

# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

---

**BODEGA CUATRO RAYAS**

Enero de 2011



*Cuatro Rayas*



## INDICE

<b>1. Carta del Presidente.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Perfil y estructura.....</b>	<b>8</b>
3.1. Principales actividades, productos y/o servicios.....	8
3.2. Organigrama.....	12
<b>4. Estrategia de la Organización.....</b>	<b>16</b>
4.1. Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. Política de responsabilidad social.....	16
4.2. Diálogo y transparencia grupos de interés.....	18
<b>5. Alcance de la memoria.....</b>	<b>20</b>
5.1. Técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo.....	20
5.2. Premios y reconocimientos recibidos durante el periodo cubierto.....	20
<b>6. Indicadores.....</b>	<b>22</b>
6.1. <u>Indicadores económicos</u> .....	22
6.1.1. Cifras relevantes.....	22
6.1.2. Gestión de Capital.....	22
6.1.3. Uso de recursos locales.....	24



---

6.1.4. Sistemas de gestión.....	25
6.1.5. Marketing responsable.....	25
6.1.5.1. Estrategia de Comunicación.....	27
6.1.5.2. Estrategia Comercial.....	28
6.1.5.3. Responsabilidad Social Empresarial dentro del Plan de Marketing.....	29
6.1.6. Innovación.....	29
6.1.7. Objetivos próximo año. Vector económico. ....	31
6.2. <u>Indicadores ambientales</u> .....	32
6.2.1. Política y gestión ambiental.....	32
6.2.2. Producción y gestión de residuos.....	34
6.2.3. Gestión del agua.....	35
6.2.4. Gestión de energía.....	36
6.2.5. Contaminación acústica, lumínica y atmosférica.....	36
6.2.6. Objetivos próximo año. Vector Ambiental.....	37
6.3. <u>Indicadores sociales</u> .....	38
6.3.1. Democracia interna.....	38
6.3.2. Formación.....	39
6.3.3. Igualdad de oportunidades.....	41
6.3.4. Seguridad e higiene en el trabajo.....	42



---

6.3.5. Estabilidad de la plantilla.....	42
6.3.6. Condiciones sociolaborales.....	43
6.3.7. Conciliación de la vida personal y laboral.....	44
6.3.8. Derechos Humanos.....	44
6.3.9. Satisfacción de clientes.....	44
6.3.10. Intercooperación.....	45
6.3.11. Comunidad local.....	45
6.3.12. Empresas proveedoras y contratadas.....	46
6.3.13. Competencia.....	46
6.3.14. Objetivos próximo año. Vector Social.....	47



## 1. Carta del Presidente

*La Bodega Cuatro Rayas es consciente de que, aunque la responsabilidad principal de la empresa consiste en generar beneficios, puede contribuir al mismo tiempo a la consecución de mejoras sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social en el núcleo de su estrategia empresarial, en sus instrumentos de gestión y en el desarrollo de todas sus actividades.*

*Por eso, y coincidiendo con el 75 aniversario de la bodega Cuatro Rayas, es una satisfacción poder presentar nuestra primera Memoria de de Responsabilidad Social Empresarial que, además, se convierte en la primera que realiza una cooperativa agraria en Castilla y León.*

*La política de Responsabilidad Social de la bodega reafirma sus valores organizativos a través de las distintas actuaciones de la entidad, garantizando no sólo el cumplimiento de la legislación vigente a todos los niveles, sino que va más allá, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos de interés y basando las relaciones con ellos en el compromiso del beneficio mutuo.*

*Cuatro Rayas ha visto en la elaboración de la presente memoria, una oportunidad para conocer, medir, divulgar y rendir cuentas frente a nuestros grupos de interés internos y externos en relación a su situación actual y con respecto a los tres ámbitos de la sostenibilidad, económico, social y medioambiental.*

*Entendemos que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser intrínseca a nuestra cultura de empresa cooperativa, cuyos pilares se asientan en valores de autosuficiencia, autorresponsabilidad, democracia interna, participación, igualdad, transparencia y vocación social. Es responsabilidad de todos los que formamos parte del Movimiento Cooperativo que estos valores se reflejen en la práctica diaria.*

*Esta memoria ha sido realizada siguiendo como marco la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI), por considerarse la guía de prestigio internacional de mayor reconocimiento, y utilizando las herramientas del Sistema ROSECOOP, por entenderlo como el más adecuado por haber sido desarrollado específicamente para cooperativas.*

*Por último, agradecer a URGAPL su apoyo en este proceso, que ha permitido que podamos realizar nuestra primera Memoria de Responsabilidad Social Empresarial.*

*Sdo. D. Fernando Prieto García  
Presidente de Bodega Cuatro Rayas.*



## Letter from the Chairman

*Cuatro Rayas Winery recognizes that even though its primary responsibility is generating profits, it can simultaneously contribute to the achievement of social and environmental advancements by integrating social responsibility into the core of its business strategy, in its managerial tools, and in developing all of its activities.*

*Accordingly, and coinciding with the 75th anniversary of the Cuatro Rayas Winery, we are pleased to present our first Report on Corporate Social Responsibility, which becomes the first such report rendered by an agrarian cooperative in Castilla and Leon.*

*The Winery's social responsibility policy reaffirms its organizational values through its distinct activities, guaranteeing not only compliance with all levels of current legislation, but beyond, by considering the needs and expectations of various stakeholders and forging relationships with them based upon mutually beneficial compromise.*

*In preparing the Report, Cuatro Rayas Winery has detected an opportunity to discover, assess, divulge, and account for our results before our various internal and external interest groups in relation to their actual standing with respect to the three ambits of sustainability, the economic, the social, and the environmental.*

*We realize that corporate social responsibility should be intrinsic to our culture as a cooperative enterprise, whose pillars are built on values such as self-sufficiency, personal responsibility, internal democracy, participation, equality, transparency, and social vocation. It is the responsibility of everyone who forms part of the cooperative movement to reflect these values in daily practice.*

*This Report was drafted following the framework of the G3 guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI), since it is the most widely recognized and internationally prestigious sustainability reporting guide, and using the tools of the ROSECOOP System, being the most adequate since it was developed specifically for cooperatives.*

*Finally, thanks to UREAPEL for its support during this process, which has allowed us to produce our first Report on Corporate Social Responsibility.*



*Fernando Prieto Garcia  
President of Cuatro Rayas Winery.*



## 2. Introducción

El informe que se presenta a continuación corresponde a las actividades del año 2009. Se trata, además, de la primera Memoria de Responsabilidad Social Empresarial elaborada por la bodega Cuatro Rayas, aunque desde hace años la bodega ha seguido una filosofía empresarial basada en la responsabilidad social y el respeto al medio ambiente.

Esto significa no sólo llevar a cabo actuaciones de acción social en favor de colectivos desfavorecidos, sino tener una adecuada política de recursos humanos que fortalezca los lazos con los trabajadores, aplicar la transparencia informativa con todos los grupos de interés (socios, clientes, poderes públicos, etc.), cumplir con toda la legislación vigente, tener un comportamiento ético y transmitir esa filosofía a todos los trabajadores. Además de ser competitiva, la empresa tiene que tener un adecuado comportamiento corporativo en otros aspectos más allá de los relacionados con la actividad puramente comercial.

Así, esta Memoria de Responsabilidad Social Empresarial es el fruto del empeño por mejorar y comprometeros aún más con nuestras políticas social, ambiental y económica.



### 3. Perfil y estructura

**Nombre de la Empresa:** CUATRO RAYAS, AGRÍCOLA CASTELLANA, S.C.L.

**Dirección:** CTRA. RODILANA, S/N

**Localidad:** LA SECA

**Año de fundación:** 1935

**Número de personas trabajadoras:** 47

**Teléfono:** 983 816320/983 816321

**Fax:** 983 816562

**Correo electrónico:** info@cuatrorayas.org

**Página web:** www.cuatrorayas.org

#### 3.1. Principales actividades y productos

La bodega Cuatro Rayas se fundó en 1935 por un grupo de 30 viticultores capitaneados por el médico de La Seca, Don Fermín Bedoya, con el objetivo de hacer frente a los frecuentes abusos sufridos por parte de bodegueros y almacenistas que les recompensaban la uva a unos precios abusivamente bajos. Para ello, se unieron y crearon esta bodega, con el fin de poder dar salida a sus uvas en forma de vino.

75 años después, la bodega posee más de 2.100 hectáreas de viñedo y cuenta con unas modernas instalaciones que la dotan de capacidad para la elaboración de unos 15 millones de kilos anuales.



Fig. 1: Fachada de la bodega Cuatro Rayas.

Fuente: Cuatro Rayas.



La bodega supone hoy en día más del 20% de la producción de la Denominación de Origen Rueda, lo que la convierte en la más grande de la zona, con un nivel de producción anual de 11 millones de botellas. Sus vinos, principalmente de la variedad verdejo, son líderes dentro del consumo de vinos blancos en España y, además, cuentan con una gran influencia en los mercados exteriores, estando presentes en más de cuarenta países como Japón, China, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Holanda o México.

Cuatro Rayas pertenece a la Unión Regional de Cooperativas Agrarias de Castilla y León (URCACYL) y a Cooperativas Agroalimentarias. Actualmente agrupa a más de 300 socios de diversos pueblos de las provincias de Valladolid y Segovia que cultivan esas 2.100 hectáreas de viñedo.

Los principales mercados en los que opera la bodega Cuatro Rayas se pueden dividir de la siguiente manera:

- Exportación: 8% del total de la facturación.
- Nacional:
  - Alimentación: 35% del total de la facturación
  - HORECA (Hoteles, Restaurantes, Cafeterías): 21% de la facturación.
  - Resto de canales (clubes de vino, internet, empresas y particulares): 5% de la facturación.

El 31% restante del total de la facturación pertenece a los embotellados por encargo o “por para” que realiza la bodega.

