneos (para n = 1, 2, 3...), donde cada uno de los individuos tenga características lo más similares posibles con el resto de individuos del grupo y sea lo más diferente posible respecto al resto de grupos. Para ello toma como referencia la distancia euclídea existente entre cada uno de los individuos y el resto con el objetivo de identificar el grupo al que podría asignarse cada uno de ellos.

Aplicamos un análisis clúster jerárquico sobre las variables «Compromiso», «Tecnología», «Ideología», «Vinculación con el individuo» y «Vinculación con el grupo» para tener una primera aproximación descriptiva de cómo los individuos tienden a agruparse.

Figura 5. Dendrograma clúster sobre las variables del cuestionario TIC-15M

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación Individual
Factor 1	0,73	0,62	0,02	0,71	0,72
Factor 2	-0,43	0,21	-0,94	0,08	0,20
Factor 3	0,09	0,71	0,03	-0,53	-0,17

Una vez estudiado el resultado del análisis clúster jerárquico escogemos la solución en tres grupos para el clúster de k-medias debido a que:

- Tres grupos presentan una distribución de tamaños similar y con un número de individuos lo suficientemente relevante como para extraer conclusiones.

Figura 6. Tamaño de los clústeres

Clúster 1	16
Clúster 2	6
Clúster 3	15

- Muestra resultados diferenciados respecto a las variables «Compromiso» y «Vinculación con el grupo» que permiten perfilar hábitos de colaboración diferentes.

Figura 7. Promedio de las variables del cuestionario TIC-15M por clúster

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación Individual
Clúster 1	6,00	7,69	8,50	1,06	6,13
Clúster 2	1,83	7,00	6,83	1,17	5,67
Clúster 3	6,73	8,07	8,27	5,20	8,27

Caracterización de los clústeres respecto a variables de Pam a Pam (Análisis ANOVA)

Aplicamos en Análisis de la Varianza para evaluar la existencia de diferencias en el promedio de las variables del cuestionario de Pam a Pam respecto a los diferentes valores que puede tomar el factor Clúster (1 a 3).

Figura 8. Promedio de las variables del cuestionario Pam a Pam por clúster y significación ANOVA

VARIABLES cuestionario Pam a Pam	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Signif. ANOVA (p-valor)
Criterios ecológicos	7,90	8,0	8,0	0,96
Eficiencia energética	2,20	3,00	3,10	0,70
Gestión de residuos	7,6	8,00	8,1	0,21
Software libre	5,10	3,60	4,9	0,71
Equidad de género	3,00	5,00	2,8	0,07
Democracia interna	9,60	10,00	10	0,31
Profesión personal	4,10	5,30	4,3	0,61
Niveles salariales	10,00	10,00	10,00	0,07
Cooperación	5,00	4,30	5,10	0,85
Finanzas éticas	1,40	1,60	1,70	0,85
Comercio justo	7,40	7,00	7,90	0,38
Participación	7,10	4,60	5,5	0,19
Proximidad	8,4	7,7	8,3	0,27
Integración social	2,1	2,0	1,90	0,92
Transparencia	7,8	8,0	8,1	0,57

Dado que el valor P es superior a 0,05 (que es el nivel de significación que se utiliza habitualmente para hacer contrastes de hipótesis) hemos de aceptar la hipótesis nula del contraste que estamos haciendo (H_0 : la valoración media para los diferentes segmentos es la misma).

7. DISCUSIÓN DEL ANÁLISIS

Las cooperativas y grupos de consumo analizados tienen un grado importante de compromiso social y político (56 %). Esta conexión se demuestra con la alta afinidad con la ideología del movimiento 15M (78 %) y el alto grado de implicación de las personas que forman parte de los grupos (69 %). Sin embargo, se confirma que, a nivel de grupo, el grado de implicación, en general, es bajo (27 %).

La curva de constitución de los grupos creados a partir de 1993 tiene un pico de crecimiento relevante en el año 2011 cuando, durante el mes de mayo, se produjo el 15M. Según las respuestas recogidas durante las entrevistas realizadas, la creación de nuevos grupos de consumo, en algunos casos, puede vincularse directamente a la influencia del 15M. Este es el caso, por ejemplo, de «30 Panxes», donde el encuentro en la plaza entre dos personas que estaban en la lista de clientes de una tienda agroecológica, que había concluido su actividad, facilitó su creación. En otros casos, a pesar de que el

grupo fuese creado durante el 2011, no se puede vincular directamente a una acción o encuentro sucedido en la plaza. En cualquier caso, los grupos y cooperativas de consumo entrevistadas y creadas ese año reconocen al movimiento como un catalizador para las personas que lo integran en su condición de activistas. Respecto a los grupos fundados con anterioridad al 15M, el vínculo con el movimiento tiene un carácter diverso. De todas formas, todos los grupos entrevistados, fundados pre, durante y post 15M, vinculan su compromiso social y político con el barrio y sus causas.

