

Economía del bien común y minifundismo en el sector agroalimentario: el caso del Celler La Muntanya (Alicante) y la marca MICROVIÑA

RAÚL COMPÉS LÓPEZ (*)

IÑAKI ASENSIO CALATAYUD (**)

1. INTRODUCCIÓN

La hegemonía de la economía globalizada se enfrenta a un rechazo social creciente. Si bien hasta el momento no ha cristalizado en una alternativa sólida, se ha convertido en un movimiento fuerte, ya que se nutre, a partes iguales, de un factor coyuntural –el malestar por la crisis actual– y otro estructural –la búsqueda, con ribetes utópicos, de un mundo mejor–.

El modelo dominante se caracteriza por la preeminencia de la economía de mercado, la globalización y la democracia representativa. Aunque presenta algunas diferencias entre las principales regiones del mundo, en general supone el dominio de la empresa privada, la desregulación de la actividad económica, la liberalización del comercio internacional, la búsqueda del crecimiento, la hegemonía de la economía financiera y la búsqueda de rentabilidad en el corto plazo.

Este sistema se convirtió en el paradigma global a raíz de la caída del muro de Berlín en 1989 y el desplome de la Unión Soviética en 1991. Su triunfo fue consecuencia tanto de los éxitos económicos del capitalismo occiden-

(*) *Doctor Ingeniero Agrónomo. Profesor Titular. Departamento de Economía y Ciencias Sociales. Universidad Politécnica de Valencia.*

(**) *Master en Economía Agroalimentaria y Medio Ambiente. Licenciado en Ciencias Ambientales. Investigador de proyectos de sostenibilidad en aldea ecológica, Sesseljuhús. 801 Selfoss, Solheimar, Islandia (IS).*

- *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, n.º 237, 2014 (181-209).*
Recibido septiembre 2013. Revisión final aceptada junio 2014.

tal de la segunda mitad del siglo XX como de los fracasos económicos y políticos del socialismo real. Sin embargo, en las poco más de dos décadas transcurridas desde entonces, no ha parado de crecer el número de descontentos. Por un lado, lo cuestionan los que rechazan tanto sus premisas como sus resultados y, por otro, los desencantados por sus efectos, en particular tras la grave crisis iniciada en 2008 en los países occidentales. En la práctica, los primeros quieren sustituirlo y los segundos reformarlo, buscando un nuevo equilibrio entre Estado y mercado.

En realidad, la economía capitalista nunca ha dejado de tener adversarios, aunque con el tiempo se ha producido una evolución de los argumentos críticos. Los primeros, en el Siglo XIX, y de base marxista, se centraban en la denuncia de las injusticias y desigualdades generadas por la acumulación de capital en unas pocas manos, e iban acompañados de propuestas revolucionarias a favor del socialismo científico. En los años cuarenta del siglo pasado, y debido a la experiencia de la primera globalización y la denominada Gran Guerra 1914-1918, las críticas se centraron en el riesgo de que una economía libre de mercado cree una “sociedad de mercado”, destruyendo las instituciones tradicionales, amenazando la cohesión social y provocando el auge de los peores totalitarismos del siglo XX (Polanyi, 1957). Más tarde, en la década de los setenta, y como consecuencia de las primeras grandes crisis energéticas globales de la era moderna, comenzó a cuestionarse un modelo basado en el incremento continuo de la producción que tiende a ignorar sus consecuencias medioambientales (Georgescu-Roegen, 1977) y que actúa como si no existiesen límites naturales al crecimiento económico (Brundtland, 1987; Meadows, 1977 y Meadows *et al.*, 2004).

Tras la caída del bloque socialista, la economía de mercado demostró cierta flexibilidad para adaptarse a una visión del desarrollo menos economicista, más humana y sensible a las demandas sociales de libertad y oportunidades (Sen, 1999). Sin embargo, a lo largo de la década de los noventa se fue imponiendo una versión liberal de la economía de mercado, con una globalización comercial y financiera creciente sin una gobernanza o regulación equivalente. Algunos personajes destacados (Gray, 1998; Stiglitz, 2002; Soros, 2005) avisaron sobre los riesgos de estos desequilibrios, pero sus voces no fueron escuchadas, y así se llegó a la grave crisis del 2008.

Un análisis pormenorizado de este último período demuestra que, bajo la seguridad aparente que brindaba el haber alcanzado el “fin de la historia” (Fukuyama, 1990), seguían apareciendo nuevas objeciones al flamante capitalismo rampante. Así, por ejemplo, y sin ser exhaustivos, durante estos años se han identificado las contradicciones de una globalización insuficientemente regulada, incapaz de garantizar al mismo tiempo la libertad de mercados, la democracia y el mantenimiento del Estado-nación (Rodrik, 2011); se ha argumentado la posibilidad de construir una sociedad próspera sin crecimiento (Jackson, 2011; Hamilton, 2004); se han redoblado las denuncias contra el neoimperialismo del gran capital occidental y financiero (Taibo, 2006; Chomsky, 1999) y se ha reivindicado un modelo económico más sensible a los bienes públicos (Zamagni, 2007; Chomsky y Barsamian, 2002; Cornes y Sandler, 1996), siguiendo la llamada a la búsqueda de un capitalismo de rostro humano (Servan-Schreiber; 1975; Daly y Cobb, 1994).

Es en este clima de malestar y de búsqueda de alternativas prácticas en el que surgen dos proyectos –la Economía del Bien Común o EBC (Felber, 2012) (1) y el Celler La Muntanya– cuyas relaciones constituyen la esencia de este artículo. La oportunidad del análisis procede de que aunque se trata de dos iniciativas independientes y ontológicamente muy diferentes –la primera de perfil teórico y la segunda empresarial–, por mor de la afinidad de sus principios y de las circunstancias han acabado encontrándose. De las características de ese encuentro se pueden extraer algunas lecciones para entender mejor los retos a los que se enfrentan dos propuestas que comparten su rechazo al capitalismo neoliberal pero que tienen necesidades institucionales diferentes y, eventualmente, incompatibles.

Por un lado, la EBC se ha abierto hueco, en muy poco tiempo, entre las alternativas al modelo neoclásico vigente. Si bien es mucho más que una teoría, su argumento central es que la búsqueda del interés individual –entendido como la maximización del beneficio o la utilidad– no conduce necesaria e inevitablemente al óptimo social, negando con ello la mayor de la escuela clásica, a saber, la capacidad de la “mano invisible” de Adam Smith para promover el bienestar general a través de la búsqueda del

(1) Aunque Felber emplea minúsculas en su texto, en este artículo nos vamos a referir al acrónimo EBC para referirnos a ella

bienestar particular por parte de los actores económicos. Por ello, sin rechazar la institución del mercado, la EBC entiende que son necesarias nuevas reglas y otros comportamientos para garantizar el bien común –entendido como interés general–, que debería ser el objetivo público más importante. Como era previsible, desde posiciones liberales se ha cuestionado tanto la interpretación de “bien común” de la teoría como la posibilidad de que su paradigma económico sea compatible con una economía de mercado (Rallo, 2013).

