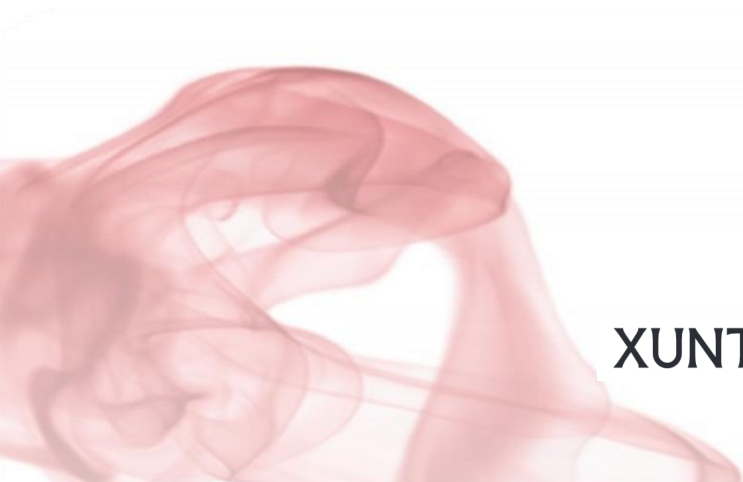
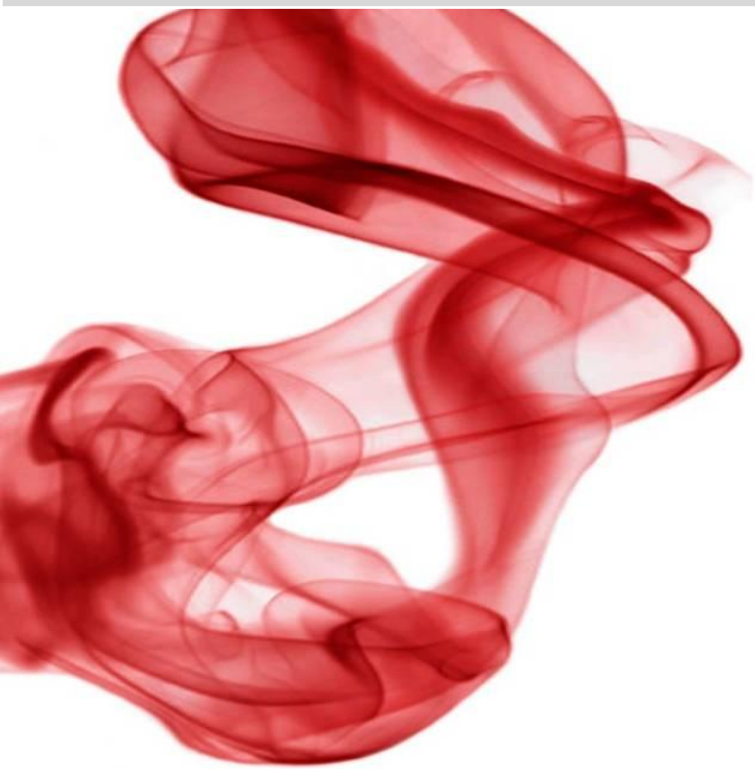


**RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL en el Sector
Bodeguero de Galicia**



XUNTA DE GALICIA

Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Bodeguero de Galicia

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



© Xunta de Galicia. *Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Bodeguero de Galicia* . 1ª ed., 2015

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

Elaboración, diseño y maquetación: Serviguide Consultoría, S.L.

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

Esta obra se distribuye con licencia a CC-Atribución.CompartirIgual 4.0 España de Creative Commons.

Para ver una copia de la licencia visite: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Índice

INTRODUCCIÓN	5
MODELO DE INDICADORES DE RSE EN EL SECTOR BODEGUERO DE GALICIA	8
POSICIONAMIENTO SECTORIAL Y SITUACIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR	25
HERRAMIENTA DE TRABAJO Y CONTROL DE LA RSE.....	37
CONCLUSIONES.....	42

1

INTRODUCCIÓN

El presente documento refleja la situación actual en materia de Responsabilidad Social Empresarial del sector de las Bodegas de las cinco denominaciones de origen de Galicia, así como un modelo de indicadores adaptado al sector para la concienciación de estas empresas en dicha materia. Para la ejecución de los trabajos se ha contado con la colaboración de las cinco Denominaciones de Origen de Galicia:

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

Objetivo del proyecto

Programa de evaluación, gestión y apoyo al Sector Bodeguero para avanzar hacia la RSE como factor clave de competitividad e innovación empresarial mediante el análisis , evaluación y control de un Modelo de Indicadores de RSE para el Sector Bodeguero.

Como resultado final se obtendrá una herramienta de control de indicadores en materia de RSE, de la que se podrán beneficiar un total de **más de 350 empresas** que están encuadradas dentro de las Denominaciones de Origen gallegas.

Indicadores del proyecto

Dada la extensión y multitud de normativas nacionales e internacionales existentes de RSE, el equipo de Serviguide ha elaborado un cuestionario propio recopilando lo más destacado de estas normas con el objeto de testarlas dentro de las bodegas, finalmente se rehace el modelo teniendo en cuenta la situación actual de las mismas presentada en el punto 3 de esta memoria.

Los estándares que han sido tenidos en cuenta para el desarrollo de este proyecto son las siguientes:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Norma SA8000 (Social Accountability International).
- Balance Social OIT.
- Los principios del Global Reporting Initiative (GRI 3.1).
- Norma Internacional ISO 26000 (IQNet SR10).
- Seguridad Alimentaria ISO 22000
- Huella de Carbono.

Metodología del proyecto



Justificación del proyecto

El sector del vino en Galicia está compuesto en su mayoría por pequeñas empresas que tienen un impacto importante en las zonas dónde se ubican. Además, conviene resaltar los siguientes datos:

- **Récord histórico en cuanto a litros vendidos a otros países:** 6,2 millones en la campaña que arrancó el 21 de agosto de 2012 y culminó a finales de julio de 2013.
- **El sector vitivinícola gallego elevó sus exportaciones un 30% en últimos 5 años:** Las cinco grandes denominaciones de origen –Rías Baixas, Ribeiro, Valdeorras, Ribeira Sacra y Monterrei–, que abarcan 445 industrias bodegueras y 17.500 viticultores.
- **Rías Baixas es la denominación que más trabaja en el exterior:** 82 de cada cien litros que se exportan le pertenecen.

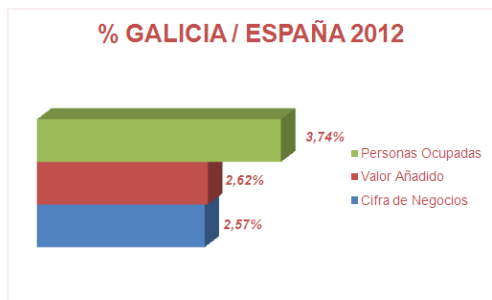
Alcance del programa

Una vez analizados los indicadores obtenidos del análisis de las normativas anteriores, Serviguide se desplazó a las sedes de las DO para dar a conocer el proyecto.

Por otro lado, se eligieron las bodegas a las cuales se visitaría con el objetivo de testar el modelo indicado y adaptarlo a la casuística particular del sector.

En la siguiente imagen se presenta las bodegas visitadas por el equipo y en qué DO pertenecen. El criterio escogido para la elección de las bodegas fue por un lado, la representatividad de la bodega dentro de la DO (por marca, por volumen de producción) y que además encuadrarse dentro del perfil tipo de la mayoría de empresas (pymes de pocos empleados, que llevan años en el mercado).

Conviene y queremos resaltar que la elección de las bodegas fue única y exclusivamente labor de Serviguide.



Dossier Autonómico, Comunidad Autónoma de Galicia – Enero 2014. Análisis y Prospectiva – serie Territorial, Subdirección General de Análisis, Prospectiva y Coordinación. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



BODEGAS 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 EN EL SECTOR BODEGUERO DE GALICIA

La matriz de indicadores se realizó analizando previamente las normativas más importantes a nivel internacional de Responsabilidad Social Empresarial y adaptándola al perfil de empresas del Sector Bodeguero. Para ello, se implementaron una serie de indicadores por cada uno de los grupos de interés de las organizaciones.

Grupos de Interés

Son grupos de interés todos aquellos grupos de personas, colectivos u organizaciones que, de manera directa o indirecta, pueden afectar o verse afectados por la actividad o decisiones de la organización. No consiste sólo en miembros internos de la organización, sino también grupos externos, miembros de la sociedad que interactúan con esta a diferentes niveles.

Se realiza el análisis e identificación de los grupos de interés con la finalidad de conocer y tener en cuenta sus necesidades y expectativas que, posteriormente, permiten a la organización desarrollar mecanismos de comunicación y gestión mucho más efectivos. Para ello, se tiene en cuenta diversos criterios de selección:

- Personas que influyen o pueden llegar a influir en la capacidad de la empresa para alcanzar sus metas.
- Personas que dependen de la organización.
- Personas con las que la organización tiene responsabilidades (legales, financieras, operativas)
- Personas que interactúan de manera directa con la organización.

Grupos de interés seleccionados:



Modelo de Indicadores

Para el desarrollo del Modelo de Indicadores se atendió a distintos estándares internacionales de Responsabilidad Social Empresarial, así como a las características concretas de las empresas que operan en el sector bodeguero.

Estándares internacionales de Responsabilidad Social Empresarial:

Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas:

El Pacto Mundial es una iniciativa desarrollada por Naciones Unidas cuyo objetivo es lograr el compromiso de las entidades en responsabilidad social. Para ello, establecen una serie de principios basados en Declaraciones y Convenciones Universales en materia de derechos humanos, medioambientales, laborales y anticorrupción. Inicialmente, la lista se componía de nueve principios, excluyendo la corrupción de su ámbito de actuación. Fue en 2004 cuando se consideró necesario reforzar estos principios y ampliarlos a diez para abarcar también la lucha contra la corrupción, basándose en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos
3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Norma SA8000 (Social Accountability International)

Esta norma se fundamenta en los derechos humanos, incluyendo la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de Naciones Unidas sobre derechos del niño, la convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de toda forma de discriminación de la mujer, y otras convenciones de la OIT basadas en trabajos forzados, libertad de asociación y representación de los trabajadores e igualdad en el trabajo, entre otras cosas.

Su objetivo es que las empresas puedan garantizar a sus grupos de interés que sus productos son elaborados bajo unas condiciones de trabajo humanitario y acorde a las normas de respeto a los derechos humanos. Certifica a las empresas en Ética y Responsabilidad Social.

- Balance Social OIT:

Es un instrumento de gestión para organizar, planear y controlar la gestión social de una empresa, evaluándola en términos cuantitativos y cualitativos, en un periodo de tiempo determinado para hacer frente a metas ya establecidas previamente.

El Balance social recoge todos los logros y políticas más relevantes en materia de impacto social de la organización.

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

La GRI es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1997 por CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Su objetivo es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad para todo tipo de organizaciones y, para ello, creó un Marco completo de indicadores para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Los principios e indicadores que recoge este Marco, que sirve de Guía para la elaboración de las Memorias, tienen como finalidad medir y dar a conocer el desempeño de la organización en diferentes áreas: económica, social y ambiental.

Norma Internacional ISO 26000 (IQNet SR10):

Esta norma internacional establece los requisitos necesarios para desarrollar e implantar un sistema de gestión de responsabilidad empresarial, así como mantener dicho sistema y mejorarlo. Pretende integrar la Responsabilidad social en todos los ámbitos de la organización, proporcionando una guía para todo tipo de organización, independientemente de su tamaño o ubicación.

