

## SUPERMERCADOS COLABORATIVOS: ¿UNA FORMA MÁS SOSTENIBLE DE HACER LA COMPRA?

**Por: Carmen Gómez-Cotta. Ethic. 06/11/2019**

Dentro de unos días, Susan cerrará las puertas de su pequeño negocio de ultramarinos en Bloor West Village, en Toronto. No puede seguir compitiendo con los grandes supermercados. **«No puedo marcar los bajos precios que marcan ellos ni hacer todas esas promociones, pagar el alquiler y todavía obtener un beneficio que me permita seguir viviendo de esto».** Antes de que acabe el año, verá desaparecer su pequeña tienda, que durante más de dos décadas ha abastecido a los vecinos del barrio.

La situación por la que Susan está pasando es parecida a la que viven muchos dueños de establecimientos en Madrid, Nueva York y tantas otras ciudades. En ellas, la norma ha pasado a ser que los pequeños comercios desaparezcan y se vean sustituidos por grandes superficies y cadenas, contra los que se hace difícil luchar. Sin embargo, parece que empieza a surgir una resistencia que se opone a ceder a la a las grandes superficies y ver desaparecer las tiendas de siempre. Gente anónima que se une para intentar [recuperar el tejido social de los núcleos urbanos](#), cambiar el modelo de consumo y democratizar el acceso a una alimentación saludable, orgánica, local y manufacturada de forma ética y sostenible.

Se trata de un nuevo tipo de **supermercados colaborativos donde los clientes son, además, propietarios**. El funcionamiento es, en apariencia, sencillo: por una cuota anual y unas cuantas horas de trabajo al mes, cualquiera puede entrar a formar parte de la cooperativa, donde se ofrecen productos de calidad, cercanos y de temporada mientras se procura reducir la producción de residuos, especialmente plástico.

El ejemplo más antiguo y conocido es el de [Park Slope Food Coop](#), en el neoyorkino barrio de Brooklyn, que lleva funcionando desde 1973 y agrupa a unas 16.000 personas. Siguiendo su estela, este tipo de establecimientos han llegado también a Europa. En París, [La Louve](#) abrió sus puertas por primera vez en 2015 inspirados en el ejemplo norteamericano, «un modelo de éxito que nos impulsó a abrir nuestro propio negocio», como ellos mismos señalan en su página web.

Según Thomas Boothe, fundador de La Louve, para que el modelo funcione se necesitan unas 1.200 personas involucradas

[Thomas Boothe, uno de los fundadores de La Louve y autor del documental Food Coop](#) explicaba el año pasado en su presentación en Madrid que este tipo de negocios no funciona cuando se trata de tiendas pequeñas. ¿El motivo? **Hay que competir con los supermercados convencionales** y operar tantas horas como ellos, para lo que se necesita un buen número de personas: hay que abrir seis días a la semana, empezar a recibir el género a las seis de la mañana y continuar trabajando hasta las diez de la noche reponiendo, colocando o limpiando. «Para que esto funcione, estamos hablando de unas 1.200-1.500 personas involucradas en el proyecto como mínimo», explica.

En España, **uno de los primeros ejemplos que han surgido es SuperCoop**, instalado en el madrileño barrio de Lavapiés. Como explican en su web, su intención es proporcionar «una oferta completa de alimentos sanos y saludables, sin químicos ni pesticidas, a un precio asequible para democratizar estos alimentos». «Se dará prioridad a la producción agroecológica, apoyando a las productoras locales e impulsando la conciencia ecológica, energética y los beneficios medioambientales, aunque sin olvidar productos más convencionales», recalcan.

No es el único establecimiento de este estilo. Dentro de poco está previsto que abra sus puertas La Osa, en Tetuán (Madrid). [El Rodal](#) en Sabadell, [Som Alimentació](#) en Valencia, [Bio Alai](#) en Vitoria o [Landare](#) en Pamplona son otros de los ejemplos cada vez más extendidos por todo el territorio. «Al igual que votar, consumir no deja de ser una decisión política con la que cada día perfilamos nuestra realidad, que implica intereses de todo tipo que podemos estar apoyando, sin saberlo en contra de nuestros propios valores y supervivencia. Nosotros elegimos, pero para hacerlo con verdadera libertad debemos estar bien informados», [reflexiona Brenda Chávez](#) en su

nuevo libro *Al borde de un ataque de compras: 73 claves para un consumo consciente*. Además de los grupos de consumo, este tipo de supermercados se configuran como una alternativa para transformar nuestra forma de comprar... y de vivir.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Ethic

**Fecha de creación**

2019/11/06