Por otro lado, el Celler La Muntanya es una pequeña bodega creada en 2004 por dos socios inquietos, y no vinculados directamente a la actividad agraria, en Muro de Alcoy, un municipio del interior de la provincia de Alicante. Desde su origen, el objetivo de los fundadores ha sido desarrollar un proyecto empresarial heterodoxo basado no en la maximización del beneficio sino en la adaptación al medio territorial, la conservación del patrimonio local y el compromiso social. Esta filosofía se manifiesta, por un lado, en que la bodega se abastece de uva procedente de pequeñas parcelas, muchas de ellas minifundios tradicionales en peligro de desaparición, que son cultivadas siguiendo las especificaciones contempladas en la marca MICROVIÑA –creada por uno de los dos socios– y, por otro, a la prioridad que sus dueños otorgan al respeto de principios éticos en el funcionamiento de la empresa y su relación con los actores relevantes. Con este planteamiento, y en apenas una década, el Celler La Muntanya se ha convertido en un símbolo local para una economía alternativa, habiendo alcanzado cierta notoriedad pública y logrado un reconocimiento de la calidad intrínseca de sus vinos –que obtienen buenas calificaciones en las guías y se encuentran en algunos de los mejores restaurantes del mundo (2)–.

La novedad, singularidad y similitud de las propuestas encarnadas por la EBC y el Celler La Muntanya hacía poco menos que inevitable su encuentro, y éste se produjo al máximo nivel en actos públicos en los que participaron los respectivos líderes –Christian Felber y Juan Cascant, respectivamente–. De él surgen algunas cuestiones de gran interés académico, especialmente para el área de la economía y la política del sector agroalimentario: en primer lugar, ¿ofrecen tanto el Celler La Muntanya como la EBC nuevos modelos y oportunidades de negocio? y, en segundo

(2) Cuatro de sus vinos tiene una valoración superior a los 90 puntos en la Guía Peñín de Los vinos de España 2013.

lugar, ¿compartir principios éticos y sociales garantiza una plena y formal integración?

Para responder a estas preguntas el artículo se plantea tres objetivos: a) conocer las características del Celler La Muntanya y la EBC y los vínculos entre ambos proyectos, b) analizar las implicaciones públicas y, en particular, privadas de la EBC, sobre todo en relación con otras teorías o iniciativas similares y c) identificar los desafíos a los que se enfrenta la bodega, o cualquier otra empresa del sector, para integrarse formalmente en la EBC.

La metodología empleada es del tipo estudio de caso. Se ha seleccionado el Celler La Muntanya porque es uno de los ejemplos más notables y representativos en el sector agroalimentario español de una empresa que basa su modelo en el aprovechamiento del minifundismo y en el comportamiento ético y responsable, lo que la alinea con los postulados de la EBC. La información utilizada es de tipo primario, y ha sido obtenida por los autores en el trabajo de campo y las entrevistas personales realizadas en 2012 y 2013 con el líder de la bodega. La información sobre la EBC se ha obtenido de su página Web (3) y la escasa bibliografía existente sobre ella.

Además de esta introducción, el artículo se estructura en 4 apartados más. En el segundo se analizan las características del proyecto empresarial del Celler La Muntanya; en el tercero se examinan los principios de la Economía del Bien Común y sus implicaciones públicas y privadas; en el cuarto se evalúa el Celler La Muntanya a partir de los estándares que establece la EBC y, en el quinto, se debaten los resultados y se presentan las conclusiones.

2. EL CELLER LA MUNTANYA Y LA MARCA MICROVIÑA

El caso del Celler La Muntanya tiene un doble interés académico. Por un lado, es un referente en materia de aprovechamiento de pequeñas parcelas tradicionales dedicadas al cultivo de la vid y, por otro, es un ejemplo de empresa comprometida con los principios de la ética y la responsabilidad social en todo el proceso productivo.

(3) <http://economia-del-bien-comun.org/es> (consultada el 29 de marzo de 2014).

El Celler La Muntanya es una pequeña bodega que nació en 2004 por iniciativa de dos socios curiosos, inquietos y autodidactas, Toni Boronat y Juan Cascant, ninguno de los dos dedicado por aquel entonces profesionalmente a la agricultura (4). La zona en la que está enclavada la bodega y los viñedos de los que se abastece –la montaña de Alicante– es un buen exponente de los problemas del medio rural español del interior: minifundismo, parcelación, falta de rentabilidad, éxodo rural, desaparición de explotaciones, abandono de tierras, envejecimiento y falta de relevo generacional. La agricultura tiene un peso económico muy reducido en estas tierras levantinas, con el añadido de que la existencia de núcleos industriales tradicionales –Alcoy– y la proximidad de un litoral especializado en actividades terciarias ligadas al turismo y las segundas residencias ha relegado la actividad agraria a una función residual, lo que propicia, para los que quedan, la práctica de la agricultura a tiempo parcial.

Por superficie, los cultivos más importantes en la zona son el olivar, los frutales y los cultivos herbáceos, pero la actividad de la viña y el vino es muy antigua, y da lugar a excelentes y afamados caldos, algunos de ellos protegidos por una Denominación de Origen, la D.O. Alicante, a la que no pertenece la bodega.

Esta dinámica agrícola y rural fuertemente regresiva supone una amenaza para el paisaje, el patrimonio cultural, las variedades autóctonas y la biodiversidad ligadas a la agricultura tradicional. A pesar de que se trata de una situación que se encuentra en otras muchas zonas de España y Europa (Ferrás *et al.*, 2007; García *et al.*, 1996; Poyatos *et al.*, 2003), para los socios fundadores de la empresa constituye un problema esencial. Por eso, su proyecto siempre ha estado animado por un fuerte espíritu de conservación de un ecosistema agrícola que está en peligro de extinción y que representa un modelo productivo y social opuesto al dominante. Románticos, empíricos, sin uva propia, pero con mucha ilusión, empezaron haciendo un vino artesanal. Autodidactas, aunque bien asesorados por buenos profesionales del sector, buscaron elaborar desde el principio un vino característico de las condiciones naturales de esas tierras serranas mediterráneas.

(4) Posteriormente se han incorporado al proyecto dos nuevos socios.

Desde el punto de vista organizativo, utilizan uva procedente de parcelas antiguas y tradicionales, muchas de ellas propiedad de viejos agricultores o herederos de agricultores no profesionales de la actividad agraria, y casi todas semi abandonadas o en riesgo de abandono por su baja rentabilidad. Adicionalmente, han fomentado la plantación de pequeños/micro viñedos adaptados a las condiciones ecológicas del terreno en lugares tan pintorescos como patios de escuelas o jardines particulares, en un intento de recuperar simbólicamente la presencia de la viña en todo el territorio.

Los acuerdos entre el Celler La Muntanya y los dueños de los viñedos de los que se abastece son muy variados, dependiendo de las condiciones de la viña y la dedicación del titular. En unos casos son arrendamientos de la tierra y, en otros, compras de la materia prima, con un sistema de pago *ad hoc* -en metálico o en vino directamente-. Las relaciones productivas y comerciales entre el Celler y los titulares de las explotaciones de las que proceden las uvas vienen determinadas por las condiciones fijadas por la marca MICROVIÑA, registrada por uno de los socios. Estas condiciones reflejan la filosofía de Juan Cascant, convertido en líder y *alma mater* del proyecto: a) pagar un precio justo al agricultor, b) emplear básicamente variedades autóctonas, c) respetar el medio natural y la tierra, d) ser responsable socialmente y, por último, e) identificar el vino con la cultura del territorio del que procede -en este caso, valenciana-. Se trata de un conjunto de reglas singulares, distintas a las de las denominaciones de origen o de los certificados ecológicos, pero que también sirven como herramienta de diferenciación.

En la actualidad, los propietarios asociados a la bodega con sus *microviñedos* son 28. La mayor parte de las parcelas están situadas en las comarcas de “El Comtat” -donde se sitúa Muro de Alcoy- y “l’Alcoià” (5). Casi todas ellas -menos dos- tienen menos de una hectárea; su edad es variable, abarcando desde nuevas plantaciones a cepas de más de 80 años, aunque la mayoría se sitúa en un rango de entre cinco y quince años. De los propietarios, sólo cinco tienen la agricultura como actividad profesional principal (Tabla 1). La producción de uva es variable, pero se sitúa entre 40.000 y 60.000 kg., según cosechas.

