



Informe de Responsabilidad Social Empresarial

| 2018


ABADIA RETUERTA
CRAFTED SPANISH WINES

ABADIA RETUERTA
L'Domaine

Contenido

Mensaje del Director General	2
Nuestra bodega	3
La cadena de valor	4
Nuestro hotel	7
Patrimonio histórico	11
Patrimonio natural	14
Lucha contra el cambio climático	15
Ahorro de energía	16
Gestión del agua	22
Preservación de la biodiversidad	24
Gestión de residuos	26
Acción Solidaria	29
Nuestro equipo	32
Compromiso con nuestros empleados	32
El desarrollo profesional	36
Comportamiento ético y responsable	39
La toma de decisiones	41
Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	42
Sobre este informe	43
Contacto	48
Anexo I: Desempeño económico	48



Los valores no se muestran se demuestran

Enrique Valero
Director General, Abadía Retuerta LeDomaine

Desde la refundación de Abadía Retuerta LeDomaine en lo que hoy representa, el respeto por el legado recibido y cómo lo gestionamos han prevalecido sobre cualquier otro objetivo. Es más importante cómo trabajamos que los resultados a corto plazo y por ello los valores de respeto por la naturaleza, la historia, la sociedad, nuestros empleados y la búsqueda de la excelencia se perciben sin necesidad de tenerlos que mostrar o explicar. La Responsabilidad Social Empresarial es el eje sobre el que todo gira y nos hace desarrollar nuestro trabajo de una forma generosa y profundamente respetuosa con esa herencia recibida y sin comprometer nunca el futuro por resultados cortoplacistas.

Este tercer volumen de nuestra memoria de Responsabilidad Social Empresarial recoge una filosofía de trabajo que en 2018 continúa generando resultados de diversas iniciativas que suman día a día en consolidar ese compromiso con lo social, medio-ambiental y económico, mejorando nuestro entorno tanto natural como humano.

Algunos de los hitos más destacables en 2018 son el segundo cálculo de la huella de carbono, correspondiente al año 2017, donde podemos concluir nuestro aporte positivo gracias a la buena gestión de recursos naturales y la quinta edición de nuestra "Vendimia Solidaria", una acción que nos enorgullece realizar año tras año, pudiendo así colaborar con diferentes fundaciones y asociaciones en sus proyectos sociales. En esta ocasión, nos comprometimos con la Fundación Juan Soñador, en su proyecto Tierra Viva, un catering que nace para dar la oportunidad de desarrollo laboral a todos aquellos jóvenes con dificultades sociales.

Nos guía la responsabilidad también en el uso del agua, un bien que, como sabemos, no es ilimitado. Por ello, se instalaron dos sondeos a 12 metros de profundidad que permitirán observar los cambios a nivel freático de la finca. Otra acción en el plano de la biodiversidad ha sido la creación de un coto micológico para proteger y controlar la producción de setas.

En la gestión de la cadena de suministro son múltiples los proyectos iniciados que han producido resultados inmediatos. La utilización de papel reciclado en oficinas, servilletas, la implantación de un plan para eliminar el plástico de un solo uso y que este sea 0 en 2020, la incorporación de fuentes de agua, el uso de productos higiénicos sanitarios ecológicos así como la incorporación en nuestro "Formulario de registro de proveedor", de información sobre si dispone de algún sistema de gestión ambiental, así como si ha puesto en marcha alguna iniciativa de responsabilidad social empresarial son algunas de dichas iniciativas.

En la gestión de nuestro equipo humano destacaría el incremento de horas de formación que creció especialmente entre las mujeres, un 2,9% y la incorporación de una persona del departamento de mayordomía en el Comité RSE, que incorporará los comentarios de nuestros huéspedes y será clave para desarrollar nuevas líneas de actuación.

Pero hay mucho más trabajo, ilusión y perseverancia reflejados en este volumen. Porque un año más, intentamos trasladar en este informe el ADN de Abadía Retuerta LeDomaine, de dónde venimos y hacia dónde caminamos, guiados, siempre, por nuestro compromiso medioambiental y personal. En 2019 seguimos trabajando con esta filosofía y hay ya nuevas iniciativas preparadas gracias a la concienciación de todo nuestro equipo humano.

Muchas gracias

Enrique Valero
Director General, Abadía Retuerta LeDomaine



Nuestra bodega

Vista exterior de la bodega



En 1988 nació el proyecto Abadía Retuerta LeDomaine con la clara misión de recuperar la cultura, el viñedo y las tradiciones ancestrales que rodeaban la Abadía. Más adelante, en 1991, se inicia la replantación de la viña, comenzando a elaborar vinos en nuestra bodega desde 1996. Desde su nacimiento, Abadía Retuerta ha apostado siempre por la innovación al servicio del cliente.”



Actualmente, contamos con una flamante sala de barricas, con una nueva tienda y sala de catas; en esta última son protagonistas los vinos de la Winemaker’s Collection (colección privada del enólogo Angel Anocibar), y nuestros vinos de añadas históricas.

Durante el año 2017, la bodega fue reformada para ofrecer una experiencia a la altura de las exigencias de nuestros visitantes. Esta reforma se aprovechó para realizar mejoras relacionadas con la eficiencia energética.

Producidos a partir de la selección de las mejores uvas de nuestros pagos, nuestros vinos son una decidida apuesta por los vinos del terruño. En la bodega, la filosofía

de trabajo radica en la vinificación por pagos y el movimiento del vino exclusivamente por gravedad (una iniciativa que aúna el respeto por las prácticas tradiciones de elaboración del vino, con la reducción del impacto ambiental de la bodega).

Contamos con la certificación ISO 9001:2015 para la elaboración y comercialización de vino tinto y rosado.



Objetivo 2019

- Ampliar la certificación ISO 9001:2015 a bodega (vinos blancos, rosados y tintos) y al viñedo.



Premios y Reconocimientos 2018

	Abadía Retuerta	Wine Spectator	JAMES SUCKLING.COM
Selección Especial 2015	92 puntos	93 puntos	94 puntos
Pago Negralada 2015	93 puntos	92 puntos	93 puntos
Pago Garduña 2015	92 puntos	91 puntos	95 puntos
Pago Valdebellón 2015	93 puntos	.	92 puntos
Petit Verdot 2015	95 puntos	.	92 puntos
Blanco LeDomaine 2017	92 puntos	.	92 puntos



Además, elaboramos tres productos de alta calidad, procedentes de la gestión sostenible de nuestra explotación: **miel natural, piñones pelados y sal de vino** (Crafted Spanish Foods).

Nuestros productos se exportan a **29 países**, de manera que nuestra presencia en mercados internacionales es:

Europa: **UK, Alemania, Suiza, Holanda, Luxemburgo, Dinamarca, Polonia, Rusia, Austria, República Checa, Irlanda, Finlandia y Noruega.**

Asia: **China, Japón, Hong Kong, Tailandia y Taiwán.**

América: **Canadá, USA, México, Brasil, Puerto Rico, República Dominicana, Panamá, Guatemala y Perú.**



Actualmente los países donde centramos nuestros esfuerzos son USA, México y Suiza.

Nuestro posicionamiento se basa en el segmento de la alta restauración, así como cadenas de tiendas Premium, donde podemos construir la imagen de nuestros vinos.

La cadena de valor

Las actividades de bodega se agrupan en cuatro secciones, cada una de las cuales consta de dos procesos principales (inputs, recursos consumidos, y outputs, productos generados):

Campo

Se tienen en cuenta todas las actividades desde que termina una vendimia hasta que se recolecta la uva de la vendimia siguiente (UVA).

Producción

Recoge todas las actividades desde que la uva es incorporada a un proceso de transformación, obteniendo un producto semi-terminado o vino en jaulón (JAU).

Operaciones

Gestiona la transformación del producto semi-terminado en producto final (VIN) apto para la venta. También incluye la compra del material auxiliar necesario, la gestión de los pedidos, la distribución y el servicio postventa.

Comercialización y marketing

Se distingue entre bienes y servicio (experiencias). Vendemos vino, pero también otras experiencias (catas, paseos en bicicleta, membresías, organización de eventos, etc.). Asimismo, la venta se distribuye por canales, mercados y productos. La sección de marketing está muy estrechamente relacionada con comercial (y con financiero), sobre todo a la hora de definir estrategias (política de fijación de precios, de productos/formatos, promoción y distribución).

Aunque parezca un proceso secuencial, no siempre lo es, ya que se trabaja con acciones atemporales, sobre todo en las secciones de "Operaciones" y "Comercialización y Marketing".

En la bodega Abadía Retuerta, para la elaboración del vino, los principales materiales que empleamos, todos ellos renovables, son las uvas, las botellas de vidrio y las barricas. También es significativo el consumo de materiales de embalaje. Las cantidades de todos estos materiales se recogen en la siguiente tabla.

Materiales	Cantidad
Uva	861.850 kg
Botellas	812.174 ud
Barricas ¹	837 ud
Cajas	1.032.223 ud
Cápsulas	647.111 ud
Corchos	814.285 ud
Etiquetas	2.142.397 ud
Palets de madera ²	2.992 ud



En cuanto a los **productos para el tratamiento fitosanitario** del viñedo, cabe destacar que todos los productos que se utilizan para el tratamiento de la viña (**y que se emplean solo cuando es estrictamente necesario**) son **100% orgánicos**.

¹ Las barricas compradas suponen unas 42 toneladas de madera, la mayoría de proveedores disponen de sello PEFC.

² Todos con sello PEFC.



Logros 2018



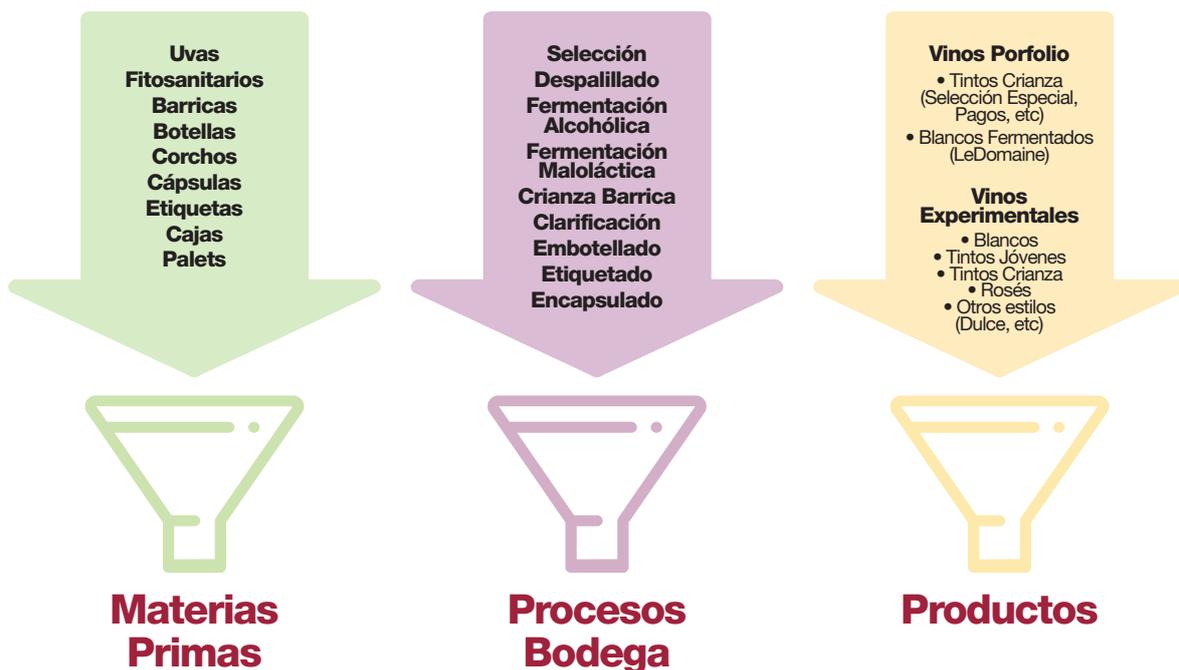
Hemos comenzado a trabajar con **folios reciclados** de manera generalizada (solo se emplea el blanco, cuando se exige por cuestiones de marketing) para todas las unidades de negocio.

- Desde los departamentos de marketing y comunicación, y venta directa, se ha llevado a cabo la iniciativa de **eliminar las botellas de plásticos** para todos los clientes, incorporando una fuente y botellas de cristal.
- **Servilletas 100% recicladas**, propuesta instaurada por el equipo de venta directa.
- En los aseos de empleados se han comenzado a emplear **productos higiénicos sanitarios ecológicos**.



Objetivos 2019

- Todo el material de **impresión corporativa en papel reciclado**.
- Proyecto para **facturar sin papel**, a través de un lector.
- Llevar a cabo una **auditoría sobre el consumo de papel y tóner en oficinas**, para establecer un plan de minimización.
- Llevar a cabo el proyecto de **“plastic free”**, donde se busca **eliminar definitivamente el uso de botellas de plástico** en toda la compañía.
- Empleo de **productos de limpieza de gama ECO**.





Logros 2018

Hemos incorporado en nuestro “Formulario de registro de proveedor”, información sobre si dispone de algún sistema de gestión ambiental, así como si ha puesto en marcha alguna iniciativa de responsabilidad social empresarial.

Desde 1997 tenemos seleccionada y aislada mediante técnicas microbiológicas una **levadura** propia, autóctona, procedente de la uva de nuestro viñedo. Esta levadura autóctona, nos permite año tras año, iniciar la fermentación de nuestros mostos garantizando la preservación en gran medida, de las características organolépticas de nuestros vinos.

Además, tras varios años de investigación, se ha conseguido aislar una **bacteria láctica** del “*terroir*”, que no solo es capaz de realizar la fermentación maloláctica, sino que además mantiene la personalidad de los vinos, fabricando unos niveles muy bajos de histamina. Después de los buenos datos obtenidos en laboratorio, se testó su eficacia en uno de los vinos de la añada 2012, obteniendo resultados satisfactorios.



De esta manera, podemos afirmar que, probablemente, Abadía Retuerta es la única bodega en el mundo en haber conseguido tener una levadura y una bacteria láctica autóctona propias.”

Por otra parte, conscientes de la importancia de extender nuestros valores a toda la cadena de suministro, en el actual “PNT-FIN-01_01 Procedimiento de Compras” se refleja que “Abadía Retuerta S.A. otorga preferencia a terceras partes que comparten los mismos valores sociales y medioambientales”, de esta manera se “da prioridad a aquellos proveedores que cumplen con los mismos estándares de civismo empresarial y ética que se indican en la guía Corporate Citizenship Guideline nº 5 (CC5)”.

Wine in moderation

Debido a nuestra preocupación por la salud de nuestros clientes, mantenemos nuestra participación en **Wine in Moderation** (consumo responsable de alcohol) y en la **Fundación para la Investigación del Vino y de la Nutrición** (estudio de los efectos protectores sobre el organismo del consumo moderado de vino y cava). En este sentido, incluimos el logo WIM en los pies de correo de los empleados, comunicados internos, newsletters, web y tienda on line; y también lo difundimos a través de las redes sociales.

No evaluamos, de manera específica, otros impactos en la salud y seguridad de los clientes de nuestros productos.

No obstante, no hemos identificado incumplimientos de las normativas o códigos voluntarios relativos a los impactos en la salud y seguridad de los productos y servicios en el periodo objeto del informe.

Tampoco hemos identificado ningún incumplimiento de las normativas o códigos voluntarios relacionados con el etiquetado de los productos o con las comunicaciones de marketing. A este respecto, debido a nuestro compromiso de ofrecer una información clara sobre nuestros productos al cliente, cumplimos con las normativas de etiquetado y contra etiquetado en todos nuestros productos, así como con los estándares marcados por cada mercado/país para la venta de vino en el mismo.



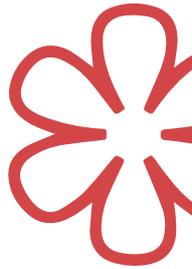
EL VINO SÓLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN





Nuestro hotel

Hotel Abadía Retuerta LeDomaine



El hotel de cinco estrellas Abadía Retuerta LeDomaine, abierto desde marzo de 2012, es una joya histórica románica ubicada en un monasterio del siglo XII. Rodeado de viñedos, ofrece una completa oferta cultural, vinícola y gastronómica en el corazón del valle del río Duero.”

