



**Alimentando un xeito de ser**  
MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA  
2013-2014



# Índice



	<b>BIENVENIDA DEL PRESIDENTE Y DEL DIRECTOR GENERAL</b> .....	<b>03</b>
	<b>1. DESCUBRE NUESTRA ESENCIA</b> .....	<b>05</b>
	<b>2. FEIRACO EN CIFRAS</b> .....	<b>13</b>
	<b>3. ALIMENTANDO UN XEITO DE SER</b> .....	<b>17</b>
	Nuestro modelo de gestión sostenible	
	<b>4. INNOVACIÓN 360°</b> .....	<b>20</b>
	<b>5. COMPROMISO FEIRACO</b> .....	<b>26</b>
	<b>5.1 SOCIOS</b> .....	<b>28</b>
	<b>5.2 CONSUMIDORES</b> .....	<b>36</b>
	<b>5.3 EQUIPO HUMANO</b> .....	<b>44</b>
	<b>5.4 COLABORADORES</b> .....	<b>54</b>
	<b>5.5 ENTORNO NATURAL</b> .....	<b>56</b>
	<b>5.6 ENTORNO SOCIAL</b> .....	<b>64</b>
	<b>5.7 IDENTIDAD</b> .....	<b>74</b>
	<b>6. SOBRE ESTE INFORME</b> .....	<b>77</b>

## Bienvenida del Presidente



“Esta Memoria supone también una manifestación de la capacidad de la economía social para jugar un papel determinante en la sociedad del siglo XXI”

**P**ara Feiraco incorporar a su Memoria los criterios de sostenibilidad definidos en el modelo estándar Global Reporting Initiative, es un paso más en su compromiso de transparencia con la sociedad, un valor estratégico de la cooperativa desde nuestra fundación en 1968 y que ha guiado este ya largo recorrido temporal de más de cinco décadas. Un compromiso que el Consejo Rector y su presidente asumimos como continuidad de una obligación con nuestros socios, clientes y consumidores, instituciones y entidades de las que formamos parte y otros grupos de interés, para que puedan conocer los ejes de desarrollo y contenidos de las acciones de Feiraco y la Fundación Feiraco en el ejercicio de su Responsabilidad Social Corporativa, que se suman a la labor de prestación de servicios a miles de familias gallegas que son o han pertenecido a la cooperativa, y que han encontrado en ella una oportunidad para desarrollarse y mejorar.

Feiraco presenta su Memoria de Sostenibilidad en un momento dulce de su trayectoria empresarial, culminando en 2015 con pleno éxito el plan de viabilidad que superó los problemas de la primera década del siglo XXI. Superada esa fase, la cooperativa ha disfrutado de años sucesivos de fortalecimiento de su estructura social y económica, lo que ha redundado tanto en la mejora de la competitividad de las explotaciones de los socios, como en la generación de valor para la cooperativa, que se dispone así a afrontar el futuro en una posición social y de mercado muy relevante.

Sin embargo, el nuevo escenario de la política agraria de la Unión Europea, con la desaparición de las cuotas lácteas produce incertidumbre. Tenemos la obligación de asumir que el futuro que se abre ante nosotros es el de competir abiertamente en un mercado deficitario como el español, en el que las importaciones europeas afectan a la formación de los precios; para lo que deberemos incidir en aquello que nos ha hecho mejorar, la formación de los socios, la mejora de las explotaciones, la cualificación de los trabajadores, la innovación, la apuesta por la sostenibilidad, la participación institucional; un **esfuerzo individual y colectivo de toda la comunidad que constituye y rodea a Feiraco, que es su mayor patrimonio, ser parte de un proyecto común.**

**Esta Memoria supone también una manifestación de la capacidad de la economía social y el cooperativismo de continuar desempeñando un papel determinante y socialmente responsable, en el desarrollo económico y social en el mundo del siglo XXI.** Gracias a todos los lectores que se aproximen a esta Memoria, serán bien recibidos y esperamos sus opiniones y su amistad.

**José Severino Montes Pérez**  
Presidente

## Bienvenida del Director General



“El sector lácteo cooperativo gallego tiene necesidad de unirse y desarrollar proyectos comunes, lo que resulta imprescindible para que Galicia mantenga una industria cooperativa fuerte”

**E**n la edición de la anterior Memoria hacía hincapié en cuatro factores determinantes que afectaban a nuestra cooperativa: el **relevo generacional en las explotaciones; la búsqueda de la rentabilidad y la eficiencia en las granjas** de los socios y la industria cooperativa; la propuesta de **aportación de valor a los consumidores como resultado de un largo compromiso con la innovación; y la adecuación de nuestros procesos y métodos a todos los indicadores de excelencia que miden la actividad empresarial.**

Feiraco lleva ya una larga trayectoria en los distintos canales de la distribución comercial y la hostelería; **líder en Galicia con la marca Feiraco, la cooperativa amplía su gama de productos y referencias, aportando al mercado la leche Premium Única**, que consideramos “la mejor leche del mundo” tanto por sus cualidades nutricionales como por su extraordinario y único sabor; y se dispone a sorprender al mercado con nuevos productos que generan valor a los consumidores. También quisiera resaltar la **gama de yogures y postres Clesa, en plena continuidad y desarrollo.** Un proyecto empresarial que compartimos con diez cooperativas y que demuestra que el **sector lácteo cooperativo tiene una alta capacidad de unirse y desarrollar proyectos comunes, imprescindibles para que Galicia mantenga una industria cooperativa fuerte** que dé garantía y seguridad a la producción láctea.

Feiraco asume la responsabilidad social como el eje estratégico de su desarrollo empresarial, y se dispone a iniciar un nuevo ciclo de su actividad: más dimensión, internacionalización, más innovación, acuerdos corporativos, crecer y garantizar la producción láctea en Galicia, competir con nuestras fortalezas en un mundo cambiante en el que no hay fronteras.

Esa es nuestra tarea para seguir siempre en vanguardia.

**José Luis Antuña**  
Director General



# 1 Descubre nuestra esencia

 Descubre nuestra esencia

**Nuestra Historia**

*Momentos que nos han hecho crecer, mejorar y superarnos*

**1968**  
*Aquí empieza todo*



Unión de ganaderos del valle de Barcala

**1970**  
Construcción de la fábrica de piensos

**1971**  
Recogida y comercialización de leche

**1974**  
Envasado UHT e inauguración de la planta

**1980** *Crecemos*  
**1990**  
Premio "ciudadano" a la mejor relación calidad precio y premio Carrefour a la mejor leche



Nuevos servicios: economatos, gasolinera, taller y veterinaria



**hoy**



**2000**  
Planta de cogeneración

**2007**  
Lanzamiento FEIRACO Única



**2009**  
Primer Premio Europeo a la Innovación Cooperativa

**2010**  
Certificado por AENOR  
Certificación Letra "Q"

**2010**  
Certificación Empresa Familiarmente Responsable

**2011**  
Certificación Galega 100%

**2011**  
Distintivo Igualdad en la Empresa

**2012**  
Certificación ISO 22000

*La calidad, un pilar estratégico*

**2013**  
Adhesión Convenio Productos Lácteos Sostenibles

Premio a la Mejor Pyme Agroalimentaria por los clientes de Carrefour



**2014**

Reconocimiento Empresa Socialmente Responsable. Miembro del Grupo de Representación Empresarial en RSE de la Xunta de Galicia

*La innovación como apuesta de futuro*

## Descubre nuestra esencia

### Nuestra Historia

Nuestro viaje comenzó cuando nos **constituimos como cooperativa, en el año 1968**, con el objetivo de fortalecer la maltrecha economía de la zona de A Barcala y convertirnos en uno de los motores que impulsara el **desarrollo socioeconómico de la región**, facilitando la investigación y la innovación en el sector agroganadero.

Casi 50 años más tarde, seguimos trabajando para alimentar una forma de ser basada en **valores como la cooperación, la generosidad y el respeto al medio ambiente y a nuestro entorno**.

Actualmente Feiraco es un referente en el sector lácteo gallego. **La cooperativa recoge y procesa toda la leche de vaca producida por las explotaciones de sus socios ganaderos, a los que garantiza todos los servicios necesarios para que puedan desarrollar su actividad.**

Además mantenemos un **firme compromiso con la calidad para ofrecer los mejores productos lácteos, saludables y elaborados de manera responsable y sostenible.**



### Comprometidos con nuestros valores

#### Misión, Visión y Valores

Detrás de nuestra declaración de **visión, misión y valores se refleja nuestra forma de ser, nuestra esencia.**

#### Misión

Ser la **cooperativa de referencia** en servicios agroganaderos, líder del **sector lácteo en Galicia.**

#### Visión

Impulsar un **modelo cooperativo** empresarial, **rentable, competitivo**, profesionalizado, **generador de valor** y con una dimensión relevante, **contribuyendo así a la sostenibilidad** del sector agroalimentario gallego y español.

## Descubre nuestra esencia

### Valores Feiraco



#### “Cooperación-Cooperativismo”

El **socio y el espíritu asociacionista es la pieza clave** del engranaje que hizo posible la creación de Feiraco como cooperativa. Socios que han sabido adaptarse a los cambios del paso del

tiempo y que han hecho posible la modernización del agro gallego. **Todos ellos son la historia viva de Feiraco que han ayudado, con su esfuerzo, a construir la Galicia de hoy.**



#### “Calidad”

Nuestro método, **Calidad de Principio a Fin**, sustenta el trabajo en toda la cadena de valor. El bienestar animal, la seguridad alimentaria garantizada, la certificación de nuestras granjas y la innovación permanente a través de la investigación, hacen de la calidad la piedra angular de Feiraco.



#### “Compromiso”

Compromiso con nuestros **Socios, Consumidores, Equipo Humano, Colaboradores, Entorno Natural, Entorno Social e Identidad**

#### “Naturalidad”

En Feiraco desarrollamos un proceso totalmente natural que nos permite obtener la leche de calidad, procedente del cuidado y alimentación natural de nuestras vacas, y que se sustenta sobre **dos pilares clave: granjas certificadas en seguridad alimentaria y bienestar animal.**



#### “Galeguidade”

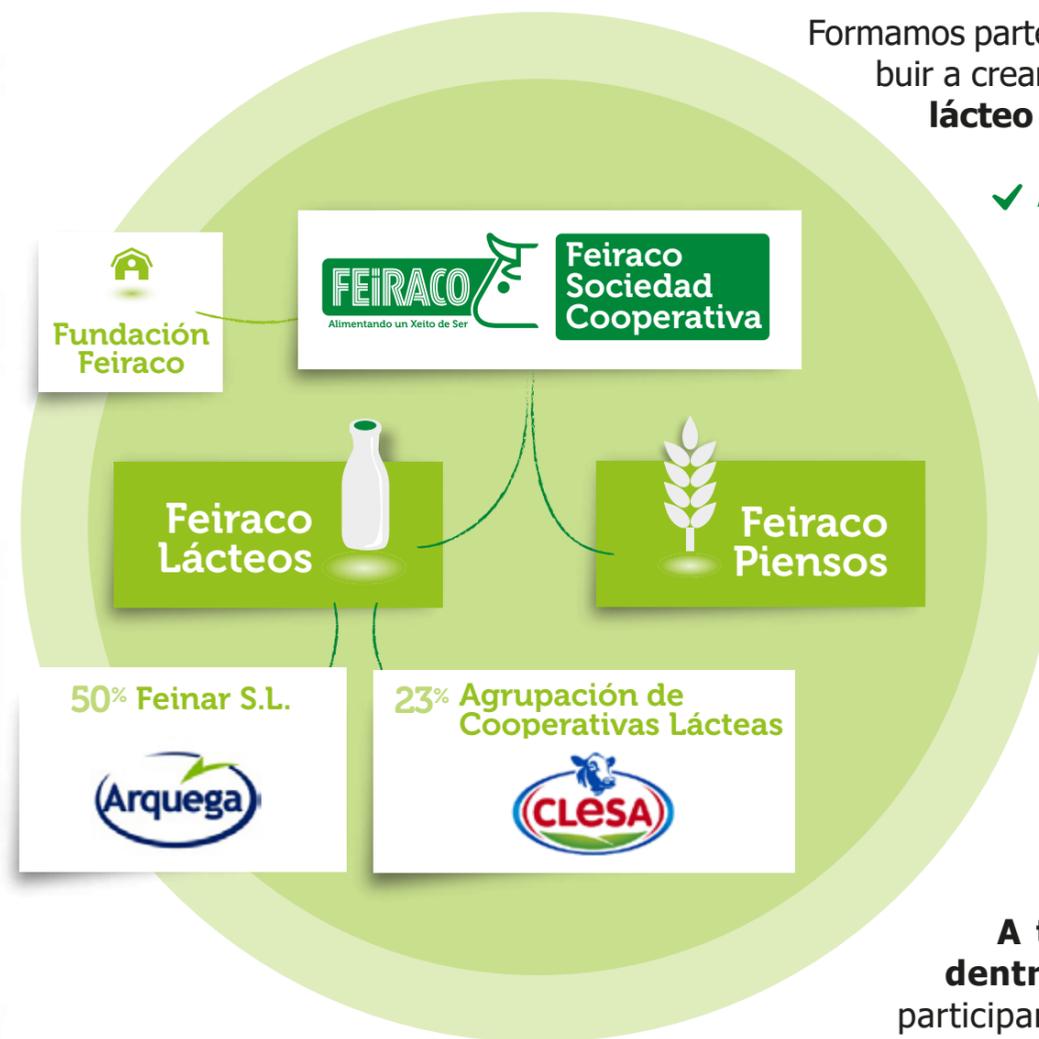
**Nuestro compromiso con Galicia viene determinado en nuestros genes como marca indiscutible de identidad.** Nuestra apuesta por Galicia y por el desarrollo económico del rural, se pone de manifiesto en las numerosas acciones de amplio alcance sociocultural que desarrollamos para poner en valor nuestro patrimonio.