(5) En el año 2007 fueron 15 explotaciones asociadas con un total de 21,23 ha.; en 2008, 18 y 24,78 ha. respectivamente; en 2009, 21 y 27,78 ha. respectivamente; en 2010, 22 y 27,40ha. y, en 2011, 25 y 18,125 ha. respectivamente.

Tabla 1

PARCELAS Y “MICROVIÑAS” GESTIONADAS POR EL CELLER LA MUNTANYA

Población	Edad Microvinya	Edad agricultor	Relevo generacional	Actividad principal
Agres	5	66	30	Arquitecto
Agres	0	68	No	Sindicato
Alcocer	12	45	No	Agricultor
Alcocer	5	70	45	Constructor
Alcocer	0	58	No	Textil
Alcoy	80	60	No	Agricultor
Alcoy	3	-	-	
Bañeres	2	-	-	
Beniarrés	70	42	No	Textil
Beniarrés	70	71	No	Transporte
Beniarrés	70	75	No	Agricultor
Beniarrés	75	80	No	Agricultor
Benidorm	2	-	-	
Benifallim	0	55	No	Profesor
Benifallim	0	55	No	Electricista
Benifallim	0	45	No	Arqueólogo
Biar	4	30	No	Electricista
Bocairente	60	70	No	Almazara
Cocentaina	3	41	No	Abogados
Cocentaina	3	65	No	Técnico Dental
Gaianes	5	50	25	Carnicero
Gaianes	85	56	No	Agricultor
Gorga	5	60	No	Textil
Gorga	7	53	No	Autónomo
Muro	6	66	No	Textil
Muro	5	45	No	Comercio Ecológico
Muro	5	-	-	
Sax	15	55	No	Médico
Tibi	14	58	No	Constructor
Xixona	4	60	No	Hostelería

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por el Celler La Muntanya.

La bodega elabora vinos blancos –Albir Blanc y Lliure –, tintos –Paquito el Chocolatero, Celler La Muntanya y Almoroiç– y un blanco dulce, y todas sus botellas lucen el sello MICROVIÑA. En la actualidad, esta marca es privada, y la utiliza únicamente el Celler La Muntanya. Sin embargo, en la medida en que los consumidores valoren el vino elaborado según los principios de esta bodega, no es descartable que la marca se pueda adaptar a un modelo de propiedad industrial que permita ceder su uso a otras empresas que compartan sus principios.

Pero el Celler La Muntanya no es sólo una bodega. En realidad se trata de la cabeza visible de un amplio abanico de actividades económicas y culturales que se complementan. Juan Cascant ofrece también servicios de turismo rural mediante paseos en avioneta para descubrir el territorio y los microviñedos; preside la asociación “ELVIART” –entidad sin ánimo de lucro para fomentar el microcultivo respetuoso con el ecosistema mediterráneo–; apoya la marca “ConSuma Naturalidad” –un proyecto *Life* de la Unión Europea promovido por la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente, que pretende fomentar un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, el paisaje, la cultura y las tradiciones, evitando el abandono de las producciones autóctonas–; es uno de los impulsores de QuoMmon-Terra –“Programa de Aplicación del Bien Común en el Ecosistema Empresarial Rural”, dirigido a medir y rentabilizar el bienestar social generado por las empresas– y, finalmente, es promotor y organizador de conferencias, congresos, actividades culturales relacionadas con la música y la poesía y acciones formativas en colegios y escuelas (6).

Como resultado de esta intensa y apasionada actividad, Juan Cascant se ha convertido en un personaje mediático, asiduo de actos públicos y protagonista de programas televisivos. Su notoriedad se nutre tanto de la singularidad de su modelo vitivinícola como de su compromiso público y social a favor de otro modelo económico.

Por todo ello, el Celler La Muntanya y la EBC estaban destinados a cruzarse en el camino. Cuando Juan Cascant conoció a Christian Felber, la bodega ya llevaba varios años practicando y defendiendo una práctica em-

(6) A este respecto cabe señalar los dos congresos nacionales del minifundio celebrados, respectivamente, en 2008 y 2011, en Muro, Alicante.

presarial consistente con los fundamentos de la EBC. La simpatía fue automática, y la intención de trabajar en la misma dirección inmediata. Sin embargo, antes de profundizar en las implicaciones de ese encuentro es necesario conocer mejor en qué consiste la EBC, en particular en su vertiente empresarial.

3. UN ANÁLISIS COMPARADO DE LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Uno de los motivos que inspiró a Juan Cascant y su socio para crear el Celler La Muntanya y la marca MICROVIÑA fue la búsqueda de un modelo de empresa más ético y comprometido con su entorno. Desgraciadamente, a pesar de que la empresa y el mercado han sido los dos grandes ganadores de la caída del socialismo real y la globalización, su conducta está muy cuestionada. La percepción de que la búsqueda del beneficio está por encima de cualquier principio social, medioambiental, económico o político, y de que las conductas deshonestas están muy extendidas en el mundo de los negocios no ha hecho más que aumentar en la opinión pública, provocando un fuerte desgaste de la imagen de muchas empresas y una pérdida de confianza en el sistema económico.

Sin embargo, el capitalismo, con la agilidad que le caracteriza, está intentando adaptarse a las nuevas preocupaciones sociales. Las herramientas más utilizadas están siendo las certificaciones éticas y ambientales. A su utilización ha contribuido el apoyo de las administraciones públicas, cuyas recomendaciones en la UE se plasmaron en el Libro Verde de la Comisión (2001) *“Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas”*.

El resultado de este proceso ha sido que, por interés o convicción (Rives y Bañón, 2008), cada vez es mayor el número de empresas que adoptan voluntariamente códigos de Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (Antolín y Gago, 2004). Todos ellos tienen en común una dimensión interna –gestión de los recursos humanos, salud y seguridad en el trabajo, etc. – y otra externa –relaciones con las comunidades locales, socios, proveedores, clientes, inversores etc.–, y permiten a las empresas aumentar su legitimidad, mejorar su imagen e, incluso, su competitividad, lo que beneficia a sus resultados financieros y su posición competitiva (Marín y Rubio, 2008).

Como una buena parte de los compromisos éticos y ambientales son atributos de confianza (Nelson, 1970), para ser creíbles y reducir el riesgo de conductas oportunistas requieren de sistemas de auditoría y certificación que los conviertan en atributos de búsqueda. Esto explica la aparición en los últimos años de un elevado y heterogéneo grupo de instrumentos que incluye normas *ad hoc* -ISO 26.000, SGE 21 o SA 8000 (Argandoña, 2003)-(7), auditorías éticas(8), clubes de excelencia, observatorios, códigos éticos, comités, memorias de sostenibilidad a partir del *Global Reporting Initiative (GRI)* y otros modelos de aseguramiento de la calidad, con distintos niveles de exigencia y criterios de cumplimiento (Cuesta, 2004; Camisón *et al.*, 2007; García, 2012) (9).