El restaurante Refectorio de Abadía Retuerta LeDomaine cuenta con una estrella Michelin bajo la dirección gastronómica del jefe de cocina Marc Segarra, quien desarrolla una propuesta culinaria contemporánea, de corte creativo, que se apoya en los productos y productores de la zona.

Ha sido concebido para ser un referente del enoturismo de primera categoría, su objetivo es conseguir un reconocido posicionamiento en el segmento de hoteles de lujo a nivel mundial.

Desde 2013, el hotel cuenta con la certificación “Q de Calidad Turística”, y es miembro de varias Asociaciones de Lujo Internacionales, tales como Virtuoso, Traveller Made y Travel Leaders Group.



Premios y Reconocimientos 2018



Mejor gestión enoturística, concedido en la XII Edición de los Premios Empresariales de Mercado del Vino y la Distribución 2018



Premio CN Traveler 2018 en la categoría de **Mejor Hotel de Escapada de España**



New York Times nos ha situado como **uno de los destinos que hay que visitar en 2018**



Los usuarios de *TripAdvisor* nos han elegido **Mejor Hotel de España 2018**



En octubre de 2018, Abadía Retuerta LeDomaine fue elegido **el hotel #1 de España y Portugal y #2 de Europa** en los *Condé Nast Traveler's 2018 Reader's Choice Awards*

³ No se dispone de información precisa sobre las cantidades consumidas de cada uno de ellos, únicamente de su importe económico.

En el hotel LeDomaine los principales **materiales**³ que empleamos, todos ellos renovables, son: alimentos, bebidas, lencería, cristalería y cubertería, vajilla y material de oficina.



Objetivo 2018-2020

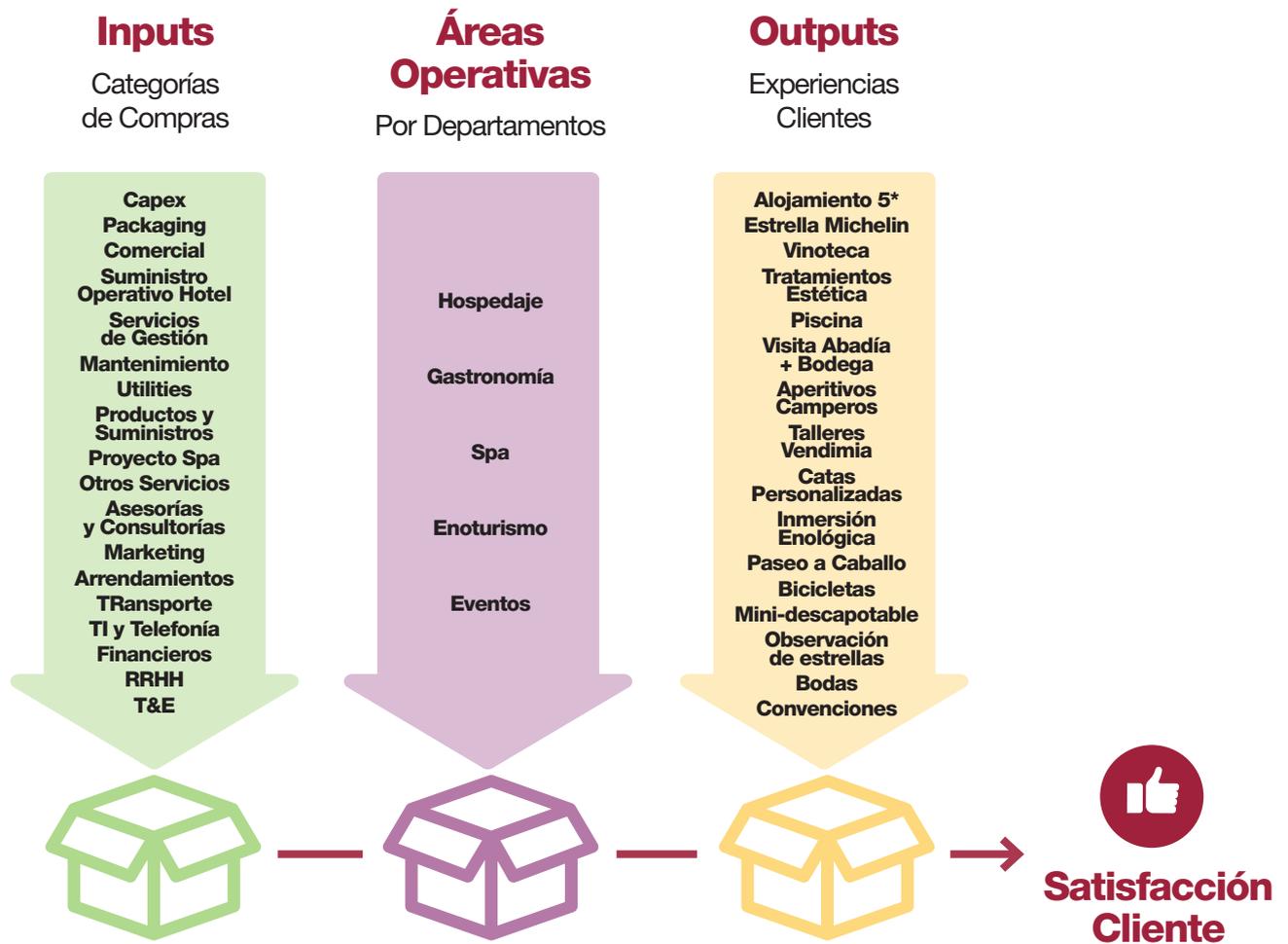
- Llevar a cabo un **proyecto de transformación digital** para toda la organización.

El **proyecto de transformación digital** puede resumirse en las siguientes líneas de actuación:

Proyecto de transformación digital

Unificación de webs	Se ha unificado el contenido de las dos web que había: www.abadia-retuerta.com y www.ledomaine.es, manteniendo www.abadia-retuerta.com con los siguientes objetivos: unificación de marcas y transmitir un destino, crear sinergias y acciones de cross selling, evitar duplicidad de contenido en ambas webs que afectaba negativamente al posicionamiento SEO por hacerse competencia, facilitar la gestión interna y reducir costes.
PMO implantación CRM	Análisis del CRM actual que mejore nuestra relación con nuestros clientes y contactos y, en consecuencia, su fidelización para abordar el plan estratégico y las acciones planificadas en los siguientes años en las que se precisa el CRM. Objetivos: poder migrar e implementar una nueva herramienta que se adapte a la necesidades de la compañía y que ofrezca todos los puntos identificados en el análisis de requerimientos.
Optimización Marketing y Media Strategy	Análisis de estrategia SEO para definir cambios que optimicen los resultados y mejoren nuestra visibilidad y posicionamiento de marca en el ámbito digital.
Cuadro Marketing Digital y e-Commerce	Creación de un cuadro de mandos para poder hacer seguimiento de la evolución de la estrategia de marketing digital y poder tomar así decisiones basadas en datos que mejoren la estrategia y acciones definidas para optimizar resultados.
Plan Estratégico de Marketing Digital	Definir un plan de marketing digital para la compañía dentro de la unidad hotel y bodega con el objetivos de ganar visibilidad, mejorar el posicionamiento de marca, incrementar la tasa de conversión y definir un plan de fidelización.
Optimización de procesos clave de negocio	Análisis, consultoría y propuesta de mejoras de los procesos internos y operativos de la compañía, con el objetivo de mejorar la eficiencia y la optimización de las tareas de ambos negocios.
Transformación de la organización y de las personas hacia la cultura deseada	Establecer un modelo de gestión del talento alineado con la cultura deseada (modelo de competencias, perfiles de competencias de los puestos, altos potenciales, planes de sucesión e itinerarios profesionales), así como la revisión del modelo de recompensa.
Workshop Desarrollo RRHH	Sentar las bases de un modelo de liderazgo común y potenciar la eficacia del equipo directivo como líder y motor del cambio, para asegurar el éxito en la implantación de las iniciativas de transformación digital de la compañía.
Mejora de los procesos internos de finanzas	Análisis de los procesos clave de finanzas (compras, pagos, cierres y gestión interna) para mejorar la eficiencia y acompañamiento de posición de Control Financiero.
Smartcompass	Desarrollo de una herramienta de gestión financiera integral SMART-COMPASS: análisis de escenarios, presupuestos, replanificación y simulación de resultados económicos a todos los niveles.

Hemos resumido la **cadena de suministro del hotel** en el siguiente gráfico:



Con el fin de contribuir a mejorar la salud de nuestros clientes, en el hotel se ofrecen una serie de servicios diseñados para tal fin:

- Experiencias únicas en torno a la salud, la alimentación y el aprendizaje, los sentidos, y la creatividad.
- Experiencias únicas en torno al vino, la naturaleza, la gastronomía, y la salud y el bienestar.

En torno al vino



En torno a la naturaleza



En torno a la gastronomía



En torno a la salud y el bienestar



En torno al arte



- Masajes en nuestro Spa "El Santuario", con una amplia carta de masajes.



- Clases de yoga.
- Gimnasio.
- Menús adaptados en el restaurante.
- Programa de mindfulness: meditaciones con la naturaleza, clases específicas para grupos, retiro mindfulness⁴.

⁴ El primer retiro tuvo lugar entre el 17 y el 19 de agosto de 2018.



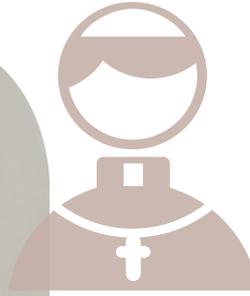
Uno de nuestros **proveedores** habituales (para la limpieza de las casas donde se alojan algunos de los alumnos del Excellence Internship Programme, así como para la elaboración de las cestas de navidad) es **Grupo Lince**. El principal motivo de su elección es su fuerte compromiso con la búsqueda de oportunidades laborales para el colectivo de personas con discapacidad, especialmente discapacidad intelectual, con el fin de potenciar su desarrollo integral y su contribución a la sociedad como ciudadanos de pleno derecho.”



No hemos identificado ninguna reclamación fundamentada relativa a violaciones de la privacidad del cliente. A este respecto, debido a nuestro compromiso de proteger al máximo la privacidad de nuestros clientes, cumplimos con lo marcado por la LOPD; incluido lo referente a la gestión del CRM.

Desde el 25 de mayo de 2018, estamos en un plan de cumplimiento relativo a la nueva normativa de protección de datos de carácter personal, en particular, el Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Se están llevando a cabo acciones en relación al registro de tratamiento de datos, control de riesgo, cláusulas y contratos adaptados a la nueva normativa, nuevos procedimientos normalizados de trabajo, gestión de derechos de los interesados, evaluaciones de impacto, sesiones de formación y concienciación al personal.



Patrimonio Histórico



Reconocimiento de Europa Nostra a la mejor restauración de un edificio histórico



LeDomaine es una joya histórica, ubicada en un monasterio del siglo XII. Durante los años en que se realizó la rehabilitación se dio mucha importancia a mantenerse lo más fieles posible a la arquitectura original, incluso, los usos de las distintas dependencias hoy del hotel, son similares a los que los monjes le daban en su momento.”

El monasterio de Abadía Retuerta fue declarado Monumento Histórico-Artístico de interés nacional, mediante Decreto del 3 de junio de 1931; es, por tanto, un Bien de Interés Cultural (BIC), y se sitúa entre dos Lugares de Interés Comunitario (LIC).

Tenemos la suerte de contar con un enclave privilegiado en el corazón del valle del río Duero, tanto para nuestros viñedos y bodega, como para nuestro hotel.

Estamos muy orgullosos de haber recibido el “Premio Europa Nostra”, de la Unión Europea, en la categoría de conservación y restauración, en 2013.

Además, hemos recuperado las antiguas ruinas de la Ermita de Fuentes Claras y el manantial; origen de toda la historia de Abadía Retuerta, ya que la existencia de esta ermita fue una de las principales razones por la que los monjes premonstratenses eligieran este enclave para instalarse y construir la abadía.



Nuestro destino turístico tiene como objetivo preservar la historia y expandir la cultura del vino a través de una experiencia única. Para presentar nuestra filosofía de trabajo, hemos elaborado este vídeo:

Vídeo RSC de Abadía Retuerta

➤ www.youtube.com/watch?v=s4ovsCHqais

Objetivos 2019

- Incluir información sobre nuestras iniciativas en responsabilidad social a nuestras visitas, tanto de bodega, como de hotel.
- Incluir algunas de las acciones del Plan RSE en la sección correspondiente de nuestra página web, dando especial relevancia a la vendimia solidaria y los ecotalleres.

Colaboramos con empresas y autónomos del entorno de la finca, para favorecer la actividad económica de la zona, manteniendo actividades tradicionales como la recolección de piñones y de miel:

- Aprovechamiento (recogida manual) de los pinos piñoneros de nuestro monte desde aproximadamente el año 2000, obteniendo **piñones**, producto característico de la zona y favoreciendo la continuidad del trabajo de la recogida de la piña.



- Continuidad en la colaboración con la empresa Syngenta (desde 2016) en el proyecto internacional **“Operación Polinizador”**, en el que Abadía Retuerta cede parte de terrenos colindantes al viñedo como zonas de siembra de especies vegetales autóctonas que incrementan el hábitat y la biodiversidad

de especies polinizadoras en la finca. Podemos afirmar que en los “márgenes cultivados” con las mezclas de aromáticas y anuales, en el interior de la Finca Abadía de Retuerta se localizan más de 250 especies de insectos: 213 son especies polinizadoras y 63 depredadores de posibles plagas. También se encuentran 17 especies endémicas.



Se dispone, además, de una población de unas 70.000 abejas, de las cuales se extrae una **miel mil flores** de primera calidad y de gran riqueza aromática (tomillo, salvia, espliego y encina). De hecho, somos el **primer hotel-bodega Bee-friendly** en España, conscientes de la importancia que juegan las abejas en la conservación del medio ambiente y en el desarrollo de una agricultura bio-sostenible.



Los **ecotalleres** y **“La Aventura del Vino”** surgen de la necesidad de que los jóvenes y los niños aprendan de nuestra historia y nuestra cultura, de la cual el vino forma parte, de la naturaleza, el entorno y del papel que todo ello juega en la sociedad. Cuenta con un programa formativo de calidad, innovador y pionero que está basado en el desarrollo de actividades experienciales aunando contenidos relacionados con el medio ambiente, la sostenibilidad, el respeto al entorno y al legado histórico, a la educación nutricional y a la educación en el consumo.

“La Aventura del Vino”, escrito por Federico Oldenburg e ilustrado por María Rubio, concebido para que los niños se acerquen al mundo del vino, ha vendido 78 ejemplares en el año 2018, mientras que desde su publicación en 2016 se han vendido más de 1.200 libros.



“Durante el año 2018, hemos seguido realizando nuestros ecotalleres, en concreto se llevaron a cabo cinco, con visitas a la bodega y al viñedo durante la primavera (1) y el otoño (4), con una participación total de 222 niños y 11 profesores, de 4 colegios de las provincias de Palencia y Valladolid.”

Objetivo 2019

- Desarrollar los contenidos necesarios para ofertar un **ecotaller para jóvenes**.



En 2017 creamos la **Academia del Terruño**, dirigida por Álvaro Pérez Navazo, con una trayectoria de más de 20 años de experiencia en Abadía Retuerta.

Se trata de un proyecto formativo pionero, dirigido a todo profesional del sector, que nace con el propósito de analizar y explicar de una forma precisa el término Terroir/Terruño, para facilitar a los profesionales del sector un manejo adecuado el concepto que les permita transmitir con fidelidad la singularidad de un proyecto vitivinícola.

Se ha pretendido diseñar una formación útil, con contenidos novedosos y actualizados, que integra una parte técnica y científica, con otra más práctica y participativa; y que se divide en los cuatro pilares que conforman el terruño: suelo, clima, variedad y factor humano.

