



FeCoVitaA

Coop Ltda

RSE

Disertante: Cdor. Juan A. Rodriguez

¿ Quiénes somos ?

FeCoVitA es una cooperativa de segundo grado que asocia a 29 cooperativas integradas por más de 5000 productores y elaboradores vitivinícolas.

Fracciona y comercializa vinos y mostos, a través de sus Unidades Estratégicas, colocando su producción en el mercado nacional e internacional, situándose entre los líderes del sector.

Cuenta con 15 centros de comercialización ubicados a lo largo de todo el país.

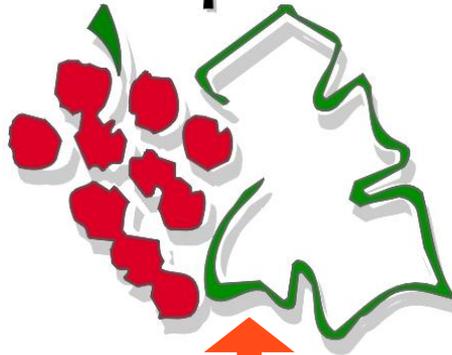


Encadenamiento Horizontal y Vertical en la vitivinicultura

FeCoVita

Coop Ltda

Envasa



Comercializa

VERTICAL
27% de
participación
en ventas

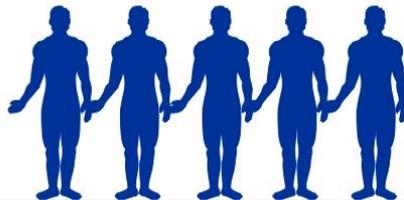
HORIZONTAL
15% de la
producción



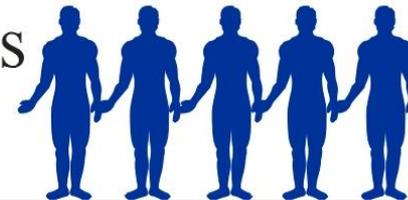
29 Cooperativas
Elaboran Vinos



HORIZONTAL
25.000
Hectáreas

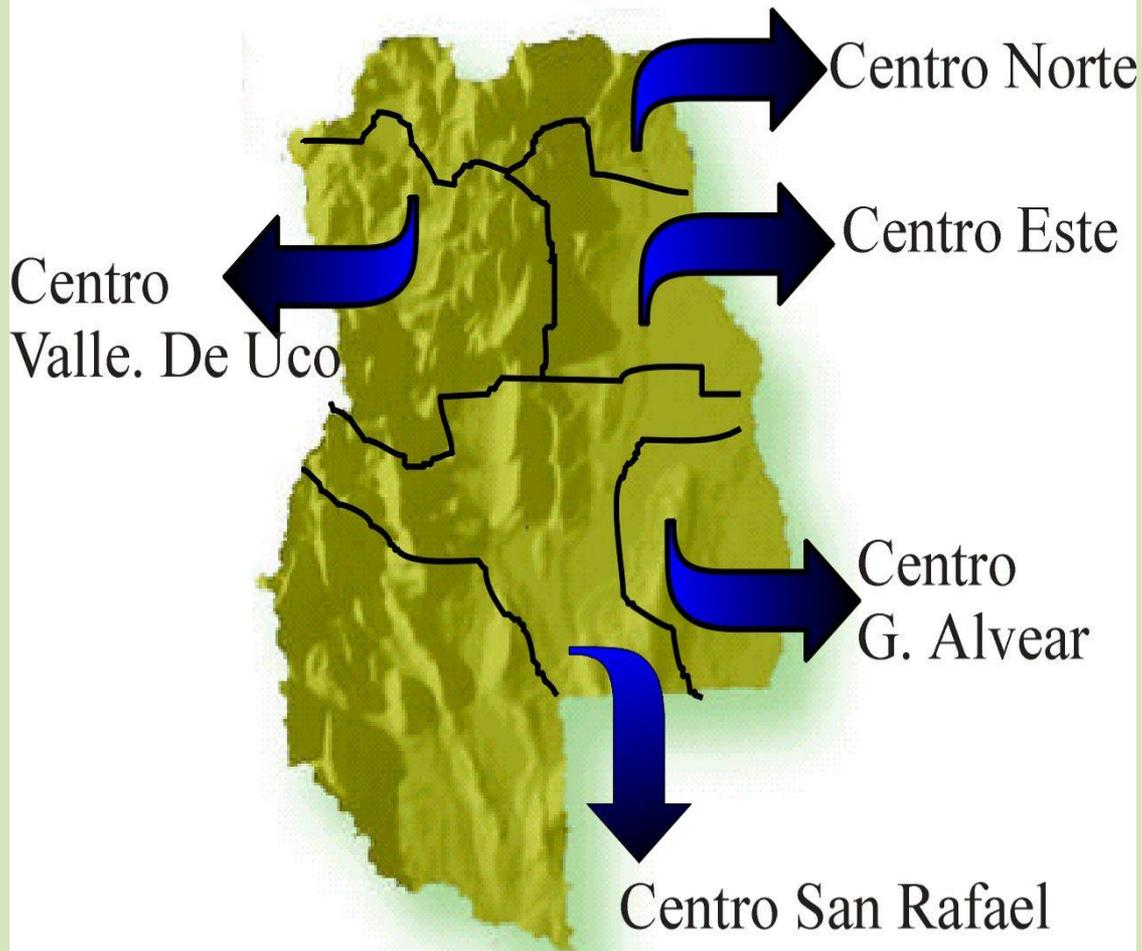


5000 Productores
de Uvas





Centros Regionales



Coop. San Carlos Sud
Coop. Vista Flores

Coop. Tulumaya
Coop. Mendoza
Coop. N. Mendocino
Coop. N. Lavallino
Coop. Agrícola Beltrán
Coop. Altas Cumbres
Coop. Nueva California
Coop. Colonia California
Coop. Tres Porteñas
Coop. Tres de Mayo
Coop. Maipú
Coop. Del Algarrobal

Coop. El Libertador
Coop. El Poniente
Coop. Moluches
Coop. Pampanos Mendocinos
Coop. Brindis
Coop. Ing. Giagnoni
Coop. Prod. De Junín
Coop. Las Trincheras
Coop. La Dormida

Coop. Real del Padre
Coop. Algarrobo Bonito

Coop. Goudge
Coop. El Cerrito
Coop. Rama Caída
Coop. Sierra Pintada



VALORES

De los Asociados:

- HONESTIDAD
- TRANSPARENCIA
- RESPONSABILIDAD SOCIAL
- COMPROMISO CON LOS DEMAS

ETICA: “conjunto de normas morales que rigen la conducta humana”.

De las Cooperativas:

- AYUDA MUTUA
- RESPONSABILIDAD
- DEMOCRACIA
- IGUALDAD
- EQUIDAD
- SOLIDARIDAD