Seguridad Alimentaria ISO22000

Se trata de la normal internacional de sistemas de gestión en seguridad alimentaria, abarcando toda la cadena de suministro (desde agricultores a punto de venta). Esta norma, la cual puede ser utilizada por organizaciones de cualquier tamaño, especifica los requisitos para un sistema de gestión de seguridad alimentaria que implica la comunicación interactiva, la gestión del sistema y los programas de prerrequisitos.

La certificación ISO22000 muestra el compromiso de la organización con la seguridad alimentaria.

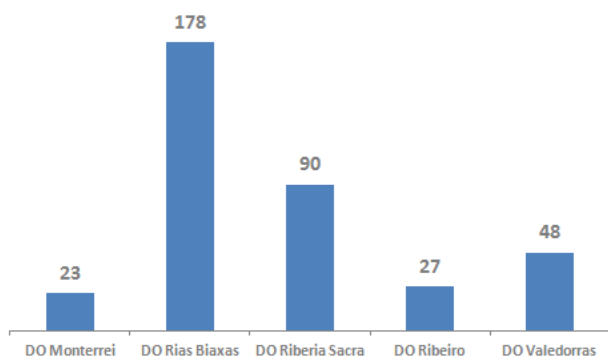
- Huella de Carbono:

Forma de medición del impacto de las actividades cotidianas de los particulares o de la comercialización de un producto. Se determina según la cantidad de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) producidos, medidos en unidades de dióxido de carbono equivalente. Este análisis abarca todas las actividades realizadas en la producción, desde el momento de adquisición de materias primas hasta la gestión de estas como residuos, permitiendo conocer el grado de contaminación generada en todo el proceso.

Adaptación del Modelo al Sector de las Bodegas

El proyecto se centra en las cinco Denominaciones de Origen de Galicia, escogiendo dos bodegas de entre todas las que se distribuyen en dichas regiones.

El número de bodegas a día de realización de este informe por cada una de las cinco denominaciones de origen es como sigue en el



siguiente gráfico:

La mayoría de estas bodegas están constituidas en forma de Sociedad Limitada (44,54 %), o bien sus propietarios están constituidos como autónomos (35,25 %). Las bodegas gallegas se caracterizan por su pequeño tamaño en términos de capacidad productiva, siendo un número significativo de ellas gestionadas familiarmente. En el caso de las más pequeñas (colleiteiros), elaboran vino a través de producción propia, dando lugar a los llamados vinos de autor. Por el momento, son minoría las bodegas grandes con enfoque industrial y búsqueda de rentabilidad.

A pesar de predominar las constituciones en forma de Sociedad Limitada y Autónomos, no es tampoco extraño que se constituyan en

forma de Sociedad Anónima, Sociedad Agraria Limitada o Cooperativa, siendo esta última forma jurídica la que más facilita el acceso al mercado de los pequeños productores.

En base a esto, se ha adaptado una matriz de indicadores a las características de las pequeñas empresas que conforman el grupo mayoritario en el sector bodeguero gallego. Un conjunto de 107 indicadores, agrupados en 10 categorías según el grupo de interés al que están referidos, y de sencilla cumplimentación por los pequeños negocios vinícolas.

A continuación, una vez adaptado el modelo de indicadores al sector que nos ocupa quedaron los siguientes indicadores que fueron los que se

testaron en las bodegas elegidas en el proyecto.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
Gobierno corporativo	GC1	Estructura de propiedad y gobierno corporativo	Estructura de la propiedad	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales.
			Políticas Corporativas Internas	¿Dispone la organización de valores, principios, estándares o normas de la organización (Códigos de conducta, códigos éticos,...)?
			Política remunerativa	¿Existe en la organización una política remunerativa que vincule la retribución de los máximos órganos de gobierno y altos directivos y el desempeño de la organización (atendiendo a su desempeño social y ambiental)?
			Sistemas y políticas anticorrupción	¿Cuenta la organización con mecanismos que detecten las prácticas ilegales como corrupción, extorsión, soborno, doble caja para la obtención de ventajas fiscales? En caso afirmativo, en qué consisten dichos mecanismos.
	GC2	Gestión de la RSE	Cultura empresarial	¿Ha integrado la organización la RSE en la misión, visión y valores de la empresa? ¿Cuenta la organización de un Código ético y/o declaración de valores destinado a sus grupos de interés? En caso afirmativo, señalar como se comunica a sus grupos de interés
			Compromiso RSE	¿Expone la organización públicamente sus compromisos éticos? En caso afirmativo, indicar a través de qué soportes (medio de material institucional, por internet o de otra manera que sea adecuada a sus partes interesadas).
			Sistemas de Gestión	¿Cuenta la organización con la implantación de sistemas de gestión que potencien una mayor responsabilidad en el desempeño de la actividad?
	GC3	Diálogo con los grupos de interés	Identificación de grupos de interés	¿Ha identificado la organización sus grupos de interés, analizando la influencia mutua entre la empresa y cada grupo? En caso afirmativo, indicar de qué modo se han identificado los grupos de interés
			Canales de comunicación	¿Dispone la organización de un Plan de Comunicación donde se establezcan los canales de interacción más adecuados con los grupos de interés?

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	GC4	Privacidad y transparencia y informativa		¿Dispone la organización de un procedimiento para garantizar una interacción, consulta y/o diálogo con los grupos de interés (empleados, clientes, proveedores, administración pública, alianzas/ colaboraciones, comunidad social, medios de comunicación, competencia,...) que le permita además conocer y analizar sus necesidades y expectativas? En caso afirmativo, indicar en qué consiste el procedimiento.
			Información pública	¿Proporciona la organización periódicamente información pública accesible, clara, completa y veraz sobre el desempeño de la organización en términos económicos, sociales y medioambientales a sus grupos de interés (página web, memoria de sostenibilidad...)? En caso afirmativo, indicar a través de qué medios.
			Protección y confidencialidad	¿Posee una política formal de protección de privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas de los grupos de interés? ¿Incluye la organización en sus contratos y acuerdos cláusulas de confidencialidad de la información?
			Honestidad y transparencia	¿Proporciona un trato respetuoso a sus grupos de interés (honestidad y calidad en todas las transacciones, trato adecuado de la morosidad, mecanismos de diálogo o arbitraje en la resolución de conflictos, rechazo de clientes con comportamientos discordantes con la estrategia de RSE de la organización...)?
<u>Empleados</u>	EM1	Identificación de requisitos sociales y laborales	Obligaciones respecto de la Seguridad Social	¿Cuenta la organización con algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en cuanto a Seguridad Social? Indique si realiza algún control sobre el cumplimiento de dichas obligaciones (Afiliación y/o alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social, Comunicaciones de variaciones de datos de trabajadores, pago de las aportaciones a la SS).
			Obligaciones derivadas de la contratación personal	¿Cuenta la organización con algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en cuanto a Seguridad Social? Indique si realiza algún control sobre el cumplimiento de dichas obligaciones (Afiliación y/o alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social, Comunicaciones de variaciones de datos de trabajadores, pago de las aportaciones a la SS).

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	EM2	Empleo, reclutamiento y desvinculaciones	Obligaciones en materia de Prevención de Riesgos Laborales	¿Cuenta la organización con algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en cuanto a Seguridad Social? Indique si realiza algún control sobre el cumplimiento de dichas obligaciones (Afiliación y/o alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social, Comunicaciones de variaciones de datos de trabajadores, pago de las aportaciones a la SS).
			Composición de la plantilla	Determine el tamaño de la organización indicando el número de empleados, atendiendo a grupos de edad, sexo, tipo de contrato y puesto de trabajo.
			Creación de empleo	Determine el tamaño de la organización indicando el número de empleados, atendiendo a grupos de edad, sexo, tipo de contrato y puesto de trabajo.
	EM3	Estabilidad laboral, remuneración, incentivos y sanciones	Sistemática de selección personal	Determine el tamaño de la organización indicando el número de empleados, atendiendo a grupos de edad, sexo, tipo de contrato y puesto de trabajo.
			Estabilidad laboral	Nº de bajas año N (despidos, bajas voluntarias, bajas por fin de obra)
			Política de remuneración	¿Dispone la organización de la definición de una política remunerativa?
	EM4	Desarrollo personal	Beneficios extrasalariales	¿Dispone la organización de un Plan de beneficios extrasalariales (planes de salud, seguros, participación en beneficios...)? Indique si es de aplicación a todos los trabajadores de la plantilla y los criterios establecidos para la obtención dichos beneficios.
			Desarrollo de competencias	¿Desarrolla la organización programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales?
	EM5	Condiciones laborales	Jornada laboral	¿Hace posible la organización que la jornada laboral no exceda de los límites legales o acuerdos de mercado, minimizando las horas extraordinarias?
			Conciliación de vida personal y laboral	¿Dispone la organización de un Plan de Conciliación de la vida personal, familiar y laboral? En caso afirmativo, informar de los instrumentos de conciliación existentes para cada grupo de puestos de trabajo.
	EM6	Clima laboral	Mecanismos de comunicación de quejas y resolución de conflictos	¿Facilita la organización la emisión de quejas o sugerencias y la resolución de conflictos asegurando la confidencialidad y no represalia? En caso afirmativo, informar a través de qué canales.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	EM7	Salud y seguridad laboral	Prevención de Riesgos Laborales en la organización	¿Ha puesto en marcha la organización planes de prevención para la reducción de la accidentabilidad? En caso afirmativo, indicar si está dirigido a la totalidad de la plantilla.
			Riesgos de salud específicos	¿Dispone la organización de medidas concretas para los riesgos de salud específicos (embarazadas, lactante, personal con lesiones, enfermedades profesionales)?
			Programas de Control de la Salud y Seguridad	¿Desarrolla la organización programas de educación, información, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores? En caso afirmativo, indicar cuáles han sido las
	EM8	Relación empresa / trabajadores	Convenio colectivo	¿El Convenio Colectivo cubre a la totalidad de la plantilla? En caso negativo, indicar que colectivo no se integra en el alcance del Convenio y las causas.
			Relaciones con la representación de los/las trabajadores/as	<p>¿Respeta la organización los derechos sindicales (afiliación, negociación colectiva, no discriminación de representantes sindicales, libre acceso de representantes a las personas en su lugar de trabajo...)?</p> <p>¿Mantiene la organización una comunicación fluida con los/las representantes sindicales, involucrándolos en los procesos de toma de decisiones? En caso afirmativo, informar de qué modo participan en la toma de decisiones</p>
	EM9	Diversidad e igualdad de oportunidades	Composición de la plantilla	Desglose de la composición de la plantilla atendiendo a personas con discapacidad, personas inmigrantes, colectivos desfavorecidos (jóvenes demandantes de primer empleo, desempleados mayores de 45 años, personas en riesgo de exclusión...)
			Políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres	¿Dispone la organización de un Plan de Igualdad para promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los aspectos (distribución de género en plantilla y en puestos directivos, nivel salarial, tipo de contrato...)?
	EM10	Derechos humanos	Cumplimiento de los DDHH	¿Dispone la organización de algún mecanismo como son los Códigos Éticos que aseguren el cumplimiento de la Declaración Universal de Derechos Humanos (no utilización de trabajo infantil o forzado, coerción física, verbal o mental, respeto de los derechos de las comunidades indígenas...)?
			Prevención y control	¿Dispone la organización mecanismos de prevención y control de los Derechos Humanos (canales de comunicación anónimos y confidenciales)?