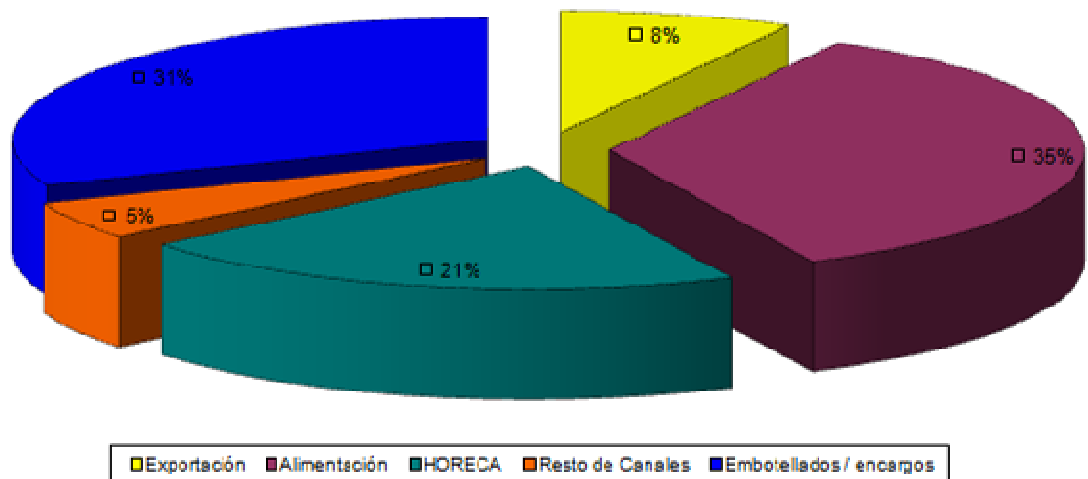


Fig. 2. Gráfico explicativo del porcentaje de ventas en los diferentes mercados.

Fuente: Cuatro Rayas.



De los 11 millones de botellas que elabora la bodega, el 95% están acogidos a la Denominación de Origen Rueda, siendo el 5% restante Vinos de la Tierra de Castilla y León. Dentro de esta diferenciación, en ambos casos, el 95% son vinos blancos y los demás vinos tintos y rosados.

La política empresarial de la bodega ha centrado su estrategia comercial y de comunicación en la marca más emblemática de la bodega, Cuatro Rayas, ya que supone un porcentaje muy importante de sus ventas (un 20%) y se ha convertido en un referente de los vinos blancos españoles. Tal ha sido la aceptación de su nombre que sirve para denominar a la Cooperativa Agrícola Castellana.



Fig. 3: Gama de productos amparados bajo la marca Cuatro Rayas  
Fuente: Archivo fotográfico Bodega Cuatro Rayas.

Por otra parte, la bodega no sólo se dedica a comercializar la gama Cuatro Rayas. Como se ha señalado, ésta supone un 20% de la producción total de la bodega, por lo que el 80% restante se divide en otras marcas propias (40%) y elaboraciones por encargo (40%).

La empresa dispone de un total de 30 marcas propias, además de Cuatro Rayas. Las principales son las siguientes:

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN RUEDA

- |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| - APOTEOSIS           | - NAVE SUR          |
| - AZUMBRE             | - PALACIO DE VIVERO |
| - BITÁCORA            | - PÁMPANO SEMIDULCE |
| - BASCARLÓN           | - POEMA             |
| - CANTARRANAS         | - VACCEOS           |
| - CASA DEL MONTE      | - VALTROPÍN         |
| - DAMA DEL LAGO       | - VELITERRA         |
| - INSPIRACIÓN PÁMPANO | - VISIGODO          |



---

**VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN**

- CASA MARÍA
- CABALLERO DE CASTILLA



### 3.2. Organigrama de la empresa

El órgano supremo de la Cooperativa lo constituye la Asamblea General de todos los socios, donde se acuerda la política general y se eligen la totalidad de los miembros del Consejo Rector compuesto por 15 socios que realizan el seguimiento de las directrices emanadas de dicha Asamblea, asesorados por el equipo técnico-administrativo, que ejecutan sus mandatos. La misma Asamblea General tiene como objetivo designar de entre sus miembros al Presidente, al Vicepresidente, al Secretario, a los interventores de cuentas y al Tesorero de la Sociedad.

El Consejo Rector de la cooperativa tiene la siguiente composición:

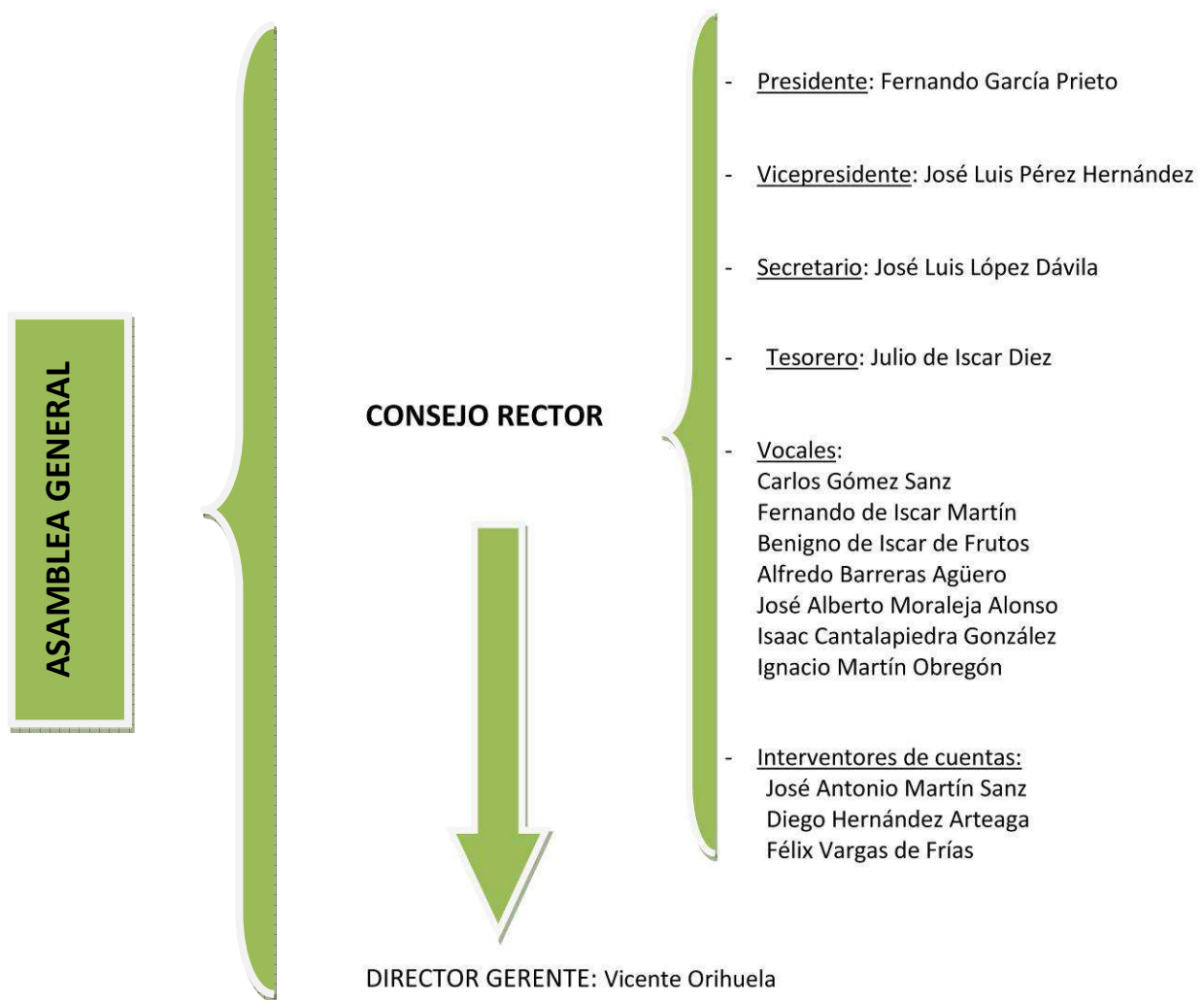


Fig. 4: Organización del Consejo Rector de la Bodega Cuatro Rayas.

Fuente: Bodega Cuatro Rayas.



ORGANIGRAMA

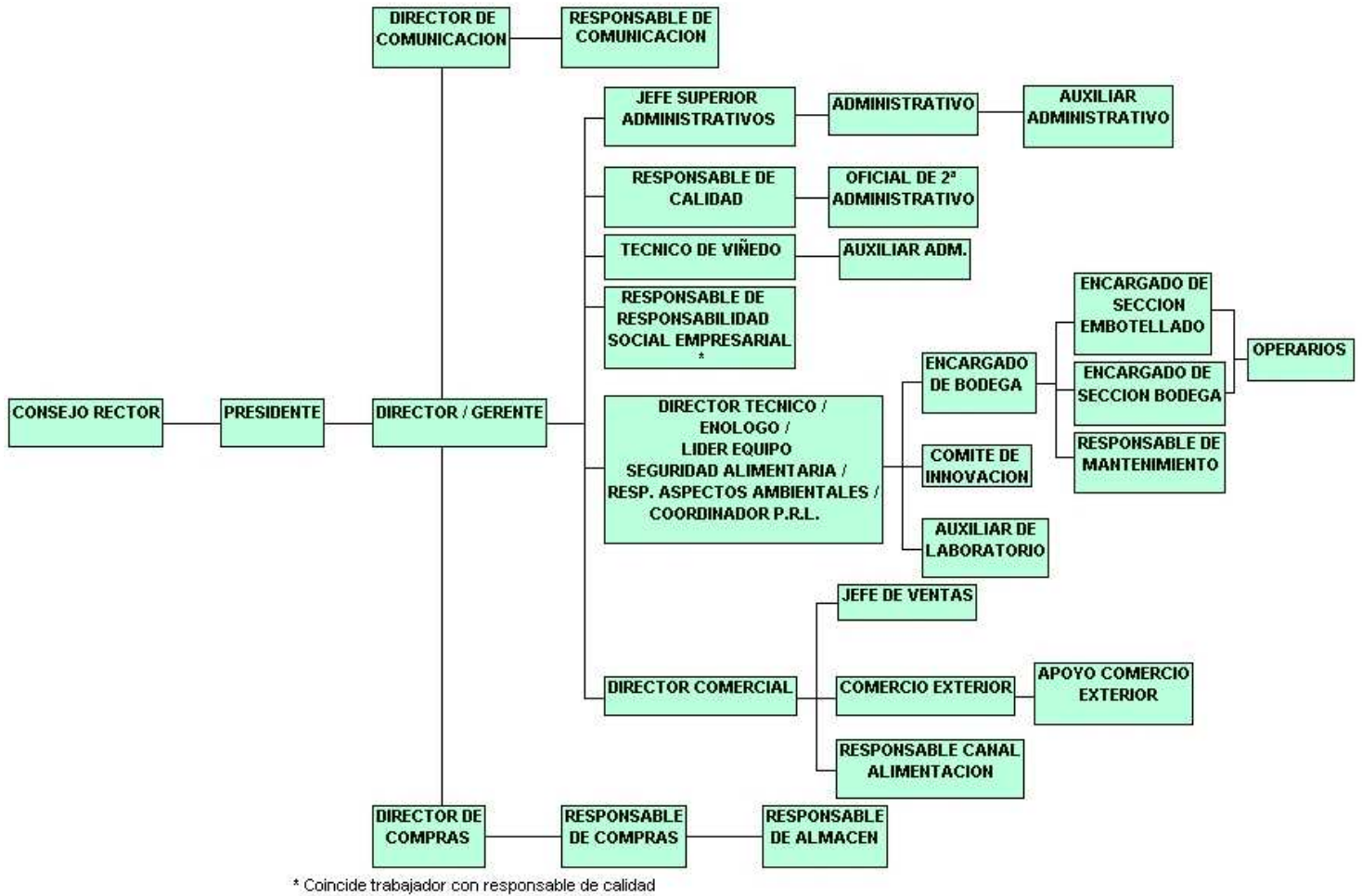


Fig. 5: Organigrama empresarial de la bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Manual de Calidad y Seguridad Alimentaria de Cuatro Rayas.

