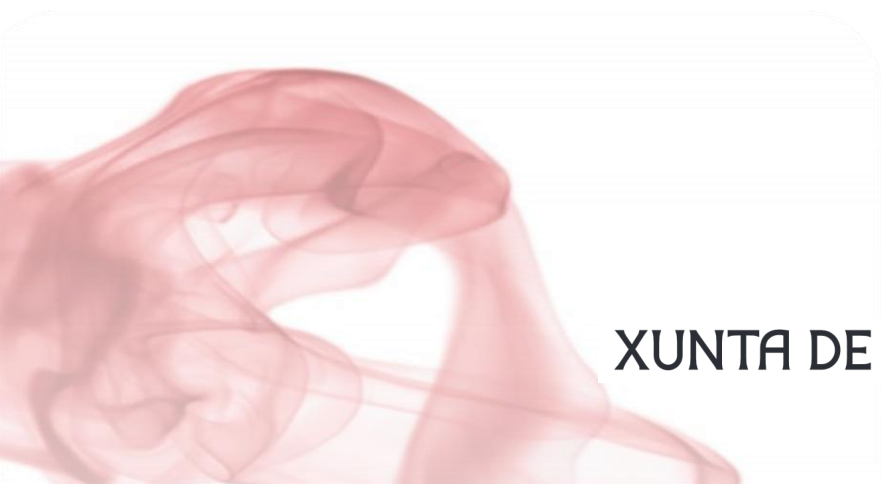
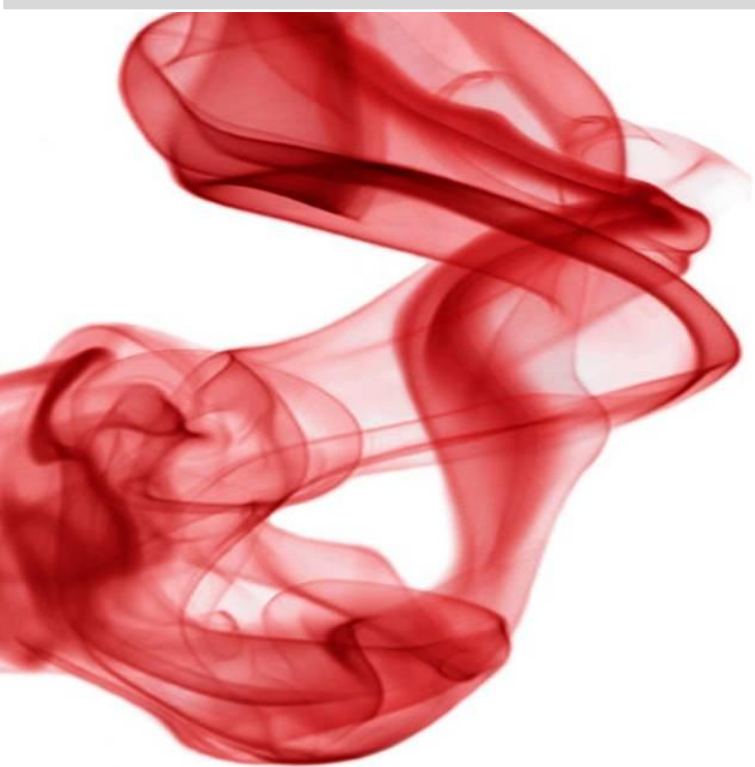




**RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL no sector adegueiro de
Galicia**



XUNTA DE GALICIA

Responsabilidade social empresarial no sector adeguero de Galicia

Xunta de Galicia
Consellería de Traballo e Benestar
Dirección Xeral de Traballo e Economía Social
2015



© Xunta de Galicia. *Responsabilidade Social Empresarial no sector Adequeiro de Galicia*. 1ª ed., 2015

Edita: Consellería de Traballo e Benestar, Dirección Xeral de Traballo e Economía Social

Elaboración, deseño e maquetación: Serviguides Consultoría, S.L.

Url: <http://ediciontraballo.xunta.es/web/portal/publicacions-recursos?activo2=sop4>

Esta obra distribúese cunha licenza CC-Atribución.CompartirIguual 4.0 España de Creative Commons.

Para ver unha copia da licenza visite: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Índice

INTRODUCCIÓN	5
MODELO DE INDICADORES DE RSE NO SECTOR ADEGUEIRO DE GALICIA	8
POSICIONAMENTO SECTORIAL E SITUACIÓN DA RSE NO SECTOR	25
FERRAMENTA DE TRABALLO E CONTROL DA RSE	36
CONCLUSIÓNS.....	41

1

INTRODUCCIÓN

O presente documento reflicte a situación actual en materia de responsabilidade social empresarial do sector das adegas das cinco denominacións de orixe de Galicia, así como un modelo de indicadores adaptado ao sector para a concienciación destas empresas na devandita materia. Para a execución dos traballos contouse coa colaboración das cinco denominacións de orixe de Galicia:

- **DO Monterrei**
- **DO Rías Baixas**
- **DO Ribeira Sacra**
- **DO Ribeiro**
- **DO Valdeorras**

Obxectivo do proxecto

Programa de avaliación, xestión e apoio ao sector adegueiro para avanzar cara á RSE como factor cruce de competitividade e innovación empresarial mediante a análise, avaliación e control dun Modelo de indicadores de RSE para o sector adegueiro.

Como resultado final obterase unha ferramenta de control de indicadores en materia de RSE, da que se poderán beneficiar un total de máis de **350 empresas** que están encadradas dentro das denominacións de orixe galegas.

Indicadores do proxecto

Dada a extensión e multitude de normativas nacionais e internacionais existentes de RSE, o equipo de Serviguide elaborou un cuestionario propio recompilando o máis destacado destas normas co obxecto de testalas dentro das adegas, finalmente refaíse o modelo tendo en conta a situación actual destas presentada no punto 3 desta memoria.

Os estándares que se tiveron en conta para o desenvolvemento deste proxecto son as seguintes:

- Pacto Mundial das Nacións Unidas.
- Norma SA8000 (Social Accountability International).
- Balance Social OIT.
- Os principios do Global Reporting Initiative (GRI 3.1).
- Norma Internacional ISO 26000 (IQNet SR10).
- Seguridade Alimentaria ISO 22000
- Pegada de Carbono.

Metodoloxía do proxecto



Xustificación do proxecto

O sector do viño en Galicia está composto na súa maioría por pequenas empresas que teñen un impacto importante nas zonas onde se sitúan. Ademais, convén resaltar os seguintes datos:

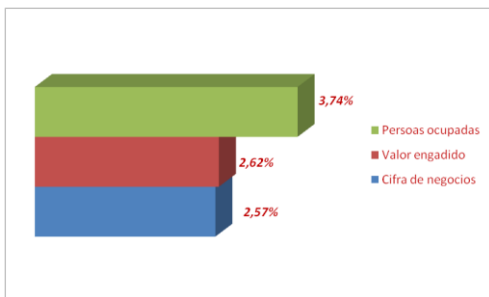
- **Récord histórico en canto a litros vendidos a outros países:** 6,2 millóns na campaña que arrancou o 21 de agosto de 2012 e culminou a finais de xullo de 2013.
- **O sector vitivinícola galego elevou as súas exportacións un 30 % en últimos 5 anos:** as cinco grandes denominacións de orixe – Rías Baixas, Ribeiro, Valdeorras, Ribeira Sacra e Monterrei–, que abarcan 445 industrias adegueiras e 17.500 viticultores.
- **Rías Baixas é a denominación que máis traballa no exterior:** 82 de cada cen litros que se exportan pertencenlle.

Unha vez analizados os indicadores obtidos da análise das normativas anteriores, Serviguide desprazouse ás sedes das DO para dar a coñecer o proxecto.

Doutra banda, elixíronse as adegas ás cales se visitaría co obxectivo de testar o modelo indicado e adaptalo á casuística particular do sector.

Na seguinte imaxe preséntanse as adegas visitadas polo equipo e en que DO pertencen. O criterio escollido para a elección das adegas foi por unha banda, a representatividade da adega dentro da DO (por marca, por volume de produción) e que ademais encadrase dentro do perfil tipo da maioría de empresas (pemes de poucos empregados, que levan anos no mercado).

Convén e queremos resaltar que a elección das adegas foi única e exclusivamente labor de Serviguide.



Dossier Autonómico, Comunidade Autónoma de Galicia – Xaneiro 2014. Análise e Prospectiva – serie Territorial, Subdirección Xeral de Análise, Prospectiva e Coordinación. Ministerio de Agricultura, Alimentación e Medio Ambiente.

Alcance do programa



ADEGAS VISITADAS

- Rías Baixas**
 - Pazo de Señoráns
 - Pazo Valmiñor
 - Rectoral do Umia
- O Ribeiro**
 - Vitivinícola del Ribeiro
 - Bodegas Gallegas. Grupo Arnoya
- Ribeira Sacra**
 - Abadía da Cova
 - Rectoral do Umia
- Valdeorras**
 - Crego e Monaguillo
 - Bodegas Terras Gargalo
 - Bodegas Tapias Mariñán
- Monterrei**
 - Joaquín Rebolledo
 - Bodegas Godeval

2

MODELO DE INDICADORES DE RSE NO SECTOR ADEGUEIRO DE GALICIA

A matriz de indicadores realizouse analizando previamente as normativas máis importantes a nivel internacional de responsabilidade social empresarial e adaptándoa ao perfil de empresas do sector adegueiro. Para iso, implementarse vos unha serie de indicadores por cada un dos grupos de interese das organizacións.

Grupos de interese

Son grupos de interese todos aqueles grupos de persoas, colectivos ou organizacións que, de maneira directa ou indirecta, poden afectar ou verse afectados pola actividade ou decisións da organización. Non consiste só en membros internos da organización, senón tamén grupos externos, membros da sociedade que interactúan con esta a diferentes niveis.

Realízase a análise e identificación dos grupos de interese coa finalidade de coñecer e ter en conta as súas necesidades e expectativas que, posteriormente, permiten á organización desenvolver mecanismos de comunicación e xestión moito máis efectivos. Para iso, tense en conta diversos criterios de selección:

- Persoas que influen ou poden chegar a influír na capacidade da empresa para alcanzar as súas metas.
- Persoas que dependen da organización.
- Persoas coas que a organización ten responsabilidades (legais, financeiras, operativas)
- Persoas que interactúan de maneira directa coa organización.

Grupos de interese seleccionados:



Modelo de indicadores

Para o desenvolvemento do modelo de indicadores atendeuse a distintos estándares internacionais de responsabilidade social empresarial, así como ás características concretas das empresas que operan no sector adegueiro.

Estándares internacionais de Responsabilidade Social Empresarial:

Principios do Pacto Mundial das Nacións Unidas:

O Pacto mundial é unha iniciativa desenvolvida por Nacións Unidas cuxo obxectivo é lograr o compromiso das entidades en responsabilidade social. Para iso, establecen unha serie de principios baseados en declaracións e convencións universais en materia de dereitos humanos, ambientais, laborais e anticorrupción. Inicialmente, a lista compoñíase de nove principios, excluída a corrupción do seu ámbito de actuación. Foi en 2004 cando se considerou necesario reforzar estes principios e amplialos a dez para abarcar tamén a loita contra a corrupción, baseándose na Convención das Nacións Unidas contra a Corrupción:

1. As empresas deben apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos fundamentais, recoñecidos internacionalmente, dentro do seu ámbito de influencia
2. As empresas deben asegurarse de que as súas empresas non son cómplices na vulneración dos dereitos humanos
3. As empresas deben apoiar a liberdade de asociación e o recoñecemento efectivo do dereito á negociación colectiva
4. As empresas deben apoiar a eliminación de toda forma de traballo forzoso ou realizado baixo coacción
5. As empresas deben apoiar a erradicación do traballo infantil
6. As empresas deben apoiar a abolición das prácticas de discriminación no emprego e a ocupación
7. As empresas deberán manter un enfoque preventivo que favoreza o medio ambiente
8. As empresas deben fomentar as iniciativas que promovan unha maior responsabilidade ambiental
9. As empresas deben favorecer o desenvolvemento e a difusión das tecnoloxías respectuosas co medio ambiente
10. As empresas deben traballar contra a corrupción en todas as súas formas, incluídas extorsión e suborno.