Hasta la fecha se han realizado nueve Master Class, tanto en España como en varios países europeos, impartidas por **Álvaro Pérez Navazo**, con una duración de unas 4 horas, en las que se catan doce vinos, tres por pilar analizado.



Objetivo 2019-2020

- Para dar continuidad a la Academia, se pretende **organizar pequeños congresos muy específicos, así como catas a ciegas, que ayudarán a enriquecer los conceptos asimilados.**

En todos los casos, se facilita a los alumnos acceso a la web, donde podrán descargarse materiales adicionales para completar la formación recibida, así como los últimos artículos científicos relacionados con el tema:

- www.abadia-retuerta.com/Academia 
- Academia@abadia-retuerta.es



Objetivos 2019

- Inversión en una **cubierta vegetal para el aparcamiento de empleados que reduzca la insolación de dicha zona con una solución estética acorde con el paraje; y con una huella de carbono negativa, pues se absorberán emisiones de dióxido de carbono.**
- Elaborar un **mapa turístico-enológico de la Ribera del Duero.**
- Poner en marcha un **huerto ecológico para el cultivo de especies autóctonas que puedan abastecer puntualmente a nuestro restaurante.**



Patrimonio Natural

Vínedos de Abadía Retuerta LeDomaine



Desde el punto de vista medioambiental cuidamos el entorno gestionando los recursos de la finca de manera eficiente. Por ello, disponemos de un Plan de Ordenación de Montes, en el cual se planifican anualmente y por parcelas, según su estado, todas las actuaciones necesarias para mantener la finca en óptimo estado para favorecer la presencia de la fauna y la flora autóctonas.”



Colaboramos con otras entidades (FIRE -Fundación Internacional para Restauración de Ecosistemas- y ASFOVA -Asociación Forestal de Valladolid-) para llevar a cabo este mantenimiento en las mejores condiciones posibles.

Somos conscientes de nuestro impacto en el entorno (aire, agua y suelo), de manera que nuestra gestión ambiental está encaminada a conocer, controlar y reducir estos impactos, con el objetivo final de conseguir una actividad sostenible.

- Para la **gestión de los residuos** contamos con gestores autorizados que, de manera periódica, recogen los residuos generados. Hasta su retirada, son almacenados en los puntos limpios adaptados a tal fin.
- Para la **gestión de las aguas residuales** de la bodega, empleamos balsas, en las que, mediante procesos naturales, se depura el agua residual. Además, en el monasterio hay instalada una depuradora específica para la depuración de aguas residuales generadas en el hotel.
- Las **emisiones de gases** se controlan mediante revisiones periódicas, tanto de las calderas, como de los vehículos empleados en la finca. En el monasterio hay un vehículo eléctrico para desplazamientos cortos alrededor del mismo, así como dos tomas de carga para vehículos eléctricos. Además, contamos con bicicletas eléctricas para el desarrollo de la experiencia “Picnic en e-bike” (como alternativa ecológica a las visitas en 4x4), y de bicicletas normales para su uso por los clientes alojados en el hotel.

Debido a nuestro fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental, queremos dar un paso más en este sentido, y vamos a trabajar para la obtención del certificado Wineries for Climate Protection, una iniciativa de la Federación Española del Vino que consiste en un auto-diagnóstico previo, para, a continuación, implantar planes de actuación en cuatro campos muy relevantes relacionados con el impacto ambiental de nuestro sector:

Reducción de emisiones

Gestión del agua



Energías renovables y eficiencia energética

Reducción de residuos

Objetivo 2019

- **Obtener el certificado *Wineries for Climate Protection*:** www.wineriesforclimateprotection.com/v_portal/apartados/apartado.asp

Lucha contra el cambio climático

Seguimos colaborando con la AEMET (Agencia Estatal de Meteorología) mediante la transmisión de los datos climáticos que se producen dentro de la finca y que recoge una estación climática oficial de dicha Agencia.

Para adaptarnos a uno de los efectos del cambio climático, las heladas, hemos ido instalando **torres anti helada** desde el año 1996 (hoy disponemos de 17 unidades), que minimizan los daños que causan las temperaturas bajo cero. Durante el año 2018 se han empleado solo cuatro días; los días 30 de abril y 1 de mayo (helada de $-1,5^{\circ}\text{C}$ durante unas 3 horas), el día 12 de mayo (helada de $-2,5^{\circ}\text{C}$ de unas cinco horas de duración, ligeros daños en la uva) y el día 8 de octubre. El consumo de combustible asociado está incluido en el consumo anual de gasóleo (en el caso de 14 torres, en torno a los 20-25 litros de gasóleo por hora) y de gas propano (3 torres).



Continuación del estudio de los factores determinantes en la oxidación de los vinos (vendimias tempranas):

El cambio climático afecta al ciclo biológico de las plantas y animales, entre ellas la viña. En función de la variedad de uva, su ciclo biológico varía, afectando a su crecimiento y fundamentalmente a la madurez de la uva. Si se alargan los ciclos, las madureces se verán afectadas positivamente; y si por el contrario los ciclos se acortan (años fríos), los racimos no madurarán en condiciones óptimas. Otro de los principales efectos del cambio climático en nuestra región es la falta de agua, debido a periodos de sequía.

Para enfrentarnos a estas situaciones, estamos realizando diferentes experiencias, como cultivar viñedo en parcelas de secano o realizar experiencias de vendimias de manera temprana, para estudiar el impacto de ciclos biológicos cortos en la maduración de la uva. Con este trabajo de investigación, esperamos determinar el efecto de la madurez de la vendimia, de la extracción y del sulfuroso, sobre las características sensoriales del vino, a fin de desarrollar herramientas y formular reglas de decisión útiles, que permitan tener perfectamente identificados en nuestros vinos, el perfil fenólico, la expresión frutal o el óptimo equilibrio tanino/antociano.

Los estudios de los factores determinantes en la oxidación de los vinos nos permiten ir mejorando a nivel técnico, en las elaboraciones y evolución de los vinos de cada añada, así como adecuar el momento de vendimia a la calidad final del vino. Nuestros ensayos de vendimia pretenden anticiparse a los cambios climáticos, para ir adoptando medidas de manera que la calidad de nuestros vinos no se vea comprometida.

Cuando se plantean los ensayos de las experiencias en la época de vendimia, se testean variedades con ciclos madurativos diferentes, así como el ensayo de diversos tipos de elaboración de las mismas.

Los puntos a los que prestamos mayor atención, dada nuestra actividad, para asegurar la calidad y cantidad en nuestros vinos son los siguientes:



- **Variabilidad por regiones: diversos tipos de climas condicionados por sus factores tanto meteorológicos como geográficos.**
- **Aumento de lluvias invernales.**
- **Aumento de sequías estivales.**
- **Disponibilidad de agua.**
- **Frecuencia de precipitaciones e intensidad.**
- **Disminución de la amplitud térmica diaria.**
- **Aumento de olas de calor.**
- **Disminución de olas de frío.**

La cata de los ensayos de vendimia nos ha permitido, por primera vez, evaluar el vino resultante del viñedo histórico y confirmar el excelente y prometedor pronóstico de dicho proyecto.

También se consolidaron nuevas referencias de vinos, bajo la etiqueta de Winemaker's, que nos permiten cubrir una cota de mercado nueva.

Además, varias partidas de nuestras experiencias, nacieron con un perfil divulgativo para dar apoyo al proyecto de la Academia del Terruño y poner en valor el carácter genuino y único de nuestros terruños.



Logros 2018

Hemos llevado a cabo nuestro segundo cálculo de la huella de carbono, correspondiente al año 2017, incluyendo hotel y bodega.

HUELLA DE CARBONO (ton CO ₂ e)	2016 (año base)	2017	% Variación
Alcance 1	163,70	424,62	+159,4
Alcance 2	461,86	217,84	-52,8
Total	625,56	642,46	+2,7

No hemos conseguido nuestro objetivo (30% de reducción de la huella de carbono de la organización en 2017 respecto al año base 2016). La huella de carbono total se ha incrementado en un 2,7%, es decir, en casi 17 toneladas de dióxido de carbono.

RATIO HUELLA DE CARBONO 2017	Alcance 1 (ton. CO ₂)	Alcance 2 (ton. CO ₂)	Total (ton. CO ₂)	Unidad de referencia	Ratio
Hotel	188,56	1,98	190,53	8.152 huéspedes	23,37 kg CO ₂ /huésped
Bodega	236,06	215,86	451,92	515.193 botellas	0,88 kg CO ₂ /botella
Total	424,62	217,84	642,46	11,8 M€	54,45 ton CO₂/M€



Objetivo 2019

- **Calcular la huella de carbono de la organización del año 2018.**
- **Reducir un 3% la huella de carbono del hotel en ratio kilos de dióxido de carbono por huésped respecto a 2017.**
- **Reducir un 3% la huella de carbono de la bodega en ratio kilos de dióxido de carbono por botella respecto a 2017.**

Ahorro de energía

Durante el año 2016 iniciamos el control mensual de los consumos de energía eléctrica y de combustibles fósiles, estableciendo una línea base, que nos sirvió para fijar objetivos de reducción y acciones para conseguirlos. Desde entonces, hemos continuado con este control mensual de los consumos de energía.

El consumo energético de hotel y bodega correspondiente al año 2018, se resume en la siguiente tabla:

	CONSUMO ENERGÉTICO 2018	Peso	kwh ⁵	MJ ⁶
HOTEL	Consumo eléctrico ⁷	-	1.822.709	6.561.752
	Consumo de propano ⁸	53,65 ton	718.105	2.585.179
	Consumo de gasóleo	4 m ³ = 3,60 ton ⁹	43.000	154.800
	Consumo total	-	2.583.814	9.301.731
BODEGA	Consumo eléctrico	-	707.315	2.546.334
	Consumo de propano	37,54 ton	502.446	1.808.806
	Consumo de gasóleo ¹⁰	26 m ³ = 23,40 ton ¹¹	279.500	1.006.200
	Consumo total	-	1.489.261	5.361.340
		TOTAL	4.073.075	14.663.071

⁵ 1 ton propano = 13.385 kWh; 1 ton gasóleo = 43.000 MJ.

⁶ 1 kWh = 3.600 KJ.

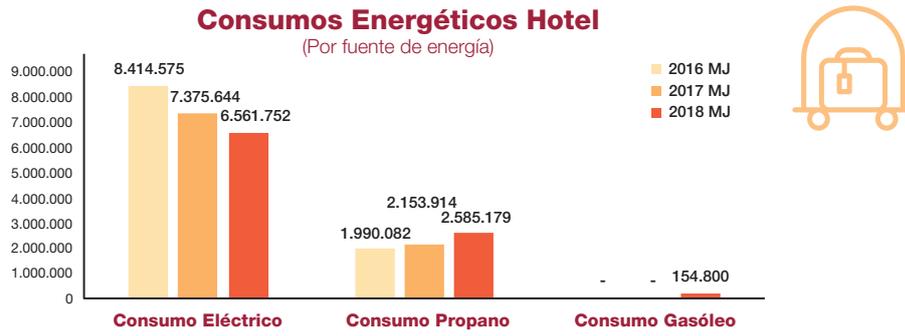
⁷ Lecturas mensuales de los contadores.

⁸ Suma de todas las cargas de los seis depósitos.

⁹ Densidad del gasóleo: 900 kg/m³.

¹⁰ Suma de todas las cargas de los quince depósitos.

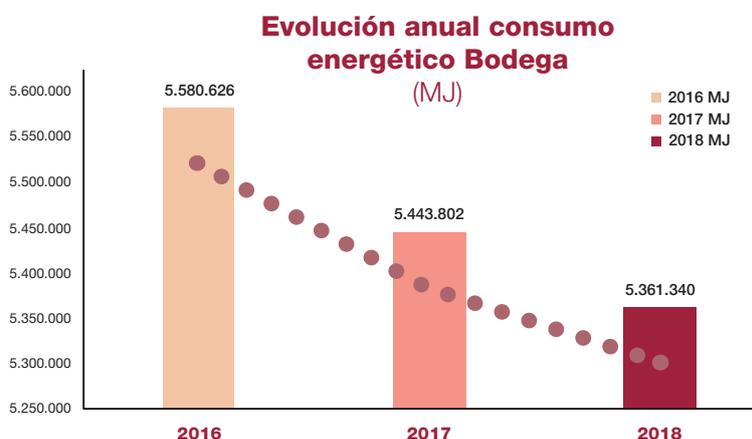
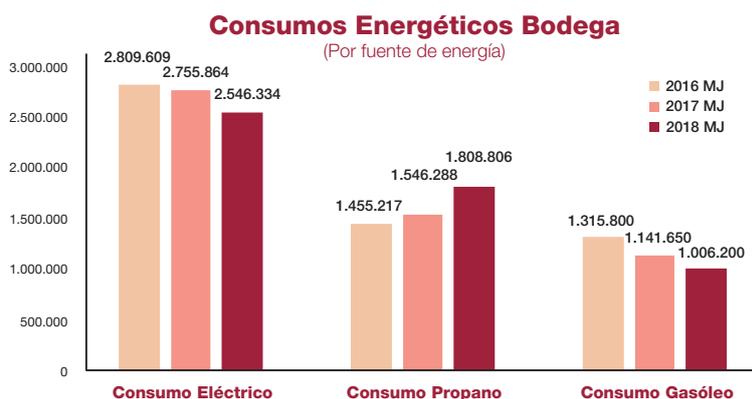
¹¹ Densidad del gasóleo: 900 kg/m³.



Logros 2018

- **Descenso del 11% en el consumo eléctrico del hotel respecto a 2017.**
- **Descenso del 2,4% en el consumo de energía total del hotel respecto a 2017.**

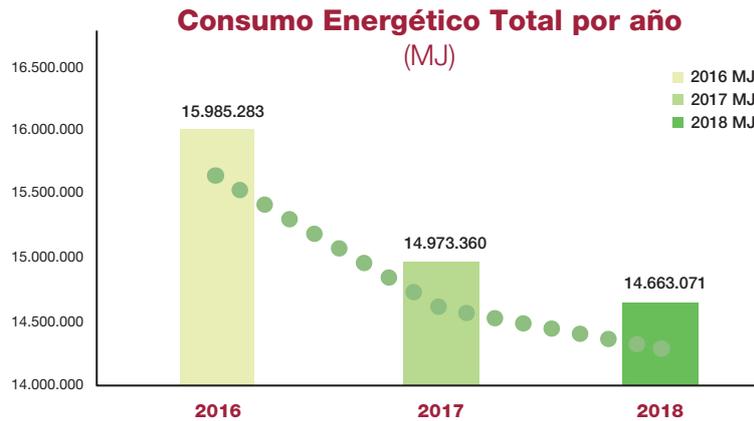
El aumento de consumo de propano del hotel (un 20% respecto a 2017) se ha debido a una avería en la instalación de la instalación solar térmica que ha hecho necesario el uso de mayor cantidad de propano para calentar el agua; así como a su mayor empleo para calefacción del hotel (por ser más eficiente que la bomba de calor eléctrica).



Logros 2018

- **Descenso del 8% en el consumo eléctrico de la bodega respecto a 2017.**
- **Descenso del 12% en el consumo de gasóleo de la bodega respecto a 2017.**
- **Descenso del 1,5% en el consumo de energía total de la bodega respecto a 2017.**

Se ha producido un aumento del 17% en el consumo de propano de la bodega respecto a 2017.



Logro 2018

- **Descenso del 2,1% en el consumo energético global de Abadía Retuerta respecto a 2017.**

Toda la energía eléctrica contratada procede de fuentes renovables. Además, cabe destacar dos importantes medidas de ahorro energético que existen en el hotel, y otra más en la bodega, basadas en **energías renovables**:



- **Geotermia:** existen tres circuitos que, aprovechando el agua del pozo del hotel, consiguen disipar energía que no puede absorber la instalación de calor cuando la máquina trabaja en modo frío, ni la instalación de frío cuando la máquina trabaja en modo calor; reduciendo de esta manera el consumo eléctrico asociado a climatización.