El número de trabajadores de la bodega es un total de 47 personas, de las cuales 11 son mujeres (23% de la plantilla) y 36 son hombres (77%).



Las **funciones básicas** de cada uno de los departamentos son:

- **Departamento de Compras:** Está dirigido por el Director Gerente de la bodega, y cuenta con una persona responsable del departamento, que se encarga de buscar los proveedores adecuados, supervisar y realizar todos y cada uno de los pedidos de cualquier departamento de la bodega.

Además, el embotellado se va realizando sobre pedido, lo que garantiza una mejor conservación del producto en los depósitos de acero inoxidable. La responsable de compras es la encargada pues, de realizar semanalmente un “plan de embotellado” de acuerdo a los pedidos que existen.

De este departamento depende directamente el Responsable de Almacén y dos operarios más, cuya función es mantener el orden correcto de dicho espacio y que el producto terminado se conserve en perfectas condiciones.

- **Departamento Técnico de Viñedos:** Es el encargado de estar en continuo contacto con los socios, aconsejándoles en las técnicas de plantación, mantenimiento, recolección, poda, etc. Está formado habitualmente por dos personas, si bien es cierto que, en época de vendimia aumenta su número de personal hasta llegar a unas 15 personas encargadas, junto a los socios, de tomar muestras de todos los viñedos para determinar cuál será el punto exacto de maduración de la uva. Su misión principal es conseguir que los viñedos estén siempre en perfecto estado para lograr la mayor calidad en las uvas y, por consiguiente, en el vino que elabora.

- **Departamento de Administración:** Formado por tres personas que se encargan de gestionar todo el sistema financiero de la empresa, así como, en coordinación con el encargado del almacén, planifican y desarrollan la logística de la empresa. En este sentido, se ocupan de la logística interna, así como de todos los pedidos a nivel nacional e internacional.

- **Departamento Técnico-Enológico y Laboratorio:** Es el encargado de hacer de la uva un vino de gran calidad. Vigilan en todo momento y con todo detalle la elaboración del vino, controlando con un sistema informático, todos y cada uno de los depósitos de fermentación en época de vendimia (donde se llega a duplicar la plantilla) y, posteriormente, controlando y manteniendo los depósitos, para que el vino siempre esté en estado óptimo de conservación. Al mismo tiempo, este departamento es el encargado de realizar continuos análisis de los vinos durante todo el proceso de elaboración, almacenamiento y hasta su embotellado.

De este departamento dependen el responsable de bodega, el de mantenimiento y todos los operarios de bodega, así como el “Comité de Innovación”. Este último es el encargado de planificar todos los proyectos de I+D que se desarrollan en la bodega.

- **Departamento de Calidad:** Este departamento busca siempre la perfección en todo el proceso de producción, en las instalaciones y en la seguridad de los trabajadores. El vino se considera producto alimentario por lo que, todo proceso de manipulación del producto debe estar perfectamente controlada. Se encarga de preparar todas las auditorías que a lo largo del año controlan y verifican que todo esté correcto. Además, programan y realizan formaciones para todos los empleados, para que adquieran los conocimientos adecuados a sus puestos de trabajo.



---

- **Departamento Comercial:** Una vez el producto final se encuentra en el almacén, la labor de éste Departamento es comercializarlo. Cuenta con un equipo de siete profesionales, divididos en tres sectores: Distribución nacional (HORECA), canal Alimentación y Exportación. Son los encargados de crear estrategias de comercialización y de promoción de los productos de la bodega a nivel nacional e internacional.

- **Departamento de Comunicación:** Recién creado como tal, este departamento se encarga de gestionar toda la comunicación tanto externa como interna. Sus funciones principales son: crear un plan de comunicación, así como llevarlo a cabo y valorar su repercusión, establecer relaciones con los medios de comunicación, envío de notas de prensa e información sobre la empresa, gestionar la comunicación interna, organización de ferias, participación en concursos del sector, mantenimiento de la web y páginas corporativas o la organización de eventos.



## 4. Estrategia de la organización

### 4.1. Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. Política de responsabilidad social.

**MISIÓN:** *Mantener y mejorar el nivel de vida de los socios y trabajadores, para poder seguir viviendo en el medio rural, facilitando el empleo para las próximas generaciones.*

**VISION:** *Nos gustaría una bodega que fuera referente en vinos blancos a nivel nacional tanto en calidad como en comercialización, con unos socios comprometidos y el mejor equipo de trabajo.*

#### VALORES:

- *Transparencia.*
- *Compromiso por el medio ambiente.*
- *Seguridad de Venta de producciones.*
- *Autosuficiencia: control de la cadena de valor de las producciones*
- *Ejemplo y referencia de las bodegas de la D.O. Rueda.*
- *Transparencia, compañerismo e información.*
- *Defensa de la cooperativa y compromiso de los socios.*
- *Innovación y calidad.*
- *Participación, cooperativismo.*
- *Honestidad y sinceridad.*
- *Confianza y delegación de funciones en la gerencia y en el equipo de trabajadores.*
- *Orgullo e identificación de los socios con sus marcas.*
- *Tradición en el relevo generacional*

Durante el ejercicio de 2010 se ha elaborado un Plan Estratégico en base al análisis que realiza el máximo órgano de gobierno, respecto al desempeño económico, ambiental y social, sus riesgos y oportunidades.

Cabe destacar los siguientes **OBJETIVOS:**

- Crecer en el mercado interior hasta un 75% con marcas propias, manteniendo la producción que existe actualmente.
- Crecer en el mercado exterior hasta llegar a un 20% de la facturación
- Conseguir mayor compromiso del socio con la cooperativa. Información
- Aumentar la capacidad de las instalaciones de elaboración y almacenaje
- Compromiso social de mejora del medio ambiente
- Separar la uva y pagarla por calidad



## POLÍTICA

La bodega Cuatro Rayas, consciente de las necesidades de la sociedad actual y de las futuras, así como de los posibles impactos que puede generar su actividad en el entorno, se compromete a ser una organización socialmente responsable y, con ese fin, ha desplegado un sistema de gestión integral cuyo principio transversal es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), incorporando a su funcionamiento diario criterios de RSE que se apoyan en la misión, visión y valores de nuestra empresa.



Fig. 6: Cuadro resumen del sistema de gestión integral de la bodega.  
Fuente: Cuatro Rayas.

Agrícola Castellana siempre ha orientado su misión, visión y valores hacia sus grupos de interés y ello se plasma en su planificación estratégica, a partir de la cual, se desarrollan, procesos y proyectos destinados a la mejor gestión y mayor transparencia de Clientes, Personas y Proveedores. Todo ello, bajo el amparo de la mejora continua, la calidad e innovación, y los criterios y normas de actuación.

La política de RSE de la bodega reafirma los valores organizativos a través de las distintas actuaciones de la entidad. La adopción de esta política no sólo garantiza el cumplimiento de la legislación vigente a todos los niveles sino que va más allá, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y basando las relaciones con ellos en el compromiso del beneficio mutuo.



#### 4.2. Diálogo y transparencia. Grupos de interés.

Se ha elaborado un mapa estratégico de los grupos de interés de la bodega Cuatro Rayas que los define de manera formal. Se identificarán en cada caso la relación que se mantiene y la que se quiere mantener para alcanzar los objetivos empresariales establecidos y, por eso, se fomenta una comunicación bidireccional con el objetivo de satisfacer las necesidades de ambas partes.

El diálogo que la bodega mantiene con sus grupos de interés, permite mejorar el conocimiento que tiene sobre sus gustos y motivaciones. De esta manera se pueden desarrollar nuevas iniciativas para la calidad de los productos y de las relaciones personales:

#### GRUPOS DE INTERÉS DE LA BODEGA CUATRO RAYAS:

GRUPOS PRINCIPALES	OBJETIVOS	PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN
<b>Clientes</b>	Promover la comunicación constante, la captación de sus necesidades y la prestación de un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pagina Web</li><li>- Correo electrónico</li><li>- Teléfono</li><li>- Fax</li><li>- Reclamaciones</li><li>- Visitas de presentación</li><li>- Encuestas de satisfacción</li></ul>
<b>Proveedores</b>	Generar las relaciones de confianza, propiciando la igualdad de oportunidades, el beneficio mutuo y el compromiso con la responsabilidad social	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reuniones comerciales</li><li>- Cartas</li><li>- Órdenes de compra</li></ul>
<b>Socios</b>	Ofrecer el mejor servicio, de forma que tengan un servicio de calidad a través de una información clara, transparente y adecuada de los servicios que más se adapten a sus necesidad. Buscar un crecimiento sólido y rentable, respetando fielmente la legalidad vigente y los valores éticos de la cooperativa	<ul style="list-style-type: none"><li>- Asambleas</li><li>- Circulares</li><li>- Seminarios</li></ul>



<b>Trabajadores</b>	Mejorar las condiciones laborales y personales, con una política de transparencia y una comunicación abierta y permanente.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Correo electrónico</li><li>- Reuniones de área</li><li>- Tablón de anuncios</li><li>- Buzón de sugerencia</li><li>- Encuestas de satisfacción</li></ul>
---------------------	--	---

<b>GRUPOS SECUNDARIOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN</b>
<b>La sociedad</b>	Fomentar las buenas prácticas en todos nuestros trabajos y desarrollar nuestra actividad con la máxima consideración de los aspectos sociales y ambientales de nuestro entorno en el que desarrollamos nuestra actividad	<ul style="list-style-type: none"><li>- Notas de prensa</li><li>- Pagina Web</li><li>- Participación en ferias</li><li>- Artículos de prensa</li><li>- Departamento de comunicación</li></ul>
<b>Los medios de Comunicación</b>	Mantener la mejor de las relaciones con los medios de comunicación. Difundir el mensaje de la cooperativa para que llegue a todos los públicos objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Notas de prensa</li><li>- Artículos de opinión</li><li>- Dossier de prensa</li><li>- Publicidad</li></ul>
<b>Administración pública</b>	Cumplir eficientemente todos los compromisos de la firma con las administraciones públicas y colaborar en todas las materias en las que Cuatro Rayas pueda añadir valor a las actuaciones institucionales	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estudios</li><li>- Informes</li><li>- Solicitudes de reuniones</li><li>- Visitas a la administración</li><li>- Asistencia a las reuniones convocadas por la administración.</li></ul>

Fig. 7: Objetivos y canales de comunicación para con los grupos de interés de la bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.



