

MEMORIA ANUAL 2016

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



 **CAPSA FOOD**



MEMORIA ANUAL 2016

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA







01

CARTA DEL PRESIDENTE

Pág. 04

02

ÓRGANOS DE GOBIERNO

Pág. 07

ACCIONISTAS / CONSEJO / COMITÉ

03

CAPSA FOOD EN GRANDES LÍNEAS

Pág. 11

HISTORIA / CIFRAS / CUOTAS DE MERCADO / FACTORIAS
/ CERTIFICACIONES / RECONOCIMIENTOS Y SELLOS
/ MODELO DE GESTIÓN EFQM / VISIÓN, MISIÓN Y PLAN ESTRATÉGICO

04

ESTRATEGIA DE CAPSA

Pág. 25

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
/ NATURALMENTE COMPROMETIDOS CON UN MODELO
DE NEGOCIO ÉTICO Y RESPONSABLE

05

NUESTRA RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD

Pág. 37

APOYAMOS AL SECTOR PRIMARIO Y EL MUNDO RURAL
/ PROMOVEMOS LA SALUD A TRAVÉS DE LA NUTRICIÓN
Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES / PROTEGEMOS EL ENTORNO
NATURAL Y RESPETAMOS EL MEDIOAMBIENTE
/ SOMOS EMPLEADOR EJEMPLAR

06

RESULTADOS Y ESTADOS FINANCIEROS

Pág. 99

ESTRUCTURA SOCIETARIA / BALANCE 2016: EVOLUCIÓN
Y RESULTADOS DEL EJERCICIO / BALANES CONSOLIDADOS
/ CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

CARTA DEL PRESIDENTE

Bertino Velasco Torre

Presentamos nuestra Memoria de RSC del año 2016 alineada a nuestro marco estratégico de Responsabilidad Social Corporativa que se sustenta en cuatro ejes; continuar apoyando al sector primario y al mundo rural, origen de nuestra empresa, promover la salud a través de la alimentación y hábitos de vida saludables, cuidar de nuestro entorno natural respetando el medioambiente y velar por el bienestar de nuestros empleados. A partir de aquí desplegamos la estrategia para este año.

La tendencia de CAPSA FOOD en los últimos cuatro ejercicios ha sido positiva porque además de registrar beneficios, han seguido un sentido ascendente también en 2016. Además, este crecimiento ha ido aparejado de un incremento de nuestras ventas, por tercer año consecutivo, reforzando nuestro liderazgo en el mercado lácteo español.

La consecución de estos resultados coincide con la puesta en marcha del Plan Estratégico de CAPSA 2015/2017, cuyo objetivo es crear valor compartido creciendo con sostenibilidad y rentabilidad mayor y creciente en un entorno sin cuotas, con concentración de la distribución y de sus marcas propias

(MDD). Este Plan continúa sustentado en nuestros cuatro ejes: la gestión de las marcas en el mercado español, la gestión de las marcas en el mercado internacional, la gestión de la marca del distribuidor a través de IBERLECHE y la gestión del producto industrial bajo el paraguas de INNOVA FOOD y nuevos negocios que tiene el firme objetivo de ser el líder generalista con gestión especializada por negocio.

Una gran apuesta de este plan es el relanzamiento del yogur bajo el paraguas de nuestro "Proyecto Esencia", que llevó aparejadas importantes inversiones para ofrecer un producto elaborado con ingredientes 100% naturales y el mejor sabor.

El impulso de la exportación, otro de los pilares de nuestro Plan Estratégico, nos ha permitido multiplicar por 30 las ventas que teníamos en el año 2013 con una presencia en cerca de 40 países.

Otro aspecto muy destacable en 2016 ha sido Innova Food que también crece gracias a las operaciones de exportación, consiguiendo doblar la venta de nuestros productos industriales e ingredientes de base láctea.

Nuestro buen hacer, se ve reconocido en el mercado por nuestros consumidores, que además hacen que Central Lechera Asturiana continúe siendo la marca de leche con mejor reputación, la más auténtica, la quinta marca que está presente en la cesta de la compra de los españoles y la primera en la de los asturianos. La buena gestión interna nos da el reconocimiento externo.