Norma SA8000 (Social Accountability International)

Esta norma fundaméntase nos dereitos humanos, incluíndo a Declaración Universal dos Dereitos Humanos, a Convención de Nacións Unidas sobre dereitos do neno, a convención das Nacións Unidas sobre a eliminación de toda forma de discriminación da muller, e outras convencións da OIT baseadas en traballos forzados, liberdade de asociación e representación dos traballadores e igualdade no traballo, entre outras cousas.

O seu obxectivo é que as empresas lles poidan garantir aos seus grupos de interese que os seus produtos son elaborados baixo unhas condicións de traballo humanitario e acorde ás normas de respecto aos dereitos humanos. Certifica ás empresas en ética e responsabilidade social.

- Balance Social OIT:

É un instrumento de xestión para organizar, planear e controlar a xestión social dunha empresa, avaliándoa en termos cuantitativos e cualitativos, nun período de tempo determinado para facer fronte a metas xa establecidas previamente.

O balance social recolle todos os logros e políticas máis relevantes en materia de impacto social da organización.

Global Reporting Initiative (GRI3.1. e GRI 4)

A GRI é unha organización sen ánimo de lucro fundada en 1997 por CERES e o Programa das Nacións Unidas para o Medio Ambiente. O seu obxectivo é impulsar a elaboración de memorias de sustentabilidade para todo tipo de organizacións e, para iso, creou un marco completo de indicadores para a elaboración de memorias de sustentabilidade. Os principios e indicadores que recolle este marco, que serve de guía para a elaboración das memorias, teñen como finalidade medir e dar a coñecer o desempeño da organización en diferentes áreas: económica, social e ambiental.

Norma Internacional ISO 26000 (IQNet SR10):

Esta norma internacional establece os requisitos necesarios para desenvolver e implantar un sistema de xestión de responsabilidade empresarial, así como manter devandito sistema e melloralo. Pretende integrar a responsabilidade social en todos os ámbitos da organización, proporcionando unha guía para todo tipo de organización, independentemente do seu tamaño ou localización.

Seguridade alimentaria ISO22000

Trátase da normal internacional de sistemas de xestión en seguridade alimentaria, abarcando toda a cadea de subministración (desde agricultores a piques de venda). Esta norma, a cal pode ser utilizada por organizacións de calquera tamaño, especifica os requisitos para un sistema de xestión de seguridade alimentaria que implica a comunicación interactiva, a xestión do sistema e os programas de prerrequisitos.

A certificación ISO22000 mostra o compromiso da organización coa seguridade alimentaria.

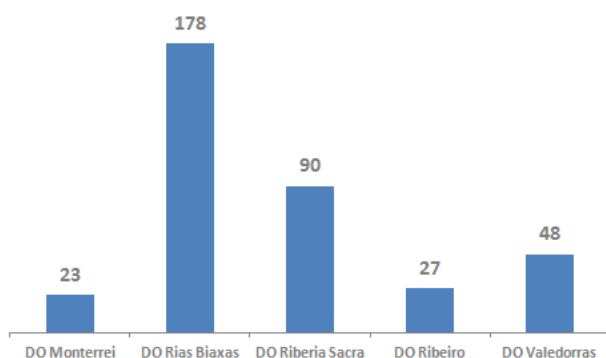
- Pegada de carbono:

Forma de medición do impacto das actividades cotiás dos particulares ou da comercialización dun produto. Determinábase segundo a cantidade de emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) producidos, medidos en unidades de dióxido de carbono equivalente. Esta análise abarca todas as actividades realizadas na produción, desde o momento de adquisición de materias primas ata a xestión destas como residuos, permitindo coñecer o grao de contaminación xerada en todo o proceso.

Adaptación do modelo ao sector das adegas

O proxecto céntrase nas cinco denominacións de orixe de Galicia, escollendo dúas adegas de entre todas as que se distribúen nas ditas rexións.

O número de adegas a día de realización deste informe por cada unha das cinco denominacións de orixe é como segue no seguinte gráfico:



A maioría destas adegas están constituídas en forma de Sociedade Limitada (44,54 %), ou ben os seus propietarios están constituídos como autónomos (35,25 %). As adegas galegas caracterízanse polo seu pequeno tamaño en termos de capacidade produtiva, sendo un número significativo delas xestionadas familiarmente. No caso das máis pequenas (colleiteiros), elaboran viño a través de produción propia, dando lugar aos chamados viños de autor. Polo momento, son minoría as adegas grandes con enfoque industrial e procura de rendibilidade.

A pesar de predominar as constituicións en forma de sociedade limitada e autónomos, non é tampouco estraño que se constituán en forma de sociedade anónima, sociedade agraria limitada ou cooperativa, esta última é a forma

xurídica que máis facilita o acceso ao mercado dos pequenos produtores.

En base a isto, adaptouse unha matriz de indicadores ás características das pequenas empresas que conforman o grupo maioritario no sector adegueiro galego. Un conxunto de 107 indicadores, agrupados en 10 categorías segundo o grupo de interese ao que están referidos, e de sinxelo enchemento polos pequenos negocios vinícolas.

A continuación, unha vez adaptado o modelo de indicadores ao sector que nos ocupa quedaron os seguintes indicadores que foron

os que se testaron nas adegas elixidas no proxecto.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
Goberno corporativo	GC1	Estrutura de propiedade e goberno corporativo	Estrutura da propiedade	Indique se existen na organización cargos executivos ou con responsabilidade en cuestións económicas, ambientais e sociais.
			Políticas corporativas internas	Dispón a organización de valores, principios, estándares ou normas da organización (Códigos de conduta, códigos éticos...)?
			Política remunerativa	Existe na organización unha política remunerativa que vincule a retribución dos máximos órganos de goberno e altos directivos e o desempeño da organización (atendendo á súa desempeño social e ambiental)?
			Sistemas e políticas anticorrupción	Conta a organización con mecanismos que detecten as prácticas ilegais como corrupción, extorsión, suborno, dobre caixa para a obtención de vantaxes fiscais? En caso afirmativo, en que consisten os ditos mecanismos.
	GC2	Xestión da RSE	Cultura empresarial	Integrou a organización a RSE na misión, visión e valores da empresa? Conta a organización dun código ético e/ou declaración de valores destinado aos seus grupos de interese? En caso afirmativo, sinalar como se comunica aos seus grupos de interese
			Compromiso RSE	Expón a organización publicamente os seus compromisos éticos? En caso afirmativo, indicar a través de que soportes (medio de material institucional, por internet ou doutra maneira que sexa adecuada aos seus partes interesadas).
			Sistemas de Xestión	Conta a organización coa implantación de sistemas de xestión que potencien unha maior responsabilidade no desempeño da actividade?
	GC3	Diálogo cos grupos de interese	Identificación de grupos de interese	Identificou a organización os seus grupos de interese, analizando a influencia mutua entre a empresa e cada grupo? En caso afirmativo, indicar de que modo identificáronse os grupos de interese
			Canles de comunicación	Dispón a organización dun plan de comunicación onde se establezan as canles de interacción máis adecuados cos grupos de interese?

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	GC4	Privacidade e transparencia informativa		Dispón a organización dun procedemento para garantir unha interacción, consulta e/ou diálogo cos grupos de interese (empregados, clientes, provedores, administración pública, alianzas/ colaboracións, comunidade social, medios de comunicación, competencia,...) que lle permita ademais coñecer e analizar as súas necesidades e expectativas? En caso afirmativo, indicar en que consiste o procedemento.
			Información pública	Proporciona a organización periodicamente información pública accesible, clara, completa e veraz sobre o desempeño da organización en termos económicos, sociais e ambientais aos seus grupos de interese (páxina web, memoria de sustentabilidade...)? En caso afirmativo, indicar a través de que medios.
			Protección e confidencialidade	Posúe unha política formal de protección de privacidade e/ou un sistema de xestión das informacións privadas dos grupos de interese? Inclúe a organización nos seus contratos e acordos cláusulas de confidencialidade da información?
			Honestidade e transparencia	Proporcionálles un trato respectuoso aos seus grupos de interese (honorabilidade e calidade en todas as transaccións, trato adecuado da morosidade, mecanismos de diálogo ou arbitraje na resolución de conflitos, rexeitamento de clientes con comportamentos discordantes coa estratexia de RSE da organización...)?
<u>Empregados</u>	EM1	Identificación de requisitos sociais e laborais	Obrigacións respecto da Seguridade Social	Conta a organización con algún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais en canto a Seguridade Social? Indique se realiza algún control sobre o cumprimento das devanditas obrigacións (afiliación e/ou alta no réxime correspondente da Seguridade Social, comunicacións de variacións de datos de traballadores, pago das achegas á SS).
			Obrigacións derivadas da contratación persoal	Conta a organización con algún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais en canto a Seguridade Social? Indique se realiza algún control sobre o cumprimento das devanditas obrigacións (Afiliación e/ou alta no réxime correspondente da Seguridade Social, comunicacións de variacións de datos de traballadores, pago das achegas á SS).