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
Cientes	CL1	Requisitos legales mercantiles, de consumo y al información consumidor.	Legislación Mercantil	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones mercantiles y en materia de consumidores y usuarios, así como para el cumplimiento de dichas obligaciones (servicio de actualización legislativa, asesoría legal...)?
			Política Comercial y cumplimiento contractual	¿La organización dispone de procedimientos de uso interno en aspectos como la calidad, el plazo de entrega, el modo de entrega...?
	¿Dispone la organización de una política y/o normas de relación con los clientes basadas en códigos de conducta y/o declaraciones de valores?			
	Políticas de atención	¿Tiene la empresa una política expresa que evite las prácticas ilegales (no soborno, coacciones...) en sus ventas?		
	Colaboraciones y asesoramientos	¿Colabora la organización con los clientes, usuarios y consumidores para la mejora de los procesos, productos y servicios? En caso afirmativo, indicar de qué modo se realizan las colaboraciones.		
		¿Ofrece la organización servicios de información y asesoramiento a su cliente, usuarios y consumidores sobre el uso responsable de sus productos a través de programas de asesoramiento? En caso afirmativo, indicar que servicios y/o programas ha puesto en marcha la organización.		
	CL3	Satisfacción del cliente	Evaluación de la satisfacción	¿Dispone la organización de un sistema de evaluación y seguimiento del nivel de satisfacción de sus clientes, usuarios y consumidores? En caso afirmativo, señalar los canales de evaluación.
				¿El servicio de atención al cliente, usuarios y consumidores es evaluado por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisiones de la organización? En caso afirmativo, informar de los resultados del servicio de satisfacción.
			Reclamaciones y de resolución conflictos con clientes	¿Dispone la organización de un procedimiento o sistemática para admitir y dar soluciones a las reclamaciones de los clientes? En caso afirmativo, indicar en qué consiste dicha sistemática.
	CL4	Salud y seguridad del cliente	Trazabilidad de productos	Qué métodos dispone la organización para asegurar la trazabilidad (hacia delante y hacia atrás) de sus productos, incluyendo los ingredientes auxiliares y envases que estén en contacto con el producto. Realizan ensayos periódicos de retirada de producto en caso de emergencia alimentaria

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	CL5	Información y Publicidad	Etiquetado del producto	¿Proporciona la organización información clara y precisa en el etiquetado de sus productos y servicios, incluyendo aspectos sociales y ambientales, así como las obligaciones de postventa? En caso afirmativo, señalar sobre qué aspectos sociales y ambientales se informa.
			Publicidad	¿Proporciona la organización productos a través de publicidad que no cree una imagen engañosa, no proyecte mensajes que puedan ser considerados ofensivos, mantengan un código de respeto hacia la competencia, y no utilice medios de publicidad no deseada (spam, fax)? En caso afirmativo, señalar si la organización cuenta con una Política ética en materia de publicidad.
<u>Proveedores</u>	PR1	Requisitos legales mercantiles	Legislación Mercantil	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones mercantiles y realizar un control sobre el cumplimiento de dichas obligaciones?
	PR2	Relación con los proveedores	Programas de colaboración	¿Colabora la organización con sus proveedores para la mejora de procesos, productos y servicios desde un punto de vista social y ambiental, minimizando impactos negativos y potenciando los positivos? En caso afirmativo, indicar de qué modo se realizan las colaboraciones.
				¿Estimula la organización redes o cooperativas de pequeños proveedores, ayudándoles a adecuarse a nuevos modelos de suministro? En caso afirmativo, indicar a qué nivel se realizan dichas redes (local, comarcal, provincial...).
				¿Apoya la organización a proveedores que practiquen y promuevan el Comercio Justo? En caso afirmativo, indicar de qué modo se apoya.
			Fidelidad a proveedores	¿Ofrece la organización condiciones de suficiente estabilidad y fidelidad a sus proveedores? En caso afirmativo, indicar cuáles son dichas condiciones.
PR3	Selección y evaluación	Criterios de selección	¿Dispone la organización de un Código de conducta y/o declaración de valores donde se establezcan las políticas y criterios para la selección de proveedores?	
			¿Establece la organización un plazo formal para que los proveedores se adecuen a los criterios de RSE establecidos? En caso afirmativo, indicar cuál es el plazo de adaptación y de qué modo se verifica la adecuación.	
				Existen criterios de selección

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
				¿Dispone la organización de una política que privilegie a proveedores con certificación socioambiental (SA8000, ISO14000, MSC, FLO...)?
			Contratación de proveedores locales	¿Dispone la organización de políticas y/o compromisos para dar preferencia a productos y proveedores del mercado local?
	PR4	Aprovisionamiento y subcontratación	Política de aprovisionamiento	¿Adopta la organización criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos ilegales? ¿La organización dispone de procedimientos de uso interno en aspectos como la calidad, el plazo de entrega, el modo de entrega...?
			Política de subcontratación	¿Se han establecido criterios de decisión sobre qué actividades se subcontratan externamente?
			Integración de los DDHH	¿Integra la organización los principios en materia de DDHH en las operaciones comerciales y en las actividades subcontratadas de la cadena productiva? En caso afirmativo, indicar de qué modo se integran dichos principios.
PR5	Información y comunicación	Programas de divulgación	¿Colabora la organización con sus proveedores para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de qué modo se materializan dichas colaboraciones.	
<u>Administración Pública</u>	AP1	Relaciones con la AAPP	Políticas Públicas	¿Se posiciona la organización en las políticas públicas, participando en el desarrollo de las mismas? En caso afirmativo, indicar de qué modo se involucra la organización en el desarrollo de las mismas. ¿Se compromete la organización con la no aportación a partidos políticos o instituciones relacionadas?
			Desarrollo local	¿Mantiene la organización con las administraciones públicas relaciones leales y de colaboración para el desarrollo sostenible local (Agenda 21 local)? En caso afirmativo, indicar si esta buenas conductas se reflejan en alguna política corporativa
			Fiscalidad Responsable	¿Ha sido sancionada la organización en alguna ocasión por no cumplir con sus obligaciones tributarias?
			Prácticas Anticorrupción	¿Ha establecido la organización una política y/o criterios para evitar las prácticas de corrupción que favorezcan a agentes del poder público? En caso afirmativo, indicar qué criterios se formulan en la política.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	AP2	Información y comunicación	Programas de sensibilización y divulgación, formación	¿Colabora la organización con la Administración Pública para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de qué modo se materializan dichas colaboraciones.
<u>Alianzas y colaboraciones</u>	AL1	Relaciones con las alianzas y colaboraciones	Entidades de Investigación	¿Interactúa la organización con entidades académicas y científicas de investigación? En caso afirmativo, aportar relación de entidades de investigación con las que mantiene relación. ¿Estimula y colabora en proyectos de I+D+i interactuando activamente con la comunidad académica y científica? En caso afirmativo, informar de los programas desarrollados.
			Alianzas estratégicas: Joint Ventures	¿Cuenta la organización con alianzas estratégicas (joint ventures) para el desarrollo de la actividad? En caso afirmativo, aportar relación de las entidades con las que se tienen alianzas estratégicas. ¿Cuál es el objetivo de cada una de las alianzas estratégicas con las que cuenta la organización?
	AL2	Información y comunicación	Programas de sensibilización y divulgación, formación	¿Colabora la organización con sus alianzas y colaboraciones para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de qué modo se materializan dichas colaboraciones.
	<u>Comunidad social</u>	SO1	Relaciones con la comunidad local	Compromiso con la comunidad
Organizaciones sin ánimo de lucro (ONG)				¿Interactúa la organización con ONG de la comunidad local? En caso afirmativo, aportar relación de ONG con las que mantiene relación. ¿Desarrolla la organización con las ONG programas sociales y ambientales para atender problemas comunitarios? En caso afirmativo, informar de los programas desarrollados.
				¿Realiza la organización aportaciones dinerarias o en especie a ONGs de la comunidad local? En caso afirmativo, indicar qué criterios se siguen para realizar dichas aportaciones.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	SO2	Generación de riqueza comunidad local	Política de Promoción del empleo local	¿Dispone la organización de un programa para emplear en la actividad el mayor número de personas de la comunidad local? En caso afirmativo, indicar si la comunidad es conocedora de dicho programa.
			Inversiones en la comunidad	¿Contribuye la organización con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que beneficien a la comunidad local (viviendas, carreteras, escuelas, hospitales, etc...)? En caso afirmativo, informar de las actuaciones desarrolladas.
	SO3	Proximidad a la comunidad local	Programas de Acción social	¿Lleva a cabo la organización actividades de acción social en colaboración con entidades de la comunidad local (voluntariado corporativo, promoción del deporte y la cultura, apoyo a los agentes sociales...)? En caso afirmativo, indicar qué actuaciones se han realizado.
				¿Incluye la organización las actuaciones de acción social en el proceso de planificación estratégica?
				¿Divulga la organización internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados?
				Porcentaje de facturación bruta destinada a la acción social (no incluir obligaciones legales, ni tributos)
			Actos y Eventos	¿Desarrolla y/o participa la organización en actos y/o eventos públicos de interés general para la comunidad? En caso afirmativo, indicar las actuaciones que ha desarrollado y en las que ha participado.
				¿Colabora la organización con la comunidad con aportaciones dinerarias o en especie para el desarrollo de actos y eventos? En caso afirmativo, indicar si la organización dispone de una partida presupuestaria específica para este fin.
	Promoción de actividades culturales y protección del patrimonio cultural	¿Desarrolla la organización actuaciones que impulsen valores culturales, así como, la protección y conservación del patrimonio cultural de la comunidad local? En caso afirmativo, indicar las actuaciones realizadas.		
	Mecanismos y programas de atención a problemas comunitarios	¿Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones? En caso afirmativo, indicar de qué modo se participa		

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
			Grupos vulnerables o discriminados	¿Desarrolla la organización programas o actuaciones para la defensa y promoción de grupos vulnerables o discriminados en la comunidad? En caso afirmativo, indicar los programas desarrollados.
	SO4	Información y Comunicación	Programas de sensibilización, divulgación, formación	¿Colabora la organización con entidades de la comunidad (agentes locales, ONG, Instituciones educativas...) para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables?
Medios de comunicación	ME1	Requisitos legales vinculados a la publicidad	Requerimientos publicidad	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en materia de publicidad?
	ME2	Relaciones con los medios de comunicación	Portavoz	¿Cuenta la organización con la figura de portavoz para mantener las comunicaciones con los medios de comunicación?
			Plan de Medios	¿Dispone la organización de un Plan de Medios centrado en la selección de soportes de medios, difusión de las campañas, planificación, planificaciones de las apariciones en medios, población objetivo...?
			Colaboraciones	¿Colabora la organización con los medios de comunicación para difundir y sensibilizar en asuntos de interés público y aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar en qué consisten dichas colaboraciones.
			Seguimiento	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para el seguimiento de las apariciones en los medios de comunicación y sus impactos? En caso afirmativo indicar en qué consisten dichos mecanismos.
	ME3	Campañas publicitarias	Plan de Publicidad	¿Ha desarrollado la organización un Plan de Publicidad donde se establezcan las prioridades publicitarias, estrategias, presupuestos y mecanismos de evaluación?
			Contenidos publicitarios	¿Acude la organización a agencias publicitarias para el desarrollo de sus campañas de publicidad? En caso afirmativo, indicar de qué modo participa la organización en el desarrollo de la campaña. ¿Las campañas de publicidad de la organización están basadas en Códigos de Conducta Publicitarios?
			Compromisos publicitarios	¿Tiene la organización una política formal contra la publicidad que coloque a niños, adolescentes, mujeres, representantes de minorías étnicas o cualquier individuo en situación de perjuicio, denigrante, irrespetuosa o de riesgo?