Hablar de gestión es hablar de Excelencia y del modelo EFQM. Este año hemos revalidado con éxito el Sello de Excelencia EFQM 500 +.

La calidad de nuestra materia prima, el valor de nuestras marcas, unido al trabajo de nuestros empleados son nuestro principal activo que contribuye a mantener nuestro liderazgo a nivel nacional y continuar creciendo en el extranjero.

Bertino Velasco Torre
Presidente CAPSA



**“LA CALIDAD DE
NUESTRA MATERIA PRIMA,
EL VALOR DE NUESTRAS MARCAS,
UNIDO AL TRABAJO DE
NUESTROS EMPLEADOS SON
NUESTRO PRINCIPAL ACTIVO
QUE CONTRIBUYE A MANTENER
NUESTRO LIDERAZGO
A NIVEL NACIONAL Y
CONTINUAR CRECIENDO
EN EL EXTRANJERO”**

01 | ÓRGANOS DE GOBIERNO



ÓRGANOS DE GOBIERNO

ACCIONISTAS



81,53

CENTRAL LECHERA
ASTURIANA SAT

10,90

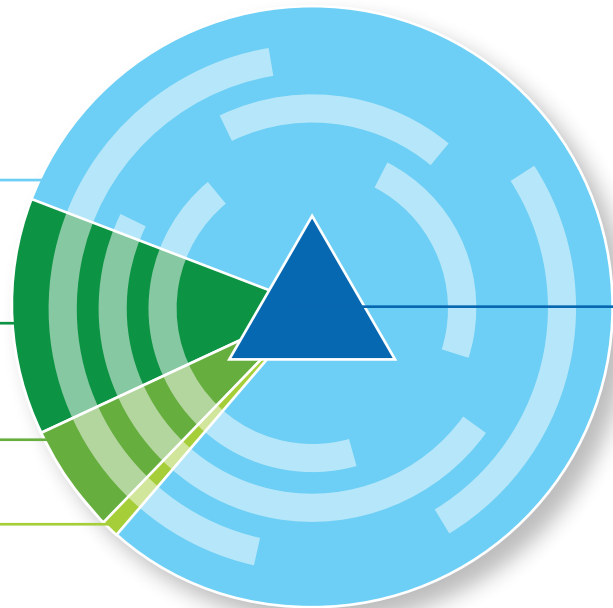
LIBERBANK

6,87

CAJA
RURAL

0,70

MINORITARIOS



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

SR. D. BERTINO VELASCO TORRE

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)
PRESIDENTE

CONSEJEROS

SR. D. JOSÉ RAMÓN BADIOLA GARCÍA

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SR. D. DELFÍN PÉREZ GARCÍA

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SR. D. FAUSTINO RODRÍGUEZ MEDINA

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SR. D. DÁMASO ALBERTO ÁLVAREZ RODRÍGUEZ

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SRA. DÑA. MARÍA ÁNGELES GONZÁLEZ CUETO

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SR. D. GERMÁN MARCOS FERNÁNDEZ

CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

SR. D. JOSÉ MANUEL AGUERA SIRGO

Liberbank

SR. D. JESÚS RUANO MOCHALES

Liberbank

SR. D. JOSÉ RAMÓN FERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Caja Rural

COMITÉ DE DIRECCIÓN

SR. D. JOSÉ ARMANDO TELLADO NOGUEIRA

DIRECTOR GENERAL

DIRECTORES

SRA. DÑA. MARÍA GARCÍA FERNÁNDEZ

Directora Comercial Gran Consumo

SR. D. PERE JOAN MASSÓ TORRAS

Director de Operaciones

SRA. DÑA. CHARO SUÁREZ FERNÁNDEZ

Directora de Finanzas y
Sistemas de la Información

SR. D. MANUEL MORALES ZAPATA

Director de Servicios Jurídicos
y Auditoría Interna

SR. D. JUAN POVEDANO MARCOS

Director de Marketing e i+D+I

SR. D. JOSÉ MANUEL FLOREZ

Director de Organización
Industrial y Eficiencia

SR. D. ANDRÉS VEGA ARTIME

Director de Recursos Humanos
y Excelencia

SR. D. MARIANO JIMÉNEZ BRAOJOS

Director Comercial Food Service

02 | CAPSA FOOD EN GRANDES LÍNEAS



CAPSA FOOD EN GRANDES LÍNEAS

CERCA DE 50 AÑOS DE HISTORIA



1967

Creación grupo
sindical colonización

CENTRAL LECHERA ASTURIANA G. S. C.



