



Cartel de protesta por el cierre de la factoría de tabacos de Altadis en La Rioja. :: SONIA TERCERO

Ni grandes ni pequeños, responsabilidad social

Ejemplos cercanos de deslocalizaciones como la de Altadis o el 'fiasco' de la industria del mueble deberían hacernos reflexionar sobre la responsabilidad social de las empresas



ANTONIO REMESAL VILLAR
Ingeniero agrónomo y enólogo

LOGROÑO. Hace poco conocimos que Ikea, la multinacional sueca que inunda de mobiliario y enseres el continente, acude a la 'ingeniería fiscal' para evitar pagar impuestos. Según el informe Luxleaks, hasta 350 multinacionales europeas, por diversos métodos 'legales', reducen el pago de impuestos, que en ocasiones no llega al 1%. La Comisión Europea está investigando, pero los entramados son tan complejos que es muy difícil la intervención. Mientras esta gran multinacional 'se forra', tradicionales áreas de fabricación de mobiliario desaparecen. Lejos queda el día en el que Nájera se llenaba de vasos que venían a comprar muebles.

España, consecuencia de su diversidad, es el país europeo más rico en especies forestales y se sitúa en segundo lugar de la UE en superficie

forestal, solo precedida por Suecia. Buena parte de la madera de nuestros bosques podría ser utilizable para fabricación de muebles. En términos relativos, el mueble y el patrimonio forestal, y consecuentemente su generación de riqueza y empleo, es equiparable a la de viñedo: España es el país del mundo que más terreno dedica a la viña con un millón de hectáreas. Pero adivinen quien está inmediatamente detrás: China, que en poco tiempo se convertirá en la primera potencia productora.

El tabaco en España durante el siglo XX ha sido sinónimo de la empresa Tabacalera, monopolio del Estado que durante muchos años dio de comer a muchas familias españolas. Tabacalera a finales de ese mismo siglo se fusiona con la francesa Seita, dando lugar a Altadis y más tarde, en el 2008, la multinacional británica Imperial Tobacco adquiere la compañía. Es sólo a partir de ese momento, cuando, según dice literalmente su página web, Altadis se convierte en una auténtica firma global, la cuarta en el ranking mundial.

Nadie podía imaginar hace solo 8 años lo que iba a suponer para la región este juego de compras y adquisiciones. La fábrica, después de 126 años fabricando tabaco en Logroño, echa el candado, igual que lo hicieron anteriormente otras 10 en España desde 1999. En total, 6.000 personas han perdido su empleo en las fábricas de tabaco desde entonces.

Después de los ejemplos del mueble y del tabaco, el sector agrícola ha sido objeto en los últimos días de un gran debate sobre la autorización del uso del glifosato en Europa, un herbicida empleado ampliamente en la mayoría de los cultivos transgénicos, pero también en cultivos leñosos (incluyendo el viñedo) y forestales y que la OMS confirmó como causa probable de cáncer. El glifosato es la materia activa del herbicida Roundup (Monsanto) y ya se han patentado cultivos transgénicos resistentes a glifosato que permite eliminar cualquier mala hierba sin dañar el cultivo. Las dudas sobre la inocuidad del glifosato son patentes y con el debate en plena ebullición se si-

gue utilizando. Me gustaría pensar que en la decisión que se tome finalmente en cada país no habrá injerencias de las grandes empresas, pero las tres cuartas partes del pastel agrícola (semillas, fertilizantes, fitosanitarios) están controlados por sólo seis multinacionales: Monsanto, Syngenta, DuPont, Dow, Bayer y Basf.

Nueva economía

Está claro que vamos hacia los oligopolios, a la concentración, a la deslocalización..., cada día la riqueza está en manos de menos. La economía global es lo que tiene. Las empresas se van dónde pueden ganar un euro más, donde tienen menos gravámenes, donde existe menor rigor medioambiental o de seguridad o donde hay más subterfugios legales. Es también una característica de la economía actual la diversificación, vía nuevos productos o mercados, para aprovechar sinergias o reducir riesgos. La gestión de las empresas es aséptica, profesional, dirigidas por ejecutivos que no ven sino números y su cuenta de resultados inmediata: el que venga detrás que arree.

Expuesto lo anterior, viene al caso constatar tres hechos presentes en la DOC Rioja que son motivo de alarma:

Primero: el 85% del vino Rioja esta manejado por 15 grupos, la mayoría con intereses fuera de la Denominación. La representación en el Consejo Regulador y en los foros donde las decisiones que se tomen son importantes van en función del poder

La gran compañía de vinos es esencial para Rioja, pero ojo con el desequilibrio de fuerzas que se está creando

que se ostenta: el número de hectáreas y litros vendidos. Son, por consiguiente, los grandes los que ventilan los asuntos estratégicos de la DOC.

Segundo: Hemos asistido en 2015 al desembarco en Rioja del mayor grupo bodeguero chino (sólo él produce lo mismo que Rioja). Su política de expansión se inició en Burdeos. Donde quiere llegar esta compañía, bien como Changyu o a través de las bodegas en las que participa, es toda una incógnita.

Tercero: En los últimos 25 años la superficie de viñedo necesaria para poder vivir dignamente se ha duplicado y se ha reducido el número de cosecheros a un tercio. Haciendo un balance plurianual, los precios de la uva y de la cántara de vino han rozado los costes de producción. De esas cifras depende la economía de muchas familias y son las grandes empresas las que estipulan los precios.

Con todo ello, no podemos cargar todos los males de Rioja a las grandes compañías. La mayoría de ellas juegan un papel esencial como dinamizadores de la economía y generadoras de prestigio y riqueza y así lo han demostrado a lo largo de su trayectoria. Es el desequilibrio de fuerzas entre grandes y pequeños, así como los intereses divididos de los primeros, lo preocupante. Con esta situación, el desafío se presenta para pequeñas o medianas bodegas, grupos familiares, cosecheros y viticultores que, limitados para competir en precio con los grandes emporios, deben orientar su negocio hacia producciones y mercados en los que el precio no sea el factor clave. La zonificación en la que ahora, por fin, se está trabajando va en esta línea.

Por su parte, los consumidores, apelando a su responsabilidad en el consumo, pueden, con su decisión de compra, considerar aquellos productos y productores que procuren un crecimiento sostenible. Concepto que implican aspectos económicos, sociales y medioambientales, y que el consumo de cercanía, a las PYMES, a productores reconocibles y no enmascarado bajo las siglas de grandes multinacionales, avala con más frecuencia.

VUELVE RIOJANO JOVEN Y FRESCO

LOGROÑO, JUEVES 2 DE JUNIO

CALLES ALFONSO VI Y JUAN II (ZONA SIETE INFANTES DE LARA).
DE 19.00 A 21.30 HORAS

CONSIGUE POR SOLO **9€**

COPA DE VINO | 5 FICHAS DE CATA
PORTA COPAS

lomejordelvinoderioja.com

MÁS RIOJANO QUE NUNCA

PODRÁS ACOMPAÑAR TU VINO CON TAPAS RIOJANAS

VENTA DE COPAS:
ONLINE a través de www.lomejordelvinoderioja.com
PRESENCIAL en las oficinas de Duero LA RIOJA
EN EL RECINTO desde las 18 horas