## 5. Alcance de la memoria

El presente informe de Responsabilidad Social Empresarial hace referencia a aquellas actividades desarrolladas a lo largo del año 2009 y se trata de la primera memoria de este tipo que realiza la Bodega Cuatro Rayas. El objetivo es editar una memoria como la presente con una periodicidad bienal, una vez elaborada ésta.

Este informe ha seguido la metodología de RSECoop y su información incluye todas las actividades de la bodega. En memorias posteriores se irá ampliando su alcance en la medida en que se vaya avanzando en la consecución de los distintos compromisos de la Responsabilidad Social Empresarial.


La cobertura o alcance de esta Memoria de Responsabilidad Social se ciñe exclusivamente a la actividad propia de la bodega Cuatro Rayas.

### 5.1. Técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo

Las técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo se corresponden con el sistema RSECoop. Este sistema tiene como objetivo la adaptación de la Economía Cooperativa a los cambios económicos y estructurales a partir de la puesta en valor de la Responsabilidad Social intrínseca a la cultura empresarial de las cooperativas.

### 5.2. Premios y reconocimientos recibidos durante el periodo cubierto

De acuerdo con la nueva estrategia comercial de posicionar las marcas propias, con especial interés por la marca Cuatro Rayas, la bodega presenta sus productos a diferentes concursos y premios oficiales del sector, puesto que son un gran escaparate y reconocimiento a nivel nacional e internacional. Los productos de la bodega han recibido los siguientes premios y reconocimientos durante los años 2008 y 2009:

2008-2009		
	<b>Cuatro Rayas Verdejo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Medalla de Plata en Mundial de Vinos de Bruselas</li><li>- Medalla de plata, International Wine Challenge</li><li>- Medalla de plata, Decanter World Wine Awards</li></ul>



	<b>Cuatro Rayas Sauvignon</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gran Zarcillo de Oro</li><li>- Medalla de plata, Decanter World Wine Awards.</li></ul>
	<b>Cuatro Rayas Fermentado en Barrica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Zarcillo de plata</li><li>- Medalla de plata, International Wine Challenge</li></ul>
	<b>Inspiración Pámpano Verdejo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Robert Parker: 87 puntos.</li></ul>
	<b>Azumbre Verdejo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bacchus de plata</li><li>- Medalla de Oro, Mundial de Vinos de Bruselas</li></ul>
	<b>Palacio de Vivero Verdejo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gran Manojó</li></ul>

Fig. 8: Cuadro resumen de los premios obtenidos por los vinos de la bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas



## 6. Indicadores

### 6.1. Indicadores económicos

#### 6.1.1. Cifras Relevantes

Activo no corriente.....	5.093.163,40
Activo corriente.....	16.431.240,55
Total Activo.....	21.524.403,95
Patrimonio neto.....	5.328.683,17
Pasivo no corriente.....	3.416.943,50
Pasivo corriente.....	12.778.777,28
Total patrimonio neto y pasivo.....	2.1524.403,95
Resultado Financiero.....	- 329.220,42
Resultado Del Ejercicio.....	15.483,03

#### 6.1.2. Gestión de capital

Ventas netas .....	16.221.398,72 €
% sobre el pasivo que se corresponde con fondos irrepatriables .....	13,18%
% de distribución de excedentes destinados a fondos irrepatriables.....	43,53%
% de excedentes asignados a los miembros de la organización.....	51,46%

Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período:

<u>Año 2007</u>	<u>Año 2008</u>	<u>Año 2009</u>
75.578,66	64.512,48	15.483,03



### **Posicionamiento del producto en el mercado y conocimiento de la competencia directa.**

El entorno general de crisis mundial ha afectado a los canales de distribución de la compañía, especialmente al canal denominado HORECA (hotelería, restauración, cafetería) y a la exportación, con una disminución de consumo muy importante.

Sin embargo, la crisis mundial ha provocado un cambio en los hábitos de consumo de vino, trasladándose gran parte de las ventas al canal de alimentación, es decir, supermercados y grandes superficies.

Por otro lado, el entorno específico de la zona de Rueda, Denominación de Origen a la que pertenece la bodega, también ha sufrido variaciones, con un descenso importante tanto en el precio de compra de materia prima (uva) como en el precio final de venta del producto. Esto se ha debido a la entrada en producción de nuevas hectáreas de viñedo a un ritmo de crecimiento muy superior al crecimiento de las ventas en la zona.

Esta situación provoca una oferta de uva muy superior a la demanda, lo que se traduce en una caída de los precios que deriva en una mayor competencia con el resto de bodegas de la zona al poder permitirse éstas bajar el precio de venta de sus vinos.

Los tres vinos más consumidos de la D.O. Rueda son los siguientes, en este orden:

1. Marqués de Riscal
2. Palacio de Bornos
3. Cuatro Rayas

Aunque la filosofía de empresa de las tres bodegas líderes es muy diferente una de otra, se puede decir que Marqués de Riscal y Palacio de Bornos son la competencia más directa de la bodega para la gran parte de sus productos.

Las ventas totales de Cuatro Rayas en el año 2009 se dividen de la siguiente manera:

Alimentación: 35%

Horeca: 21%

Exportación: 8%

Embotellados por encargo: 31%

Clubes de vino, etc.: 5%

Estos datos corresponden a un total de ventas de 11 millones de botellas y 16 millones de euros de facturación. Bajo la marca Cuatro Rayas, la más emblemática de la bodega, se producen un total de:

- Cuatro Rayas Sauvignon 300.000 botellas
- Cuatro Rayas Verdejo 1.500.000 botellas
- Cuatro Rayas Fermentado en Barrica: 10.000 botellas



- Cuatro Rayas Espumoso: 6.000 botellas

Además, la marca Veliterra, que durante el año 2009 ha sufrido un cambio de imagen radical, pretende posicionarse como la marca líder en el canal alimentación, situándose en el mercado a un precio que ronda los 2€.



Fig. 9: Veliterra 100% Verdejo.  
Fuente: Archivo fotográfico Bodega Cuatro Rayas.



### 6.1.3. Uso de los recursos locales

La bodega Cuatro Rayas tiene el compromiso de utilizar y aprovechar los recursos locales, con el objetivo de favorecer el desarrollo económico de su entorno rural. Para ello, los productos agrícolas locales forman gran parte de la actividad económica de la empresa y la práctica totalidad de sus gastos se realizan en el territorio (80%).

Además, el 99% de la plantilla proviene de la comarca donde está implantada la empresa.

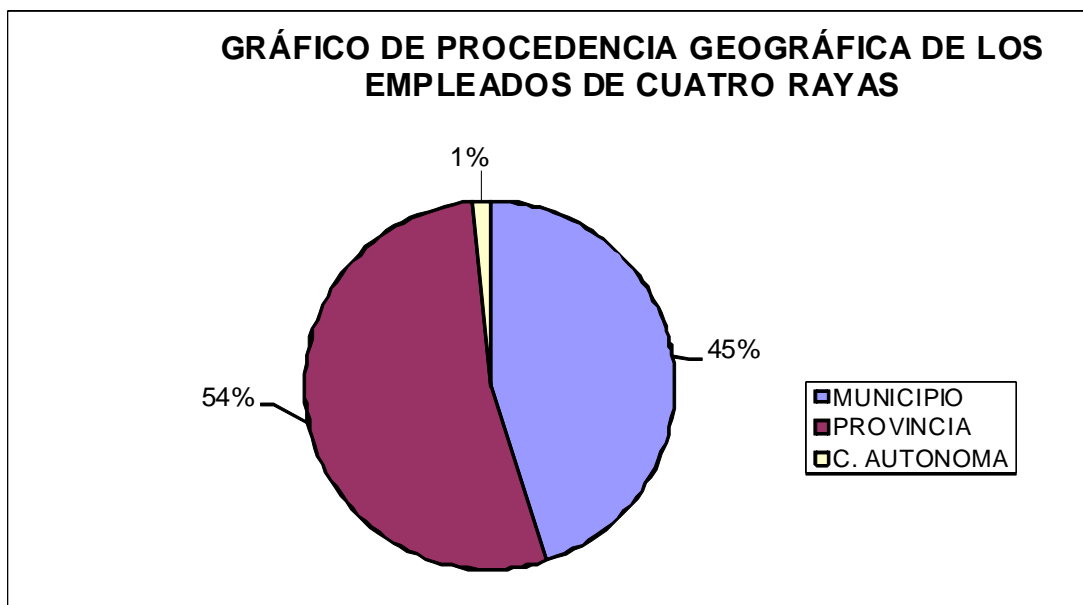


Fig. 10 : Gráfico de procedencia geográfica de los empleados de Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

Por otro lado, se ha constituido la Sociedad Cooperativa de segundo grado, *Las Tres Ces*, con otros socios de URCACYL de la Comunidad Autónoma de Castilla y León para la comercialización conjunta de productos. Esta sinergia supone poder ofrecer el vino bajo un aval más de garantía que se suma a las fuerzas de venta del departamento comercial.

Para la bodega supone una ventaja pertenecer a esta Comercializadora porque aprovechar estas sinergias con otras denominaciones de origen de la región, como Cigales, Bierzo, Ribera del Duero, etc., con vino y productos muy diversos de las denominaciones, resulta un valor añadido a la hora de introducir un producto en nuevos canales de venta.



#### 6.1.4. Sistemas de gestión de calidad

La Responsabilidad Social Empresarial influye directamente en la gestión de los sistemas de calidad y seguridad alimentaria. Por esta razón, Cuatro Rayas va más allá de los protocolos estrictamente obligatorios por ley y ofrece a sus consumidores la mayor transparencia en relación a la seguridad y la calidad de su trabajo. Así, a día de hoy, la bodega está certificada en los siguientes protocolos de calidad y seguridad alimentaria: **ISO 9001:2008**, **British Retail Consulting (BRC)** auditoría de calidad que genera un fuerte interés en países como Inglaterra, e **International Food Standard (IFS)**, destinada a países como Alemania.