Objetivo 2019

- **Medir el ahorro energético asociado al uso, en condiciones óptimas, de la instalación de geotermia.**



- **Paneles solares térmicos:** se emplean para precalentar el agua caliente sanitaria (tanto en el hotel, como en el Spa), reduciendo así el consumo de combustible.



- **Freecooling:** todos los equipos de climatización que por uso y situación pueden utilizar este sistema (aprovechamiento del aire frío del exterior, recurso natural disponible en la finca durante casi todo el año, debido a las grandes oscilaciones térmicas día/noche de nuestro clima continental), lo llevan integrado y automatizado en el propio sistema, ahorrando energía eléctrica.



Objetivos¹² 2019

- Llevar a cabo las fases de **evaluación y autorización del proyecto de placas solares fotovoltaicas.**
- **Conseguir que la instalación de energía solar térmica esté trabajando correctamente en mayo de 2019, y funcione al 100% de su rendimiento a finales de año.**

Hemos calculado varias ratios de intensidad energética. Para la ratio por ingresos, tenemos en cuenta el consumo energético total, para la ratio por número de huéspedes el consumo energético del hotel y para la ratio por número de botellas el consumo energético de la bodega. Se obtienen los siguientes resultados:

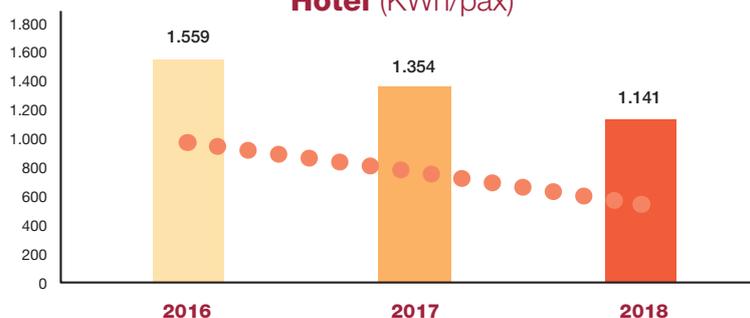
RATIO DE INTENSIDAD ENERGÉTICA 2018			
Ingresos	11,8 M€	0,35 kwh/€	1,243 MJ/€
Nº de huéspedes	8.152	317 kwh/huésped	1.141 MJ/huésped
Nº de botellas	515.193	2,891 kwh/botella	10,41 MJ/botella

RATIO DE INTENSIDAD ENERGÉTICA 2017			
Ingresos	10,4 M€	0,40 kwh/€	1,440 MJ/€
Nº de huéspedes	7.038	376 kwh/huésped	1.354 MJ/huésped ¹³
Nº de botellas	530.000	2,853kwh/botella	10,27 MJ/botella

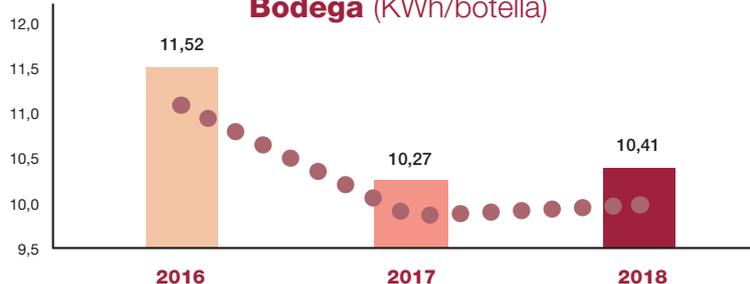
RATIO DE INTENSIDAD ENERGÉTICA 2016			
Ingresos	10,1 M€	0,44 kwh/€	1,573 MJ/€
Nº de huéspedes	6.673	433 kwh/huésped	1.559 MJ/huésped ¹⁴
Nº de botellas	484.562	3,199 kwh/botella	11,52 MJ/botella



Ratio de Intensidad Energética Hotel (KWh/pax)



Ratio de Intensidad Energética Bodega (KWh/botella)



¹² Estos dos objetivos de 2018, se han retrasado al año 2019.

¹³ Este dato era erróneo en la memoria anterior, es 1,44 y no 14,40.

¹⁴ Este dato era erróneo en la memoria anterior, es 1,57 y no 15,83.

Ratio de Intensidad Energética (KWh/€)



Logros 2018

- **Descenso del 14% en la ratio de consumo energético total por facturación.**
- **Descenso del 16% en la ratio de consumo energético en hotel por número de huéspedes, muy por encima de nuestro objetivo del 2%.**

Se ha producido un aumento del 1% en la ratio de consumo energético en bodega por número de botellas, debido a un ligero descenso en el número de botellas elaboradas; puesto que, como ya hemos comentado, el consumo energético total ha disminuido en un 1,5%.



Objetivos 2019

- **Reducir en un 2% nuestro consumo energético total (electricidad y combustibles) respecto a 2018 en valor relativo (tanto por número de huéspedes, como por número de botellas).**
- **Instalar detectores de presencia en los servicios para el encendido automático de la iluminación.**
- **Alumbrado del hotel 100% eficiente.**

Las principales **medidas de ahorro energético** puestas en marcha en 2018 han sido:



- **Climatizar el hotel** por el método más eficiente, es decir, priorizar el uso de propano frente al de electricidad.



- **Optimizar los horarios, temperaturas y zonas de uso** de los distintos sistemas energéticos.



- Mantener el **sistema de control del hotel en óptimo estado de funcionamiento** para mantener todos los parámetros energéticos en los rangos establecidos.



- Mantener un **control sobre el ensuciamiento de los filtros de los sistemas de climatización**, pues penaliza en gran medida su rendimiento.



- Continuar con el **cambio progresivo a LED de todos los equipos de iluminación.**

Gestión del agua

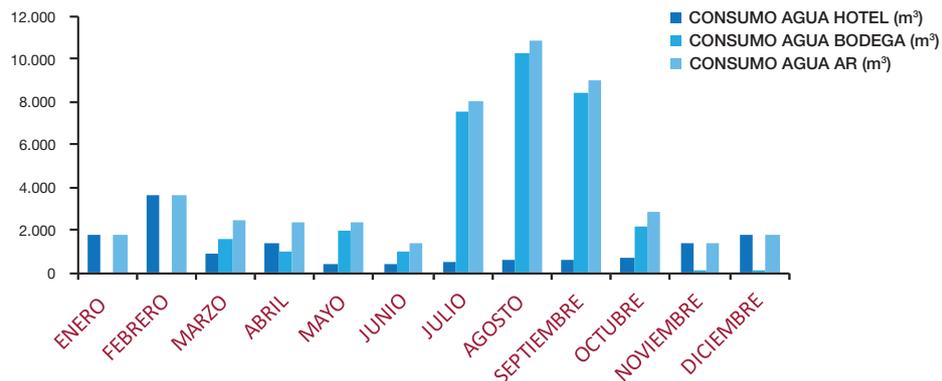
Desde 2016 realizamos un control mensual de los consumos de agua de los contadores existentes.

La extracción de agua se divide en cuatro partes: viñedo, cultivos, bodega y hotel. Para el viñedo y los cultivos, se emplean dos captaciones de agua superficial, en el río Duero y en el canal del Duero (el riego se realiza por goteo, que es el sistema de riego más eficiente). Para la bodega, se emplea una captación de agua subterránea. Para el hotel, una captación subterránea y una toma de agua de la red general de Sardón de Duero.

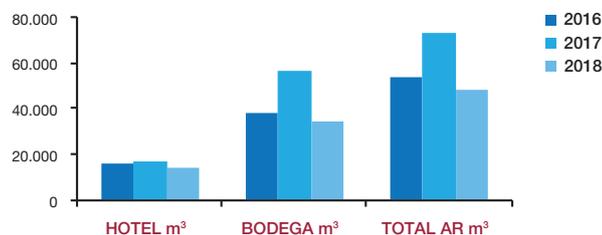
El consumo total de agua, en 2018, fue de 47.723 m³ (33.847 m³ en la bodega y 13.876 m³ en el hotel).



Consumo de agua 2018
(m³/mes)



Consumo de agua 2018
(m³/año)



Logros 2018

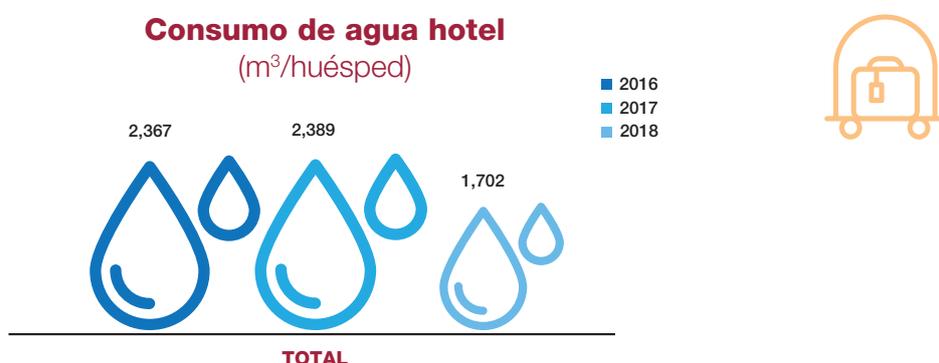
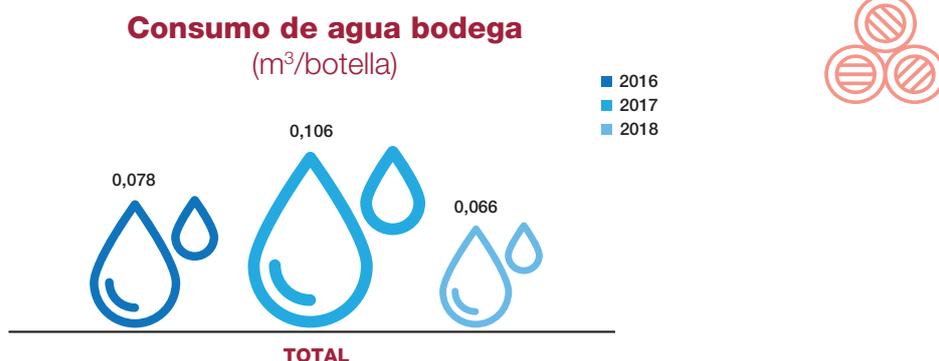
- Se han instalado dos **sensores de humedad** para optimizar el agua de riego, así como el consumo energético asociado al mismo.
- Se han consumido **25.390 metros cúbicos menos de agua** en 2018 que en 2017, debido al menor consumo de agua de riego por ser 2018 un año muy húmedo. Es decir, **se ha reducido casi un 35% el consumo global de agua.**



Objetivo 2019

- **Mantener los valores relativos de consumo de agua en hotel (por número de huéspedes) y en bodega (por número de botellas), respecto a 2018.**

A continuación, se presentan las comparativas de los años 2016, 2017 y 2018 en metros cúbicos por botella para la bodega y en metros cúbicos por huésped para el hotel:



El agua consumida tanto en la bodega, como en el hotel, es tratada mediante sendos sistemas de ósmosis, que generan un rechazo de aproximadamente el 40% del agua de entrada. La calidad del agua se verifica mediante una analítica anual y se garantiza mediante el mantenimiento continuado de los sistemas de potabilización.

Todos nuestros vertidos cumplen con los parámetros de vertido exigidos por la legislación, según analíticas anuales disponibles:

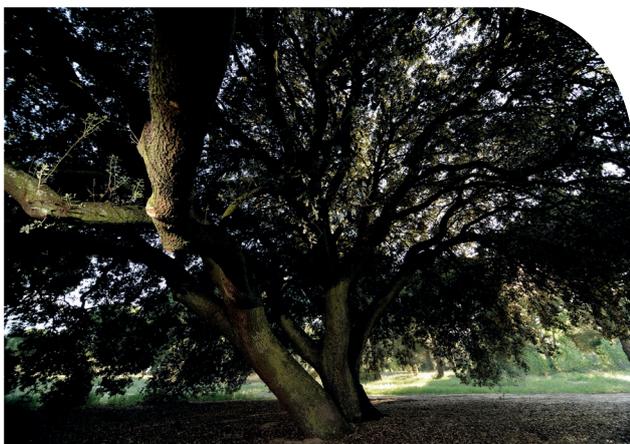


Vertido	Volumen (m ³ /año)	Procedencia	Método de tratamiento	Calidad del agua	Destino
BODEGA	13.539	Rechazo ósmosis (40%)	Lagunaje ¹⁵	Igual que la captada pero con mayor concentración en sales	Evaporación o riego de pinares
	20.308	Procesos		Cumple parámetros de vertido	
HOTEL	5.550	Rechazo ósmosis (40%)	Ninguno	Igual que la captada pero con mayor concentración en sales	Río Duero
	8.326	Procesos	Sistema aerobio mediante biodiscos ¹⁶	Cumple parámetros de vertido	

¹⁵ Disponemos de 3 balsas, dos de una superficie de 750 m² y otra de 600 m², en las que se produce una conversión progresiva de la materia orgánica del agua por la acción de las bacterias aerobias presentes en ella, ayudando a dicha acción con aireadores (que mueven el agua y proporcionan oxígeno). Después, el agua, a través de vasos comunicantes, pasa a otra balsa de mayor tamaño (7.000 m²), donde el agua se evapora o se utiliza para el riego de los pinares adyacentes a las balsas.

¹⁶ Se trata de unos discos porosos que giran, de manera que en todo momento la mitad de cada disco está sumergida en el agua sin depurar. El giro continuo oxigena las bacterias aerobias favoreciendo su crecimiento y proliferación, estas bacterias son las encargadas de degradar la materia orgánica. También existe un proceso de desnitrificación, que se realiza mediante una recirculación controlada del agua depurada.

Preservación de la biodiversidad



La localización de Abadía Retuerta corresponde a las siguientes coordenadas UTM: Huso: 30T; X=382.456; Y=4.608.190.

La finca de Abadía Retuerta, con una superficie de 700 hectáreas (185 de ellas de viñedo) y más de 4.000 metros de orilla de río Duero, se sitúa entre el LIC denominado Carrascal y el LIC de las riberas del río Duero (zonas en verde). Por tanto, está enmarcada dentro del proyecto europeo **Red Natura 2000**, cuya finalidad es detener la desaparición de hábitats y especies naturales, y garantizar la conservación de la biodiversidad para las generaciones futuras.



La variedad de hábitats de Abadía Retuerta y su entorno determinan la biodiversidad de especies animales y vegetales existentes en el área. Los encinares, matorrales y pinares, la ribera, los humedales, y los cultivos de viñedo, albergan una gran diversidad de flora y fauna ligada a estos medios: jabalíes, corzos, patos salvajes, perdiz roja, paloma torcaz, conejo,

liebre y zorro, entre otros. Además, en las balsas de depuración de agua de la bodega, se ha creado un hábitat natural de aves acuáticas donde destacan el pato azulón, las garzas y las cercetas, a cuya consolidación hemos contribuido mediante pequeñas islas flotantes con vegetación natural para facilitarles la cría. Preservar su desarrollo y la calidad medioambiental del paraje y sus terrenos son una de nuestras prioridades.

Disponemos de un **inventario de flora y fauna** existente en la finca. Además, a través del Plan de Ordenación de Montes, se dispone de un **Plan Cinegético** para el mantenimiento y control de las especies existentes en la finca. Todo ello, con el fin último de preservar la fauna y la flora autóctonas. Dentro del Plan Cinegético se realizan una serie de mejoras en la finca como la ampliación del número de balsas/bebederos para la fauna de la zona, principalmente corzos, jabalíes, zorros, liebres, aves..., de esta manera, actualmente disponemos de 12 balsas o bebederos. Además, colaboramos con el control poblacional de las especies de la finca mediante el **coto de caza** (según la memoria anual, en 2018 se han capturado 40 conejos, 12 estorninos pintos y 8 jabalíes).



Se ha colocado una cámara con sensor de movimientos para conocer no solo la diversidad de especies existentes, sino también los hábitos de la fauna que habita en la finca y evaluar actuaciones llevadas a cabo en la misma.