La baja correlación de las principales variables (compromiso social y político, coincidencia ideológica con el 15M, vinculación grupal e individual con el 15M, intensidad de uso de las TIC), nos indica su relativa independencia y, en consecuencia, su gran valor explicativo.

Agrupados a través del análisis factorial, hallamos tres factores que podemos considerar significativos. Un primer factor que agrupa la vinculación con el 15M (tanto colectiva como individual) y el compromiso social y político; un segundo factor que remarca la intensidad de uso de la tecnología en las cooperativas de consumo cooperativo; y un tercer factor que recoge la coincidencia ideológica con el 15M. Llama especialmente la atención ese primer factor, que agrupa la vinculación con el compromiso social en lugar de con la coincidencia ideológica con el 15M, que parecería más intuitivo.

No obstante, este hallazgo que se nos antoja es más lógico con lo que hemos expuesto en nuestro planteamiento teórico, así como metodológico. Lo que este factor estaría explicando no es un «sentimiento 15M», sino el grado de activismo: uno es activista comprometiéndose con la cooperativa, a la vez que comprometiéndose con el movimiento 15M, mientras que la ideología (entendida como simpatía, con o sin acción) va aparte.

El siguiente grupo de análisis –el clúster jerárquico y el clúster de k-medias– nos ayuda a agrupar las cooperativas según su «comportamiento». Con los resultados definimos tres tipos de cooperativa:

- Cooperativa tradicional (clúster 2): el grupo empatiza con el 15M, pero no participa de forma grupal en el movimiento y sólo medianamente de forma individual, con lo que entendemos que su objetivo no está tan politizado. Por otra parte, su uso de las TIC es medio y sensiblemente menor que el de las otras cooperativas.
- Cooperativa moderna (clúster 1): la cooperativa ha incorporado fuertemente las TIC, así como una simpatía con el 15M. Su compromiso social es medio, mucho más elevado que en la precedente, y sus miembros se incorporan notablemente al movimiento 15M, aunque casi exclusivamente de forma individual.
- Cooperativa activista (clúster 3): parecida a la anterior en incorporación de las TIC, compromiso social (algo mayor) y simpatía con el 15M. Se diferencia de la anterior, no obstante, en su mayor participación a nivel grupal en el 15M, probablemente por el tirón de la elevadísima participación individual.

En resumen, la cooperativa tradicional tiene bajo compromiso social e incorporación de las TIC, así como una moderada participación individual; la moderna añade un mayor compromiso social y uso de las TIC; y la activista suma la vinculación de grupo y una mucho mayor vinculación individual.

El análisis de caracterización a través de la ANOVA no nos aporta ninguna diferencia significativa entre los tres tipos de cooperativa en ninguna de las 15 dimensiones escogidas. Es decir, nos hallamos ante tres tipos de cooperativa que tienen comportamientos significativamente distintos a pesar de ser esencialmente parecidas en sus características. No hay motivos para pensar que las cooperativas se hayan decantado hacia distintos comportamientos o aproximaciones al factor 15M debido a su diseño institucional, o a principios diferentes.

La diferencia entre los distintos grados de compromiso social y político, que coincide con las diferencias entre la adopción de las TIC, nos hace sospechar que pueda haber una relación entre ambas. Si bien no se puede afirmar con rotundidad, no niega la hipótesis de un activismo de naturaleza tecnopolítica en dos tipos de cooperativa. Hagamos notar, en este momento, que esos dos grupos suman 31 de los 37 casos estudiados, es decir, el 84 % de la muestra. Sin llegar con ello a contrastar la hipótesis –los datos son débiles y la muestra pequeña–, sí parece que la tendencia es clara: una abrumadora mayoría de cooperativas parecen estar alineadas con la tesis de un cooperativismo como activismo tecnopolítico.