La Responsabilidad Social Empresaria

es una forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad.

PÚBLICOS RELACIONADOS

- **Productores:** Generar mercados perdurables en el tiempo. Maximizar sus beneficios para lograr una actividad sustentable.
 - **Proveedores:** Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de la empresa.
 - **Consumidor y clientes:** Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
 - **Comunidad:** Establecer relaciones positivas con la comunidad con sus organizaciones y gerenciar el impacto de la empresa sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Personal:** Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.



VISIÓN

Ser la empresa vitivinícola líder de la Argentina , y crecer en proyección internacional, a través del enfoque en nuestros negocios principales y el fortalecimiento de nuestro sistema cooperativo.



MISIÓN

Optimizar el valor de los productos entregados por nuestros asociados y maximizar sus beneficios, satisfaciendo las expectativas de los consumidores, gestionando de manera flexible nuestra operación, y promoviendo así el desarrollo de las personas que componen nuestro sistema cooperativo y el de las comunidades en las que actuamos.

PÚBLICOS RELACIONADOS

- **Productores:** Generar mercados perdurables en el tiempo. Maximizar sus beneficios para lograr una actividad sustentable
 - **Proveedores:** Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de la empresa.
 - **Consumidor y clientes:** Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
 - **Comunidad:** Establecer relaciones positivas con la comunidad con sus organizaciones y gerenciar el impacto de la empresa sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Personal:** Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.