**Logro
2018**

- Se han instalado **dos sondeos a 12 metros de profundidad** que nos permitirán observar los cambios a nivel freático de la finca.



El **Plan de Ordenación de Montes**, una vez auditado, nos permite la obtención del **sello PEFC** (desde 2010) por llevar a cabo una gestión forestal sostenible. Este sello ecológico acoge a todos los productos agroalimentarios de origen silvícola o forestal de la finca (madera, piñas y piñones, setas, plantas aromáticas, miel, trufa negra,...), demostrando nuestra contribución a la protección de los recursos forestales del planeta. En relación con el Plan de Ordenación, desde 1996 se han plantado más de 65.000 pinos, repoblando más de 200 hectáreas de monte y bosque con variedades autóctonas (se trata de un proyecto que cuida la masa forestal, y contribuye al desarrollo rural y a la biodiversidad).



Además, llevamos a cabo actuaciones para la recuperación de viñedo histórico, la más relevante es un emocionante proyecto que ha recuperado 6 clones de tempranillo, que son supervivientes a la plaga de filoxera que asoló Europa a finales del siglo XIX (de esta manera, a partir de 2018 saldrá al mercado un nuevo vino elaborado con la variedad tempranillo pre filoxérico de Abadía Retuerta)."



Logro 2018

Otra iniciativa es el fomento de la presencia de **aves rapaces para el control biológico de los estorninos** y otras aves consumidoras de uva. Para este proyecto se colabora con la FIRE desde el año 2012; entre las medidas llevadas a cabo, destacamos las siguientes:

- **Instalación de 50 atalayas de 5 metros de altura en los alrededores del viñedo para facilitar la caza de las aves rapaces. En 2018 se instalaron 20 postes adicionales.**
- **Instalación de doce cajas nido para cernícalo vulgar y ocho cajas nido para lechuza común, todas en postes de madera a unos 3 metros de altura sobre el suelo. En 2018 se renovaron cuatro cajas nido en mal estado.**
- **Instalación de 60 cestos de mimbre en los bosques de pinos y encinas perimetrales de los viñedos para favorecer la nidificación del búho chico, el cernícalo vulgar o el alcotán europeo.**
- **Refuerzo de poblaciones de aves rapaces.**
- **Seguimiento de los nidos artificiales y naturales (en 2018 se encontraron 26 nidos naturales en la finca, cuatro de ellos claramente ocupados) y las atalayas.**
- **Seguimiento de las aves rapaces.**
- **Seguimiento de las aves consumidoras de uva.**
- **Evaluación de uvas consumidas: actualmente el saldo de ocupación de nidos ronda el 10%, de manera que los daños causados por los estorninos disminuyeron de manera considerable en el periodo 2012 (inicio del proyecto)-2017. Sin embargo, en 2018 se ha producido un repunte en la población de estornino negro (y por tanto de daños en las uvas) debido, quizá, a la abundancia de precipitaciones de esa primavera. En cualquier caso, la presencia de atalayas como elemento artificial para la atracción de aves rapaces tiene un efecto estadísticamente significativo en la reducción del daño a la uva.**

La colocación de las **islas flotantes** en una laguna de la finca ha facilitado la nidificación de aves y la presencia de mayor número de ejemplares, mejorando el hábitat de la zona.

Abadía Retuerta mantiene sus parcelas forestales según el Plan de Ordenación de Montes establecido, y ha realizado una actuación de **recuperación de una zona de humedal** con la finalidad de incrementar zonas en la finca para refugio y colaborar en el aumento de población de fauna autóctona, tanto mamífera (corzos, jabalíes, zorros, conejos, tejones...) como de especies avícolas (patos, garzas...). La extensión del humedal recuperado es de unos 5.500 m².

Además, colaboramos con la siembra de especies vegetales autóctonas:

- Ver "Operación Polinizador", en el apartado "Patrimonio Histórico").
- En 2017, se llevó a cabo un intercambio de especies centenarias con la firma de aceites Castillo de Caneña. En el emplazamiento histórico "Prado del Aceite" de la finca Abadía Retuerta, se llevó a cabo la plantación de olivos centenarios de la variedad picual.

- **Creación de un coto micológico, con el objetivo de proteger y controlar la producción de setas de nuestra finca, para el posterior aprovechamiento de las mismas.**

Gestión de residuos

En Abadía Retuerta disponemos de un inventario de todos los residuos que generamos. Estos residuos son segregados (tanto en las instalaciones de bodega como en las del hotel, se dispone de “puntos limpios”, donde se almacenan de forma provisional y segura) y retirados por diferentes gestores autorizados, que seleccionan el método de eliminación más adecuado para cada uno de ellos.

Todos los años, se realizan labores de concienciación entre los trabajadores, para reducir la generación de residuos, y realizar una correcta segregación de los mismos.

Los residuos, peligrosos y no peligrosos, retirados en la bodega durante 2018, se recogen en la siguiente tabla¹⁷:



RESIDUOS BODEGA 2018

RESIDUOS PELIGROSOS			
Descripción	Código	Destino	Cantidad (kg)
Sprays y aerosoles	160504	R13 ¹⁸	2
Baterías de plomo	160601	R13	128
Envases de plástico contaminados	150110	R13	104
Tubos fluorescentes	200121	R13	1
Material contaminado	150202	R13	436
Envases metálicos contaminados	150110	R13	2
Anticongelante usado	160114	R13	1
Filtros de aceite usados	160107	R13	33
Absorbentes contaminados	150202	D15 ¹⁹	27
Pilas Ni-Cd	160602	R13	0

RESIDUOS NO PELIGROSOS			
Descripción	Código	Destino	Cantidad (kg)
Papel y cartón	200101	Reciclaje	15.288
Plásticos	200139	Vertedero	720
Otros	-	Reciclaje	0
Chatarra	200140	Reutilización / Reciclaje	0
Vidrio	200102	Reciclaje	Sin datos ²⁰
Madera	200138	Reutilización	0
Lodos	020305	Aplicación agrícola	Sin datos ²¹

¹⁷ Los residuos procedentes de la poda de las viñas, se trituran y se incorporan al terreno mediante el cultivado de las tierras. Mientras que los residuos de la elaboración de vino, como los restos de los racimos de uva, se tratan mediante un sistema de compostaje natural y se incorporan como materia orgánica a las distintas parcelas de viñedo.

¹⁸ R13: Operaciones intermedias con destino final a valorización.

¹⁹ D15: Operaciones intermedias con destino final a eliminación.

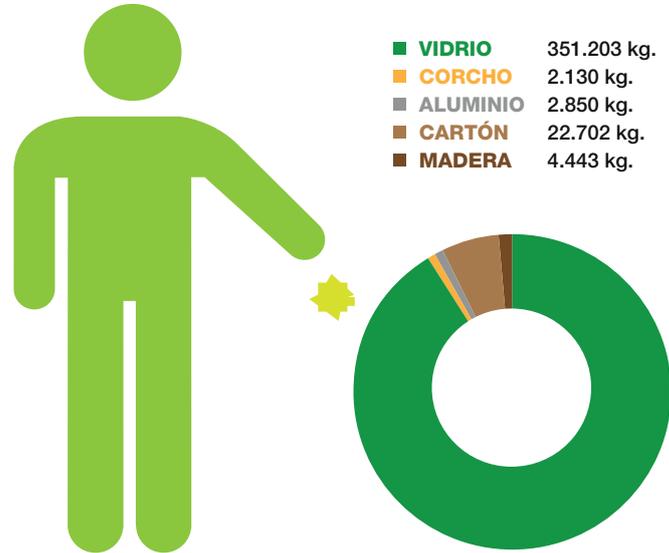
²⁰ Recogido por la Mancomunidad.

²¹ Se recicla en las propias balsas, pero no se contabiliza.

Además, Abadía Retuerta está adherida a **Ecovidrio**, con el fin de asegurar el reciclaje de los materiales de embalaje que ponemos en el mercado. Con la ayuda de Ecovidrio, desarrollamos un plan de gestión de residuos de envases usados.

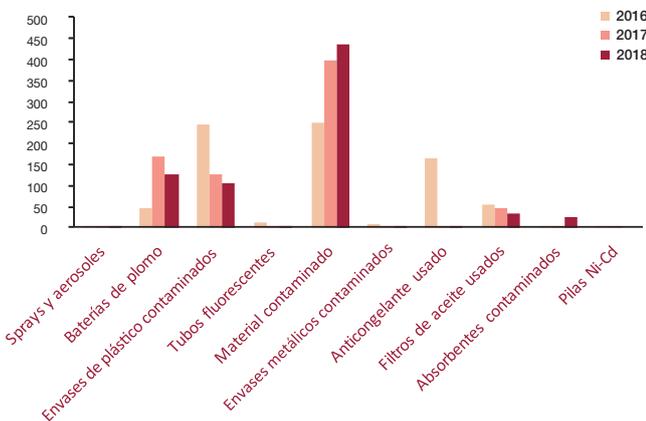


La declaración provisional de 2019 contempla:

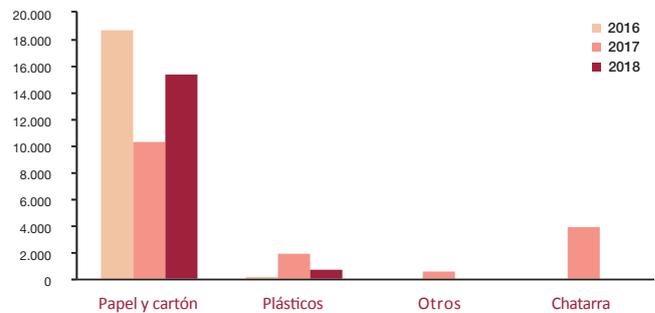


La comparativa 2016-2018 se ha reflejado en sendas gráficas:

Residuos Peligrosos Bodega (Kg)



Residuos No Peligrosos Bodega (Kg)



Objetivo 2019-2020

- Proyecto de **economía circular**, en colaboración con nuestros proveedores y gestores, para reducir al mínimo la generación de residuos de la bodega. Se iniciará con una auditoría sobre segregación de residuos, especialmente del plástico.

Y estos son los residuos, peligrosos y no peligrosos, retirados en el hotel durante 2018:

RESIDUOS HOTEL 2018

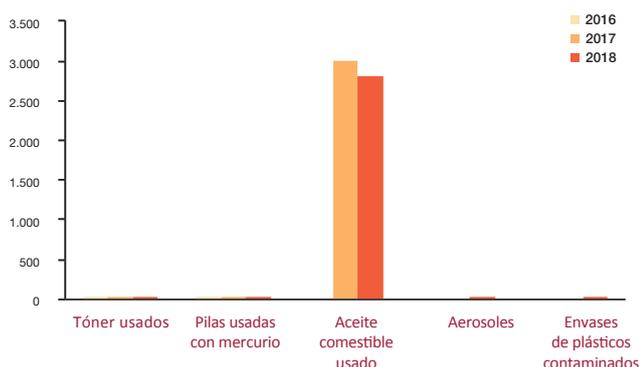
RESIDUOS PELIGROSOS			
Descripción	Código	Destino	Cantidad (kg)
Tóner usados	080317	R13	12
Pilas usadas con mercurio	160603	R13	4
Aceite comestible usado ²²	200125	R13	2.800
Aerosoles	160504	R13	12
Envases de plástico contaminados	150110	R13	8
Baterías de plomo	160601	R13	0

RESIDUOS NO PELIGROSOS			
Descripción	Código	Destino	Cantidad (kg)
Plásticos	200139	Vertedero	Sin datos ²³
Vidrio	200102	Reciclaje	7.200
Papel y cartón	200101	Reciclaje	3.150
Lodos	190805	Aplicación agrícola	26.400

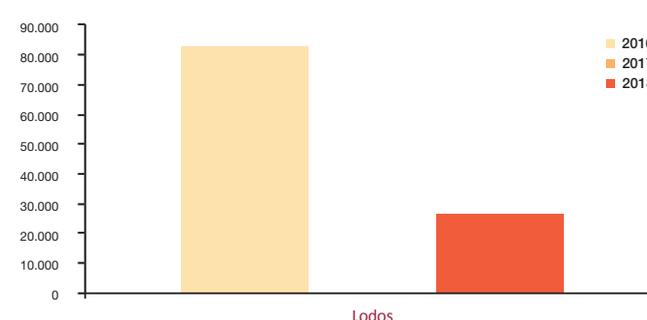


La comparativa 2016-2018 se ha reflejado en sendas gráficas:

Residuos Peligrosos Hotel (Kg)



Residuos No Peligrosos Hotel (Kg)



Desde 2017, segregamos las cápsulas de café, que se depositan en un contenedor de la cantina, para llevarlas a alguno de los puntos limpios de Valladolid, donde son gestionadas, para su posterior reciclaje, por la empresa Nestlé. En 2018, hemos reciclado un total de 94 cápsulas.

En cuanto al consumo de papel:

Nº DE IMPRESIONES			
	TOTAL		
2016	228.967	335.451	564.417
2017	141.622	322.649	464.271
2018	124.004	353.483	477.487



Logro 2018

- Hemos reducido en un 46% el número de impresiones en color, respecto de las realizadas en el año 2016.

²² Densidad aceite = 920 kg/m³; 3.000 L en 2017.

²³ Recogido por la Mancomunidad.



Acción solidaria

Jóvenes contratados de la Fundación Juan Soñador



En este 2018, celebramos que por quinto año consecutivo colaboramos con una fundación en su proyecto social a través de nuestra “Vendimia Solidaria”. Un programa lleno de simbolismo, donde lo que buscamos es poder colaborar con aquellas personas de nuestro entorno que más lo necesitan, y aportando en ellos la experiencia de un oficio.”

5ª Vendimia Solidaria

Para este año, la fundación con la que trabajamos codo con codo fue, Fundación Juan Soñador*, iniciativa social de la Familia Salesiana que tiene como finalidad principal la prevención, educación y promoción social integral de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y familias en situación de riesgo y/o exclusión social.

5ª VENDIMIA
SOLIDARIA



El proyecto al que va destinada esta vendimia, es “**Tierra viva catering**”, que busca la inserción laboral de jóvenes en riesgo de vulnerabilidad, prestando servicios de catering a todo tipo de organizaciones y particulares; y la donación será destinada a:

- **Contratación de un plan de mercadotecnia acorde al perfil de empresa social que tenga como objetivo implantar técnicas de mejorar la comercialización de nuestro servicio, así como para la presentación de los nuevos productos.**
- **Renovación de la marca e imagen de la empresa.**
- **Instrumentos y útiles que mejoren la calidad del servicio actual y permitan abrir nuevas líneas de negocio.**
- **Apoyo en el mantenimiento del local comercial. Refuerzo del equipo educativo.**

Reportaje de Vendimia Solidaria en Televisión Cyl

<https://bit.ly/30IGkol>

*Cada año buscamos varias asociaciones o fundaciones con proyectos interesantes desde un punto de vista social, se valoran sus memorias de años anteriores, y el Dpto. de Recursos Humanos elige la que consideran que abarca un proyecto más completo.

Durante una semana, el equipo formado por 8 personas, estuvieron vendimiando una de nuestras parcelas, para que, con esa uva, posteriormente pudiéramos elaborar nuestro vino “Vendimia Solidaria”, cuyos beneficios íntegros de su venta serán donados a su proyecto.



Con este año, ya son 5 entidades con las que hemos podido colaborar desde 2014 y que con la aportación económica han podido continuar desarrollando sus diferentes iniciativas.”

Fundación Personas	11.183 €
Red Incola	12.256 €
Casa Aleste	11.183 €
Fundación Cauce	5.153 €



Logro 2018

- Se ha dado mayor visibilidad a las botellas de la vendimia solidaria, creando un **cómer de vendimia solidaria en la tienda de la bodega**, con el objetivo de potenciar la venta de este vino.

Donación de ropa

Como viene siendo habitual, hemos continuado con las dos campañas que realizamos anualmente (en los cambios de estación) de recogida de ropa, y que donamos directamente a Cáritas. Este año se ha colaborado con 131 kg de ropa, y un total de 18 bolsas de toallas y sábanas que se donan desde el hotel por el equipo de regiduría.