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
			Seguimiento	¿Realiza la organización un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios? En caso afirmativo, indicar quién participa en el proceso de verificación. ¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para el seguimiento de las campañas publicitarias? En caso afirmativo, indicar en qué consiste dicho mecanismo
			Redes sociales	¿Cuenta la organización con presencia en los medios sociales como son (facebook, youtube...)? En caso afirmativo, indicar en qué medios sociales está presente la organización.
	ME4	Medios sociales	Community Manager	¿Cuenta la organización con la figura de Community Manager para canalizar toda lo procedente de las redes sociales?
			Seguimiento	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para el seguimiento de los impactos en los medios sociales? En caso afirmativo, indicar en qué consiste dicho mecanismo
<u>Competencia</u>	CO1	Requisitos legales vinculados a la competencia	Defensa de la competencia	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales derivadas de la legislación en materia de competencia desleal y defensa de la competencia?
	CO2	Relaciones con la competencia	Colaboraciones empresariales	¿Colabora la organización de forma activa con empresas de la competencia para dar solución a problemas sectoriales? En caso afirmativo, indicar que asuntos se han tratado y medidas adoptadas.
			Mecanismos de control y seguimiento	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para el control y seguimiento de la actividad y actuaciones desarrolladas por empresas de la competencia?
	CO3	Competencia leal	Política de competencia leal	¿Establece la organización a través de Códigos de Conducta o Declaraciones de valores relaciones de respeto y colaboración con la competencia (evita la competencia desleal, respeta la propiedad intelectual y colabora en organizaciones sectoriales...)?
			Posicionamiento frente a la difusión de información falseada o tendenciosa sobre competidores	¿Posee la organización una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos y servicios?
	CO4	Información y comunicación	Programas de sensibilización, divulgación, formación y	¿Colabora la organización con la competencia para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables? En caso afirmativo, indicar de qué modo se materializan dichas colaboraciones.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
Gestión medioambiental	GE1	Requisitos y requerimientos ambientales	Requisitos ambientales	Dispone de algún sistema para la identificación de requisitos ambientales aplicables a la actividad. En caso afirmativo descríbalos e indique con qué frecuencia la Organización evalúa su cumplimiento.
			Impactos ambientales	Identifica o ha identificado los impactos ambientales de la planta y de las actividades que en ella se desarrolla. Ha definido medidas para mitigar dichos impactos. En caso afirmativo describa cuáles.
	GE2	Descripción de Terrenos	Ubicación geográfica	Describa la ubicación geográfica de sus instalaciones, haciendo hincapié a aquellos elementos naturales (ríos, marismas, bosques, patrimonio, etc.) que se encuentren en su entorno y que puedan verse afectados por la actividad de la empresa. Alguno de esos elementos dispone de un reconocimiento de especial protección.
			Superficie	Indique la superficie ocupada por sus instalaciones. Cuál es la calificación actual de los terrenos que ocupa la planta. Gestiona el suelo de las mismas. Ha realizado algún tipo de estudio sobre la afección de la actividad sobre el suelo que ocupa.
	GE3	Consumo de recursos materiales	Materias primas y auxiliares	Identifique la naturaleza y tipología de las materias primas y auxiliares que se emplean en la actividad de la planta. Consumos de recursos materiales
			Análisis del ciclo de vida	Ha realizado la organización un análisis del ciclo de vida de los productos fabricados.
	GE4	Aspecto energético	Fuentes energéticas	Cuáles son sus principales fuentes de energía. Utiliza alguna fuente de energía renovable. Consumos de recursos energéticos.
			Ahorro energético	Ha desarrollado o implantado alguna medida de ahorro energético. En caso afirmativo, describa cual.
	GE5	Agua	Captación de agua	Identifique los medios de captación de agua de la Organización. En caso de captaciones propias dispone de las correspondientes Consumo de agua: captaciones subterráneas, abastecimiento de red, reutilizadas.
			Utilización de agua	Describa los diferentes usos del agua en las instalaciones.
			Reutilización de agua	Dispone de métodos para reutilización de agua en las instalaciones. En caso afirmativo señale en qué consisten.
			Tratamiento de aguas	Describa los métodos de tratamiento para las aguas residuales.
			Ahorro de agua	Dispone de medidas implantadas de ahorro de agua. En caso afirmativo señale las medidas implantadas.

Grupo interés	Código	Aspecto	Subaspectos	Descripción
	GE6	Atmosfera/ Ruidos	Emisiones	Enumere las fuentes de emisión de gases a la atmósfera y su procedencia.
				Realiza controles sobre los parámetros de emisión (gases, partículas, etc.). Con qué frecuencia.
				Se ha desarrollado alguna estrategia para la reducción de emisiones.
			Emisiones atmósfera: Tm CO2	
	Ruidos	Se ha realizado alguna medición de ruido ambiental en el perímetro de las instalaciones. En caso afirmativo los valores están dentro de los parámetros fijados por la legislación vigente.		
	GE7	Residuos	Generación de residuos	Identifique la naturaleza de los residuos generados y los métodos de gestión utilizados.
				Generación de residuos: Tm/año por tipología y naturaleza de residuos
			Subproductos generados	Describe los subproductos generados y el uso que se le da a los mismos.
	Minimización de residuos	Tiene la Organización algún plan implantado de minimización de residuos. En caso afirmativo describa de manera general las principales líneas de aplicación.		
	GE8	Información ambiental	Información pública	Dispone la organización de información pública de carácter ambiental. En caso afirmativo, indique a través de qué medio.

3

POSICIONAMIENTO SECTORIAL Y SITUACIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR

En este punto se detallan los resultados obtenidos en el trabajo de campo de visitas a las bodegas, con los resultados de la recopilación de indicadores.

Todas las cuestiones planteadas en las bodegas (salvo indicadores cuantitativos y que no tienen relevancia para este proyecto), tenían tres posibles respuestas SI, NO, En Parte.

En la medida en que ha sido posible se ha tratado de evitar la respuesta “En Parte” tratando de posicionar a las empresas dentro de si hacen o no determinadas acciones en los grupos de interés analizados.

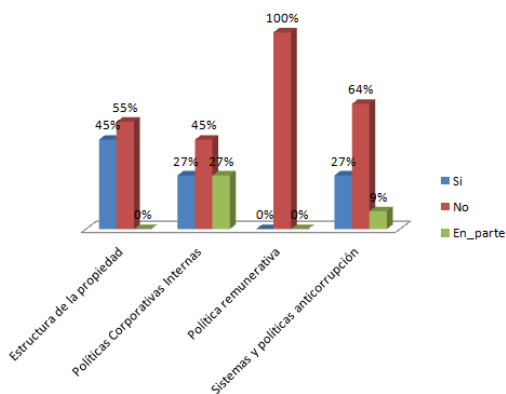
Las respuestas a los cuestionarios se presentan como anexo al final del documento, si bien es cierto que se han eliminado las observaciones recopiladas en las entrevistas, dejando sólo la respuesta final.

A continuación por cada uno de los grupos de interés, se presentan los resultados asépticos de los indicadores, lo que refleja la situación generalizada.

GOBIERNO CORPORATIVO

Estructura de la propiedad y gobierno corporativa

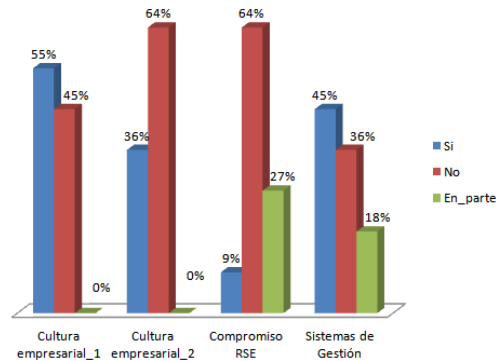
En la siguiente gráfica se presentan los datos obtenidos en las bodegas. Conviene destacar, que en ninguna de las empresas se asocia políticas remunerativas a los máximos órganos de dirección en función de su desempeño social o ambiental.



Gestión de la RSE

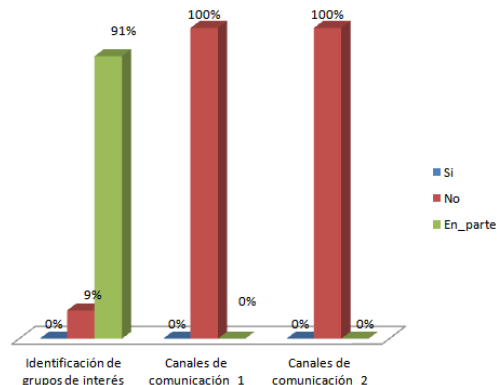
En relación a este punto, se observa en general poca cultura de RSE, si bien en los indicadores de Misión, visión y valores sí están definido en aproximadamente la mitad de las empresas, un

64% de ellas manifiestan no tener ningún tipo de compromiso con la RSE



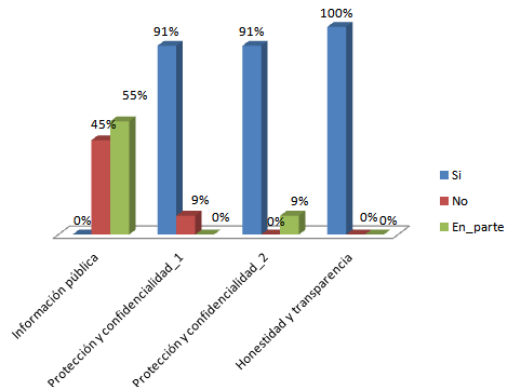
Diálogo con los grupos de interés

Las empresas sí tienen identificados a sus grupos de interés y de alguna forma establecidos los mecanismos de comunicación con ellos, aunque de manera formal ninguna de ellas.



Privacidad y transparencia informativa

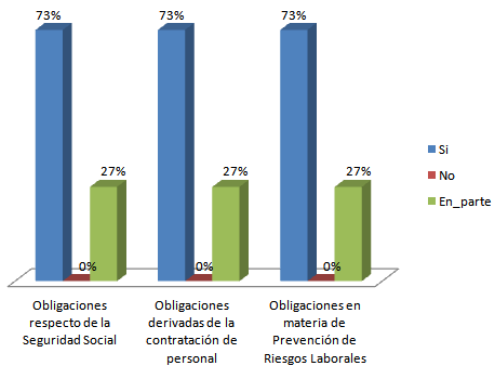
Destacar que ninguna de las empresas visitadas tiene información pública en materia de RSE (como memoria de sostenibilidad)



EMPLEADOS

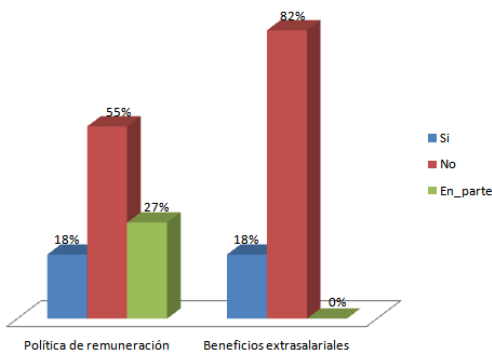
Identificación de requisitos sociales y laborales

En cuanto a la identificación de requisitos legales, tanto en este apartado como en otros, sólo un porcentaje mínimo dice no hacerlo a través de servicios de actualizaciones legislativas o empresas subcontratadas a tal efecto. Las DO y la propia administración pública funcionan como alertas en esta materia.



