



*Informe de Sostenibilidad*



2021



ABADIA RETUERTA

*Informe de Sostenibilidad*

**2021**

# Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

---



- Nuestro Hotel
- Gestión Sostenible
- Alianzas Solidarias
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas



- Nuestro Hotel
- Patrimonio Natural



- Patrimonio Natural
- Gestión Sostenible
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas



- Gestión Sostenible
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas



- Gestión Sostenible
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas
- Comportamiento Ético y Responsable



- Nuestra Bodega
- Patrimonio Natural



- Patrimonio Natural



- Gestión Sostenible
- Alianzas Solidarias



- Patrimonio Natural



- Nuestra Bodega
- Nuestro Hotel
- Patrimonio Histórico
- Patrimonio Natural
- Gestión Sostenible



- Comportamiento Ético y Responsable
- Acerca de este Informe



- Nuestra Bodega
- Nuestro Hotel
- Patrimonio Natural
- Gestión Sostenible
- Alianzas Solidarias
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas



- Nuestra Bodega
- Patrimonio Natural
- Alianzas Solidarias
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas



- Nuestra Bodega
- Patrimonio Natural
- Gestión Sostenible
- Alianzas Solidarias
- Nuestro Valor Añadido: Las Personas

ABADÍA RETUERTA



# Nuestra Misión

---

“Abadía Retuerta es guardián de la historia y de un lugar de encuentro entre la tierra y la vid”. Historia, lujo experiencial, saber hacer y espacio natural.

# Nuestra Visión

---

Ser referente “top 10” de los vinos de calidad de España nacional e internacional y del lujo experiencial. Un propósito común.

# Valores de Marca

---

Atemporal  
Sensibilidad  
Generosidad  
“Ser de verdad”

# Hitos 2021

---

1 Iso 14001  
Certificación Ambiental.

6 Publicación artículo  
investigación con fines  
divulgativos.

2 Certificación Green Globe.

7 Elaboración de mapa de  
productos y productores  
ligado a productos de la  
tierra y de km.0.

3 Sello “Calculo, Reduzco y  
Compenso”.

8 Incorporación de la obra de arte  
Rumor de Límites V (1959),  
de Eduardo Chillida.

4 Nueva gama de estuches  
sostenibles para varios de  
nuestros vinos.

9 Creación del proyecto  
‘Artistas en Residencia’.

5 Realización matriz de  
materialidad (para  
estudiar junto con los  
grupos de interés los  
temas más relevantes  
para la organización).

10 Certificación viñedo  
ecológico.

# Los pilares de la Sostenibilidad en Abadía Retuerta

---



## Responsabilidad ante nuestro legado

Dirigida a custodiar y compartir el legado de la historia y tradiciones, nuestra tierra, arte y cultura en el entorno de Abadía Retuerta con las generaciones presentes y futuras.



## Compromiso con nuestros colaboradores/as

Apostamos por el desarrollo personal y profesional, la motivación, la implicación y la iniciativa de los colaboradores/as. Creemos en la transparencia en la comunicación.



## Cuidado del entorno

Conscientes del enclave privilegiado de Abadía Retuerta, trabajamos para 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 huéspedes.



## Integridad

Entendemos la integridad como el comportamiento ético y coherente, expresión de nuestros valores.

# Carta Enrique Valero

## Director General de Abadía Retuerta

---



Este ejercicio 2021 ha estado marcado por los grandes retos sociales, económicos y ambientales, todos ellos muy exigentes a partes iguales. Pero también ha sido un año para estar satisfechos, porque

hemos logrado importantes avances que nos han brindado la oportunidad de abrir camino hacia una mayor y mejor transformación cultural y digital de nuestra organización y, por supuesto, a una consolidación de nuestro proyecto donde primamos el largo plazo con una visión clara que se asienta en nuestros pilares: responsabilidad ante nuestro legado, compromiso con nuestros colaboradores/as, cuidado del entorno, excelencia e integridad.

Hemos superado nuestras expectativas. Hemos puesto en marcha nuevas soluciones eficientes y responsables apoyándonos en el talento y en el rigor de nuestros colaboradores/as y siempre teniendo muy presente nuestro compromiso por la excelencia y la innovación constante.

Por ello, nuestros esfuerzos se centraron en impulsar acciones que preservasen nuestro medioambiente y fomentasen el bienestar de nuestro equipo, lo que nos ha llevado a conseguir la certificación Green Globe. Un reconocimiento que acredita nuestra credibilidad en materia de sostenibilidad en la industria del turismo y que nos ha convertido en uno (tan solo 650 hoteles en todo el mundo lo ostentan) de los destinos más sostenibles del mundo. Pero en este 2021 quedó aún más patente nuestra contribución a aminorar el impacto de nuestra actividad en el entorno y, por

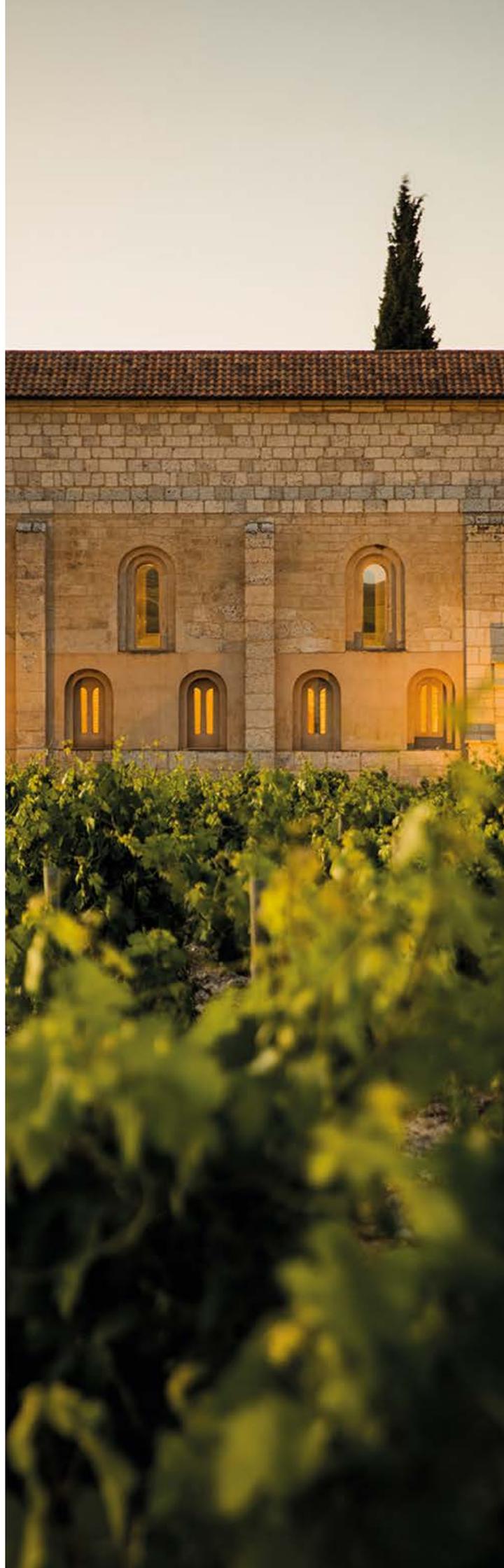
ende, a mitigar los efectos del cambio climático gracias a la implementación de planes estratégicos que compensasen nuestras emisiones. Un grado de esfuerzo y compromiso que ha sido avalado por el Ministerio para la Transición Ecológica, quien nos ha otorgado el sello 'Calculo, compenso y reduzco', siendo así la segunda bodega en España en alcanzarlo de manera completa. A este reconocimiento también se ha sumado la obtención de la certificación ISO 14001, gracias a la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental que hemos llevado a cabo en la compañía y la cual sistematiza nuestra gestión a nivel ambiental. Es precisamente esta apuesta por la sostenibilidad, tan clave para nuestra continuidad futura, la que nos ha llevado a desarrollar nuevas palancas de digitalización y soluciones sostenibles en el proceso de elaboración y servicio de nuestros vinos. Ejemplo de ello es el diseño de una nueva gama de envoltorios y estuches 100% sostenibles.

Nuestro compromiso para contribuir a la dinamización socioeconómica de nuestra zona ha sido, de nuevo, una de las acciones también más prioritarias para nosotros. Creamos el mapa de productos y productores, una iniciativa que pone de relieve la cultura gastronómica de la región en la que nos enclavamos, Castilla y León, y bajo la cual hemos conseguido albergar a más de 35 proveedores/as de 30 poblaciones situadas en las 9 provincias de la región. Todos ellos, sumados a nuestra propia huerta, son hoy la red de apoyo de nuestros restaurantes y, en especial, de Refectorio.

En paralelo, hemos avanzado en la transversalidad de nuestro compromiso por el desarrollo sostenible a través del arte, con la incorporación de la obra 'Rumor de límites V'

del escultor Eduardo Chillida a nuestra incipiente colección de arte contemporáneo y la creación del programa 'Artistas en Residencia'. Un proyecto con el que acogemos a artistas del panorama nacional e internacional y les invitamos a vivir y a trabajar en nuestro destino. El primero de los artistas ha sido Abderrahim Yamou (Casablanca, 1959). Ambas iniciativas forman parte de nuestro programa de arte, con el que tenemos como objetivo compartir el patrimonio natural y cultural de Abadía Retuerta, promoviendo la cultura y la creatividad y, como resultado, obtener enriquecedores intercambios. Asimismo, con el objetivo de que nuestra generación de conocimiento y la acción de nuestros actos sumen ante los futuros retos que se plantean en nuestra organización, hemos desarrollado una matriz de materialidad con la que estudiar de manera conjunta con nuestros grupos de interés los asuntos más relevantes de la compañía.

Sin duda, este 2021 ha sido un año de grandes avances y nuestro objetivo es seguir trabajando en la misma dirección, incluyendo cada vez más medidas y mecanismos para alcanzar una óptima gestión de las mismas, aportando al tejido empresarial y a la sociedad en su conjunto. Entre nuestros próximos retos se encuentra seguir trabajando de manera ecológica nuestro viñedo para conseguir que el 100% de nuestra elaboración sea ecológica. A día de hoy ya contamos con el sello de agricultura ecológica para algunas de nuestras parcelas, pero estamos trabajando para conseguir que todas lo sean. Y por supuesto, seguir inmersos en las fases de 'reduzco' y 'compenso' –está última a través de la puesta en marcha de una plantación de trufas– de nuestra huella de carbono y renovar año tras año las certificaciones ISO 14001, Wineries for Climate Protection y empresa familiarmente responsable (efr) de la Fundación Más Familia.





*Abadía Retuerta*  
Página 17

*Nuestra bodega*  
Página 17

*Nuestro hotel*  
Página 31

*Patrimonio histórico*  
Página 43

*Patrimonio natural*  
Página 47

*Medidas para reducir  
los efectos del cambio  
climático*  
Página 54

*Gestión del agua*  
Página 76

*Preservación de la  
biodiversidad*  
Página 82

*Gestión de residuos*  
Página 88

*Gestión sostenible  
Abadía Retuerta*  
Página 99



*Alianzas solidarias*  
Página 107

*Nuestro valor añadido:*  
*Las Personas*  
Página 119

*Comportamiento ético*  
*y responsable*  
Página 133

*Acerca de este*  
*Informe*  
Página 145

*Desarrollo profesional*  
Página 128

*La toma de*  
*decisiones*  
Página 136

*Índice contenidos GRI*  
Página 148

*Anexo 1:*  
*Desempeño Económico*  
Página 152



# Abadía Retuerta

Una tradición vinícola le precede. Desde que habitaban los monjes premostratenses en la Abadía, hace más de ocho siglos, la cultura de la vid tomó un papel predominante. Fue en 1996, de la mano de Pascal Delbeck, prestigioso *vigneron*, cuando se creó la bodega de Abadía Retuerta.

Lo que nos ha permitido estudiar sus características y plantar las variedades de uva que mejor se adaptan a cada terreno.

ABADÍA RETUERTA

## Nuestra Bodega



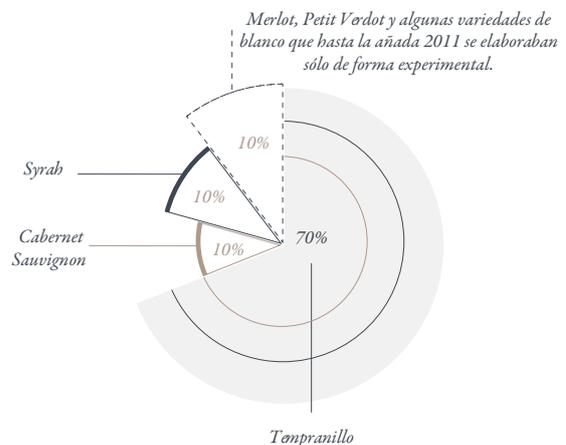
Son unas manos expertas con una cultura de dedicación, de excelencia y de anticipación quienes respetan los tiempos y contienen el clima severo de la zona con el único propósito de dar fruto a uno de nuestros bienes más preciados, el vino.

En Abadía Retuerta elaboramos vinos que expresan la personalidad de cada pago.

De las 700 hectáreas de superficie que ocupa la finca, 194 hectáreas corresponden a viñedos. Estructuradas en 54 pequeños pagos diferenciados principalmente por la composición del suelo.



Comprometidos con el respeto de las prácticas tradicionales de elaboración del vino y sensibilizados con la reducción del impacto ambiental de la bodega, nuestra filosofía de trabajo reside en la vinificación por pagos y el movimiento del vino exclusivamente por gravedad.





La apuesta por la innovación y la tecnología avanzada y respetuosa con el medioambiente desde sus inicios ha servido para adaptarse al nuevo contexto y para crear modos que potencien la orientación al cliente/a.

## Premios 2021 y reconocimientos

Como cada año, contamos con las opiniones de los críticos/as de vino más reconocidos del mundo, quienes valoran la calidad de los vinos y les conceden una calificación para posicionarse en el mercado. Durante todos estos años, nuestros vinos han conseguido y continúan alcanzando altas calificaciones. En este último 2021, tanto a nivel nacional como internacional, las puntuaciones obtenidas han sido:

	<i>Mercado Nacional</i>		<i>Mercado Internacional</i>			
	<i>Guía Gourmets</i>	<i>Peñín</i>	<i>Robert Parker TWA</i>	<i>Wine Spectator</i>	<i>James Suckling</i>	<i>Jancis Robinson.com</i>
<i>Selección Especial 2017</i>	94 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>	92 <i>puntos</i>	89 <i>puntos</i>	17+	93 <i>puntos</i>
<i>Pago Valdebellón 2016</i>	97 <i>puntos</i>	94 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>	89 <i>puntos</i>	92 <i>puntos</i>	
<i>Pago Garduña 2016</i>	96 <i>puntos</i>	94 <i>puntos</i>	92 <i>puntos</i>	94 <i>puntos</i>	95 <i>puntos</i>	17 <i>puntos</i>
<i>Pedit Verdot 2016</i>	98 <i>puntos</i>	94 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>		93 <i>puntos</i>	
<i>Pago Negralada 2016</i>	95 <i>puntos</i>	95 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>	92 <i>puntos</i>	17 <i>puntos</i>
<i>Blanco LeDomaine 2020</i>				90 <i>puntos</i>	93 <i>puntos</i>	

Además, este año destacaría el lanzamiento de Cuvée Palomar 2017. Un nuevo vino que recupera el concepto y estilo de nuestro antiguo Cuvée Palomar (finura y equilibrio), el cual se adapta a los nuevos tiempos, al contexto climático y a la experiencia de nuestro equipo técnico.

Destaca también con las siguientes puntuaciones:

Guía Gourmets	96 puntos.
Peñín	95 puntos.
Robert Parker - TWA	92 puntos.
Wine Spectator	92 puntos.



ABADIA RETUERTA

ABADIA RETUERTA

VINO DE CALIDAD

*Cuvée Palomar*

-2017-

SARDÓN DE DUERO

Atendiendo a la tendencia de los productos de cercanía y a los proveedores/as.



Cabe señalar nuestra gama de *Crafted Spanish Foods*, productos elaborados artesanalmente a partir de los recursos de nuestra finca:

- **Piñones pelados:** aquellos que hace siglos ya se encontraban en la dieta de los monjes que habitaban la Abadía y que, a día de hoy, se siguen recolectando por medio del antiguo método tradicional de Castilla. Las piñas son recolectadas en invierno y se guardan hasta verano, cuando se extienden al sol para su maduración y secado.

- **Miel natural:** uno de los productos más especiales para Abadía Retuerta. Con más de cuarenta colmenas que producen miel regularmente, este producto mantiene además una gran conexión con el vino en puntos como el factor añada, en los que la climatología, al igual que en el vino, influye en la producción o en la orientación en la que los panales se ubican como ocurre con las viñas, ya que necesitan ciertas características esenciales para evolucionar.

- **Sal de vino:** un producto exclusivo que se elabora a partir de la mejor viña Tempranillo de la finca y que es ideal como toque final para los distintos platos elaborados.







## LOGRO 2021 NUEVOS ESTUCHES SOSTENIBLES

Durante este 2021 contamos con un nuevo envoltorio sostenible para nuestros vinos: la gama de cartón. Está creado a partir de material *kraft*, el cual es totalmente renovable, reciclable y biodegradable.

Para su manufactura se ha partido de residuos de madera o de bosques gestionados de forma sostenible. No deja restos tóxicos y se descompone rápidamente, por lo que se trata de un papel ecológico que contribuye a cuidar del entorno y a mejorar el ecosistema.

Concretamente este cambio se ha llevado en:

- Estuche Cuvée Palomar (estuche de 6 botellas).
  - Estuche LeDomaine (3 botellas).
  - Caja LeDomaine (6 botellas).
- Estuche Selección Especial (3 botellas).
  - Caja Selección Especial (6 botellas).
  - Caja Selección Especial (12 botellas).
    - Caja genérica (12 botellas).



## OBJETIVO 2022

Ampliación de la gama de estuches sostenibles al resto de productos.

En cuanto a volumen de ventas de nuestros vinos, en el mercado nacional (España) es donde cobra mayor peso, **traduciéndose en un 53,8%**. No obstante, el mercado internacional también destaca en cuanto a nuestros vinos se refiere estando presente en los siguientes países:

**Europa:** Suiza, Alemania, Bélgica, Holanda, Reino Unido, Chipre, Dinamarca, Luxemburgo, República Checa, Polonia, Austria, Francia, Portugal y Letonia.

**Asia:** Japón, Taiwan, Corea del Sur, China, Hong Kong y Singapur.

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

Si comparamos el peso de nuestras exportaciones en los diferentes continentes, podemos afirmar que la mayor distribución está destinada al continente europeo, destacando Suiza como principal comprador.

## Distribución de Exportaciones

<i>Continente</i>	<i>%</i>
<i>Europa</i>	<i>91,7</i>
<i>América</i>	<i>6,9</i>
<i>Asia</i>	<i>1,4</i>
<i>Total</i>	<i>100,00%</i>

La actividad de la bodega se estructura en cuatro áreas y cada una de ellas consta a su vez de dos procesos principales: *inputs* [recursos consumidos] y *outputs* [productos generados]:

**Campo:** se tienen en cuenta todas las actividades desde que finaliza una vendimia hasta que se recolecta la uva de la próxima vendimia (UVA).

**Producción:** recoge todas las actividades desde que la uva es incorporada a un proceso de transformación para obtener un producto semiterminado o vino en jaulón (JAU).

**Operaciones:** gestiona la transformación del producto semiterminado 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 posventa.

**Comercialización y Marketing:** se distingue entre bienes y servicios (experiencias). Comercializamos vino, pero también vendemos Experiencias Únicas como catas, paseos en bicicleta o a caballo, experiencia lavanda o apícola, entre otras. Asimismo, la venta se distribuye por canales, mercados y productos.

La sección de marketing está muy estrechamente relacionada con el área comercial y financiera, sobre todo a la hora de definir estrategias (política de fijación de precios, de productos o formatos, de promoción y de distribución).



Durante el proceso de elaboración del vino, la mayor parte de los recursos utilizados en nuestra bodega son materiales renovables: la uva, las botellas de vidrio y las barricas. Pero también es significativo el consumo que se hace de materiales de embalaje también reciclables y biodegradables.

Los productos fitosanitarios destinados al tratamiento de la viña son 100% orgánicos y se utilizan exclusivamente y cuando es meramente necesario su empleo.

En la siguiente tabla se concretan las cantidades utilizadas de estos materiales en 2021:

Material	Cantidad
<i>Uva</i>	<i>800.061 kilos</i>
<i>Botellas</i>	<i>538.196 uds</i>
<i>Barricas<sup>1</sup></i>	<i>775 uds</i>
<i>Cajas Madera</i>	<i>15.741 uds</i>
<i>Cajas Cartón</i>	<i>163.876 uds</i>
<i>Cápsulas</i>	<i>498.000 uds</i>
<i>Corchos</i>	<i>538.196 uds</i>
<i>Etiquetas</i>	<i>420.000 uds</i>
<i>Palets de Madera<sup>2</sup></i>	<i>1.457 uds</i>

<sup>1</sup> Las barricas compradas suponen unas 42 toneladas de madera. La mayoría de los proveedores/as disponen del certificado PEFC.

<sup>2</sup> Todos cuentan con el certificado PEFC.



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR

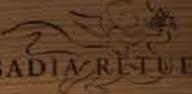


ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE PALOMAR



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



ABADIA RETUERTA

RESERVA HISTÓRICA

1996

CUVÉE CAMPANARIO



Además, durante este año hemos realizado un trabajo y desarrollo de identificación más al detalle de nuestra cadena de valor, implicando a todas las áreas relacionadas en nuestra actividad de la bodega.