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	EM2	Emprego, recrutamento e desvinculacións	Obrigacións en materia de prevención de riscos laborais	Conta a organización con algún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais en canto a Seguridade Social? Indique se realiza algún control sobre o cumprimento das ditas obrigacións (afiliación e/ou alta no réxime correspondente da Seguridade Social, comunicacións de variacións de datos de traballadores, pago das achegas á SS).
			Composición do persoal	Determine o tamaño da organización indicando o número de empregados, atendendo a grupos de idade, sexo, tipo de contrato e posto de traballo.
			Creación de emprego	Determine o tamaño da organización indicando o número de empregados, atendendo a grupos de idade, sexo, tipo de contrato e posto de traballo.
	EM3	Estabilidade laboral, remuneración, incentivos e sancións	Sistemática de selección persoal	Determine o tamaño da organización indicando o número de empregados, atendendo a grupos de idade, sexo, tipo de contrato e posto de traballo.
			Estabilidade laboral	N.º de baixas ano N (despedimentos, baixas voluntarias, baixas por fin de obra)
			Política de remuneración	Dispón a organización da definición dunha política remunerativa?
	EM4	Desenvolvemento persoal	Beneficios extrasalariais	Dispón a organización dun plan de beneficios extrasalariais (plans de saúde, seguros, participación en beneficios...)? Indique se é de aplicación a todos os traballadores do persoal e os criterios establecidos para a obtención devanditos beneficios.
			Desenvolvemento de competencias	Desenvolve a organización programas de xestión de habilidades e de formación continua que fomentan a empleabilidade dos traballadores e axúdanlles a xestionar o final das súas carreiras profesionais?
	EM5	Condicións laborais	Xornada laboral	Fai posible a organización que a xornada laboral non exceda dos límites legais ou acordos de mercado, minimizando as horas extraordinarias?
			Conciliación de vida persoal e laboral	Dispón a organización dun plan de conciliación da vida persoal, familiar e laboral? En caso afirmativo, informar dos instrumentos de conciliación existentes para cada grupo de postos de traballo.
	EM6	Clima laboral	Mecanismos de comunicación de queixas e resolución de conflitos	Facilita a organización a emisión de queixas ou suxestións e a resolución de conflitos asegurando a confidencialidade e non represalia? En caso afirmativo, informar a través de que canles.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	EM7	Saúde e seguridade laboral	Prevenção de riscos laborais na organización	Puxo en marcha a organización plans de prevención para a redución da accidentabilidade? En caso afirmativo, indicar se está dirixido á totalidade do persoal.
			Riscos de saúde específicos	Dispón a organización de medidas concretas para os riscos de saúde específicos (embarazadas, lactante, persoal con lesións, enfermidades profesionais)?
			Programas de control da saúde e seguridade	Desenvolve a organización programas de educación, información, formación, asesoramento, prevención e control de riscos que se apliquen aos traballadores? En caso afirmativo, indicar cales foron as actuacións
	EM8	Relación empresa/traballadores	Convenio colectivo	O convenio colectivo cobre a totalidade do persoal? En caso negativo, indicar que colectivo non se integra no alcance do Convenio e as causas.
			Relacións representativas dos/as traballadores/as	Respecta a organización os dereitos sindicais (afiliación, negociación colectiva, non discriminación de representantes sindicais, libre acceso de representantes ás persoas no seu lugar de traballo...)? Mantén a organización unha comunicación fluída cos/as representantes sindicais, involucrándoos nos procesos de toma de decisións? En caso afirmativo, informar de que modo participan na toma de decisións
	EM9	Diversidade e de igualdade de oportunidades	Composición do persoal	Desagregación da composición do persoal atendendo a persoas con discapacidade, persoas inmigrantes, colectivos desfavorecidos (mozos demandantes de primeiro emprego, desempregados maiores de 45 anos, persoas en risco de exclusión...)
			Políticas de igualdade de oportunidades entre mulleres e homes	Dispón a organización dun plan de igualdade para promover a igualdade de oportunidades entre homes e mulleres en todos os aspectos (distribución de xénero en persoal e en postos directivos, nivel salarial, tipo de contrato...)?
	EM10	Dereitos humanos	Cumprimento dos DDHH	Dispón a organización dalgún mecanismo como son os códigos éticos que aseguren o cumprimento da Declaración universal de dereitos humanos (non utilización de traballo infantil ou forzado, coerción física, verbal ou mental, respecto dos dereitos das comunidades indíxenas...)?
			Prevenção e control	Dispón a organización mecanismos de prevención e control dos dereitos humanos (canles de comunicación anónimos e confidenciais)?

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición	
Cientes	CL1	Requisitos mercantís, consumo e información consumidor. legais de e ao	Lexislación mercantil	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións mercantís e en materia de consumidores e usuarios, así como para o cumprimento das devanditas obrigacións (servizo de actualización lexislativa, asesoría legal...)?	
			Política comercial e cumprimento contractual	A organización dispón de procedementos de uso interno en aspectos como a calidade, o prazo de entrega, o modo de entrega...?	
	Políticas de atención	Dispón a organización dunha política e/ou normas de relación cos clientes baseadas en códigos de conduta e/ou declaracións de valores?			
		Ten a empresa unha política expresa que evite as prácticas ilegais (non suborno, coaccións...) nas súas vendas?			
	CL2	Relacións comerciais	Colaboracións e asesoramentos	Colabora a organización cos clientes, usuarios e consumidores para a mellora dos procesos, produtos e servizos? En caso afirmativo, indicar de que modo realízanse as colaboracións.	
				Ofrece a organización servizos de información e asesoramento ao seu cliente, usuarios e consumidores sobre o uso responsable dos seus produtos a través de programas de asesoramento? En caso afirmativo, indicar que servizos e/ou programas puxo en marcha a organización.	
	CL3	Satisfacción do cliente	Avaliación da satisfacción	Dispón a organización dun sistema de avaliación e seguimento do nivel de satisfacción dos seus clientes, usuarios e consumidores? En caso afirmativo, sinalar as canles de avaliación.	
				O servizo de atención ao cliente, usuarios e consumidores é avaliado por indicadores e ten representación nos procesos de toma de decisións da organización? En caso afirmativo, informar dos resultados do servizo de satisfacción.	
	CL3	Satisfacción do cliente	Avaliación da satisfacción	Reclamacións e resolución de conflitos con clientes	Dispón a organización dun procedemento ou sistemática para admitir e dar solucións ás reclamacións dos clientes? En caso afirmativo, indicar en que consiste dicha sistemática.
				Trazabilidade de produtos	Que métodos dispón a organización para asegurar a rastrexabilidade (cara adiante e cara atrás) dos seus produtos, incluídos os ingredientes auxiliares e envases que estean en contacto co produto. Realizan ensaios periódicos de retirada de produto en caso de emerxencia alimentaria.
	CL4	Saúde e seguridade do cliente	Trazabilidade de produtos	Que métodos dispón a organización para asegurar a rastrexabilidade (cara adiante e cara atrás) dos seus produtos, incluídos os ingredientes auxiliares e envases que estean en contacto co produto. Realizan ensaios periódicos de retirada de produto en caso de emerxencia alimentaria.	

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	CL5	Información publicidade	Etiquetaxe produto	Proporciona a organización información clara e precisa na etiquetaxe dos seus produtos e servizos, incluídos aspectos sociais e ambientais, así como as obrigacións de posvenda? En caso afirmativo, sinalar sobre que aspectos sociais e ambientais infórmase.
			Publicidade	Proporciona a organización produtos a través de publicidade que non cre unha imaxe enganosa, non proxecte mensaxes que poidan ser considerados ofensivos, manteñan un código de respecto cara á competencia, e non utilice medios de publicidade non desexada (spam, fax)? En caso afirmativo, sinalar se a organización conta cunha política ética en materia de publicidade.
<u>Provedores</u>	PR1	Requisitos mercantís legais	Lexislación mercantil	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións mercantís e realizar un control sobre o cumprimento das devanditas obrigacións?
	PR2	Relación provedores	Programas colaboración	Colabora a organización cos seus provedores para a mellora de procesos, produtos e servizos desde un punto de vista social e ambiental, minimizando impactos negativos e potenciando os positivos? En caso afirmativo, indicar de que modo realízanse as colaboracións.
				Estimula a organización redes ou cooperativas de pequenos provedores, axudándolles a adecuarse a novos modelos de subministración? En caso afirmativo, indicar a que nivel realízanse ditas redes (local, comarcal, provincial...).
				Apoia a organización a provedores que practiquen e promovan o Comercio Xusto? En caso afirmativo, indicar de que modo apóiase.
			Fidelidade provedores	Ofrece a organización condicións de suficiente estabilidade e fidelidade aos seus provedores? En caso afirmativo, indicar cales son ditas condicións.
PR3	Selección e avaliación	Criterios de selección	Dispón a organización dun código de conduta e/ou declaración de valores onde se establezan as políticas e criterios para a selección de provedores?	
			Establece a organización un prazo formal para que os provedores se adecúen aos criterios de RSE establecidos? En caso afirmativo, indicar cal é o prazo de adaptación e de que modo verifícase a adecuación.	
			Existen criterios de selección	

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
				Dispón a organización dunha política que privilexie a provedores con certificación socioambiental (SA8000, ISO14000, MSC, FLO...)?
			Contratación de provedores locais	Dispón a organización de políticas e/ou compromisos para dar preferencia a produtos e provedores do mercado local?
	PR4	Aprovisionamento e subcontratación	Política de aprovisionamento	Adopta a organización criterios de compra que consideren a garantía de orixe para evitar a adquisición de produtos ilegais? A organización dispón de procedementos de uso interno en aspectos como a calidade, o prazo de entrega, o modo de entrega...?
			Política de subcontratación	Establecéronse criterios de decisión sobre que actividades subcontrátanse externamente?
			Integración dos DDHH	Integra a organización os principios en materia de DDHH nas operacións comerciais e nas actividades subcontratadas da cadea produtiva? En caso afirmativo, indicar de que modo intégranse devanditos principios.
PR5	Información e comunicación	Programas de divulgación	Colabora a organización cos seus provedores para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de que modo materialízanse ditas colaboracións.	
<u>Administración Pública</u>	AP1	Relacións coa AAPP	Políticas públicas	Sitúase a organización nas políticas públicas, participando no desenvolvemento das mesmas? En caso afirmativo, indicar de que modo involúcrase a organización no desenvolvemento das mesmas. Comprométese a organización coa non achega a partidos políticos ou institucións relacionadas?
			Desenvolvemento local	Mantén a organización coas administracións públicas relacións leais e de colaboración para o desenvolvemento sustentable local (Axenda 21 local)? En caso afirmativo, indicar se estas boas condutas reflíctense nalgunha política corporativa
			Fiscalidade responsable	Foi sancionada a organización nalgunha ocasión por non cumprir coas súas obrigacións tributarias?
			Prácticas anticorrupción	Estableceu a organización unha política e/ou criterios para evitar as prácticas de corrupción que favorezan a axentes do poder público? En caso afirmativo, indicar que criterios fórmulanse na política.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	AP2	Información e comunicación	Programas de sensibilización, divulgación, formación	Colabora a organización coa Administración pública para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de que modo materialízanse ditas colaboracións.
<u>Alianzas e colaboracións</u>	A O1	Relacións coas alianzas e colaboracións	Entidades de Investigación	Interactúa a organización con entidades académicas e científicas de investigación? En caso afirmativo, achegar relación de entidades de investigación coas que mantén relación. Estimula e colabora en proxectos de I+D+i interactuando activamente coa comunidade académica e científica? En caso afirmativo, informar dos programas desenvolvidos.
			Alianzas estratéxicas: Joint Ventures	Conta a organización con alianzas estratéxicas (joint ventures) para o desenvolvemento da actividade? En caso afirmativo, achegar relación das entidades coas que se teñen alianzas estratéxicas. Cal é o obxectivo de cada unha das alianzas estratéxicas coas que conta a organización?
	A O2	Información e comunicación	Programas de sensibilización, divulgación, formación	Colabora a organización coas súas alianzas e colaboracións para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de que modo materialízanse ditas colaboracións.
<u>Comunidade social</u>	SO1	Relacións coa comunidade local	Compromiso adquirido coa comunidade	Comprométese a longo prazo a organización coa comunidade local na que opera, mantendo os seus centros produtivos, creando emprego e minimizando o impacto negativo sobre a comunidade (ruído, emisións, verteduras)? En caso afirmativo, indicar con que aspectos comprometeuse a organización.
			Organizacións sen ánimo de lucro (ONG)	Interactúa a organización con ONG da comunidade local? En caso afirmativo, achegar relación de ONG coas que mantén relación. Desenvolve a organización coas ONG programas sociais e ambientais para atender problemas comunitarios? En caso afirmativo, informar dos programas desenvolvidos.
				Realiza a organización achegas en diñeiro ou en especie a Ong da comunidade local? En caso afirmativo, indicar que criterios séguense para realizar as ditas achegas.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	SO2	Xeración de riqueza comunidade local	Política de promoción de emprego local	Dispón a organización dun programa para empregar na actividade o maior número de persoas da comunidade local? En caso afirmativo, indicar se a comunidade é coñecedora do dito programa.
			Investimentos na comunidade	Contribúe a organización con melloras na infraestrutura ou no ambiente local que beneficien a comunidade local (vivendas, estradas, escolas, hospitais etc.)? En caso afirmativo, informar das actuacións desenvolvidas.
	SO3	Proximidade á comunidade local	Programas de acción social	Leva a cabo a organización actividades de acción social en colaboración con entidades da comunidade local (voluntariado corporativo, promoción do deporte e a cultura, apoio aos axentes sociais...)? En caso afirmativo, indicar que actuacións realizáronse.
				Inclúe a organización as actuacións de acción social no proceso de planificación estratéxica?
				Divulga a organización internamente os proxectos que apoia e desenvolve, ofrecendo oportunidades de traballo voluntario e estimulando a participación dos empregados?
				Porcentaxe de facturación bruta destinada á acción social (non incluír obrigacións legais, nin tributos)
			Actos e eventos	Desenvolve e/ou participa a organización en actos e/ou eventos públicos de interese xeral para a comunidade? En caso afirmativo, indicar as actuacións que desenvolveu e nas que participou.
				Colabora a organización coa comunidade con achegas dinerarias ou en especie para o desenvolvemento de actos e eventos? En caso afirmativo, indicar se a organización dispón dunha partida orzamentaria específica para este fin.
	Promoción de actividades culturais e protección do patrimonio cultural	Desenvolve a organización actuacións que impulsen valores culturais, así como, a protección e conservación do patrimonio cultural da comunidade local? En caso afirmativo, indicar as actuacións realizadas.		
	Mecanismos e programas de atención a problemas comunitarios	Participa activamente na discusión de problemas comunitarios e da procura de solucións? En caso afirmativo, indicar de que modo participábase		