En esta situación de crisis y pérdida de confianza en muchas empresas, pero con iniciativas que surgen de dentro del sistema para adaptarse a las nuevas preocupaciones sociales, cabe preguntarse cuál es el valor añadido que aporta la EBC, si se trata de una teoría revolucionaria que defiende un modelo de empresa diferente o si representa una alternativa reformista y moderada que entronca con la nueva cultura corporativa de las certificaciones éticas y ambientales. Para responder a esta cuestión hay que analizar sus principios, que se condensan en veinte puntos (Felber, 2012):

1. Los valores centrales del sistema son aquellos que afianzan las relaciones personales -confianza, cooperación, aprecio, democracia, solidaridad-, ya que están directamente relacionados con la motivación y felicidad de los seres humanos.
2. Se sustituyen el afán de lucro y la competencia por la cooperación y contribución al bien común. Se recompensa la cooperación y se penaliza la competencia.

(7) La Norma de Empresa SGE 21, elaborada por Forética, es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

(8) Hay entidades como Etnor (Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones (ÉTNOR)), especializada en la realización de auditorías éticas.

(9) Todo este movimiento se suma y converge con otras iniciativas que también inciden en la repercusión social y ambiental de la empresa. Entre ellas destacan las etiquetas de producción ecológica e integrada, el comercio justo, los sistemas de gestión ambiental (norma ISO 14001 y Reglamento EMAS) y los sistemas más conocidos de gestión de calidad (ISO, EFQM, Cuadro de Mando Integral, etc.) (Abadía, 2005).

3. El desempeño económico se mide por medio del Balance del Bien Común (BBC) -a nivel de las empresas- y del producto del bien común (a nivel de sistema). El balance recoge los logros sociales, ecológicos, democráticos y solidarios de una organización.
4. Las empresas con buenos resultados en el balance del bien común deben disfrutar de ventajas con respecto al resto -menores impuestos, créditos más baratos, preferencias en compras públicas y ayudas para programas de investigación, etc.- para premiar su aportación a la sociedad.
5. El resultado financiero pasa a un lugar secundario. No es un fin sino un medio para aumentar el bien común. Los excedentes del balance financiero deben utilizarse para realizar inversiones con plusvalía social y ecológica, devolución de créditos, depósitos en reservas limitadas, bonificación a los empleados de forma restringida, así como créditos sin intereses a empresas cooperadoras. Los excedentes no se deben utilizar para la adquisición hostil de otras empresas, inversiones en mercados financieros, o aportaciones a partidos políticos. En contrapartida, el impuesto sobre el beneficio empresarial debe ser eliminado.
6. Como el beneficio financiero es un medio, las empresas no deben temer ser adquiridas, o sentirse obligadas a crecer para ser más grandes, más fuertes o tener más beneficios.
7. Esto da más oportunidades a las empresas pequeñas, por lo que resulta más fácil la cooperación, la solidaridad y la creación de redes en cuyo seno se practica la ayuda mutua en materia de conocimientos, tecnología, encargos, personal o financiación, lo que queda reflejado en el balance del bien común.
8. Se deben limitar las diferencias de ingresos y patrimonios. Se fijan como ingresos máximos los que suponen 20 veces el salario mínimo. Se establece un límite para la propiedad de 10 millones de euros, y para el derecho de cesión y herencia de 500.000 euros por persona. El excedente sobre estos límites pasa a nutrir un “fondo de generaciones” -como “dote democrático”- que se reparte entre las siguientes generaciones, de forma que mejore la igualdad de oportunidades.

9. En las grandes empresas –teniendo en cuenta el número de empleados; más de 250–, los derechos de decisión y propiedad pasan parcial y progresivamente a los empleados y ciudadanos. La población puede ser representada directamente a través de “parlamentos económicos regionales”. El gobierno no posee derecho decisorio o de intervención en empresas públicas.
10. Esta regla también se aplica a los bienes democráticos, que son aquellos constituidos por instituciones económicas públicas en los campos de la enseñanza, salud, acción social, movilidad, energía, o comunicación.
11. Un tipo de bien democrático importante es el banco democrático. Éste sirve, como todas las empresas, al bien común y, como todas ellas, debe ser controlado por la ciudadanía soberana y no por el gobierno. Sus servicios consisten en depósitos de ahorro garantizados, cuentas corrientes gratuitas, créditos de interés reducido y créditos de riesgo con plusvalía social y ecológica. El Estado se financia primordialmente a través de créditos sin interés del Banco Central. El Banco Central obtiene el derecho exclusivo de la creación de dinero y efectúa las transacciones de capitales internacionales para impedir evasión fiscal. Los mercados financieros en la forma actual desaparecen.
12. Se propone un sistema financiero internacional basado en la cooperación monetaria global y el uso de una nueva unidad monetaria (por ejemplo “globo”, “terra”) para el comercio internacional. A nivel local, monedas regionales pueden complementar la moneda nacional. Para protegerse de la competencia injusta, la UE inicia una zona de comercio justo (Zona del Bien Común) con estándares armonizados o tarifas aduaneras correlacionadas con el resultado del BBC de la empresa productora. A largo plazo, la meta es una Zona del Bien Común en la ONU.
13. A la naturaleza se le concede un valor propio, por lo cual no puede transformarse en propiedad privada. La tierra se cede de forma gratuita o pagando una tasa de utilización. El uso de la tierra está condicionado a criterios ecológicos. Con ello se quiere acabar con la

especulación inmobiliaria, el “*landgrabbing*” –apropiación de grandes superficies por multinacionales u otros países– y el latifundismo. En contrapartida, se anula el impuesto sobre el suelo.

14. El crecimiento económico deja de ser un fin social. El objetivo es la reducción incentivada de la huella ecológica de personas, empresas y naciones, hacia un nivel globalmente sostenible y justo. La libertad de elegir un estilo de vida determinado encuentra su fin cuando limita la libertad de otros para elegir el mismo estilo de vida o, al menos, para llevar una vida digna.
15. El horario de trabajo retribuido debe reducirse escalonadamente hasta las 30 o 33 horas semanales. De este modo queda tiempo libre para otros tres campos de gran importancia social: el trabajo de relaciones y cuidados –niños, enfermos y ancianos–, el trabajo de crecimiento personal –desarrollo de la personalidad, arte, jardín, ocio– y el trabajo en la política y otras actividades públicas. De esta forma se consigue un estilo de vida más equilibrado, autosuficiente y sostenible.
16. Cada diez años de ejercicio profesional los trabajadores tienen derecho a un “año sabático” financiado a través de un salario mínimo incondicional. Esta medida descarga el mercado de trabajo en un diez por ciento de la tasa de desempleo en la Unión Europea.
17. La democracia representativa debe ser completada por las democracias directa y participativa. Los ciudadanos deben tener más poder sobre la gestión de lo público. Esto incluye tanto derechos constitucionales de co-legislación como de control sobre las instituciones.
18. Se prevé la creación de foros e instituciones que puedan articular la participación ciudadana soberana. Esto incluye desde una asamblea económica del bien común hasta asambleas específicas para la educación, los medios de comunicación o el desarrollo de la democracia.
19. Para afianzar en los niños los valores de la EBC, el sistema de educación debe estar orientado igualmente hacia el bien común. Esto requiere otra forma de enseñanza y otros contenidos como, por ejemplo, emociología, ética, comunicación, educación democrática, experiencia de la naturaleza y sensibilización corporal.

20. El modelo de gestión de empresas y organizaciones no requiere gerentes duros y agresivos, sino personas responsables, empáticas, sensibles y socialmente competentes.

Del análisis de estos veinte principios se deduce, en primer lugar, que doce están directa o indirectamente relacionados con las empresas y su actividad –los números 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 15, 16 y 20– y ocho inciden en la esfera política y las reglas de juego del sistema –políticas monetarias, fiscales, laborales, ambientales y educativas–. Esto significa que la EBC tiene un alcance global, con aplicaciones micro y macro, tanto para las empresas como para los gobiernos y las instituciones, y que va más allá del tipo de empresa y las certificaciones al uso, ya que lo que ofrece es un modelo de conducta y desempeño empresarial al que se pueden acoger todo tipo de organizaciones.