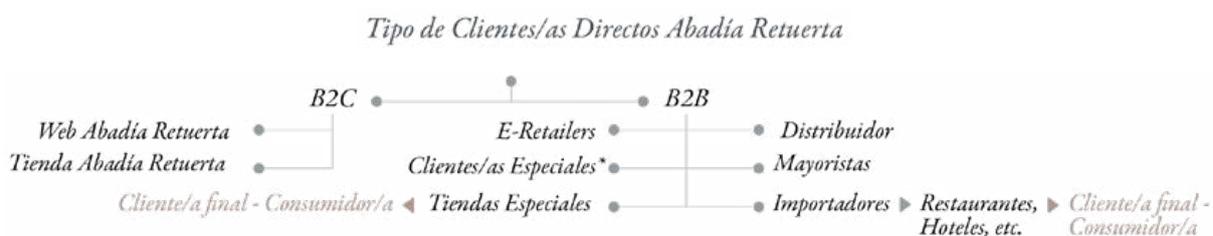
## Cadena de Valor: Bodega

<i>Actividades de apoyo</i>	<i>Infraestructura de la empresa</i> (Ej. Financiación, planificación, mantenimiento, relación con el Consejo de Administración, etc.)		
	<i>Gestión de personas y organización</i> (Ej. Reclutamiento, formación, política salarial y laboral, estructura organizacional, etc.)		
	<i>Desarrollo de tecnología</i> (Ej. Desarrollo y mejora de productos y procesos, inversión en sistemas informáticos, investigación de mercado, etc.)		
	<i>Compras</i> (Ej. Actividades y políticas de compra, relación con proveedores/as, rotación de stock, etc.)		
<i>Actividades primarias</i>	<i>Uva</i>	<i>Vino Granel</i>	<i>Vino en Botella</i>
	<i>Materia Prima</i>	<i>Procesos en Bodega</i>	<i>Producto</i>
	1) Cuidado viña 2) Vendimia 3) Selección 4) Despalillado	5) Vinificación 6) Maloláctica 7) Mezcla 8) Crianza 9) Clarificado	10) Embotellado 11) Almacenaje/Jaulón 12) Etiquetado/Encajado
	<i>Transporte</i>	<i>Comercial y Marketing</i>	<i>Posventa</i>
	<i>Entrega</i>	<i>Venta</i>	<i>Fidelización</i>
13) Venta cerrada 14) Ingreso de pedido 15) Envío	Equipo comercial, política de precios, control de la demanda/cupos, propuesta comercial, posicionamiento, publicidad y promociones, etc.	Plan de fidelización, política de devolución, soporte al cliente, resolución de quejas, etc.	

Estado	Actividad	Productos / Materiales	Tipo de Trabajo	Maquinaria / Elemento
UVA Materia prima	1) Cuidado de la viña	- Abonos	- Poda y pre poda	- Podadoras, tijeras
	2) Vendimia	- Azufre	- Clareados (oidio, Mildiu)	- Arados
	3) Selección	- Agua (riego)	- Subida alambres	- Picadoras
	4) Despalillado	- Feromonas (insecticida) - Aves rapaces-backing - Otros fitosanitarios	- Arado (herbicida) - Aplicación feromonas - Toma muestras	- 4x4 - Despalilladora
VINO GRANEL Proceso bodega	5) Vinificación	- Bitrato Potasico	- Remontados	- Cinta selección
	6) Maloláctica	- Tartarico	- Análisis	- Depósitos climatizados
	7) Mezcla	- Barricas	- Trasiegos	- Puentes grua
	8) Crianza	- Barricas	- Colocacion barricas	- OVIS
	9) Clarificado	- Clarificante	- Trasiego a depósitos	- Carretillas elevadoras
VINO EN BOTELLA Producto	10) Embotellado	- Corchos	- Almacenaje y apilado	- Embotelladora
	11) Almacenaje / Jaulón	- Botellas - Jaulones		- Llenadora - Etiquetadora / Encajadora
	12) Etiquetado / Encajado	- Etiquetas - Cápsulas - Cajas		- Carretillas - Traspaletas - Volteador jaulones
VENTA AL CLIENTE DIRECTO*	13) Venta cerrada	- Pallet	- Picking	
	14) Ingreso de pedido	- Reembalajes - Fleje (plástico)	- Cargas	
	15) Envío	- Empresa de transporte		

Dentro de ello, también hemos hecho un estudio de todo el recorrido de nuestros clientes/as, a través de los diferentes canales:

## Cadena de Clientes/as







Desde 1997 tenemos seleccionada y aislada mediante técnicas microbiológicas una levadura propia, autóctona, que procede de la uva de nuestro viñedo. Esta levadura autóctona nos permite, año tras año, iniciar la fermentación de nuestros mostos para garantizar en gran medida la preservación de las características organolépticas de nuestros vinos. Tras varios años de investigación se ha conseguido aislar una bacteria láctica del terruño, que no solo es capaz de realizar la fermentación maloláctica, sino que además mantiene la personalidad de los vinos produciendo unos niveles muy bajos de histamina. Tras los buenos datos obtenidos en el laboratorio, se testó su eficacia en uno de los vinos de la añada 2012, que obtuvo resultados satisfactorios. De esta manera, podemos afirmar que, probablemente, Abadía Retuerta sea la única bodega en el mundo en haber conseguido tener una levadura y una bacteria láctica autóctona propias.

## Wine in Moderation



Mantenemos nuestro firme compromiso con la salud de nuestros clientes/as y, por esta

misma razón, formamos parte del programa **Wine in Moderation (WIN)**. Una iniciativa que tiene como objetivo promover un consumo responsable del vino y contribuir así al consumo moderado de bebidas alcohólicas.

De igual modo, colaboramos con la **Fundación para la Investigación del Vino y de la Nutrición (FIVIN)**, una entidad sin ánimo de lucro dedicado al estudio de los efectos positivos de un consumo moderado del vino para la salud.

Dichas colaboraciones, como el logo de la iniciativa WIM, también se contemplan en el pie de correo de nuestros colaboradores/as, comunicados internos, boletines informativos, web y tienda *online* y en nuestros perfiles de redes sociales.

No evaluamos, de manera específica, otros impactos en la salud y seguridad de los clientes/as 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 y transparente acerca de nuestros productos al cliente/a, cumplimos con las normativas de etiquetado y contra etiquetado en todos nuestros productos, así como con los estándares marcados por cada mercado y país para la venta de vino en el mismo.



LOGRO 2021  
PUBLICACIÓN ARTÍCULO  
INVESTIGACIÓN  
CON FINES DIVULGATIVOS

Durante la publicación de la revista enólogos de septiembre y octubre 2021 una de nuestras investigaciones ha sido publicada.

Concretamente, la titulada *Identificación de levaduras y bacterias aisladas en la elaboración de vinos tintos de la bodega Abadía Retuerta en la región del Duero español. Evolución durante la vendimia y los procesos de vinificación.*

[www.revistaenologos.es](http://www.revistaenologos.es)



ABADÍA RETUERTA

## Nuestro Hotel



Abadía Retuerta LeDomaine es un destino experiencial único ubicado en pleno corazón del valle del Duero, que alberga un gran patrimonio histórico y natural para ser disfrutado con los cinco sentidos.

Un hotel cinco estrellas que acoge un imponente monasterio del siglo XII, la Abadía de Santa María Retuerta, que es toda una joya histórica románica que se encuentra completamente restaurada y que preserva en su mayoría las líneas tradicionales de la antigua Abadía.

En la actualidad, el hotel es miembro de varias asociaciones de lujo internacionales: Leading Hotels of the World, el grupo Virtuoso, la asociación Traveller Made e Internova Travel Group. Además forma parte del programa Fine Hotels and Resorts (FH+R) de American Express, que presta cobertura internacional a sus clientes/as de manera continuada las 24 horas del día, estando presente los viajes dentro de sus vertientes.





En este 2021, nuestro restaurante insignia, Refectorio, capitaneado por nuestro chef Marc Segarra, presenta una nueva carta estrechamente ligada al producto local, de cercanía y de temporada. Una filosofía de km.0 y compromiso con el entorno que siempre ha tenido muy presente y que le valió la distinción de la cotizada estrella verde Michelin, pero que ahora toma más fuerza que nunca.

En la actualidad, más de 35 productores y productoras y 100 productos de nuestro propio huerto orgánico forman la red de apoyo de nuestro restaurante Refectorio.

**Quesos:** La Adrada, Ávila - Queserías del Tiétar.

**Foie:** Espinosa de los Monteros, Burgos - Granja La Llueza.

**Cecina:** Astorga, León - Cecinas Pablo.

**Cerezas:** El Bierzo, León - Huerta Ecológica del Bierzo.

**Queso de azul Valdeón:** (IGP) - Picos de Europa, León.

**Setas y Hongos:** Toral de los Guzmanes, León - Frutobos.

**Perdiz Roja:** Palencia - Finca Santa Rosalía.

**Trucha:** Villafría de la Peña, Palencia - Piscifactoría de Campoo.

**Ibéricos:** Guijuelo, Salamanca - La Hoja del Carrasco.

**Espirulina:** Valsaín, Segovia - Espirulina Valsaín.

**Buey:** Cuéllar, Segovia - Terrabuey.

**Cochino:** Segovia, Castilla y León.

**Parro del carracillo:** Comarca natural del Carracillo, Segovia.

**Trufa negra:** Soria - Espora Gourmet.

**Mantequilla de vaca:** Soria - Cañada Real.

**Miel:** Abadía Retuerta, Valladolid - producción propia.

**Aceite de oliva virgen:** Ataquines, Valladolid - Doce + uno.

**Nuez de Castilla:** Frompedraza, Valladolid - Nuez de Castilla.

**Piñones:** Abadía Retuerta, Valladolid - producción propia.

**Lácteos:** Megeces, Valladolid - Cooperativa Crica.

**Langostinos:** Medina del Campo, Valladolid - Noray.

**Espárrago blanco:** Tudela, Valladolid - Huerta de Luis San José.

**Pichón:** Cuenca de Campos, Valladolid - Tierra de Campos.

**Endivias:** Peñafiel, Valladolid - Endivias del Duero.

**Legumbres y cereal de secano:** Piñel de Abajo, Valladolid - Finca La Solana.

**Queso corteza lavada:** Serrada, Valladolid - Campoveja.

**Caracoles:** Geria, Valladolid - Earum.

**Chocolate y café:** Hornillos de Eresma, Valladolid - Puchero.

**Huevos:** Milla de Tera, Zamora - Ecotera.

**Ancas de rana:** Zamora - Singular by Grenoucerie.

**Lechazo Churro:** Castilla y León.



Uno de nuestros principales reclamos es la cuidada y amplia carta que brindamos a quienes nos visitan y que dirige el chef Marc Segarra. Donde se refleja la esencia del territorio que nos rodea, nuestro paisaje. Es un tributo a nuestras raíces, al entorno y a su gente.

Los espacios gastronómicos a los que hacemos referencia son:

**Vinoteca:** un restaurante de ambiente cálido y relajado que ofrece una visión creativa de la tradición culinaria española. Situada sobre la Cueva de los Monjes, donde residen las joyas enológicas de Abadía Retuerta.

**Jardín del Claustro:** un espacio impregnado de historia y habilitado para los meses estivales que cuenta con una carta basada en el producto de temporada.

**Pool Bar:** un espacio que crea una atmósfera natural y de máximo *confort*, que ofrece la posibilidad de degustar de un ligero, pero sofisticado picoteo con vistas a los viñedos.

**Calicata Terroir Bar:** se trata de una terraza al aire libre en un entorno único, un nuevo concepto inspirado en la tierra, para entender el lugar donde nacen y asientan las viñas. Ofrece una propuesta gastronómica que parte del producto local, de la tierra de Castilla y León, y que complementa a los dos grandes restaurantes del hotel: Refectorio y Vinoteca.

**Refectorio:** un espacio único que simboliza su uso originario: el lugar donde los monjes premostratenses del siglo XII comían. Ofrece una propuesta gastronómica ligada cien por cien al territorio. Desde 2014 cuenta con una estrella Michelin, la cual ha revalidado este 2021 al igual que la estrella verde Michelin, que obtuvo en 2020 por primera vez por su compromiso con la sostenibilidad y la aplicación de prácticas responsables con el medioambiente. También cuenta con dos soles Repsol.



2014  
2021



2020



SOLES  
GUÍA REPSOL



SOLES  
GUÍA REPSOL





LOGRO 2021  
CERTIFICACIÓN GREEN GLOBE



Tras meses de trabajo, a finales de 2021, fuimos reconocidos con la certificación Green Globe, que nos avala como uno de los destinos experienciales más sostenibles del mundo.

La obtención de este reconocimiento se basa en el cumplimiento de los estándares establecidos por el organismo sobre aspectos como la responsabilidad social corporativa, la conservación, la gestión de los residuos, de la energía y del agua.

Abadía Retuerta supera la exhaustiva auditoría realizada de manera independiente e in situ por este organismo internacional gracias a las prácticas sostenibles que implementamos en cada una de nuestras áreas de trabajo.

Para poder obtener esta certificación, se debe cumplimentar los requisitos que consisten en la valoración de 380 criterios.

Dentro de estos criterios están englobados los siguientes bloques:

- Gestión sostenible de la compañía:
  - Plan de sostenibilidad.
  - Seguridad.
  - Política de compras.
  - Comunicaciones con los clientes/as y nivel de satisfacción.
- Aspectos sociales y económicos de la compañía.
- Patrimonio cultural.
- Conservación del medioambiente.

## Premios y reconocimientos 2021

Mejor hotel enoturístico 2021 otorgado por International Wine Challenge.

Travellers' Choice 2021, un reconocimiento que otorga el portal de viajes TripAdvisor en base a las excelentes opiniones y críticas recibidas de sus usuarios y usuarias en el último año y que sitúa a Abadía Retuerta LeDomaine entre los mejores hoteles de todo el mundo.

Mejor Destino Experiencial 2021 de la colección de Leading Hotels of The World (LHW), elegido entre más de 400 hoteles de 80 países de todo el mundo de la colección LHW.



Cabe señalar que en el hotel Abadía Retuerta LeDomaine los principales materiales<sup>3</sup> que empleamos son todos ellos renovables:

- Alimentos
- Bebidas
- Lencería
- Cristalería y cubertería
- Vajilla
- Material de oficina

<sup>3</sup> No se dispone de información precisa acerca de las cantidades consumidas de cada uno de ellos, únicamente de su importe económico.

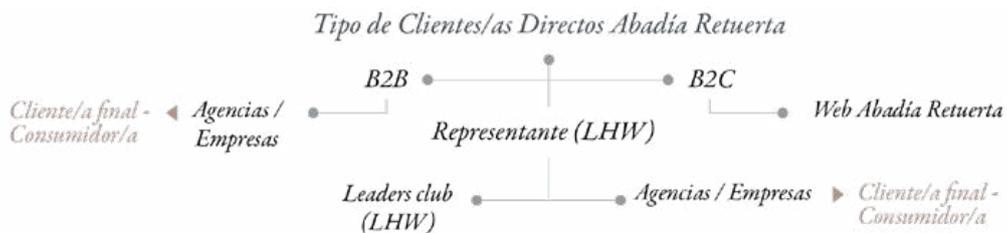
Al igual que hiciésemos con la cadena de suministro de bodega, en la parte de hotel también hemos llevado a cabo una nueva identificación de esta cadena de suministro asociada:

## Cadena de Valor: Hotel

<i>Actividades de apoyo</i>	<i>Infraestructura de la empresa</i> (Ej. Financiación, planificación, mantenimiento, relación con el Consejo de Administración, etc.)		
	<i>Gestión de personas y organización</i> (Ej. Redutamiento, formación, política salarial y laboral, estructura organizacional, etc.)		
	<i>Desarrollo de tecnología</i> (Ej. Desarrollo y mejora de productos y procesos, inversión en sistemas informáticos, investigación de mercado, etc.)		
	<i>Compras</i> (Ej. Actividades y políticas de compra, relación con proveedores/as, rotación de stock, etc.)		
<i>Actividades primarias</i>	<i>Logística de entrada</i>	<i>Operaciones</i>	<i>Logística de salida</i>
	Control de sistema de reserva, servicio de acogida y transporte, formalidades de entrada, manejo de equipaje, gestión de depósitos, etc.	Control y gestión de las habitaciones, el restaurante y el spa, compra de equipo y material necesario para la operación, seguridad, etc.	Formalidades de salida, revisión de habitaciones, gestión de la información, base de datos, lavandería/limpieza, etc.
	<i>Comercial y Marketing</i>		<i>Posventa</i>
	Equipo comercial, política de precios, control de la demanda/cupos, propuesta comercial, posicionamiento, publicidad y promociones, etc.		Plan de fidelización, política de devolución, soporte al cliente, resolución de quejas, etc.

<i>Estado</i>	<i>Actividad</i>	<i>Productos / Materiales</i>
<i>Logística de entrada</i>	<i>Control de sistema de reserva, servicio de acogida y transporte, formalidades de entrada, manejo de equipaje, gestión de depósitos, etc.</i>	- Taxis - Transporte
<i>Operaciones</i>	<i>Control y gestión de las habitaciones, el restaurante y el spa, compra de equipo y material necesario para la operación, seguridad, etc.</i>	- Huerto orgánico - Abadía Retuerta LeDomaine - Comida - Trabajo Temporal (ETTs) - Mantenimientos - Suministros eléctricos - Bebida - Amenities [detalles de cortesía] habitaciones - Seguridad - Servicios experiencias - Suministro gas - Tratamientos y Retail SPA - Lencería - Papelería y materiales de oficina - Químicos piscina - Renting vehículos - Otros materiales - Cristalería - Vajilla - Suministro agua - Utensilios
<i>Logística de salida</i>	<i>Formalidades de salida, revisión de habitaciones, gestión de la información, base de datos, etc.</i>	- Lavandería - Materiales de limpieza - Gastos de viaje equipo

## Cadena de Clientes/as





Con el fin de buscar el equilibrio en torno al bienestar y la salud de nuestros huéspedes, contamos con diferentes actividades que contribuyen a ello además de nuestro Spa Sommelier “El Santuario”.

El Santuario LeDomaine Wellness & Spa es un espacio consagrado al bienestar y de exclusivo uso para los huéspedes del hotel.

Su construcción constituyó un prodigio de la ingeniería, al crear un spa sostenible de forma natural y bajo las antiguas caballerizas que no rompiese con la estética del entorno histórico.

Ocupa más de mil metros cuadrados y el agua es extraída de un pozo de más de 120 metros de profundidad, se descalcifica y tras pasarla a una ósmosis inversa se almacena en un depósito de 120.000 litros, consiguiendo una calidad de agua potable similar al agua mineral natural.

Además, se caracteriza por sus grandes entradas de luz que iluminan naturalmente el espacio en un 80% y que crean un ambiente cálido y reconfortante. Y por la energía térmica de origen natural que aprovecha para suministrar de calor y energía a todas sus áreas.

Ofrece un detallado programa de tratamientos y experiencias que cuentan con la orientación de nuestros “Spa Sommeliers”, quienes acompañan, sugieren y diseñan una experiencia completa de

tratamientos según las preferencias y necesidades de los clientes/as.

De nuestro equipo de terapeutas, dos de ellos están formados en la técnica de la **estética Oncológica**.

El Santuario LeDomaine Wellness & Spa también ofrece una carta de tratamientos dedicada a:

- **Experiencia Spa Sommelier:** combina las propiedades curativas de la aromaterapia con nuestros vinos y se adapta a las necesidades individuales de cada huésped, tanto físicas como psicológicas del momento.
- **Rituales de bienestar.**
- **Rituales de masajes.**
- **Rituales faciales.**
- **Rituales corporales.**

También contamos con una spa *suite* equipada al detalle para proporcionar un refugio de bienestar ideal para aquellas parejas que lo deseen.

Desde 2020, el Santuario LeDomaine Wellness & Spa cuenta con los Cuencos Tibetanos, de Ritual Equilibrante VibraHealing. Una experiencia integral que se enfoca en la relajación y el equilibrio de cuerpo y mente.

Los Cuencos Tibetanos favorecen la restauración de la frecuencia natural de cada célula y estimulan las ondas cerebrales, lo que induce a un estado profundo de relajación.

Para completar estos servicios, cuenta también con un gimnasio disponible las 24 horas del día, una sala de yoga y actividades de *mindfulness*, de pilates o la posibilidad de poder contar con un entrenador personal.

ABADÍA RETUERTA



ABADÍA RETUERTA



## Hotel Starlight

8 TRABAJO DECENTE  
Y CRECIMIENTO  
ECONÓMICO



11 CIUDADES Y  
COMUNIDADES  
SOSTENIBLES



La gran ventaja de estar situados en un entorno natural es la ausencia de contaminación lumínica y la existencia, por tanto, de unas condiciones ideales para contemplar las estrellas. Desde 2019 contamos con la certificación Hotel Starlight, que reconoce el compromiso por preservar y mejorar la calidad de los cielos nocturnos y la protección de los recursos asociados al entorno del alojamiento.

Una certificación que además pone de manifiesto el valor que se le otorga: un destino óptimo para contemplar los astros y como herramienta generadora de una economía sostenible y respetuosa con el entorno natural.

3 SALUD  
Y BIENESTAR



Cabe señalar además que buscando el bienestar de nuestros huéspedes hemos continuado con nuestra labor de prevención frente a la COVID-19, poniendo en valor la importancia del cuidado de las personas.

Por ello, continuamos con los protocolos de seguridad instaurados en 2020 además de la entrega de mascarillas FFP2.

11 CIUDADES Y  
COMUNIDADES  
SOSTENIBLES



Uno de los objetivos que teníamos fijados en 2021, que se ha visto por el momento pospuesto, ha sido el de la implantación de desarrollo de los ODS en la aplicación que actualmente utilizan los clientes/as, Protel Voyager, por incompatibilidad con el *software*.



# Patrimonio Histórico

---



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

Una joya arquitectónica con una mezcla de estilos muy diferenciados que reflejan un recorrido por la historia y el arte de esos siglos.

Durante los años que duró la restauración se dio una gran importancia a preservar de manera fiel la arquitectura original.