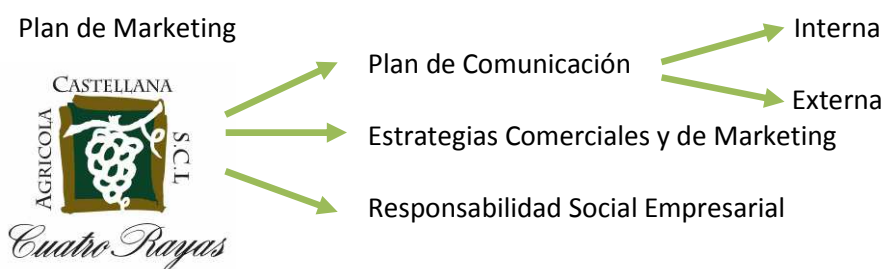
#### 6.1.5. Marketing responsable

##### PLAN DE MARKETING 2010- 2015

El Departamento Comercial, de Comunicación y el de Calidad se encargan de valorar el contenido de la información sobre los productos con la finalidad de que cumplan con la normativa legal. De esta forma, los contenidos de las acciones comerciales no se alejan de los valores definidos en materia de responsabilidad social, dando importancia al compromiso social, la innovación y la orientación al cliente.

Además, se ha creado un Departamento de Comunicación que, siguiendo la política de Responsabilidad Social Empresarial de la bodega, tiene como objetivo principal, reforzar la comunicación interna y externa con los grupos de interés de la cooperativa.

Por tanto, el plan de marketing de Cuatro Rayas tiene tres puntos fundamentales sobre los que basará sus estrategias:





El Plan de Marketing 2010-2015 contempla los siguientes aspectos:

**Objetivos principales:**

- Mejorar y promocionar la imagen de marca.
- Llegar a ser un ejemplo y una referencia dentro de las bodegas de la D.O. Rueda.
- Aumentar la notoriedad de la marca Cuatro Rayas en el ámbito nacional.
- Estructurar y dar valor al nuevo Departamento de Comunicación.
- Crear nuevos canales de comunicación con los grupos de interés.
- Crear y posicionar una nueva página web, así como otras páginas corporativas de la red (Facebook, Twitter, Youtube).
- Fomentar el consumo de Cuatro Rayas; aumentar sus ventas un 100%.
- Crecer en el mercado interior hasta un 75% con marcas propias, manteniendo la producción actual.
- Elaboración de una Memoria de Responsabilidad Social Empresarial e incluirla en las acciones promocionales.
- Patrocinio del Club Balonmano Valladolid durante las temporadas 2010-2012.

**6.1.5.1. Estrategia de Comunicación**

El plan de comunicación de la bodega Cuatro Rayas para el año 2010 sigue las directrices marcadas en el plan estratégico y los objetivos mencionados anteriormente.

Teniendo en cuenta las nuevas estrategias de posicionamiento para las marcas propias, haciendo especial hincapié en Cuatro Rayas, todo el plan de comunicación tendrá como base principal dicha marca. Para llevar a cabo las acciones del plan se ha establecido un nuevo departamento de comunicación en la bodega, inexistente hasta este momento, que depende y colabora siempre con la gerencia de la misma.

El plan de comunicación se basa en comunicación externa e interna, por lo que, el público objetivo se puede dividir en tres, principalmente:

- Cliente final, consumidor.
- Medios de Comunicación
- Trabajadores y socios

En relación a la **comunicación externa**, la bodega concentra gran parte de sus esfuerzos en la marca Cuatro Rayas, de la que se pretende que se convierta en el vino blanco de referencia de la Denominación de Origen Rueda, mejorando así su notoriedad. Si bien es cierto que el resto de marcas propias también tienen su lugar dentro del plan de comunicación.

En lo que concierne a la **comunicación interna**, hasta ahora no ha existido ningún plan definido, si bien es cierto que se utilizan las herramientas tradicionales para comunicarse con los empleados, como pueden ser el buzón de sugerencias, tabloneros de anuncios o reuniones periódicas de los departamentos y de toda la bodega. Son herramientas eficaces que no dejarán de usarse, pero a partir del año 2010 se incluirán más herramientas de comunicación, con lo que se pretende mejorar la gestión de personas. Algunas de



estas novedades serán, circulares personalizadas, envío de sms a móviles o encuestas de satisfacción a los empleados.

Igual que los trabajadores, los socios de la cooperativa tienen un papel muy importante dentro de la empresa, por lo que hay que cuidar y mejorar los canales de comunicación para con ellos.

### **6.1.5.2. Estrategia Comercial**

La estrategia comercial, si bien es cierto que se puede modificar en base a las necesidades cambiantes del mercado, se asienta en unos pilares fundamentales que se pretenden conseguir en los próximos 5 años.

Dichos pilares se basan ante todo en dos principios: el fomento del consumo y las ventas de la marca Cuatro Rayas, y el crecimiento de ventas con las marcas propias. Teniendo en cuenta esto, la estrategia se puede dividir en los distintos canales que se presentan a continuación:

1. **DISTRIBUIDORES PROVINCIALES:** El posicionamiento de los productos en los sectores de restauración, hoteles, o tiendas especializadas más selectas, será el principal objetivo para la marca Cuatro Rayas, la más emblemática de la bodega. Actualmente, la marca está presente en muchos de los restaurantes y cadenas hoteleras más importantes de España, destacando el Restaurante Arzak, Akelarre, Martín Berasategui o Mugaritz, entre otros.

2. **GRANDES SUPERFICIES-ALIMENTACIÓN:** El objetivo para el canal alimentación es potenciar y negociar la presencia de toda la gama, pero principalmente de las marcas Cuatro Rayas y Veliterra. La bodega ha logrado posicionarse como una imprescindible en las grandes cadenas de alimentación gracias al amplio portfolio de productos, que le permite situarse en la gran mayoría de los lineales.

3. **MERCADO EXTERIOR:** Los mercados internacionales prioritarios para los productos de la bodega son Alemania, Escandinavia, Brasil, Dinamarca y Estado Unidos. Asimismo, sus vinos están bien posicionados en Gran Bretaña, Holanda y China.

Dentro del plan de marketing de los próximos 5 años, la labor comercial en el extranjero se verá reforzada por una mayor presencia en ferias internacionales y misiones comerciales. Cuatro Rayas participará en las siguientes ferias nacionales e internacionales:

- Feria Alimentaria (2012 y 2014 Barcelona).
- Feria Gourmets (anual en Madrid).
- Spanish Wine Trade Fair, anual en Londres.
- VINEXPO en Burdeos, 2011, 2013 y 2015.
- VINORDIC en Estocolmo, 2011, 2013.
- PROWEIN, anual en Düsseldorf.
- FOODDEX, bienal en Japón.



### **ACCIONES PROMOCIONALES Y DE MARKETING**

Con una periodicidad anual, se realiza un presupuesto para promociones, publicidad en medios y marketing. Estas acciones se dividen en :

- Publicidad en las revistas más importantes del sector (Plan de medios), así como en periódicos de tirada nacional y regional.
- Comunicación de los premios obtenidos. De manera mensual o bimestral se envía una circular informativa a todos los grupos de interés con las novedades, premios recibidos, asistencias a ferias o cualquier otra nota de interés concerniente a la Bodega Cuatro Rayas.
- Acciones promocionales de apoyo directo a los distribuidores. Además de acompañar y ayudar en dichas acciones, la bodega pone a su disposición material de promoción o *merchandising* (sacacorchos, enfriadores, estuches o cubiteras).
- Acciones derivadas del patrocinio del Club Balonmano Valladolid, que es efectivo a partir del 1 de julio de 2010 y que tomará el nombre de Cuatro Rayas Balonmano Valladolid.

#### **6.1.5.3. Responsabilidad Social Empresarial dentro del plan de Marketing**

La elaboración de la presente Memoria de Responsabilidad Social Empresarial se incluirá también en las estrategias de Marketing que Cuatro Rayas llevará a cabo en los próximos años. Así, obtendrá un lugar destacado en la nueva página web de la empresa, además de incluirla en todas las comunicaciones corporativas que se realicen.

La Responsabilidad Social Empresarial es a partir de este momento, un argumento más que comunicar siempre a todos los grupos de interés de la bodega Cuatro Rayas .

#### **6.1.6. Innovación**

La bodega Cuatro Rayas desarrolla productos agroalimentarios utilizando variedades de uva Verdejo, y recuperando la cultura vitivinícola y gastronómica de la zona.

En materia de innovación la estrategia se basa en un proceso de mejora continua, del que son responsables el equipo técnico y comercial. Para ello se invierte en los recursos y tecnología que permitan ofrecer productos y servicios adaptados a los requisitos de los socios y clientes.



Fig.11: Racimo de uva de las variedad verdejo.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

Con este planteamiento, cabe recordar las acciones realizadas durante el ejercicio de 2009:

- La instalación de una línea de embotellado
- Compra de un filtro para lías de desfogado de mostos : Decanter
- La comercialización de un Tinto Joven Roble
- Inspecciones nocturnas en la vendimia.
- Despalillado de la uva antes de entrar en bodega.

Es de resaltar el esfuerzo permanente que se realiza en materia de modernización de las instalaciones:

	2005	2006	2007	2008	2009
Inversión (en miles de Euros)	385	391	364	1515	936

Fig. 12: Cuadro resumen de la inversión realizada en los últimos años en la mejora de las instalaciones.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas

Concretamente, en el ejercicio 2009 se han ejecutado nuevas inversiones en depósitos de almacenamiento de vino y arreglo de naves. El objetivo para 2010 será crear un comité de innovación compuesto por el Director Técnico, el Técnico de viñedos y la Responsable de Calidad.



Fig. 13: Prensas y depósitos de acero inoxidable de la bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

#### 6.1.7. Objetivos próximo año vector económico

- Implantar un sistema de Gestión de Almacén
- Crecer en el mercado interior hasta un 75% con marcas propias, manteniendo la producción que existe actualmente.
- Crecer en el mercado exterior hasta llegar a un 20% de la facturación
- Aumentar la capacidad de las instalaciones de elaboración y almacenaje
- Cumplir con el presupuesto previsto para el próximo año 2010.