## Descubre nuestra esencia

### Modelo Organizativo

G4-17



### Alianzas

Formamos parte de diversas asociaciones de carácter sectorial con el objetivo de contribuir a crear una **masa crítica que trabaje por la mejora continua del sector lácteo y agroganadero en Galicia y en el resto de España.**

- ✓ **AEDIPE.** Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas
- ✓ **AGACA.** Asociación Gallega de Cooperativas Agroalimentarias
- ✓ **APD.** Asociación para el Progreso de la Dirección
- ✓ **Clúster Alimentario de Galicia**
- ✓ **Consello Galego de Cooperativas**
- ✓ **FENIL.** Federación Nacional de Industrias Lácteas
- ✓ **Grupo de Representación Empresarial de RSE de la Xunta de Galicia**
- ✓ **Cooperativas Agroalimentarias de España**
  - Consejo Rector
  - Presidencia de la sectorial de leche

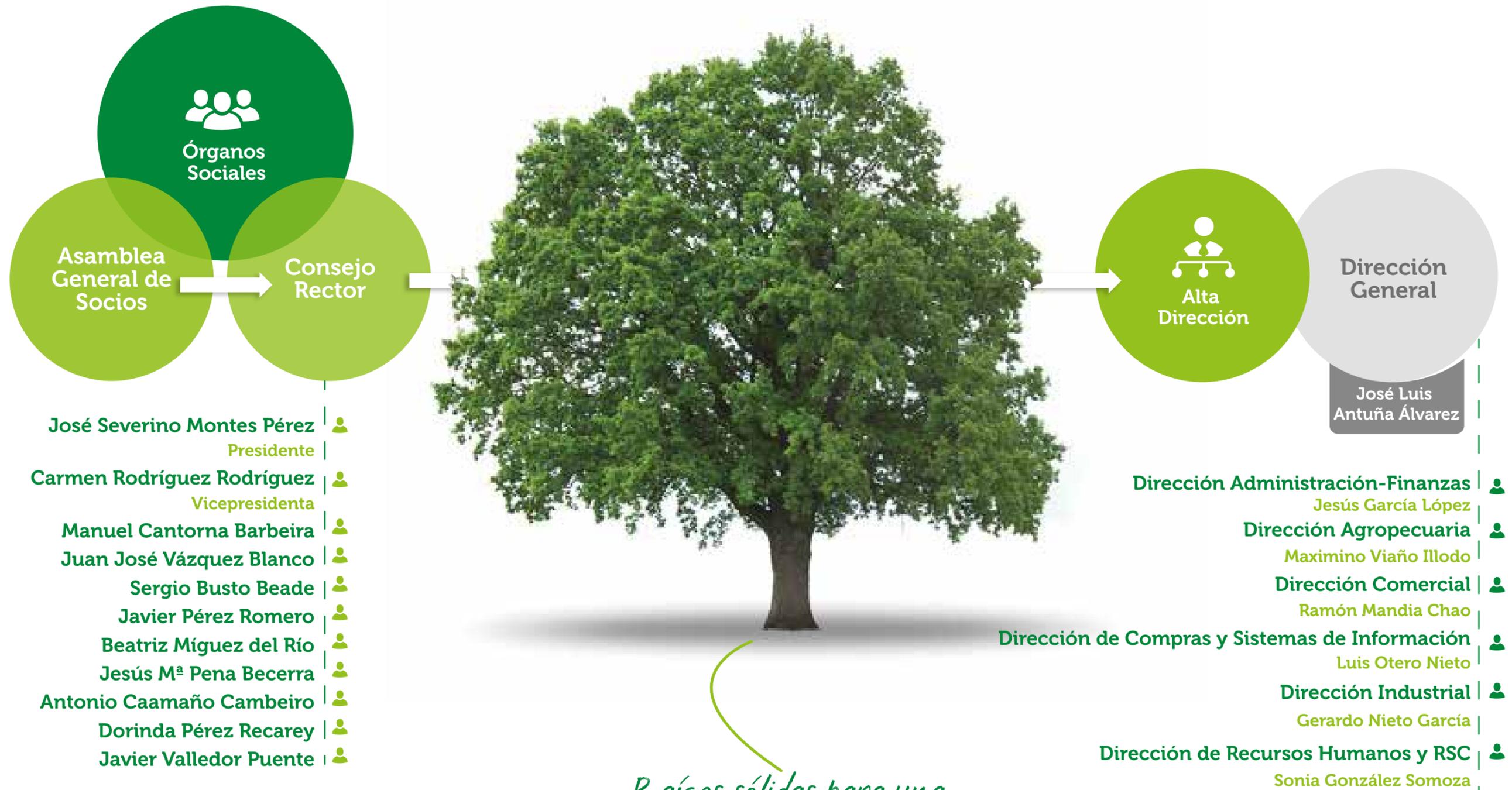
**A través de estas asociaciones jugamos un papel muy activo dentro del sector cooperativo y lácteo.** Es destacable el hecho de que participamos en numerosos estudios sectoriales de la Xunta de Galicia, el MAGRAMA, el INE, el FOGGA y el GECOLE.

Como miembros comprometidos con la comunidad impulsamos la **FUNDACIÓN FEIRACO**, la entidad a través de la cual **promovemos iniciativas dirigidas a la protección del medio ambiente, a la investigación, al desarrollo y a la solidaridad.**

 Descubre nuestra esencia

**Modelo organizativo**

Órganos de Gobierno



- José Severino Montes Pérez**   
Presidente
- Carmen Rodríguez Rodríguez**   
Vicepresidenta
- Manuel Cantorna Barbeira** 
- Juan José Vázquez Blanco** 
- Sergio Busto Beade** 
- Javier Pérez Romero** 
- Beatriz Míguez del Río** 
- Jesús M<sup>a</sup> Pena Becerra** 
- Antonio Caamaño Cambeiro** 
- Dorinda Pérez Recarey** 
- Javier Valledor Puente** 

- Dirección Administración-Finanzas**   
Jesús García López
- Dirección Agropecuaria**   
Maximino Viaño Illodo
- Dirección Comercial**   
Ramón Mandia Chao
- Dirección de Compras y Sistemas de Información**   
Luis Otero Nieto
- Dirección Industrial**   
Gerardo Nieto García
- Dirección de Recursos Humanos y RSC**   
Sonia González Somoza

José Luis Antuña Álvarez

*Raíces sólidas para una buena gestión y gobierno*



## Descubre nuestra esencia

### Compromiso en la Gestión

Trabajamos día a día para que nuestro sistema de gobierno y gestión se traduzca en un mayor respeto a los derechos de los cooperativistas, consumidores, trabajadores, proveedores y comunidad. La responsabilidad social y la gestión ética son valores que ejercemos en nuestra forma de ser como entidad y que impulsamos a través de instrumentos como nuestro **Código de Conducta o nuestro Protocolo de Prevención y Actuación frente a cualquier tipo de acoso en el trabajo**, o con la adhesión a iniciativas como:

Garantiza la trazabilidad y el origen español de la leche y certifica que ha sido contratada en unas condiciones que velan por la sostenibilidad económica del sector lácteo.

Nuestra adhesión a la Red del Pacto Mundial de Naciones Unidas implica nuestro compromiso con los 10 Principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.



Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.



*Los siete principios cooperativos son el estandarte de nuestro modelo de gestión*

## Descubre nuestra esencia

### Certificaciones



Estas certificaciones **acreditan nuestra calidad en la gestión, en nuestros productos, y nos conducen a procesos de mejora continua y a la búsqueda de la excelencia.**





## 2 Feiraco en cifras

# Feiraco en Cifras

## Desde Galicia para el mundo

Sede social de FEIRACO y principales mercados en donde distribuye sus productos.