La Abadía Santa María de Retuerta fue fundada en el 1146 por la Orden Premostratense, emplazada aquí hasta la desamortización de Mendizábal. De hecho, se considera uno de los primeros monasterios en España.

Su estructura se basa en la tradicional disposición benedictina, de claustro, sala capitular, refectorio y hospedería, y todo ello en torno a la iglesia. Además, cuenta con un elemento diferenciador que es su campanario de una única pared o “espadaña”, que se sitúa junto a la cabecera de la iglesia.

Otro de los espacios que lo hacen singular es un rincón actualmente conocido como “La Cueva de los Monjes”, y que se utilizó posteriormente en el siglo XVI para la

construcción de una bodega, cuyo uso sigue vigente en la actualidad para albergar nuestros vinos de añadas históricas.

No debemos de olvidar citar las obras de arte, que a lo largo del recorrido que hacemos por Abadía Retuerta LeDomaine nos podemos encontrar. La Colección cuenta con pinturas, esculturas, tapices, alfombras y muebles históricos que abarca un periodo desde el siglo XII al XXI, destacando el manierismo italiano y el barroco holandés y centroeuropeo.

El Jardín Museo, situado en los exteriores y contiguo a una de nuestras parcelas de viñedo. Un museo casi desconocido, donde encontramos una colección de esculturas de piedras del artista alemán Ulrich Rühriem, que refleja a la perfección la paz y la tranquilidad que se respiran en el interior; si bien, las esculturas son de estilo vanguardista se encuentran en perfecta contraposición con la piedra antigua del edificio.

Abadía Retuerta LeDomaine fue declarada 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).



**LOGRO 2021**  
**INCORPORACIÓN DE LA OBRA DE ARTE**  
**RUMOR DE LÍMITES V (1959),**  
**DE EDUARDO CHILLIDA**

Se trata de una obra de arte única esculpida en acero por el artista donostiarra que se puede disfrutar en la Abadía de Santa María de Retuerta, lugar escogido para su emplazamiento por la conexión perfecta que establece el espacio con la obra y el escultor.



Desde 2020, y como objetivo en los próximos años, nuestro proyecto de arte configura uno de los pilares principales de nuestra compañía, poniendo en valor no solo el legado arquitectónico que supone la Abadía del siglo XII, sino también la historia que acompaña al edificio y las obras de arte que alberga.

Continuamos ofreciendo al huésped la experiencia de ‘Convivir con el Arte’ para que de una forma integral pueda disfrutar de la historia de Abadía Retuerta, planteándose un recorrido que adecúa una serie de momentos fundamentales de la misma colección de arte expuesta en LeDomaine: escultura, pintura, tapices o bargueños.

‘Convivir con el Arte’ es una experiencia donde la historia, la arquitectura y la colección de arte van de la mano y que plantea el reto de articular una experiencia dinámica, amena y rigurosa en lo histórico y artístico, donde trasladará a nuestros huéspedes toda la riqueza que encierra patrimonialmente Abadía Retuerta LeDomaine.

La visita finaliza con la cata de uno de los vinos Abadía Retuerta, en un espacio magnífico arquitectónico y artístico como es la sala Capitular, uniendo de esta forma el patrimonio histórico con el patrimonio que para Abadía Retuerta ha supuesto la recuperación de la tradición secular de la viticultura en la finca.



**LOGRO 2021**  
**CREACIÓN DEL PROYECTO “ARTISTAS EN RESIDENCIA”**

Se trata de un proyecto que acoge a artistas nacionales e internacionales y les invita a vivir y trabajar dentro de Abadía Retuerta.

Iniciativa que se enmarca en el Programa de Arte de Abadía Retuerta y que tiene como objetivo compartir el patrimonio natural y cultural de Abadía Retuerta, promoviendo la cultura y la creatividad y, como resultado, obtener intercambios enriquecedores, así como ampliar progresivamente la colección de arte.

El primero de los artistas fue Abderrahim Yamou (Casablanca, 1959) durante la temporada 2021. Yamou es uno de los principales artistas contemporáneos de Marruecos y su obra se ha expuesto en varias galerías y museos de Marruecos y Europa.





# Patrimonio Natural



Es esencial identificar el impacto que genera nuestra actividad en el entorno para gestionarlo de manera responsable y ética y así basar nuestra actividad en un modelo de gestión sostenible.

Por ello, adoptamos las siguientes prácticas en materia medioambiental: contamos con un Plan de Ordenación de Montes, el cual planificamos anualmente y por parcelas según su estado, con el fin de alcanzar un óptimo estado de la finca y favorecer la presencia de la flora y la fauna autóctona.

También colaboramos con otras entidades como **FIR** (-Fundación Internacional para Restauración de Ecosistemas- o ASFOVA -Asociación Forestal de Valladolid-), que nos ayudan a conseguir un mantenimiento y rendimiento eficiente y óptimo de nuestro entorno.

La puesta en marcha de un modelo de gestión y tratamiento de residuos mediante empresas autorizadas para ello. De manera periódica recogemos los desechos generados por nuestra actividad de los puntos limpios que tenemos habilitados hasta su retirada. En el caso de las aguas residuales de la bodega empleamos balsas en las que mediante procesos naturales las depuramos. En nuestro hotel además contamos con la instalación de una depuradora específica

para el tratamiento de las aguas residuales que se generan. Y por medio de revisiones periódicas también controlamos nuestra emisión de gases, tanto de calderas como de los vehículos de los colaboradores/as. Cabe señalar que ponemos a disposición de nuestros clientes/as bicicletas eléctricas, como alternativa ecológica a nuestras visitas guiadas en 4x4, además de cuatro puntos de recarga para vehículos eléctricos disponibles en el parking también para los huéspedes. Para nuestra operativa interna disponemos de un vehículo también eléctrico.



Comprometidos con nuestro territorio, llevamos a cabo acciones que repercutan de manera positiva en la zona a través de la generación de empleo, evolución socioeconómica y de promoción de un turismo sostenible que ponga en valor la riqueza

cultural, natural, gastronómica e historia que acoge. Entre ellas:

## Recolección de miel



Desde 2016 colaboramos con la empresa Syngenta en el proyecto internacional sobre biodiversidad ‘Operación Polinizadora’.

Se trata de un programa que busca fomentar la población de insectos polinizadores en el sector agrícola con la finalidad de preservar y mejorar la biodiversidad en las zonas agrícolas.

Por medio de la siembra de márgenes multifuncionales de vegetación se establecen hábitats para estos insectos polinizadores que les brindan refugio, alimento y vías de tránsito.

## Educación ambiental



Desde hace unos años contamos con un programa formativo de calidad e innovador basado en la educación ambiental, donde la sostenibilidad, el respeto por el entorno y el legado histórico, la educación nutricional y en el consumo son las bases del proyecto.

Un programa dirigido a los más pequeños y pequeñas a través de diferentes centros educativos de la provincia.

Durante el 2020 y 2021 no se ha podido llevar a cabo ninguno de estos ‘Ecotalleres’, nombre con el que se conoce a estos programas, debido a la situación de alarma sanitaria vivida.

## ‘La aventura del vino’

Libro concebido para que los niños/as se acerquen a la cultura del vino de una forma didáctica y cercana, con imágenes que les ayuden a entender más este mundo.

Durante este 2021 el número de volúmenes vendidos ha sido de un total de 58 ejemplares.

## Academia del Terruño



La Academia del Terruño continúa desarrollando año tras año el propósito con el que surgió en 2017.

Un proyecto formativo pionero dirigido a todo profesional del sector y que nace con la vocación de analizar y explicar de una forma precisa el término “terruño”, para facilitar a los profesionales del sector un manejo adecuado del 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.

Durante este 2021 se han llevado a cabo también formaciones online complementarias: los “Diálogos de la Academia del Terruño”, en los que invitados/as de gran reputación en el mundo del vino discuten sobre temas de actualidad alrededor del concepto “terruño”.

Son unas sesiones formativas web que se encuentran disponibles como bibliografía de la Academia del Terruño en el canal de Youtube de Abadía Retuerta.

A pesar de las dificultades que ha presentado la situación sanitaria, en este último año se han realizado un total de 14 formaciones a 338 alumnos/as, totalizando ya casi 1.100 profesionales del vino registrados, siendo el 48% sumilleres en activo, 27% estudiantes para sumiller, 18% profesionales de la venta y el 8% restante aglutina influencers, educadores/as, formadores/as o aficionados/as al vino.



#### OBJETIVO 2020-2025

- Desarrollar un nivel avanzado o segundo nivel para aquellas personas que ya hayan finalizado ese primer nivel básico y completar así su formación.
- Internacionalizar la Academia del Terruño en mercados clave.
- Conseguir establecer una comunidad activa entre profesionales del vino.
- Una mayor realización de actividades y formaciones online.
- Lanzamiento de nuevas publicaciones técnicas y científicas sobre los estudios la Academia del Terruño.
- Ampliación del equipo de divulgadores.



## El Huerto de los Monjes



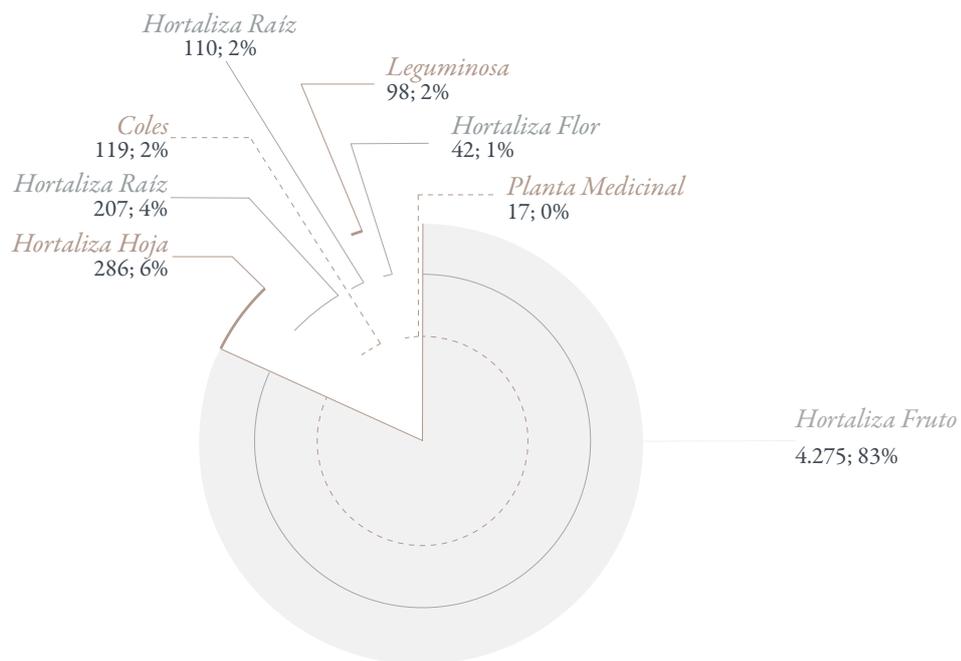
Desde 2019, contamos con nuestro huerto ecológico, biodinámico y sostenible que ocupa una superficie de 1.200 m<sup>2</sup> y que se emplaza en el lugar originario que le otorgaron los monjes que habitaban la Abadía, próximo al río Duero.

Se encuentra en un enclave adecuado para el cultivo de vegetales y de diferentes plantas aromáticas. Durante este 2021 ha sido posible recolectar un total de 10.323 kg de producto. A día de hoy, seguimos estudiando y analizando aquellas variedades que mejor

se adaptan a la superficie y condiciones de nuestro huerto.

El Huerto de los Monjes se compone de:

- Coles
- Hortaliza Flor
- Hortaliza Fruto
- Hortaliza Hoja
- Hortaliza Raíz
- Leguminosa
- Planta Medicinal



### LOGRO 2021

Ampliación del huerto en 400 m<sup>2</sup>. Se ha llevado a cabo la ampliación de las cajoneras (fondo huerto) y de la meseta parte derecha del huerto.



ABADÍA RETUERTA



La mayor parte de la recolección (más 4.000 kg) proviene de los siguientes productos:

## Año

<i>Producto</i>	<i>Peso(kg)</i>
<i>Tomates</i>	<i>1.919</i>
<i>Pimiento</i>	<i>351</i>
<i>Caja verdura variada</i>	<i>42</i>
<i>Calabacín</i>	<i>678</i>
<i>Calabaza</i>	<i>280</i>
<i>Pepino</i>	<i>311</i>
<i>Melón</i>	<i>280</i>
<i>Piparras</i>	<i>37</i>
<i>Sandía</i>	<i>247</i>
<i>Berenjena</i>	<i>128</i>
<b>Total</b>	<b>4.273</b>

En cuanto a la producción, los meses en los que se refleja una mayor y notable recolección son los meses de julio a octubre, con un total de 4.858 kg.

Los datos recogidos en este 2021 nos muestran la capacidad de crecimiento de las distintas

variedades de frutas y verduras. Una práctica, la del 'Huerto de los Monjes', que evidencia el compromiso con la economía circular y la filosofía de km.0 de Abadía Retuerta, apostando no solo por los productos propios derivados del huerto, sino también de sus proveedores/as locales.



### OBJETIVO 2022

Seguir trabajando en la ampliación de la extensión del huerto con mayor capacidad para la plantación de nuevas variedades.



### LOGRO 2021 VIÑEDO ECOLÓGICO

En nuestro afán por gestionar de manera sostenible nuestro entorno, siendo respetuosos con nuestro legado natural, nuestro viñedo, hemos apostado por avalar nuestro compromiso y esfuerzos por medio de la certificación de agricultura ecológica.

En este primer año, nuestros pagos Blanco LeDomaine, Pago Negralada y nuestro vino histórico ha alcanzado el sello de vino ecológico. Se traduce en un total de 35.900 litros.

Entre nuestros próximos retos está conseguir que el 100% de nuestra elaboración sea ecológica.



PATRIMONIO NATURAL

## Medidas para reducir los efectos del cambio climático

13 ACCIÓN  
POR EL CLIMA



17 ALIANZAS PARA  
LOGRAR  
LOS OBJETIVOS



Existe una mayor preocupación ante los efectos que trae consigo el cambio climático y, por ello, es esencial anticiparse y adoptar nuevas herramientas más innovadoras que nos ayuden a mitigarlos en la medida en que sea posible.

Desde hace varios años, estudiamos y analizamos los nuevos escenarios que plantea para nuestro viñedo el clima, lo que nos permite identificar y valorar qué medidas son más óptimas en cada caso en particular, tanto para aspectos ambientales, sociales como económicos.

Cada vendimia se presenta diferente no solo porque cambian las calidades de las diferentes uvas, sino también porque el aspecto que le condiciona es en gran medida las características climatológicas del ciclo. Uno de los efectos más evidentes y que altera los procesos de maduración de la uva son los ciclos de sequía con aumentos de temperatura media. Ante esto, una de nuestras prácticas adoptadas es la elaboración de una colección de vinos que toma como nombre Winemaker's Collection. Son fruto de nuestro objetivo por experimentar, anticiparnos y conocer mejor el potencial de nuestra finca con técnicas influenciadas por un mayor respeto al medioambiente y la sostenibilidad. Hace ya seis años que llevamos realizando micro vinificaciones basadas en este tipo de gestión.

En 2021, la gama de estos estudios están sujetas a criterios basados en el clima, tipos de suelo y tipos de elaboración.

### Gama suelo

Variedad Tempranillo 2019 en suelo greda, arena y grava: 832 botellas de 0,75 L.

### Gama clima

Gewürztraminer 2020: 1376 botellas de 0,75 L.

Merlot 2019: 1.138 botellas de 0,75 L.

Sangiovese 2019: 144 botellas de 0,75 L y 70 magnum de 1.5 L.

Nebbiolo 2019: 138 magnum de 1.5 L.

Godello 2019: 8.000 botellas de 0,75 L y 358 magnum de 1.5 L.

Garnacha Roya 2019: 276 botellas de 0,75 L.

Garnacha 2019: 272 botellas de 0,75 L.

Touriga Nacional 2019: 275 botellas de 0,75 L.

### Gama elaboración

Vendimia Temprana 2019: 279 botellas de 0,75 L.

Vendimia Temprana raspón 2019: 280 botellas de 0,75 L.

PR21 2019: 280 botellas de 0,75 L.

Clarete 2019: 851 botellas de 0,75 L.

Rosado 2020: 704 botellas de 0,75 L.

Vendimia en fecha 2019: 283 botellas de 0,75 L.

Vendimia en fecha raspón 2019: 272 botellas de 0,75 L.

Además de utilizar este estudio como método de anticipación a las posibles consecuencias derivadas del cambio climático, también nos permite actuar contra elementos adversos en el ciclo de la viña, como son las heladas. Por ello, contamos con el mecanismo de torres antiheladas desde 1996, que nos ayuda a minimizar los daños que provocan las temperaturas bajo cero.





Durante este 2021, aunque seguimos con el mismo número de unidades instaladas (17), cinco de ellas son de combustible GLP.



### OBJETIVO 2022

Aumentar a seis las torres antiheladas que funcionen con gas GLP.

Durante 2021, las torres antihelada se utilizaron en tres ocasiones, concretamente los días 16, 17 y 18 de abril, donde las temperaturas mínimas alcanzaron los -2º, -3º. Durante esta época comienzan los primeros brotes a salir, por lo que es importante evitar que puedan ser dañados. El consumo de combustible asociado al uso de las torres antihelada está incluido en el consumo anual de gasóleo, siendo en este caso de 350 litros por torre y de gas propano 1.250 litros.



También, 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.

## Wineries for Climate Protection (WfCP)



Un año más renovamos nuestra certificación WfCP, la cual refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental y mejora continua en las diferentes áreas establecidas por la Federación Española del Vino (FEV) para lograr este reconocimiento:

- Reducción de emisiones.
- Energías renovables y eficiencia energética.
- Gestión del agua.
- Reducción de residuos.



### LOGRO 2021 CERTIFICACIÓN ISO 14001

Durante el 2021 hemos llevado a cabo la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental, en el marco de la normativa UNE-EN ISO 14001.

Esta norma se encarga de sistematizar la gestión a nivel ambiental de la compañía, llevando un control exhaustivo de diferentes aspectos como son el control de las emisiones, la gestión de los residuos o la protección ambiental.





LOGRO 2021  
SELLO CALCULO,  
COMPENSO Y REDUZCO



Este último año hemos conseguido el sello 'Calculo, Compenso y Reduzco' que otorga el Ministerio para la Transición Ecológica, siendo así la segunda bodega en España en alcanzarlo de manera completa.

Es un sello que refleja nuestro grado de esfuerzo y compromiso para hacer frente al cambio climático.

Se certifica la fase de 'Calculo' que se realiza de la huella de carbono en alcance de cultivo de viñedo, elaboración, crianza y embotellado de vinos, así como las asociadas a la actividad hotelera. También la fase de 'Reduzco', con la disminución del 7,11% de la media de intensidad de emisión del trienio en alcance 1 y 2, y la fase de 'Compenso' con la contraprestación de un 0,3% de la huella de carbono de alcance 1+2.

## Huella de carbono (ton CO<sub>2e</sub>)



	2019	2020	% Variación
<i>Alcance 1</i>	386,25	337,93	-12,5%
<i>Alcance 2</i>	418,99	0	-100%
<i>Alcance 3</i>	255,64	326,71	
<b>Total alcance 1+2</b>	<b>1.060,88</b>	<b>337,93</b>	<b>-68,15%</b>

En esta tabla numérica se aprecian las emisiones indirectas que se han producido a partir de la electricidad, el vapor, la calefacción y la refrigeración, tanto comprada y consumida por la compañía y que nos permite evaluar nuestra huella de carbono.

El ratio comparativo elegido fue el parámetro de emisiones por colaborador/a, siendo este dato en 2020 de 145,47, lo que se traduce en un ratio de emisiones por colaborador/a de 2,3230.

Si lo comparamos con el dato de 2019, donde el parámetro era de 156 y la ratio de emisiones por colaborador/a de 5,1618, podemos decir

que existe una **favorable evolución con un descenso de la ratio en 7,29%**.

Respecto a años anteriores, el ratio es notablemente inferior, dado que el número de colaboradores/as fue respectivamente de 113 (2017), 146 (2018) y 156 (2019).

Por lo que cabe destacar que, si bien el número de la plantilla en 2018 y 2020 fue similar, el ratio muestra una diferencia que hace ver la reducción en las emisiones para este último año (reducción progresiva de las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera).

3,3614 t CO<sub>2</sub>eq / Empleado/a (2017).  
 5,4232 t CO<sub>2</sub>eq / Empleado/a (2018).  
 5,8209 t CO<sub>2</sub>eq / Empleado/a (2019).

Si tenemos en cuenta el trienio anterior (periodo 2017-2019 respecto al trienio 2018-2020) se puede apreciar una reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera del 7,20%. Una cifra que indica que la tónica general de la empresa tiende a reducir las emisiones al medioambiente de forma progresiva. En lo que se refiere al cálculo total de la huella, en el año 2020 se ha visto reducida con respecto

al resto de años anteriores de forma muy significativa. Esto se debe en gran medida a la aplicación de Garantía de Origen al Consumo Eléctrico.