## 6.2. Indicadores ambientales

### 6.2.1. Política y gestión ambiental

De acuerdo con los valores establecidos en el plan estratégico, la bodega tiene como objetivo un compromiso con el medio ambiente. En este momento, los principios básicos en los que se basa la Política y Gestión Ambiental de la bodega Cuatro Rayas son los siguientes:

- Prevenir la contaminación, mejorando el comportamiento y rendimiento en materia de protección medioambiental
- Potenciar la minimización de los residuos generados y el consumo de recursos en la medida de lo posible.
- Trabajar en la mejora e innovación tecnológica de las instalaciones, para conseguir una optimización en el consumo de los recursos naturales y energéticos, y alcanzar un alto nivel de rentabilidad y competitividad.
- Mejorar el desempeño energético de la empresa, contribuyendo al ahorro de energía y a la disminución de las emisiones que provocan el cambio climático mediante tecnologías que sean económicamente viables.
- Involucrar a todo el equipo humano de la empresa, facilitando la información, la formación y la motivación del mismo en la mejora medioambiental.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables en materia de consumo energético y de todos aquellos que la organización suscriba para mejorar los mismos.

### Impactos Ambientales

	AGUA	RESIDUOS	ATMÓSFERA	ACÚSTICA	RECURSOS NATURALES
RECEPCIÓN DE UVAS			Emisión CO2	Emisión ruido	Consumo de energía
RECEPCIÓN DE MATERIAL AUXILIAR Y ADITIVOS ESCURRIDO / PRENSADO	Consumo agua -Generación aguas residuales limpieza	Generación Orujos	Emisión CO2	Emisión ruido	Consumo de energía
DEFANGADO	Generación aguas residuales limpieza	Generación fangos			Consumo de energía
FERMENTACIÓN		Generación lías	Emisión CO2		Consumo de energía



<b>TRASIEGOS</b>	Generación aguas residuales limpieza	Generación lías		Consumo de energía
<b>FERMENTACIÓN MALOLACTICA</b>				Consumo de energía
<b>CRIANZA BARRICA</b>	Generación aguas residuales limpieza			
<b>CLARIFICACIÓN</b>	Generación aguas residuales limpieza	Generación residuos clarificantes		Consumo de energía
<b>FILTRACIÓN</b>	Generación aguas residuales limpieza	Generación tierras		Consumo de energía
<b>ESTABILIZACIÓN FRÍO</b>	Consumo agua	Generación tartárico		Consumo de energía
<b>DESPALETIZACIÓN DE BOTELLAS</b>		Generación plástico ,cartón	Emisión ruido	Consumo de energía
<b>ENJUAGADO DE BOTELLAS</b>	Consumo agua		Emisión ruido	Consumo de energía
<b>LLENADO</b>			Emisión ruido	Consumo de energía
<b>TAPONADO</b>		Generación plástico ,cartón	Emisión ruido	Consumo de energía
<b>CAPSULADO</b>		Generación plástico ,cartón	Emisión ruido	Consumo de energía
<b>ETIQUETADO</b>		Generación papel, cartón	Emisión ruido	Consumo de energía
<b>PALETIZACIÓN</b>			Emisión ruido	Consumo de energía
<b>TRANSPORTE DE PRODUCTO TERMINADO</b>			Emisión CO2	Consumo de energía
<b>MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA</b>		Generación grasas		Consumo de energía

Fig. 14: Cuadro resumen de los impactos ambientales de Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

Se conoce la legislación ambiental que afecta a la actividad y se cumple rigurosamente especialmente en la actividad de productos fitosanitarios, donde la dirección técnica se encarga de indicar los productos específicos para estos tratamientos y lo controla mediante un cuaderno de campo propio. Existe un planteamiento de la empresa para la implantación de productos ecológicos para el tratamiento sanitario del viñedo.

Es de especial relevancia mencionar que no se ha recibido nunca sanción alguna por incumplimiento de la legislación ambiental.



### 6.2.2. Producción y gestión de residuos

Los procedimientos de gestión de residuos son una de las prioridades de la bodega, de acuerdo con uno de los valores de su plan estratégico, *Compromiso por el medio ambiente*. Estos procedimientos están sujetos a cambios según lo requiera o lo exija el máximo cuidado del medio ambiente. Estos procedimientos se explican a través de la siguiente tabla:

Residuo	Proceso que lo genera	Almacenamiento	Gestión origen	Gestión externa
Restos de hojas y otras partes de la vid	Recepción de uvas	Se almacena en la cooperativa hasta su traslado a la alcoholera.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol
Generación de cartón, plástico y papel	Recepción de materias auxiliares y aditivos	Se almacena en la cooperativa hasta su traslado a la empresa de recuperación.		Gestores autorizados
Generación orujos	Ecurrido / Prensado	Se almacena en la cooperativa hasta su traslado a la alcoholera.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol
Raspón o escobajo	Despallido	Se almacena en la cooperativa hasta su traslado a la alcoholera.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol
Generación fangos	Desfangado	Se almacena en su depósito para su valoración.	Filtración para la obtención de mosto	
Generación lías	Fermentación	Se almacena en un depósito para su valoración.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol.
Generación lías	Trasiegos	Se almacena en un depósito para su valoración.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol.
Generación residuos clarificantes	Clarificación	Se almacena en un depósito para su valoración.		Destilación por una alcoholera para la extracción de alcohol.
Generación tierras	Filtración	Son almacenadas en un contenedor específico.		Gestores autorizados
Generación tartárico	Estabilización frío	Se almacena en recipientes para tartárico.		Empresa de productos enológicos para su reutilización.
Generación	Embotellado			Gestores



plástico, cartón, cápsulas, rollos				autorizados
Generación grasas	Mantenimiento de maquinaria	Son almacenadas en un contenedor específico		Gestores autorizados
Toners, tintas de impresión, pilas	Oficina			Gestores autorizados

Fig. 15: Cuadro explicativo de la gestión de los residuos.

Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

Se lleva un control y seguimiento de la cantidad anual de residuos generados, desglosados por tipología y destino de tratamiento:

PRODUCTO	CANTIDAD
Lías tratadas	420 TM
Plásticos recogidas por empresa de reciclaje	30 TM
Cartón recogidas por empresa de reciclaje	35 TM
Basuras recogidas por empresa de reciclaje	40 TM
Chatarra recogida por empresa de reciclaje	12 TM

Se han emprendido acciones importantes para mejorar la gestión de casi todos los residuos que generan sus actividades: un contenedor de residuos sólidos comunes, una prensa de plásticos, otra de cartones y un picador de raspón.

### 6.2.3. Gestión del agua

Se realiza un tratamiento y seguimiento del destino de las aguas residuales: La bodega cuenta con una depuradora biológica en la que las bacterias y otros microorganismos destruyen y metabolizan la materia orgánica soluble y coloidal, reduciendo la "Demanda Biológica de Oxígeno" (DBO) y la "Demanda Química de Oxígeno" (DQO). El agua, una vez depurada, desagua a la red de saneamiento local.

Existe un proyecto de instalación de una planta potabilizadora de agua de un pozo propio, para su uso en los trabajos de bodega.



#### 6.2.4. Gestión de energía

Los datos de consumo de energía eléctrica y gasóleo en todas las actividades son los siguientes:

	2005	2006	2007	2008	2009
Energía eléctrica (Kw/h)	6246	6846	7005	6312	7836
Gasóleo (litros)	7956	8626	3955	2893	5782

Fig. 16: Tabla de datos de consumo de energía eléctrica y gasóleo en los últimos años.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

El aumento de consumo se debe a la ampliación de instalaciones y la puesta en marcha de nueva maquinaria en bodega.

Entre las medidas de ahorro y eficiencia energética destacan la instalación de baterías y condensadores eléctricos para no producción reactiva y la sustitución de motores antiguos por otros nuevos de menor consumo y mayor eficiencia. También se han sustituido todas las lámparas interiores por otras de menor consumo y mayor rendimiento.

#### 6.2.5. Contaminación acústica, lumínica y atmosférica.

- En el interior de las instalaciones se aplican las medidas preventivas correspondientes prescritas por el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales para evitar la emisión de ruido. Además, se aplican las medidas de protección auditiva igualmente indicadas para los trabajadores que desempeñan su labor en zonas con ruidos no evitables.
- En el exterior de las instalaciones se ha realizado una medición por un Centro Tecnológico de Acústica para conocer los niveles de inmisión de ruidos, resultando en la zona donde se ubica la actividad unos niveles por debajo de los límites de inmisión establecidos en la normativa de la Comunidad Autónoma.
- Se ha eliminado y trasladado los compresores de aire y de frío a zonas más alejadas de los puestos de trabajo y alejadas de las áreas más próximas a las viviendas de la zona.
- El 100% de las luminarias exteriores son de baja dispersión al hemisferio superior.
- Se han tomado medidas para minimizar la contaminación atmosférica como el cambio de las calderas de gasóleo por otras eléctricas y el uso de bombas de calor eléctricas de acumulación para calefacción



#### 6.2.6. Objetivos próximo año. Vector ambiental

De la evaluación se derivan algunas acciones como la realización del control y seguimiento de la emisión, directa e indirecta, de gases de efecto invernadero. Se realizarán acciones de **Formación Ambiental** periódica al personal de las distintas áreas de trabajo.

También se va a elaborar un folleto o **Manual de Buenas Prácticas Ambientales** en el puesto de trabajo para difundir entre el personal.

Se estudiará la posibilidad de instalar una planta potabilizadora.



### 6.3. Indicadores sociales

#### 6.3.1. Democracia interna

La Asamblea General no tiene ninguna limitación a su soberanía según la Ley de Cooperativas y como establecen en concreto los Estatutos, aunque la gestión se desarrolla por el Consejo Rector, la Dirección y la Presidencia.