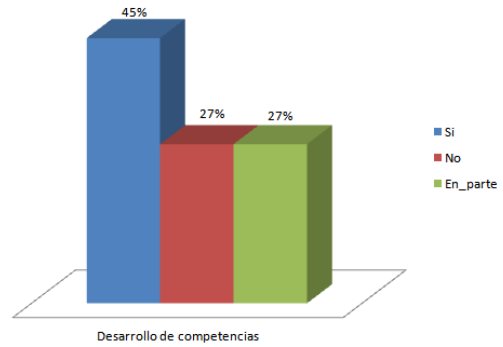
Estabilidad laboral, remuneración, incentivos y sanciones

De nuevo destacamos en este punto que prácticamente la totalidad de empresas, no cuentan con beneficios extrasalariales para sus empleados. Además algo más de la mitad ni siquiera establecen políticas de remuneración a sus trabajadores.



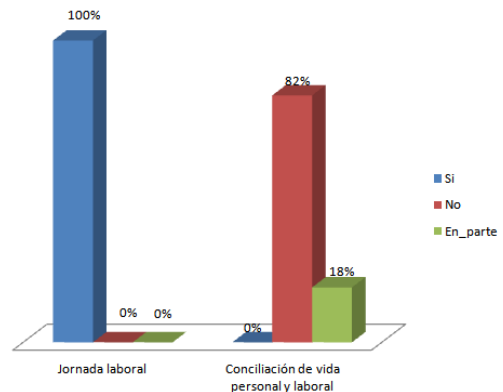
Desarrollo personal

En el ámbito de planes de carrera definidos, sólo un 27% manifiesta que no ha hecho nada en este sentido. Un idéntico porcentaje manifiesta que los tiene implantados pero no comunicados adecuadamente por lo que el restante 45% sí lo ha implantado realmente.



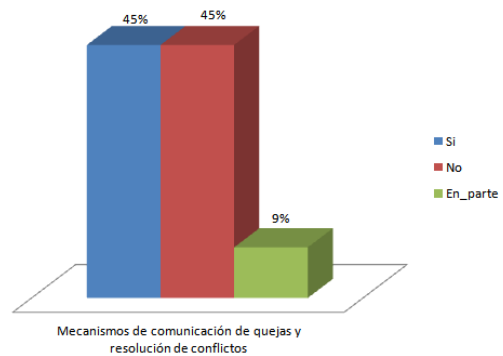
Condiciones laborales

Todas las empresas han manifestado que garantizan que nadie excede la jornada laboral establecida. En materia de conciliación de vida laboral y personal ninguna de ellas ha establecido acciones reales encaminadas hacia esta cuestión, si bien algunas manifiestan que son aspectos que se tienen en cuenta.



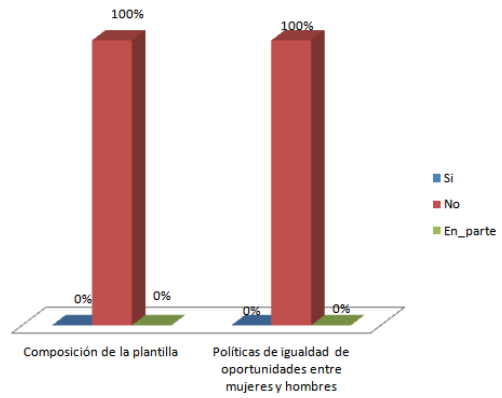
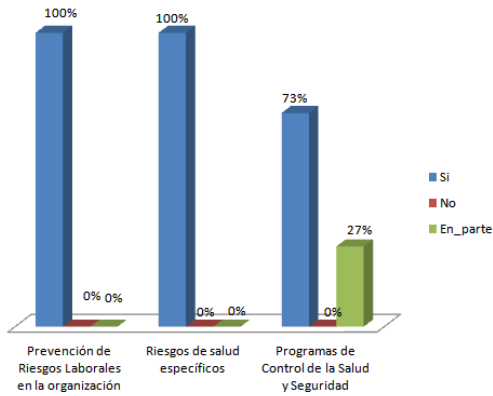
Clima laboral

En algunas organizaciones (45%) se facilitan la emisión de quejas o sugerencias y la resolución de conflictos asegurando la confidencialidad y no represalia. En el resto, o no hay nada establecido o se hace directamente en el trato personal entre responsables y trabajadores.



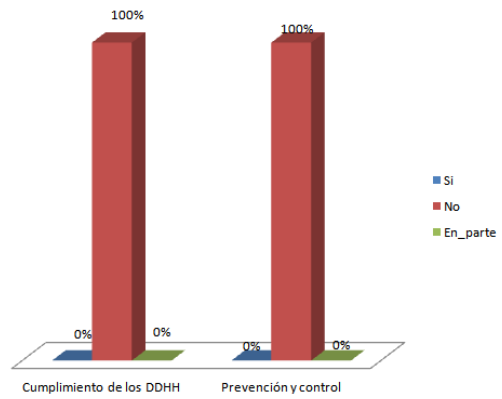
Salud y seguridad laboral

El cumplimiento en materia de prevención de riesgos laborales es total en las empresas del sector, además lo manifiestan como algo de vital importancia en sus organizaciones.



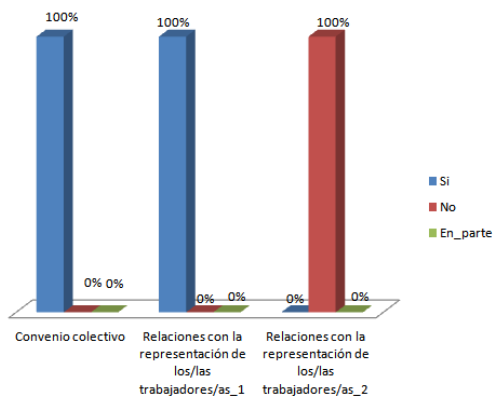
Derechos humanos

Por el sector de actividad y la zona geográfica de las empresas, están garantizados al 100% el cumplimiento de los derechos humanos en las relaciones laborales.



Relación empresa / trabajadores

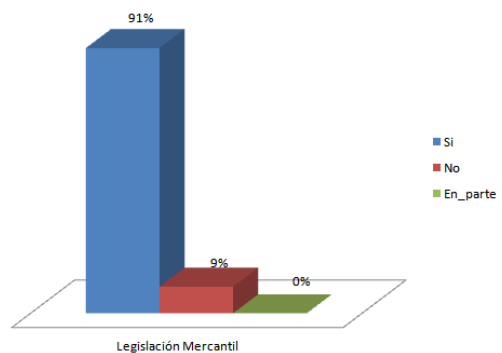
Tal y como se muestra a continuación, el Convenio Colectivo cubre la totalidad de la plantilla y el 100% de las organizaciones respetan los derechos sindicales de afiliación, negociación colectiva, no discriminación de representantes sindicales, etc.



CLIENTES

Requisitos legales mercantiles, de consumo e información al consumidor

Casi la totalidad de las organizaciones dispone de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones mercantiles y en materia de consumidores y usuarios, así como para el cumplimiento de dichas obligaciones (servicio de actualización legislativa, asesoría legal...)

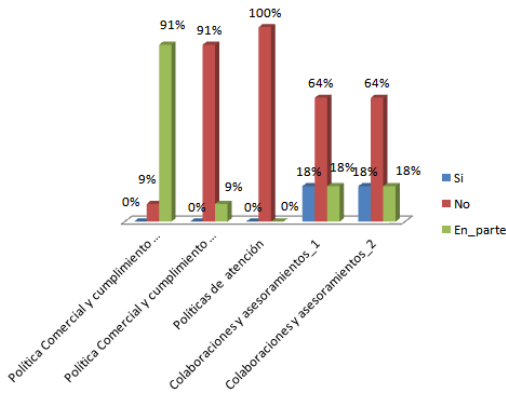


Diversidad e igualdad de oportunidades

Ninguna organización de las visitadas dispone de un Plan de Igualdad para promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los aspectos (distribución de género en plantilla y en puestos directivos, nivel salarial, tipo de contrato...).

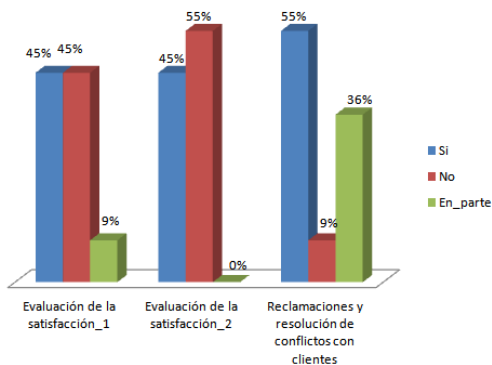
Relaciones comerciales

En lo que a la política de atención se refiere, ninguna de las empresas tiene una política expresa que evite las prácticas ilegales (no soborno, coacciones...) en sus ventas. Dicen que estas políticas no son habituales en el sector ni para clientes ni para proveedores.



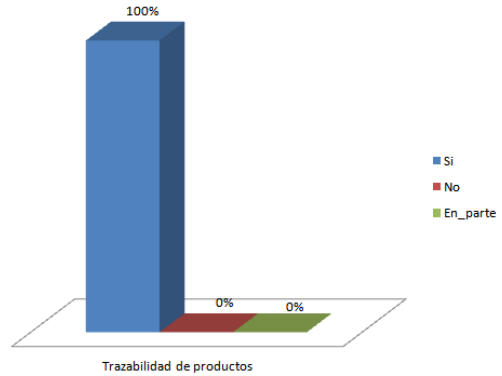
Satisfacción del cliente

En relación a la satisfacción si bien, no existen datos numéricos llamativos, sí conviene destacar que un porcentaje significativo no evalúa la satisfacción de los mismos, alegando que la mejor satisfacción está en el éxito comercial de sus productos.



Salud y seguridad del cliente

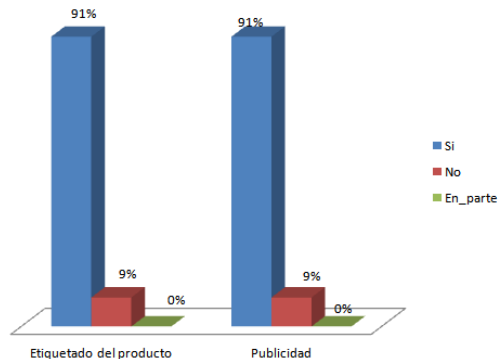
Todas las organizaciones disponen de métodos para asegurar la trazabilidad (hacia delante y hacia atrás) de sus productos. Además de un requisito legal es fundamental en sus organizaciones.



Información y Publicidad

El 91% de las empresas encuestadas proporcionan la información clara y precisa en el etiquetado de sus productos y servicios, incluyendo aspectos sociales y ambientales, así como las obligaciones de postventa.

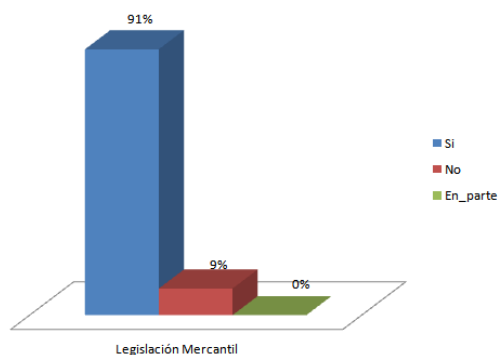
También proporcionan sus productos a través de publicidad que no crea una imagen engañosa, no proyecta mensajes que puedan ser considerados ofensivos, mantienen un código de respeto hacia la competencia, y no utilizan medios de publicidad no deseada como spam o por fax. El 9% con respuesta "No" manifiestan que esto lo tienen regulado por ley por lo que no hacen nada específico.