Este año, tras la auditoria realizada por el cálculo de la huella de carbono, modificamos el año base, sirviendo el 2017 como año comparativo. Además, se han hecho reajustes en los datos aportados, puesto que algunos de los conceptos se han tenido que recalcular para adaptarse a las exigencias de la calculadora del Ministerio. La fotografía real que tendríamos de este momento es:

### Huella de carbono (ton CO<sub>2e</sub>)

	2017 (año base)	2018	2019	2020	% Variación
<i>Alcance 1</i>	379,83	437,58	482,27	337,93	
<i>Alcance 2</i>	0	354,20	425,79	0	
<b>Total alcance 1+2</b>	<b>379,83</b>	<b>791,78</b>	<b>908,06</b>	<b>337,93</b>	<b>-12,4%</b>

### Ratio huella de carbono 2020

	<i>Alcance 1</i> (ton CO <sub>2</sub> )	<i>Alcance 2</i> (ton CO <sub>2</sub> )	<i>Total</i> (ton CO <sub>2</sub> )	<i>Unidad de referencia</i>	<i>Ratio</i>
<i>Hotel</i>	99,62	0	99,62	3.354 huéspedes	29,70 kg CO <sub>2</sub> / huésped
<i>Bodega</i>	238,31	0	238,31	736.929 botellas	0,32 kg CO <sub>2</sub> / botella
<b>Total</b>	<b>337,93</b>	<b>0</b>	<b>337,93</b>	<b>6,90 M€</b>	<b>48,97 ton CO<sub>2</sub>/M€</b>

ABADÍA RETUERTA





## Ahorro de energía

7 ENERGÍA ASEQUIBRE Y NO CONTAMINANTE



Desde el 2016, llevamos a cabo 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 2021 se resume en la siguiente tabla:

### Consumo energético 2021

	Peso(ton)	kWh <sup>4</sup>	MJ <sup>5</sup>	
Hotel	Consumo eléctrico <sup>6</sup>	--	1.614.650	5.812.740
	Consumo de propano <sup>7</sup>	60,02	803.368	2.892.124
	Consumo de gasóleo	0,50	5.972	21.500
	<b>Consumo total</b>	--	<b>2.423.990</b>	<b>8.726.364</b>
Bodega	Consumo eléctrico	--	653.540	2.352.744
	Consumo eléctrico (kWh) Solar	--	200.440	721.584
	Consumo de propano	21,90	293.132	1.055.273
	Consumo de gasóleo <sup>8</sup>	22,00	262.778	946.000
	<b>Consumo total</b>	--	<b>1.409.889</b>	<b>5.075.601</b>
<b>Total</b>		<b>3.833.879</b>	<b>13.801.965</b>	

<sup>4</sup> 1 ton propano = 13.385 kWh; 1 ton gasóleo = 43.000 MJ.

<sup>5</sup> 1 kWh = 3,6 MJ.

<sup>6</sup> Lecturas mensuales de los contadores.

<sup>7</sup> Suma de todas las cargas de los seis depósitos.

<sup>8</sup> Suma de todas las cargas de los quince depósitos.

## Consumos energéticos del hotel

	2016 (MJ)	2017 (MJ)	2018 (MJ)	2019 (MJ)	2020 (MJ)	2021 (MJ)
<i>Consumo eléctrico</i>	8.414.575	7.375.644	6.561.752	6.155.071	4.675.262	5.812.740
<i>Consumo propano</i>	1.990.082	2.153.914	2.585.179	2.965.366	2.031.522	2.892.124
<i>Consumo gasóleo</i>	--	--	154.800	116.100	129.000	43.000

<i>Hotel</i>	<i>MJ</i>
<i>Consumo energético hotel 2016</i>	10.404.657
<i>Consumo energético hotel 2017</i>	9.529.558
<i>Consumo energético hotel 2018</i>	9.301.731
<i>Consumo energético hotel 2019</i>	9.236.538
<i>Consumo energético hotel 2020</i>	6.835.784
<b>Consumo energético hotel 2021</b>	<b>8.726.364</b>

Podemos observar la continua línea de contención del gasto estipulada, hasta obtener el ahorro del 5,5% para el conjunto de las energías y cumpliendo así con el objetivo marcado.

ABADÍA RETUERTA



ABADÍA RETUERTA



## Consumos energéticos de la bodega

	2016 (MJ)	2017 (MJ)	2018 (MJ)	2019 (MJ)	2020 (MJ)	2021 (MJ)
<i>Consumo eléctrico</i>	2.809.609	2.755.864	2.546.334	2.717.867	2.022.786	2.352.744
<i>Consumo eléctrico solar</i>					659.268	721.584
<i>Consumo propano</i>	1.455.217	1.546.288	1.808.806	1.534.339	1.081.776	1.055.273
<i>Consumo gasóleo</i>	1.315.800	1.141.650	1.006.200	1.161.000	1.315.800	946.000
<i>Bodega</i>						<i>MJ</i>
<i>Consumo energético bodega 2016</i>						5.580.626
<i>Consumo energético bodega 2017</i>						5.443.802
<i>Consumo energético bodega 2018</i>						5.361.340
<i>Consumo energético bodega 2019</i>						5.422.876
<i>Consumo energético bodega 2020</i>						5.079.630
<b>Consumo energético bodega 2021</b>						<b>5.075.601</b>

Podemos apreciar tras estos datos cómo se produce un incremento en comparación al año 2020, al retomar nuevamente la actividad previa a la crisis sanitaria derivada de la COVID-19.



**LOGRO 2021**

**Reducimos el consumo de gas GLP un 31% con respecto al año 2020  
y en un 19% en consumo de gasoil respecto al año 2020.**

**Total**

	<i>kWh</i>	<i>MJ</i>
<i>Consumo total 2021</i>	3.833.879	13.801.965
<i>Consumo total 2020</i>	3.309.837	11.915.414
<i>Consumo total 2019</i>	4.069.373	14.649.743
<i>Consumo total 2018</i>	4.073.075	14.663.071
<i>Consumo total 2017</i>	4.159.266	14.973.360
<i>Consumo total 2016</i>	4.440.357	15.985.283

**Ahorro absoluto Abadía Retuerta frente al 2019: 5,8%**

<i>Total</i>	<i>MJ</i>
<i>Consumo total 2021</i>	13.801.965
<i>Consumo total 2020</i>	11.915.414
<i>Consumo total 2019</i>	14.649.743
<i>Consumo total 2018</i>	14.663.071
<i>Consumo total 2017</i>	14.973.360
<i>Consumo total 2016</i>	15.985.283

ABADÍA RETUERTA





## OBJETIVO 2022

Mantener la línea de ahorro marcada en las dos unidades de negocio, siguiendo la tendencia de 2021.

7 ENERGÍA ASOMABLE  
Y NO CONTAMINANTE



Además, cabe destacar las importantes medidas de ahorro energético que existen en el hotel y 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 y tampoco la instalación de frío cuando la máquina trabaja en modo calor; reduciendo de esta manera el consumo eléctrico asociado a la climatización.

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

Anualmente (de junio a noviembre) los ahorros energéticos han sido de 21.082 kWh, siendo la media 3.513 kWh/mes.

En términos económicos, la cifra de ahorro ha sido de 421€ mensualmente.

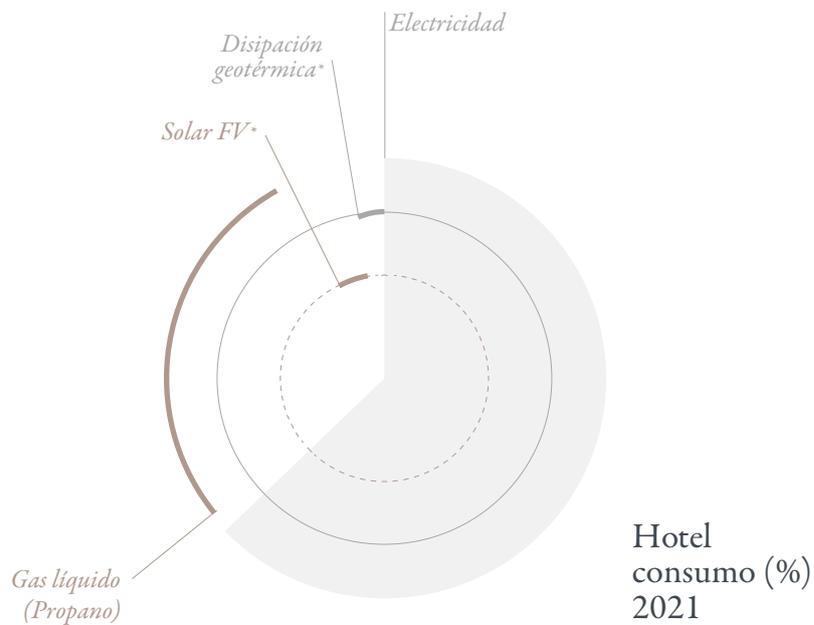
**Freecooling:** todos los equipos de climatización que por uso y situación pueden utilizar este sistema (aprovechamiento del aire frío del exterior, un recurso natural disponible en la finca durante casi todo el año debido a las grandes oscilaciones térmicas de día y de noche de nuestro clima continental),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

200,400 kWh de este consumo,  
fueron generados por nuestra propia  
energía solar fotovoltaica  
(un 9% más que el año 2020).

En las siguientes gráficas podemos apreciar el volumen que ocupa cada uno de los recursos utilizados de energía dentro de las dos unidades de negocio.

## Hotel 2021

<i>Fuente de alimentación</i>	<i>Consumo anual (mwh)</i>	<i>Consumo (%)</i>	<i>Fuente de origen</i>
<i>Electricidad</i>	<i>1.614,65</i>	<i>63,4%</i>	<i>Renovable**</i>
<i>Solar fv*</i>	<i>0,00</i>	<i>0,0%</i>	
<i>Gas líquido (propano)</i>	<i>803,37</i>	<i>31,6%</i>	<i>Fósil</i>
<i>Solar térmica*</i>	<i>69,60</i>	<i>2,7%</i>	<i>Renovable</i>
<i>Disipación geotérmica*</i>	<i>58,00</i>	<i>2,3%</i>	<i>Renovable</i>
<b>Total</b>	<b>2.545,62</b>	<b>100,0%</b>	



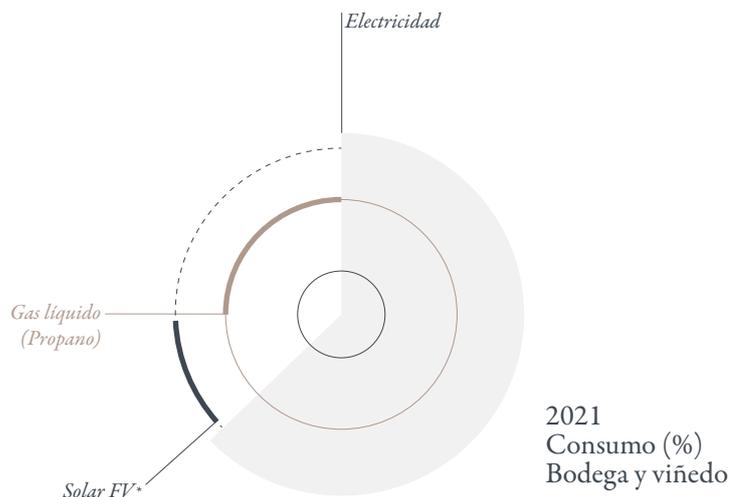


## Bodega y viñedo 2021

<i>Fuente de alimentación</i>	<i>Consumo anual (mwh)</i>	<i>Consumo (%)</i>	<i>Fuente de origen</i>
<i>Electricidad</i>	<i>653,54</i>	<i>56,0%</i>	<i>Renovable**</i>
<i>Solar fv*</i>	<i>220,44</i>	<i>18,9%</i>	<i>Renovable</i>
<i>Gas líquido (propano)</i>	<i>293,13</i>	<i>25,1%</i>	<i>Fósil</i>
<i>Solar térmica*</i>	<i>0,00</i>	<i>0,0%</i>	
<i>Disipación geotérmica*</i>	<i>0,00</i>	<i>0,0%</i>	
<b>Total</b>	<b>1.167,11</b>	<b>100,0%</b>	

A través de este último gráfico podemos ver la importancia que va teniendo la energía fotovoltaica dentro de nuestro consumo.

Como conclusión, podemos destacar que el 75,9% de toda la energía consumida en nuestra bodega procede de fuentes de origen renovable. Además, nuestra energía eléctrica proviene de fuentes renovables y que cuentan con la garantía de origen (GdO 's).



Llevamos a cabo el cálculo de varios ratios de intensidad energética. Para la ratio por ingresos tenemos en cuenta el consumo energético total, para la ratio por número de huéspedes

analizamos el consumo energético del hotel y para la ratio por número de botellas valoramos el consumo energético de la bodega. De todo ello obtenemos los siguientes resultados:

## Ratio de intensidad energética 2021

<i>Ingresos</i>	<i>12,74 M€</i>	<i>0,301 kWh/€</i>	<i>1,083 MJ/€</i>
<i>Número de huéspedes</i>	<i>8.143</i>	<i>298 kWh/huésped</i>	<i>1.072 MJ/huésped</i>
<i>Número de botellas</i>	<i>604.745</i>	<i>2,331 kWh/botella</i>	<i>8,39 kWh/botella</i>

Comparación con años anteriores:

## Ratio de intensidad energética 2020

<i>Ingresos</i>	<i>6,90 M€</i>	<i>0,48 kWh/€</i>	<i>1,73 MJ/€</i>
<i>Número de huéspedes</i>	<i>3.354</i>	<i>566 kWh/huésped</i>	<i>2.038 MJ/huésped</i>
<i>Número de botellas</i>	<i>736.929</i>	<i>1,915 kWh/botella</i>	<i>6,89 kWh/botella</i>

## Ratio de intensidad energética 2019

<i>Ingresos</i>	12,47 M€	0,33 kwh/€	1,175 MJ/€
<i>Número de huéspedes</i>	8.623	298 kwh/huésped	1.071 MJ/huésped
<i>Número de botellas</i>	623.000	2,414 kwh/botella	8,69 MJ/botella

## Ratio de intensidad energética 2018

<i>Ingresos</i>	11,8 M€	0,35 kwh/€	1,243 MJ/€
<i>Número de huéspedes</i>	8.152	317 kwh/huésped	1.141 MJ/huésped
<i>Número de botellas</i>	515.193	2,891 kwh/botella	10,41 MJ/botella

A lo largo del año seguimos fomentando medidas de ahorro con la finalidad de alcanzar un rendimiento constante y la optimización de nuestras instalaciones. Detallamos algunas de las acciones adoptadas y que están siendo una gran medida de ahorro:

- Climatización del hotel por el método más eficiente, es decir, priorizar el uso de propano frente al de electricidad.
- Optimización de los horarios, las temperaturas y las zonas de uso de los distintos sistemas energéticos.
- Mantenimiento del sistema de control del hotel en un óptimo estado de funcionamiento para mantener todos los parámetros energéticos en los rangos establecidos.



PATRIMONIO NATURAL

## Gestión del agua

6 AGUA LIMPIA  
Y SANEAMIENTO



Las gestión de los recursos hídricos siempre ha sido un aspecto fundamental para nosotros. A través de los contadores existentes realizamos el seguimiento y posterior control del consumo de agua generado en nuestra bodega y hotel.

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 y para el hotel, aparte de una captación subterránea, se utiliza una toma de agua de la red general de Sardón de Duero.

**El consumo total de agua en 2021 fue de 52.661 m<sup>3</sup> (36.977 m<sup>3</sup> en la bodega y 15.684 m<sup>3</sup> en el hotel):**

## Consumo total de agua

	<i>Hotel m<sup>3</sup></i>	<i>Bodega m<sup>3</sup></i>	<i>Total Abadía Retuerta m<sup>3</sup></i>
2016	15.794	37.923	53.717
2017	16.816	56.297	73.113
2018	13.876	33.847	47.723
2019	14.523	39.756	54.279
2020	15.853	45.532	61.385
2021	15.684	36.977	52.661



ABADÍA RETUERTA

2021

	<i>Consumo agua Hotel (m<sup>3</sup>)</i>	<i>Consumo agua Bodega (m<sup>3</sup>)</i>	<i>Consumo agua Abadía Retuerta (m<sup>3</sup>)</i>
<i>Enero</i>	1.027	185	1.212
<i>Febrero</i>	1.414	204	1.618
<i>Marzo</i>	1.993	236	2.229
<i>Abril</i>	1.160	319	1.479
<i>Mayo</i>	1.109	248	1.357
<i>Junio</i>	755	1.834	2.589
<i>Julio</i>	1.018	2.374	3.392
<i>Agosto</i>	1.027	8.852	9.879
<i>Septiembre</i>	902	17.678	18.580
<i>Octubre</i>	1.384	4.461	5.845
<i>Noviembre</i>	1.901	389	2.290
<i>Diciembre</i>	1.994	197	2.191

2021

	<i>Totales</i>	<i>Pax</i>	<i>Botella</i>	<i>m<sup>3</sup>/Huésped</i>	<i>m<sup>3</sup>/Botella</i>
<i>Consumo agua hotel (m<sup>3</sup>)</i>	15.684	8.143	--	1,926	
<i>Consumo agua bodega (m<sup>3</sup>)</i>	36.977	--	604.745		0,061
<i>Consumo agua Abadía Retuerta (m<sup>3</sup>)</i>	52.661				

ABADÍA RETUERTA



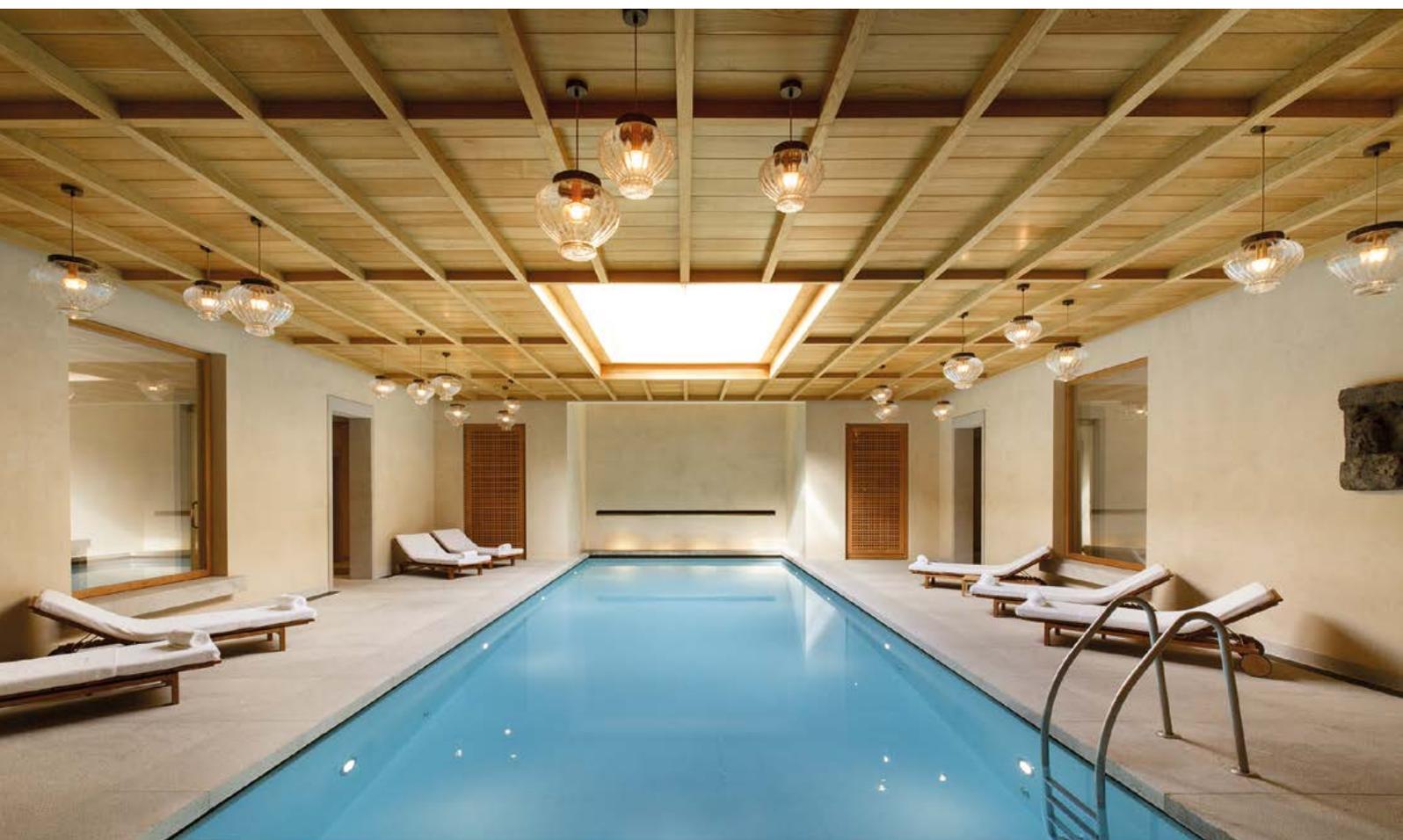
Tras el análisis de los datos podemos apreciar que este año nos encontramos con una ligera subida del gasto en la parte del hotel si lo comparamos y tomamos como referencia el año 2019.

Sin embargo, el ratio por botella mejora. Estas cifras nos ayudan a determinar y establecer unos criterios para volver a los valores que llevábamos gestionando en 2019.

A continuación, se presentan las comparativas de los diferentes años.

Desde el primer informe en 2016 y hasta la actualidad en 2021, en metros cúbicos por botella para la bodega y en metros cúbicos por huésped para el hotel:

	Año	
	<i>m<sup>3</sup>/Huésped</i>	<i>m<sup>3</sup>/Botella</i>
<b>2016</b>	2,367	0,078
<b>2017</b>	2,389	0,106
<b>2018</b>	1,702	0,066
<b>2019</b>	1,684	0,064
<b>2020</b>	4,7264758	0,062
<b>2021</b>	1,926	0,061



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

	<i>Volumen (m<sup>3</sup>/año)</i>	<i>Procedencia</i>	<i>Método de tratamiento</i>	<i>Calidad del agua</i>	<i>Destino</i>
<i>Bodega</i>	2.555	<i>Rechazo ósmosis (40%)</i>	<i>Lagunaje<sup>9</sup></i>	<i>Igual que la captada pero con mayor concentración en sales</i>	<i>Evaporación o riego de pinares</i>
	3.832	<i>Procesos</i>		<i>Cumple parámetros de vertido</i>	
<i>Hotel</i>	5.989	<i>Rechazo ósmosis (40%)</i>	<i>Ninguno</i>	<i>Igual que la captada pero con mayor concentración en sales</i>	<i>Río Duero</i>
	9.331	<i>Procesos</i>		<i>Sistema aerobio mediante biodiscos<sup>10</sup></i>	

<sup>9</sup> Disponemos de tres balsas, dos de una superficie de 750 m<sup>2</sup> y otra de 600 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>), donde el agua se evapora o se utiliza para el riego de los pinares adyacentes a las balsas.