### Mercados nacionales:

Sede social  
**Ponte Maceira (Ames)**

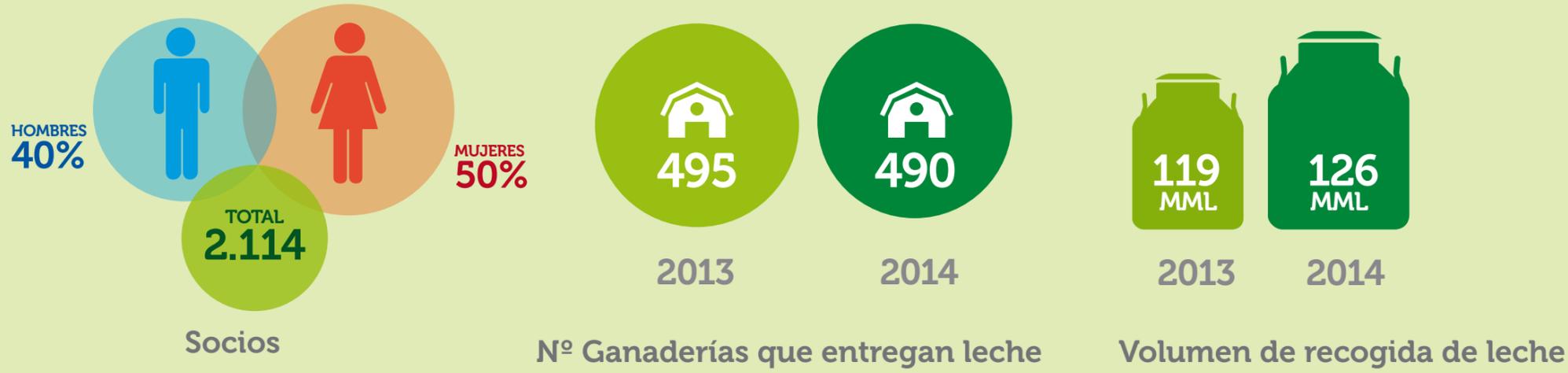


### Mercados internacionales:



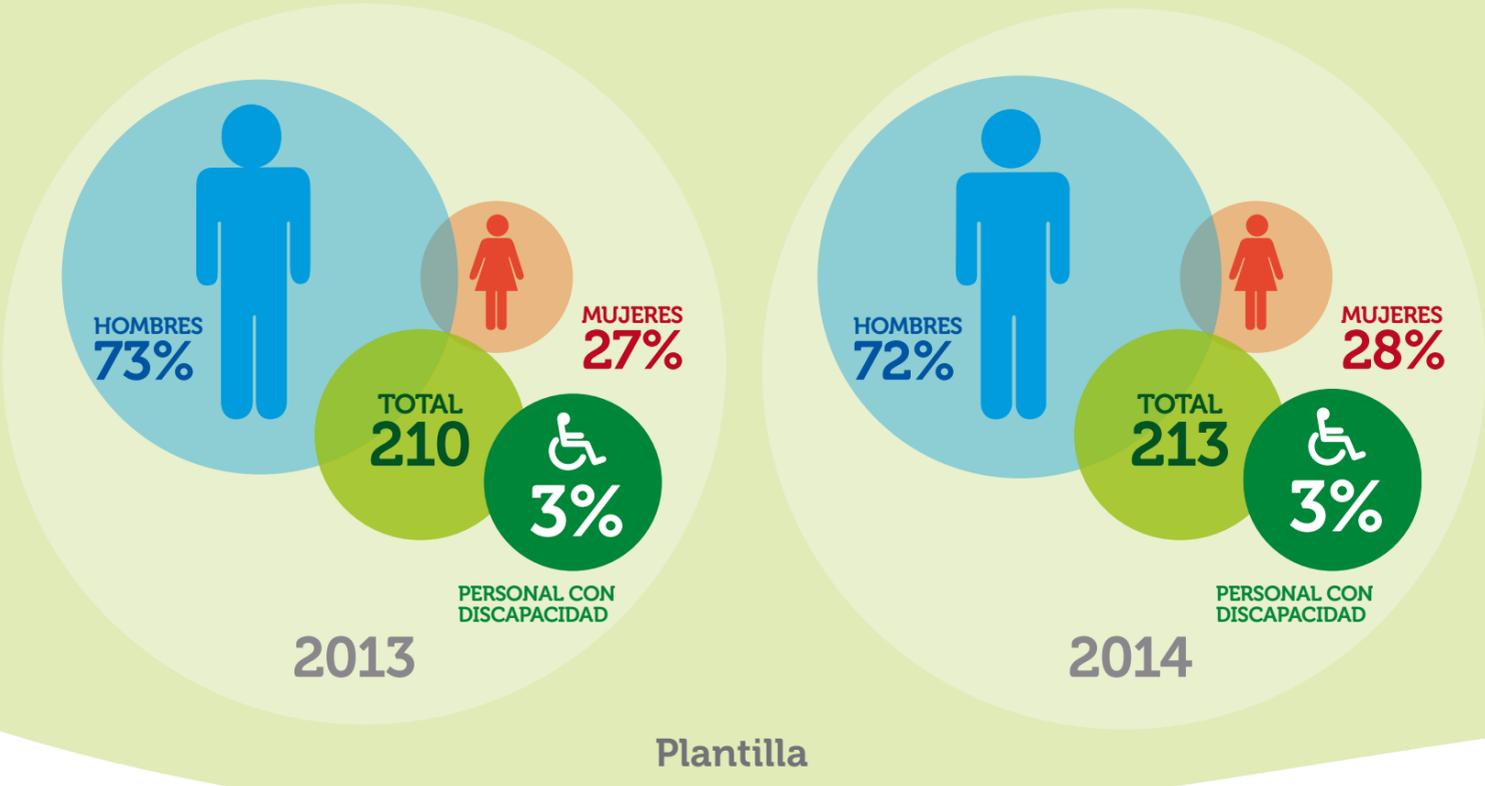
## Feiraco en Cifras

### Nuestra Esencia: Socios



### Equipo humano

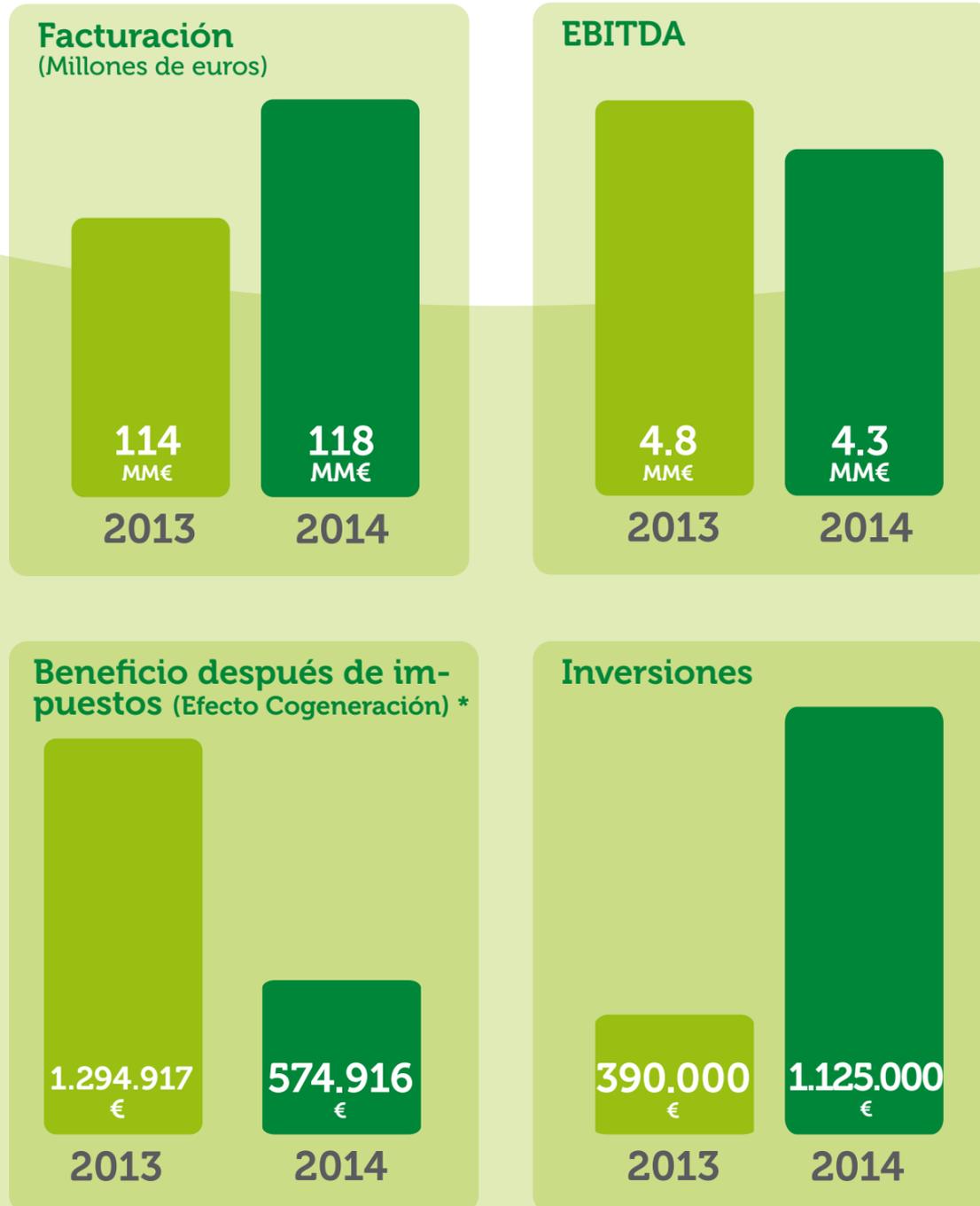
*Nuestra esencia son las personas*



## Feiraco en cifras

### Nuestro presente en cifras

#### Resultados económicos



Uno de nuestros principales intereses reside en fomentar y dinamizar el desarrollo socioeconómico de nuestro entorno



\* Feiraco crece en ventas y supera resultados en todas sus secciones, menos en energía, penalizada su planta de cogeneración por el decreto del Gobierno sobre nuevos impuestos al gas industrial. El beneficio, sin el importante impacto del coste impositivo de la energía, hubiera sido el mejor de la historia.



## 3 Alimentando un xeito de ser

## Alimentando un xeito de ser

### Nuestro Modelo de Gestión Sostenible

G4-24

'Alimentando un xeito de ser' es la filosofía que nos define y que está marcada por nuestros valores y nuestro modelo de gestión sostenible, fundamentado en tres pilares básicos: la **calidad**, no sólo entendida como la excelencia del producto sino como la constante satisfacción del cliente y del consumidor, la **innovación**, como resultado de los conocimientos aplicados a la mejora continua de nuestros productos, servicios y procesos, y la **responsabilidad social** con todos nuestros grupos de interés.



# Alimentando un xeito de ser

## Del campo a la mesa

La cadena de valor Feiraco



*Nuestras ganaderías están a menos de 50 km de la fábrica, la cercanía favorece la calidad de nuestros productos y ayuda a nuestro entorno*





## 4 Innovación 360°

## Innovación 360°

### Comprometidos con el futuro

FEIRACO desde su perspectiva de mejora continua en toda su área de negocio, considera la innovación un pilar en su crecimiento y evolución.

La innovación para nosotros engloba nuestros productos, procesos y servicios siendo el núcleo central de todas las operaciones que realizamos.

Buscamos generar ideas en las que basar el proceso de creación de nuevos productos y servicios, o mejorar los ya existentes, teniendo en cuenta aspectos tan importantes como el capital humano, el conocimiento para transformar los recursos en productos y servicios que satisfagan las nuevas necesidades del mercado, de nuestra organización o de nuestros socios, el espíritu empresarial capaz de aceptar riesgos de una manera organizada y la cooperación interna y externa.

**Creamos una cultura innovadora que favorezca el impulso de ideas y transformaciones que supongan una mejora en el funcionamiento de cualquier área de la empresa**





## 360° Innovación 360°

### Salida (planta industrial FEIRACO)

la innovación industrial se basa en la mejora de los procesos industriales de cara a minimizar el impacto en el medio ambiente.

### Aire

DISMINUCIÓN DE LAS EMISIONES GEI, se minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas del proceso de digestión de las vacas.

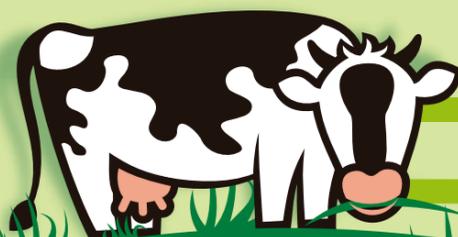


### Suelo

MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SUELOS, se disminuyen los niveles de fósforo en los purines, reduciendo la eutrofización de los suelos agrícolas.

### La mezcla perfecta: Equipo de I+D+i

busca mejorar el perfil de los nutrientes de la leche de forma natural, mediante la alimentación animal, buscando alimentos más seguros, más saludables y más sabrosos.



PRODUCTOS LÁCTEOS FEIRACO



*Apostamos por un modelo de innovación de principio a fin*

### Pasto

método Cornell Net Carbohydrate and Protein System (CNCPS), © Cornell University, para la valoración de la idoneidad de raciones previamente formuladas.



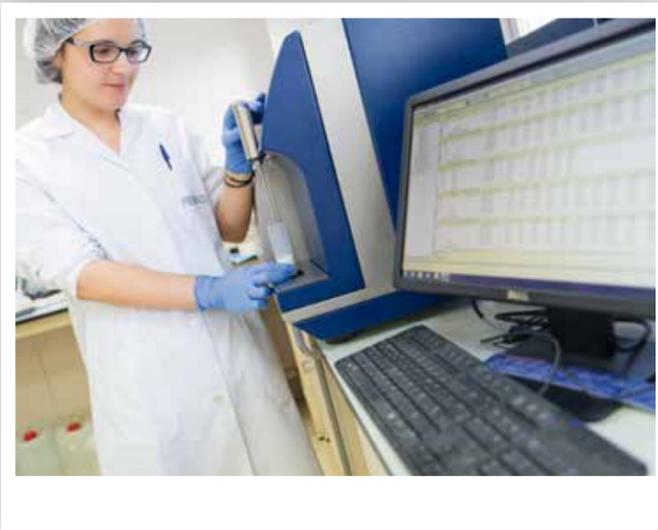
## Innovación 360°

### Principales Proyectos I+D+i: el motor de Feiraco

Desarrollamos proyectos de investigación y desarrollo por un valor de más de **1,4M €**, de los cuales **más del 42% es inversión propia** realizada por la cooperativa.

La estrategia de I+D+i tiene como objetivo fundamental mejorar el perfil de los nutrientes de la leche de forma natural, mediante la alimentación animal, buscando alimentos más seguros, más saludables y más sabrosos.

Desarrollamos nuestra investigación en campos vinculados a las nuevas tecnologías, el medio ambiente y la sostenibilidad, la mejora de procesos industriales y la salud.



*Más de 1,4 M€  
de inversión*

#### Proyectos Galicia

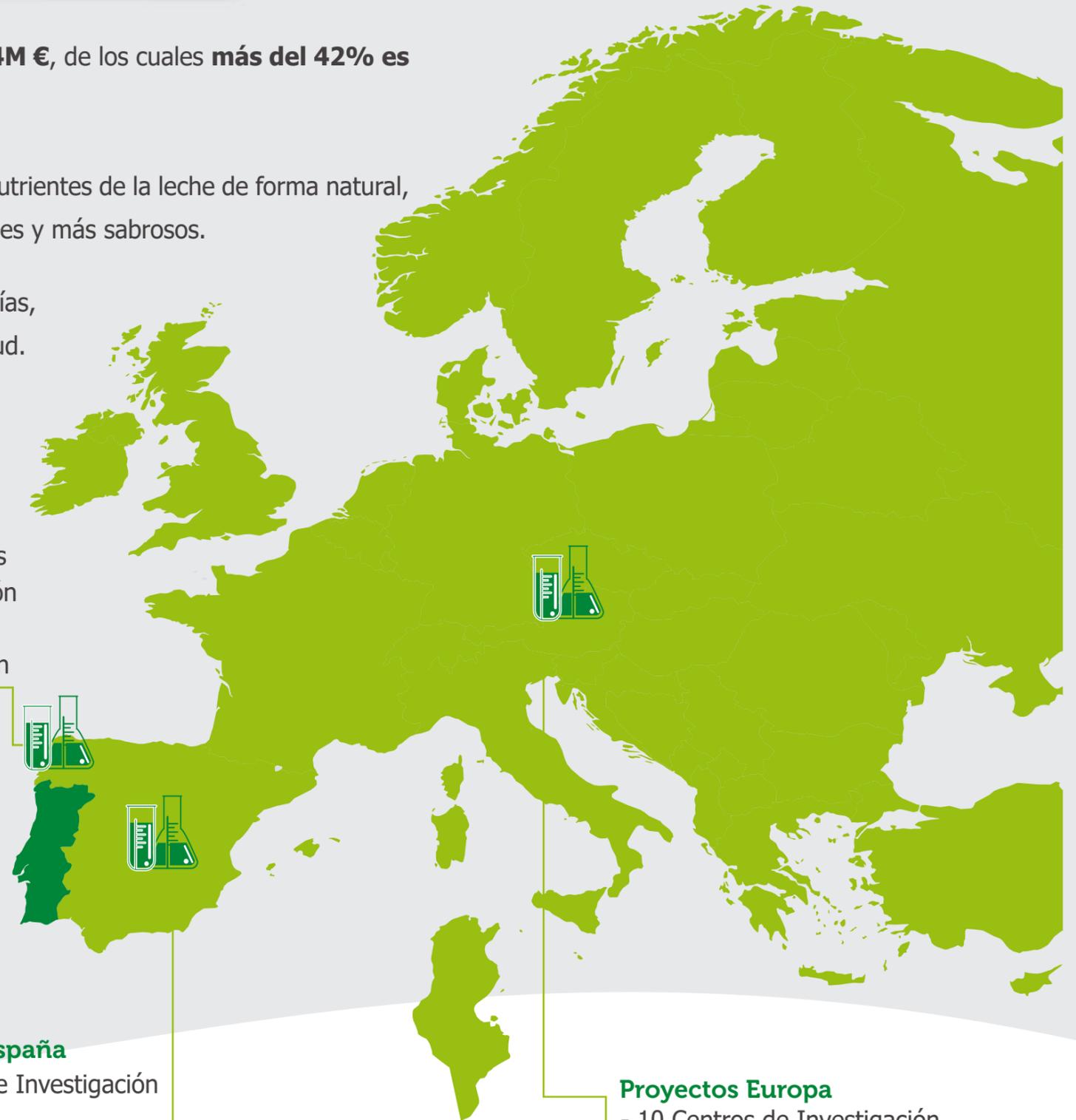
- 3 Universidades
- 3 Hospitales Universitarios
- 20 Grupos de Investigación
- 14 Empresas
- 4 Centros de Investigación