PROVEEDORES

Requisitos legales mercantiles

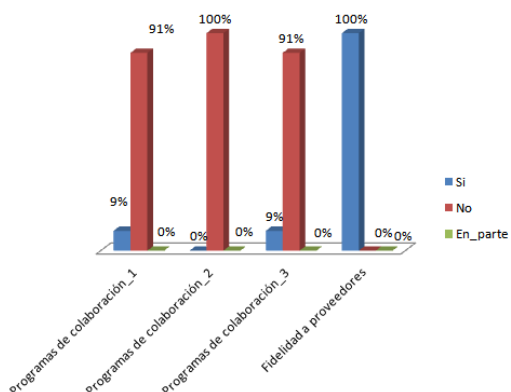
La gran mayoría de las organizaciones dispone de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones mercantiles y realizan un control sobre el cumplimiento de dichas obligaciones, tal y como se representa en el siguiente gráfico.



Relación con los proveedores

El principal proveedor de las empresas del sector bodeguero son los proveedores de “uva”. Reseñamos que los proveedores están establecidos por la zona en la que se encuentran con lo que no tienen demasiado “margen de actuación” en este sentido. Tanto para estos como para el resto se destaca la estabilidad y fidelidad.

No existe colaboración con ellos para la mejora de procesos, productos y servicios desde un punto de vista social y ambiental, minimizando impactos negativos y potenciando los positivos.

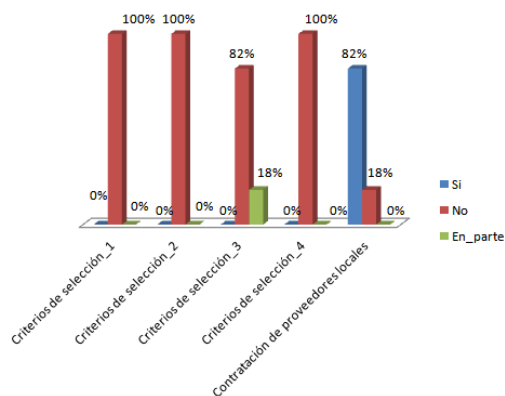


Selección y evaluación

En lo que a criterios de selección se refiere, las organizaciones no disponen de un Código de conducta y/o declaración de valores donde se establezcan las políticas y criterios para la selección de proveedores. Tampoco establecen un plazo formal para que los proveedores se adecuen a los criterios de RSE establecidos. No existen criterios de selección ni disponen de una política que privilegie a proveedores con certificación socioambiental (SA8000, ISO14000, MSC, FLO...).

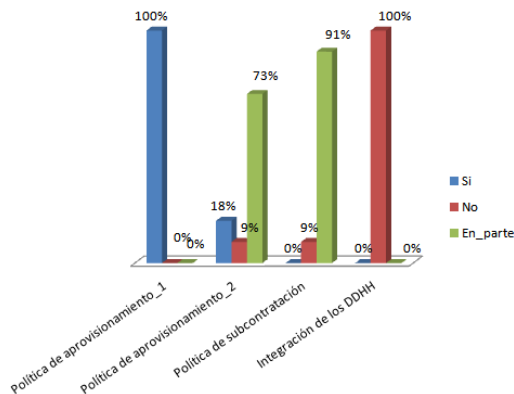
Sin embargo, más del 80% de estas empresas disponen de políticas y/o compromisos para dar preferencia a productos y proveedores del

mercado local, en gran parte por la casuística especial de las DO.



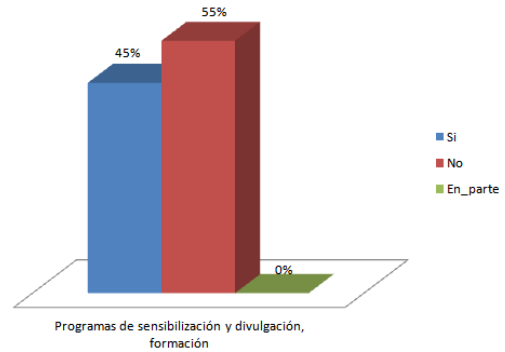
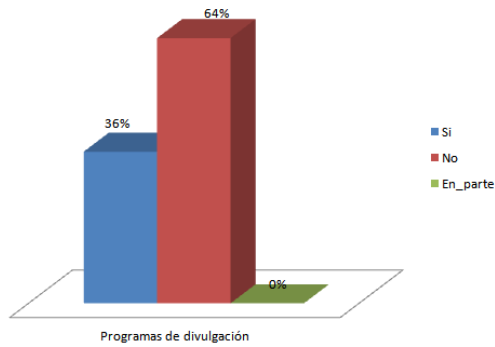
Aprovisionamiento y subcontratación

Lo más reseñable de este apartado es que todas las bodegas adoptan criterios de compra que consideran la garantía de origen para evitar la adquisición de productos ilegales, pero ninguna de ellas integra los principios en materia de DD.HH en las operaciones comerciales y en las actividades subcontratadas de la cadena productiva, al no considerarlo necesario.



Información y comunicación

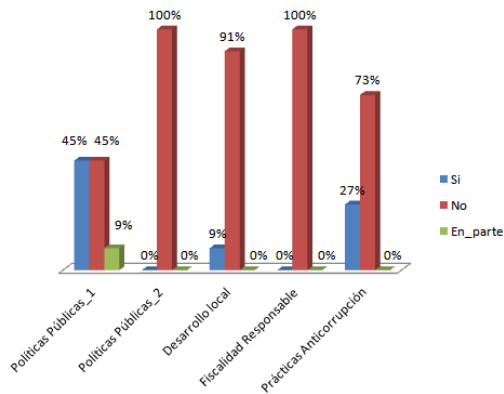
Sólo un 36% de las empresas colaboran con sus proveedores para el desarrollo de actuaciones de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables. Esto ocurre en proyectos concretos dónde colaboran en el ámbito de la I+D+i que más tarde se comentará y sobre todo en promoción de resultados.



ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Relaciones con la AA.PP

Casi la mitad de las empresas se posicionan en las políticas públicas, participando en el desarrollo de las mismas (a través de las DO y en algún remoto caso directamente). Ninguna de las empresas se compromete con la no aportación a partidos políticos o instituciones relacionadas, ni ha establecido una política y/o criterios para evitar las prácticas de corrupción que favorezcan a agentes del poder público.



Información y comunicación

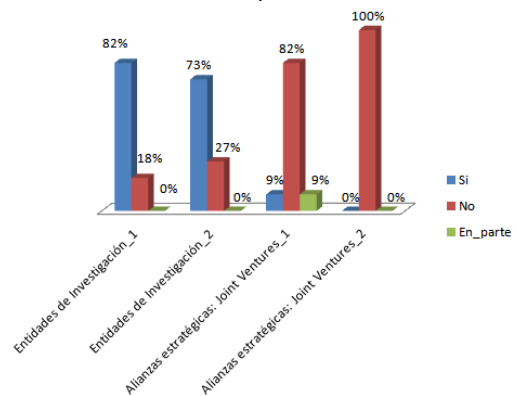
Tal y como se muestra en el gráfico, más de la mitad de las organizaciones no colaboran con la Administración Pública para el desarrollo de actuaciones de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables. Las actuaciones en este sentido son puntuales y siempre a demanda de las administraciones (locales) para algún tema específico.

ALIANZAS

Relaciones con las alianzas y colaboraciones

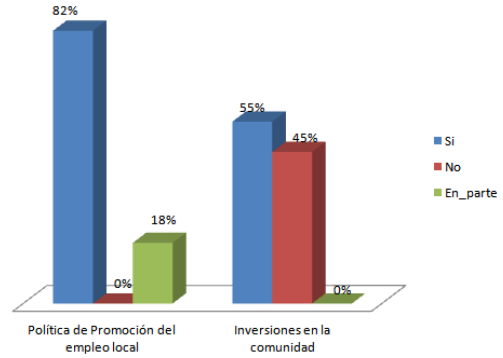
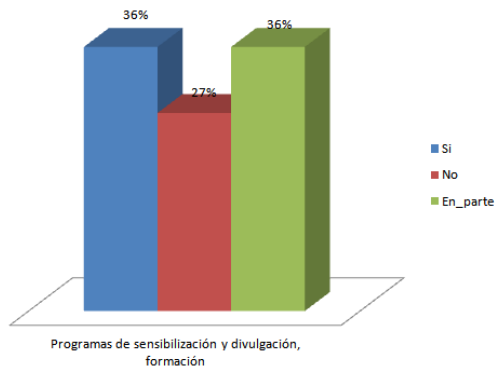
La gran mayoría de las empresas interactúan con entidades académicas y científicas de investigación. También colaboran en proyectos de I+D+i con la comunidad académica y científica. Existen varios programas abiertos, tanto a nivel particular, como a nivel DO de proyectos con financiación europea en materia de I+D+i donde las colaboraciones son habituales.

Sin embargo, no se han detectado casos en que los existan colaboraciones continuadas mediante alianzas del tipo Joint Ventures.



Información y comunicación

En este aspecto sólo un tercio de las empresas colaboran con sus alianzas y colaboraciones para el desarrollo de actuaciones de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables. Normalmente mediante la promoción de resultados de los proyectos anteriores.

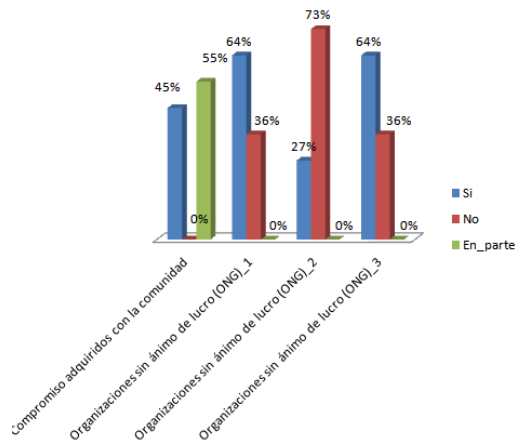


COMUNIDAD LOCAL

Antes de analizar los puntos encuadrados dentro del este punto, destacamos que estas empresas tienen un gran impacto en su comunidad, siendo en muchos casos los principales motores económicos, de empleo e influencia de sus zonas.

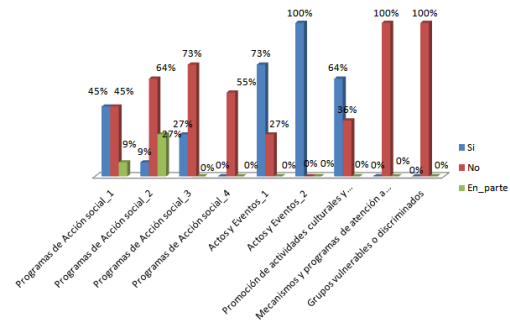
Relaciones con la comunidad local

Un 64% de las empresas interactúan y realizan aportaciones dinerarias o en especie a ONGs de la comunidad local. Por el contrario, el 73% no desarrolla programas sociales ni ambientales para atender problemas comunitarios.



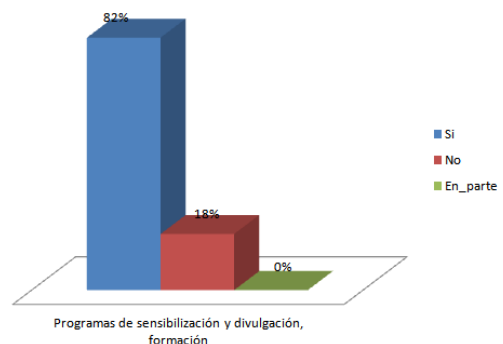
Proximidad a la comunidad local

Todas las empresas colaboran con la comunidad con aportaciones dinerarias o en especie para el desarrollo de actos y eventos. Sin embargo ninguna de ellas participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones ni desarrolla programas o actuaciones para la defensa y promoción de grupos vulnerables o discriminados en la comunidad.