1970

Inauguración

FACTORÍA DE GRANDA

Lanzamiento **PRIMERA BOTELLA DE LECHE**



2016

Proyecto **ESENCIA**
para yogures:

INGREDIENTES 100% NATURALES

Lanzamiento **LECHE 0,0% - AL FIN UNA 0,0%**



2014

Proyecto **ESENCIA**
para leches básicas:

LECHE Y NADA MÁS



1997

Constitución

CAPSA

(Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A)



2006

Inauguración

nueva LÍNEA DE BOTELLA

Nueva unidad de negocio:
Lanzamiento de HOSTELERÍA



2012

Lanzamiento

nueva LECHE SIN LACTOSA



2011

Lanzamiento

nuevas LECHEs FUNCIONALES

Jalea Vital · Fibra · Naturcol

CAPSA FOOD EN CIFRAS 2016

645
MILLONES
DE EUROS

FACTURACIÓN

13,6
MILLONES
DE EUROS

BENEFICIO
NETO

RECOGIDA
DE LECHE

CERCA DE
900
MILLONES
DE LITROS

ESTAMOS
PRESENTES
EN MÁS
DE **40**
PAÍSES

150.000
LITROS DE LECHE
DONADOS

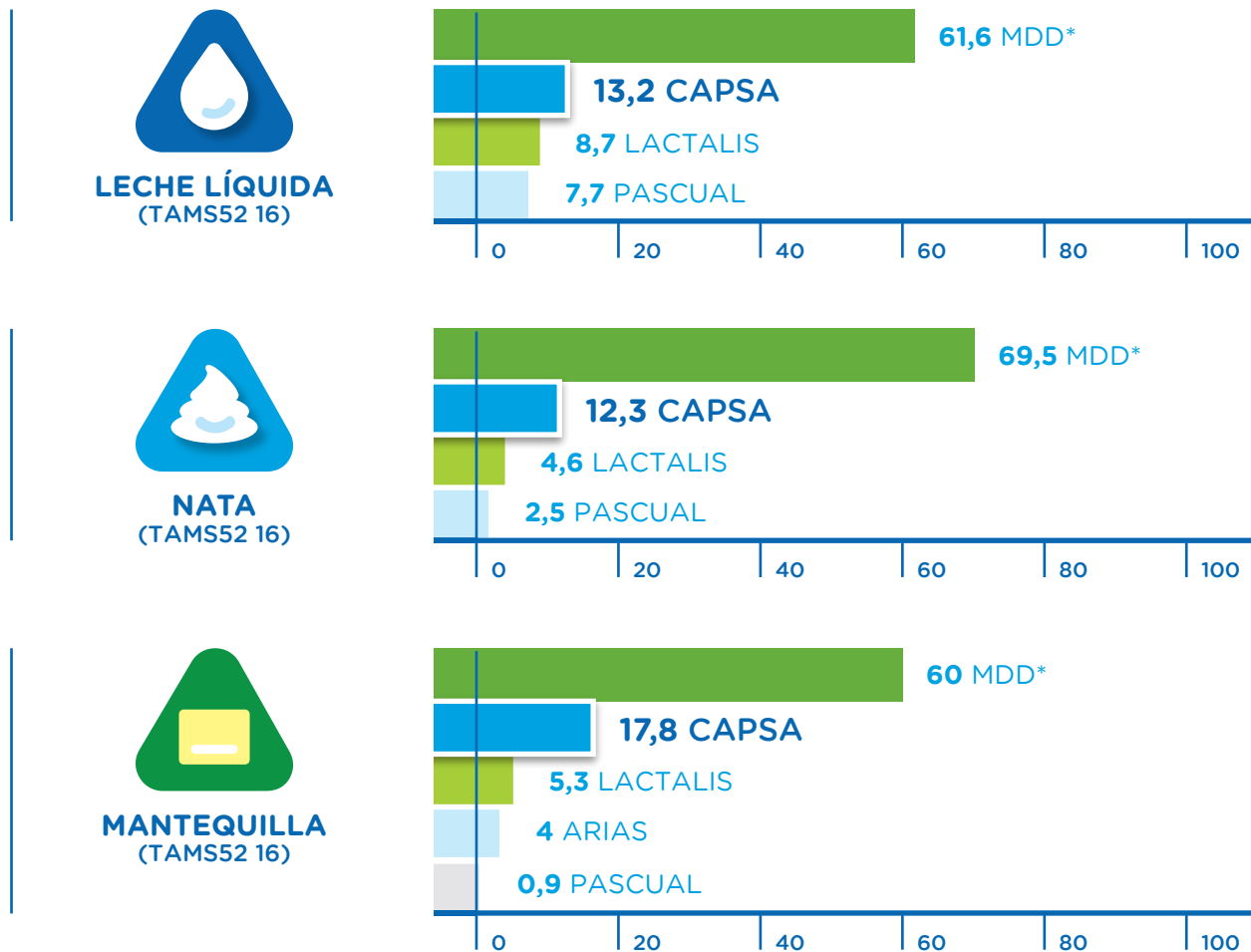
1.274
EMPLEADOS



ALDEAS
INFANTILES SOS
ESPAÑA



CUOTAS DE MERCADO CAPSA FOOD



DISTRIBUCIÓN FACTORIZAS



7 FACTORÍAS, 5 COMUNIDADES

CERTIFICACIONES 2016



Certificación en Seguridad Alimentaria (FSSC22000)



Certificación en Seguridad Alimentaria Zarzalejo (BCR y IFS)



Certificación en SAE en todas nuestras fábricas



RECONOCIMIENTOS Y SELLOS



PREMIO CARÁCTER EMPRESA
A LA INNOVACIÓN,
PROMOVIDO POR FADE E
IMPULSADO POR CAIXABANK



PREMIOS CARREFOUR
A LA EMPRESA
MÁS INNOVADORA
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

BRAND FOOTPRINT



Marca
MÁS CONSUMIDA
en España

5^a

Marca
MÁS CONSUMIDA
en Asturias

1^a

AUTHENTIC BRANDS



Marca de Leche
MÁS AUTÉNTICA

+A

REPTRAK 2016

Primera empresa española y primera marca de leche
CON MEJOR REPUTACIÓN



MODELO DE GESTIÓN EFQM