#### Proyectos España

- 5 Centros de Investigación
- 7 Empresas

#### Proyectos Europa

- 10 Centros de Investigación
- 10 Empresas



## Innovación 360°

### Principales Proyectos I+D+i: el motor de Feiraco

#### TIC

##### MIPFOOD

Desarrollo de “envases inteligentes”, que informen de las alteraciones en los alimentos y que contribuyan de forma activa a su protección.

##### TECOPAGA

Realización de biometrías 3D aplicadas a la medición de la condición corporal y conformación en vacuno “in vivo” y en canal, la monitorización mediante dispositivos de medición de constantes vitales en vacuno, la monitorización mediante nuevos indicadores en leche o heces, la implantación de sistemas de control ambiental integral novedosos integrando nuevos parámetros y de sistemas electrónicos de control de las condiciones de transporte.

##### TIC. BIOSENSOR DNA

Desarrollo de un biosensor de DNA para una identificación rápida de patógenos, genes responsables de la resistencia a determinados antibióticos y para la identificación de genes responsables de patogenicidad.



#### MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

##### HUELLA DE CARBONO ÚNICLA

Realización de un estudio comparado y cuantitativo del impacto ambiental de todo el proceso productivo de las leches ÚNICLA y convencional.

##### SUSMILK

Reducción del consumo de energía y agua, así como el aprovechamiento de recursos energéticos renovables.



#### SALUD

##### AFRESH

Desarrollo de innovaciones en estilos de vida, alimentación y salud, dirigidas a reducir el impacto creciente de la obesidad y de las enfermedades con ella relacionadas en Europa.

#### PROCESOS INDUSTRIALES

##### NEWGALIMENTOS

Recuperación y valoración de coproductos y subproductos de la industria alimentaria, como nuevos ingredientes. Desarrollo de nuevos alimentos con calidad diferenciada, acceso a alegaciones nutricionales y ensayo de intervención nutricional para la obtención de evidencias de la contribución a la salud.

## Innovación 360°

### Innovando en nuestros productos

#### ÚNICLA

Entendemos la Innovación como uno de los motores activos y eficientes de nuestra labor diaria, lo que nos lleva a invertir en su desarrollo, para la mejora de nuestros productos y servicios. Una de las innovaciones más destacadas dentro de nuestra trayectoria, es el haber alcanzado una **leche de extraordinario y único sabor, dotada de diversos beneficios para nuestra salud.**

- ✓ La leche **ÚNICLA** es el resultado de **esmerar el cuidado de nuestras vacas para obtener una leche como la de antes, de un sabor único.** Nuestro proceso implica una alimentación natural complementada con semillas de lino y pastos que mejoran el perfil graso de la leche, y que a su vez, **aporta a nuestro producto la presencia de Omega 3, CLA y antioxidantes** (Fuente Natural de Selenio) de forma natural.
- ✓ La leche **ÚNICLA** es **producida en granjas con certificación ISO 22000**, mediante el manejo de ganaderos expertos y un saber tradicional.
- ✓ La leche **ÚNICLA** ha **obtenido el 1º Premio Europeo a la Innovación Cooperativa** por el proceso aplicado a la alimentación de las vacas.

**La leche ÚNICLA es una leche altamente diferenciada por su extraordinario y único sabor, perfil de ácidos grasos equilibrados, presencia de Omega 3, CLA y antioxidantes de forma natural.**





## 5 Compromiso Feiraco

# Compromiso Feiraco

G4-24, G4-25, G4-26

**7** **Identidad**  
fomentamos nuestra  
lengua y cultura



**1** **Socios**  
generamos valor,  
nuestro negocio  
es el de nuestros socios



**2** **Consumidores**  
comprometidos con  
ofrecerles productos  
saludables



**6** **Entorno Social**  
apoyamos proyectos  
para mejorar nuestra  
comunidad



**3** **Equipo Humano**  
afianzamos la igualdad  
de oportunidades  
y la conciliación



**5** **Entorno natural**  
minimizamos nuestro  
impacto ambiental



**4** **Proveedores**  
reforzamos las  
relaciones win-win





## 5.1 Nuestros Socios

## Nuestros Socios

**2.114** socios se suman en la actualidad a la actividad de la cooperativa que se inició con el trabajo de un grupo de ganaderos del valle de Barcala, que buscaban contribuir al desarrollo económico y social de la comarca.

**Contribuimos a que el trabajo en el campo sea una opción de vida de muchos gallegos y gallegas en nuestra comarca.**

*Nuestros socios, un eslabón clave de la sólida estructura de nuestra cooperativa*

 > **2.114 Socios**

>  **1.025 Empleos\***  
Generados en el Campo



## Apoyo integral

Feiraco son sus socios

Aplicamos un **diálogo abierto con nuestros socios** con el objetivo de **responder de forma activa a cada una de sus demandas y necesidades.**

Los socios cuentan con un **canal específico en la Revista FEIRACO, a través de la sección LA VOZ DE LOS SOCIOS** para trasladar sus inquietudes, motivaciones o anhelos.

Disponemos de un **Servicio de Atención Telefónica para nuestros socios** con el objetivo de mantener una comunicación fluida con ellos.



## Nuestros Socios

### Servicios

Agradecemos la contribución de nuestros socios, garantizándoles todos los servicios y productos necesarios para que puedan desarrollar su actividad.



#### **AHORRO ENERGÉTICO Y ENERGÍAS RENOVABLES:**

- Revisión de la factura.
- Negociación conjunta de la tarifa.
- Auditorías energéticas y recomendaciones para ahorrar energía.



#### **ALIMENTACIÓN:**

- Optimización de la alimentación de los animales.
- Programación de las necesidades de forraje.
- Análisis de forraje y de agua.



#### **GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA:**

- Gestión de costes de producción.
- Estudios de viabilidad de inversiones.
- Asesoramiento financiero.
- Convenios con bancos para financiación



*Apoyo continuo  
a nuestros socios*



## Nuestros Socios

### Servicios



#### GESTIÓN TÉCNICA:

Medición y control de los datos del rebaño.  
Seguimiento y control de condición corporal, cojeras, bienestar animal...  
Programas y seguimiento de objetivos.



#### AGRONOMÍA:

Análisis de suelos.  
Recomendaciones de fertilización y encalado.  
Asesoramiento sobre cultivos.



#### OTROS:

Calidad de la leche.  
Reproducción.  
Asesoramiento en instalaciones y subvenciones.  
Asesoría.  
Seguros.



Incrementamos en un 10% respecto a 2013 la demanda de servicios de nuestros socios



## Nuestros Socios

### Productos

Además de nuestra línea de productos lácteos, producimos una amplia gama de piensos de alta calidad nutricional.



#### PIENSOS:

Vacas, Terneros, Cerdos, Gallinas, Pollos, Novillas, Conejos, Ovejas, Ganadería Equina, Animales de compañía.



#### PRODUCTOS DE AGRICULTURA Y GANADERÍA:

Fertilizantes, Semillas, Forrajes, Fitosanitarios, Correctores, Leches Maternizadas, Productos de Limpieza y Ordeño, Productos de Camas.

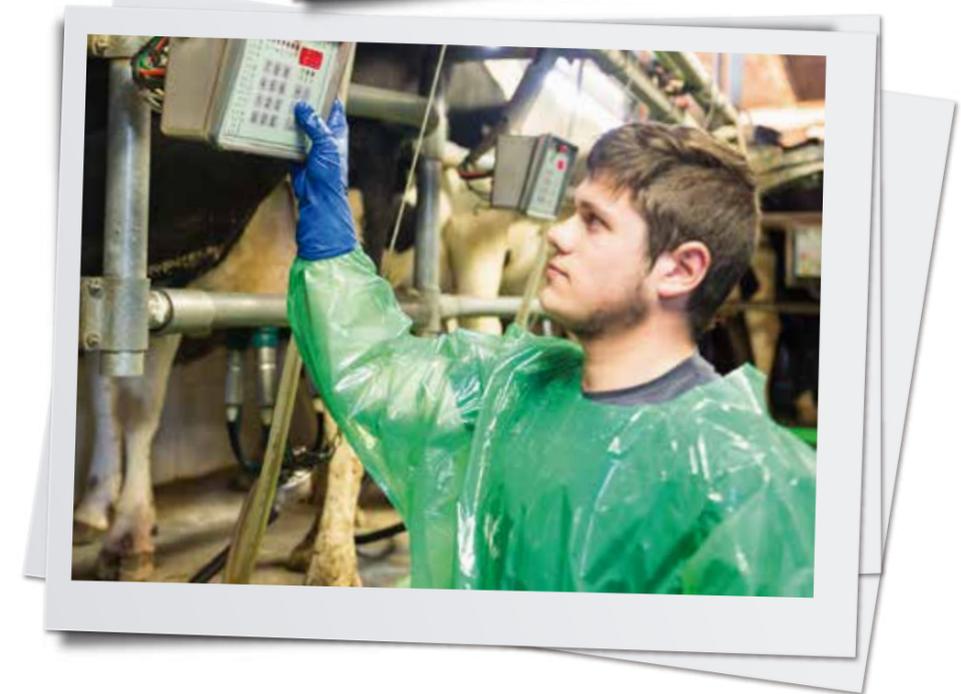


#### OTROS PRODUCTOS:

**Gasóleo:** dos puntos de venta de carburantes, localizados en **Ponte Maceira** y en la **Picota**, con reparto a domicilio.

**Taller de reparación para vehículos.**

**3 Tiendas agrarias:** productos de alimentación, bricolaje, droguería, agroganaderos y jardinería.



*Nuestro objetivo es ofrecer los mejores servicios y productos con el fin de alcanzar una mayor eficiencia en nuestras ganaderías*



## Nuestros Socios

### Formación

Ponemos a disposición de nuestros socios un amplio catálogo de cursos con las últimas innovaciones del **sector en materia de alimentación animal, gestión de explotaciones y aptitud empresarial.**

> 36 Cursos

> 2.000 Participantes

> 265 Horas de formación

Datos: media de 2013-2014

### Participación en la comunidad cooperativa

Fomentamos la creación de un espíritu de compañerismo entre nuestros socios a través de la realización de eventos conjuntos como la **comida anual que se celebra tras la Asamblea General, en la que participan alrededor de 1.500 personas.**

Este espíritu de pertenencia se refuerza también a través de la difusión de la Revista FEIRACO, que cuenta con una tirada anual de 6.400 ejemplares.

*Espíritu de Cooperación*



## Nuestros Socios

### "Mulleres de seu"

El grupo de trabajo "Mulleres de seu", impulsa acciones formativas específicas para favorecer la integración de las mujeres en la cooperativa y fomentar su participación en órganos de gobierno.

La mayor parte de las acciones fueron desarrolladas bajo el amparo del **"Programa para el Emprendimiento y Fomento del Liderazgo de las Mujeres en los Órganos de Decisión de las Sociedades Cooperativas del Sector Agroalimentario"**, financiado por el Ministerio de Seguridad Social, Sanidad e Igualdad y Cooperativas Agroalimentarias de España, además del Proyecto Integra.

2013

#### Visita Cooperativa Martín Códax en Cambados

En torno a 45 socias acudieron a la cooperativa con el fin de conocer la implantación de dicho programa.



Hemos consolidado en este tiempo un Grupo, con el que pretendemos empoderar tanto personal como profesionalmente a nuestras socias para que participen en los ámbitos empresariales públicos, como es la Cooperativa .