Información y Comunicación

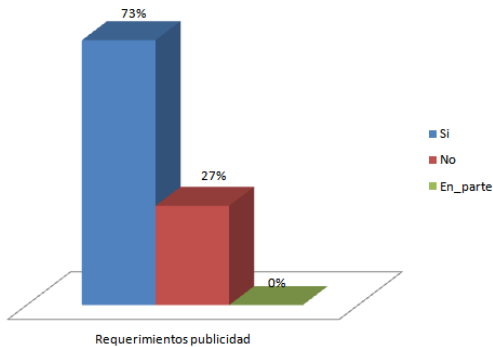
Tal y como se representa en el siguiente gráfico, el 82% de las empresas colaboran con entidades de la comunidad (agentes locales, ONG, Instituciones educativas...) para el desarrollo de actuación de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables



MEDIOS

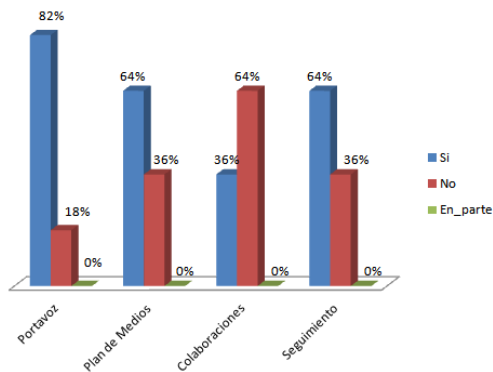
Requisitos legales vinculados a la publicidad

Respecto a este apartado hay que indicar que gran parte de las empresas disponen de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en materia de publicidad. Normalmente mediante agencias de publicidad con las que habitualmente trabajan.



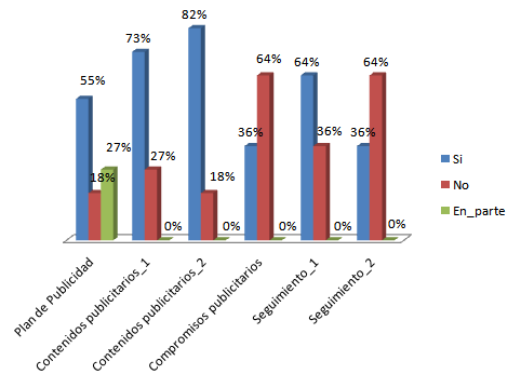
Relaciones con los medios de comunicación

El 82% de las empresas cuentan con la figura de portavoz para mantener las comunicaciones con los medios de comunicación. Igualmente, un 64% de la empresa tienen planes de medios definidos (anuales) y miden el impacto de sus acciones.



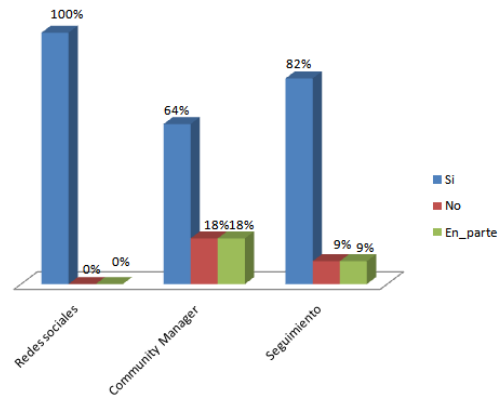
Campañas publicitarias

Gran parte de los contenidos publicitarios están regulados por ley por lo que existe compromiso de cumplirlos a través de las propias agencias de medios.



Medios sociales

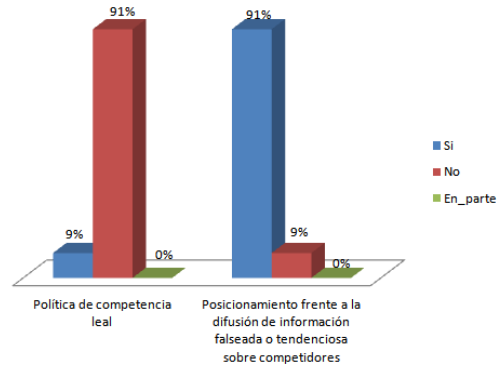
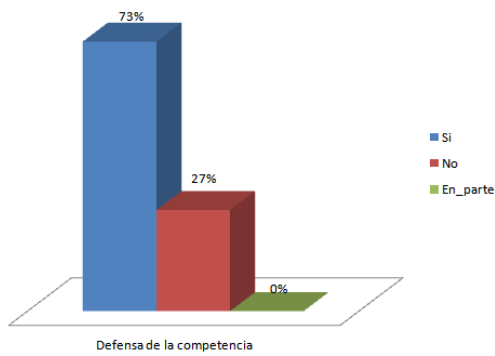
Todas las empresas cuentan con presencia en los medios sociales si bien no todas realizan un exhaustivo seguimiento de sus acciones.



COMPETENCIA

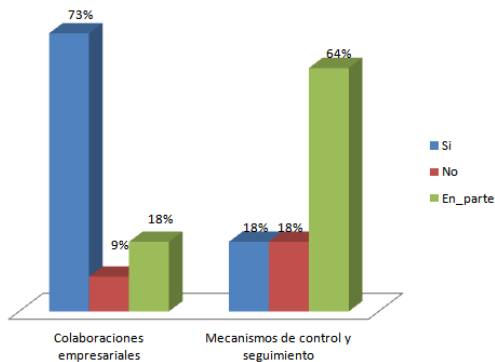
Requisitos legales vinculados a la competencia

La gran mayoría de las empresas dispone de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales derivadas de la legislación en materia de competencia desleal y defensa de la competencia.



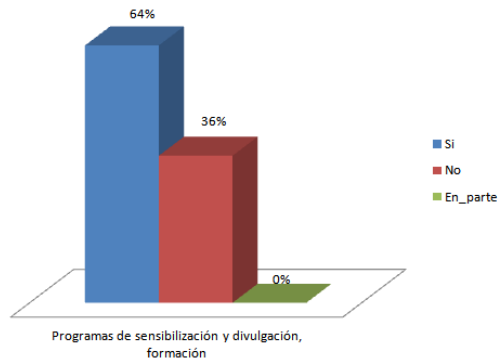
Relaciones con la competencia

En el siguiente gráfico se aprecia el amplio porcentaje de colaboración de las organizaciones de forma activa con empresas de la competencia para dar solución a problemas sectoriales. Esto se realiza fundamentalmente por dos vías: a través de la DO o a través de proyectos en los que participan juntos (normalmente proyectos de I+D+i).



Información y comunicación

El 64% manifiestan que colaboran con la competencia para el desarrollo de actuaciones de sensibilización, difusión y divulgación de aspectos socialmente responsables.



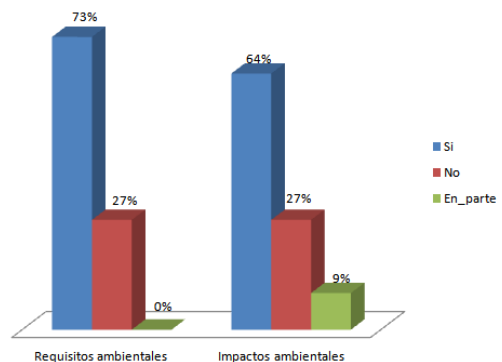
Competencia leal

Casi ninguna de las empresas establecen Códigos de Conducta o Declaraciones de valores relaciones de respeto y colaboración con la competencia (evitar la competencia desleal, respetar la propiedad intelectual y colabora en organizaciones sectoriales...).

MEDIO AMBIENTE

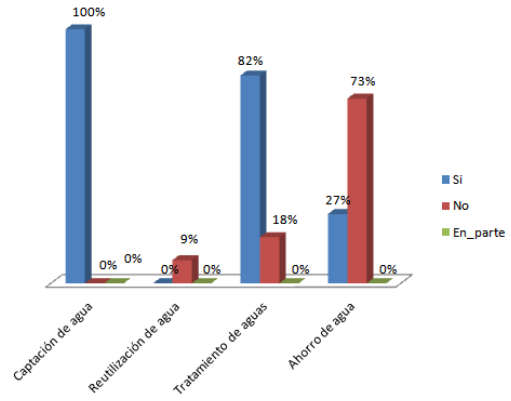
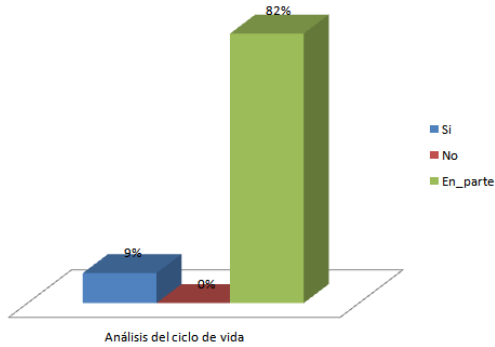
Requisitos y requerimientos ambientales

Según se muestra en el gráfico de esta sección, la gran mayoría de las empresas disponen de algún sistema para la identificación de requisitos ambientales aplicables a la actividad e identifican o ha identificado los impactos ambientales de la planta y de las actividades que en ella se desarrollan.



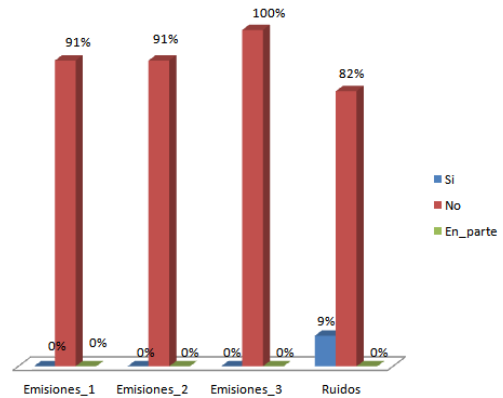
Consumo de recursos materiales

En este apartado se evidencia que las empresas han realizado un análisis del ciclo de vida de los productos fabricados en parte.



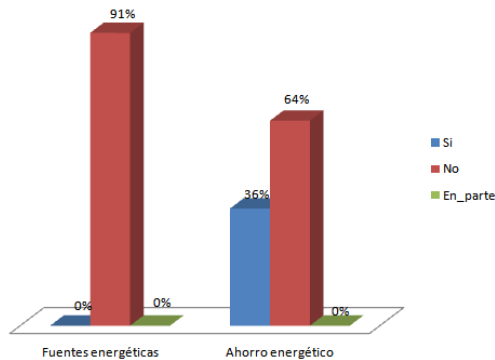
Atmósfera/ Ruidos

Casi ninguna de las empresas realizan controles sobre los parámetros de emisión (gases, partículas, etc.), tal y como se aprecia en el siguiente gráfico ya que según manifiestan no son habituales en el sector.