El marco institucional que propone es híbrido, ya que tiene, en el plano político, resonancias del socialismo libertario (Chomsky, 2010) y la democracia directa (Barber, 2003; Matsusaka, 2005) y, en el plano económico, ecos de la economía del bienestar y la regulación económica para alcanzar el óptimo social (Feldman, 1980), con el añadido de recoger el espíritu de las principales críticas al sistema neoliberal recogidas en la Introducción del artículo.

De los principios esenciales también se deduce que la EBC nace contra el capitalismo dominante pero no es marxista, ya que no reivindica la planificación centralizada ni la propiedad pública consustanciales al socialismo de raíz marxista. En lo ideológico tiene pretensiones de tercera vía (Felber, 2008), lo que inevitablemente remite a Giddens (2013) y el nuevo laborismo inglés (Powell, 2000), lo que confirma su vocación de alternativa reformista y progresiva a la economía de base neoclásica.

Su referente moral son los principios de sostenibilidad, solidaridad, equidad, cooperación y distribución justa de la riqueza. Su posición en materia de producción es la defensa de un modelo de organización que maximice el bien común, y no la producción o los beneficios privados, como se espera de la empresa neoclásica, y en ese aspecto va mucho más allá que las certificaciones éticas y medioambientales antes presentadas. En lo estratégico resulta destacable su modelo de implementación

y adhesión (9). Se trata de un mecanismo de afiliación que aspira a crear un movimiento social.

La EBC ofrece dos vías de vinculación: como simpatizante o como empresa/entidad pionera certificada que aplica las reglas del bien común. En este último caso existen tres modalidades de adhesión dependiendo de la intensidad del compromiso, el mecanismo de control y el reconocimiento externo, expresadas en Semillas de Diente de León:

- a) “1 Semilla” –para las empresas que realizan el balance de forma interna, sin verificación ni transparencia externa–,
- b) “2 Semillas” –para las que también realizan el balance internamente pero se someten a una Auditoría *Peer* (por parte de pares), cuyo balance puede ser publicado– y,
- c) “3 Semillas” –el balance es auditado por un auditor externo, y puede ser publicado–.

Tanto los simpatizantes como las empresas adheridas están invitados a asociarse a la Asociación para el Fomento de la EBC. Las cuotas de socio dependen del tipo de asociado: un mínimo de 10€/año para simpatizantes y una cantidad variable para las empresas, que depende del número de trabajadores, y que va de los 50€ para las que sólo tienen uno a los 1.250€ para las que tienen entre 1.501 y 2.500. La cuota de socio es gratuita para las empresas que realizan la auditoría externa, a cargo de auditores formados en cursos *ad hoc* por la organización.

Los precios de las auditorías dependen del tamaño de la empresa –medido según el número de trabajadores– y del modelo de auditoría, pudiendo ir desde 150€ –para las empresas de 1 o 2 trabajadores y una auditoría documental y telefónica (sin visita)– a los 1.440€ –para las empresas de más de 250 trabajadores y una auditoría compleja–. La Auditoría *Peer*, que consiste en una evaluación en grupo con la ayuda de un Moderador-*Peer*, es gratuita.

Si se pertenece a la Asociación se tiene el derecho de participar en las decisiones estratégicas que se adoptan en la Asamblea. Adicionalmente, existe un conjunto de actividades de sensibilización y movilización entre

(9) Fuente: <http://www.gemeinwohl-oekonomie.org/es> (consultada el 29 de marzo de 2014).

las que destacan los grupos de actores y los campos de energía, que son redes regionales y locales de apoyo que profundizan, extienden y desarrollan socialmente el concepto de la economía del bien común en la sociedad.

En conjunto, la EBC presenta todas las características de un sistema holístico, mestizo e híbrido, ya que engloba y combina teorías políticas y económicas diversas, tiene una cosmovisión propia –consustancial a las utopías y grandes teorías–, se vale de herramientas de gestión propias de la economía de mercado y basa su funcionamiento en un modelo organizativo autónomo.

Su singladura arrancó el 1 de octubre del 2010, y el 5 de octubre de 2011 fueron presentados los resultados de los BBC de las primeras 100 empresas en una conferencia de prensa internacional. En la actualidad tiene 7.478 simpatizantes, con una presencia importante en España, lo que puede ser valorado positivamente (11). Sin embargo, para entender los retos y las implicaciones para las empresas interesadas hay que volver al encuentro de la EBC con el Celler La Muntanya.

4. LA CERTIFICACIÓN DEL BIEN COMÚN Y LA SITUACIÓN DEL CELLER LA MUNTANYA

La afinidad del Celler La Muntanya con la EBC hace de la bodega de Muro de Alcoy un candidato natural para formar parte de la misma. Sin embargo, para estar dentro de la EBC hay que demostrar que se cumplen sus reglas y que se alcanzan determinados resultados, y no sólo que se comparten sus principios o sus aspectos emocionales e ideológicos.

Para ello la EBC ha diseñado un sistema de valoración de las aportaciones de la empresa tanto en su actividad puramente productiva como en las dimensiones sociales, ecológicas, democráticas y solidarias de su actuación. Todo ello se plasma en una detallada batería de indicadores, una contabilidad del bien común y una matriz del bien común que se ha ido perfeccionando y actualizando a lo largo del tiempo (12).

(11) Fuente: <http://www.gemeinwohl-oekonomie.org/es> (consultado el 29 de marzo de 2014)

(12) El trabajo de campo se hizo con la v 4.0 (2012), pero en este momento la versión que está operativa es la 4.1. <http://www.gemeinwohl-oekonomie.org/es/content/primeros-pasos>

La matriz está diseñada para valorar cuantitativamente el desempeño de la empresa en cada uno de los cinco factores que determinan el bien común –dignidad humana, solidaridad, justicia, sostenibilidad ambiental y democracia–, y las respectivas puntuaciones dependen de la percepción de los actores y “grupos de involucrados” relacionados con la empresa: proveedores, inversores, empleados, clientes, competidores, asociaciones locales, generaciones futuras y medio ambiente. Del cruce entre factores y grupos de actores surgen los 17 indicadores del bien común (13).

Para cada indicador se establece un número máximo de puntos y cuatro niveles de desempeño –primeros pasos, avanzado, experimentado y ejemplar–. Este criterio sirve para los indicadores positivos (que reciben una puntuación que va de 0 a un valor predeterminado, dependiendo del peso que se le asigna a ese indicador en el cómputo total), pero no para los negativos, que castigan las conductas contrarias al bien común restando puntos a los indicadores positivos. Una empresa sin indicadores negativos puede conseguir un total máximo de 1000 puntos (Tabla 2).

Tabla 2

INDICADORES NEGATIVOS DEL BIEN COMÚN

Dignidad humana	Quebrantamiento de las normas de trabajo OIT/derechos humanos: –200 Productos sin dignidad humana: –200 Suministro/cooperación con empresas que lastiman la dignidad humana: –150
Solidaridad	Compra hostil: –200 Patente defensiva: –100 Precio dumping: –200
Sostenibilidad Ecológica	Gran impacto medioambiental a ecosistemas: –200 Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales: –150 Obsolescencia programada: –100
Justicia Social	Remuneración desigual a mujeres y hombres: –200 Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias: –150 Filiales en paraísos fiscales: –200 Interés de capital propio >10%
Participación Democrática y transparencia	No revelación de todas las participaciones y filiales: –100 Impedimento de sindicatos de trabajadores: –150 No publicación de los flujos de filiales a lobbies/entrada en el registro de lobbies de la UE: –200

Fuente: manual básico sobre el balance del bien común (14).