Calendario solidario de Cruz Roja

Un año más hemos realizado esta iniciativa que tan buena acogida tiene entre nuestros empleados, en la que equipos de diferentes departamentos realizan una foto tematizada, con las cuales creamos el calendario de 2019, que se ha vendido por un precio de 5 €. El total recaudado en esta ocasión ha sido de 505 €, superando las cifras de años anteriores (en 2017 fue de 406 €, y en 2016 de 334 €).

De esta manera colaboramos con la campaña “Sus derechos en juego”, que promueve Cruz Roja, durante la cual entregó juguetes nuevos, no bélicos y no sexistas, y preferentemente educativos, a casi 1.500 niños y niñas de la provincia de Valladolid.

Recogida de tapones de plástico

Desde 2017 entregamos los tapones a la Fundación Seur. En 2018 hemos depositado en sus oficinas de Valladolid un total de 55 kg, 20 kg más que el año anterior.

Asociación de mujeres de Sardón / Síndrome de Rett

Desde la Asociación de Mujeres de Sardón de Duero se ha llevado a cabo un mercado en el que se vendían productos cedidos (en nuestro caso, 6 botellas de Selección Especial). Todo el dinero recaudado se ha destinado a la asociación para la ayuda contra el Síndrome de Rett.

Recogida de juguetes en Navidad

Hemos colaboramos con la nueva asociación de Valladolid “Por un futuro Castilla y León”, promoviendo entre nuestros empleados la recogida de juguetes usados, que han sido repartidos por la asociación bien en la fiesta de Navidad, bien en los cumpleaños; o se han vendido en un mercadillo solidario, cuya recaudación se destina a la compra de almuerzos para el recreo para niños entre 3 y 12 años.

Focus On Woman

En 2018 hemos colaborado con Focus On Woman, una asociación de mujeres que propone combinar viajes de lujo con apoyo a causas caritativas para mejorar la condición de la mujer en distintos países. Nuestra aportación fue de Experience Box - Experiencia Enogastronómica, y la puja fue por valor de 300 €.

Parroquia San Agustín

Colaboramos con esta parroquia en una tómbola benéfica con 2 Magnums y 6 botellas de Selección Especial, para la recaudación de fondos destinados a distintas causas caritativas de la Comunidad de Madrid.



Objetivo 2019*

- **Desarrollar una colaboración con el Centro de Hemodonación y Hemoterapia para llevar a cabo acciones de donación de sangre y de médula, así como labores previas de concienciación.**

Además, en coherencia con nuestros principios y nuestra idea del negocio, somos socios de las siguientes organizaciones:

Federación Española del Vino, FEV

Nace en 1978 como la organización privada más representativa que agrupa al sector bodeguero español. Desde entonces, trabaja en beneficio del sector del vino español. Los objetivos de la FEV, además de la defensa de la imagen del vino - como alimento básico de la dieta mediterránea, diferenciado de otras bebidas- se centran en la búsqueda del mejor entorno posible para que las empresas vitivinícolas desarrollen su actividad. Presta, también, información sobre todas las materias que afectan a los intereses del sector, resuelve consultas y genera posiciones comunes de las bodegas españolas (www.fev.es).

Wine in Moderation, WIM

(ver también en "Abadía Retuerta")

Somos miembros, por ende, al ser miembros de la FEV. Se trata de una organización internacional fundada por asociaciones sectoriales y empresas vinícolas líderes que se encarga de coordinar y centralizar las actividades del programa "Wine in Moderation" y expandir su alcance e impacto por todo el mundo (www.wineinmoderation.eu/es).

Fundación para la Investigación del Vino y de la Nutrición, FIVIN (ver también en "Abadía Retuerta")

Desde su creación en 1992, orienta sus actividades a valorar los posibles efectos protectores del consumo moderado de vino y cava en nuestro organismo y sobre la salud humana desde un punto de vista médico. Realiza un trabajo continuado de investigación y recopilación sobre vino y salud, y cava y salud, bajo la supervisión de un comité científico formado por médicos, científicos, investigadores y técnicos en salud y nutrición de reconocido prestigio nacional e internacional (www.fivin.com).

Grandes Pagos de España, GPE

Asociación de 28 fincas vitícolas de toda España que defienden y propagan la cultura del vino de Pago, producido en un terreno específico y que refleja la personalidad inconfundible de su suelo, su subsuelo y su clima (www.grandespagos.com).

Asociación Forestal de Valladolid, ASFOVA

Nos ayudan a gestionar las subvenciones forestales que publica la Administración, y participamos con ella en actividades que proponen, como participar en estudios en colaboración con la Universidad de Valladolid (www.asfova.es).

Fundación Internacional de Recuperación de Ecosistemas, FIRE

Entidad privada, sin ánimo de lucro, nacida en 2006, cuyo fin es la restauración y conservación de los ecosistemas, transfiriendo el conocimiento académico a proyectos operativos con el máximo rendimiento social posible (www.fundacionfire.org).

Comunidad de Regantes del Canal del Duero

La Comunidad de Regantes del Canal del Duero se constituyó a principios del siglo XX. Da servicio a parcelas ubicadas en términos municipales próximos a Valladolid, contribuyendo así al asentamiento y desarrollo de agricultores y horticultores locales (www.cccrcanaldelduero.es).

Sindicato Agrario ASAJA

Organización agraria que defiende los intereses de sus asociados, es decir, de los agricultores y ganaderos. En nuestro caso, nos gestiona subvenciones en viñedo y realiza la PAC (www.asajacyl.com).

Círculo Fortuny

Asociación sin ánimo de lucro nacida para unir en un foro común al sector español de las marcas culturales y creativas de prestigio y promover y defender su entidad propia (www.circulofortuny.com).

Cámara de Comercio de Valladolid

Corporación de derecho público cuyos principales objetivos son ayudar a la creación de empleo, mejorar la competitividad de la industria, impulsar la internacionalización empresarial e incrementar la capacitación mediante la formación (www.camaravalladolid.com).

Confederación Vallisoletana de Empresarios

Reconocida como la única organización empresarial para la representación e interlocución del empresariado vallisoletano en su conjunto por las distintas administraciones, regional y local, así como por las organizaciones sindicales (www.cve.es).

Todas las operaciones realizadas en nuestra organización cumplen con la legislación española vigente en materia de derechos humanos.

²⁵ Esta acción, prevista para 2018, se ha retrasado al año 2019.



Nuestro equipo

“The Craft”



La organización cuenta con trabajadores en la bodega Abadía Retuerta, en el hotel LeDomaine y también en Madrid; tanto en el exclusivo club de Abadía Retuerta en la capital “The Craft”, como en las oficinas situadas en la calle Lagasca nº 27, en las que se llevan a cabo trabajos comerciales de bodega y hotel, y de exportación.”



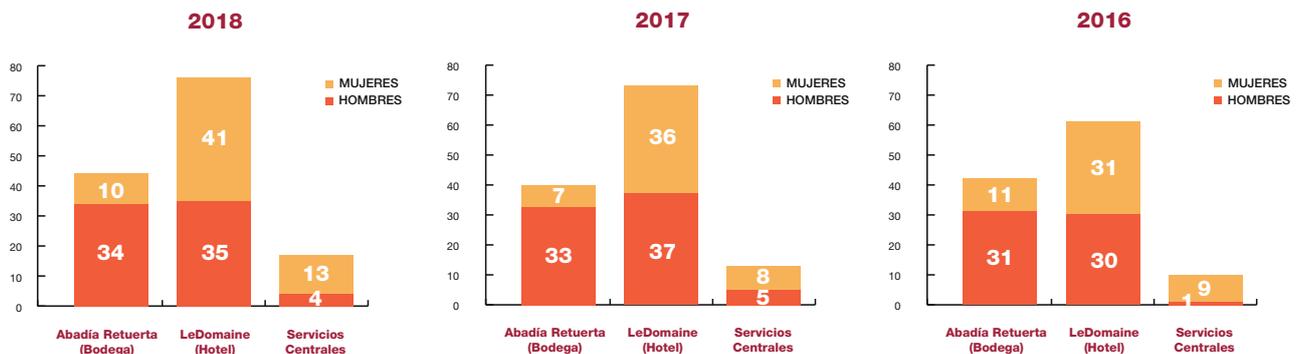
ABADIA RETUERTA
L'Domaine
The Craft

Compromiso con nuestros empleados

Para Abadía Retuerta, nuestros empleados son unos de los valores más importantes de la organización.

PLANTILLA²⁶

	Abadía Retuerta (Bodega)		LeDomaine (Hotel)		Servicios centrales		TOTAL	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº total de empleados (20/12/2018)	34	10	35	41	4	13	73 (53,3%)	64 (46,7%)
	44		76		17		137	



²⁶ Existen 63 perfiles de puesto (31 para la bodega y 32 para el hotel), en los que se establecen las responsabilidades, funciones y tareas de cada puesto (propias del puesto y las generales en la empresa: medio ambiente, calidad y RSE), el perfil competencial, y lo recursos materiales y procedimientos.

PLANTILLA ²⁷	TOTAL	
	Hombres	Mujeres
2018	73 (53,3%)	64 (46,7%)
	137	
2017	75 (59,5%)	51 (40,5%)
	126	
2016	62 (55%)	51 (45%)
	113	



INCORPORACIONES 2018	Mujeres	Hombres	TOTAL
Oficinas y despachos	3	1	4
Bodega	3	5	8
Campo	0	0	0
Hotel	16	22	38
Total	22	28	50

BAJAS 2018	Mujeres	Hombres	TOTAL
Jubilación	0	0	0
Finalización de contrato	6	6	12
Cese voluntario	0	10	10
No superación del periodo de prueba	0	1	1
Otros	2	3	5
Total	8	20	28

PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO		Abadía Retuerta (Bodega)	LeDomaine (Hotel)	Servicios centrales	Total
Indefinido	Jornada completa	40	37	15	92
	Jornada parcial	1	20	2	23
Temporal	Jornada completa	2	19	0	21
	Jornada parcial	1	0	0	1

En Abadía Retuerta no contamos, de manera habitual, con trabajadores externos, trabajadores por cuenta propia o subcontratistas que realicen una parte sustancial de trabajo.

Bien es cierto, que hay dos épocas del año (poda en verde y vendimia) en las que la plantilla se incrementa. La duración de ambas está marcada por la climatología: si se necesita recoger la uva rápidamente se contratará más gente menos tiempo; si, por el contrario, es necesaria una recolección más lenta, las contrataciones serán menos numerosas, pero se alargarán más. En concreto, en 2018, se contrataron 110 personas para la poda en verde (90 hombres y 20 mujeres), y 234 para la vendimia (179 hombres y 55 mujeres).

La distribución de la plantilla por edades es:

- **Entre 20 y 29 años: 16% (22 trabajadores)**
- **Entre 30 y 45 años: 54% (74 trabajadores)**
- **Más de 45 años: 30% (41 trabajadores).**

“Es decir, el 75% de la plantilla tiene menos de 45 años, con un porcentaje similar entre hombres y mujeres en todos los tramos de edad.

Abadía Retuerta S.A. cumple con el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y su inclusión social. Durante el año 2018 hemos contado con una persona con discapacidad.

Además, tenemos concedida la declaración de excepcionalidad por parte de la Junta de Castilla y León, ofreciendo las medidas alternativas consistentes en la realización de donaciones y acciones de patrocinio de carácter monetario (ver “Vendimia solidaria” en el apartado “Acción Solidaria”).

El 100% de las personas están cubiertas por convenio colectivo, siendo cuatro los convenios de aplicación: Convenio colectivo de Hostelería de Valladolid, Convenio colectivo de Industria de la Vid, Convenio colectivo Oficinas y Despachos de Madrid y Convenio colectivo de Campo.

Con el objetivo de facilitar la conciliación de la vida laboral y personal, se ha creado el procedimiento “PNT HR-10_01 Flexibilidad Horaria Personal Oficinas Abadía Retuerta LeDomaine” que determina lo siguiente:

- **Posibilidad de acogerse a 1 hora de flexibilidad horaria de entrada y salida (entrada a las 8h o a las 10h).**
- **Horario intensivo de verano (julio y agosto): De lunes a viernes, de 8 a 15h.**

²⁷ Se ha detectado un error en relación a los datos de plantilla reportados en el Informe de Responsabilidad Social 2017, siendo los datos correctos los reportados en este documento. Igualmente, existe un error en los datos reportados en 2017 sobre plantilla por tipo de contrato, siendo los correctos: 91 personas en jornada completa con contrato indefinido (37 en Bodega Abadía Retuerta, 43 en LeDomaine y 11 en Servicios centrales), 20 personas en jornada parcial con contrato indefinido (1 en Bodega Abadía Retuerta y 19 en LeDomaine), 11 personas en jornada completa con contrato temporal (1 en Bodega Abadía Retuerta, 9 en LeDomaine y 1 en Servicios centrales) y 4 personas en jornada parcial con contrato temporal (1 en Bodega Abadía Retuerta, 2 en LeDomaine y 1 en Servicios centrales).

La satisfacción de nuestros empleados

Dentro de la preocupación de Abadía Retuerta por la opinión de sus grupos de interés, y en concreto, de nuestros empleados, llevamos a cabo dos tipos de **encuestas**:

- **Encuesta Opina:** Involucra expresamente a todos los trabajadores de la bodega y del hotel. Se hace cada dos años.
- **Encuesta GES:** Involucra a todo el grupo Novartis.

Los principales objetivos de estas encuestas son:

- Conocer el grado de satisfacción y compromiso de la plantilla a nivel global, y en cada uno de las unidades de negocio (bodega y viñedo, hotel y servicios corporativos).
- Determinar planes de acción derivados de los resultados que ayuden a mejorar la gestión del negocio y a orientar la toma de decisiones en materia de gestión de personas.

A fecha de cierre del presente informe, no se disponen de las conclusiones de la encuesta Opina 2019, si bien el grado de participación ha sido del 74%, mucho mayor que el de la encuesta GES realizada en 2017.

La organización da una gran importancia a mantener una **comunicación interna** fluida, por lo que se mantienen los siguientes canales de comunicación:

- **Correo electrónico corporativo.**
- **Revista mensual “Retuerta News”, con un apartado específico para la RSE.**
- **Cuatro tablones informativos.**
- **Buzón de sugerencias.**
- **Portal del empleado “Retuerta Web”.**



Existe un Comité de Comunicación Interna que se reúne cada mes, tratando los avances/eventos/colaboraciones de cada uno de los departamentos implicados. De este modo, conocemos más en profundidad aspectos específicos del resto de departamentos.

Los cambios organizativos más influyentes para la organización se difunden, al menos, con un mes de antelación, de modo que nuestras personas puedan gestionar estos cambios de manera óptima.

Además, trimestralmente el director general celebra un desayuno con un grupo de empleados, de distintos departamentos, para poder compartir con ellos, de manera cercana, sus preocupaciones, ideas, sugerencias, proyectos en marcha, etc.



No se han identificado casos de discriminación durante el periodo objeto del informe.

DATOS DE ACCIDENTABILIDAD		2017	2018
Nº de accidentes (con baja)		10	3 ²⁸
Nº de incidentes (sin baja)		7	7
Días no trabajados	Por accidente laboral (3 casos en 2018)	82	32
	Por accidente no laboral	0	0
	Por enfermedad profesional (1 caso en 2018)	0	0
	Por enfermedad común (35 casos en 2018)	253	1.032
Total		335	1.064

ÍNDICE DE ABSENTISMO		2017	2018
Por contingencias profesionales		0,03	0,05 ²⁹
Por contingencias comunes		0,47	1,63 ³⁰

ÍNDICE DE INCIDENCIA		2017	2018
Por contingencias profesionales		6,76	1,91 ³¹
Por contingencias comunes		13,51	21,66 ³²



Logro 2018

- En 2018 hemos participado en la **3ª Carrera de Empresas que organiza El Norte de Castilla**. Se trata de una nueva iniciativa, que pretende potenciar el bienestar y la salud de los empleados, así como el compañerismo y el trabajo en equipo y decidimos participar en la 3ª Carrera de Empresas que organiza El Norte de Castilla. Se formaron tres equipos, que se incluyeron en las categorías femenina, masculina y mixta.