Integración Horizontal y Vertical – FECOVITA

OBJETIVO: “protección de pequeños y medianos productores”

MÉTODO:

- Formación de **cooperativas de 1º grado** (Int. horizontal).
- Formación de la **Federación** para utilizar bodegas y adquirir marcas de Bodegas y Viñedos Giol por decisión gubernamental (Int. vertical).

VINOS BLANCOS

COMPARACION PRECIO VINOS BLANCOS - 31-DIC-2012

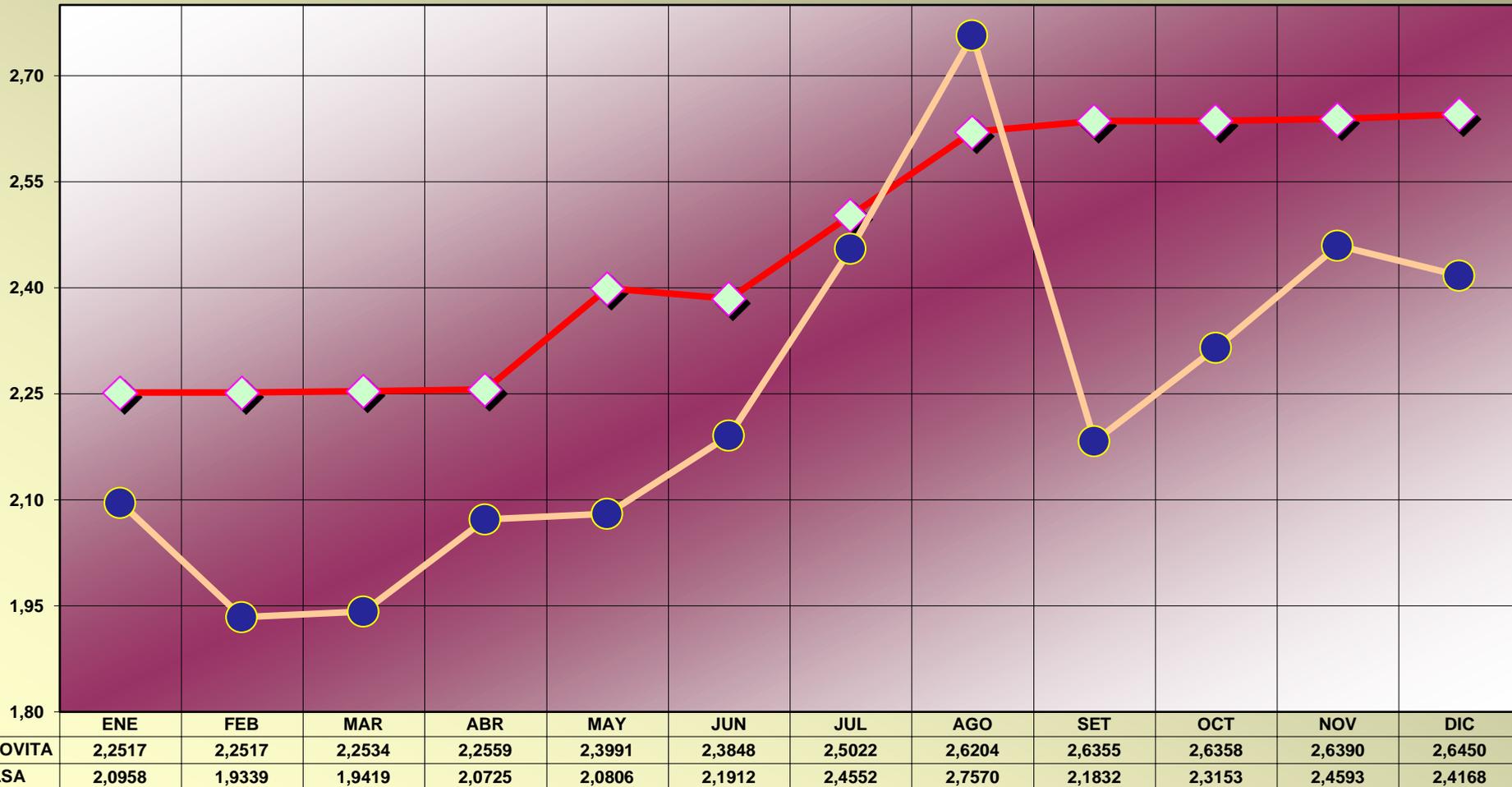


FECOVITA

BOLSA

VINOS TINTOS

COMPARACION PRECIOS VINOS TINTOS - 31-DIC-2012



◆ FECOVITA
 ● BOLSA

MOSTO SULFITADO

COMPARACION PRECIOS MOSTOS SULFITADOS - 31-DIC-2012



FECOVITA	1,1397	1,1370	1,5406	1,5487	1,4548	1,6108	1,7309	1,8959	2,0110	2,0070	2,0044	2,1095
BOLSA	1,2481	1,1851	1,3627	1,5146	1,6311	1,6234	1,7088	1,7385	1,8616	2,0029	2,2208	2,3448

◆ FECOVITA
 ● BOLSA

RESUMEN DIFERENCIAS LIQUIDADAS

Periodo
Enero -
Diciembre
2012

Promedio Anual Diferencia Precio	% Anual	Litros Liquidados	Total Importe Pagado en Más
----------------------------------	---------	-------------------	-----------------------------

BLANCOS

0,1424

9,79%

35.693.530

5.083.913,93

TINTOS

0,2102

9,44%

69.843.069

14.684.269,52

MOSTO

0,0855

5,42%

35.784.907

3.059.423,46

Totales

0,1615

8,74%

141.321.506

22.827.606,90



¿Qué se logró a partir de la Integración a través de FeCoVitA?

- **MARCAS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**
- CONCENTRACIÓN DE **COBRANZAS** (ELIMINACIÓN DE RIESGOS)
- PLANIFICACIÓN DE LA **PRODUCCIÓN** EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS
- CONTINUIDAD Y HOMOGENEIDAD DE **POLITICAS EMPRESARIAS**