<sup>10</sup> 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.

PATRIMONIO NATURAL

## Preservación de la biodiversidad

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



La finca cuenta con una superficie de 700 hectáreas, de las cuales 194 están cultivadas de nuestros viñedos y donde más de 4.000 metros lindan con las orillas del río Duero, que la sitúa además entre el LIC (Lugares de Importancia Comunitaria) denominado Carrascal y de las riberas del río Duero (zonas verdes).

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

## Programa Europeo Red Natura 2000

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Se trata de una red ecológica de áreas de conservación de la biodiversidad en la Unión Europea y con la que nuestra bodega colabora. Su principal finalidad es asegurar la supervivencia a largo plazo de las especies y de los distintos tipos de hábitats que se encuentran en el territorio europeo, y de este modo garantizar la conservación de la naturaleza y, por ende, de la biodiversidad.

La biodiversidad que alberga la finca viene determinada por la variedad de hábitats existentes, tanto por las especies naturales como las vegetales.

Los encinares, matorrales y pinares, la ribera, los humedales y los cultivos de viñedo acogen

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, entre las que destacan el pato azulón, las garzas y las cercetas, y cuya consolidación hemos favorecido mediante la creación de pequeñas islas flotantes con vegetación natural que facilitan la cría.

Entre nuestras prioridades se encuentra la preservación del desarrollo y la calidad medioambiental del paraje y sus terrenos.

Tenemos conocimiento de las diferentes especies dentro de la flora y fauna que guarece la finca, ya que se realizó un estudio para constatar dicha información y poder compartirla de una manera fehaciente.

Una investigación que, a su vez, ha ido acompañada de un **Plan de Ordenación de Montes**, con el que no solo se pretende tener un control en cuanto a flora y fauna se refiere, sino también un control de todas las especies que cohabitan junto a nosotros (y que hemos mencionado anteriormente). Por ello, se ha creado un Plan Cinegético en el que se recopila toda esta información. También colaboramos con el control poblacional de las especies de la finca mediante el coto de caza (según la memoria anual, en el periodo de 2020-2021 se han capturado 77 conejos, 10 liebres, 14 codornices, 65 tórtolas, 52 estorninos, 11 jabalíes y 10 corzos).

Gracias a la instalación de una cámara con sensor de movimientos podemos conocer no solo la diversidad de especies existentes, sino también los hábitos de la fauna que viven en la finca y evaluar cómo actúan.





El Plan de Ordenación de Montes ha favorecido la obtención del sello PEFC recibido en 2010 y que reconoce la labor y gestión forestal llevada a cabo. Un reconocimiento que aglutina a todos los productos agroalimentarios de origen silvícola o forestal de la finca (madera, piñas y piñones, setas, plantas aromáticas, miel, trufa negra, entre otros) y que evidencian nuestra contribución a la protección de los recursos forestales del planeta.

Desde 2021 nuestra actividad viene recogida en la página web del portal forestal de la junta de Castilla y León, donde se certifica nuestros montes con sello PEFC en España. ([www.pfcyl.es/lista/montes-certificados](http://www.pfcyl.es/lista/montes-certificados))

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



Desde 1996 se han plantado más de 65.000 pinos y se han repoblado más de 200 hectáreas de monte y bosque con variedades autóctonas.

11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



La recuperación de nuestro viñedo es otra de las iniciativas ligadas estrechamente a la conservación de nuestro legado histórico y natural.

A finales del siglo XIX una plaga de filoxera recorrió todos los viñedos europeos que trajo consigo unas consecuencias catastróficas.

Un acontecimiento fatídico del que únicamente se consiguieron recuperar seis clones de Tempranillo, de los que surgió la oportunidad de elaborar el que hoy en día es nuestro Tempranillo prefiloxérico de Abadía Retuerta.

En el marco de las actividades de preservación de nuestro entorno también promovemos:



La presencia de aves rapaces para el control biológico de los estorninos y otras aves consumidoras de uva.

Para este proyecto se colabora desde 2012 con la Fundación Internacional para la Restauración de Ecosistemas (FIRE) y conjuntamente se ha llevado a cabo la instalación de varias cajas nido por toda la finca para diferentes aves, además de postes adicionales sin estas cajas para favorecer a las atalayas para otros fines.

También se llevó a cabo la instalación de mimbres para favorecer la nidificación y se reforzó la población de aves rapaces, de las cuales se realiza un seguimiento. Gracias a la colocación de las islas flotantes en una de las lagunas de la finca se ha favorecido la nidificación de aves y la presencia de un mayor número de ejemplares, los cuales mejoran el hábitat de la zona.

Además se hace seguimiento de las aves consumidoras de uva y se evalúa su consumo.



Abadía Retuerta mantiene sus parcelas forestales según establece el Plan de Ordenación de Montes y lleva a cabo una actuación de recuperación de una zona de humedal, para incrementar las zonas en la finca como refugio y colaborar en el aumento de población de fauna autóctona, tanto mamífera (corzos, jabalíes, zorros, conejos, tejones, entre otros) como de especies avícolas (patos o garzas, entre otras). La extensión del humedal recuperado es de unos 5.500 m<sup>2</sup>.



Además, colaboramos con la siembra de especies vegetales autóctonas:

- ‘Operación Polinizadora’ (ver en el apartado ‘Patrimonio Natural’).
- **Olivos centenarios:** se encuentran desde 2017 en nuestra finca, producto del intercambio que se realizó con la firma de aceites Castillo de Canena. Estos olivos se encuentran ubicados en el emplazamiento histórico Prado del Aceite.

ABADÍA RETUERTA





PATRIMONIO NATURAL

## 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 colaboradores/as, 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 2021, se recogen en la siguiente tabla<sup>11</sup>:

## Residuos bodega 2021

### Residuos peligrosos

<i>Descripción</i>	<i>Código</i>	<i>Destino</i>	<i>Cantidad (kg)</i>
<i>Sprays y aerosoles</i>	<i>160504</i>	<i>R13<sup>12</sup></i>	<i>1</i>
<i>Baterías de plomo</i>	<i>160601</i>	<i>R13</i>	<i>60</i>
<i>Envases de plástico contaminados</i>	<i>150110</i>	<i>R13</i>	<i>150</i>
<i>Tubos fluorescentes</i>	<i>200121</i>	<i>R13</i>	<i>-</i>
<i>Material contaminado</i>	<i>150202</i>	<i>R13</i>	<i>552</i>
<i>Envases metálicos contaminados</i>	<i>150110</i>	<i>R13</i>	<i>61</i>
<i>Anticongelante usado</i>	<i>160114</i>	<i>R13</i>	<i>1</i>
<i>Filtros de aceite usados</i>	<i>160107</i>	<i>R13</i>	<i>1</i>
<i>Absorbentes contaminados</i>	<i>150202</i>	<i>D15</i>	<i>3</i>
<i>Pilas Ni-Cd</i>	<i>160602</i>	<i>R13</i>	<i>-</i>

<sup>11</sup> Los residuos procedentes de la poda de las viñas se trituran y se incorporan al terreno mediante el cultivo 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.

<sup>12</sup> R13: operaciones intermedias con destino final a valorización.

## Residuos no peligrosos

<i>Descripción</i>	<i>Código</i>	<i>Destino</i>	<i>Cantidad (kg)</i>
<i>Papel y cartón</i>	<i>200101</i>	<i>Reciclaje</i>	<i>7.360</i>
<i>Plásticos</i>	<i>200139</i>	<i>Vertedero</i>	<i>700</i>
<i>Chatarra</i>	<i>200140</i>	<i>Reutilización / Reciclaje</i>	<i>93</i>
<i>Vidrio</i>	<i>200102</i>	<i>Reciclaje</i>	<i>1800</i>



**LOGRO 2021**  
**NUEVO PUNTO LIMPIO EN BODEGA**

A finales de 2021, y continuando con el desarrollo de la gestión de residuos dentro de la compañía, habilitamos una nueva zona en bodega como punto limpio y gestionado con la empresa RECIBAT.

Además, en este 2021, dentro de la mejora de la gestión de residuos incorporamos la contabilización de los desechos (basura) y del vidrio, los cuales se gestionan posteriormente por la mancomunidad del Duero. Basura 10152,5 kg. / Vidrio 1800 kg.

## ABADÍA RETUERTA

Abadía Retuerta está adherida a la entidad **Ecovidrio** para asegurar una óptima gestión del reciclado de los residuos de envases de vidrio que ponemos en el mercado. Y en el último año, de manera conjunta, hemos trabajado en un plan de gestión de residuos de envases usados.

La declaración provisional de 2021 contempla:

Vidrio:	359.078,90 kg.
Corcho:	2.145,84 kg.
Aluminio:	2.871,19 kg.
Cartón:	24.982,48 kg.
Madera:	16.487,85 kg.
Papel y Cartón:	6.044,63 kg.





La comparativa 2016-2021 se ha reflejado en sendas gráficas:

## Residuos no peligrosos bodega

	<i>Papel y cartón</i>	<i>Plásticos</i>	<i>Chatarra</i>
2016	18.660	25	0
2017	10.304	1.932	3.860
2018	15288	720	0
2019	12.440	0	5.120
2020	13.100	4.120	0
2021	7.360	700	93

## Residuos peligrosos bodega

	<i>Sprays y aerosoles</i>	<i>Baterías de plomo</i>	<i>Envases de plástico contaminados</i>	<i>Tubos fluorescentes</i>
2016	4	45	245	11
2017	2	171	127	1
2018	2	128	104	1
2019	1	60	104	65
2020	1	15	150	0
2021	1	60	150	0

Y estos son los residuos, peligrosos y no peligrosos, retirados en el hotel durante 2021:

## Residuos hotel 2021

### Residuos peligrosos

<i>Descripción</i>	<i>Código</i>	<i>Destino</i>	<i>Cantidad (kg)</i>
<i>Tóner usados</i>	<i>080317</i>	<i>R13</i>	<i>1</i>
<i>Pilas usadas con mercurio</i>	<i>160603</i>	<i>R13</i>	<i>3,5</i>
<i>Aceite comestible usado<sup>13</sup></i>	<i>200125</i>	<i>R13</i>	<i>8</i>
<i>Aerosoles</i>	<i>160504</i>	<i>R13</i>	<i>6</i>
<i>Envases de plástico contaminados</i>	<i>150110</i>	<i>R13</i>	<i>12</i>
<i>Baterías de plomo</i>	<i>160601</i>	<i>R13</i>	<i>0</i>

### Residuos no peligrosos

<i>Descripción</i>	<i>Código</i>	<i>Destino</i>	<i>Cantidad (kg)</i>
<i>Plásticos</i>	<i>200139</i>	<i>Vertedero</i>	<i>sin datos</i>
<i>Vidrio</i>	<i>200102</i>	<i>Reciclaje</i>	<i>4350 kg</i>
<i>Papel y cartón</i>	<i>200101</i>	<i>Reciclaje</i>	<i>2280 kg<sup>14</sup></i>
<i>Lodos</i>	<i>190805</i>	<i>Aplicación agrícola</i>	<i>68000<sup>15</sup></i>

<sup>13</sup> Densidad aceite = 920 kg./m<sup>3</sup>; 3.000 L. en 2017.

<sup>14</sup> 725 h de papel y 1950 kg de cartón.

<sup>15</sup> Este año no se ha llevado a cabo la limpieza de los depósitos de lodos.

ABADÍA RETUERTA



La comparativa 2016-2021 se ha reflejado en sendas gráficas:

## Residuos peligrosos

	<i>Tóner usados</i>	<i>Pilas usadas con mercurio</i>	<i>Aerosoles</i>	<i>Envases de plástico contaminados</i>	<i>Baterías de plomo</i>
2016	1	1	0	0	0
2017	14	4	0	0	0
2018	12	4	12	8	0
2019	7	4	10	8	1
2020	3	1.5	4	5	0
2021	1	3.5	6	12	0

## Aceite comestible

2017	3.000
2018	2.800
2019	2.590
2020	1.300
2021	2.460

## Residuos no peligrosos

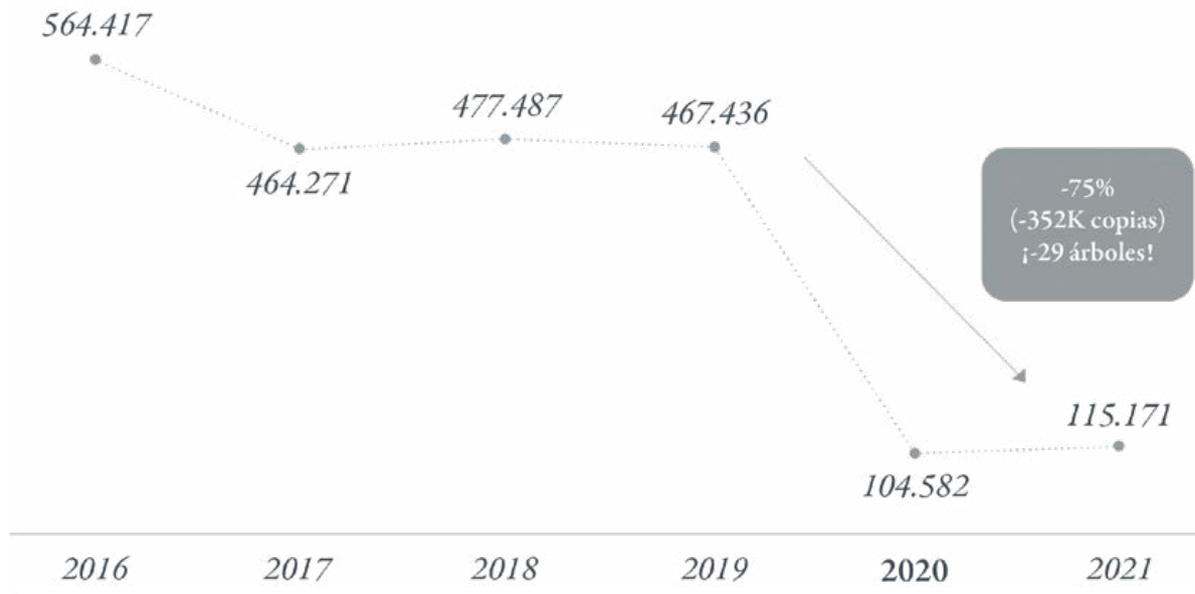
	<i>Vidrio</i>	<i>Papel y cartón</i>	<i>Lodos</i>
2016	0	0	83.000
2017	0	0	87.000
2018	7.200	3.150	26.400
2019	8.340	4.300	22.800
2020	3.400	2.675	
2021	4.350	2.280	68.000

En cuanto al consumo de papel:

## Número de impresiones

	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Color</i>	228.967	141.622	124.004	122.177	21.005
<i>Blanco y negro</i>	335.451	322.649	353.483	345.259	83.577
<b>Total</b>	<b>564.417</b>	<b>464.271</b>	<b>477.487</b>	<b>467.436</b>	<b>104.582</b>

## Número de impresiones



Desde 2017 comenzamos con el reciclaje de las cápsulas de café consumidas por los colaboradores/as, así como por los clientes/as y donde se ha gestionado junto

con los proveedores/as la recogida periódica para su correcto compostaje. En este 2021, la recogida que se ha hecho de los mismos ha sido de: 625 kilogramos<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Debemos contar siempre con que este dato es orientativo, puesto que una cápsula usada pesa unos 10 grs por el agua que retienen los posos.



# Gestión Sostenible en Abadía Retuerta



Abadía Retuerta aboga por una gestión sostenible en todas y cada una de sus áreas, siendo de esta forma consciente del impacto que tiene su actividad en el entorno.



## LOGRO 2021 VÍDEO PRESENTACIÓN SOSTENIBILIDAD EN ABADÍA RETUERTA

Somos guardianes de un legado histórico y natural y nuestro principal compromiso es por éste: preservar la historia y divulgar la cultura del vino a través de una experiencia única. Para presentar nuestra filosofía de trabajo, en 2021 elaboramos el siguiente vídeo, haciendo una presentación de algunas de las acciones más significativas que realizamos dentro de la triple dimensión ESG:  
[www.youtube.com/watch?v=czV-o-jPcOM](http://www.youtube.com/watch?v=czV-o-jPcOM)

## Proyecto 'Plastic Free 2019-2022'

Proseguimos con nuestro reto de llegar al 2022 sin que exista la utilización de productos de plástico de un solo uso en ninguna área de nuestra empresa.

Dentro de los retos ya conseguidos nos encontramos:

- Retirada de las botellas de plástico para los clientes/as por medio de nuestro proveedor/a Agua en Caja.
- Utilización de botellas de cristal para aquellos clientes/as de nuestra bodega y huéspedes de nuestro hotel.
- Acción conjunta con nuestros colaboradores/as de la entrega de bolsas de tela corporativas para retirar así las bolsas de plástico.
- Eliminación de 2.500 botellas de litro y medio de agua anuales y que se sustituyen por 20 bidones de 20 litros.
- Sustitución de *amenities* de plástico de las habitaciones por materiales sostenibles.

12 PRODUCCIÓN  
Y CONSUMO  
RESPONSABLES



De otro lado, 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, “da prioridad a aquellos proveedores/as que cumplen con los mismos estándares de civismo empresarial y ética que se indican en la guía ‘Corporate Citizenship Guideline’ nº 5 (CC5)”.



### LOGRO 2020-2022 PROYECTO CONTROL Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES/AS

Desde 2020, se ha conseguido trabajar en la obtención de documentación de proveedores/as que cumplen con diferentes criterios medioambientales o que están alineados con la política de Sostenibilidad.

Además, se continúa con el control de la facturación de nuestros proveedores/as.

El reto para el próximo año 2022 es la creación de un portal de proveedores/as, donde se pueda almacenar toda la información relativa a los mismos/as.



Tal y como ya se venía trabajando desde el año pasado, contamos con una amplia variedad de experiencias que ofrecemos a nuestros clientes/as, las cuales giran en torno a varios elementos como el bienestar, el arte y la cultura, el vino, la gastronomía o la naturaleza.



Durante el 2021, hemos seguido desarrollando nuevas experiencias para nuestros visitantes con el fin de que puedan disfrutar de todo lo que Abadía Retuerta les puede ofrecer a través de su riqueza histórica y natural. Y, por ello, anualmente, se diseña y se apuesta por nuevas iniciativas que se combinan con las ya vigentes. Además, en este 2021, se ha incluido un nuevo apartado que se ha denominado “experiencias de temporada”.

**En torno al vino:** experiencias que dan a descubrir la historia y la naturaleza que nos rodea: Visita Premium a Abadía Retuerta, Inmersión enológica, Experiencia terruño, Visita y cata Winemaker’s Collection y Cata de Grandes Pagos de España.

**En torno a la naturaleza:** actividades para conocer cada rincón que alberga nuestra finca y todo lo que podemos aprender de ella: Picnic e-bike, Paseo a caballo entre viñedos, un tesoro patrimonial y Exclusive Retuerta.

**En torno a la gastronomía:** experiencias que unen y recogen diversos recursos con los que contamos: El Huerto de los Monjes y Aperitivo campero.

**Experiencias de temporada:** experiencias que ayudan a entender diferentes momentos que surgen en la naturaleza: vendimia, experiencia lavanda, jornada apícola y experiencia micológica.

**En torno al arte:** experiencias que desvelan las curiosidades y los rincones que alberga la Abadía y lo que podemos descubrir gracias a la colección de arte: Convivir con el Arte y Un homenaje a los sentidos.

**En torno al wellness:** gracias a nuestro Santuario Wellness & Spa también podemos ofrecer diferentes experiencias además de los tratamientos: Cuencos Tibetanos ‘Baño de sonido’, Baños de bosque, Gestión del estrés y bienestar personal, Yoga y Zentangle.



## LOGRO 2021 MAYOR VISIBILIDAD DE SOSTENIBILIDAD EN NUESTRA PÁGINA WEB

Durante este 2021 se ha llevado a cabo la actualización completa de nuestra página web:  
[www.abadia-retuerta.es](http://www.abadia-retuerta.es)

Gracias a sus nuevas funcionalidades, hemos conseguido darle mayor visibilidad a la parte de la Sostenibilidad de nuestra compañía y, por ende, a nuestro proyecto.

13 ACCIÓN  
POR EL CLIMA



10 REDUCCIÓN DE LAS  
DESIGUALDADES



Continuamos trabajando con uno de nuestros proveedores, Grupo Lince, que está caracterizado por su fuerte **compromiso con la búsqueda de oportunidades laborales** para el colectivo de personas con discapacidad y, en especial, de personas con discapacidad intelectual.

De manera conjunta, en este 2021, se ha llevado a cabo el encargo de la elaboración de las cestas de Navidad que se le entregan a los colaboradores/as anualmente.

Todo ello con la finalidad de potenciar el desarrollo integral de estas personas y que, de este modo, también puedan contribuir a la sociedad como ciudadanos/as de pleno derecho, algo en lo que trabajan de manera constante.

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

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

En este tiempo, ya se han registrado todas las acciones relativas 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.



## Sistema de Gestión



### ISO 9001: 2015

Norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.



### WFCP

Wineries for Climate Protection es la primera y única certificación específica para el sector del vino en materia de sostenibilidad medioambiental y su objetivo es situarse como referente internacional en el ámbito vinícola y medioambiental, buscando soluciones y mejores prácticas para las bodegas. La certificación WFCP está orientada a la mejora continua y a la sostenibilidad de las bodegas.