Objetivo 2019*

- Aumentar la participación de colaboradores en la **4ª Carrera de Empresas**.
- **Celebración del Día Internacional del Yoga**, con una sesión para nuestros empleados.

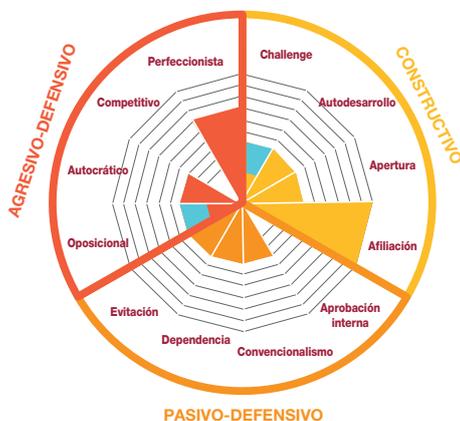
En cuanto al **proyecto de transformación digital en el área de Recursos Humanos**, queremos resaltar que, durante el año 2018, se llevó a cabo un roadmap de digitalización de iniciativas de RRHH, donde se trabajó el área de personas.

Revisando el tema de la organización, capacidades y cultura, se establecen dos fases:

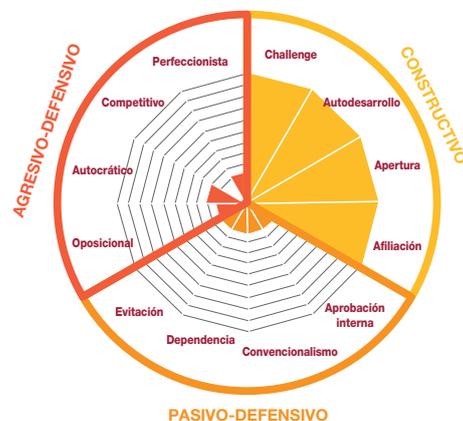
- I. **Desarrollo del modelo gestión del talento y revisión del modelo de recompensa.**
- II. **Workshop para desarrollar las bases del liderazgo común.**

El primer paso fue realizar un estudio sobre el estado de la cultura actual de la compañía, y el objetivo al que se quiere llegar de una cultura más constructiva:

Cultura actual



Cultura objetivo



²⁸ Los tres leves; uno corresponde a un hombre y dos a mujeres.

²⁹ Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores, que es de 0,58.

³⁰ Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores, que es de 2,93

³¹ Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores, que es de 5,93.

³² Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores, que es de 33,31.

Se definen los siguientes valores a trabajar:

- **Agilidad:** Puestos personificados, posibilidad de simplificación y automatización de procesos, falta de agilidad por trabajo en silos y falta de procesos transversales.
- **Autonomía:** Recomendable revisar las dependencias jerárquicas, y la falta de definición roles y funciones.
- **Meritocracia:** Falta orientación al logro, así como objetivos en cascada y seguimiento. Son necesarios objetivos realistas que supongan reto, y el establecimiento de indicadores comunes.

Y también se define el valor en el que apoyarse:

- **Afiliación:** Punto fuerte a poner en valor para facilitar el trabajo hacia la consecución de los retos planteados. Gran potencial para desarrollar nuevas iniciativas.

Los resultados finales del proyecto han sido:

- **Un modelo de gestión del talento:** Sistema de nivelación de puestos basado en un método de clasificación, mapa de puestos y modelo de gestión del talento (modelo de competencias, perfil de competencias de los puestos, identificación de puestos clave, programa de altos potenciales, planes de sucesión y definición de itinerarios profesionales).

- **Un modelo de recompensa:** Diagnóstico retributivo de equidad interna, diseño del sistema retributivo (estructura de retribución fija), recomendación de otros mecanismos de reconocimiento y recompensa (adicionales a los dinerarios) alineados con las culturas digitales.

Se llevó a cabo un workshop cuyo objetivo fue sentar las bases de un modelo de liderazgo común y potenciar la eficacia del equipo directivo como motor del cambio y las palancas de actuación, para avanzar hacia un equipo de alto rendimiento que asegure el éxito en la implantación de las iniciativas de transformación digital de la compañía.

Los resultados finales del workshop son:

- Alineamiento del equipo directivo con el proceso de transformación digital.
- Toma de conciencia compartida sobre las fortalezas y las oportunidades de mejora del equipo de dirección como equipo de alto rendimiento y motor de la transformación.
- Visión compartida de iniciativas y compromisos a poner en marcha para asegurar un liderazgo común.

El desarrollo profesional

Anualmente, diseñamos un Plan de Formación, a partir de las necesidades identificadas por los propios trabajadores y por sus responsables, orientado a la mejor capacitación posible de nuestros empleados para la consecución de los objetivos fijados.



La formación y el desarrollo profesional de las personas es una de nuestras prioridades, apostamos por la formación como una inversión para desarrollar el talento de nuestros empleados."



Estos son los principales beneficios de un plan de formación potente:

- **Favorece la igualdad de oportunidades y la promoción personal y profesional.**
- **Permite al trabajador prepararse para la toma de decisiones y para la solución de problemas.**
- **Logra metas individuales.**
- **Eleva el nivel de satisfacción en el puesto de trabajo.**
- **Ayuda a la integración en la empresa.**



Nuestro plan de formación está compuesto por:

- **Identificación y análisis de necesidades de formación.**
- **Diseño y planificación de la formación.**
- **Ejecución y seguimiento del plan de formación.**
- **Evaluación de los resultados e impacto de la formación.**
- **Implementación de acciones de mejora y correctivas.**

El **Plan de Formación de 2018** ha tenido como formaciones más relevantes las siguientes:

- **Idiomas:** Refuerzo y ampliación de las formaciones en inglés y francés, proporcionando la mejora continua en estas habilidades.
- **Excel:** Curso adaptado a las necesidades de los equipos de marketing y comunicación, y exportación, para poder desarrollar nuevos conocimientos, y mejorar el trabajo diario con esta herramienta.
- **Gestión del restaurante:** Orientado al perfil management del equipo de restaurante, para poder mejorar en cuanto a conocimientos y gestión del departamento.
- **Nuevos tratamientos de SPA:** Desarrollo de nuevas técnicas para el personal del SPA, de manera que pueda mejorarse y actualizar la carta de tratamientos que habitualmente se ofrece a nuestros clientes, y de esa manera seguir sorprendiéndoles en cada visita con la más alta calidad.
- **DESA:** Continuamos anualmente con las formaciones en desfibriladores de los diferentes equipos cara al público, para poder estar preparados antes cualquier adversidad.
- **Curso ventas y MICE:** Formación específica para el equipo de ventas, grupos y reservas, para mejorar y ampliar sus conocimientos dentro del sector.

Con el fin de identificar, desarrollar y retener el talento en la organización, logrando nuestros objetivos a corto, medio y largo plazo, se establece el procedimiento "PNT HR-03_02 Evaluación del Desempeño" a través de la consecución de los objetivos anuales pactados entre empleado y el responsable directo. Los objetivos son los siguientes:

- **Mantener una sólida estructura organizativa.**
- **Construir y mejorar competencias.**
- **Detectar necesidades futuras.**
- **Establecer políticas/sistemas globales de gestión del talento.**
- **Mejorar habilidades.**
- **Definir planes de desarrollo individuales.**
- **Trasladar los objetivos de la compañía a nivel individual.**
- **Acordar expectativas de resultados y priorizar, detallando la manera de lograr los objetivos.**
- **Dar y recibir feedback sobre la evolución de resultados.**
- **Evaluar el progreso en cuanto a la consecución de resultados.**
- **Establecer la retribución de acuerdo con el desempeño.**

Todos nuestros empleados reciben evaluaciones anuales de su desempeño, así como un plan de desarrollo profesional.



Excellence Internship Programme

Durante el 2018, continuamos con nuestro Proyecto Excellence, nuestro programa de prácticas dirigido a desarrollar y profesionalizar estudiantes del sector turístico y hotelero.

El total de alumnos durante 2018 ha sido 38, ubicados en los departamentos de: Mayordomía, Cocina, Sala, Reservas, Grupos, Exportación, Ventas Nacional Bodega, Venta Directa, Bodega, Administración y Finanzas, TI, Recursos Humanos y The Craft.

Resaltar que este programa, de carácter internacional, ha acogido alumnos de diferentes nacionalidades, como mejicana, portuguesa, italiana, griega, española o colombiana.

Otro de los puntos importantes de este 2018, han sido las diferentes visitas a escuelas y ferias para poder enseñar nuestra compañía a todos aquellos alumnos interesados en formarse en este sector. En concreto, hemos asistido a la Escuela de Hotelería y Turismo de Coimbra, Escuela Universitaria de Turismo y Dirección Hotelera de la Universidad Autónoma de Barcelona, Les Roches Marbella, Escuela Lezama de Sevilla, Escuela Vatel de Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Escuela de Cocina Bellart, Escuela Superior de Hostelería del Mediterráneo, Escuela de Hotelería y Turismo de Oporto y EAE Business School.



Premios Estrella

Se tratan de unos premios mensuales, que reconocen a algún empleado, a través del voto de sus compañeros, los logros y comportamientos superiores, que representen un trabajo más allá de la excelencia esperada y que influya en el mejor servicio y máximo nivel de realización del mero cometido.

Para ello, en estas nominaciones es necesario especificar y clarificar, aquellas conductas y comportamientos que se quieren premiar.

También habrá un premio anual, el cual en la comida de Navidad se entregará, a través de un sorteo previo entre todas aquellas personas que han sido premiadas durante el año.



Las horas de formación del año 2018 por categoría profesional se recogen en esta tabla:

HORAS DE FORMACIÓN 2018

Categoría profesional	Nº de horas
2º Jefe de partida	4
2º Jefe de recepción	52
Auxiliar administrativo	200
Auxiliar de servicio N4	221
Auxiliar de ventas	47
Ayudante de cocina	4
Ayudante de camarero N5 G1	76
Becario	1.520
Camarero de pisos N5 G1	84
Camarero	84
Cocinero	52
Coordinador de ventas	93
Directivo	3,5
Encargado de lavandería	58
Encargado	46
Encargado de servicio técnico	49
Especialista de servicio N3 G1	200
Gobernante	28
Jefe de 1ª	30
Jefe de partida	12
Jefe de recepción	115
Jefe de sala	128
Limpiador de office	4
Limpiador	28
Nivel 1 G1	16
Nivel 4 G1	4
Recepcionista nocturno N4 G1	52
Oficial 1ª administrativo	78,5
Oficial ª administrativo	41
Peón	16
Recepcionista	234
Recepcionista día y noche	76
Relaciones públicas	73
Responsable de servicio	20
Supervisor de colectividades	64
Supervisor	60
Supervisor N3 G1	64
Técnico de mantenimiento	14
Telefonista	54
Titulado medio	24
Titulado superior	82,5
Total	4.111,5
Mujeres	2.625,5
Hombres	1.486

En relación con el ratio de la remuneración total entre mujeres y hombres, reportamos los datos en la siguiente tabla:

Centro	Categoría	Ratio mujeres/hombres Remuneración TOTAL	
Campo	Oficial 2ª	91,18%	
	Capataz de bodega	0,00%	
	Coordinador/a de ventas	128,00%	
	Director/a	0,00%	
	Encargado/a	0,00%	
	Inspector/a de ventas	0,00%	
	Jefe de 1ª administrativo	98,04%	
	Jefe de ventas	0,00%	
	Bodega	Limpiador/a	0,00%
		Oficial 1ª administrativo	0,00%
		Oficial 2ª administrativo	0,00%
		Peón	0,00%
		Peón especialista	0,00%
		Técnico no titulado	0,00%
Técnico título superior		0,00%	
2º Encargado/a servicios técnicos		0,00%	
2º Jefe de cocina		0,00%	
2º Jefe de recepción		0,00%	
Auxiliar de servicio		0,00%	
Ayudante de cocinero/a		0,00%	
Ayudante de camarero/a		96,30%	
Camarero/a		93,94%	
Camarero/a de pisos	0,00%		
Hotel	Cocinero/a	118,62%	
	Directivo/a	0,00%	
	Encargado/a de lavandería	0,00%	
	Encargado/a servicios técnicos	0,00%	
	Especialista de servicio	0,00%	
	Gobernante/a	0,00%	
	Jefe de cocina	0,00%	
	Jefe de partida	92,96%	
	Jefe de recepción	0,00%	
	Jefe de sala	0,00%	
	Limpiador/a	0,00%	
	Oficial de mantenimiento	0,00%	
	Recepcionista	101,56%	
	Relaciones públicas	0,00%	
Responsable de servicio	0,00%		
Oficinas Madrid	Supervisor/a	109,00%	
	Técnico de mantenimiento	0,00%	
	Telefonista	0,00%	
	Jefe de primera	0,00%	
	Jefe de ventas	0,00%	
	Limpiador/a	0,00%	
	Oficial de 1ª administrativo	46,28%	
	Oficial de 2ª administrativo	0,00%	
	Titulado/a grado superior	42,88%	



**Objetivo
2019-2020**

**Logro
2018**

- Organizar una jornada de divulgación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) para toda la plantilla.

- Se ha mantenido prácticamente estables el número total de horas de formación, si bien se han incrementado las horas de formación a mujeres (de 2.037 horas en 2017, a 2.626 horas en 2018).



Comportamiento ético y responsable

Contamos con un Código de Conducta (aprobado por el Consejo de Administración de Abadía Retuerta S.A. el 13 de abril de 2016, y aplicable a todas las operaciones y empleados de la compañía desde el 1 de Julio de 2016).”

Los cinco principios básicos de nuestro Código de Conducta son:

- **La satisfacción del cliente está en el centro de todo lo que hacemos.**
- **Tratamos a nuestros empleados de forma justa y respetuosa.**
- **Tenemos el compromiso de ofrecer un rendimiento extraordinario y sostenible y a lograrlo con integridad.**
- **Nos esforzamos por ser un socio de confianza.**
- **Aspiramos a ser un buen ciudadano corporativo.**

Profundizando en este código de conducta, podemos establecer que los **pilares de la Responsabilidad Social Empresarial** de Abadía Retuerta son los siguientes:

- **Responsabilidad ante nuestro legado:** dirigida a custodiar y compartir el legado de historia y tradiciones, nuestra tierra, arte y cultura en el entorno de Abadía Retuerta con las generaciones presentes y futuras.
- **Compromiso con nuestros empleados:** apostamos por el desarrollo personal y profesional, la motivación, implicación e iniciativa de los empleados. Creemos en la transparencia en la comunicación.
- **Cuidado del entorno:** conscientes del enclave privilegiado de Abadía Retuerta, trabajamos por preservar, cuidar y proteger el entorno, los recursos naturales y la biodiversidad, así como el desarrollo social y del medio rural.
- **Excelencia:** observación e innovación, perseverancia y atención al detalle hacen de nuestros productos y servicios una experiencia única para nuestros clientes.
- **Integridad:** entendemos la integridad como el comportamiento ético y coherente, expresión de nuestros valores.

Nuestra **Comisión Paritaria para la Igualdad de Oportunidades**, evalúa anualmente el funcionamiento del Plan de Igualdad, así como el desarrollo del programa de actuación asociado, estructurado en 9 ejes.