## Nuestros Socios

### "Mulleres de seu"

2014

#### Taller de Emprendimiento para la dinamización de los nuevos proyectos

El objetivo era ahondar en la importancia de los procesos de generación y maduración de ideas, que la persona madure y evalúe una idea de negocio, así como que conozca las formas jurídicas posibles y los métodos de financiamiento.

#### Charla informativa sobre Participación y Liderazgo de las mujeres en las Cooperativas

Se realizó con el objetivo de fomentar el liderazgo de las mujeres en los órganos de decisión, fomentando el empoderamiento y la capacitación desde la perspectiva de la igualdad.



*Trabajamos por la integración real de nuestras socias*

#### Programa: "Más que un respiro"

Alrededor de 20 socias viajaron a la **Cooperativa Campoastur en Asturias** para conocer en profundidad su servicio de sustitución. Se trata de un programa que pretende cubrir mediante sustituciones temporales, las tareas tanto laborales como domésticas que las socias ganaderas tienen que realizar para liberarlas y poder conciliar su vida laboral y familiar.

*Queremos fortalecer el vínculo cooperativa-socia*





## 5.2 Nuestros Consumidores

## Nuestros Consumidores

**Los productos lácteos juegan un papel de vital importancia dentro del sistema alimentario.**

Son uno de los grupos de alimentos más completos y equilibrados ya que aportan un elevado número de nutrientes en relación a su contenido calórico, esto los hace ser uno de los pilares básicos de la alimentación.

Son una fuente importante de proteínas de alto valor biológico y elevada digestibilidad, esto quiere decir que las proteínas del alimento contienen una elevada proporción de aminoácidos esenciales y de elevada calidad para el organismo y que son fácilmente digeribles, además también son fuente de grasas, hidratos de carbono (azúcares), vitaminas y minerales (especialmente calcio y fósforo).

**Trabajamos para poner a disposición de los consumidores productos nutricionalmente excelentes, garantizando un proceso de fabricación respetuoso con el medio ambiente, con los derechos de los trabajadores y de los productores.**

Esto nos ha hecho merecedores del reconocimiento de nuestros clientes, consumidores y en general, de toda la sociedad gallega, **liderando la cuota del mercado gallego en los años 2013 y 2014\***.



*Un año más  
te damos las gracias  
por elegirnos*

## Nuestros Consumidores

### Tu salud, lo primero

Cuidamos la salud de nuestros consumidores a través de la innovación de nuestros productos como la **leche UNICLA, con un 18% menos de grasas saturadas y 4 veces más de ácidos grasos esenciales como el cla (ácido linoleico conjugado) y el Omega 3, altamente saludable y sin gluten.**

Contamos con opciones para personas con intolerancia a la lactosa como es **UNICLA SIN LACTOSA** y para personas que apuestan por una alimentación saludable rica en selenio. **UNICLA** es la única referencia láctea funcional producida directamente por las vacas en el mercado europeo, **fuentes natural de selenio, sin añadidos**. El selenio desarrolla un importante papel en diferentes funciones de nuestro organismo, entre ellas el de proteger a nuestras células del daño oxidativo.

Nuestro empeño por producir productos saludables para todos nuestros consumidores, nos lleva también a formular nuevos productos dirigidos al público infantil. En 2013, dentro de nuestra gama **YOGU+**, una **familia de lácteos fermentados con sabor a fruta, sin gluten** y que además, no necesita frío, incluimos el YOGU+ macedonia, nuestro yogur pasteurizado después de la fermentación con una mezcla de frutas.

*Trabajamos por tu salud y bienestar*

### Te informamos en todos nuestros productos

En todos nuestros **productos facilitamos el consumo informado**, en el que se puede encontrar información nutricional, cantidades diarias recomendadas, trazabilidad, calidad, instrucciones de eliminación de producto e información de contacto, entre otros.



## Nuestros Consumidores

### Te escuchamos porque nos gusta conocerte

#### Teléfono de Atención al Consumidor

Disponemos de un servicio de atención al consumidor, con disponibilidad continua, que a través del departamento comercial ofrece **respuestas a las consultas planteadas**, al mismo tiempo que coordina las mejoras oportunas para el resto de departamentos:

- ✓ 0,17 reclamaciones por millón de envases vendidos en 2014
- ✓ Mejora del 12% en relación a 2013

#### Niveles de satisfacción

En FEIRACO nos esforzamos por aumentar los niveles de satisfacción en nuestros servicios y productos:

- ✓ 4 sobre 5 en la encuesta de satisfacción de clientes
- ✓ Mejora 12,5% respuesta ante incidencias
- ✓ Mejora 9% satisfacción en las respuestas

*Construimos lugares de encuentro*



## Nuestros Consumidores

### Te escuchamos porque nos gusta conocerte

Buscamos el diálogo con nuestros consumidores.

Mantenemos un **diálogo activo y dinámico** mediante las nuevas herramientas de interacción que nos ofrece el entorno digital.

A través de nuestro **canal de Facebook**, ofrecemos información en exclusiva, ofertas y mantenemos una **comunicación fluida** con nuestros seguidores.

Este intercambio de opiniones nos hace mejorar día a día.



+ 40.500 visitas



Nos gustan nuestros seguidores

 > 14.000 Seguidores en Facebook

 11683 fans en 2013

 4759 fans en 2012

Queremos estar cerca de ti



## Nuestros Consumidores

### Nuestros productos

#### Leche Feiraco Unicla



#### Nata



#### Leche Feiraco Clásica



#### Batidos



#### Leche Feiraco Hostalería



#### Unicla sin lactosa



#### Yogu + Feiraco



*Queremos acompañarte a lo largo de tu vida*

#### Quesos



## Nuestros Consumidores

### Calidad de principio a fin

Hemos implantado un sistema integrado de calidad y de inocuidad de los alimentos que abarca toda la cadena, desde la producción ganadera de la leche de vaca en nuestras explotaciones, hasta el envasado y comercialización de los productos finales.

Nuestros estándares de calidad se basan en que:

En las mejores granjas están las vacas mejor alimentadas. Por eso fabricamos nuestros propios piensos, adaptados a las necesidades de alimentación de nuestras vacas.

Nuestros productos cuentan con los **máximos reconocimientos de estándares de calidad**:



#### ISO 9001

AENOR comprueba que nuestros productos son conformes con las normas de aplicación concediéndonos el certificado de producto, proporcionando así un aval de confianza.



#### Galega 100%

La certificación distingue a los productos lácteos gallegos de calidad superior y que garantiza la trazabilidad de la leche desde la granja hasta tu mesa.



#### Galicia Calidade

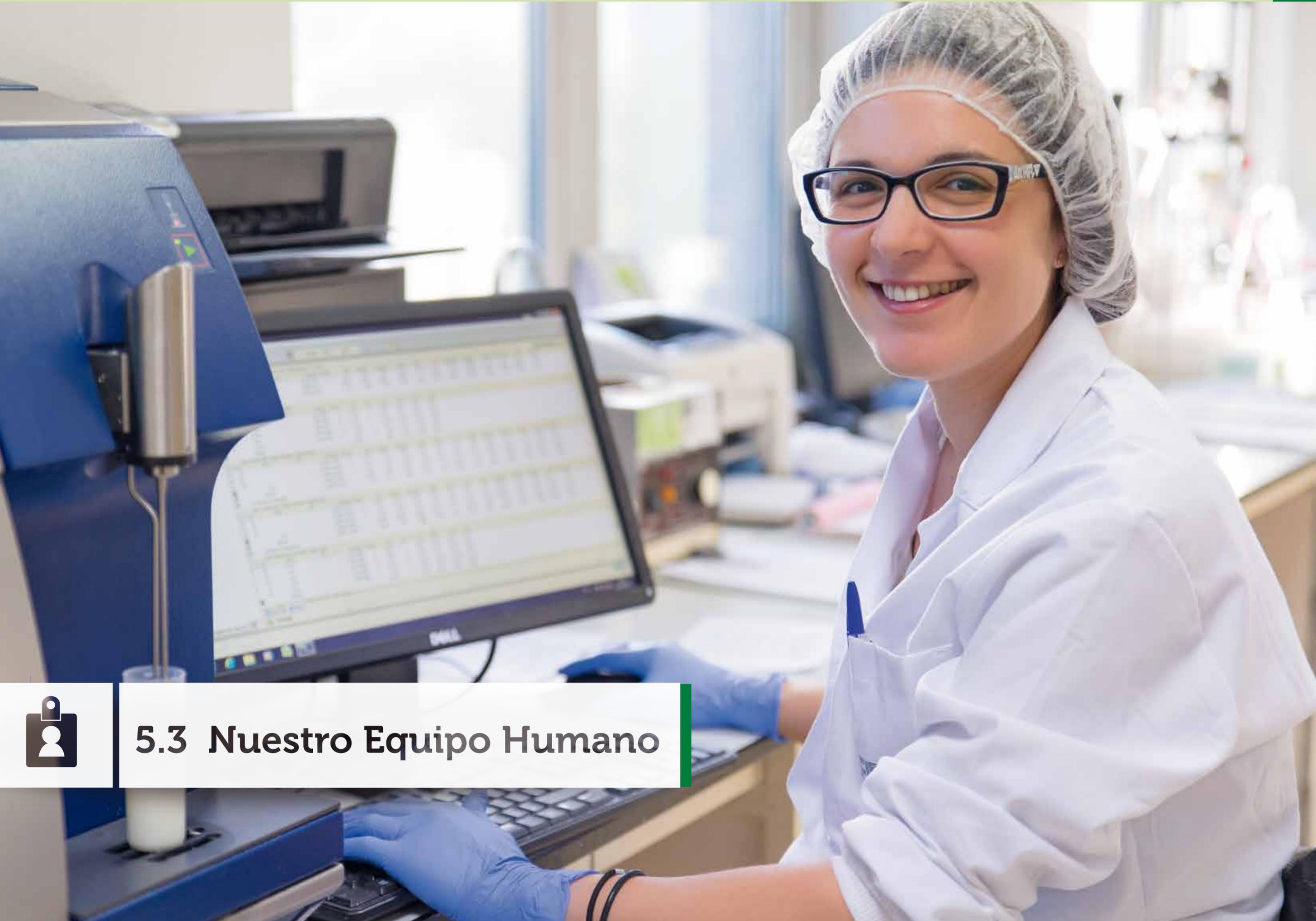
Sus programas de auditorías y ensayos, garantizan que nuestros productos superaron los controles exigidos, y que cuentan con las materias primas de la más alta calidad.



#### Producto Lácteo Sostenible







## 5.3 Nuestro Equipo Humano

## Nuestro Equipo Humano

Nuestros empleados son la mejor muestra de nuestra forma de ser, una forma de ser que se traduce en una plantilla orgullosa de trabajar en FEIRACO, así lo demuestran los resultados de la encuesta de clima:



*Orgullo de pertenencia*



## Nuestro Equipo Humano

### Salud y bienestar laboral

Nuestro objetivo es crear un entorno de trabajo seguro y saludable que permita un desarrollo personal y profesional. **Hemos invertido más de 70.000 € en mejoras de instalaciones, equipos y materiales.**

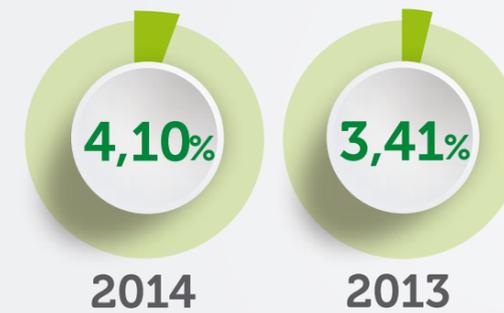
- ✓ Reducción del 62% del índice de accidentes con lesiones del 2013 al 2014
- ✓ Reconocimiento de la Dirección General de Ordenación de la Seguridad Social a través de Fraternidad Mutrespa por la contribución a la reducción de la siniestralidad laboral en el año 2014.
- ✓ Impartición de 12 acciones formativas en materia de prevención de riesgos laborales.
- ✓ Adquisición de material informático que contribuya a disminuir los trastornos musculoesqueléticos, la fatiga visual y la fatiga mental.

En 2014 hemos cumplido los 3 índices estipulados por la Seguridad Social, para beneficiarnos del **Bonus de Siniestralidad**, un sistema de incentivos para empresas que se distinguen por su contribución a la reducción de la siniestralidad laboral.