(13) <http://economia-del-bien-comun.org/sites/default/files/Matriz%20del%20bien%20com%C3%BAAn%204.1.pdf>

(14) <http://www.gemeinwohl-oekonomie.org/sites/default/files/EBC-Manual%20basico%20sobre%20los%20criterios%204.0.5.pdf>

Según la nota final se clasifica a la empresa evaluada en uno de los cinco niveles previstos. A cada nivel se le asocia un distintivo de un color diferente, para que la empresa pueda colocarlo en el envase de sus productos con el fin de que pueda ser reconocido de forma sencilla por los consumidores. Los niveles existentes, los puntos necesarios y los colores para cada uno de ellos son los siguientes:

- De 0 a 200 puntos, nivel 1, color rojo.
- De 201 a 400 puntos, nivel 2, color naranja.
- De 401 a 600 puntos, nivel 3, color amarillo.
- De 601 a 800 puntos, nivel 4, color verde claro.
- De 801 a 1000 puntos, nivel 5, color verde.

Para las empresas que consiguen los mejores resultados, porque aportan más al bien común, la EBC propone que la Administración les conceda algunas ventajas como por ejemplo:

- Disminución del impuesto sobre el valor añadido.
- Aranceles más bajos.
- Créditos bancarios con condiciones más favorables.
- Prioridad en la compra pública y la adjudicación de contratos (una quinta parte del rendimiento económico).
- Cooperaciones con universidades públicas en investigación.
- Ayudas públicas.

Aunque la EBC forma a sus propios auditores, las empresas simpatizantes pueden realizar su propia auto-evaluación. En un ejercicio de evaluación informal e interno en el que participaron los autores del presente artículo, y en el que hay bastantes elementos subjetivos, el Celler La Muntanya obtuvo un total de 875 puntos (Tabla 3).

Aunque su valor es meramente orientativo, se trata de una puntuación elevada que coloca al Celler La Muntanya en la parte alta de la clasificación del bien común. En realidad tampoco se trata de un resultado extraño, ya que la actuación de la bodega desde sus orígenes años avala esta valoración. La marca **MICROVIÑA** es uno de los factores que más contribuye a este éxito, ya que permite darle la máxima puntuación en todos los indicadores relacionados con el medio ambiente y los suministros.

Tabla 3 (15)

**INDICADORES POSITIVOS DEL BIEN COMÚN (PUNTUACIÓN MÁXIMA) Y PUNTOS DEL CELLER
LA MUNTANYA (AUTO-EVALUACIÓN)**
(y criterio de medida)

Indicador	Puntuación Celler
A1. Gestión ética de los suministros (90) (Subjetivo)	90
B1. Gestión ética de las finanzas (30) (Subjetivo)	30
C1. Calidad del puesto de trabajo e igualdad (90) (Objetivo)	50
C2. Reparto justo del volumen de trabajo (50) (Objetivo)	40
C3. Demanda y promoción del comportamiento ecológico de los empleados(30) (Subjetivo)	20
C4 Reparto justo de la renta (60) (Objetivo)	60
C5 Democracia interna y transparencia (90) (Objetivo)	80
D1. Venta ética (50)	50
D2. Solidaridad con co-propietarios (70)	70
D3. Concepción ecológica de productos y servicios (90)	90
D4. Concepción social de productos y servicios (30) (Subjetivo)	20
D5. Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales (30)	20
E1. Efecto social/significado del producto servicios (90) (Subjetivo)	80
E2 Aportación al municipio (40) (Subjetivo)	40
E3. Reducción de efectos ecológicos (70) (Subjetivo)	70
E4. Minimización del reparto de ganancias a externos (60) (Objetivo)	40
E5. Transparencia social y participativa en la toma de decisiones (30) (Objetivo)	25

Fuente: Elaboración propia a partir de la matriz 4.0 y datos de la Empresa.

(15) Debajo de los indicadores, en la mayor parte de los casos, se hace mención al criterio de medida: subjetivo u objetivo.

A pesar de ello, en el momento de hacer la última revisión de este artículo (marzo 2014), la bodega no se había sometido todavía a la auditoría externa. Dado que no se ha producido ningún cambio conocido en la estrategia de ninguna de las partes, la pregunta es inevitable: ¿Por qué no da el Celler La Muntanya el paso final para integrarse formalmente en la EBC? La hipótesis es porque este paso pone de manifiesto algunas de las contradicciones internas de la EBC.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En los últimos años, y pese al fracaso de las grandes utopías del siglo XX, el malestar generalizado con la crisis económica, la hegemonía del capitalismo financiero y la insostenibilidad del modelo de desarrollo basado en el crecimiento económico del PIB y la renta per cápita está provocando la aparición de nuevas teorías, movimientos sociales y modelos de gestión alternativos, a menudo reelaborando, compilando y actualizando ideas e iniciativas heterogéneas pre-existentes.

La EBC es una de las alternativas más novedosas, ambiciosas e interesantes surgidas en los últimos años. Su punto central es el rechazo de los fundamentos del paradigma neoclásico, ya que el beneficio individual deja de ser un fin para convertirse en un medio al servicio del bienestar de la sociedad, que es el que verdaderamente cuenta.

Sin renunciar al mercado, invita a las empresas a adherirse a un modelo de producción que pone en primer lugar las relaciones con las personas, los grupos de interés y el entorno social y ambiental en el que realiza sus actividades. Por ello, en un sector como el agroalimentario, tan ligado al medio y el territorio, tiene un campo de aplicación privilegiado, sobre todo allí donde se practica una agricultura identificada con la cultura tradicional.

La EBC es más que una teoría. Se podría definir como un sistema económico y político total, ya que comprende un conjunto de valores, un programa político, unas reglas de conducta empresarial y un plan de certificación basado en sus propias reglas y auditores. Por ello, y a diferencia

de otras teorías, ofrece una guía práctica de actuación para todo tipo de entidades públicas y privadas interesadas en fomentar el bien común, sin esperar a que todos sus objetivos políticos se hayan realizado.

Su planteamiento es ambicioso, y su enfoque ecléctico y holístico, ya que ofrece una visión integral del sistema político, social y económico y aspira a crear un orden global más justo y humano superando las dicotomías ideológicas clásicas izquierda/derecha y socialismo/capitalismo. Sin reconocer una filiación filosófica o política explícita, en lo político apuesta por un proyecto de perfil asambleario y directo, en lo económico apunta a un programa basado en el reconocimiento de las externalidades y los bienes públicos generados por los agentes económicos, en lo productivo defiende un modelo de carácter social y, finalmente, en lo institucional se dota de una compleja organización que garantice su crecimiento y financiación.

Sin embargo, en su ambición radica una de sus debilidades, ya que en cada ámbito compite con otros programas o instrumentos más maduros y sofisticados –utopías clásicas, movimientos políticos alternativos, economía social, códigos y certificaciones éticas y ambientales, responsabilidad social corporativa– y se enfrenta a serios desafíos.

En lo político aspira a cambiar las instituciones actuales, lo que afecta tanto a la gobernanza como a los valores que sustentan el modelo actual. Sin embargo, este cambio es muy difícil sin participar activamente en el proceso político –o bien directamente o bien a través de los partidos existentes– y sin respaldar explícitamente un ambicioso programa de transformación social.