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
			Grupos vulnerables ou discriminados	Desenvolve a organización programas ou actuacións para a defensa e promoción de grupos vulnerables ou discriminados na comunidade? En caso afirmativo, indicar os programas desenvolvidos.
	SO4	Información e Comunicación	Programas de sensibilización e divulgación, formación	Colabora a organización con entidades da comunidade (axentes locais, ONG, Institucións educativas...) para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables?
Medios de comunicación	ME1	Requisitos legais vinculados á publicidade	Requirimentos publicidade	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais en materia de publicidade?
	ME2	Relacións cos medios de comunicación	Portavoz	Conta a organización coa figura de portavoz para manter as comunicacións cos medios de comunicación?.
			Plan de medios	Dispón a organización dun plan de medios centrado na selección de soportes de medios, difusión das campañas, planificación, planificación das aparicións en medios, poboación obxectivo...?
			Colaboracións	Colabora a organización cos medios de comunicación para difundir e sensibilizar en asuntos de interese público e aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar en que consisten ditas colaboracións.
			Seguimento	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para o seguimento das aparicións nos medios de comunicación e os seus impactos? En caso afirmativo indicar en que consisten devanditos mecanismos.
	ME3	Campañas publicitarias	Plan de publicidade	Desenvolveu a organización un plan de publicidade onde se establezan as prioridades publicitarias, estratexias, orzamentos e mecanismos de avaliación?
			Contidos publicitarios	Acode a organización a axencias publicitarias para o desenvolvemento das súas campañas de publicidade? En caso afirmativo, indicar de que modo participa a organización no desenvolvemento da campaña. As campañas de publicidade da organización están baseadas en códigos de conduta publicitarios?
			Compromisos publicitarios	Ten a organización unha política formal contra a publicidade que coloque a nenos, adolescentes, mulleres, representantes de minorías étnicas ou calquera individuo en situación de prexuízo, denigrante, irrespectuosa ou de risco?

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
			Seguimento	Realiza a organización unha análise previa das pezas publicitarias para verificar a coherencia cos seus valores e principios? En caso afirmativo, indicar quen participa no proceso de verificación. Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para o seguimento das campañas publicitarias? En caso afirmativo, indicar en que consiste devandito mecanismo
			Redes sociais	Conta a organización con presenza nos medios sociais como son (facebook, youtube...)? En caso afirmativo, indicar en que medios sociais está presente a organización.
	ME4	Medios sociais	Community Manager	Conta a organización coa figura de <i>Community Manager</i> para canalizar toda o procedente das redes sociais?
			Seguimento	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para o seguimento dos impactos nos medios sociais? En caso afirmativo, indicar en que consiste o dito mecanismo
Competencia	CO1	Requisitos vinculados á competencia legais	Defensa da competencia	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais derivadas da lexislación en materia de competencia desleal e defensa da competencia?
	CO2	Relacións coa competencia	Colaboracións empresariais	Colabora a organización de forma activa con empresas da competencia para dar solución a problemas sectoriais? En caso afirmativo, indicar que asuntos se trataron e medidas adoptadas.
			Mecanismos de control e seguimento	Dispón a organización dalgún mecanismo ou sistemática para o control e seguimento da actividade e actuacións desenvolvidas por empresas da competencia?
	CO3	Competencia leal	Política de competencia leal	Establece a organización a través de códigos de conduta ou declaracións de valores relacións de respecto e colaboración coa competencia (evita a competencia desleal, respecta a propiedade intelectual e colabora en organizacións sectoriais...)?
			Posicionamento fronte á difusión de información falseada ou tendenciosa sobre competidores	Posúe a organización unha política de non utilización da demostración dos defectos ou deficiencias dos produtos ou servizos da competencia para promover os seus produtos e servizos?
	CO4	Información e comunicación	Programas de sensibilización, divulgación, formación e	Colabora a organización coa competencia para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de que modo materialízanse as ditas colaboracións.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
Xestión ambiental	GE1	Requisitos e requirimentos ambientais	Requisitos ambientais	Dispón dalgún sistema para a identificación de requisitos ambientais aplicables á actividade. En caso afirmativo describa e indique con que frecuencia a organización avalía o seu cumprimento.
			Impactos ambientais	Identifica ou identificou os impactos ambientais da planta e das actividades que nela se desenvolven. Definiu medidas para mitigar os ditos impactos. En caso afirmativo describa cales.
	GE2	Descrición de Terreos	Localización xeográfica	Describa a localización xeográfica das súas instalacións, facendo fincapé naqueles elementos naturais (ríos, marismas, bosques, patrimonio etc.) que se atopen e a súa contorna e que poidan verse afectados pola actividade da empresa. Algún deses elementos dispón dun recoñecemento de especial protección.
			Superficie	Indique a superficie ocupada polas súas instalacións. Cal é a cualificación actual dos terreos que ocupa a planta. Xestiona o chan destas. Realizou algún tipo de estudo sobre a afección da actividade sobre o chan que ocupa.
	GE3	Consumo de recursos materiais	Materias primas e auxiliares	Identifique a natureza e tipoloxía das materias primas e auxiliares que se empregan na actividade da planta. Consumos de recursos materiais
			Análise do ciclo de vida	Realizou a organización unha análise do ciclo de vida dos produtos fabricados.
	GE4	Aspecto enerxético	Fontes enerxéticas	Cales son as súas principais fontes de enerxía. Utiliza algunha fonte de enerxía renovable. Consumos de recursos enerxéticos.
			Aforro enerxético	Desenvolveu ou implantou algunha medida de aforro enerxético. En caso afirmativo, describa cal.
	GE5	Auga	Captación de auga	Identifique os medios de captación de auga da organización. En caso de captacións propias dispón das correspondentes autorizacións Consumo de auga: captacións subterráneas, abastecemento de rede, reutilizadas.
			Utilización de auga	Describa os diferentes usos da auga nas instalacións.
			Reutilización de auga	Dispón de métodos para reutilización de auga nas instalacións? En caso afirmativo sinala en que consisten.
			Tratamento de augas	Describa os métodos de tratamento para as augas residuais.
			Aforro de auga	Dispón de medidas implantadas de aforro de auga? En caso afirmativo sinala as medidas implantadas.

Grupo interese	Código	Aspecto	Subaspectos	Descrición
	GE6	Atmosfera/ Ruídos	Emisións	Enumere as fontes de emisión de gases á atmosfera e a súa procedencia.
				Realiza controis sobre os parámetros de emisión (gases, partículas etc.). Con que frecuencia.
				Desenvolveuse algunha estratexia para a redución de emisións.
			Emisións atmosfera: Tm CO2	
	Ruídos	Realízouse algunha medición de ruído ambiental no perímetro das instalacións. En caso afirmativo os valores están dentro dos parámetros fixados pola lexislación vixente.		
	GE7	Residuos	Xeración de residuos	Identifique a natureza dos residuos xerados e os métodos de xestión utilizados.
				Xeración de residuos: Tm/ano por tipoloxía e natureza de residuos
			Subproductos xerados	Descrba os subproductos xerados e o uso que se lle dá a estes.
			Minimización de residuos	Ten a organización algún plan implantado de minimización de residuos? En caso afirmativo descrba de maneira xeral as principais liñas de aplicación.
	GE8	Información ambiental	Información pública	Dispón a organización de información pública de carácter ambiental? En caso afirmativo, indique a través de que medio.

3

POSICIONAMENTO SECTORIAL E SITUACIÓN DA RSE NO SECTOR

Neste punto detállanse os resultados obtidos no traballo de campo de visitas ás adegas, cos resultados da recompilación de indicadores.

Todas as cuestións expostas nas adegas (salvo indicadores cuantitativos e que non teñen relevancia para este proxecto), tiñan tres posibles respostas SE, NON, en Parte.

Na medida en que foi posible tratouse de evitar a resposta “En Parte” tratando de situar as empresas dentro de se fan ou non determinadas accións nos grupos de interese analizados.

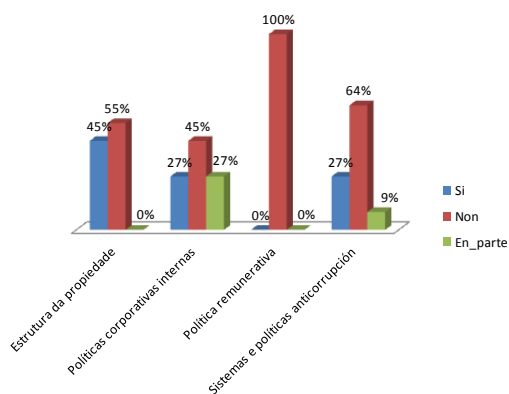
As respostas aos cuestionarios preséntanse como anexo ao final do documento, aínda que é certo que se eliminaron as observacións recompiladas nas entrevistas, deixando só a resposta final.

A continuación por cada un dos grupos de interese, preséntanse os resultados asépticos dos indicadores, o que reflicte a situación xeneralizada.

GOBERNO CORPORATIVO

Estrutura da propiedade e goberno corporativa

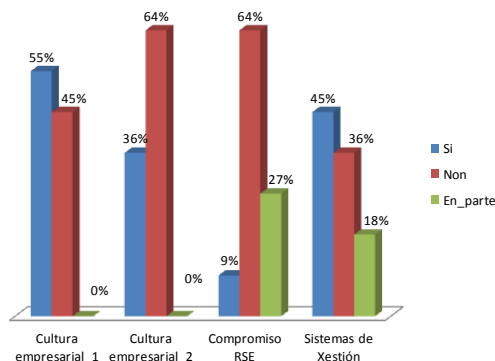
Na seguinte gráfica preséntanse os datos obtidos nas adegas. Convén destacar, que en ningunha das empresas se asocian políticas remunerativas aos máximos órganos de dirección en función do seu desempeño social ou ambiental.



Xestión da RSE

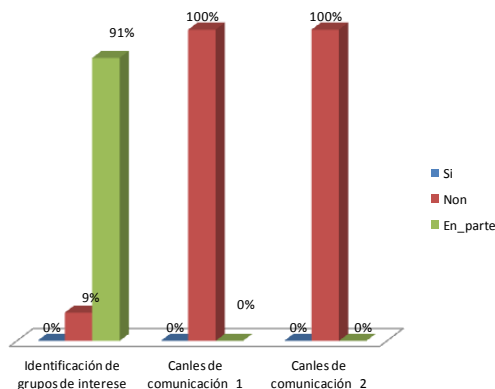
En relación con este punto, obsérvase en xeral pouca cultura de RSE, aínda que nos indicadores de misión, visión e valores si están definidos en aproximadamente a metade das

empresas, un 64 % delas manifestan non ter ningún tipo de compromiso coa RSE



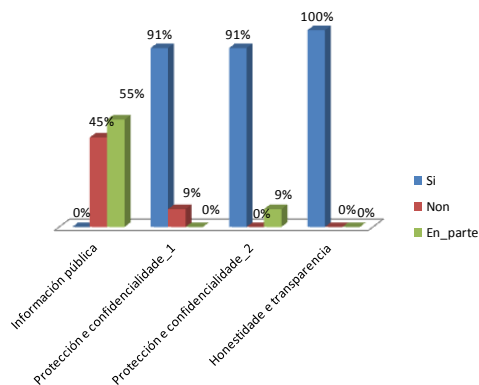
Diálogo cos grupos de interese

As empresas si teñen identificados os seus grupos de interese e dalgunha forma establecidos os mecanismos de comunicación con eles, aínda que de maneira formal ningunha delas.