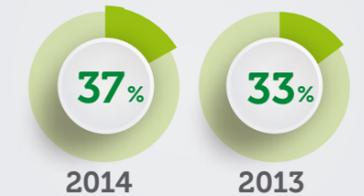
**Apoyamos la salud y el bienestar de nuestros empleados, gracias a convenios con centros de fisioterapia balnearios, ópticas, servicios de ayuda a domicilio, centros de ocio infantil.**

*Llegamos a acuerdos con entidades para ofrecer beneficios y ventajas a nuestros empleados*

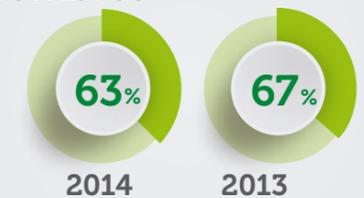
#### Tasa de absentismo



#### Mujeres



#### Hombres

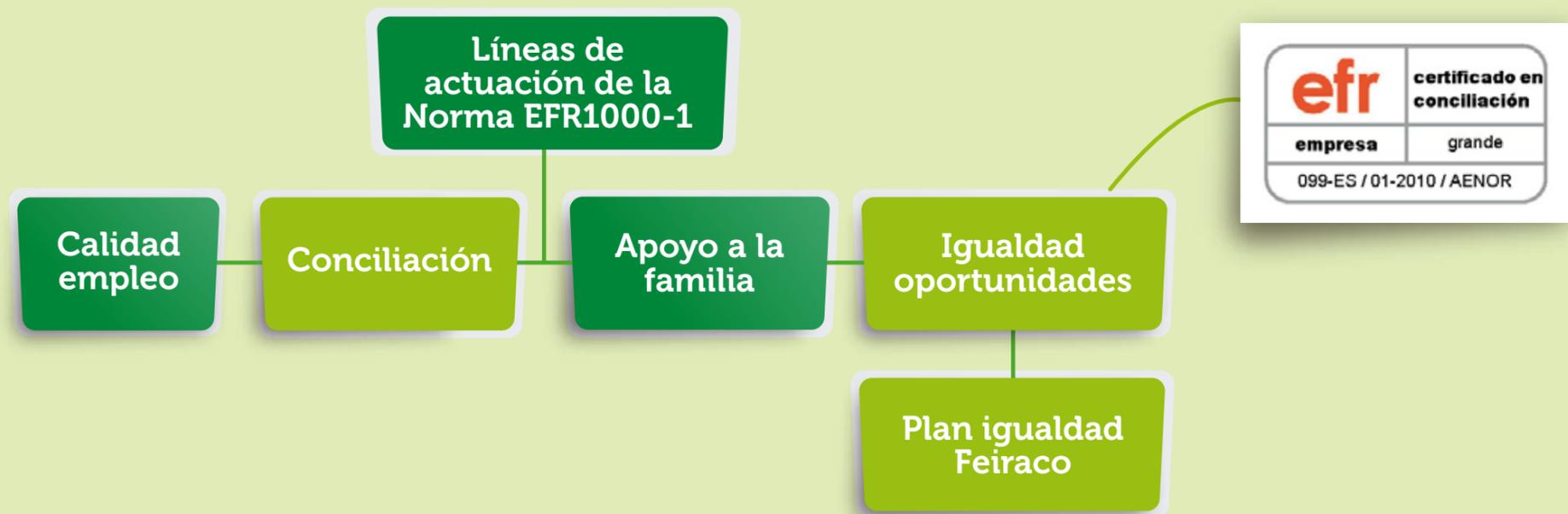


## Nuestro Equipo Humano

### Empresa Familiarmente Responsable

**Apostamos por la igualdad y la conciliación, trabajando para que nuestra plantilla pueda conseguir el mayor equilibrio entre su vida personal y profesional.**

Prueba de nuestro compromiso es nuestra **certificación como efr**, (**Empresa Familiarmente Responsable**), una herramienta de gestión única en el mundo basada en la mejora continua, que responde a una nueva cultura sociolaboral y empresarial basada en la **flexibilidad, el respeto y el compromiso mutuo**.



El 99% de los objetivos de cumplimiento del modelo EFR se alcanzaron en 2013 y 2014



## Nuestro Equipo Humano

### Calidad en el empleo

Además de contribuir al bienestar económico de nuestros empleados, disponemos de un completo sistema de compensación del que se beneficia nuestra plantilla:

- ✓ retribuciones monetarias
- ✓ retribuciones flexibles (ticket restaurante y seguro de salud)

#### Beneficios sociales

**Plan de Previsión Social, seguro de vida, ticket guardería, medidas de flexibilidad temporal y apoyo a la familia.**

- ✓ **El 96 % de nuestros empleados cuentan con un contrato de trabajo indefinido.**
- ✓ **En 2013 el 89% y el 85% en 2014, de los empleados se beneficiaron del Plan de Jubilación y el 100% del Seguro de Vida de FEIRACO.**
- ✓ **Nos comprometemos con un empleo estable, como demuestran las bajas tasas de rotación del 3% en 2013 y 1% en 2014**
- ✓ **Promovemos el talento local, como así lo demuestra que el 86% de nuestros altos directivos sean gallegos.**

*Nuestro crecimiento empieza por el bienestar de nuestro equipo*



## Nuestro Equipo Humano

### Conciliación: flexibilidad temporal y espacial

El esfuerzo de nuestro equipo es el que nos hace crecer, por lo que su bienestar es una prioridad para nosotros.

- ✓ El Personal de Oficinas tiene la posibilidad de realizar jornada intensiva los meses de verano, así como un horario flexible al mediodía.
- ✓ Posibilidad para padres y madres de elegir jornada durante el primer año de vida de sus hijos.
- ✓ Disponibilidad para flexibilizar horario o solicitar excedencias con reserva de puesto, para aquellas personas víctimas de violencia de género.
- ✓ Flexibilidad horaria para el cuidado de personas dependientes.
- ✓ Permisos retribuidos de hasta 1 mes, en caso de adopciones internacionales.
- ✓ Reincorporación al puesto de trabajo en iguales condiciones previas a la prestación de maternidad/paternidad.

*Impulsar políticas de conciliación es una prioridad para nosotros*



## Nuestro Equipo Humano

### Apoyo a la familia

Nuestro personal es nuestro mayor activo, el apoyo a las familias es clave para el establecimiento de un entorno de trabajo satisfactorio.

- ✓ Aumentamos en un 20% los permisos de lactancia para nuestros empleados.
- ✓ Reconocimiento anual a los trabajadores con más de 30 años de antigüedad.



- ✓ "Os pequenos no Trabalho", fiesta infantil, dirigida a los hijos/as de los empleados realizada todas las Navidades, donde se realizan talleres: Reciclaje, Igualdad de oportunidades etc.



### Año Internacional de la agricultura familiar



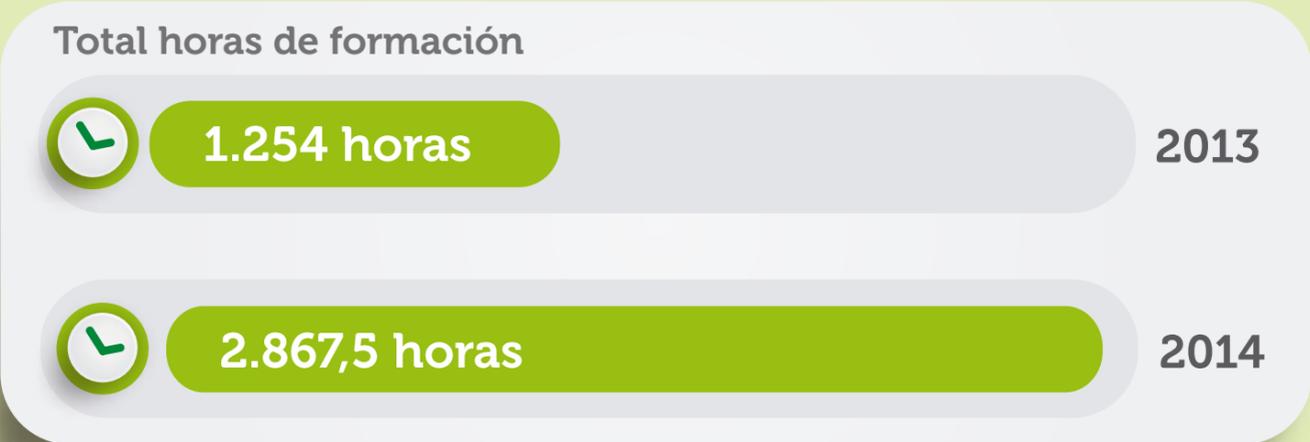
FEIRACO se adhirió a esta iniciativa divulgando la importancia de la familia en el medio rural a través de publicaciones en sus medios de comunicación internos.

## Nuestro Equipo Humano

### Formación

Desarrollo y competencia profesional

La formación es fundamental para desarrollar un equipo competitivo y la mejor inversión de futuro para nuestra empresa. En un sector en evolución permanente el fomento de las habilidades y conocimientos del personal se hace imprescindible.



Colaboramos con Universidades y Centros de Formación Profesional para fomentar el empleo de sus alumnos a través de la formación en la empresa.



## Nuestro Equipo Humano

### Formación

#### Desarrollo y competencia profesional

- ✓ Promovemos la firma de **convenios con Escuelas de Negocios para que nuestros empleados o sus familiares, tengan descuentos de hasta el 50% en el importe de la matrícula**, facilitando su acceso a formaciones de alta cualificación profesional.
- ✓ En 2014 el 100% de nuestros trabajadores participaron en el programa **RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MOVIMIENTO** destinado a **fomentar valores propios de la Responsabilidad Social Corporativa a través de talleres participativos y de sensibilización en materia de RSC.**

**PROGRAMA:  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MOVIMIENTO**

#### Liderazgo y estilos de dirección

#### **CRECER COMO LÍDERES**

El desarrollo del **Programa CRECER COMO LÍDERES (2014-2016)** tiene como objetivo mejorar las habilidades directivas del Equipo de Dirección.

Partiendo de una Evaluación de desempeño 360º de carácter anual , donde los miembros del Equipo Directivo son evaluados por sus colaboradores, por sus colegas del mismo nivel jerárquico y por su superior, diseñamos un Plan de desarrollo individual para trabajar aquellas competencias más susceptibles de mejora dentro del ámbito del liderazgo y de la dirección de personas.

#### **LABORATORIO DE IDEAS**

Este programa desarrollado en el área industrial en 2013, consiste en reuniones semanales para identificar problemáticas o mejoras posibles. **En 2013 este Laboratorio generó diecisiete proyectos y en 2014, ocho.**



## Nuestro Equipo Humano

### Igualdad de oportunidades

#### Plan de Igualdad

Uno de nuestros objetivos más importantes es trabajar a favor de la igualdad de género. En este sentido contamos con un **Plan de Igualdad desde el año 2009, siendo merecedores del Distintivo de Igualdad en la Empresa por parte del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.**



28%

El 28% de nuestra plantilla son mujeres

40%

El 40% de las nuevas contrataciones en 2014 son mujeres

- ✓ El 27% del Consejo Rector, el 14% de la alta Dirección y el 25% del equipo directivo están formados por mujeres.
- ✓ No existen diferencias salariales entre mujeres y hombres para la misma categoría profesional.
- ✓ El 3% de nuestra plantilla se compone de personas con discapacidad, manifestando así nuestro apoyo a la inclusión de la diversidad en la cooperativa.

### Mujeres en puestos directivos

En diciembre de 2014 firmamos un convenio con el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad por el cual nos comprometemos a aumentar hasta el 40% la participación de mujeres en puestos directivos.





## 5.4 Nuestros Colaboradores

## Nuestros Colaboradores



  
**98%**  
Granjas  
cercanas

El **98%** de nuestros proveedores de leche proceden de **granjas a menos de 50 km** de distancia y el **100%** de ellos son **gallegos**.



  
**100%**  
Transportes  
y embalajes  
locales

El **100%** de nuestros proveedores de **transporte y embalajes son locales**.



  
**100%**  
Respeto  
derechos  
humanos

El **100%** de nuestros **proveedores** han sido seleccionados en base a criterios de **respeto a los derechos humanos**.



  
**Protocolo  
de Compras**

Contamos con un **Protocolo de Compras** que garantiza la trazabilidad y calidad de los materiales adquiridos (etiquetados). Además, especifica que la subcontratación no está contemplada en el caso de las explotaciones ganaderas certificadas.

*Alianzas para sumar fuerzas en la mejor compañía*





## 5.5 Nuestro Entorno Natural

## Nuestro Entorno Natural

Creemos firmemente en la protección medioambiental y trabajamos para implementar políticas ambientales en toda nuestra cadena de valor.

Nuestro crecimiento va acompañado de medidas para minimizar nuestro impacto en el entorno.

**El compromiso con las futuras generaciones, nos impulsa a avanzar en el uso racional y sostenible de nuestros recursos.**



**+ de 344.000€**

Más de 344.000 €\* de inversión dirigidos a actividades de protección y gestión ambiental y gestión de residuos.

\*años 2013-2014



## Nuestro Entorno Natural

### Responsables en el uso de los recursos naturales



**Consumo de gas natural** (promedio 2013-2014): 89.306 MWh

Apostamos por **combustibles respetuosos con el medio ambiente**, por eso nuestra demanda calorífica en planta es cubierta en un **100% por gas natural**. Además, hemos mejorado nuestra intensidad en el uso de la energía calorífica, **reduciendo en 1% los consumos**.



Contamos con una **estrategia de optimización energética** que nos permite reducir notablemente nuestro consumo de energía externa, debido al aprovechamiento energético obtenido a través de nuestra **planta de cogeneración**. **Abasteciéndonos en torno al 61% de nuestra demanda energética**.