Por otro lado, algunas de las cooperativas y grupos de consumo tienen su sede en un local con otras entidades, formando un ateneo. En estos casos, la aproximación al 15M se produce como parte del colectivo de entidades que conforman el Ateneo. Este es el caso, por ejemplo, del grupo «El Borró», situado en el Ateneu l'Harmonia, Casal de Sant Andreu. El compromiso social y político, con carácter local, se refuerza con la propia esencia de la actividad económica de los grupos, que tienen en el consumo de productos de proximidad uno de sus puntos fuertes (82 %, según el cuestionario ESS). Un consumo vinculado a una consideración por la justicia social de todo el proceso de elaboración y comercialización del producto (75 %, según el cuestionario ESS).

Si situamos la atención en la propia organización, también observamos lazos importantes entre las cooperativas y el movimiento 15M. La autogestión, en términos de equidad en la dedicación y la distribución de tareas a través de comisiones que caracterizan las cooperativas (100 %, según el cuestionario ESS), y la toma de decisiones horizontal a través de asambleas (98 %, según el cuestionario ESS) conforman también el funcionamiento del 15M. Teniendo en cuenta que la participación en el movimiento social por parte de los integrantes de las cooperativas se produce a nivel individual, podemos establecer que la dinámica de funcionamiento se retroalimenta.

En relación al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) vemos una correlación entre la importancia que tienen para el funcionamiento de la cooperativa (82 %) y, también, para gran parte de aquellas personas que participaron en el 15M (70 %). Este es un aspecto especialmente relevante, si consideramos que,

según un reciente informe publicado por la Mobile World Capital, «La brecha digital de la ciudad de Barcelona» (2016), las cooperativas, como parte del tejido asociativo de la ciudad, usan las TIC para la participación en movimientos sociales de forma estable entre todas las edades: 23 % en la franja de 16 a 24 años, 30 % en la de 25 a 34, 26 % en la de 35 a 44, 24 % en la de 45 a 54, 26 % en la de 55 a 64 y 21 % en la de 65 a 74. Es decir, el uso de Internet para la participación en movimientos sociales y asociativos implica entre el 20 % y el 30 % de la ciudadanía de todas las edades. De hecho, según el estudio referido, este es el indicador que menos diferencia intergeneracional genera en la valoración de la brecha digital en la ciudad.

8. CONCLUSIONES

Como hemos anticipado en el análisis de resultados, los índices de participación a nivel de grupo son bajos y a nivel individual altos. A pesar de ello, como recogen algunas de las personas de los grupos entrevistadas, el periodo del movimiento 15 M fue un proceso de autoafirmación de su condición de activistas y una fase óptima para explicar los valores y el funcionamiento de la organización a otros vecinos y vecinas del barrio, mejorando, en este caso, el arraigo con el entorno más próximo.

El resultado de la investigación iría en la línea de corroborar nuestra hipótesis de que el cooperativismo tiene un fuerte componente de activismo. Esto iría en concordancia con lo que exponen Cantijoch (2009), Christensen (2011), Anduiza et al. (2014) o Peña-López et al. (2014) cuando hablan de una fuerte (incluso creciente) tendencia a las prácticas extrarrepresentativas o extra-institucionales a la hora de tomar parte de acciones de participación política o de activismo ciudadano.

Por otro lado, a pesar de la caracterización entre cooperativas tradicionales, modernas y activistas, nos aventuramos a decir que su vinculación con el 15M debe ser, por tanto, debida a una variable exógena a la cooperativa, dependiendo de un factor no recogido, muy probablemente individual y no consustancial al cooperativismo de consumo.

De nuevo, lo que conocemos de las prácticas de las «nuevas» cooperativas (por distinguirlas de las tradicionales de los siglos XIX y XX) vuelve a reforzar este activismo cooperativista, fuertemente arraigado en el factor urbano (Nel-lo, 2015) y a partir del cual se fragua una ciudad tomada no ya únicamente como espacio geográfico, estrictamente en términos de residencia, sino como un espacio de innovación social (Blanco et al., 2015), de creación de identidad, a la vez que instrumento (Corsín & Estalella, 2014), o incluso de lucha (Dalmau & Miró, 2010).

El hecho de que ese activismo sea todavía tímido a nivel grupal, en cuanto a vinculación directa del colectivo (la mitad de los casos), creemos que refuerza la hipótesis de la tensión que viven hoy en día muchas instituciones de la tecnopolítica: primero, que la pulsión por una participación extrarrepresentativa o extrainstitucional es fuerte; se-

gundo, que la persona activista tecnopolítica ve en el cooperativismo no una plataforma para el activismo, sino un fin en sí mismo. Es decir, no acude a la cooperativa –como no acude al partido o al sindicato o a la ONG– para poder alcanzar otros fines políticos, sino que su participación activa en el cooperativismo es en sí la acción tecnopolítica.