Privacidade e transparencia informativa

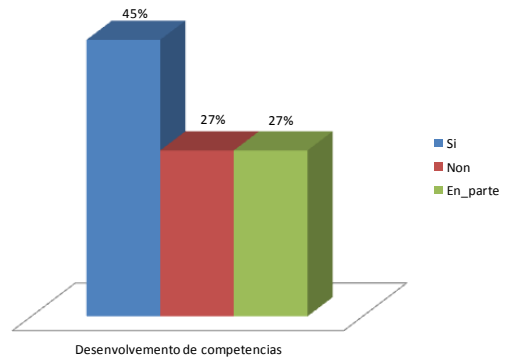
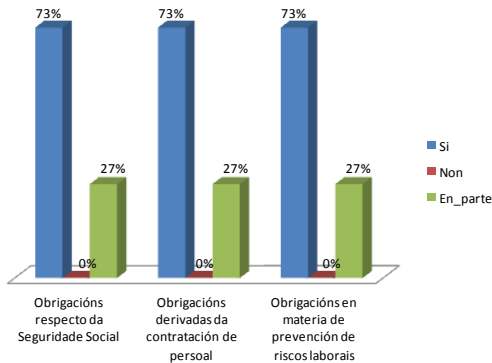
Destacar que ningunha das empresas visitadas ten información pública en materia de RSE (como memoria de sustentabilidade)



EMPREGADOS

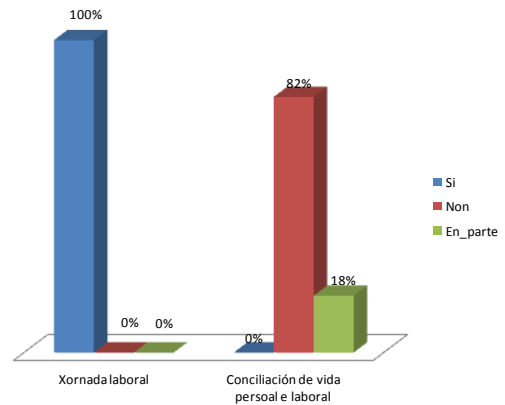
Identificación de requisitos sociais e laborais

En canto á identificación de requisitos legais, tanto neste apartado como noutros, só unha porcentaxe mínima di non facelo a través de servizos de actualizacións legislativas ou empresas subcontratadas para ese efecto. As DO e a propia administración pública funcionan como alertas nesta materia.



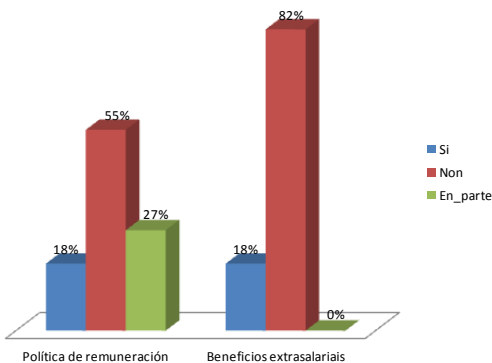
Condicións laborais

Todas as empresas manifestaron que garanten que ninguén excede a xornada laboral establecida. En materia de conciliación de vida laboral e persoal ningunha delas estableceu accións reais encamiñadas cara a esta cuestión, aínda que algunhas manifestan que son aspectos que se teñen en conta.



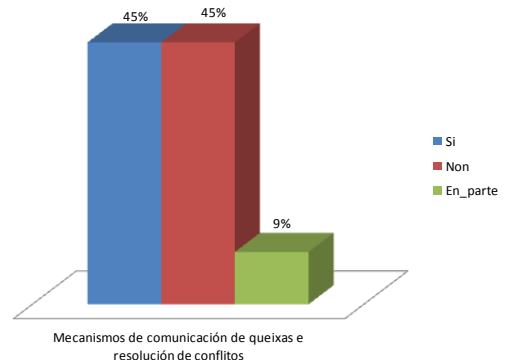
Estabilidade laboral, remuneración, incentivos e sancións

De novo destacamos neste punto que practicamente a totalidade de empresas, non contan con beneficios extrasalariais para os seus empregados. Ademais algo máis da metade nin sequera establecen políticas de remuneración aos seus traballadores.



Clima laboral

Nalgunhas organizacións (45 %) facilítanse a emisión de queixas ou suxestións e a resolución de conflitos asegurando a confidencialidade e non represalia. No resto, ou non hai nada establecido ou se fai directamente no trato persoal entre responsables e traballadores.

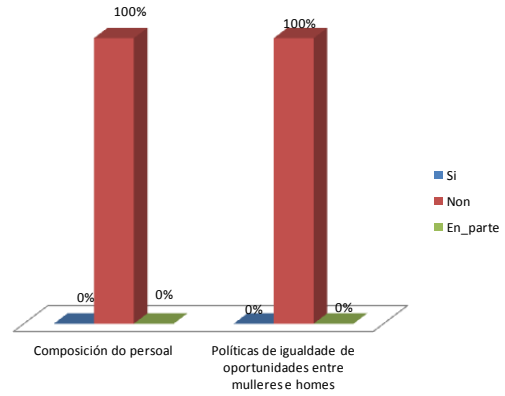
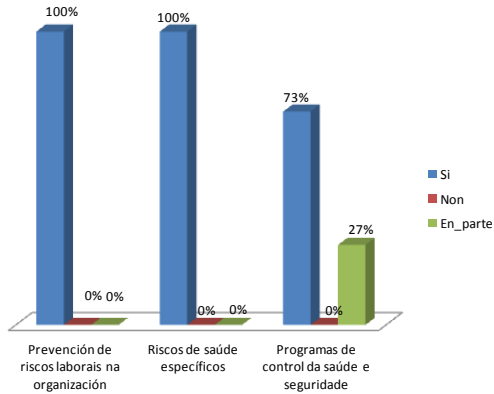


Desenvolvemento persoal

No ámbito de plans de carreira definidos, só un 27 % manifesta que non fixo nada neste sentido. Unha idéntica porcentaxe manifesta que os ten implantados pero non comunicados adecuadamente polo que o restante 45 % si o implantou realmente.

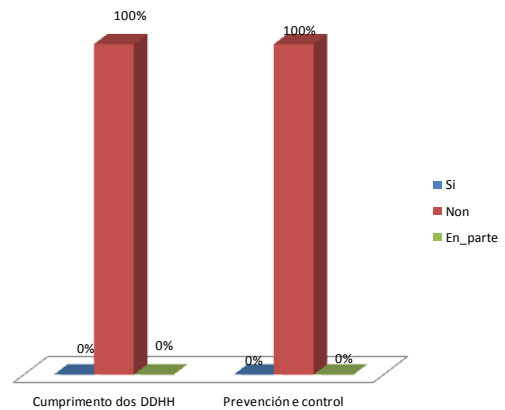
Saúde e seguridade laboral

O cumprimento en materia de prevención de riscos laborais é total nas empresas do sector, ademais maniféstano como algo de vital importancia nas súas organizacións.



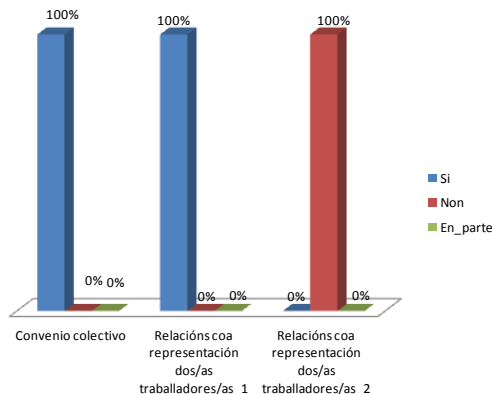
Dereitos humanos

Polo sector de actividade e a zona xeográfica das empresas, están garantidos ao 100 % o cumprimento dos dereitos humanos nas relacións laborais.



Relación empresa/traballadores

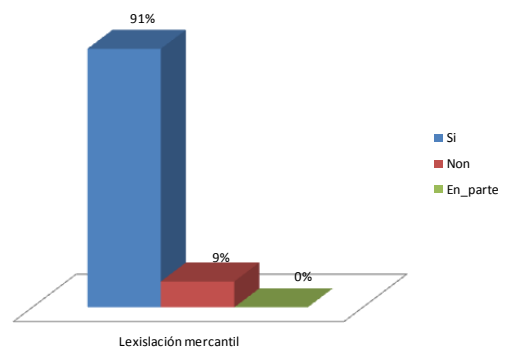
Tal e como se mostra a continuación, o convenio colectivo cobre a totalidade do persoal e o 100 % das organizacións respectan os dereitos sindicais de afiliación, negociación colectiva, non discriminación de representantes sindicais etc.



CLIENTES

Requisitos legais mercantís, de consumo e información ao consumidor

Case a totalidade das organizacións dispón dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións mercantís e en materia de consumidores e usuarios, así como para o cumprimento das devanditas obrigacións (servizo de actualización legislativa, asesoría legal...)

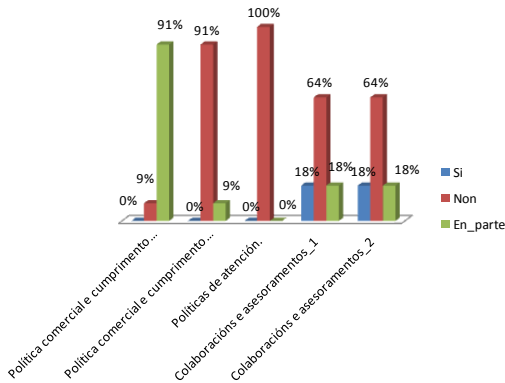


Diversidade e igualdade de oportunidades

Ningunha organización das visitadas dispón dun plan de igualdade para promover a igualdade de oportunidades entre homes e mulleres en todos os aspectos (distribución de xénero en persoal e en postos directivos, nivel salarial, tipo de contrato...).

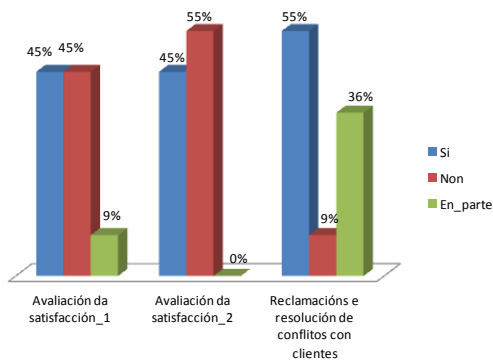
Relacións comerciais

No que á política de atención se refire, ningunha das empresas ten unha política expresa que evite as prácticas ilegais (non suborno, coaccións...) nas súas vendas. Din que estas políticas non son habituais no sector nin para clientes nin para provedores.