Se realiza una Asamblea General anual:

- **Requisitos de adhesión a la organización:** Hoy en día existe una limitación importante en relación a la adhesión de nuevos socios ya que la bodega no posee la capacidad de dar salida a más producción. Por esta razón, está restringida la entrada a nuevos socios con nueva producción.
- **Requisitos y condiciones de salida:** el socio puede darse de baja voluntariamente mediante preaviso por escrito al Consejo Rector .  
El número de altas y bajas se produce entre miembros de la misma familia, siendo la variación anual del número de socios insignificante.
- **Personas con derecho a voto en el máximo órgano de gobierno:** El sistema cooperativista es el único sistema empresarial donde el 100% de los socios tiene derecho a voto y con el mismo valor: 1 socio 1 voto.
- **Renovación de los órganos de representación de la organización:** Se renueva cada dos años el 50% de los miembros del Consejo Rector. Por Estatutos son renovables cada cuatro años pero sus miembros pueden ser reelegidos.
- **Información a miembros y socios de la organización:** El canal de información a los socios es principalmente la Asamblea. También se envían circulares que no tienen periodicidad establecida y cartas con las informaciones económicas particulares, además, se cuelgan diversas informaciones en su página web y en los tableros de anuncios. Por otra parte, y en consonancia con el plan de comunicación interna establecido, se implantará un sistema de comunicación con los socios basado en el envío de sms a los móviles. De esta manera, se consigue una comunicación eficaz e inmediata.
- **El Consejo Rector se reúne** a lo largo del año en diferentes ocasiones para el seguimiento y desarrollo de la gestión de la cooperativa. A lo largo de todo el año 2009 se han realizado reuniones periódicas ya que el Consejo Rector ha participado activamente en la elaboración del plan estratégico de la cooperativa.
- La **Asamblea General**, ordinaria o extraordinaria, es convocada por el Consejo Rector mediante anuncio en el domicilio social y comunicación personal a cada socio mediante envío de carta. La convocatoria habrá de formularse con quince días de antelación, al menos, a la fecha prevista para su celebración y ésta no podrá ser posterior a los sesenta días siguientes a la fecha de



convocatoria. Además, la convocatoria deberá ser expuesta públicamente, en las sucursales y centros en que se desarrolle la actividad, a partir del día que se emita el anuncio. Dicha convocatoria debe expresar con claridad los asuntos a tratar, lugar, día y hora de la reunión.

- **Porcentaje de socios que acuden a las Asambleas:**

2006	2007	2008	2009
30%	34%	36,6%	39%

Fig. 17: Cuadro explicativo del porcentaje de socios que acuden a las asambleas generales.

Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

### 6.3.2. Formación

La inversión de la cooperativa en formación de los trabajadores y socios en 2009 fue de algo más de 10.000 €.

<b>FORMACIÓN 2009</b>	
Horas de formación	2135
Nº acciones ejecutadas / en ejecución	148
Nº Personas que han realizado formación	65
Porcentaje de participación por sexo	Hombres 98% Mujeres 95%
<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR TRABAJADORES</b>	
Porcentaje de participación por trabajadores fijos	55%
Porcentaje de participación por trabajadores eventuales	45%
<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR DEPARTAMENTOS</b>	
Producción	81%
Administración	10%
Dirección	1%
Comercial	6%
Viñedo	2%
Almacén	0%
<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR NIVEL</b>	
Peones	27%
Oficiales	24%
Encargados	7%
T. T. Superior	3%
Jefes	7%
Auxiliares	24%
T. T. Medio	6%
Limpieza	0%
Comercial	2%



**FORMACIÓN DE HORAS DENTRO Y FUERA DEL HORARIO LABORAL**

Dentro del horario laboral	52%
Fuera del horario laboral	48%

Fig. 18: Cuadro resumen de la formación recibida por parte de los trabajadores de la Bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

El Departamento de Calidad, además, realiza informes de valoración de las actividades formativas realizadas por parte de los empleados y socios.

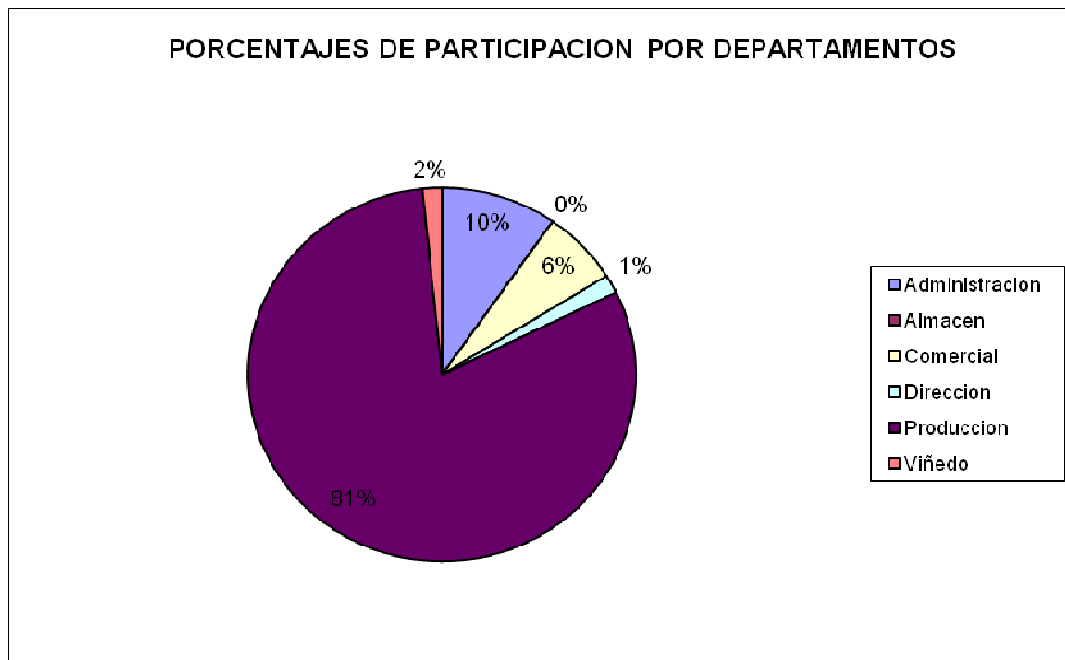


Fig. 19: Gráfico del porcentaje de participación de los empleados por departamentos.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

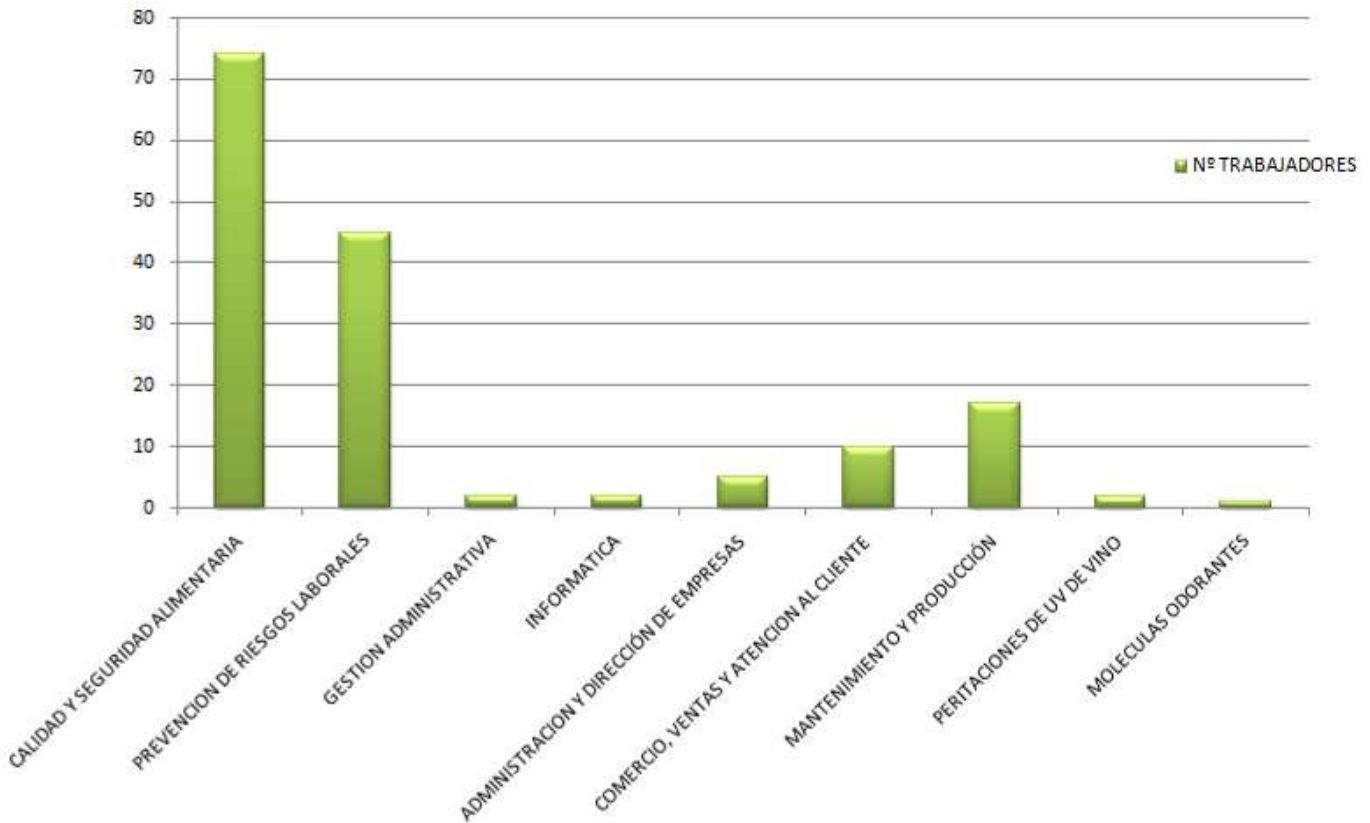


Fig. 20: Número de empleados que han recibido formación de los cursos citados.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

### 6.3.3. Igualdad de oportunidades

De acuerdo a la política de igualdad de oportunidades de la bodega Cuatro Rayas, el 100% de las contrataciones que se hacen son abiertas, es decir, se hace una convocatoria para que las personas candidatas se puedan presentar. Si no hay candidaturas internas, se acude a contratación externa.

Forma parte de la plantilla una persona con discapacidad psíquica en la plantilla que realiza tareas de limpieza.

Además, en plantilla se mantiene una contratación de un 13 % de personas mayores de 45 años.

La bodega no ha recibido nunca denuncias por discriminación laboral



Fig. 21: Gráfico de empleados de la bodega según su edad.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

#### 6.3.4. Seguridad e higiene en el trabajo

La empresa realizó la evaluación inicial de riesgos laborales a través de la contratación de un servicio de prevención ajeno, que también realiza anualmente las correspondientes evaluaciones periódicas y las evaluaciones específicas legalmente exigidas por la actividad que desarrolla.

Además, la Bodega Cuatro Rayas ha conseguido un nivel de implantación de las acciones correctoras indicadas en la planificación preventiva del 50% y sigue trabajando para conseguir el objetivo de implantación de las acciones correctivas al 100%.

Toda la plantilla ha recibido el nivel básico de formación en Prevención de Riesgos Laborales y una formación específica para cada puesto de trabajo. Además, actualmente se está formando a dos trabajadores en Prevención de Riesgos Laborales en los niveles intermedio y superior respectivamente.

Durante el año 2009 se han invertido 20.000 € en acciones y actividades de seguridad e higiene en el trabajo para conseguir el objetivo de implantación del 100% de las acciones correctivas indicadas en la planificación preventiva.