### EFR

Promovido por la Fundación Másfamilia y avalado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, reconoce a aquellas organizaciones que se implican en la generación de una nueva cultura del trabajo implantando un modelo de gestión que permita un equilibrio entre lo laboral y lo personal y que esté basado en la flexibilidad, el respeto y el compromiso mutuo.



**LOGRO 2021**  
**ISO 14001**

Estándar internacional de gestión ambiental, que bajo un supuesto de voluntariedad está buscando reducir los impactos en el medioambiente y cumplir con la legislación en material ambiental.



**LOGRO 2021**  
**GREEN GLOBE**

Sistema de certificación en sostenibilidad que ha sido desarrollado exclusivamente para la industria del turismo. Este sello reconoce a las empresas que han realizado una excelente labor en conseguir que su negocio esté en concordancia con los criterios globales de turismo sostenible.



**LOGRO 2021**  
**SELLO CALCULO, COMPENSO Y REDUZCO 2020**

Certificación otorgada por el Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico donde se avala el registro de la huella de carbono de las empresas, buscando potenciar el cálculo y la reducción de la huella promoviendo las propuestas que favorezcan las absorciones de CO<sub>2</sub>.



**OBJETIVO 2021-2022**

Durante este 2021 hemos comenzado a trabajar en nuestro desarrollo sostenible a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible bajo la medición del impacto que tienen nuestras acciones.



# Alianzas solidarias



Como parte fundamental de la gestión de la sostenibilidad se encuentra nuestra contribución continua y voluntaria a la mejora social, así como la responsabilidad de intentar devolver a la sociedad el impacto que generamos como empresa en ella.

## Proyectos y colaboraciones 2021



### 8ª Vendimia Solidaria

Por octavo año consecutivo, llevamos a cabo la nueva edición de Vendimia Solidaria 2021. Un vino que verá la luz a comienzos de 2022. Pero en este 2021 ya se pudo disfrutar de Vendimia Solidaria 2020.

Vendimia Solidaria es una iniciativa puesta en marcha en 2014 que tiene como finalidad poner en valor el compromiso de asociaciones y fundaciones que velan y favorecen el desarrollo comunitario de colectivos en

riesgo de exclusión social. Por ello, cada año realizamos la búsqueda de una entidad social de la zona, consiguiendo así crear un impacto positivo sobre la sociedad, dedicada a ayudar y a mejorar la calidad de vida de personas vulnerables, con la que podamos forjar sinergias conjuntas y cooperar estrechamente en sus propias acciones. Así, formamos grupos de trabajo que colaboran en una de las épocas de más trabajo de la bodega, la recogida de la uva, y que dan como fruto un vino que sale a la venta al año siguiente por un valor de 10 euros. Una acción conjunta con la que los fondos recaudados por la venta de cada una de las botellas son destinados íntegramente al proyecto de esta entidad de interés social y sin ánimo de lucro. A esta iniciativa también se suman y de manera altruista diferentes proveedores/as:

- **Veralia:** proveedor de botellas.
- **Biolid:** productor de etiquetas.
- **Baruque:** productor de corchos.
- **Iglesias Comunicación:** diseño y fotografía.
- **Ramondin:** productor de cápsulas.
- **Mata Digital:** impresión de tarjetas personalizadas.

Como avanzábamos más arriba, en este año también hemos llevado a cabo la nueva edición de Vendimia Solidaria 2021. Este año, la Fundación Intras, una institución sin ánimo de lucro que acompaña a las personas con problemas de salud mental en la recuperación de sus proyectos de vida por medio de acciones formativas y orientación para la inserción laboral, protagoniza esta octava edición.

Sin duda, la solidaridad es uno de los pilares que sustenta nuestro proyecto, pero también entendemos que el arte es un mecanismo clave para transmitir ideas y valores, y qué mejor manera de reflejarlo que en nuestras etiquetas de Vendimia Solidaria, que es uno de nuestros vinos más comprometidos y enriquecedores de forma bidireccional. De este modo, cada año contaremos con un nuevo artista para la creación de cada etiqueta, para que esta colección siga creciendo y reflejando nuestros valores.

Vendimia Solidaria 2020 fue nuestra primera edición vinculada al arte. En esta ocasión, el artista Miguel Marina fue el encargado de crear una serie de pinturas que dieron vida y forma a este nuevo diseño bajo el nombre de Pago V. Una obra inspirada en la orografía marcada por el Duero, en los viñedos y en el jardín museo de Abadía Retuerta, que recoge y sintetiza la historia, las formas, los olores y los colores de la Abadía y de su entorno natural.

Por su parte, la Fundación Kumen, institución sin ánimo de lucro que fomenta el crecimiento de los valores humanos y éticos en las personas con especial atención a la infancia, protagonizó esta Vendimia Solidaria 2020 en colaboración con la asociación REDMADRE de Valladolid, que

tiene como misión apoyar a familias con productos de primera necesidad en su día a día. El dinero recaudado por la venta de Vendimia Solidaria 2020 y cuya donación se realizó en este 2021 fue de un total de 11.863€. Una cantidad que irá destinada a la compra de todos aquellos productos que necesitan los niños/as en sus primeros años de vida y que, en la actualidad, ante la emergencia sanitaria que padecemos, su situación se ha visto agravada. Estos productos a los que hacemos referencia son aquellos de primera necesidad.

## HORA DEL PLANETA



Y, como viene siendo habitual, nos hemos unido a la campaña de la ‘Hora del planeta’, con la que toda la iluminación de nuestro hotel se ha apagado por completo durante un determinado periodo de tiempo. Una acción internacional que no solo conlleva una celebración en sí, sino con la que también promovemos y fomentamos, como miembros de la Fundación Startlight, la no contaminación lumínica.

## COLABORACIÓN UNIVERSIDAD DE WARWICK



Otro claro ejemplo de alianzas y que llevamos a cabo desde 2020 es la colaboración con la Universidad de Warwick. Esta universidad emplazada en Coventry, Reino Unido, es considerada como una de las 10 mejores universidades del país y está posicionada entre las 62 mejores universidades del mundo. Además, es conocida por ser una de las más innovadoras del país.





La colaboración ha sido a través de la cooperación en la tesis de una de sus colaboradoras, que trataba sobre la **Comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las redes sociales y su impacto en la identificación y bienestar de los colaboradores/as.**

Esta investigación tiene como objetivo analizar las percepciones (experimentadas vs. valoradas) de los colaboradores/as sobre las prácticas en Sostenibilidad de la empresa, así como su comunicación en diferentes canales de redes sociales, y de ver cómo estas impresiones tienen un impacto sobre su identificación con la compañía y el bienestar.

Este estudio se ha realizado a través de un cuestionario, el cual fue enviado a todos los colaboradores/as para que, de forma voluntaria, pudieran acceder.

Estaba estructurado de la siguiente manera:

1. Preguntas socio-demográficas.
2. Escala sobre el *engagement* [relación de interacción] que tiene el colaborador/a con las redes sociales de la empresa, donde se investiga la interacción con éstas y la afición con las publicaciones, además de su identificación.
3. Identificación del colaborador/a con la empresa.
4. Percepciones del colaborador/a sobre las prácticas de responsabilidad social interna y externa, ambiental y económica.
5. Bienestar del colaborador/a, y más concretamente relacionado al estrés percibido en el trabajo, a niveles de ansiedad, al estado de satisfacción (cómo de feliz está en su vida general) y

nivel de repercusión de la COVID-19 al bienestar propio.

De esta forma, se obtienen mayor validez de datos. Los datos recopilados servirán para testar hipótesis y relaciones entre variables para averiguar si el modelo teórico que se proponía podía ser aceptado o refutado con la evidencia empírica. Los datos utilizados para el estudio académico fueron agregados con los de las demás empresas participantes (todas ellas seleccionadas por su alto grado de compromiso con la sostenibilidad).

Toda la información recopilada es confidencial, pero una vez finalizado el estudio podremos conocer gracias a un reporte específico y a una presentación los análisis, las conclusiones y las recomendaciones.

La participación total por parte de Abadía Retuerta ha sido de 66 personas; una muestra representativa para poder llevar a cabo el estudio.

Las conclusiones que se extraen de la encuesta realizada a los colaboradores/as de Abadía Retuerta son una análisis de la percepción que los mismos y las mismas tienen acerca de cómo se proyecta en las redes sociales o en diversas publicaciones los valores y la realidad de la compañía.

Para la realización de la encuesta se abarcó el sentimiento de pertenencia de la compañía, el valor que se le da a las prácticas de Sostenibilidad, la experiencia del propio colaborador/a, la gestión del nivel de estrés y ansiedad por grupos de trabajo y el estado de bienestar general, así como el nivel de preocupación ante la crisis sanitaria derivada de la COVID-19.



OBJETIVO 2022

Colaborar con una entidad social en la donación de corchos para su posterior uso.

**TÓMBOLA  
BENÉFICA  
SAN AGUSTÍN**



Durante el 2021, volvemos nuevamente a colaborar con la parroquia de San Agustín de Madrid en su tómbola benéfica, donde todo lo recaudado irá destinado a todas aquellas personas que no cuentan con una vivienda, y que debido a la emergencia sanitaria su situación se ha visto agravada.

Este año hemos querido colaborar nuevamente en el sorteo, con seis botellas de Selección Especial (0,75l) y una botella magnum (1,5l) de Selección Especial.

**COLABORACIÓN  
CON LA ONG  
CRIS CANCER**



En 2021 colaboramos también con la ONG Cris Cáncer mediante la aportación de una de nuestras Experience Box, que incluía dos noches de alojamiento con una visita a nuestra bodega y finca y posterior cata. La donación fue entregada durante la celebración de la gala benéfica que la propia asociación celebró y subastó con el fin de recaudar fondos para la ONG y así ayudar a las personas beneficiarias de la misma.

**COLABORACIÓN  
CON LA ONG  
FIET GRATIA**



Como ya veníamos haciendo hasta antes de la pandemia, en este 2021 volvimos a retomar nuestra colaboración con la ONG FIET GRATIA con la intención de contribuir en la recogida de ropa para ayudar a las personas beneficiarias de esta acción social.

En su caso, la ONG Fiet Gratia trabaja por ayudar a mujeres víctimas de la trata de blancas.

**4 EDUCACIÓN  
DE CALIDAD**



Durante este 2021, además tuvimos presencia en varios foros, como el organizado por DIRCOM en febrero de 2021, bajo el título ‘La evolución del concepto de la RSC y el significado de la misma para vuestras empresas.’

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

### FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO



Organización privada que agrupa al sector bodeguero español. Los objetivos de la FEV, además de la defensa de la imagen del vino como alimento básico de la dieta mediterránea y diferenciarlo de otras bebidas, se centran en la búsqueda del mejor entorno posible para que las empresas vitivinícolas desarrollen su actividad. ([www.fev.es](http://www.fev.es))

### WINE IN MODERATION



Organización internacional fundada por asociaciones sectoriales y empresas vinícolas líderes que se encargan 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](http://www.wineinmoderation.eu/es))

### FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DEL VINO Y DE LA NUTRICIÓN

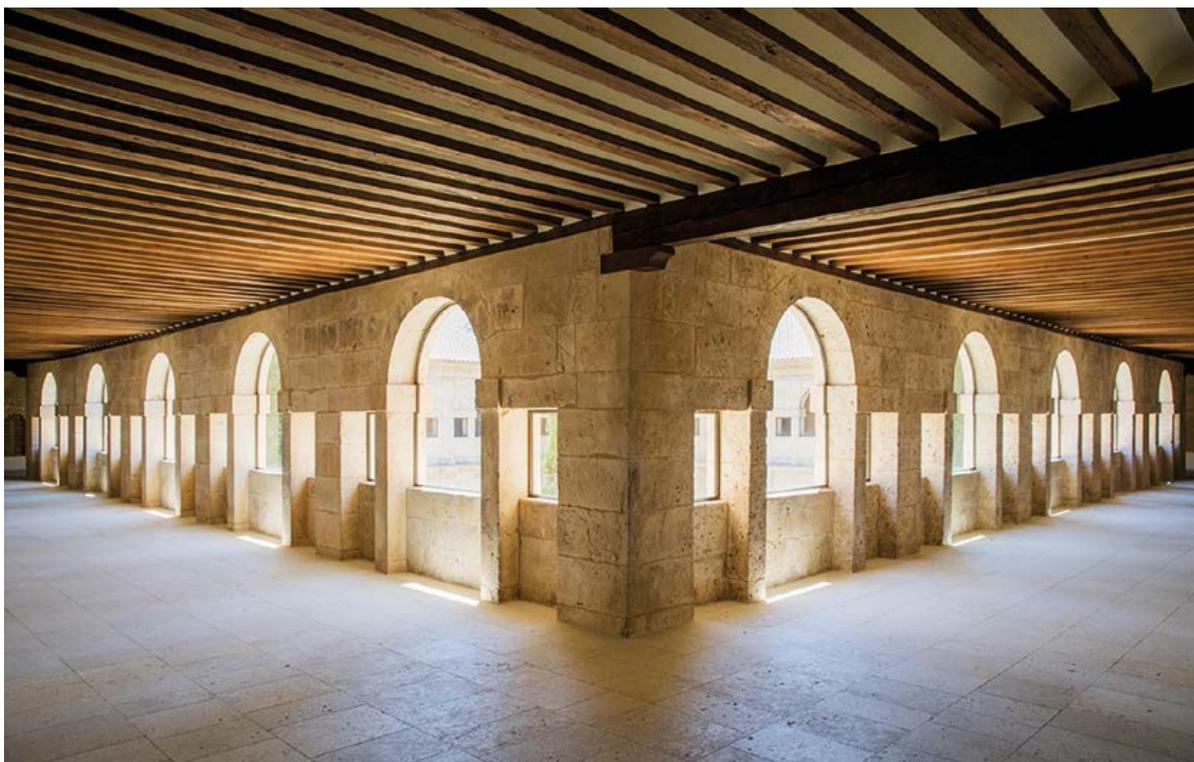


Orienta sus actividades a valorar los posibles efectos protectores del consumo moderado de vino y cava en nuestro organismo y sobre la salud humana desde un punto de vista médico. ([www.fivin.com](http://www.fivin.com)).eu/es)

### GRANDES PAGOS DE ESPAÑA



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



ABADÍA RETUERTA



**ASOCIACIÓN  
FORESTAL DE  
VALLADOLID**



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

([www.asfova.es](http://www.asfova.es))

**FUNDACIÓN  
INTERNACIONAL DE  
RECUPERACIÓN DE  
ECOSISTEMAS**



Entidad privada, sin ánimo de lucro, cuyo fin es la restauración y la conservación de los ecosistemas para transferir el conocimiento académico a proyectos operativos con el máximo rendimiento social posible.

([www.fundacionfire.org](http://www.fundacionfire.org))

**COMUNIDAD  
DE REGRANTES DEL  
CANAL DEL DUERO**



Da servicio a parcelas ubicadas en términos municipales próximos a Valladolid para contribuir así al asentamiento y al desarrollo de agricultores y horticultores locales.

([www.crrcanaldelduero.es](http://www.crrcanaldelduero.es))

**SINDICATO AGRARIO  
ASAJA**



Organización que se encarga de la gestión de subvenciones en el viñedo y realiza la Política Agrícola Común (PAC).

([www.asaja.com](http://www.asaja.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](http://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](http://www.camaravalladolid.com))

**CEOE  
VALLADOLID**



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.ceoevalladolid.es](http://www.ceoevalladolid.es))

**ASOCIACIÓN  
DE DIRECTIVOS  
DE COMUNICACIÓN**



Entidad profesional que agrupa a los directivos/as y a los profesionales de la comunicación de las empresas, instituciones y consultoras.

([www.dircom.org](http://www.dircom.org))

## FUNDACIÓN STARLIGHT



Entidad con personalidad jurídica propia (creada por el instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) y la consultora Corporación), cuyo fin principal es la protección del cielo estrellado, la difusión de la astronomía y la promoción, la coordinación y la gestión del movimiento Starlight.  
([www.fundacionstarlight.org](http://www.fundacionstarlight.org))

## VIRTUOSO



Grupo estadounidense que integra a agencias de viaje especializadas en turismo de lujo.  
([www.virtuosotravel.es](http://www.virtuosotravel.es))

## TRAVELLER MADE



Red de diseñadores/as de viajes de lujo especialistas en ofrecer experiencias únicas y genuinas.  
([www.travellermade.com](http://www.travellermade.com))

## INTERNOVA TRAVEL GROUP



Red que ofrece un alto nivel de experiencia personal en viajes a clientes/as corporativos, de lujo y de ocio a través de las agencias de viaje.  
([www.travelleadersgroup.com](http://www.travelleadersgroup.com))

## THE LEADING HOTELS OF THE WORLD



Red internacional de hoteles independientes de lujo, exclusivos, únicos y auténticos fundada en 1928. Formada por más de 400 hoteles en 80 países que representan la esencia del destino en el que se encuentran.  
([www.lhw.com](http://www.lhw.com))

## VISIÓN RESPONSABLE



Asociación de interés general, cuyo objetivo es impulsar el conocimiento, la aplicación y la investigación de la responsabilidad social en nuestro entorno mediante actividades divulgativas, formativas e intercambio de experiencias con la participación de personas, empresas e instituciones públicas y privadas y que son líderes en este ámbito.  
([www.visionresponsable.es](http://www.visionresponsable.es))

## MASFAMILIA



Es una organización privada, profesional, independiente, sin ánimo de lucro y de carácter benéfico, creada y dirigida a aportar soluciones innovadoras y altamente profesionales para la protección y apoyo de la familia y, en especial, de aquellas con dependencias en su seno.  
([www.masfamilia.org](http://www.masfamilia.org))

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

ABADÍA RETUERTA





# Nuestro valor añadido: Las Personas



## Compromiso con nuestros colaboradores/as

El capital humano, nuestro equipo, es uno de los pilares primordiales en nuestra gestión de la sostenibilidad. Representa los valores y principios de Abadía Retuerta.

El equipo se divide y distribuye por áreas de trabajo basadas en las necesidades de la compañía. Contamos con un equipo encargado de la parte de finca, de hotel y de bodega, y también con un plantilla ubicada en Madrid. A 31 de diciembre del año 2021, la estructura de nuestra plantilla es la siguiente:

<i>Plantilla</i>	<i>Abadía Retuerta (Bodega)</i>		<i>LeDomaine (Hotel)</i>		<i>Servicios corporativos</i>		<i>Total</i>	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
	45	16	39	41	3	13	87	70
<i>Número total de empleados/as</i>	61		80		16		157	

Plantilla media en 2021: 147,11

En las siguientes gráficas se puede apreciar la evolución que ha experimentado nuestra plantilla desde 2016:

<i>Plantilla</i>	<i>Abadía Retuerta (Bodega)</i>		<i>LeDomaine (Hotel)</i>		<i>Servicios centrales</i>		<i>Total</i>	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
<b>2020</b>	35	11	31	38	3	12	69 (53%)	61 (47%)
<i>Número total de empleados/as</i>	46		69		15		130	
<b>2019</b>	35	12	31	42	3	13	69 (50,74%)	67 (49,26%)
<i>Número total de empleados/as</i>	47		73		16		136	
<b>2018</b>	34	10	35	41	4	13	73 (53,3%)	64 (46,7%)
<i>Número total de empleados/as</i>	44		76		17		137	
<b>2017</b>	33	7	37	36	5	8	74 (58,7%)	52 (41,3%)
<i>Número total de empleados/as</i>	40		73		13		126	
<b>2016</b>	31	11	30	31	1	9	62 (55%)	51 (45%)
<i>Número total de empleados/as</i>	42		61		10		113	

ABADÍA RETUERTA

<i>Incorporaciones 2021</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
<i>Oficina y despachos</i>	3	0	3
<i>Bodega</i>	5	5	10
<i>Campo</i>	1	6	7
<i>Hotel</i>	24	25	49
<b>Total</b>	33	36	69

<i>Bajas 2021</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
<i>Jubilación</i>	0	0	0
<i>Finalización de contrato</i>	14	12	26
<i>Cese voluntario</i>	2	2	4
<i>No superación periodo de prueba</i>	1	2	3
<i>Otros</i>	2	8	10
<b>Total</b>	19	24	43

<i>Plantilla por tipo de contrato</i>		<i>Abadía Retuerta (Bodega)</i>	<i>LeDomaine (Hotel)</i>	<i>Servicios centrales</i>	<i>Total</i>
<i>Indefinido</i>	<i>Jornada completa</i>	48	70	14	132
	<i>Jornada parcial</i>	0	3	2	5
<i>Temporal</i>	<i>Jornada completa</i>	13	7	0	20
	<i>Jornada parcial</i>	0	0	0	0

Vemos una tendencia estable de la contratación indefinida frente a la temporal, al igual que en el tipo de jornada, donde la completa se antepone a la parcial.

En este sentido, podemos hablar del ODS 8, desde nuestra adhesión al mismo con la finalidad de lograr una óptima, segura y adecuada actividad.

Las líneas generales en Abadía Retuerta estipulan que, de manera habitual, no contemos con trabajadores externos, por cuenta propia o subcontratados, para la realización de la parte sustancial del trabajo, sino que se busca poder formar y aprender de aquellas personas interesadas en formar parte del equipo.

Bien es cierto, que debemos de hacer mención a dos épocas del año (poda en verde y vendimia), en las que la plantilla se incrementa exponencialmente, y que en esta ocasión sí que hemos contado con la colaboración de empresas de trabajo temporal para poder cubrir esta necesidad temporal de colaboradores/as en la zona del campo.

Estas incorporaciones se realizan durante algunas semanas en primavera y otoño, y es el propio equipo de viñedo el encargado de enseñar a todas aquellas personas que deciden colaborar en las funciones necesarias para hacer dichas tareas.

Aunque la cifra de contratación durante la época de la poda en verde varía según cada año, para esta nueva temporada, como ya hemos mencionado anteriormente, contamos con una empresa de trabajo temporal para la colaboración.