Por otra parte, las cooperativas y grupos de consumo forman parte de las prácticas que promocionan los Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), basados en la desintermediación y el consumo de productos de proximidad y en que su producción y comercialización generen el menor impacto ambiental posible; es decir, criterios que incluye la Economía Social y Solidaria. Dado que las tipologías que ofrecen los CCC son diversas: tiendas especializadas, venta en mercado, venta directa a domicilio, sistemas de apadrinamiento..., pero no contemplan la compra colectiva, autogestionada y con sistema de gobernanza asamblearia, podemos afirmar, con los resultados de esta investigación, que las cooperativas y consumo agroalimentario fomentan un consumo basado en los CCC y, al mismo tiempo, el fomento del activismo social y político.

En relación al uso de las TIC, concluimos que la tecnología es un elemento determinante tanto en la función organizativa, como activista de aquellas personas que configuran las cooperativas y grupos de consumo. Esta observación, sumada a los resultados del informe de la WMC (2016), permiten determinar que hay una correlación intergeneracional entre aquellas personas que pertenecen a una cooperativa, participan en movimientos sociales y utilizan las TIC para ello.

Finalmente, retomando el hilo inicial de este artículo sobre la acción de las cooperativas, como prácticas de «innovación social» o «prácticas sociales autogestionadas», y su capacidad para crear alternativas económicas e influir social y políticamente en el marco de la transformación de la ciudad, observamos, como apunta Nel-lo en el ensayo «La ciudad en movimiento: Crisis social y respuesta ciudadana», que determinadas zonas de Barcelona, con más capital social de su población, en términos de variedad y capacidad de autogestión social, generan más cooperativas y grupos de consumo agroalimentario.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ANDUIZA, E., CRISTANCHO, C. & SABUCEDO, J.M. (2014). «Mobilization through Online Social Networks: the political protest of the indignados in Spain». In *Information, Communication & Society*, 17 (6), 750–764. London: Routledge.
- BATALLA ADAM, L. (2014). *Citizen participation in Spain after 15-M: a turning point in Spain's political culture?*. 20th New Faces Conference: Citizenship and Political Participation in the Mediterranean Region. February 27 – March 2, 2014 Istanbul. Istanbul: EUMEF.
- BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

- BINIMELIS, R. & DESCOMBES, C-A. (2010). *Comercialització en Circuits Curts. Caracterització i Tipologia*. Manresa: Escola Agrària de Manresa i Verloc.
- BLANCO, I. et al. (2015). *Barris desfavorits davant la crisi: segregació urbana, innovació social i capacitat cívica*. [en línia] Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona: Recercaixa. [Fecha de consulta: 26-07-2011]. <<https://barrisicrisi.wordpress.com/>>
- BOYLE, J. (2008). *The Public Domain. Enclosing the Commons of the Mind*. New Haven, Londres: Yale University Press.
- CANTIJOCH, M. (2009). *Reinforcement and mobilization: the influence of the Internet on different types of political participation*. Prepared for the seminar Citizen Politics: Are the New Media Reshaping Political Engagement? Barcelona, May 28th-30th 2009. Barcelona: IGOP.
- CASTELLS, M. (2009). *Communication power*. Cambridge: Oxford University Press.
- CHRISTENSEN, H.S. (2011). *Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?* [en línia]. En *First Monday, February 2011*, 16 (2). [online]: First Monday. [Fecha de consulta: 29-11-2012] <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3336/2767>>
- CORSÍN JIMÉNEZ, A. & ESTALELLA, A. (2014). *Assembling Neighbours. The City as Archive, Hardware, Method, and*. En *Common Knowledge*, 20 (1), 150-171. Durham: Duke University Press.
- DALMAU, M. & MIRÓ, I. (2010). *Les cooperatives obreres de Sants. Autogestió proletària en un barri de Barcelona (1870-1939)*. Barcelona: La ciutat invisible.
- ECHVERRÍA, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- ESPELT, R. (2013). *From local food movement actions to public policies. A new approach to rural food consumption in the era of digital revolution*. Para la International conference CANAL2013 – Circulation and adoption of local action standards and models Montpellier: Agropolis.
- ESPELT, R., PEÑA-LÓPEZ, I., LOSANTOS, P., RODRÍGUEZ, E., MARTÍN, T. & PONS, F. (2015). *Mapping agro-food consumption groups in the city of Barcelona*. In *Places of possibility? Rural societies in a neoliberal world*. Proceedings of the XXVI ESRS Congress, Aberdeen, Scotland, 2015. Aberdeen: The James Hutton Institute.
- FERNÁNDEZ, A. & MIRÓ, I. (2016). *L'Economia Social i Solidària a Barcelona*. Barcelona: La ciutat invisible.
- FUSTER, M. (2012). *The Free Culture and 15M Movements in Spain: Composition, Social Networks and Synergies*. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 11 (3-4), 386-392.
- HARVEY, D. (2012). *Rebel Cities. From the Right to the City to the Urban Revolution*. Londres, Nueva York: Verso.