EN 2016 hemos renovado el **Sello de Excelencia EFQM +500** tras superar con éxito el proceso de evaluación de **AENOR y del Club de Excelencia en Gestión**. Los evaluadores han evidenciado una evolución muy positiva desde la última evaluación del año 2014, destacando, el análisis exhaustivo desde el ganadero hasta el consumidor (cadena de valor) que se ha llevado a cabo a lo largo del año pasado, así como la integración de la sostenibilidad económica, social y ambiental para cumplir la misión de la empresa. También han destacado la consolidación de las alianzas estratégicas y del estilo de liderazgo junto con la gestión de la innovación, todos ellos puntos clave para la consecución de los objetivos marcados en la compañía.



1^a

MODELO DE GESTIÓN DE PROCESOS

Con el objetivo de mejorar la eficiencia en algunos procesos claves.

2^a

MODELO DE LIDERAZGO

Que persigue identificar y desarrollar un estilo de Liderazgo necesario para mejorar resultados.

3^a

MODELO DE GESTIÓN UNIFICADA DE PROYECTO

Para contribuir a la mejora continua, eficiencia y competitividad de la compañía.

4^a

MODELO DE RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS Y RSC

Con la finalidad de conocer y mejorar las relaciones con Grupos de Interés, estableciendo así una estrategia de RSC para dar valor al negocio.



Visitas
Fábrica de Piensos
Personal

ASTURIANA
Primera empresa de alimentación española
CON EL SELLO DE EXCELENCIA EUROPEA



VISIÓN, MISIÓN Y PLAN ESTRATÉGICO

En 2016 estamos inmersos en el “**PLAN ESTRATÉGICO trianual 2015-2017**”, con el objetivo de crecer con rentabilidad por la vía de la diversificación de negocios y geografías, bajo una visión global de líder lácteo generalista pero con gestión especializada por negocio.