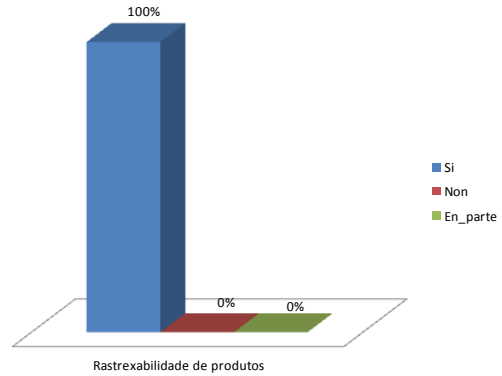
Satisfacción do cliente

En relación coa satisfacción aínda que, non existen datos numéricos rechamantes, si convén destacar que unha porcentaxe significativa non avalía a satisfacción dos mesmos, alegando que a mellor satisfacción está no éxito comercial dos seus produtos.



Saúde e seguridade do cliente

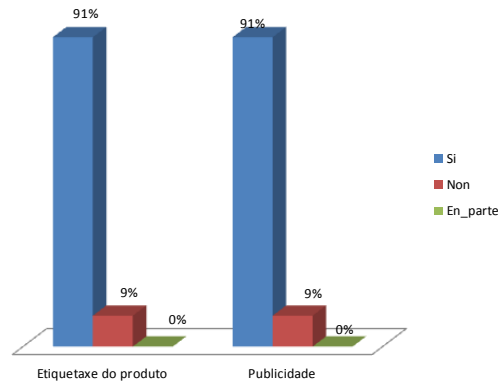
Todas as organizacións dispoñen de métodos para asegurar a rastrexabilidade (cara adiante e cara atrás) dos seus produtos. Ademais dun requisito legal é fundamental nas súas organizacións.



Información e publicidade

O 91 % das empresas enquisadas proporcionan a información clara e precisa na etiquetaxe dos seus produtos e servizos, incluídos aspectos sociais e ambientais, así como as obrigacións de posventa.

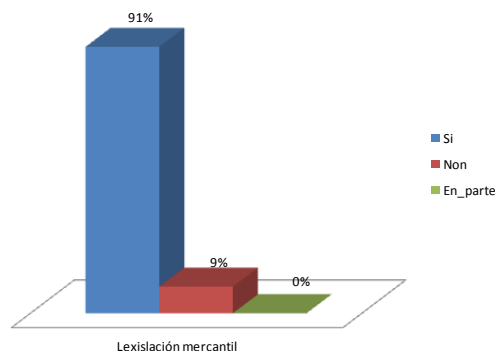
Tamén proporcionan os seus produtos a través de publicidade que non crea unha imaxe enganosa, non proxecta mensaxes que poidan ser considerados ofensivos, manteñen un código de respecto cara á competencia, e non utilizan medios de publicidade non desexada como spam ou por fax. O 9 % con resposta “Non” manifestan que isto o teñen regulado por lei polo que non fan nada específico.



PROVEDORES

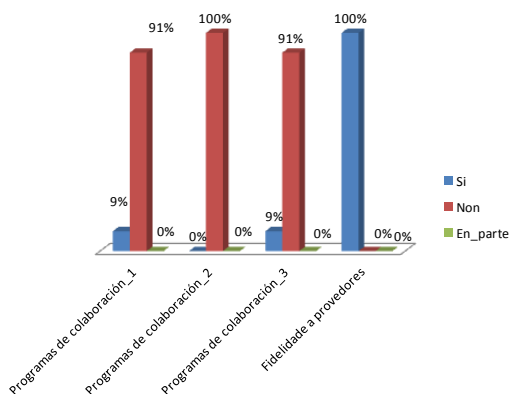
Requisitos legais mercantís

A gran maioría das organizacións dispón dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións mercantís e realizan un control sobre o cumprimento das ditas obrigacións, tal e como se representa no seguinte gráfico.



Relación cos provedores

O principal provedor das empresas do sector adegueiro son os provedores de “uva”. Apuntamos que os provedores están establecidos pola zona na que se atopan co que non teñen demasiada “marxe de actuación” neste sentido. Tanto para estes como para o resto destácase a estabilidade e fidelidade. Non existe colaboración con eles para a mellora de procesos, produtos e servizos desde un punto de vista social e ambiental, minimizando impactos negativos e potenciando os positivos.

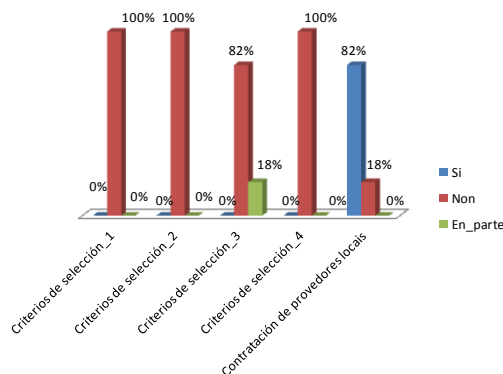


Selección e avaliación

No que a criterios de selección se refire, as organizacións non dispoñen dun código de conduta e/ou declaración de valores onde se establezan as políticas e criterios para a selección de provedores. Tampouco establecen un prazo formal para que os provedores se adecuen aos criterios de RSE establecidos. Non existen criterios de selección nin dispoñen dunha política que privilexie a provedores con certificación socioambiental (SA8000, ISO14000, MSC, FLO...).

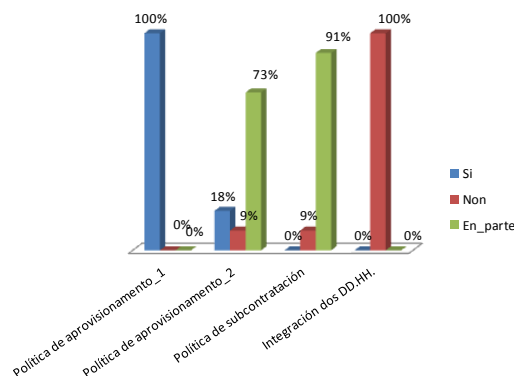
Con todo, máis do 80 % destas empresas dispoñen de políticas e/ou compromisos para dar preferencia a produtos e provedores do

mercado local, en gran parte pola casuística especial das DO.



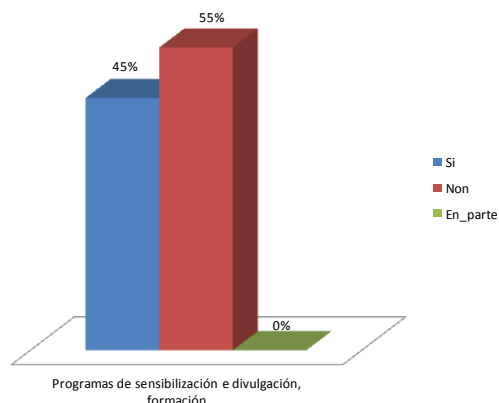
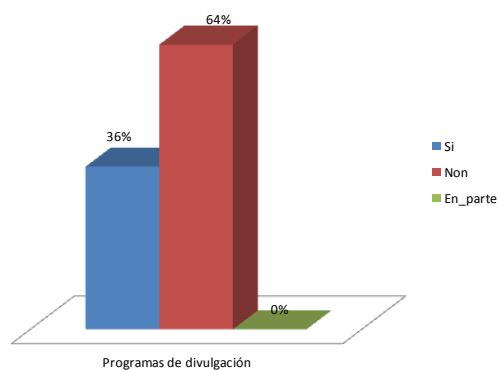
Aprovisionamento e subcontratación

O máis reseñable deste apartado é que todas as adegas adoptan criterios de compra que consideran a garantía de orixe para evitar a adquisición de produtos ilegais, pero ningunha delas integra os principios en materia de DD.HH. nas operacións comerciais e nas actividades subcontratadas da cadea produtiva, ao non consideralo necesario.



Información e comunicación

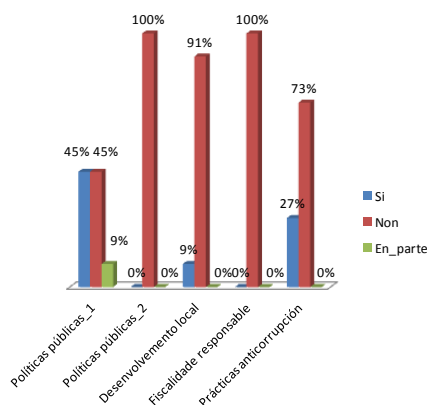
Só un 36 % das empresas colaboran cos seus provedores para o desenvolvemento de actuacións de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables. Isto ocorre en proxectos concretos onde colaboran no ámbito da I+D+i que máis tarde se comentará e sobre todo en promoción de resultados.



ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Relacións coa AA.PP.

Case a metade das empresas sitúanse nas políticas públicas, participando no desenvolvemento das mesmas (a través das DO e nalgún remoto caso directamente). Ningunha das empresas se compromete coa non achega a partidos políticos ou institucións relacionadas, nin estableceu unha política e/ou criterios para evitar as prácticas de corrupción que favorezan a axentes do poder público.



Información e comunicación

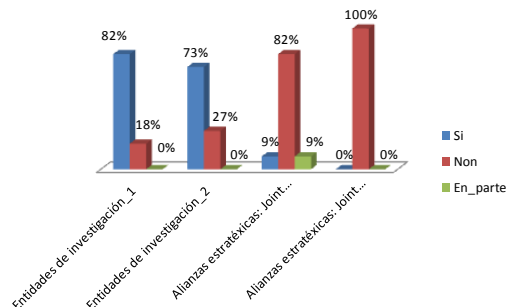
Tal e como se mostra no gráfico, máis da metade das organizacións non colaboran coa Administración pública para o desenvolvemento de actuacións de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables. As actuacións neste sentido son puntuais e sempre a demanda das administracións (locais) para algún tema específico.

ALIANZAS

Relacións coas alianzas e colaboracións

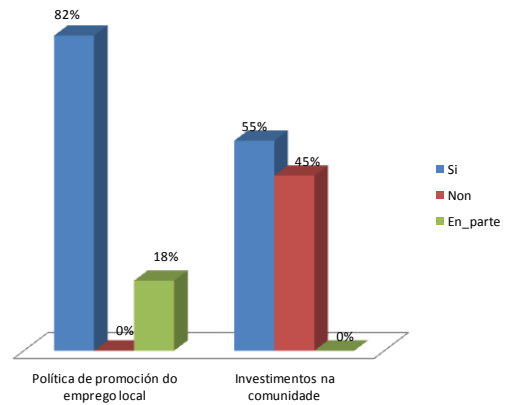
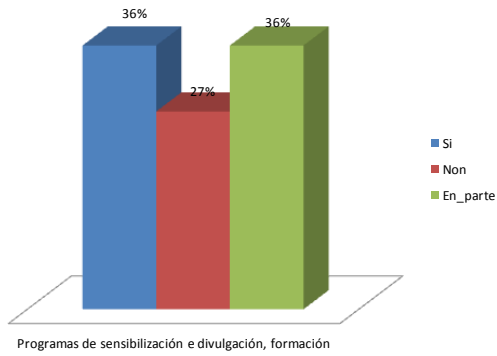
A gran maioría das empresas interactúan con entidades académicas e científicas de investigación. Tamén colaboran en proxectos de I+D+i coa comunidade académica e científica. Existen varios programas abertos, tanto a nivel particular, como a nivel DO de proxectos con financiamento europeo en materia de I+D+i onde as colaboracións son habituais.

Con todo, non se detectaron casos en que os existan colaboracións continuadas mediante alianzas do tipo Joint Ventures.



Información e comunicación

Neste aspecto só un terzo das empresas colaboran coas súas alianzas e colaboracións para o desenvolvemento de actuacións de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables. Normalmente mediante a promoción de resultados dos proxectos anteriores.