- CRECIMIENTO DE **VOLUMENES** COMERCIALIZADOS, MEJORANDO LA RELACIÓN COSTO FIJO POR LITRO
- MEJORES **PRECIOS** QUE EL MERCADO
- POSIBILIDADES DE COLOCAR **EXCEDENTES**
- PROTECCIÓN POR **ACCIDENTES CLIMÁTICOS**
- MANEJO DE MAYOR **INFORMACION** PARA LA TOMA DE DECISIONES



- CAPACITACION PERMANENTE PARA PRODUCTORES, ENOLOGOS, ETC.
- CONSOLIDACION **PATRIMONIAL** DE FECOVITA.
- CANCELACIÓN DE LA LICITACION Y COMPRA DE **MARCAS**.
- CRECIMIENTO DEL **CAPITAL COOPERATIVO**.
- Asistencias en gestión administrativa a través de Programas de Gestión Integral (SICOVI)
- **ASISTENCIA** A LAS COOPERATIVAS EN:
 - *COMPRA DE INSUMOS AGRÍCOLAS*
 - *COMPRA DE INSUMOS ENOLÓGICOS*
 - *COMPRA DE MAQUINARIA AGRÍCOLA*
 - *ASISTENCIA FINANCIERA P/COSECHA*
 - *ASISTENCIA FINANCIERA P/CAPITAL DE TRABAJO*
 - *GARANTÍA PARA PRÉSTAMOS DE RECONVERSIÓN*



Asistencia a Cooperativas asociadas:

- Compras centralizadas de insumos y bienes.
- Accesibilidad a sistemas de financiación.
- Asistencia frente a accidentes climáticos.
- Asistencias en fincas a través de Ingenieros Agrónomos.

PÚBLICOS RELACIONADOS

- **Productores:** Genera mercados perdurables en el tiempo. Maximiza sus beneficios para lograr una actividad sustentable
 - **Proveedores:** Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de la empresa.
 - **Consumidor y clientes:** Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
 - **Comunidad:** Establecer relaciones positivas con la comunidad con sus organizaciones y gerenciar el impacto de la empresa sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Personal:** Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.