03 | ESTRATEGIA DE CAPSA



ESTRATEGIA DE CAPSA

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

A lo largo del año pasado hemos hecho un análisis de nuestra cadena de valor y su relación con todos los colectivos con los que interactuamos para **identificar cuáles eran nuestros grupos de interés**, es decir, aquellas personas, comunidades, empresas y organizaciones cuya opinión es importante para nosotros y pueden verse afectados por nuestra actividad.

A partir de ahí, establecimos un ejercicio de diálogo y escucha activa de sus opiniones para comprender sus inquietudes, expectativas, y prioridades con el objetivo de recoger sus sugerencias para **CREAR VALOR COMPARTIDO** con ellos en el ejercicio de nuestra actividad. En este diálogo han participado nuestros ganaderos, clientes, proveedores, consumidores, administraciones públicas, etc.

Los aspectos que identificamos como relevantes para nuestros grupos de interés, junto con los retos globales en materia de sostenibilidad a los que nos enfrentamos las compañías y los retos específicos del Sector Lácteo nos han servido para definir nuestros objetivos prioritarios en materia de RSC. Estos objetivos se han alineado a nuestra **VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS**, además de con nuestras prioridades estratégicas en un proceso en el cual hemos implicado a todas las áreas de la organización.

El **marco estratégico** lo hemos definido en cuatro ejes:

- 1 APOYAR EL SECTOR PRIMARIO Y AL MUNDO RURAL.**
- 2 PROMOVER LA SALUD A TRAVÉS DE LA NUTRICIÓN Y HABITOS DE VIDA SALUDABLES.**
- 3 PROTEGER NUESTRO ENTORNO NATURAL Y RESPETAR EL MEDIOAMBIENTE.**
- 4 SEGUIR SIENDO EL EMPLEADOR EJEMPLAR QUE SOMOS.**

Este marco estratégico nos permitirá contribuir a la consecución de algunos de los Objetivos globales de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por Naciones Unidas en el año 2015, tal y como aparece reflejado en cada uno de los capítulos de esta Memoria de Responsabilidad Social Corporativa.



Con la firme apuesta de mantener nuestro objetivo fundacional, **DEFENDER LO NATURAL** en todo lo que hacemos, a lo largo de 2016 hemos materializado nuestro compromiso en **23 principios naturales** que la empresa adquiere con la sociedad en todos estos ámbitos **SIENDO NATURALES, HACIENDO PRODUCTOS NATURALES Y ACTUANDO DE FORMA NATURAL.**

NUESTROS PRINCIPIOS NATURALES

1

Somos naturales
por nuestro origen

2

Hacemos
productos naturales

3

Actuamos
de forma natural

1. Somos naturales por nuestro origen

Porque somos una asociación de ganaderos, nunca olvidamos nuestro origen ni el origen de nuestro trabajo: Vacas, Asturias y la propia naturaleza. Cuidamos nuestro sector y nuestro entorno con el firme compromiso de ofrecer la mejor leche para elaborar productos de la máxima calidad.

GARANTIZAMOS LA SOSTENIBILIDAD DEL GANADERO PARA QUE NOS OFREZCA LA MEJOR LECHE

- 1 | Aseguramos la comercialización de la leche de nuestros ganaderos para garantizar la viabilidad de sus explotaciones.
- 2 | Formamos a nuestros ganaderos para favorecer su desarrollo personal, profesional y social.
- 3 | Apoyamos y asesoramos a nuestros ganaderos para que produzcan una leche de máxima calidad, garantizando la seguridad alimentaria y respetando el Medioambiente.

APOYAMOS A NUESTROS GANADEROS PARA MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA

- 4** | Ofrecemos servicios de sustitución para que nuestros ganaderos puedan tener días libres en su explotación. Todos merecemos un descanso.
- 5** | Prestamos asistencia técnica continuada a través de:
- ▷ Servicios vinculados con la producción :
Calidad de la leche, Sanidad Animal, etc.
 - ▷ Servicios vinculados a la gestión:
Seguros Agrarios, Gestión Técnica- Económica, Asesoría Fiscal, etc.