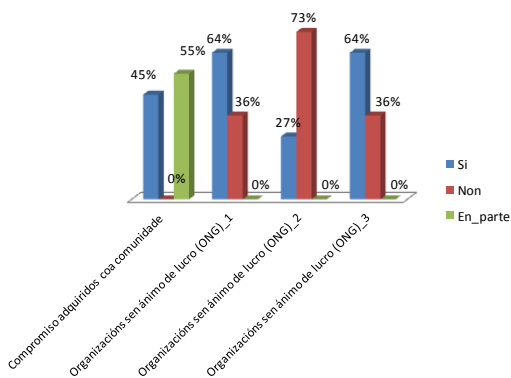


COMUNIDADE LOCAL

Antes de analizar os puntos encadrados dentro deste punto, destacamos que estas empresas teñen un grande impacto na súa comunidade, e son en moitos casos os principais motores económicos, de emprego e influencia das súas zonas.

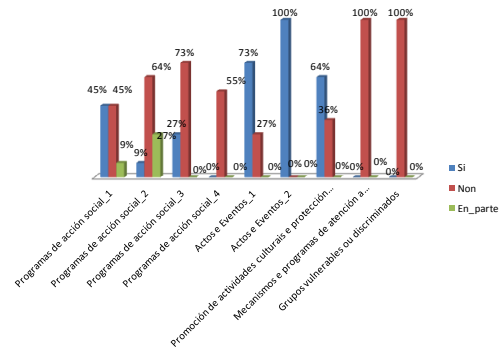
Relacións coa comunidade local

Un 64 % das empresas interactúan e realizan achegas en diñeiro ou en especie a ONG da comunidade local. Pola contra, o 73 % non desenvolve programas sociais nin ambientais para atender problemas comunitarios.



Proximidade á comunidade local

Todas as empresas colaboran coa comunidade con achegas en diñeiro ou en especie para o desenvolvemento de actos e eventos. Con todo ningunha delas participa activamente na discusión de problemas comunitarios e da procura de solucións nin desenvolve programas ou actuacións para a defensa e promoción de grupos vulnerables ou discriminados na comunidade.

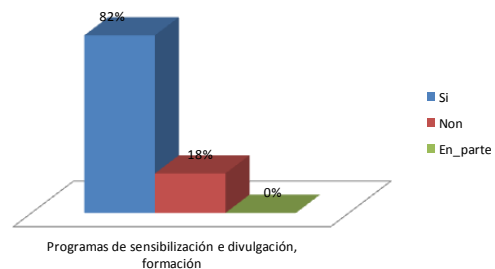


Xeración de riqueza comunidade local

Cabe destacar que a maioría das empresas dispoñen dun programa para empregar na actividade o maior número de persoas da comunidade local. Estes programas non están definidos “por escrito” nas empresas pero si se levan a cabo.

Información e comunicación

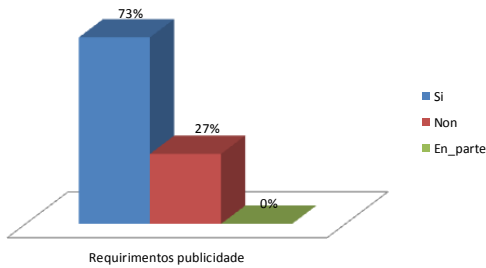
Tal e como se representa no seguinte gráfico, o 82 % das empresas colaboran con entidades da comunidade (axentes locais, ONG, institucións educativas...) para o desenvolvemento de actuación de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables



MEDIOS

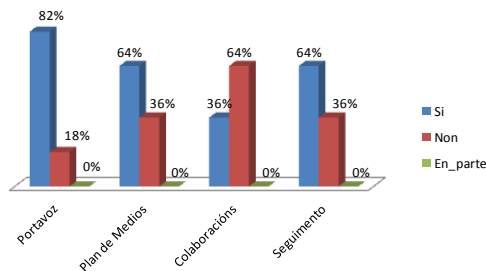
Requisitos legais vinculados á publicidade

Respecto deste apartado hai que indicar que gran parte das empresas dispoñen dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais en materia de publicidade. Normalmente mediante axencias de publicidade coas que habitualmente traballan.



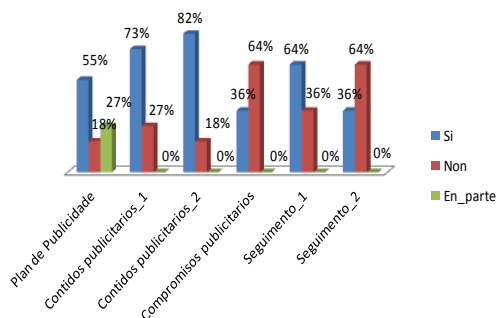
Relacións cos medios de comunicación

O 82 % das empresas contan coa figura de portavoz para manter as comunicacións cos medios de comunicación. Igualmente, un 64 % da empresa teñen plans de medios definidos (anuais) e miden o impacto das súas accións.



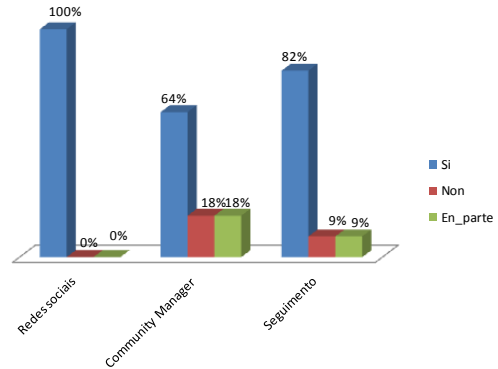
Campañas publicitarias

Gran parte dos contidos publicitarios están regulados por lei polo que existe compromiso de cumprilos a través das propias axencias de medios.



Medios sociais

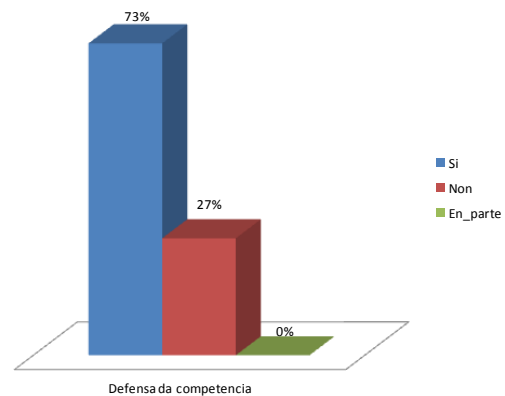
Todas as empresas contan con presenza nos medios sociais aínda que non todas realizan un exhaustivo seguimento das súas accións.



COMPETENCIA

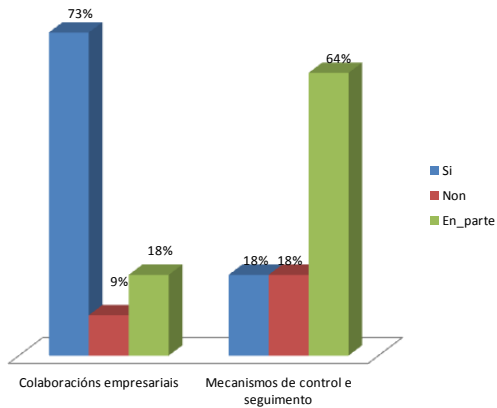
Requisitos legais vinculados á competencia

A gran maioría das empresas dispón dalgún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigacións legais derivadas da lexislación en materia de competencia desleal e defensa da competencia.



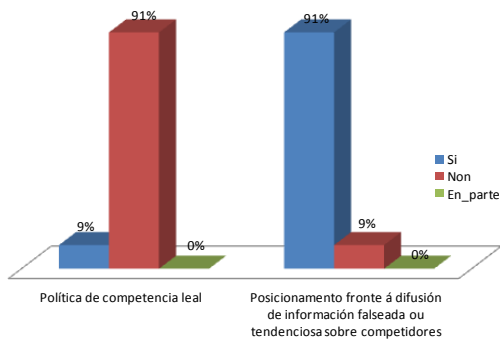
Relacións coa competencia

No seguinte gráfico apréciase a ampla porcentaxe de colaboración das organizacións de forma activa con empresas da competencia para dar solución a problemas sectoriais. Isto realízase fundamentalmente por dúas vías: a través da DO ou a través de proxectos nos que participan xuntos (normalmente proxectos de I+D+i).



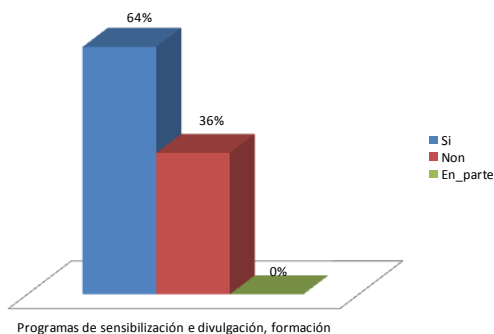
Competencia leal

Case ningunha das empresas establecen códigos de conduta ou declaracións de valores relaciones de respecto e colaboración coa competencia (evitar a competencia desleal, respectar a propiedade intelectual e colabora en organizacións sectoriais...).



Información e comunicación

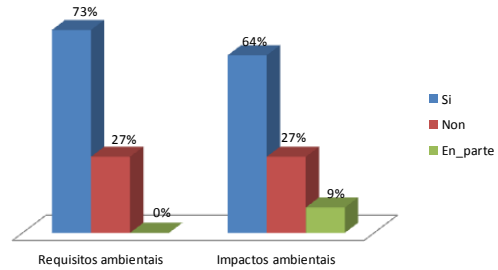
O 64 % manifestan que colaboran coa competencia para o desenvolvemento de actuacións de sensibilización, difusión e divulgación de aspectos socialmente responsables.



MEDIO AMBIENTE

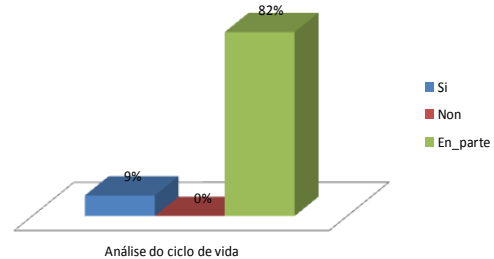
Requisitos e requirimentos ambientais

Segundo se mostra no gráfico desta sección, a gran maioría das empresas dispoñen dalgún sistema para a identificación de requisitos ambientais aplicables á actividade e identifican ou identificou os impactos ambientais da planta e das actividades que nela se desenvolven.



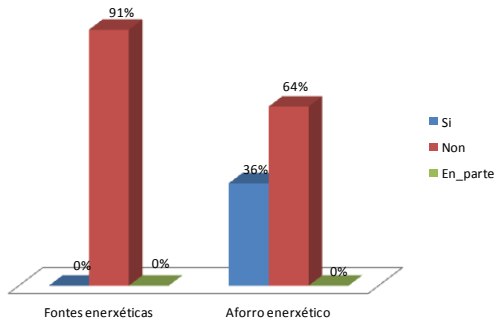
Consumo de recursos materiais

Neste apartado evidénciase que as empresas realizaron unha análise do ciclo de vida dos produtos fabricados en parte.



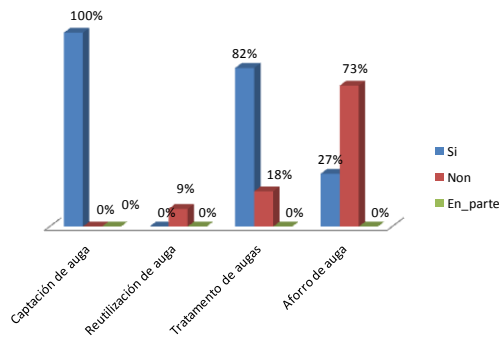
Aspecto enerxético

Neste apartado queda reflectido que case ningunha empresa utiliza algunha fonte de enerxía renovable. (existe unha empresa cun dato contraditorio polo que non se computou no gráfico)



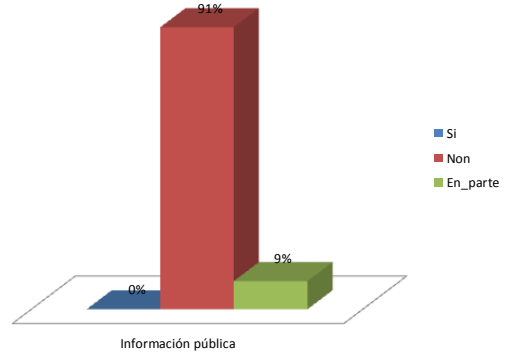
Auga

Neste caso todas as empresas teñen captacións propias de auga e dispoñen das correspondentes autorizacións ambientais.