Cadena de valor

**Alianzas
Estratégicas**



Productor

Cooperativa

Proveedor

FeCoVitA

Sucursal

Distribuidor

Minorista

Consumidor

**Alianzas
Estratégicas**



■ COMERCIALIZACIÓN

FeCoViTA cuenta en el mercado interno con centros comerciales y de distribución propios en las principales ciudades de Argentina. Desde estos centros comerciales se atienden a los más de 2.000 clientes en todo el territorio Nacional.

Centros Comerciales:

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1- Sucursal Capital Federal y GBA | 8- Sucursal Junín de Buenos Aires |
| 2- Sucursal Bahía Blanca | 9- Sucursal Barranqueras |
| 3- Sucursal Rosario | 10- Sucursal Tucumán |
| 4- Sucursal Córdoba | 11- Sucursal Salta |
| 5- Depósito Río IV | 12- Depósito Posadas |
| 6- Sucursal Santa Fe | 13- Sucursal Zona Cuyo |
| 7- Sucursal Mar del Plata | |



■ UNIDADES PRODUCTIVAS

- 1- Casa Matriz
- 2- Bodega San Juan
- 3- Bodega Hugo Hidalgo
- 4- Bodega Carlos Magni
- 5- Bodega Estancia Mendoza



UNIDADES ESTRATÉGICAS



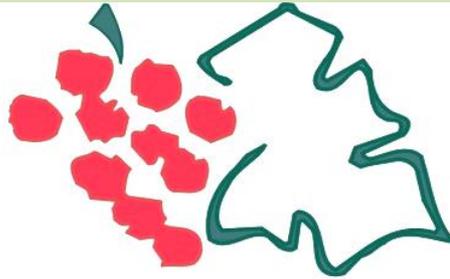
TORO



CONCENTRADOS

FeCoVitA Coop. Ltda.

MOSTOS



FeCoVitA Coop. Ltda.

RESERO

BODEGA
ESTANCIA
MENDOZA





TORO VIEJO

UN VINO TAN AUTÉNTICO COMO VOS.

TORO VIEJO
CHENIN - TORRONTES
INDUSTRIA ARGENTINA

TORO VIEJO
BONARDA - SIRAH
INDUSTRIA ARGENTINA

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

LLAMEMOS A LAS COSAS POR SU NOMBRE. AL PAN, PAN Y AL VINO TORO.

VINO TORO
VINO BLANCO
INDUSTRIA ARGENTINA

VINO TORO
VINO TINTO
INDUSTRIA ARGENTINA

115 años haciendo un vino auténticamente argentino.



MISIÓN

Optimizar el valor de los productos entregados por nuestros asociados y maximizar sus beneficios, satisfaciendo las expectativas de los consumidores, gestionando de manera flexible nuestra operación, y promoviendo así el desarrollo de las personas que componen nuestro sistema cooperativo y el de las comunidades en las que actuamos.

PÚBLICOS RELACIONADOS

- **Productores:** Genera mercados perdurables en el tiempo. Maximiza sus beneficios para lograr una actividad sustentable
 - **Proveedores:** Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de la empresa.
 - **Consumidor y clientes:** Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
 - **Comunidad:** Establecer relaciones positivas con la comunidad con sus organizaciones y gerenciar el impacto de la empresa sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Personal:** Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.



Colaborando en la reducción del impacto ambiental de producción, uso de materia prima y energía y generando buenas relaciones con la comunidad.

- Control y disposición final de residuos peligros.
- Y8 Desechos de aceites minerales no aptos para el uso a que estaban destinados.
- Y9 Mezclas y emulsiones de desecho de aceite y agua o de hidrocarburos y agua.
- Y48 Materiales y/o elementos diversos contaminados.



- Acopio de pilas y baterías para disposición final en municipio.
- Disposición final y reciclados de RAEE
- (Residuos de aparatos Eléctricos y Electrónicos).
- Tratamiento de aguas industriales en planta de efluentes.
- Reciclados de insumos industriales y reutilización de los mismos (Cartón, nylon, vidrio, Tintas y solventes).
- Actualmente la Empresa realiza un Programa de Reciclado de Papel comprometiendo al personal y destinando los fondos adquiridos a través del mismo, para la compra de bolsas ecológicas para entregar a todos los colaboradores.



- Sustitución de insumos (tierras filtrantes) por maquinaria de última generación.