En 2014 se puso en marcha un proceso de gestión documental que permitirá **reducir en un 100% el consumo de papel asociado a los procedimientos administrativos de compra y aprovisionamiento de materiales**.

*Invertimos en ser eficientes energéticamente*

## Nuestro Entorno Natural

### Materiales respetuosos con el entorno

En 2013, gracias a una **alianza estratégica con nuestro proveedor Tetrapak**, comenzamos a comercializar envases más respetuosos con el entorno **certificados con FSC**, que garantiza que el cartón de los envases procede de bosques gestionados de forma sostenible.

Todos los envases que comercializamos cuentan con un etiquetado específico sobre reciclaje del mismo, para informar acerca del correcto depósito de envases acorde al sistema de gestión de envases ligeros existente en nuestro país.

 El 100% del cartón empleado en 2014 como material auxiliar de embalaje procede de fibra reciclada, lo que supone que el 34% de los materiales utilizados en esta fase del proceso son reciclados (un aumento del 3% respecto a 2013).



*Comprometidos con la protección de nuestros bosques*

## Nuestro Entorno Natural

### Minimización de residuos y vertidos

El **100% de los residuos que generamos siguen un adecuado tratamiento**, priorizando acciones de reutilización y reciclaje y en caso contrario, enviándolos a un gestor autorizado de residuos para su valorización final.

-  **Reducción en un 9%** de los lodos resultantes del proceso de depuración en 2014 respecto a 2013
-  **Entrega de todos los palets** que ya no se pueden reutilizar a un gestor autorizado
-  **Reducción en un 2%** la generación de **residuos de cartón y PEBD** por unidad de venta



#### Biogás

Los lodos de depuración se incorporan en su totalidad a un proceso de valorización energética, a través de un proceso de digestión anaerobia para la obtención de biogás. **El biogás es un combustible renovable que se utiliza para la producción de energía eléctrica.**

**Biogás**

#### Residuos peligrosos

Los residuos catalogados como peligrosos por su especial impacto sobre el medio y sobre la salud humana, siguen un **riguroso procedimiento de almacenamiento antes de su entrega a un gestor autorizado.**



#### Reutilización

Contamos con una **bolsa de subproductos interna** que permite poner a disposición de los diferentes departamentos, determinados **equipos** (electrónicos, de iluminación...etc) que dejan de ser usados en su emplazamiento inicial pero **aún no han finalizado su vida útil.**



#### Aguas Industriales

Nuestra **planta de tratamiento de aguas industriales funciona a pleno rendimiento**, lo que nos permite mantener los parámetros físico-químicos de los **efluentes óptimos para realizar los vertidos en el río Tambre sin incidencia alguna en la fauna y la flora del entorno.**



*Esforzándonos para que nuestros residuos se conviertan en nuevos recursos*

## Nuestro Entorno Natural

### Emisiones de gases de efecto invernadero

En FEIRACO tenemos cuantificadas las emisiones directas e indirectas de efecto invernadero, siguiendo el **protocolo GHD (Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard)**.

Reducimos en un 2% nuestra intensidad de emisiones directas y en un 23% nuestra intensidad de emisiones indirectas.



En las **ganaderías ÚNICLA**, en **base a los hábitos alimenticios de sus vacas, se reducen las emisiones de CH4 (metano) a la atmósfera**, uno de los principales gases de efecto invernadero. En 2013 evitamos emitir a la atmósfera 988,70 toneladas de CO<sub>2</sub>eq y 817,40 toneladas en 2014.



### Movilidad sostenible

En **2013** se pone en marcha un programa de movilidad sostenible a nivel del transporte interno en las instalaciones industriales de Ponte Maceira que consiste en **sustituir las carretillas transportadoras convencionales por otras que emplean GLP como combustible**.

En **2014** el programa entra en una nueva fase en donde se sustituirán **las carretillas de GLP por carretillas eléctricas**, que no producen emisiones contaminantes en los puntos de utilización.

**Actualmente el 100% de las carretillas elevadoras de la planta son eléctricas.**

CARRETILLAS  
**100% Eléctricas**



*Contribuyendo a paliar el cambio climático*

## Nuestro Entorno Natural

### Bienestar animal

Promover el **cuidado de las vacas es uno de los pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad**, para ello asesoramos a nuestros socios ganaderos para que prioricen el bienestar animal en sus instalaciones a través de:

- ✓ **El establecimiento de condiciones de climatización óptimas para los animales.**
- ✓ **La construcción de camas especiales.**
- ✓ **El seguimiento de los más rigurosos protocolos de limpieza para asegurar la inexistencia de focos de infecciones.**

Se ha certificado (a través de la ISO 22000 en instalaciones ganaderas) que 1.900 vacas están sometidas a los estándares más altos de bienestar animal.

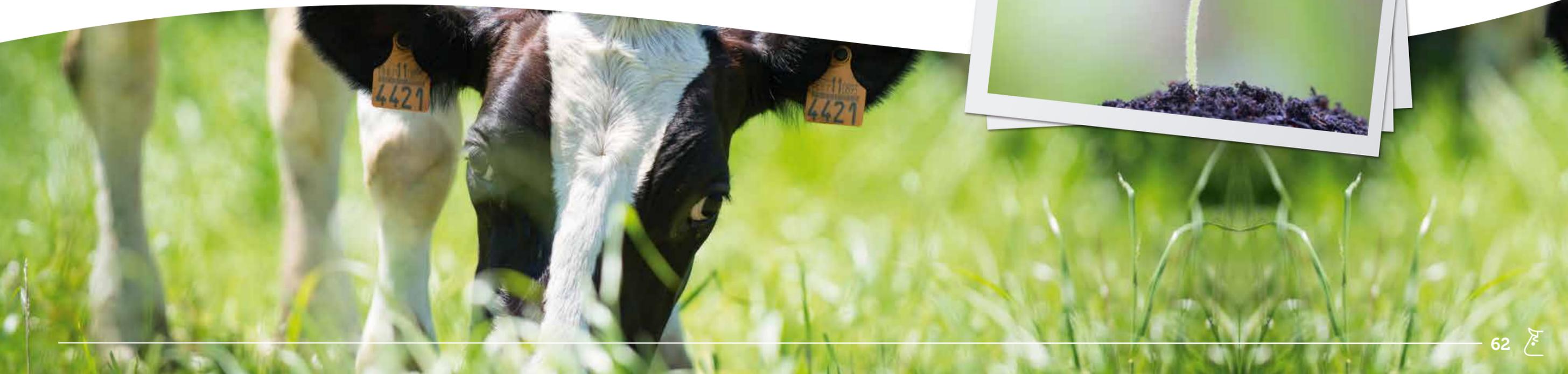


**1.900 vacas**

**Sometidas a los estándares más altos de bienestar animal**

### Biodiversidad y calidad del suelo

Somos conscientes del impacto que las prácticas agrícolas producen en los suelos. Por eso, desde nuestro departamento de Agropecuaria trabajamos conjuntamente con los socios ganaderos para **planificar una adecuada gestión de los suelos y una reducción en el uso de abonos y fertilizantes, logrando de esta forma minimizar la contaminación de los suelos y preservar los ecosistemas.**



## Nuestro Entorno Natural

### Sensibilización y formación medioambiental

#### Sensibilización consumidores

Sensibilizamos a los consumidores a través de la distribución de **17.500 bolsas reutilizables** que sirven para reducir la generación de residuos plásticos en los puntos de venta. De esta forma, nos **adelantamos a las tendencias normativas que regulan el uso de bolsas de plástico de un solo uso**, lanzando esta iniciativa de sensibilización ambiental.



#### Formación empleados

En 2014 nuestro equipo recibió **formación en relación a la gestión de residuos urbanos** y se realizó una visita a la planta de valorización de residuos de Galicia.

*La sostenibilidad ambiental es tarea de todos*





## 5.6 Nuestro Entorno Social

## Nuestro Entorno Social

Consideramos que tenemos un importante papel social. **Queremos ser un motor para el avance y desarrollo de la sociedad** en distintos niveles, educación, salud, cultura, investigación y lucha contra la exclusión social.

**Queremos generar riqueza y compartir nuestros valores**



## Nuestro Entorno Social

### Construyendo un mundo mejor

#### Ayuda a los colectivos más desfavorecidos

La ayuda a los colectivos más desfavorecidos es una prioridad para nosotros, así que en Feiraco colaboramos con distintas iniciativas sociales:

Con el **Banco de Alimentos de Galicia** donando 16 toneladas de leche en 2014, lo que supone un aumento del 22% respecto al 2013.

En el período 2013-2014, **donamos 13 toneladas de alimentos al Hogar de San Francisco en Santiago de Compostela.**

En fechas señaladas como las Navidades los trabajadores participan en **campañas solidarias de recogida de ropa y productos higiénicos, entregados a entidades que trabajan con personas en riesgo de exclusión social.** Como la iniciativa mediante la cual nuestro equipo donó 10 € de su sueldo, siendo el importe recaudado doblado por Feiraco. Con el dinero obtenido se compraron alimentos para que la **Concellería de Voluntariado del Concello de Ames** las repartiera entre las familias con menos recursos.

Además, el material informático en desuso es donado en su totalidad a diversas entidades sociales.

Campaña "Porque a solidariedade é un símbolo de respecto", en colaboración con la Concellería de Sanidade, Servizos Sociais, Muller e Igualdade do concello de Negreira



16 Ton. de leche donados

(datos 2014)



*El cooperativismo es solidario*



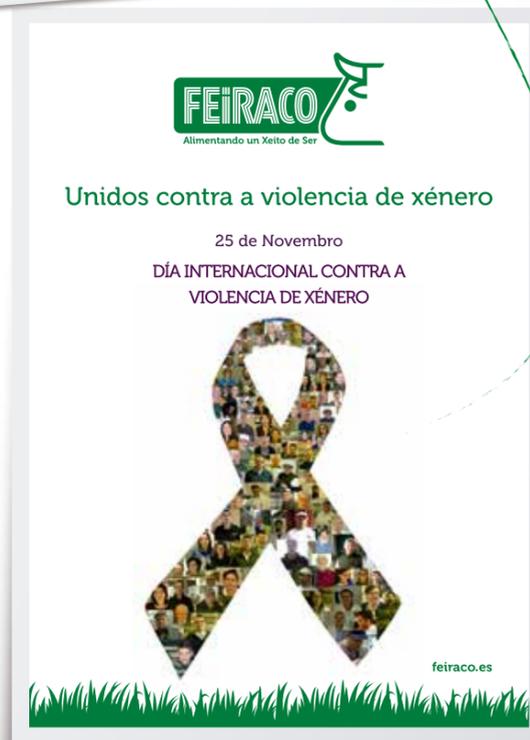
## Nuestro Entorno Social

### Construyendo un mundo mejor

#### Concienciados contra la violencia de género

##### Lazos violetas para todos

Con motivo del "Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer", pusimos a disposición de nuestro equipo lazos violetas, con el fin de promover la sensibilización contra este problema social.



#### Empleo Juvenil

En FEIRACO apostamos por el fomento del empleo juvenil, a través de la firma de convenios de formación con las tres universidades públicas de Galicia así como con otras entidades educativas gallegas.

**38 Jóvenes**

Han realizado prácticas en nuestras instalaciones, un **15% más que en 2013**

**menores 35 años**

En 2014 hemos aumentado un **23%** los menores de 35 años en nuestra plantilla, respecto a 2013



## Nuestro Entorno Social

### Educación

#### De onde vén o leite?

Nuestro compromiso con la educación y con la comunidad escolar de diferentes edades queda patente en diversas iniciativas de índole lúdico-pedagógica, aunque cabe destacar nuestro proyecto “De onde ven o leite?”



**La campaña está dirigida a niños de educación infantil y primaria de colegios de toda Galicia, y el objetivo es que los escolares conozcan el trabajo real que se realiza en una explotación ganadera, poniendo en valor la actividad propia del medio rural.**

Los niños realizan actividades, rutas guiadas por la granja, talleres, presencian tareas agrícolas como la siembra y hasta pueden ver un ternero recién nacido. Además se han desarrollado una serie de recursos educativos creados específicamente para los niños como los cuentos de ilustraciones.

**La campaña ha sido un éxito y han participado en 2013 once centros y en 2014 veinticuatro centros de educación infantil y primaria.**

Aumento de participación de una edición a otra:



 1.630 alumnos en 2014

 1.282 alumnos en 2013

(infantil y primaria)



## Nuestro Entorno Social

### Deporte

#### Deporte y vida saludable

Apostamos por fomentar los hábitos de vida saludable, participando en la realización de iniciativas de ámbito deportivo, social y de ocio, que materializamos a través de la **donación de productos FEIRACO por un importe de 12.500 € (2013-2014) a más de 30 competiciones deportivas al año programadas en Galicia.**

Ejemplos de ello:

- ✓ **Vigo 24 horas**
- ✓ **I Carreira Popular de Ternera Gallega**
- ✓ **37 Carreira Pedestre Popular El Correo Gallego**



*Fomentando hábitos de vida saludables*



## Nuestro Entorno Social

### Economía social-cooperativismo

#### Rede EUSUMO

Pertecemos a la **Rede EUSUMO** a través de nuestra Fundación, una **red impulsada por la Consellería de Trabajo e Benestar para el fomento del cooperativismo y la economía social.**

Una de las acciones más importantes desarrolladas en el marco de esta colaboración es la creación del **Centro de Desarrollo Cooperativo, que tiene como sede central la cooperativa FEIRACO.**



**1.175 alumnos visitaron Feiraco**

(enseñanza secundaria, centros de formación profesional)



**+96%**

**aumento de nº visitas en 2014**

*El futuro es cooperación*



## Nuestro Entorno Social

### Economía social-cooperativismo

#### Red de Economatos

En nuestra red de economatos damos **prioridad a productos que sean de origen gallego y/o provengan de cooperativas**, contribuyendo de esta forma a visibilizar en el mercado a las entidades de economía social.