En lo empresarial no rechaza el capital privado, ni los mercados, ni el beneficio pecuniario, pero los considera medios para alcanzar el bien común de la sociedad. Entiende que las empresas que más aportan al conjunto se merecen una compensación, un trato mejor por parte de la Administración, lo que conduce a los mecanismos propuestos por la teoría del bienestar para lograr el óptimo social cuando existen externalidades positivas.

Para determinar la magnitud de la contribución establece un sistema de reglas, evaluación y señalización al que deben someterse las empresas interesadas. Se trata de un sistema de certificación del bien común que for-

malmente guarda muchas similitudes con estándares y códigos ya existentes –certificaciones de responsabilidad social y medioambiental–, sin que sea fácil determinar sin una comparación *ad hoc* si es más eficaz que ellos.

En lo que se refiere a los indicadores que evalúa, hay varios que son bastante imprecisos –en particular los positivos–, ya que los negativos son una relación de malas prácticas–. Esto significa que el procedimiento de evaluación puede resultar demasiado arbitrario, sin que tampoco ayude la existencia de varios tipos de auditorías. Por otra parte, el sistema de señalización elegido –que consiste en una escala de puntos, una gama de colores y un código de semillas– es complejo, lo que reduce su capacidad para transmitir información clara a la sociedad y los consumidores. Adicionalmente, la existencia de colores “negativos” puede alejar a las empresas que no estén en condiciones de alcanzar el mejor resultado –el color verde–.

En lo que respecta a algunos principios metodológicos, la EBC no se aleja sustancialmente de la filosofía económica dominante. Al igual que el liberalismo clásico cayó en la ilusión de que la búsqueda del interés privado conduce automáticamente al interés general, puede acabar siendo una ilusión creer que la aportación al interés común de las organizaciones se puede medir en una tabla de 0 a 1000 y se puede comparar. En la misma línea, incentivar con un sistema de puntos a que las empresas aumenten su valor social no se aleja formalmente demasiado de la maximización del beneficio típica de la economía neoclásica, y lo mismo cabe decir de la búsqueda de reconocimiento y compensación de los bienes públicos generados. Sin que esto constituya necesariamente una crítica, ante un paradigma alternativo como éste es conveniente recordar el imperativo ético de Aristóteles, que establece la base de la conducta correcta no en el interés sino en la búsqueda de la felicidad.

Teniendo en cuenta todos estos factores, la dimensión empresarial de la EBC se encuentra en un estado de desarrollo formal que plantea algunas dificultades para lograr la adhesión e integración de empresas. Quizá es pronto para decir si esto es consecuencia de su juventud o de un diseño institucional inadecuado.

La pequeña bodega el Celler La Muntanya (Alicante) se ha convertido en un proyecto de referencia en España tanto porque se basa en una vi-

sión heterodoxa del negocio vitivinícola como porque se inspira en un modelo de desarrollo sostenible y humano ligado al territorio. Su evolución y encuentro con la EBC es útil para entender las implicaciones de ésta para las empresas y las dificultades de su implantación.

El Celler La Muntanya es algo más que una iniciativa empresarial vitivinícola; en realidad es el eje sobre el que pivota un proyecto global que se compone de actividades productivas, artísticas, divulgativas y culturales unidas por el objetivo de lograr un desarrollo endógeno ligado a la conservación de un ecosistema agrícola tradicional de la montaña de Alicante. En el plano estrictamente empresarial, además de hacer un vino que ha recibido el reconocimiento de la crítica y el público, ha contribuido a salvar y mantener 28 viñedos que forman parte del patrimonio territorial de la zona.

Una de sus fortalezas es el sello MICROVIÑA, en principio una marca privada pero con potencial para convertirse en una marca colectiva o de garantía. Se trata de una excelente iniciativa que permite diferenciar el vino a partir de una aparente fragilidad estructural que puede ser valorada positivamente por muchos consumidores. De esta forma, el Celler La Muntanya innova en el mundo de la calidad vitivinícola al utilizar un atributo estructural –el minifundio– como herramienta de diferenciación en un mercado altamente competitivo en el que no resulta fácil crear valor.

En lo que se refiere a la relación con la EBC, el Celler La Muntanya comparte sus valores y su programa, pero se enfrenta a la elección de incorporarse de pleno –participando en el movimiento y llevando hasta el final el procedimiento de certificación y señalización que ofrece a las empresas–, o seguir en solitario el camino trazado desde los inicios, avalando su compromiso con su conducta y su reputación. ¿Certificarse o no certificarse con la EBC? Son varios los factores que determinan esta importante decisión.

En primer lugar está la necesidad. En el caso del Celler La Muntanya y su líder Juan Cascant, la notoriedad social alcanzada y su aparición en actividades de promoción y divulgación de la EBC desempeñan una función equivalente a la señalización. Adicionalmente, el hecho de que al menos en España el sistema de certificación esté todavía poco extendido hace

que su valor comercial sea reducido. En segundo lugar está el coste, que para una empresa pequeña como la Celler puede ser un criterio determinante.

En tercer lugar, y aunque no ligado directamente a la EBC, surge un problema estratégico ligado a una cuestión ética. La filosofía de la bodega se basa en lo pequeño, lo próximo y lo natural. Sin embargo, ante la caída del mercado interior del vino, se ha visto obligada, como el resto en España, a vender sus productos en países terceros, entrando en la dinámica de la internacionalización y la búsqueda de nuevos mercados. ¿No es una contradicción defender lo propio, lo local, lo autóctono y al mismo tiempo salir a buscar mercados lejanos? Al final, la rentabilidad es una de las dimensiones de la sostenibilidad, y sin ella las demás dimensiones se vuelven irrelevantes. En los mercados internacionales, el voluntarismo y las buenas acciones no bastan para crear valor si no pueden demostrarse. Por ello, si se acepta la lógica del mercado, las relaciones personales basadas en el conocimiento directo y la confianza personal resultan insuficientes, y los sistemas de certificación se convierten en indispensables.

En cuarto y último lugar aparece un nuevo problema de fondo que atañe tanto al Celler La Muntanya como a la EBC. ¿Es posible combinar principios filosóficos que entroncan con utopías de resonancias rousseauianas con herramientas de mercado sofisticadas como la retribución por externalidades positivas, las auditorías y la certificación externa?

Si la EBC aspira a superar al *homo economicus* neoclásico -racional, aunque de forma limitada, maximizador de su interés y oportunista-, que es la piedra angular del sistema económico actual, y si su fundamento es la confianza, la cooperación y la búsqueda voluntaria del bien común, no es evidente que deba basar su modelo empresarial en mecanismos que se explican por la desconfianza, la falta de ética y la existencia de fallos de mercado. Como bien señala Han (2012), sólo se pide transparencia y exposición en una sociedad en la que la confianza ya no existe como valor y donde la verdad se ha convertido en apariencia.

Para concluir, el caso del Celler La Muntanya demuestra que la apuesta por el minifundio, las variedades tradicionales y una visión ética y social

de los negocios puede convertirse en una ventaja competitiva para una empresa. La convergencia con un ambicioso programa regeneracionista como el de la EBC es una oportunidad para consolidar el modelo y ampliar el mercado; pero su integración formal no está exenta de riesgos. se trata de un caso singular, ya que en muy poco tiempo ha logrado una elevada notoriedad. Sin embargo, su juventud y la velocidad de los acontecimientos no le ha permitido definir todavía su modelo de negocio en dos aspectos cruciales a medio plazo como son la gestión de la marca MICROVIÑA y el vínculo con la EBC. En cualquier caso, si la empresa no se acaba integrando en la EBC será una mala noticia para ésta.