- KHOURY, C.K. (2014) *Increasing homogeneity in global food supplies and the implications for food security*. PNAS.
- LEFEBVRE, H. (1991). *The production of space*. Maiden: Blackwell Publishing.
- MARTÍNEZ ROLDÁN, S. (2011). *Movimiento 15M: construcción del espacio urbano a través de la acción de las Multitudes Inteligentes* [en línea]. Barcelona: UOC. [Fecha de consulta: 26-07-2011] <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8582/1/smartinezrol_TFM_0711.pdf>
- MAULEÓN, J.R. (2009). *El sistema agroalimentario: funcionamiento y consecuencias*. Ponencia a la jornada «La globalització i els seus efectes en l'agricultura i l'alimentació». Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- MONTERDE, A. (2015). *Emergencia, evolución y efectos del movimiento-red 15M (2011-2015). Una aproximación tecnopolítica*. Barcelona: UOC-IN3.
- MWC (2016). *L'esclatxa digital a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Roca&Salvatella.
- NEL·LO, O. (2015). *Movimientos urbanos y defensa del patrimonio colectivo en la región metropolitana de Barcelona*. Madrid: Ministerio de Fomento.
- NOVECK, B.S. (2005). *A democracy of groups* [en línea]. En *First Monday*, 10 (11). [online]: First Monday. [Fecha de consulta: 14-06-2009] <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1289/1209>>
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2011). Striving behind the shadow – The dawn of Spanish politics 2.0. En van der Hof, S. & Groothuis, M. (Eds.), *Innovating Government. Normative, policy and technological dimensions of modern government, Chapter 8*, 129-147. The Hague: TMC Asser Press.
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2013a). Casual Politics: From slacktivism to emergent movements and pattern recognition [en línea]. En Balcells, J. et al. M. (Coords.), *Big Data: Challenges and Opportunities*, 339-358. Proceedings of the 9th International Conference on Internet, Law & Politics. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 25-26 June, 2013. Barcelona: UOC-Huygens Editorial. [Fecha de consulta: 26-06-2013] <http://ictlogy.net/articles/20130626_ismael_pena-lopez_-_casual_politics_slacktivism_emergent_movements_pattern_recognition.pdf>
- PEÑA-LÓPEZ, I., CONGOSTO, M. & ARAGÓN, P. (2014). «Spanish Indignados and the evolution of the 15M movement on Twitter: towards networked para-institutions». In *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15 (1-2), 189-216. New York: Routledge. Retrieved August 24, 2014 from <http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2014.931678>
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2013b). *Intención de voto en España 1978-2013. ¿Una Segunda Transición hacia una política extra-representativa?* [en línea]. Comunicación en el XI Congreso de la AECPA. 18-20 de septiembre de 2013. Sevilla: AECPA. [Fecha de consulta: 18-09-2013] <<http://aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/1014.pdf>>

- SUBIRATS, J. & GARCÍA BERNARDOS, A. (eds) (2015). *Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: Icaria editorial.
- TORET, J. (Coord.) (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida* [en línea]. Barcelona: UOC-IN3. [Fecha de consulta: 22-06-2013] <http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret>
- Traficantes de Sueños (Ed.) (2004). *¡Pásalo! Relatos y análisis sobre el 11-M y los días que le siguieron*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- XES & SETEM (2015). *Cuestionario de evaluación de los criterios de la Economía Social y Solidaria Pam a Pam*. Barcelona: XES – SETEM.
- UBASART, G., RÀFOLS, R. & VIVAS, E. (2009). *Bancs de temps, xarxes d'intercanvi i cooperatives de consum agroecològic*. Barcelona: Institut de Govern i Polítiques Públiques (IGOP) de la Universitat de Barcelona.
- VIVAS, E. (2014). *El negocio de la comida. ¿Quién controla nuestra alimentación?*. Barcelona: Icaria Editorial.