La distribución de la plantilla por edades a la fecha anteriormente mencionada es:

- Entre 19 y 29 años: 21 colaboradores/as.
- Entre 30 y 45 años: 86 colaboradores/as.
- Más de 45 años: 50 colaboradores/as.

En la siguiente tabla podemos comprobar la distribución por género:

	<i>Entre 19 y 29 años</i>	<i>Entre 30 y 45 años</i>	<i>Más de 45 años</i>
<i>Mujeres</i>	6	42	22
<i>Hombres</i>	15	44	28

Hablamos, por tanto, de que la tendencia continúa como hasta ahora, concentrándose el porcentaje mayor de colaboradores/as (más de un 70%) en la franja comprendida entre los 30 y 45 años.

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.

En este año 2021 hemos contado con dos personas con discapacidad, dentro de la plantilla, ambas con contrato indefinido.

Asimismo, 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 “Alianzas Solidarias”).

Contamos con cuatro convenios colectivos de aplicación, con los que el 100% de las personas están cubiertas: 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.

Seguimos trabajando en nuestro proyecto de igualdad y de conciliación, con el que queremos apoyar y facilitar la conciliación entre la vida personal, laboral y familiar.

Cabe señalar que en 2020 obtuvimos la certificación de empresa familiarmente responsable, un reconocimiento que engloba a nuestro comité de igualdad, pasando a ser también comité de efr. De este modo, éste también trabajará sobre nuevas posibles iniciativas y medidas a incluir en el catálogo de empresa familiarmente responsable.







Durante 2021 se han incorporado las siguientes políticas de mejora:

- Acceso a la plataforma Wellwo, una aplicación gratuita destinada a potenciar la salud y bienestar de nuestros colaboradores/as.
- Acuerdo de colaboración con clínicas fisioterapéuticas en Valladolid.
- Cada colaborador/a disfruta de un día libre (a jornada completa) por su fecha de cumpleaños.
- Remuneración flexible como cheque guardería.
- Ampliación de lo marcado legalmente en la excedencia por guarda legal. Hasta los 6 años de vida del hijo/a.
- Ampliación del permiso retribuido por acompañamiento de consulta médica para familiares de hasta primer grado.
- Inclusión de premio por antigüedad, con la incorporación de un programa de reconocimiento.

## La satisfacción de nuestros colaboradores/as

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

- Encuesta Opina
- Encuesta GES

Los principales objetivos de estas encuestas son:

- Conocer el grado de satisfacción y compromiso de la plantilla a nivel global y en cada una 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.

## Canales de comunicación

En este año se han seguido fomentando los diferentes canales de comunicación interna, para que el equipo siga en contacto y permanezca unido a pesar de la distancia.

Desde el 2020 la comunicación interna se ha intensificado, haciendo posible estar más conectados a través de la aplicación "Teams de Microsoft". Y como mayor fuente de comunicación, la creación de un grupo integrado por todas las personas que conforman Abadía Retuerta.



La aplicación ha permitido a los diferentes departamentos de la compañía crear espacios eficientes de trabajo colaborativo, fomentar una comunicación instantánea y un grado de interacción muy fluido entre los equipos. Pero también ha ayudado a mantener una comunicación más cercana con toda la plantilla y a compartir novedades, celebrar reuniones informativas dirigidas por el comité de Dirección y nuevos retos e iniciativas puestas en marcha desde la compañía, además de dotar de información relativa a seguridad y salud.

También se han mantenido otros canales como el correo corporativo y el buzón de sugerencia. Sin embargo, se han procedido a eliminar los tableros de anuncios para ir en línea con nuestro proyecto de 'Paper free' y reducir la impresión de papel.

Los cambios organizativos más influyentes para la organización se difunden, al menos,

con un mes de antelación, de modo que el equipo pueda gestionar estos cambios de manera óptima.

Durante el 2021 se han realizado varios cambios significativos en la estructura departamental de la compañía. De un lado, se ha creado el departamento de Global Marketing y E-business, liderado por una nueva persona incorporada al equipo este mismo año y que forma parte del equipo directivo. Por su parte, el departamento de Ventas de bodega se ha unificado bajo la misma dirección, pasando a ser el departamento de Ventas Globales Nacionales e Internacionales de bodega. Asimismo, en este último año, se han producido dos cambios en el organigrama del comité de dirección, quedando éste compuesto por siete directores de área y un director general.

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

## Seguridad y Salud

La salud de nuestros colaboradores/as es primordial, por ello ponemos a su disposición unas condiciones y beneficios especiales para la contratación de un seguro de salud privado, que incluye cobertura a conyúges e hijos/as.

Para cumplir con la normativa en materia de prevención de riesgos laborales, contamos con ASPY PREVENCIÓN S.L.U., un servicio de prevención externo con el que realizamos la prevención técnica y vigilancia de la salud. Asimismo, contamos con ASEPEYO, como mutua para el seguimiento y control de la seguridad y salud laboral de nuestros colaboradores/as.

Un año más hemos compartido con nuestros colaboradores/as el plan de vacunación para la gripe y les hemos brindado la opción de poderse vacunar e incluir también a sus familiares y convivientes a través de un servicio de prevención ajeno y totalmente gratuito.

Además de la formación en prevención de riesgos laborales establecida según las funciones de cada puesto de trabajo, este año seguimos formando a todos los colaboradores/as en un curso de prevención de riesgos ante posible contagio de SARS-CoV-2.

También este año se ha continuado proveyendo a todos los colaboradores/as de mascarillas quirúrgicas o mascarillas FFP2, en función de la vulnerabilidad del mismo/a.

<i>Datos de Accidentalidad</i>		<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
<i>Número de accidentes (con baja)</i>		<i>3</i>	<i>7</i>	<i>4</i>	<i>10</i>
<i>Número de incidentes (sin baja)</i>		<i>7</i>	<i>16</i>	<i>15</i>	<i>6</i>
<i>Días no trabajados</i>	<i>Por accidente laboral (10 casos en 2021)</i>	<i>32</i>	<i>143</i>	<i>15</i>	<i>342</i>
	<i>Por accidente no laboral</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
	<i>Por enfermedad profesional</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
	<i>Por enfermedad común (87 casos en 2021)</i>	<i>1.032</i>	<i>1.689</i>	<i>2.248</i>	<i>2.212</i>
	<b>Total</b>	<b><i>1.064</i></b>	<b><i>1.832</i></b>	<b><i>2.264</i></b>	<b><i>2.555</i></b>
<i>Índice de absentismo</i>	<i>Por contingencias profesionales</i>	<i>0,05</i>	<i>0,09</i>	<i>0,02</i>	<i>0,022<sup>17</sup></i>
	<i>Por contingencias comunes</i>	<i>1,63</i>	<i>1,93</i>	<i>2,10</i>	<i>3,06<sup>18</sup></i>
<i>Índice de incidencia</i>	<i>Por contingencias profesionales</i>	<i>1,91</i>	<i>4,22</i>	<i>2,63</i>	<i>6,62<sup>19</sup></i>
	<i>Por contingencias comunes</i>	<i>21,66</i>	<i>34,33</i>	<i>29,61</i>	<i>57,62<sup>20</sup></i>

<sup>17</sup> Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores/as, que es de 1,04.

<sup>18</sup> Por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores/as, que es de 3,89.

<sup>19</sup> Muy por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores/as, que es de 13,34.

<sup>20</sup> Por debajo de la media del sector para empresas entre 25 y 250 trabajadores/as, que es de 75,31.



NUESTRO VALOR AÑADIDO: LAS PERSONAS

## Desarrollo profesional

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



Es un enorme orgullo seguir apostando por la formación y desarrollo profesional de todos y cada uno de nuestros colaboradores/as orientados a la promoción del talento profesional y a la creación de entornos laborables inclusivos y positivos. Anualmente destinamos un 0,5% de nuestra facturación total en formación.

Entendemos que la formación y conocimiento es un factor clave en la competitividad y en la capacidad de innovación de la compañía. Estos son los principales beneficios de un plan de formación potente:

- Favorece la igualdad de oportunidades y la promoción personal y profesional.
- Permite al colaborador/a 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.

Este año nuestro **Plan de Formación** ha puesto énfasis en el análisis de las necesidades que, tras la pandemia, se han hecho más visibles y tomado mayor peso dentro de las organizaciones. Aun así, continuamos partiendo de las necesidades identificadas por los propios colaboradores/as y por sus responsables, orientándose a la mejor capacitación posible del equipo para la consecución de los objetivos fijados. Nuestro Plan de Formación está compuesto por:

- Análisis de nuestro objetivo en base a la estrategia de la empresa.
- Búsqueda de las prioridades para el 2021.
- Análisis de las tendencias mundiales en 2021.
- Análisis de las necesidades en formación interna y formación externa.

Las formaciones más relevantes del Plan de Formación 2021 han sido:

- **MBA:** un programa orientado a desarrollar profesionalmente aptitudes en diferentes áreas como son ventas, contabilidad, estadísticas, marketing y finanzas, logística y recursos humanos.
- **Curso superior de Revenue Management:** formación destinada a desarrollar los conocimientos, las habilidades y las

competencias necesarias en la gestión del precio y la capacidad mediante la utilización de herramientas actuales en gestión de la información como el big data.

- **Curso bombonería:** formación orientada a la ampliación de conocimientos en el sector de la pastelería mediante nuevas técnicas de elaboración y tratamiento de los ingredientes.
- **Curso adaptación de texturas:** formación que tiene como finalidad desarrollar nuevos conocimientos dentro de la cocina, con el aprendizaje de nuevas técnicas con los ingredientes.
- **Butler training & new trends in hospitality:** formación orientada a la mejora en la atención al cliente/a y al mayor desarrollo de la búsqueda de la excelencia.
- **Formación ODS:** formación orientada a ampliar conocimientos sobre los objetivos de desarrollo sostenible y la manera de poder trabajar con ellos como base para la medición del desarrollo de la sostenibilidad dentro de las compañías.
- **Formación idiomas:** formación de mejora de conocimiento del idioma orientado a ciertos colaboradores/as de la compañía para su mejora en la expresión hacia el cliente/a.

Las horas de formación del año 2021 por categoría profesional se recogen en la siguiente tabla:

<i>Categoría Profesional</i>	<i>Nº de Horas</i>	<i>Categoría Profesional</i>	<i>Nº de Horas</i>
2º Encargado/a Servicio Técnico .....	54h	Jefe/a de Partida .....	50h
2º Jefe/a de Cocina .....	6h	Jefe/a de Recepción .....	134h
2º Jefe/a de Recepción .....	123h	Jefe/a de Restaurante .....	2h
2º Jefe/a de Sala .....	11h	Monitor/a- Cuidador/a	
Camareros/as de Pisos .....	34,5h	de Colectividades .....	50h
Camareros/as .....	18h	Oficial 2ª Ofic. Auxiliares .....	14h
Cocineros/as .....	32h	Oficial Administrativa/o 1ª .....	112h
Comercial .....	15h	Oficial de 2ª Administración .....	31h
Coordinador/a de Ventas .....	17h	Oficial de Mantenimiento .....	17,5h
Director/a .....	158h	Oficial Servicios Técnicos .....	50h
Encargado/a de Bodega .....	50h	Peón .....	3h
Encargado/a de Sección .....	91,50h	Recepcionista día y noche .....	35h
Encargado/a de Lavandería .....	11,5h	Supervisor/a Colectividades .....	53h
Encargado/a de Servicios Técnicos.....	39,5h	Técnico/a Título Superior .....	100h
Limpiadores/as .....	10h	Titulado/a Grado Superior .....	95h
Gobernante/a .....	71,5h		
Jefe/a Administrativo 1ª .....	48h	<i>Total</i> .....	<i>1591,5h</i>
Jefe/a Administrativo 2ª .....	2h	<i>Mujeres</i> .....	<i>736h</i>
Jefe/a de Catering .....	10h	<i>Hombres</i> .....	<i>855,5h</i>
Jefe/a de Cocina .....	14h		
Jefe/a de Ventas .....	16h		



Con el fin de identificar, desarrollar y retener el talento en la organización, logrando nuestros objetivos a corto, medio y largo plazo, contamos con evaluaciones del desempeño para todas las personas de la organización.

De manera conjunta el manager y el colaborador/a valoran el trabajo realizado durante el año, así como los valores de la compañía.

Durante este 2021, para todos aquellos colaboradores/as que cuentan con una retribución de variable, se ha desarrollado un nuevo sistema de desempeño denominado 'Evolve':

- Los objetivos se centran en los resultados, se crean por uno/a mismo/a y están alineados con las prioridades de la compañía, centrándose donde hay una mayor oportunidad de generar impacto.
- Hay objetivos de equipo y objetivos individuales, a corto plazo y a largo plazo.
- Los objetivos son flexibles y animamos a los colaboradores/as a buscar, dar y recibir *feedback* [retroalimentación] con frecuencia.

Este sistema se basa en el trabajo en equipo, en fomentar las conversaciones 1:1 entre manager y colaborador/a y en reuniones trimestrales de equipo.

A final de año, en el momento de la evaluación, se tendrá en cuenta el cumplimiento de estos

objetivos, el trabajo en equipo y la aportación a nuestros valores y comportamientos. Son cuatro:

- Curiosidad
- Inspiración
- *Unbossed*
- Integridad

### Premios Estrella

Consisten en unos premios mensuales, en el que los propios colaboradores/as eligen por medio de una votación a aquella persona del equipo que durante el mes ha sobresalido notablemente en su puesto de trabajo, más allá de la excelencia esperada, y que ello influya en un 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 reconocer y así premiar. Además, a final de año y por medio de un sorteo se otorga a los premiados/as durante todo el año el premio Estrella Anual.

### Excellence Internship Programme

Programa de prácticas destinado a desarrollar y profesionalizar a estudiantes de diferentes áreas de la compañía. A través de este programa, los alumnos/as de diferentes escuelas, tanto nacionales como internacionales, ponen en práctica aquellos conceptos adquiridos durante su formación en los centros formativos.

# CALICATA

THE DIR BAR



# 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 colaboradores/as de la compañía desde el 1 de julio de 2016), cuyos cinco principios básicos son:

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

Como profundización de este Código de Conducta podemos determinar que los **pilares de la sostenibilidad** de Abadía Retuerta son:

**Responsabilidad ante nuestro legado:** dirigida a preservar y a compartir el legado histórico y natural, nuestra tierra, arte y cultura con las generaciones presentes y futuras.

**Compromiso con nuestros colaboradores/as:** apostamos por el desarrollo personal y profesional, la motivación, la implicación y la iniciativa de nuestros colaboradores/as. 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 el medio rural.

**Excelencia:** observación e innovación, perseverancia y atención al detalle hacen de nuestros productos y servicios una experiencia única para nuestros clientes/as.

**Integridad:** entendemos la integridad como el comportamiento ético y coherente, como 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.

Desde la Junta de Castilla y León, una vez más, nos han concedido la subvención de igualdad y conciliación. Con la asignación recibida hemos desarrollado:

- Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2020 redactada con perspectiva de género.
- Formación a la plantilla en materia de igualdad de oportunidades.
- Campaña de sensibilización sobre la importancia de la conciliación.
- Diseño de un protocolo de desconexión digital.
- Realización de una auditoría salarial de género con el fin de prevenir la brecha salarial.
- Diagnóstico de situación de la empresa en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Un año más recibimos el distintivo Óptima por nuestra labor y puesta en marcha de medidas, procesos de mejora y buenas prácticas en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, conciliación de la vida personal, familiar y laboral y eliminación de la brecha salarial de género. Este distintivo es otorgado por la Junta de Castilla y León.

Contamos además con un **Protocolo de Acoso**, una instrucción técnica sobre 'Elaboración de documentos con lenguaje igualitario' y otra sobre 'Procesos de selección no discriminatorios', ambos activos desde el 1 de octubre de 2016.

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

Nuestra **Política Anti Soborno**, revisada por última vez con fecha 1 de febrero de 2020; y nuestra **Política de Conflicto de Intereses**, cuya última revisión es del 1 de mayo de 2021, son un apoyo clave para regir nuestro comportamiento ético y responsable.





COMPORTAMIENTO ÉTICO  
Y RESPONSABLE

## La toma de decisiones

El máximo órgano de gobierno de la organización (Reunión de Equipo Directivo (REDI)) está formado por los responsables de los diferentes departamentos de Abadía Retuerta S.A.

En este último año, el comité Directivo ha contado con modificaciones, puesto que se ha incorporado a él, la nueva directora global de Marketing y E-business, Esther Marqués. Bajo este departamento queda integrada la Academia del Terruño y el departamento de Venta Directa que, a su vez, cambia de nomenclatura y pasa a denominarse departamento Retail. Por otro lado, el departamento de Ventas Globales de bodega, desde 2021 integra la parte de Ventas Nacionales y Exportación, unificándose la dirección en una sola persona, Diego Canals.

- Enrique Valero: Director General.
- Diego Canals: Director Global de Ventas de bodega.
- Ángel Anocíbar: Director Técnico de bodega y viñedo.
- Carlos Rodrigo: Director Financiero.
- Ana Hernández: Directora de Personas y Organización.
- Alejandra Pedrosa: Directora de Comunicación y PR.
- Sergio Martín: Director de Operaciones de hotel.
- Ángeles Lara: Directora de Ventas de hotel.
- Esther Marqués: Directora Global de Marketing y E- business.



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

Los puestos directivos y de responsabilidad están ocupados por 5 hombres (55,5%) y 4 mujeres (44,4%). Actualmente, hay 6 directivos entre 30 y 50 años (66,7%) y 3 mayores de 50 años (33,33%).

La compañía promueve y garantiza la igualdad de oportunidades en los procesos de **promoción interna y desarrollo profesional**. En este sentido, los puestos de responsabilidad ocupados por mujeres se han incrementado en los últimos años, alcanzando el 40% en los órganos de dirección.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Mujeres</i>	20%	30%	36%	36%	36%	44,4%
<i>Hombres</i>	80%	70%	63%	63%	63%	55,5%

Desde 2014 contamos con el **Comité Operativo de Sostenibilidad**, que en la actualidad se compone de colaboradores/as de los departamentos de Mantenimiento, Finanzas, Marketing & E-business, Laboratorio de bodega, Campo y Bodega, Retail, Personas y Organización, Santuario Wellness & Spa y Comunicación.

El comité se reúne trimestralmente para la revisión de su plan de acción, así como para el análisis de cualquier riesgo y oportunidad relativos a la sostenibilidad.

### Matriz de materialidad

En este año 2021, hemos realizado nuestro informe de Sostenibilidad en colaboración con nuestros grupos de interés sobre los temas más relevantes de la compañía mediante una matriz de materialidad.

Para la elaboración de esta matriz de materialidad se han evaluado aspectos sociales, ambientales y económicos, los cuales se ven reflejados a lo largo de este informe de sostenibilidad y todos ellos analizados desde dos puntos de vista:

- Evaluación de los impactos (eje “x” de la matriz).
- Evaluación de la influencia en los grupos de interés (eje “y” de la matriz).

Una vez realizadas ambas evaluaciones y posicionados todos los temas en la matriz, se procede a trazar la línea por encima de la cual los temas son considerados materiales. Para su evaluación se ha tomado como referencia:

- **Baja:** sin impacto en la organización (valor 5).
- **Media:** con impacto moderado en la organización (valor 40).
- **Alta:** con elevado impacto en la organización (valor 75).
- **Muy alta:** es un tema estratégico para la organización (valor 100).

A continuación se evalúa la probabilidad:

- **Muy baja:** nunca ha ocurrido en el sector (valor 1).
- **Baja:** nunca ha ocurrido en la organización y es muy improbable que pueda ocurrir (valor 2).
- **Media:** nunca ha ocurrido en la organización, pero podría ocurrir (valor 5).
- **Alta:** ha ocurrido en la organización en los últimos cinco años (valor 7).
- **Muy alta:** ha ocurrido en la organización el último año (valor 10).

El impacto en los resultados de la organización se calcula como relevancia por probabilidad y constituye el eje 'X' de la organización.

La influencia en los grupos de interés se valora en tres rangos:

- **Baja:** el grupo de interés nunca o casi nunca se preocupa por este tema (valor 2).
- **Media:** el grupo de interés puede preocuparse por este tema bajo determinadas circunstancias (valor 6).
- **Alta:** el grupo de interés siempre se preocupa por este tema (valor 10).

Los valores establecidos en cada rango son iguales para cada grupo de interés. Es decir, no

se ha dado prioridad a la valoración de ningún grupo de interés sobre otro.

La influencia en las opiniones y en las decisiones de los grupos de interés se calcula como **media aritmética de la influencia de cada uno de los seis grupos de interés**. Y constituye el eje y la matriz de materialidad. La identificación que hemos realizado en cuanto a los grupos de interés ha sido:

- Clientes/as.
- Colaboradores/as.
- Accionistas.
- Proveedores/as, contratistas y empresas colaboradoras.
- Sociedad.
- Medios de Comunicación.

### Construcción de la matriz de materialidad

La matriz de materialidad se construirá posicionando los distintos temas sobre los ejes 'X' e 'Y'. Se trazará una línea curva cóncava que dividirá los temas materiales (aquellos que quedan por encima de la línea) de los temas no materiales (por debajo de la línea).