Con la subvención recibida en 2018 en relación con el **Plan de Igualdad**, hemos desarrollado las siguientes actuaciones:

- **Diagnóstico de situación en materia de igualdad en Abadía Retuerta, que establece una serie de propuestas en las áreas de acceso al empleo, condiciones de trabajo, ordenación del tiempo de trabajo y medidas transversales.**
- **Evaluación del Plan de Igualdad vigente y diseño de un plan de acción para la igualdad de género 2019-2021 con medidas en siete ejes de actuación: cultura y comunicación, acoso sexual y por razón de sexo, formación, acceso al empleo, condiciones de trabajo, ordenación del tiempo de trabajo y conciliación y violencia de género.**
- **Protocolo de actuación ante la violencia de género en el ámbito laboral, incluyendo medidas de sensibilización y difusión.**
- **Realización por parte de la plantilla de cursos online en materia de igualdad de oportunidades impartidos por el programa IO empresas.**
- **Inicio de un proyecto roadmap de transformación digital que incluye la revisión del modelo organizacional y el establecimiento de un modelo de gestión de desempeño objetivo y de reconocimiento y recompensa más adecuado que asegure la equidad interna, la ausencia de brecha salarial de género y la competitividad externa.**

Además, disponemos de un **Protocolo de Acoso**, una instrucción técnica sobre “Elaboración de documentos con lenguaje igualitario” y otra sobre “Procesos de selección no discriminatorios”, ambos de 1 de octubre de 2016.

Como ya hemos indicado, en relación con las compras y las subcontrataciones se cumple con el **procedimiento interno de compras**, PNT-FIN-01_01.

También disponemos de una **Política Anti Soborno**, que forma parte de la política global de Novartis, revisada por última vez con fecha 1 de julio de 2016; y de una **Política de Conflicto de Intereses**, cuya última revisión es del 1 de septiembre de 2015.

Comité Ejecutivo Abadía Retuerta LeDomaine



La toma de decisiones

El **máximo órgano de gobierno de la organización** (Reunión de Equipo Directivo, RED) está formado por los responsables de los distintos departamentos de Abadía Retuerta S.A.:

- **Enrique Valero:** Director general.
- **Diego Canals:** Director de ventas nacionales.
- **Javier Rozas:** Director de exportación.
- **Álvaro Pérez:** Director de la academia del terruño.
- **Ángel Anocibar:** Director de bodega y viñedo.
- **Carlos Rodrigo:** Director financiero.
- **Ana Hernández:** Directora de RRHH.
- **Alejandra Pedrosa:** Directora de marketing y comunicación.
- **Teo Gómez:** Director del hotel.
- **Ángeles Lara:** Directora de ventas del hotel.
- **Elsa Suárez:** Responsable de venta directa. Nueva incorporación al RED en 2018.

En este Comité se ponen en común todas las actividades, y se lleva a cabo la toma de decisiones estratégicas y transversales de la organización.

Los puestos directivos y de responsabilidad están ocupados por 7 hombres (63,6%) y 4 mujeres (36,4%). Actualmente hay 8 directivos entre 30 y 50 años (72,7%) y 3 mayores de 50 años (27,3%).

Desde 2014 contamos con el **Comité Operativo de RSE**, con presencia de RRHH, finanzas, comunicación y marketing, campo y bodega, laboratorio, mantenimiento, venta directa y mayordomía. Este Comité se reúne, al menos, trimestralmente para la revisión de su plan de acción, así como el análisis de cualquier riesgo u oportunidad en temas de responsabilidad social empresarial.



**Logro
2018**

- **Se ha incluido una persona del departamento de butlers (mayordomía) en el Comité RSE para aportar un nuevo punto de vista, y poder iniciar nuevas líneas de actuación.**



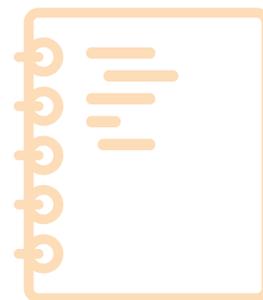
Para fortalecer el trabajo en temas de responsabilidad social, los miembros de este Comité RSE participamos en acciones anuales de benchmarking con otras organizaciones con fuerte orientación hacia la sostenibilidad.

En el año 2018 visitamos **Veralia**, uno de nuestros principales proveedores de botellas y una empresa con **un fuerte compromiso por la responsabilidad social** y la mejora continua. Entre los principales aprendizajes de la visita:

- Dentro de su página web, tienen desarrollada una parte dedicada a la sostenibilidad.
- Las acciones para garantizar el desarrollo sostenible son una prioridad en la estrategia de Veralia. El medio ambiente es un valor clave en la estrategia de Veralia para su desarrollo sostenible, teniendo como objetivo ser una referencia en la industria del vidrio y en la de otros materiales de embalaje. El análisis de los impactos ambientales del proceso permite establecer planes activos para la reducción de los mismos.
- Veralia apuesta por el vidrio como el material de envasado más favorable para la economía y para el desarrollo sostenible. El vidrio es 100% reciclable y se puede reciclar infinitas veces, reduciendo drásticamente la necesidad de materias primas, y también el consumo energético y, por tanto, menor huella de carbono.
- Veralia apuesta firmemente por la modernización de su proceso, haciéndolo energéticamente más eficaz, minimizando su consumo de agua, valorizando al máximo los residuos que genera y reduciendo los contaminantes atmosféricos, con el objetivo de fabricar un producto saludable y sostenible.
- La gama de productos ECOVA, de los cuales Veralia España ha vendido ya más de 500 millones de unidades, son botellas más ligeras, pero sin perder en diseño e imagen.
- El empleo creado por Veralia es seguro y estable, y tienen colaboraciones estrechas con las comunidades en las que están presentes.

Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivo de Desarrollo Sostenible	Apartado	Página
Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	Acción solidaria	29
Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	Nuestra bodega Preservación de la biodiversidad	3 24
Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	Nuestro hotel	8
Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	El desarrollo profesional	37
Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	Comportamiento ético y responsable	40
Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	Gestión del agua	22
Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	Lucha contra el cambio climático Ahorro de energía	15 16
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Compromiso con nuestros empleados	32
Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	Nuestra bodega Nuestro hotel	3 8
Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.	Comportamiento ético y responsable	40
Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	Nuestro hotel	8
Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	Nuestra bodega Nuestro hotel	3 8
Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	Lucha contra el cambio climático	15
Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	Gestión del agua	22
Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.	Preservación de la biodiversidad	24
Objetivo 16: Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.	Comportamiento ético y responsable	40
Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	Comportamiento ético y responsable	40



Sobre este informe



El Informe de Responsabilidad Social Empresarial de 2018 de Abadía Retuerta S.A. constituye un reporte sobre el desempeño económico, ambiental y social de nuestra organización y nuestros resultados.

Sus contenidos han sido determinados de acuerdo con los principios de participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad, en términos de alcance, cobertura y espacio temporal. Así mismo, se ha buscado en su elaboración, en cuanto a los datos presentados, precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, fiabilidad y puntualidad.

Para determinar los temas materiales se ha partido de un trabajo previo llevado a cabo por su Comité RSE en colaboración con una empresa consultora externa, cuyas conclusiones se reflejaron en el "Informe diagnóstico RSC".

Este informe cubre el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2018, e incluye información relativa a la sociedad Abadía Retuerta S.A. (bodega Abadía Retuerta y hotel LeDo-

maine). Existen informes previos correspondientes a los años 2016 y 2017. En este año, no hubo cambios significativos en nuestra organización, ni en nuestra cadena de suministro.

Este informe ha sido redactado tomando como referencia la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad publicada por Global Reporting Initiative (GRI), en su versión Standards; y se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción esencial. No ha sido verificado externamente, por decisión de la organización.

Nos comprometemos a hacer público nuestro Informe de Responsabilidad Social Empresarial con periodicidad anual.

Los grupos de interés se seleccionan teniendo en cuenta lo reflejado en el Código de Conducta.

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES DE COMUNICACIÓN	TEMAS MATERIALES
Cientes	Dpto. Marketing y Comunicación Dpto. Bodega y viñedo Dpto. Ventas (Nacional) Dpto. Ventas (Exportación)	Salud y seguridad de los clientes Marketing y etiquetado Privacidad del cliente
Empleados	Dpto. Recursos Humanos	Empleo Relaciones trabajador-empresa Salud y seguridad en el trabajo Formación y enseñanza Diversidad e igualdad de oportunidades No discriminación
Accionistas	Consejo de Administración	Desempeño económico
Proveedores, contratistas y empresas colaboradoras	Dpto. Marketing y Comunicación Dpto. Bodega y viñedo Dpto. Finanzas y logística Dpto. Recursos Humanos Dpto. The Craft / New Business	Desempeño económico Evaluación ambiental de proveedores Evaluación social de proveedores
Sociedad (prensa)	Dpto. Marketing y Comunicación	Materiales Energía Agua Biodiversidad Emisiones Efluentes y residuos Evaluación de derechos humanos Comunidades locales

TEMAS MATERIALES	COBERTURA INTERNA	COBERTURA EXTERNA
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
201: Desempeño económico	Abadía Retuerta / LeDomaine	Accionistas
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
301: Materiales	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
302: Energía	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
303: Agua	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
304: Biodiversidad	Abadía Retuerta	Entorno
305: Emisiones	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
306: Efluentes y residuos	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
308: Evaluación ambiental de proveedores	Abadía Retuerta / LeDomaine	Proveedores
DESEMPEÑO SOCIAL		
401: Empleo	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
402: Relaciones trabajador-empresa	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
403: Salud y seguridad en el trabajo	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
404: Formación y enseñanza	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
405: Diversidad e igualdad de oportunidades	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
406: No discriminación	Abadía Retuerta / LeDomaine	-
412: Evaluación de Derechos Humanos	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
413: Comunidades locales	Abadía Retuerta / LeDomaine	Entorno
414: Evaluación social de proveedores	Abadía Retuerta / LeDomaine	Proveedores
416: Salud y seguridad de los clientes	Abadía Retuerta / LeDomaine	Cientes
417: Marketing y etiquetado	Abadía Retuerta / LeDomaine	Cientes
418: Privacidad del cliente	Abadía Retuerta / LeDomaine	Cientes

Índice de contenidos GRI

CONTENIDOS GENERALES

Código	Tema	Página
GRI 102: Contenidos generales (2016)		
102-1	Nombre de la organización	43
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	3-5-9
102-3	Ubicación de la sede	48
102-4	Ubicación de las operaciones	48
102-5	Propiedad y forma jurídica	43
102-6	Mercados servidos	4
102-7	Tamaño de la organización	3-7-9-33-48
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	33
102-9	Cadena de suministro	4-9
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	43
102-11	Principio y enfoque de precaución	14
102-12	Iniciativas externas	6-14-24-27
102-13	Afiliación a asociaciones	31
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	39
102-18	Estructura de gobernanza	41
102-40	Lista de grupos de interés	44
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	33
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	43
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	44
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	44
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	48
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	43
102-47	Lista de temas materiales	44
102-48	Reexpresión de la información	20-33
102-49	Cambios en la elaboración de informes	43
102-50	Periodo objeto del informe	43
102-51	Fecha del último informe	43
102-52	Ciclo de elaboración de informes	43
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	48
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	43
102-55	Índice de contenidos GRI	45
102-56	Verificación externa	43
GRI 103: Enfoque de gestión (2016)		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	ver tablas siguientes
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	ver tablas siguientes
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	ver tablas siguientes

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Código	Tema	Página
GRI 201: Desempeño económico (2016)		
103	Enfoque de gestión 201	2-4-6-7-10-14-15-39-41-48
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	48
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	15
201-4	Asistencia financiera recibida por el Gobierno	3-7-48

DESEMPEÑO AMBIENTAL

Código	Tema	Página
GRI 301: Materiales (2016)		
103	Enfoque de gestión 301	2-4-6-7-10-14-39
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	4-8
GRI 302: Energía (2016)		
103	Enfoque de gestión 302	2-4-6-7-10-14-16-21-39-41
302-1	Consumo energético dentro de la organización	16
302-3	Intensidad energética	20
302-4	Reducción del consumo energético	21
GRI 303: Agua (2016)		
103	Enfoque de gestión 303	2-4-6-7-10-14-22-39-41
303-1	Extracción de agua por fuente	22
GRI 304: Biodiversidad (2016)		
103	Enfoque de gestión 304	2-4-6-7-10-14-22-39-41
304-1	Centros de operaciones propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la diversidad fuera de áreas protegidas	24
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	24
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	6-25
GRI 305: Emisiones (2016)		
103	Enfoque de gestión 305	2-4-6-7-10-14-16-39-41
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	16
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	16
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	16
GRI 306: Efluentes y residuos (2016)		
103	Enfoque de gestión 306	2-4-6-7-10-14-23-26-39-41
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	23
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	26
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores (2016)		
103	Enfoque de gestión 308	2-4-6-7-10-14-39-41
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales	6

DESEMPEÑO SOCIAL

Código	Tema	Página
GRI 401: Empleo (2016)		
103	Enfoque de gestión 401	2-4-6-7-10-14-32-39-41-43
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	33
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa (2016)		
103	Enfoque de gestión 402	2-4-6-7-10-14-32-33-34-39-41-43
402-1	Plazos de avisos mínimos sobre cambios operacionales	34
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo (2016)		
103	Enfoque de gestión 403	2-4-6-7-10-14-34-39-41-43
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	34
GRI 404: Formación y desarrollo (2016)		
103	Enfoque de gestión 404	2-4-6-7-10-14-32-36-37-39-41-43
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	36
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	37
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades (2016)		
103	Enfoque de gestión 405	2-4-6-7-10-14-38-39-41-43
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	33-41
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	38
GRI 406: No discriminación (2016)		
103	Enfoque de gestión 406	2-4-6-7-10-14-34-39-41-43
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	34
GRI 412: Evaluación de derechos humanos (2016)		
103	Enfoque de gestión 412	2-4-6-7-10-14-31-39-41-43
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	31
GRI 413: Comunidades locales (2016)		
103	Enfoque de gestión 413	2-4-6-7-10-14-29-39-41-43
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	29
GRI 414: Evaluación social de proveedores (2016)		
103	Enfoque de gestión 414	2-4-6-7-10-14-39-41-43
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	6-10
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes (2016)		
103	Enfoque de gestión 416	2-4-6-7-9-10-14-39-41-43
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	6-9
416-2	Casos de incumplimiento relativos a impactos en la salud o seguridad de las categorías de productos o servicios	6
GRI 417: Marketing y etiquetado (2016)		
103	Enfoque de gestión 417	2-4-6-7-10-19-41-43
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	6
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	6
GRI 418: Privacidad del cliente (2016)		
103	Enfoque de gestión 418	2-4-6-7-10-14-41-43
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	10

Contacto

ABADÍA RETUERTA S.A.

Carretera Nacional 122, km 332,5
47340 - Sardón de Duero - Valladolid (España)

www.abadia-retuerta.com

 info@abadia-retuerta.es

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

Ana Hernández Sancho

HR Director

 rsc@abadia-retuerta.es

Anexo I: Desempeño económico

DATOS ECONÓMICOS ³³	2016	2017	2018
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO (€)	10.163.920	10.492.743	11.767.322
Ingresos (€)	10.163.920	10.492.743	11.767.322
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (€)	12.186.992	12.302.648	12.522.067
Gastos operativos (€)	7.270.181	7.015.989	6.747.542
Salarios y beneficios de empleados (€)	5.499.882	5.850.513	5.847.010
Pagos a proveedores de capital (€)	76.615	80.047	79.728
Impuestos (€)	-671.942	-654.857	-157.366
Recursos destinados a la comunidad (€)	12.256	11.183	5.153
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (€)	-2.023.072	-1.809.905	-754.745

Las subvenciones recibidas por Abadía Retuerta S.A. han sido las siguientes:

SUBVENCIONES	2017	2018
Ayudas OCM a la exportación (€)	161.011,22	66.900,00
PAC (€)	62.400,89	21.494,00
Estación meteorológica (€)	1.098,00	--
Ayuda gasóleo agrícola (€)	2.953,14	--
Plan de igualdad (€)	3.385,85	2.995,00
TOTAL (€)	230.879,10	91.389,00

Anualmente se lleva a cabo una auditoría de cuentas por parte de una empresa externa independiente (PWC).

³³ Estados financieros de Abadía Retuerta S.A., que incluyen la bodega y el hotel.



Abadía Retuerta, S.A.

47340 Sardón de Duero Valladolid/España

T +34 983 680 314 info@abadia-retuerta.com

abadia-retuerta.com