Reducción de huella de carbono mediante:

- Sustitución de lámparas incandescentes por lámparas bajo consumo.
- Aislantes térmicos a cañerías de vapor para evitar la pérdida de calor por conducción.
- Reducción de consumo de papel en oficina a través de programas y sistemas que permiten un control y almacenamiento sin necesidad de impresiones.

PÚBLICOS RELACIONADOS

- **Productores:** Genera mercados perdurables en el tiempo. Maximiza sus beneficios para lograr una actividad sustentable
 - **Proveedores:** Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de la empresa.
 - **Consumidor y clientes:** Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
 - **Comunidad:** Establecer relaciones positivas con la comunidad con sus organizaciones y gerenciar el impacto de la empresa sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Personal:** Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.



Cumplimiento de normativa laboral:

- Pagos de sueldos 100% formales.
- Pago de sueldos, aportes y contribuciones sociales en término.
- Sueldos por encima de la escala del “Convenio”.
- No trabajo de menores, no discriminación de género.+
- Normas sobre Seguridad Industrial.



Promoviendo mejores condiciones laborales e incentivando inversiones sociales.

- Festejos de eventos especiales como Día del Vitivinícola, Día del Trabajador, Día de la Madre, Día del Niño, entre otros.
- Anticipos especiales.
- Campañas y donaciones solidarias.
- Control estricto en los alimentos entregados al personal y subsidios.
- Compras inclusivas responsables
- Convenios con Instituciones Educativas para realización de pasantías en diferentes sectores.
- Capacitaciones permanentes.
- Convenio con la DGE.



BENEFICIOS

- Amplia política de beneficios para todo el personal, incluyendo al grupo familiar, los cuales se detallan a continuación:

POLÍTICAS DE RSE EN FeCoVita

BENEFICIOS POR TRABAJAR EN FECOVITA

SALUD Y SEGURIDAD

SERVICIO DE COMEDOR

MENOR COSTO EN PLANES DE O. SOCIALES PREPAGAS

VACUNACION ANUAL

APOYO EVENTOS DEPORTIVOS

RECONOCIMIENTO DEL 30% EN MEDICAMENTOS

SEGURO POR ROBO EN CAJEROS AUTOMÁTICOS

POR VACACIONES SE PIERDE UNA SOLA VEZ POR AÑO

PRESENTISMO

TOLERANCIA POR TARDANZAS Y SITUACIONES PARTICULARES

POR ENFERMEDAD SE PIERDE DESPUÉS DEL 3º DIA

CAPACITACIONES

DESARROLLO PROFESIONAL

DESARROLLO EN EL PUESTO

ECONÓMICOS

PRÉSTAMOS CON TASA PREFERENCIAL

PREMIO VARIABLE

ANTICIPOS DE SUELDO

RECONOCIMIENTO Y FINANCIACIÓN EN ROPA

GRATIFICACIÓN ANUAL

BONIFICACIÓN EN COMPRA DE MERCADERIA

FAMILIA

KIT ESCOLAR Y ZAPATILLAS POR INICIO DE CLASES

REGALO Y FIESTA POR EL DIA DEL NIÑO

REGALO POR CASAMIENTO

OBSEQUIO DIAS FESTIVOS

SUBSIDIO POR FALLECIAMIENTO FAMILIAR DIRECTO

12 TARROS DE LECHE EN EL PRIMER AÑO DE VIDA



RECURSOS HUMANOS

CANTIDAD DE PERSONAL: 823

Administración: 143
Producción: 505
Comercialización: 175



ENCUENTRO EN CASA MATRIZ
FESTEJO DÍA DEL TRABAJADOR
MAYO 2012





INTANGIBLES QUE NO SE MIDEN EN LOS BALANCES :

- **MARCAS**

- **RECURSOS HUMANOS**

**HACEN la DIFERENCIA
de una EMPRESA-COMPAÑÍA**

**Y LA DIFERENCIA ENTRE UNA
EMPRESA GRANDE Y UNA
GRAN EMPRESA ESTA EN LOS
RECURSOS HUMANOS**



FeCoVita

Coop Ltda

¡MUCHAS GRACIAS!

Disertante: Cdor. Juan A. Rodriguez