El modelo empresarial cooperativo es de suma importancia como fórmula para generar empleo en el ámbito rural y como oportunidad para el emprendimiento y experiencias de autoempleo.

#### Economía social

Desde FEIRACO impulsamos el **trabajo en equipo con otras cooperativas con el objetivo de generar sinergias y sumar esfuerzos de cara al impulso de la economía social**:

- ✓ Liderazgo de la alianza de cooperativas para el relanzamiento del proyecto industrial de CLESA.
- ✓ UCOGA: Primera Correduría de seguros gallega especializada en el ámbito agroganadero y creada en el seno de las principales Cooperativas de Galicia.
- ✓ Intercambio de experiencias con la cooperativa Campoastur (Asturias).

Colaboramos con todas aquellas entidades que lanzan proyectos que difundan el papel de las cooperativas en el tejido socioeconómico de Galicia.



#### Proyecto Menú: Cooperativas de Galicia

**Consumo Responsable y Consumo Solidario con Galicia, impulsado por el Consello Galego de Cooperativas:** tiene como objetivo captar el interés del consumidor responsable y promover simultáneamente la solidaridad con Galicia mediante el reconocimiento de los valores y principios cooperativos.



## Nuestro Entorno Social

### Fundación Feiraco

Desde 1995 la Fundación trabaja para impulsar la formación educativa, social y cultural en Galicia y las acciones de asistencia social.

#### Mecenazgo cultural

Desde la Fundación FEIRACO destinamos cerca de 14.000 €, en 2013 y 2014, a actividades de mecenazgo dirigidas a actuaciones de promoción cultural con ayuntamientos de nuestra zona de influencia.

Dentro de las actividades que realizamos destacamos:

- ✓ Certamen Literario del Ayuntamiento de Ames.
- ✓ Certamen de Pintura del Ayuntamiento de Brión.
- ✓ Certamen de Cuentos del Ayuntamiento de Negreira.

Desde 2014 formamos parte del Patronato del Museo do Pobo Galego, contribuyendo a difundir sus valores y patrimonio.



#### Investigación

A través de nuestra Fundación FEIRACO apoyamos económicamente al Instituto Universitario de Estudios e Desenvolvemento de Galicia (IDEGA) de la Universidad de Santiago de Compostela invirtiendo más de 24.500 € para el apoyo a las actividades de investigación durante 2013 y 2014

En 2014 contribuimos a visibilizar las investigaciones más relevantes en el ámbito de la economía social y el medio rural a través del I Premio Jesús García Calvo de Investigación en Desarrollo Rural y Cooperativismo.



*Promovemos la investigación y la cultura*

## Nuestro Entorno Social

### Fundación Feiraco

#### > "CLASES SEN FUME"

La Fundación Feiraco reitera su compromiso con el concurso "Clases sen Fume", convocado por la Consellería de Sanidade, patrocinando esta iniciativa con la que se intenta evitar el inicio del consumo de tabaco o, en su defecto, atrasar su edad de comienzo.

La actividad se sustenta en el compromiso de todos los alumnos y educadores de mantenerse sin fumar durante al menos seis meses.



#### > Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil (AEVI)

En la Fundación FEIRACO también es importante el apoyo a entidades de carácter social a través de donaciones económicas que realizamos para el desarrollo de sus proyectos.

De entre todas las iniciativas con las que colaboramos desde la Fundación, queremos destacar con especial interés ser Patrocinadores de Plata de la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil (AEVI), que tiene como objetivo la colaboración con el proyecto de GAVI en su lucha contra la mortalidad infantil.



*Proyectos para construir  
un mundo mejor*



## 5.7 Nuestra Identidad

## Nuestra Identidad

### **Feiraco, la leche que sabe a Galicia**

Desde hace más de 45 años, Feiraco ha mostrado en reiteradas ocasiones su compromiso con Galicia, tanto en sus valores y métodos de trabajo, con el fin de vertebrar su tejido social y su desarrollo económico, como en actividades encaminadas a la sociedad.

Ejemplo de nuestra apuesta por la identidad patrimonial, cultural y tradicional de Galicia es el apoyo continuado a las celebraciones más destacadas y ligadas a la sociedad gallega

## Nuestra Identidad

### Reconocimiento a nuestra cultura

#### Vive a aventura do entroido

Desde el año 2012 llevamos a cabo esta campaña en uno de los festejos más tradicionales de Galicia. El impacto de la campaña fue total, llegando al 100% de nuestros clientes y poniendo a disposición de nuestros consumidores **2.000.000 de envases**.

#### “As Letras Galegas”

Desde hace tres años, a través de las redes sociales realizamos un **concurso de relatos breves para celebrar esta fecha tan especial del calendario cultural de Galicia**. Más de 225 personas participaron en el concurso.



*Comprometidos con Galicia*



#### Campaña San Xoán

En el año 2014 iniciamos una nueva campaña dirigida a promover el San Xoán. En esta primera edición, lanzamos un **concurso en donde los participantes compartieron diferentes formas de vivir esta fiesta**.





# 6 Sobre este informe

## Sobre este informe

- ✓ **Período cubierto:** 2013-2014.
- ✓ **Frecuencia de publicación:** bianual.
- ✓ La Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Feiraco la elaboramos siguiendo el estándar del Global Reporting Initiative, en su versión GRI G4, en la opción esencial de conformidad, en base a los principios de equilibrio, precisión, puntualidad, comparabilidad, claridad y fiabilidad.

## Análisis de materialidad (G4-18 a G4-23)

- ✓ Análisis de la información sobre responsabilidad social corporativa recogida a través de asociaciones sectoriales, instituciones públicas y medios de comunicación.
- ✓ Identificación de asuntos sociales, ambientales y de buen gobierno que son relevantes para el enfoque en responsabilidad social corporativa.
- ✓ Diseño y puesta en marcha de dinámicas participativas dirigidas al equipo directivo y a nuestros empleados para profundizar en el conocimiento y en la priorización de los asuntos relevantes de la empresa.
- ✓ Si bien el alcance del informe se centra en la comunidad autónoma gallega, en donde Feiraco desarrolla su actividad industrial, el concepto de sostenibilidad de la cooperativa tiene en cuenta tanto la esfera local como la global, sobre todo en el proceso de identificación de impactos.

Este estudio nos ha permitido identificar como **asuntos materiales**:

- ✓ Calidad y Seguridad Alimentaria.
- ✓ Innovación (I+D+i)
- ✓ Medidas de igualdad y de conciliación de vida laboral, familiar y personal.
- ✓ Compromiso ético.
- ✓ Reducción de consumo de recursos naturales.
- ✓ Disminución de la huella de carbono de los productos.
- ✓ Minimización del impacto ambiental en las operaciones.
- ✓ Seguridad y Salud Laboral.
- ✓ Compras Responsables.
- ✓ Satisfacción de los clientes.
- ✓ Movilidad Sostenible.
- ✓ Imagen y Reputación de Feiraco.
- ✓ Planes de formación y profesionalización.
- ✓ Comunicación y compromiso con los grupos de interés



### ¡Nos interesa tu opinión!

El objetivo de este documento no es sólo proporcionar una visión integrada de nuestro desempeño económico, ambiental y social dirigida a todos nuestros grupos de interés, sino fomentar la participación a través de comentarios o sugerencias de mejora. Si tienes alguna aportación sobre ella, no dudes en escribirnos:

- ✓ Por email a: **cooperativa@feiraco.es**
- ✓ Por correo postal a: **Ponte Maceira-Agrón, s/n, Ames (A Coruña)**

 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

### ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

G4-1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	03-04
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	03-04, 26-75

### PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

G4-3	Nombre de la organización.	01, 07
G4-4	Principales marcas, productos y/o servicios.	32, 41
G4-5	Localización de la sede principal de la organización.	14
G4-6	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	14
G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	07, 09
G4-8	Mercados servidos.	14
G4-9	Tamaño de la organización.	13-16
G4-10	Número de empleados por tipo de contrato, sexo y desglose por países.	15, 29, 48

 **Sobre este informe**

**CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES**

**PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN**

G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Nota 1
G4-12	Descripción de la cadena de suministro.	19
G4-13	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluida la localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones.	03-04, 09
G4-14	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución en relación a la planificación y desarrollo de nuevos productos y negocios.	11
G4-15	Cartas, principios o iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscriba o haya adoptado.	11-12, 42-43, 47, 50
G4-16	Principales asociaciones a las que pertenece y nivel de participación.	09

**ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA**

G4-17	Sociedades que conforman la entidad.	09
G4-18	Proceso de definición del contenido del informe y sus límites. Cómo la organización ha implementado los principios de reporte para definir el contenido del informe	78
G4-19	Lista de aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido del informe.	78
G4-20	Indicación de la cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	78

 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

### ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

G4-21	Indicación del límite de cada aspecto material fuera de la organización.	78
G4-22	Descripción de las consecuencias que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores y sus causas.	No aplica
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No aplica

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24	Relación de grupos de interés vinculados a la organización.	18, 27
G4-25	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que se trabaja.	18, 27, 78
G4-26	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	26-75
G4-27	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	26-75

### PERFIL DE LA MEMORIA

G4-28	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	78
G4-29	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Nota 2
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	78
G4-31	Punto de contacto para solventar dudas que puedan surgir relativas a contenido de la memoria.	78

 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

### PERFIL DE LA MEMORIA

G4-32	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	79-86
G4-33	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Nota 3

### GOBIERNO

G4-34	Estructura de gobierno de la organización. Indicar los comités del máximo órgano de gobierno responsable de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	09-10
-------	--	-------

### ÉTICA E INTEGRIDAD

G4-56	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que se trabaja.	07-08, 11
-------	--	-----------

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### DIMENSIÓN ECONÓMICA

#### PRESENCIA EN EL MERCADO

G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	48
--------	--	----

#### PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponden a proveedores locales.	55
--------	--	----

 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### DIMENSIÓN AMBIENTAL

#### MATERIALES

G4-EN1	Materiales por peso o volumen.	19, 56-63
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	59

#### ENERGÍA

G4-EN3	Consumo energético interno.	58
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	58

#### AGUA

G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	60
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Nota 4

#### EMISIONES

G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	61
---------	--	----

#### BIODIVERSIDAD

G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	62
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.	22, 62

 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### DIMENSIÓN AMBIENTAL

#### EFLUENTES Y RESIDUOS

G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	60
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	60
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No aplica

#### PRODUCTOS Y SERVICIOS

G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	21-25, 59, 63
---------	--	---------------

#### GENERAL

G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para protección del medio ambiente.	57
---------	--	----

### DIMENSIÓN SOCIAL. PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

#### EMPLEO

G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	48
G4-LA3	Niveles de incorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	49-50

#### SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	46
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	46

 Sobre este informe

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### DIMENSIÓN SOCIAL. PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

#### CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	33-35, 51-52
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	51-52

#### DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	10, 15, 53
---------	---	------------

#### IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES

G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	53
---------	---	----

#### EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES DE LA CADENA DE PROVEEDORES

G4-LA14	Porcentaje de proveedores que han sido seleccionados basándose en criterios de prácticas laborales.	42, 55
G4-LA15	Impactos negativos significativos, actuales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro.	42, 55

### DIMENSIÓN SOCIAL. DERECHOS HUMANOS

#### EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	44
---------	--	----



 **Sobre este informe**

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### DIMENSIÓN SOCIAL.SOCIEDAD

#### COMUNIDADES LOCALES

G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	28-35, 64-76
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	Nota 5

#### EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES

G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	55
--------	--	----

### DIMENSIÓN SOCIAL. RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

#### SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	20-25, 37-38, 42-43
--------	--	---------------------

#### ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	12, 42-43
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota 6
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	39-40

Nota 1. El 100% de nuestros empleados están cubiertos por Convenios Colectivos.

Nota 2. Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Feiraco 2010-2012.

Nota 3. Memoria no sometida a proceso de verificación externa.

Nota 4. No se ha producido afectación a ninguna fuente de agua superficial ni subterránea.

Nota 5. No se han identificado operaciones significativas con impactos negativos en la comunidad local.

Nota 6. No se han producido incumplimientos normativos en cuanto a etiquetado de productos y servicios en el período de aplicación de la memoria.



MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2013-2014



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