#### 6.3.5. Estabilidad de la plantilla

La estabilidad de los empleados de la Bodega Cuatro Rayas es uno de sus puntos fuertes y se ve reflejado también en los valores de su plan estratégico, *confianza y delegación de funciones en el equipo de trabajo*. El 90% de los trabajadores de la empresa tiene contrato indefinido y su media de permanencia en la bodega es de 17 años.



En los últimos años las únicas bajas reales que se han dado en la empresa fueron los trabajadores con contrato temporal por obra y servicio en campaña de vendimia (suelen ser alrededor de 12 empleados).

ÍNDICE DE ROTACIÓN DE LA EMPRESA	
	15%

ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL POR REGIÓN	
REGIÓN	0%
MUNICIPIO	13%
PROVINCIA	13%

ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL POR GRUPO DE EDAD	
20-30	27%
30-40	12%
40-50	0%
50-60	0%
60-70	0%

ÍNDICE DE ROTACIÓN POR GÉNERO	
HOMBRE	17%
MUJER	0%

Fig. 22: Cuadro resumen del índice de rotación de los trabajadores de la Bodega Cuatro Rayas.  
Fuente: Bodega Cuatro Rayas.

### 6.3.6. Condiciones sociolaborales

Los tramos salariales y los niveles profesionales están claramente definidos y se rigen en base al Convenio Provincial de Industria y Comercio de la Vid.

Existe un buzón para recoger y tratar quejas y propuestas de mejora de los trabajadores. También se realizan reuniones periódicas con los representantes de los trabajadores donde se tratan las quejas y sugerencias.

En total, durante 2009 se han recibido 20 quejas y 15 propuestas de mejora. Cada seis meses se celebra una reunión con todos los empleados en la que se dialoga sobre todas las quejas y/o sugerencias recogidas en los buzones de sugerencias. Todas y cada una de las propuestas son estudiadas en dicha reunión.



### 6.3.7. Conciliación de la vida familiar y laboral

Para Cuatro Rayas es de capital importancia la conciliación de la vida familiar y laboral de sus trabajadores ya que repercute en un buen clima laboral y en un aumento del nivel de eficacia y eficiencia.

El apoyo a la Conciliación se materializa con las siguientes medidas:

- Elección de horario dentro de tres posibilidades, siempre que se organicen los departamentos para cubrir unos mínimos.
- Flexibilidad horaria por motivos personales o familiares
- Jornadas intensivas durante el verano
- Tiempo remunerado para la formación
- Horario flexible para poder asistir a cursos de formación
- Reuniones dentro del horario laboral
- Permisos a cambio de vacaciones para realizar gestiones

Existe, además, una política de apoyo a la maternidad con reducción de jornada y flexibilidad horaria.

Algo más del 90% de la plantilla se acoge y disfruta de esas políticas de conciliación de la vida familiar y laboral, lo que se traduce en un nivel de satisfacción y de motivación muy elevado.

### 6.3.8. Derechos Humanos

La Bodega Cuatro Rayas cuenta entre sus valores con la defensa de los Derechos Humanos. Por ello, se encuentra adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y va incorporando en su estrategia y en sus operaciones diarias los diez principios básicos de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y lucha contra la corrupción.

### 6.3.9. Satisfacción de clientes

- La preocupación de la bodega por sus clientes y socios es constante en todas sus actuaciones, pues son su razón de ser.
- La Bodega Cuatro Rayas, dentro de su sistema interno de calidad, tiene establecido un procedimiento sistematizado para la valoración de la satisfacción de los clientes de la bodega. Se realiza anualmente una encuesta tipo a todos los clientes de la bodega cuyos resultados pueden medirse y valorarse.
- En el último año se han registrado 20 quejas del total de sus clientes, de las que sólo 4 de ellas están registradas como causadas en origen por responsabilidad de la bodega; y fueron solucionadas satisfactoriamente para el cliente.
- La empresa tiene establecidas distintas garantías adicionales para dar satisfacción a las exigencias de calidad de los clientes de Reino Unido y de la Unión Europea, ampliando las previstas en la legislación nacional vigente: BRC (UK) e IFS (D y UE).



- Para garantizar la intimidad del cliente la bodega cumple al máximo la Ley Orgánica de Protección de Datos – LOPD.

### 6.3.10. Intercooperación

#### Actividades de cooperación

La bodega participa en una actividad concreta de intercooperación para la comercialización conjunta de productos mediante su participación en una cooperativa de segundo grado, Tres Ces, con otras seis cooperativas agroalimentarias. Pertenecer a la Comercializadora Tres Ces resulta muy ventajoso porque significa aprovechar esas sinergias con otras denominaciones de origen de la región, así como con productos diferentes al vino, resulta un valor añadido a la hora de introducir el producto de la bodega en los diferentes canales de venta.

#### Participación en asociaciones sectoriales

Cuatro Rayas forma parte también de la Unión Regional de Cooperativas Agrarias de Castilla y León (URCACYL), forma parte del Consejo Regulador de la D. O. Rueda y pertenece a la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid.

#### Convenios de prácticas

La empresa tiene formalizados seis convenios de prácticas con entidades de formación y otros organismos de su territorio: Universidad Europea Miguel de Cervantes, INEA, Escuela de Capacitación Agraria de la Santa Espina, Cámara de Comercio e Industria de Valladolid , EXCAL y la Universidad del País Vasco.

### 6.3.11. Comunidad local

Esta bodega con 75 años de existencia, que forma parte de la identidad cultural de los territorios en el que nace y dónde actúa, fue la única bodega de la D. O. Rueda que apostó por cultivar la variedad local de uva verdejo, salvándola de su desaparición principalmente durante la década de los años 60.

La empresa se implica de forma significativa en la preservación del medio cultural a través del patrocinio y la colaboración económica con el Club Deportivo de La Seca y el patrocinio y colaboración en especie (vino) de las fiestas locales de La Seca y otros pueblos cercanos de donde proceden los socios de la bodega. Asimismo, realiza donaciones a las Cámaras Agrarias de los pueblos de la comarca.

Además de fortalecer el desarrollo rural mediante la creación de empleo, la bodega Cuatro Rayas forma parte de la Asociación Ruta del Mudéjar, integrada por Ayuntamientos, Cooperativas y otros Agentes Sociales de la Comarca Sur de Valladolid. Esta Asociación nace con el propósito de desarrollar social y económicamente los pueblos de la comarca, así como mantener la población y mejorar su calidad de vida.

La Asociación ha puesto en marcha un Plan de Desarrollo para la Comarca, cuyos principales objetivos son los siguientes ([www.rutadelmudejar.com](http://www.rutadelmudejar.com)):



- Valorización de Patrimonio Natural y Cultural.
- Mejora del entorno económico a fin de contribuir a la creación de empleo.
- Mejora de la capacidad de organización de las comunidades.
- Mantenimiento de la población y establecimiento de ventajas para nuevos residentes en el medio rural, con especial atención a los inmigrantes.

Por otro lado, y como modo de desarrollo rural, la bodega patrocina cada año las Jornadas Internacionales de Cetrería del Norte de España, donando vino y publicitándose en el evento. Es éste un evento de gran importancia para los clubes de cetrería que luchan por mantener la tradición, así como para el ayuntamiento de la población que lo organiza, el próximo año será Valverde de la Virgen, en León.

Dentro de la filosofía de apoyo al deporte, la bodega organiza la Fiesta del Deporte con la colaboración de la Fundación Eusebio Sacristán. Un acto donde se congregan más de 1.000 niños y niñas de la región para participar y disfrutar de un día deportivo junto a sus familias y a grandes figuras del deporte nacional. Los fondos recaudados con La Fiesta del Deporte se destinan a la construcción de escuelas de integración infantil a través del deporte, principal objetivo de la Fundación Eusebio Sacristán.

La apuesta más fuerte realizada por Cuatro Rayas para el próximo año 2010, será el patrocinio del Club Balonmano Valladolid, cuyo primer equipo pasará a llamarse Cuatro Rayas Balonmano Valladolid. Una importante decisión de apoyo al deporte de la ciudad de Valladolid, al que en muchas ocasiones le falta reconocimiento y valoración, que llevará el nombre de la bodega por todo el territorio nacional e internacional.

#### 6.3.12. Empresas proveedoras y contratadas

Actualmente los proveedores de Cuatro Rayas deben estar sometidos a la aprobación de sus actividades por el Departamento de Calidad, bien a través de un cuestionario o por estar certificados en algún sistema de Calidad, Seguridad Alimentaria o Medioambiental.

Queda pendiente el compromiso de incorporar en los próximos ejercicios la consideración de criterios ambientales y sistemas de evaluación de la Responsabilidad Social para priorizar las compras.

#### 6.3.13. Competencia

La Bodega Cuatro Rayas dispone de un Código de Ética empresarial que establece los principios básicos que la empresa, sus empleados y directivos deben respetar y cumplir en el ejercicio de sus actividades. El documento obedece al compromiso de promover que las relaciones entre la empresa, sus empleados y otros grupos de interés se enmarquen en los principios de respeto a la legalidad, integridad ética y respeto a los derechos humanos. El código se basa en tres puntos:



- Todas las transacciones comerciales que se llevan a cabo, nacionales e internacionales, cumplen estrictamente las leyes y reglamentos locales, así como las costumbres comerciales locales.
- Cuatro Rayas compite de manera justa con las empresas de nuestro sector, sin inmiscuirse en sus intereses, ni aprovechándose de sus debilidades.
- Las relaciones se basaran en los principios de integridad, profesionalidad y transparencia. En relación con este punto las actuaciones se regirán por las normas de competencia leal; profesionalidad en la gestión; calidad de sus productos y servicios; confidencialidad respecto de la información de terceros; transparencia, creación de valor añadido, protección del patrimonio empresarial; evitar conflictos de interés y utilizar, discreta y profesionalmente, la información sobre la empresa.

#### 6.3.14. Objetivos próximo año vector social

- Realizar acciones para incrementar la participación de los socios en las Asambleas Generales que realiza la cooperativa.
- Formar a un trabajador de la empresa en el Nivel Superior de Prevención de Riesgos Laborales y a otro en el Nivel Intermedio.
- Realizar una encuesta de satisfacción a los trabajadores y socios.
- Formalizar las políticas existentes en materia de conciliación de vida laboral y familiar.
- Exigir el Documento de Coordinación de Actividades garantizando que las empresas subcontratadas cumplen con la normativa en Prevención de Riesgos Laborales.
- Instaurar un nuevo sistema de comunicación con los socios y empleados basado en el envío de sms a móviles.