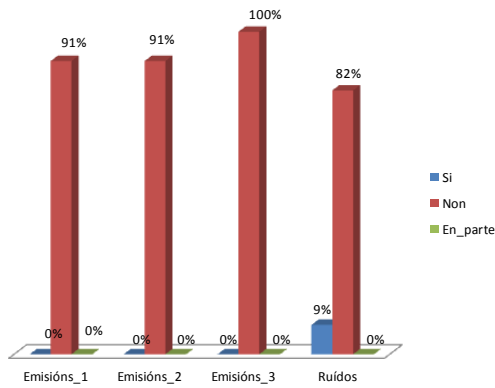
Información ambiental

As empresas non dispoñen de información pública de carácter ambiental. Isto concorda coa non existencia en ningunha de memoria de sustentabilidade.



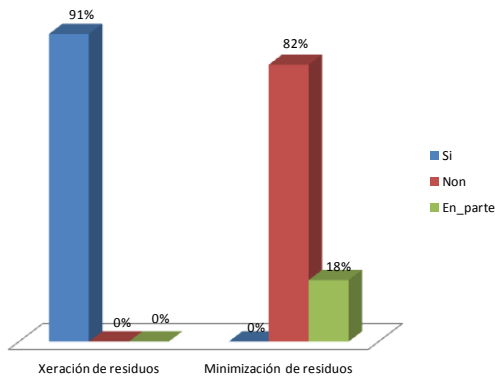
Atmosfera/Ruídos

Case ningunha das empresas realizan controis sobre os parámetros de emisión (gases, partículas etc.), tal e como se aprecia no seguinte gráfico xa que segundo manifestan non son habituais no sector.



Residuos

Case a totalidade das empresas identifican a natureza dos residuos xerados e os métodos de xestión utilizados. (mesmo caso de resposta contraditoria)



4

FERRAMENTA DE TRABALHO E CONTROL DA RSE

Froito da análise anterior, neste punto detállanse os aspectos que desde o traballo de campo se indicaron como non pertinentes no sector. Así, preséntase unha ferramenta de traballo e control que lles permitirá ás empresas encadradas nas cinco denominacións de orixe, independentemente do seu tamaño, poder facer un autodiagnóstico e coñecer **que grao de implantación teñen en cada un dos aspectos de RSE** e establecer accións encamiñadas a mellorar aspectos sobre os que previamente non traballasen.

Para iso, neste punto explicamos como está desenvolvida a ferramenta e baixo que criterios establécense os niveis de integración que serán ao cabo os que marcarán as accións de RSE que poidan realizar as adegas.

Como se comentou ao longo deste documento, o primeiro paso do proxecto, consistiu en definir o modelo de indicadores en base ao cal se desenvolveu o diagnóstico de RSE do sector.

Segundo os datos obtidos do traballo de campo, acóutanse os indicadores para a ferramenta onde se traballará da seguinte forma.

Goberno Corporativo

- Propietarios, accionistas, investidores
- Dirección Corporativa

Dimensión Interna da RSE

- Empregados
- Clientes, usuarios e consumidores
- Provedores

Dimensión Externa da RSE

- Administración pública
- Alianzas e colaboracións
- Comunidade e sociedade
- Medios de comunicación
- Competencia

Dimensión Medio Ambiental

- Xestión ambiental

Dentro de cada un dos grupos de interese identifícanse os aspectos sobre os cales se realizaría o autodiagnóstico, así como o seu conxunto de subaspectos (indicadores concretos a recompilar).

Sobre cada un dos aspectos definíronse os subaspectos concretos ao redor dos cales traballarán as adegas.

A modo ilustrativo preséntase o seguinte exemplo:

- **Grupo de Interese: comunidade e sociedade**
- **Aspecto: relacións coa comunidade local**
- **Subaspecto: desenvolve a organización coas ONG programas sociais e ambientais para atender problemas comunitarios?**

O que as adegas cubrirán é a información dos SUBASPECTOS

Graficamente na ferramenta aparece segundo se mostra na seguinte imaxe:

CÓDIGO	ASPECTOS E SUBASPECTOS		TIPO DE INFORMACIÓN	ANÁLISE		VALORACIÓN
ME1	Requisitos legais vinculados á publicidade		Tipo de Información	Si/Non	Grao de Implantación	Valoración
ME11	Requisitos publicidade	Dispón a organización de algún mecanismo ou sistemática para a identificación das obrigas legais en materia de publicidade?	Cualitativa	SI	3. A actividade realízase totalmente e está documentada	Verde
ME2	Relacións cos medios de comunicación		Tipo de Información	Si/Non	Grao de Implantación	Valoración
ME21	Portavoz	Ten a organización a figura de portavoz para manter as relacións cos medios de comunicación?	Cualitativa	EN PARTE	1. A actividade realízase parcialmente (non está documentada)	Verde
ME22	Plan de medios	Dispón a organización dun plan de medios centrado na selección de soportes de medios, difusión , planificación das aparicións en medios, poboación obxectivo...?	Cualitativa	SI	2. A actividade realízase total ou parcialmente e está documentada	Amarillo

Por cada un dos subaspectos, é necesario completar a seguinte información:

- **Implantado:** SI/NON/EN PARTE
- **Grao de implantación:** explicación por parte do responsable de como se trata o subaspecto concreto dentro da organización. Este grao cuantifícase internamente na ferramenta en catro valores (0,1,2,3), e posteriormente explícase o criterio e o motivo de valoralo.
- **Documentación:** No caso de que existise evidencia documental, documento que o soporta.

En función da contestación das adegas no campo “implantado”, o grao de implantación será un destes catro casos:

- 0 → Non se fai nada
- 1 → A actividade faise parcialmente e non está documentada
- 2 → A actividade faise parcialmente/totalmente e está documentada
- 3 → A actividade faise parcialmente/totalmente, está documentada e faise un seguimento

En base á puntuación alcanzada asignouse un código de cor establecendo o nivel de integración do subaspecto na organización, así as cores/valores corresponde a:



Para os efectos do cálculo do nivel de integración utilízase a media ponderada dos subaspectos, e daráselles o dobre de peso aos valores extremos (0,3) que aos valores intermedios (1,2).

Baixo a metodoloxía explicada, desenvolveuse unha ferramenta que lles permita ás empresas que non traballan habitualmente (ou de maneira consciente) aspectos de responsabilidade social, que empecen realizando un pequeno autodiagnóstico e que lles permita ter unha folia de ruta cuantificada e priorizada por cores, as accións que deberían de acometer con cada un dos grupos de interese.

Como mostra da información que as adegas poden tratar coa ferramenta preséntanse as seguintes imaxes:

1. Información básica comentada en parágrafos anteriores

CÓDIGO	ASPECTOS E SUBASPECTOS	TIPO DE INFORMACIÓN	ANÁLISE			
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CUNTITATIVA / CUALITATIVA	SI/NON	GRAO DE IMPLANTACIÓN	VALOR RESULTANTE	NIVEL DE INTEGRACIÓN

2. Información avanzada

RECOLLIDA DE INFORMACIÓN CUALITATIVA		DOCUMENTACIÓN REXISTRADA		RESPONSABLE		RECOLLIDA DE INFORMACIÓN CUNTITATIVA		
DESCRIPCIÓN / OBSERVACIÓN		SI / NON	FONTE DOCUMENTAL	ÁREA	INTERLOCUTOR	RESULTADO 2014	RESULTADO 2015	RESULTADO 2016

- Campo Observacións

- Se está soportado documentalmente
- Responsable dentro da empresa do seguimento do indicador
- Valor 2014, 2015, 2016 (obxectivo de mellora nos indicadores que presenten niveis de integración baixos)

Achégase a este documento, preséntase o CD coa ferramenta de control que realiza todos os cálculos explicados neste punto.

5

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓNS

Neste punto, resúmense as conclusións obtidas no proxecto. Durante o traballo de campo coas adegas constatouse que a maioría delas descoñecían as diferentes accións encadradas dentro do ámbito da responsabilidade social empresarial.

Hai que ter en conta que o perfil de empresa do sector, é micropeme con menos de 10 traballadores (a excepción de épocas de maior actividade onde a contratación incrementábase) sen ningún tipo de sistema de xestión implantado á marxe do propio sistema informático.

En relación cos grupos de interese contrastouse, que onde máis accións realizan encadradas dentro de indicadores de RSE son con respecto a:

- Comunidade e sociedade
- Medio ambiente

Con respecto á comunidade e sociedade, participan activamente nos seus ámbitos de influencia. Hai que ter en conta que as adegas están distribuídas nas cinco denominacións de orixe, e salvo Rías Baixas, que abarca un ámbito xeográfico máis amplo e disperso, as outras catro (Valdeorras, Ribeira Sacra, Ribeiro e Monterrei) están localizadas en zonas específicas, onde a capacidade de influencia con respecto a emprego e actividade social é moi elevada. Convén destacar a participación da maioría de empresas en actos dos seus concellos a través de doazóns en especie para eventos locais, achegas a Organizacións sen ánimo de Lucro e outras accións no ámbito social.

Igualmente, relevante é a colaboración que existe entre as diferentes adegas, sobre todo á hora de elaborar proxectos de I+D+i, enmarcados dentro dalgún proxecto nacional ou internacional, difundindo resultados na sociedade, que en moitos casos inflúen directamente sobre aspectos ambientais.

Son precisamente, estes últimos onde as empresas do sector actúan de maneira máis directa. Hai que ter en conta, que as accións de RSE van máis aló do mero cumprimento da lexislación actual, que en materia ambiental é ampla. Así, a maioría de empresas adoptou medidas de aforros enerxéticos ou de recursos

como a auga por exemplo a través de mecanismos de rega nos seus viñedos.

Outro aspecto no que se está traballando por parte das adegas en materia de responsabilidade social é na súa relación co grupo de interese de “empregados”. Gran parte dos indicadores deste ámbito recompilados neste proxecto, marcan que as empresas realizan accións encamiñadas a mellorar a súa relación empresa-empleado, pero aínda que, estas realízanse dunha maneira “informal”.

O trato empresa-empleado é un trato en moitos casos familiar, xa que a rotación de persoal estrutural é moi baixa e na maioría dos casos son empregados cunha longa traxectoria na empresa. Convén apuntar a boa acollida que tiveron algunhas das medidas neste ámbito presentadas na matriz de indicadores, polo que poderá ser un bo punto de partida para o “reordenamento” das accións e a súa inclusión dentro dunha estratexia de responsabilidade social empresarial.

Como resumo, do proxecto destacamos que as empresas do sector das adegas, encadradas dentro das cinco denominacións de orixe de Galicia, non traballaron practicamente nada en materia de RSE, polo que presentamos unha sinxela ferramenta de autodiagnóstico que lles permita ordenar as súas accións, establecer obxectivos e avanzar aos poucos nesta materia. Pola actividade concreta e a tipoloxía de empresa cremos que é un paso absolutamente necesario antes de acometer outro tipo de proxectos máis específicos da materia.

galicia