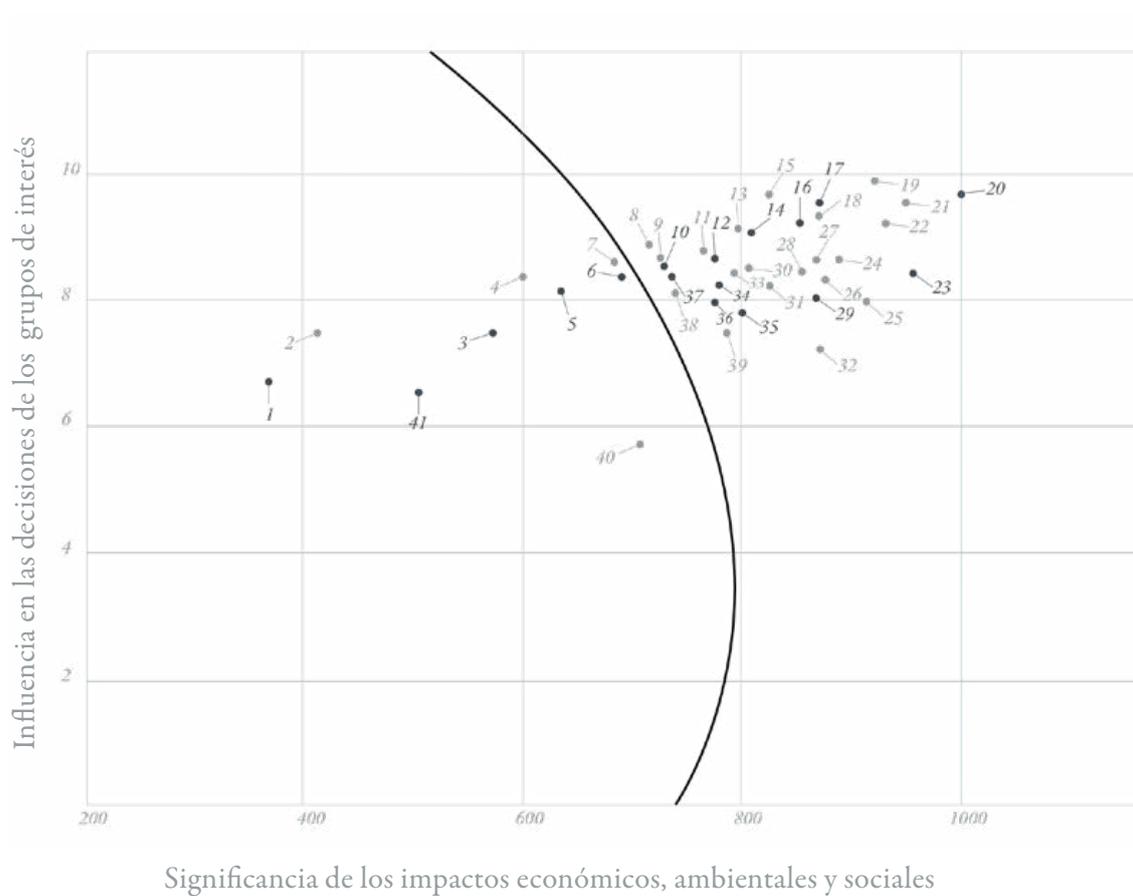
La empresa decidirá la posición de dicha línea, que podrá ser modificada con el paso del tiempo, siempre desde la óptica de la mejora continua.

ABADÍA RETUERTA



Por tanto, nuestra matriz de materialidad queda definida de la siguiente manera:

### Matriz de materialidad



1. *Lucha contra la corrupción y el soborno.*
2. *Alianzas.*
3. *Estructura de gobernanza.*
4. *Impactos, riesgos y oportunidades.*
5. *Relación con los grupos de interés.*
6. *Colaboración con asociaciones, empresas e instituciones.*
7. *Modelo de negocio y mercados servidos.*
8. *Certificado ambiental.*
9. *Marketing responsable.*
10. *Emisiones.*
11. *Economía circular y gestión de residuos.*
12. *Consumo responsable de materias primas.*
13. *Gestión de calidad.*
14. *Producción ecológica.*
15. *Posicionamiento y visibilidad.*
16. *Transparencia y trazabilidad.*
17. *Salud y seguridad de clientes/as y consumidores/as.*
18. *Ética y cumplimiento.*
19. *Satisfacción del cliente/a.*
20. *Privacidad del cliente/a.*
21. *Patrimonio natural, cultural, artístico e histórico.*
22. *Cumplimiento legal ambiental.*
23. *Gestión del agua.*
24. *Energía.*
25. *Salud y seguridad en el trabajo.*
26. *Respeto de los Derechos Humanos.*
27. *Innovación y digitalización.*
28. *Gestión sostenible y comunicación.*
29. *Diversidad, igualdad e inclusión.*
30. *Comunidades locales y acción social.*
31. *Cambio climático.*
32. *Conciliación.*
33. *Liderazgo y gestión ambiental.*
34. *Inversión sostenible.*
35. *Empleo.*
36. *Cadena de suministro y abastecimiento responsable.*
37. *Desempeño económico.*
38. *Biodiversidad.*
39. *Formación y desarrollo.*
40. *Comunicación interna.*
41. *Principio o enfoque de precaución.*

Se propone el trazado para la frontera entre los aspectos no materiales y los materiales, de acuerdo con lo reflejado en la gráfica anterior.

De este modo, el listado de temas materiales que se genera es el siguiente:

#### Temas de sostenibilidad institucional y económica:

- Desempeño económico.
- Innovación y digitalización.
- Posicionamiento y visibilidad.
- Inversión sostenible.

#### Temas sociales:

- Respeto de los Derechos Humanos.
- Diversidad, igualdad e inclusión.
- Empleo.
- Conciliación.
- Salud y seguridad en el trabajo.
- Salud y seguridad de clientes/as y consumidores.
- Formación y desarrollo.
- Privacidad del cliente/a.
- Marketing responsable.
- Satisfacción del cliente/a.
- Cadena de suministro y abastecimiento responsable.

- Comunidades locales y acción social.
- Patrimonio natural, cultural, artístico e histórico.
- Ética y cumplimiento.

#### Temas ambientales:

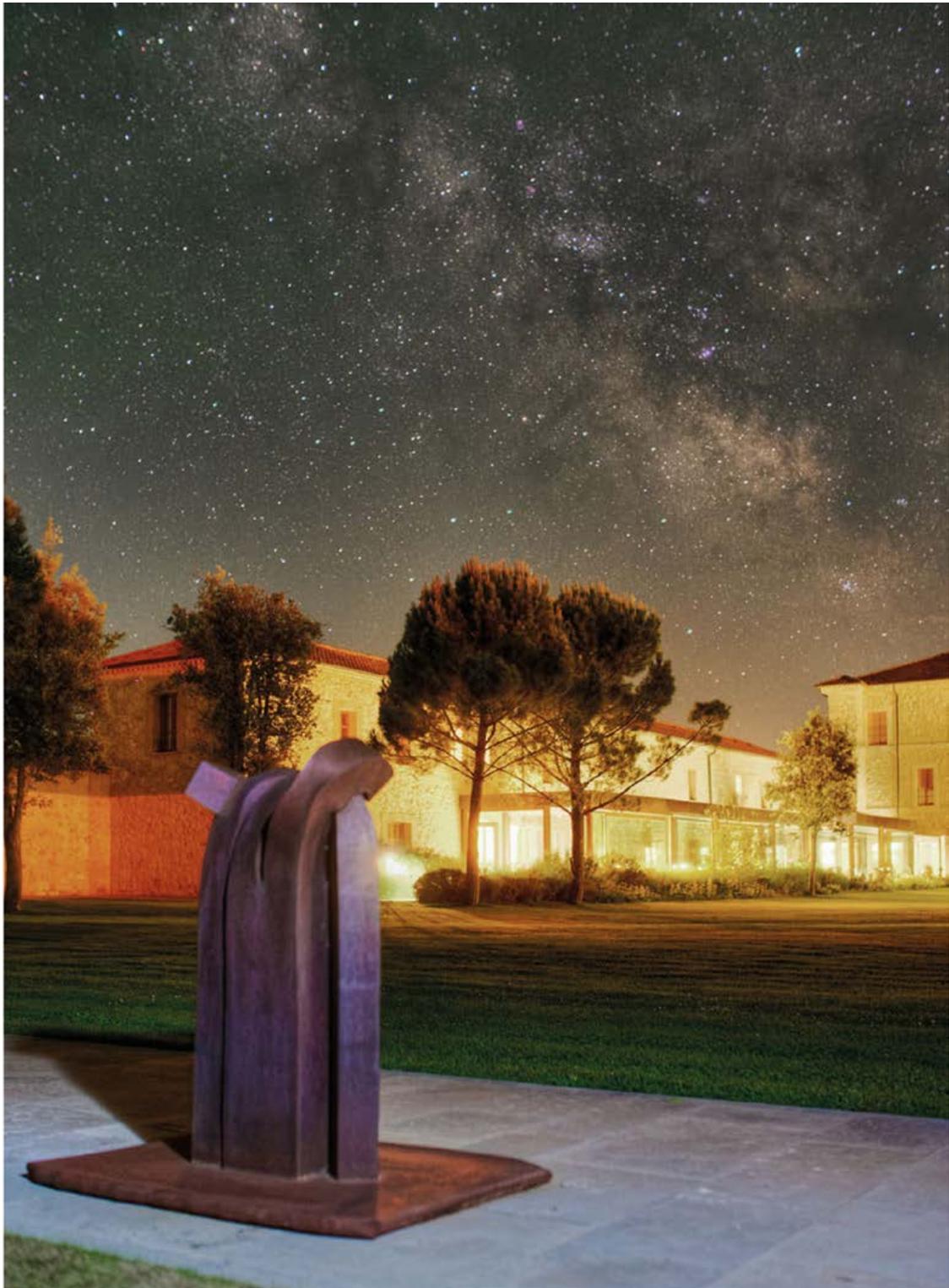
- Certificación ambiental.
- Cumplimiento legal ambiental.
- Emisiones.
- Cambio climático.
- Economía circular y gestión de residuos.
- Gestión del agua.
- Consumo responsable de materias primas.
- Energía.
- Biodiversidad.
- Producción ecológica.
- Liderazgo en gestión ambiental.

#### Otros temas:

- Gestión de la calidad.
- Gestión sostenible y comunicación.
- Transparencia y trazabilidad.

Para la elección de los temas potenciales a tratar se hizo un estudio de fuentes, tanto internas como externas, para un correcto análisis.

ABADÍA RETUERTA





ABADIA RETUERTA

*Pago Negralada*

TEMPRANILLO 20

# Acerca de este Informe

---



El Informe de Sostenibilidad de 2021 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.

Asimismo, se ha buscado en su elaboración, y 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 el comité Operativo de Sostenibilidad.

Este informe cubre el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2021 e incluye información relativa a la sociedad Abadía

Retuerta S.A (bodega Abadía Retuerta y hotel LeDomaine). Existen informes previos correspondientes a los años 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020.

Durante este año no ha habido 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 informes 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 Sostenibilidad con periodicidad anual.

Los grupos de interés han sido seleccionados teniendo en cuenta lo reflejado en el Código de Conducta.

<i>Grupos de Interés</i>	<i>Canales de Comunicación</i>	<i>Temas Materiales</i>
<i>Clientes/as</i>	<i>Dpto. de Comunicación</i> <i>Dpto. de Bodega y Viñedo</i> <i>Dpto. de Ventas bodega</i> <i>(Nacional y Exportación)</i> <i>Dpto. de Ventas hotel</i> <i>(Nacional e Internacional)</i> <i>Dpto. de Retail</i>	<i>Salud y seguridad</i> <i>de los clientes/as</i> <i>Marketing y etiquetado</i> <i>Privacidad del cliente/a</i>
<i>Colaboradores/as</i>	<i>Dpto. de Personas y Organización</i>	<i>Empleo</i> <i>Relaciones colaborador/a-empresa</i> <i>Salud y seguridad en el trabajo</i> <i>Formación y enseñanza</i> <i>Diversidad e igualdad de oportunidades</i> <i>No discriminación</i>
<i>Accionistas</i>	<i>Consejo de Administración</i>	<i>Desempeño económico</i>
<i>Proveedores/as, contratistas y empresas colaboradoras</i>	<i>Dpto. de Comunicación</i> <i>Dpto. de Bodega y Viñedo</i> <i>Dpto. de Finanzas y Logística</i> <i>Dpto. de Personas y Organización</i>	<i>Desempeño económico</i> <i>Evaluación ambiental de proveedores/as</i> <i>Evaluación social de proveedores/ras</i>
<i>Medios de comunicación (prensa)</i>	<i>Dpto. de Comunicación</i>	<i>Materiales</i> <i>Energía</i> <i>Agua</i> <i>Biodiversidad</i> <i>Emisiones</i> <i>Efluentes y residuos</i> <i>Evaluación de derechos humanos</i> <i>Comunidades locales</i>
<i>Sociedad</i>	<i>Dpto. de Comunicación</i> <i>Dpto. de Personas y Organización</i>	<i>Evaluación de derechos humanos</i> <i>Comunidades locales</i>

<i>Temas Materiales</i>	<i>Cobertura Interna</i>	<i>Cobertura Externa</i>
<i>Desempeño económico</i>		
<i>201: Desempeño económico</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Accionistas</i>
<i>Desempeño ambiental</i>		
<i>301: materiales</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>302: energía</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>303: agua</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>304: biodiversidad</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>305: emisiones</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>306: efluentes y residuos</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>308: evaluación ambiental de proveedores/as</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Proveedores/as</i>
<i>Desempeño social</i>		
<i>401: empleo</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Sociedad</i>
<i>402: relaciones trabajador/a-empresa</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	
<i>403: salud y seguridad en el trabajo</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	
<i>404: formación y enseñanza</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	
<i>405: diversidad e igualdad de oportunidades</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Sociedad</i>
<i>406: no discriminación</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Sociedad</i>
<i>412: evaluación de derechos humanos</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Sociedad</i>
<i>413: comunidades locales</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Sociedad</i>
<i>414: evaluación social de proveedores/as</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Proveedores/as</i>
<i>416: salud y seguridad de los clientes/as</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Clientes/as</i>
<i>417: marketing y etiquetado</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Clientes/as</i>
<i>418: privacidad del cliente/a</i>	<i>Abadía Retuerta / LeDomaine</i>	<i>Clientes/as</i>

## Índice de contenidos GRI

### Contenidos Generales

Código	Tema	Página
GRI 102	<b>Contenidos generales (2016)</b>	
102-1	Nombre de la organización .....	145
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios .....	17, 26, 27, 31, 36, 37
102-3	Ubicación de la sede .....	154
102-4	Ubicación de las operaciones .....	154
102-5	Propiedad y forma jurídica .....	145
102-6	Mercados servidos .....	23
102-7	Tamaño de la organización .....	17, 31, 119, 120, 121, 152
102-8	Información sobre empleados/as y otros trabajadores/as .....	119, 120, 121
102-9	Cadena de suministro .....	26, 27, 36, 37
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro .....	145
102-11	Principio y enfoque de precaución .....	47
102-12	Iniciativas externas .....	29, 47, 82, 91
102-13	Afiliación a asociaciones .....	115, 116
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones .....	14, 15
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta .....	145
102-18	Estructura de gobernanza .....	136
102-40	Lista de grupos de interés .....	146
102-41	Acuerdos de negociación colectiva .....	123
102-42	Identificación y selección de grupos de interés .....	138, 146
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés .....	147
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados .....	146, 147
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados .....	147
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema .....	152, 153
102-47	Lista de temas materiales .....	141, 147
102-49	Cambios en la elaboración de informes .....	145
102-50	Periodo objeto del informe .....	145
102-51	Fecha del último informe .....	145
102-52	Ciclo de elaboración de informes .....	145
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe .....	154
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI .....	145
102-55	Índice de contenidos GRI .....	148, 149, 150, 151
102-56	Verificación externa .....	145
GRI 103	<b>Enfoque de gestión (2016)</b>	
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*

<i>Código</i>	<i>Tema</i>	<i>Página</i>
GRI 201	<i>Desempeño económico (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 201</i> .....	14, 15, 133, 134, 136,137, 145, 147, 152, 153
201-1	<i>Valor económico directo generado y distribuido</i> .....	152, 153
201-2	<i>Implicaciones financieras y otros riesgos, y oportunidades derivadas del cambio climático</i> .....	54
201-4	<i>Asistencia financiera recibida por el Gobierno de España</i> .....	18, 35, 153

*Desempeño Ambiental*

<i>Código</i>	<i>Tema</i>	<i>Página</i>
GRI 301	<i>Materiales (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 301</i> .....	47, 63, 74, 75, 133, 134, 145
301-1	<i>Materiales utilizados por peso o volumen</i> .....	24, 35
GRI 302	<i>Energía (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 302</i> .....	47, 63, 74, 75, 133, 134, 145
302-1	<i>Consumo energético dentro de la organización</i> .....	63
302-3	<i>Intensidad energética</i> .....	74, 75
302-4	<i>Reducción del consumo energético</i> .....	58, 59, 60, 64, 67
GRI 303	<i>Agua (2018)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 303</i> .....	14, 15, 76, 77, 78, 80, 133, 145
303-1	<i>Interacción con el agua como recurso compartido</i> .....	47, 76
303-3	<i>Extracción del agua</i> .....	76
303-4	<i>Vertido del agua</i> .....	81
303-5	<i>Consumo del agua</i> .....	77
GRI 304	<i>Enfoque de gestión 304 (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 304</i> .....	15, 82, 83, 85, 86, 133, 134, 136, 145
304-1	<i>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</i>	
304-2	<i>Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad</i> .....	82, 83
304-3	<i>Hábitats protegidos o restaurados</i> .....	24, 86

	<i>Página</i>
<b>GRI 305</b> <i>Emisiones (2016)</i>	
103 <i>Enfoque de gestión 305</i> .....	47, 59, 60, 133, 134, 145
305-1 <i>Emisiones directas de GEI (alcance 1)</i> .....	59, 60
305-2 <i>Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)</i> .....	59, 60
305-3 <i>Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)</i> .....	59
305-4 <i>Intensidad de las emisiones de GEI</i> .....	59, 60
<b>GRI 306</b> <i>Efluentes y residuos (2016)</i>	
103 <i>Enfoque de gestión 306</i> .....	47, 88, 89, 90, 91, 133, 134, 145
306-1 <i>Vertido de aguas en función de su calidad y destino</i> .....	81
306-2 <i>Residuos por tipo y método de eliminación</i> .....	88, 89, 90, 91
<b>GRI 308</b> <i>Evaluación ambiental de proveedores (2016)</i>	
103 <i>Enfoque de gestión 308</i> .....	99, 100, 133, 134, 145
303-1 <i>Nuevos proveedores/as que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales</i> .....	100

### *Desempeño Social*

<i>Código</i>	<i>Tema</i>	<i>Página</i>
<b>GRI 401</b>	<i>Empleo (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 401</i> .....	119, 133, 134, 136, 145
401-1	<i>Nuevas contrataciones de empleados/as y rotación de personal</i> .....	121
<b>GRI 402</b>	<i>Relaciones trabajador/a-empresa (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 402</i> .....	119, 122, 123, 125, 126
402-1	<i>Plazos de avisos mínimos sobre cambios operacionales</i> .....	126
<b>GRI 403</b>	<i>Salud y seguridad en el trabajo (2018)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 403</i> .....	119, 127, 133, 134, 145
403-8	<i>Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo</i> .....	127
403-9	<i>Lesiones por accidente laboral</i> .....	127
403-10	<i>Dolencias y enfermedades laborales</i> .....	127
<b>GRI 404</b>	<i>Formación y desarrollo (2016)</i>	
103	<i>Enfoque de gestión 404</i> .....	119, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 145
404-1	<i>Media de horas de formación al año por empleado/a</i> .....	130
404-3	<i>Porcentaje de empleados/as que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional</i> .....	131

	<i>Página</i>
<b>GRI 405</b>	<b><i>Diversidad e igualdad de oportunidades (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 405</i> ..... 133, 134, 136, 137
405-1	<i>Diversidad en órganos de gobierno y empleados/as</i> ..... 122, 123, 136, 137
<b>GRI 406</b>	<b><i>No discriminación (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 406</i> ..... 119, 133, 134, 136
406-1	<i>Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas</i> ..... 126
<b>GRI 412</b>	<b><i>Evaluación de derechos humanos (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 412</i> ..... 133, 134, 136, 137, 145
412-1	<i>Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos</i> ..... 116
<b>GRI 413</b>	<b><i>Comunidades locales (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 413</i> ..... 107, 133, 134, 145
413-1	<i>Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo</i> ..... 107, 108, 109, 111, 112
<b>GRI 414</b>	<b><i>Evaluación social de proveedores/as (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 414</i> ..... 100, 133, 134, 145
414-1	<i>Nuevos proveedores/as que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales</i> ..... 100
<b>GRI 416</b>	<b><i>Salud y seguridad de los clientes/as (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 416</i> ..... 29, 133, 134, 145
416-1	<i>Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios</i> ..... 29, 38
416-2	<i>Casos de incumplimiento relativos a impactos en la salud o seguridad de las categorías de productos o servicios</i> ..... 29
<b>GRI 417</b>	<b><i>Marketing y etiquetado (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 417</i> ..... 29, 133, 145
417-2	<i>Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios</i> ..... 29
417-3	<i>Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing</i> ..... 29
<b>GRI 418</b>	<b><i>Privacidad del cliente/a (2016)</i></b>
103	<i>Enfoque de gestión 418</i> ..... 102, 133, 145
418-1	<i>Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente/a y pérdida de datos del cliente/a</i> ..... 102

*Anexo I*  
*Desempeño Económico*



*Datos Económicos 2021*

<i>Ventas mercado nacional</i>	<i>9.967.244</i>
<i>Ventas exportación</i>	<i>2.765.294</i>
<i>Total Ventas</i>	<i>12.738.065</i>
<i>Activos totales de la empresa</i>	<i>20.032.634</i>

*Contacto*

*ABADÍA RETUERTA S.A.  
Carretera Nacional 122, km 332,5  
47340 - Sardón de Duero - Valladolid (España)  
[www.abadia-retuerta.com](http://www.abadia-retuerta.com)  
[info@abadia-retuerta.es](mailto:info@abadia-retuerta.es)*

*Departamento de Personas y Organización,  
Ana Hernández Sancho, directora de Personas y Organización.  
[rsc@abadia-retuerta.es](mailto:rsc@abadia-retuerta.es)*