10. ANEXO

A. Tabla de preguntas utilizadas en el cuestionario para evaluar el cumplimiento de los criterios de la Economía Social y Solidaria.

Impacto Social	
1	En el conjunto de vuestra actividad, ¿creéis que potenciáis la economía local y/o los circuitos de proximidad?
2	Comercialización Justa: Cuando hacéis actividad económica, ¿promovéis el intercambio justo entre productoras, distribuidoras y consumidoras?
3	¿Informáis de forma transparente sobre la procedencia y/o el método de producción de vuestros productos y/o servicios?
4	¿Tenéis en cuenta la integración social de personas con diversidad funcional/intelectual u otros colectivos en riesgo de exclusión social?
5	Intercooperación: ¿Intentáis que vuestros/as proveedores/as y clientes/as sean preferentemente de la economía social y solidaria?
6	Redes: ¿Participáis en espacios de encuentro o articulación locales o comarcales? ¿Participáis en alguna red, federación o coordinación a nivel nacional, internacional o sectorial?
7	Gestión económica: ¿Trabajáis con alguna banca ética (depositando ahorro o pidiendo préstamos) o promovéis el intercambio o la moneda social?
Impacto Ambiental	
8	¿Incorporáis criterios ecológicos o de sostenibilidad en vuestra iniciativa?
9	¿Tenéis algún sistema de gestión de los residuos? ¿Practicáis la minimización, el reciclaje o la reutilización?
10	¿Tenéis en cuenta de ahorro y eficiencia en nuestro consumo energético?

Impacto Organizativo	
11	En caso de que haya remuneraciones en el proyecto, ¿cuál es vuestra horquilla salarial? En caso de que no haya trabajo remunerado, ¿valoráis el trabajo de forma equitativa?
12	¿Tenéis en cuenta el desarrollo personal y profesional de las personas que integran la iniciativa?
13	¿Incorporáis la equidad de género en las actuaciones de vuestra entidad?
14	Profundización democrática y participación: En la toma de decisiones, ¿tenéis mecanismos para garantizar la participación de todos los colectivos que configuran la entidad?
15	Cuando utilizáis software o generáis contenidos, ¿utilizáis licencias no privativas (Creative Commons) o software libre (Open Office, Firefox ...)?

B. Cuestionario propio para establecer el vínculo del grupo de consumo con el 15M

1. ¿A qué grupo / cooperativa de consumo perteneces?
2. En general, ¿cuál es el compromiso social y político del grupo como tal?
(escala del 0 al 10; 0 = ninguno, únicamente nos centramos en nuestra actividad como grupo de consumo; 10 = como grupo organizamos acciones propias en torno a causas sociales y políticas en las que nos sentimos próximas).
3. ¿Cuál crees que es la coincidencia ideológica del grupo con el 15M?
(escala del 0 al 10; 0 = el 15M no debería haber existido; 10 = aún hoy luchamos para que el ideario del 15M sea hegemónico social y políticamente).
4. ¿Qué vinculación tuvo el grupo con el 15M?
(escala de 0 a 10; 0 = ni una; 10 = como grupo lideramos directamente diversas acciones).
5. ¿Qué vinculación tuvieron los miembros del grupo a título individual con el 15M?
(escala de 0 a 10; 0 = ni una; 10 = a título individual miembros del grupo lideramos directamente diversas acciones).
6. En caso de que el grupo se constituyese durante o posteriormente al 15M: ¿Qué influencia ha tenido el movimiento social para que os vinculéis/ militéis / participéis en movimientos de consumo alternativos?
(escala de 0 a 10; 0 = ni una; 10 = la participación en los grupos de consumo no tendría sentido sin el 15M).
7. En caso de que participarais en el 15M como grupo o a título individual: ¿Qué influencia han tenido las herramientas tecnológicas (mensajería instantánea, correos electrónicos, listas de correo, etc.) en la organización de acciones?
(0 = ni una; 10 = la organización difícilmente habría sido viable sin las herramientas tecnológicas).

8. ¿En el conjunto de la actividad como grupo de consumo, qué valor darías a la tecnología para su funcionamiento?
(0 = ni una; 10 = la organización de nuestra actividad como grupo de consumo no sería viable sin la tecnología)
9. ¿Quieres hacer alguna aportación extra que este cuestionario no recoge?