REFERENCIAS

- ABADÍA, J. M. M. (2005). “Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias”, *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (34): p. 43-67.
- ANTOLÍN, M. N. y GAGO, R. F. (2004). *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management*, *Universia Business Review*.
- ARGANDOÑA, A. (2003). “Sobre los sistemas de gestión ética social y medioambiental en las empresas”, *Revista papeles de ética, economía y dirección*, (8): p. 90-114.
- BARBER, B. R. (2003). *Strong democracy: Participatory politics for a new age*, Univ. of California Press.
- BRUNDTLAND, G. H. (1987). *World Commission on Environment and Development. Our common future United Nations*.
- CAMISÓN, C.; CRUZ, S. y GONZÁLEZ, T. (2007). *Gestión de la Calidad*, Pearson/Prentice-Hall.
- CHOMSKY, N. (1999). *Profit over people: neoliberalism and global order*, Seven Stories Press.
- CHOMSKY, N. y BARSAMIAN, D. (2002). *El bien común*, Siglo XXI.
- CHOMSKY, N. (2010). *The Chomsky reader*, Random House LLC.
- CORNES, R. y SANDLER, T. (1996). *The theory of externalities, public goods, and club goods*, Cambridge University Press.
- CUESTA, M. D. L. (2004). “El porqué de la responsabilidad social corporativa”, *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (2813): p. 45-58.

- DALY, H. E. y COBB, J. B. (1994). *For The Common Good: Redirecting the Economy toward Community, the Environment, and a Sustainable Future*, Beacon Press.
- FELBER, C. (2008). *New Values for our Economy - an Alternative to Capitalism and Communism*.
- FELBER, C. (2012). *La Economía del Bien Común*, Deusto, Centro Libros PAPP.
- FELDMAN, A. M. (1980). *Welfare economics and social choice theory*, Kluwer Nijhoff Publishing Boston/The Hague/ Dordrecht/ Lancaster.
- FERRÁS, S.; MACÍA, X. A.; GARCÍA Y. y ARMAS, X. Q. (2007). *La agricultura familiar sostenible en sistemas minifundistas. Estudio de casos comparados en Galicia e Irlanda*, Tesis doctoral, Universidad de Compostela.
- FUKUYAMA, F. (1990). “¿El fin de la historia?”. *Estudios Públicos*, 37: p. 5-31.
- GARCÍA, F. N. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. ESC Editorial.
- GARCÍA, R.J.; LASANTA, T.; RUIZ-FLAÑO, P.; ORTIGOSA, L.; WHITE, S.; GONZÁLEZ, C. y MARTÍ, C. (1996). “Land use changes and sustainable development in mountain areas: A case study in the Spanish Pyrenees”, *Landscape Ecology*: p. 267-277.
- GEORGESCU-ROEGEN, N. (1977). “Inequality, limits and growth from a bioeconomic viewpoint”, *Review of Social Economy*, 35(3): p. 361-375.
- GIDDENS, A. (2013). *The third way: The renewal of social democracy*, John Wiley & Sons.
- GRAY, J. (1998). *False dawn: The delusions of global capitalism*, The New Press.
- HAMILTON, C. (2004). *Growth Fetish*, Pluto Press.
- HAN, B.-CH. (2012). *La sociedad del cansancio*, Herder.
- JACKSON, T. (2011). *Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet.*, Routledge; Reprint edition (June 29).
- MARÍN, J.L. y RUBIO, A. (2008). “La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 17, núm. 3: p. 27-42.
- MATSUSAKA, J. G. (2005). “Direct democracy works”, *Journal of Economic Perspectives*, 185-206.

- Meadows, D. H. (1977). *Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*, New American Library.
- MEADOWS, D.H., MEADOWS, D.L. y RANDERS, J. (2004). *Limits to growth: The 30-year update*, Chelsea Green Publishing.
- NELSON, P. (1970). "Information and consumer behavior", *The Journal of Political Economy*, 78(2): p. 311-329.
- POLANYI, K. (1957). *The great transformation*, Boston: Beacon Press.
- POWELL, M. (2000). "New Labour and the third way in the British welfare state: a new and distinctive approach?", *Critical Social Policy*, 20(1): p. 39-60.
- POYATOS, R.; LATRON, J. y PILAR, P. (2003). "Land Use and Land Cover Change After Agricultural Abandonment The Case of a Mediterranean Mountain Area", *Catalan Pre-Pyrenees*: p. 362-368.
- RALLO, J.R. (2013). *La teoría del empobrecimiento común*. <http://juanramonrallo.com/2013/05/la-economia-del-empobrecimiento-comun/>
- RIVES, L. M. y BAÑÓN, A. R. (2008). "¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de responsabilidad social corporativa en Pyme", *Información comercial española*, (842), 177.
- RODRIG, D. (2011). *The globalization paradox: democracy and the future of the world economy*, W. W. Norton & Company, New York.
- SEN, A. (1999). *Development as Freedom*, Oxford University Press.
- SERVAN-SCHREIBER, J-L. (1975). *L'entreprise à visage humain*, Paris, éd. Robert Laffont.
- SOROS, G. (2005). *On Globalization*, Public Affairs U.S. Edition: New edition.
- STIGLITZ, J. E. (2002). *Globalization and its Discontents*, New York: WW Norton.
- TAIBO, C. (2006). *Rapiña global*, Punto de Lectura, SL.
- ZAMAGNI, S. (2007). "El bien común en la sociedad posmoderna: propuestas para la acción político-económica", *Cultura Económica*, (70): p. 23-43.

RESUMEN

Economía del bien común y minifundismo en el sector agroalimentario: el caso del Celler La Muntanya (Alicante) y la marca MICROVIÑA

El artículo analiza, en general, las relaciones entre la Economía del Bien Común (EBC) y la bodega el Celler La Muntanya (Alicante) y, en particular, las implicaciones que conlleva la participación formal de una pequeña empresa agroalimentaria en un sistema integral y holístico como la EBC. Se aplica la técnica del análisis de caso y la información utilizada ha sido obtenida directamente por los autores. Aunque la EBC y el Celler La Muntanya comparten una visión alternativa al modelo capitalista neoliberal vigente en la actualidad, y aspiran a promover un cambio de comportamiento de los agentes económicos que ponga en primer lugar la ética y el interés general, en la práctica la participación de la bodega en la EBC se enfrenta a algunas dificultades. Las más importantes se derivan de la utilización por parte de la EBC de herramientas de certificación formalmente similares a las ya vigentes en el mercado en materia de responsabilidad social, y de la necesidad de que las empresas adheridas con respecto a la organización.

PALABRAS CLAVE: economía del bien común, microviña, certificación ética, minifundismo, Celler La Muntanya.

CLASIFICACIÓN JEL: Q 120.

SUMMARY

The Economy for the Common Good and small-scale farming in the agrifood sector: the case of the Celler La Muntanya (Alicante) and MICROVIÑA trademark

The article tackles in general terms the relationships between the Economy for the Common Good (ECG) and the Celler La Muntanya (Alicante), and specifically the implications resulting from the formal participation of a small agrifood firm into a comprehensive, complex and holistic system as the ECG. The case study methodology is employed and the data was obtained directly by the authors of the article. Although they share some features and objectives such as an alternative view to the current neoliberal capitalist model and they support a change in behaviour of economic agents that put first ethics and public interest, reality proves of the firm into the ECG to be quite difficult. The most important are the certification system by the ECG -similar to other certifications- and the duties for firms from membership.

KEY WORDS: Common good economy, Micro Vineyard, Ethics Certificate, Small holding, Celler La Muntanya.

JEL CODES: Q 120.