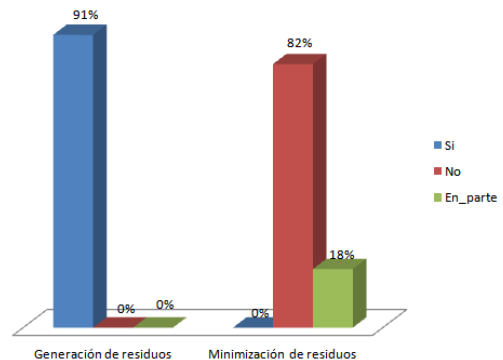
Aspecto energético

En este apartado queda reflejado que casi ninguna empresa utiliza alguna fuente de energía renovable. (existe una empresa con un dato contradictorio por lo que no se ha computado en el gráfico)



Residuos

Casi la totalidad de las empresas identifican la naturaleza de los residuos generados y los métodos de gestión utilizados. (mismo caso de respuesta contradictoria)

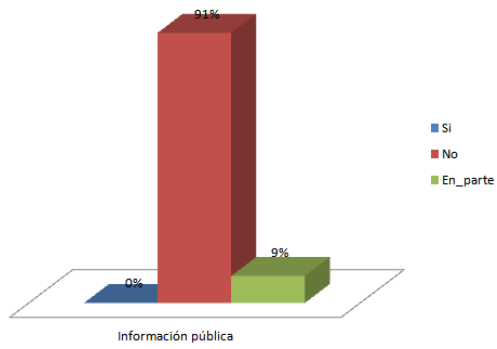


Agua

En este caso todas las empresas tienen captaciones propias de agua y disponen de las correspondientes autorizaciones ambientales.

Información ambiental

Las empresas no disponen de información pública de carácter ambiental. Esto concuerda con la no existencia en ninguna de memoria de sostenibilidad.



4

HERRAMIENTA DE TRABAJO Y CONTROL DE LA RSE

Fruto del análisis anterior, En este punto se detallan los aspectos que desde el trabajo de campo se han indicado como no pertinentes en el sector. Así, se presenta una herramienta de trabajo y control que permitirá a las empresas encuadradas en las cinco denominaciones de Origen, independientemente de su tamaño, poder hacer un autodiagnóstico y conocer **qué grado de implantación tienen en cada uno de los aspectos de RSE** y establecer acciones encaminadas a mejorar aspectos sobre los que previamente no hayan trabajado.

Para ello, en este punto explicamos cómo está desarrollada la herramienta y bajo qué criterios se establecen los niveles de integración que serán a la postre los que marcarán las acciones de RSE que puedan realizar las bodegas.

Como se comentó a lo largo de este documento, el primer paso del proyecto, consistió en definir el modelo de indicadores en base al cual se desarrolló el diagnóstico de RSE del sector.

Según los datos obtenidos del trabajo de campo, se acotan los indicadores para la herramienta dónde se trabajará de la siguiente forma.

Gobierno Corporativo

- Propietarios, accionistas, inversores
- Dirección Corporativa

Dimensión Interna de la RSE

- Empleados
- Clientes, usuarios y consumidores
- Proveedores

Dimensión Externa de la RSE

- Administración pública
- Alianzas y colaboraciones
- Comunidad y sociedad
- Medios de comunicación
- Competencia

Dimensión Medio ambiental

- Gestión ambiental

Dentro de cada uno de los grupos de interés se identifican los aspectos sobre los cuales se realizaría el autodiagnóstico, así como su conjunto de subaspectos (indicadores concretos a recopilar).

Sobre cada uno de los aspectos se definieron los subaspectos concretos en torno a los cuales trabajarán las bodegas.

A modo ilustrativo se presenta el siguiente ejemplo:

- **Grupo de Interés: Comunidad y Sociedad**
- **Aspecto: Relaciones con la Comunidad Local**
- **Subaspecto: ¿Desarrolla la organización con las ONG programas sociales y ambientales para atender problemas comunitarios?**

Lo que las bodegas cumplimentarán es la información de los SUBASPECTOS

Gráficamente en la herramienta aparece según se muestra en la siguiente imagen:

CÓDIGO	ASPECTOS Y SUBASPECTOS	TIPO DE INFORMACIÓN	ANÁLISIS			
		CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR FINAL	RESULTADO
ME1	Asuntos legales vinculados a la publicidad	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR FINAL	RESULTADO
	Requerimientos publicidad ¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemática para la identificación de las obligaciones legales en materia de publicidad?	CUALITATIVO	SI	3- La actividad se realiza totalmente, está documentada y se hace un seguimiento	3	
ME2	Relaciones con los medios de comunicación	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR FINAL	RESULTADO
	Portavoz ¿Cuenta la organización con la figura de portavoz para mantener las comunicaciones con los medios de comunicación?	CUALITATIVO	EN PARTE	1- La actividad se realiza parcialmente documentada)	1	
	Plan de Medios ¿Dispone la organización de un Plan de Medios centrado en la selección de soportes de medios, difusión de las campañas, planificación, planificaciones de las apariciones en medios, población objetivo...?	CUALITATIVO	SI	2- La actividad se realiza en parcial o totalmente (documentada)	2	

SUBASPECTOS

ASPECTOS

Por cada uno de los subaspectos, es necesario completar la siguiente información:

- **Implantado:** SI/NO/EN PARTE
- **Grado de Implantación:** explicación por parte del responsable de cómo se trata el subaspecto concreto dentro de la Organización. Este grado se cuantifica internamente en la herramienta en cuatro valores (0,1,2,3), y posteriormente se explica el criterio y el motivo de valorarlo.
- **Documentación:** En caso de que existiese evidencia documental, documento que lo soporta.

En función de la contestación de las bodegas en el campo “implantado”, el grado de implantación será uno de estos cuatro casos:

- 0 → No se hace nada
- 1 → La actividad se hace parcialmente y no está documentada
- 2 → La actividad se hace parcialmente/totalmente y está documentada
- 3 → La actividad se hace parcialmente/totalmente, está documentada y se hace un seguimiento

En base a la puntuación alcanzada se ha asignado un código de color estableciendo el nivel de integración del subaspecto en la Organización, así los colores/valores corresponde a:



CÓDIGO	ASPECTOS Y SUBASPECTOS	TIPO DE INFORMACIÓN	ANÁLISIS			RESULTADO	
CODIGO	DESCRIPCION	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR PR		
M01	Requisitos legales vinculados a la publicidad	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR PR	RESULTADO	
M011	Requerimientos publicidad	¿Dispone la organización de algún mecanismo o sistemático para la identificación de las categorías legales en materia de publicidad?	CUALITATIVO	SI	3- La actividad se realiza totalmente, está documentada y se hace un seguimiento	3	Green
M02	Relaciones con los medios de comunicación	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR PR	RESULTADO	
M021	Portavoz	¿Cuenta la organización con la figura de portavoz para mantener las comunicaciones con los medios de comunicación?	CUALITATIVO	EN PARTE	1- La actividad se realiza parcialmente (documentada)	1	Red
M022	Plan de Medios	¿Dispone la organización de un Plan de Medios centrado en la selección de canales de medios, utilidad de las campañas, planificación, priorización de las operaciones en medios, población objetivo...?	CUALITATIVO	SI	2- La actividad se realiza en parcial o totalmente (documentada)	2	Yellow

A efectos del cálculo del nivel de integración se utiliza la media ponderada de los subaspectos, dando el doble de peso a los valores extremos (0,3) que a los valores intermedios (1,2).

Bajo la metodología explicada, se ha desarrollado una herramienta que permita a las empresas que no trabajan habitualmente (o de manera consciente) aspectos de Responsabilidad Social, empiecen realizándose un pequeño autodiagnóstico y les permita tener una hoja de ruta cuantificada y priorizada por colores, las acciones que deberían de acometer con cada uno de los grupos de interés.

Como muestra de la información que las bodegas pueden tratar con la herramienta se presentan las siguientes imágenes:

1. Información Básica comentada en párrafos anteriores

CÓDIGO	ASPECTOS Y SUBASPECTOS	TIPO DE INFORMACIÓN	ANÁLISIS			
CODIGO	DESCRIPCION	CUANTITATIVA / CUALITATIVA	SI / NO	GRADO DE IMPLANTACIÓN	VALOR RESULTANTE	NIVEL DE INTEGRACIÓN

2. Información Avanzada

RECOGIDA DE INFORMACIÓN CUALITATIVA	DOCUMENTACIÓN REGISTRADA		RESPONSABLE		RECOGIDA DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA		
DESCRIPCIÓN / OBSERVACIONES	SI/NO	FUENTE DOCUMENTAL	ÁREA	INTERLOCUTOR	RESULTADO 2014	RESULTADO 2015	RESULTADO 2016

- Campo Observaciones
- Si está soportado documentalmente
- Responsable dentro de la empresa del seguimiento del indicador
- Valor 2014, 2015, 2016 (objetivo de mejora en los indicadores que presenten niveles de integración bajos)

Se adjunta a este documento, se presenta el CD con la herramienta de control que realiza todos los cálculos explicados en este punto.

5

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En este punto, se resumen las conclusiones obtenidas en el proyecto. Durante el trabajo de campo con las bodegas se ha constatado que la mayoría de ellas desconocían las diferentes acciones encuadradas dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial.

Hay que tener en cuenta que el perfil de empresa del sector, es micropyme con menos de 10 trabajadores (al margen de las épocas de mayor actividad dónde la contratación) sin ningún tipo de sistema de gestión implantado al margen del propio sistema informático.

En relación a los grupos de Interés se ha contrastado, que dónde más acciones realizan encuadradas dentro de indicadores de RSE son con respecto a:

- Comunidad y Sociedad
- Medio Ambiente

Con respecto a la Comunidad y Sociedad, participan activamente en sus ámbitos de influencia. Hay que tener en cuenta que las bodegas están distribuidas en las cinco Denominaciones de Origen, y salvo Rías Baixas, que abarca un ámbito geográfico más amplio y disperso, las otras cuatro (Valdeorras, Ribeira Sacra, Ribeiro y Monterrei) están localizadas en zonas específicas, dónde la capacidad de influencia con respecto a empleo y actividad social es muy elevada. Conviene destacar la participación de la mayoría de empresas en actos de sus ayuntamientos a través de donaciones en especie para eventos locales, aportaciones a Organizaciones sin ánimo de Lucro y otras acciones en el ámbito social.

Igualmente, relevante es la colaboración que existe entre las diferentes bodegas, sobre todo a la hora de elaborar proyectos de I+D+i, enmarcados dentro de algún proyecto nacional o internacional, difundiendo resultados en la sociedad, que en muchos casos influyen directamente sobre aspectos ambientales.

Son precisamente, estos últimos dónde las empresas del sector actúan de manera más directa. Hay que tener en cuenta, que las acciones de RSE van más allá del mero cumplimiento de la legislación actual, que en materia medioambiental es amplia. Así, la mayoría de empresas ha adoptado medidas de ahorros energéticos o de recursos como el agua

como por ejemplo a través de mecanismos de riego en sus viñedos.

Otro aspecto en el que se está trabajando por parte de las bodegas en materia de Responsabilidad Social es en su relación con el grupo de interés de “empleados”. Gran parte de los indicadores de este ámbito recopilados en este proyecto, marcan que las empresas realizan acciones encaminadas a mejorar su relación empresa-empleado, pero si bien, estas se realizan de una manera “informal”.

El trato Empresa-Employado es un trato en muchos casos familiar, ya que la rotación de personal estructural es muy baja y en la mayoría de los casos son empleados con una larga trayectoria en la empresa. Conviene reseñar la buena acogida que han tenido algunas de las medidas en este ámbito presentadas en la matriz de indicadores, por lo que podrá ser un buen punto de partida para el “reordenamiento” de las acciones y su inclusión dentro de una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.

Como resumen, del proyecto destacamos que las empresas del sector de las bodegas, encuadradas dentro de las cinco denominaciones de origen de Galicia, no han trabajado prácticamente nada en materia de RSE, por lo presentamos una sencilla herramienta de autodiagnóstico que les permita ordenar sus acciones, establecer objetivos y avanzar poco a poco en esta materia. Por la actividad concreta y la tipología de empresa creemos que es un paso absolutamente necesario antes de acometer otro tipo de proyectos más específicos de la materia.

galicia