DEFENDEMOS NUESTRA TIERRA Y APOYAMOS A NUESTRA GENTE

- 6** | Generamos mas de 7.300 empleos en el sector ganadero español.
- 7** | Apoyamos la cultura, deporte y costumbres del Principado, apoyando eventos y acciones que se desarrollan en nuestra tierra:
- ▷ Banco de Alimentos de Asturias.
 - ▷ Fundación Príncipe de Asturias.
 - ▷ FIMBA.
 - ▷ Deporte Asturiano.

MINIMIZAMOS EL IMPACTO AMBIENTAL DE NUESTRAS EXPLOTACIONES Y CENTROS PRODUCTIVOS

- 8 | Disminuimos los kilómetros recorridos en nuestras rutas de recogida de leche para minimizar las emisiones de CO₂.
- 9 | Reducimos el consumo energético de nuestras explotaciones y factorías.
- 10 | Autogeneramos más del 90% de nuestra energía eléctrica en procesos de alta eficiencia.
- 11 | Transformamos los residuos de nuestros procesos en Biocombustible, y Fertilizantes.
- 12 | Minimizamos el consumo de agua en nuestros procesos para cuidar de los recursos.
- 13 | Rediseñamos nuestros procesos para disminuir las emisiones.



2. Hacemos productos naturales

Elaboramos nuestros productos respetando al máximo la esencia natural de nuestra leche del norte de España. Creemos que sólo respetando el origen natural de lo que comemos, las personas tendrán una mejor alimentación y mejor calidad de vida.

NUESTRA LECHE ES 100% ESPAÑOLA

14 | Nuestra leche, mantequilla, nata de cocina y yogures están hechos gracias a las vacas de nuestros ganaderos españoles.

UTILIZAMOS INGREDIENTES 100% ORIGEN NATURAL

15 | No tenemos E-s en el 98% de los productos que ponemos en mercado, ni aditivos artificiales, ni conservantes artificiales ni estabilizantes. Estamos trabajando alternativas para el resto. Lideramos el sector reinventando nuestra esencia. Somos naturales en el origen y en nuestra forma de vida. Somos la única marca láctea con esta oferta de productos 100% naturales.

TODOS LOS PRODUCTOS NUEVOS SERÁN 100% NATURALES.

16 | Las innovaciones de nuevos productos las haremos con la máxima de ofrecer productos que contengan ingredientes mayoritariamente naturales.

3. Actuamos de forma natural

Estamos muy orgullosos de cómo somos y nos mostramos al mundo, tal cual. Así somos en Asturias. Nos gusta hablar con todo el mundo y también escuchar a todos. Así somos y no cambiaremos aunque salgamos en los medios de comunicación.

SOMOS TRANSPARENTES Y TE CONTAMOS LAS COSAS COMO SON

- 17 | Facilitamos la comprensión de nuestras etiquetas haciéndolas más claras.
- 18 | Abrimos las puertas de nuestra lechería a todo aquel que quiera venir y conocer cómo hacemos las cosas. Estamos orgullosos de cómo lo hacemos.
- 19 | Nuestra publicidad es real y nuestros anuncios muestran prados, ganaderos y vacas reales de Asturias (sin actores ni ficciones).



NOS COMPROMETEMOS A DESARROLLAR INICIATIVAS QUE FAVOREZCAN UNA SOCIEDAD CON UNA ALIMENTACIÓN MÁS NATURAL Y SALUDABLE

- 20** | Enseñamos a la sociedad los beneficios de una alimentación natural y saludable para llevar a cabo una vida sana.
- ▷ Jornadas de Alimentación Saludable en Madrid en colaboración con SEFCA.
 - ▷ Web de nutrición: www.lecheynutricion.es
 - ▷ Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana.
- 21** | Colaboramos con médicos y docentes para fomentar los beneficios de una alimentación saludable:
- ▷ Cátedra de Nutrición Universidad Complutense de Madrid / Central Lechera Asturiana.
 - ▷ Premio Hipócrates.
 - ▷ Más de 8.000 visitas a médicos.

CUIDAMOS LAS CONDICIONES LABORALES DE NUESTRA GENTE PARA ASEGURAR LA CALIDAD DE TODO LO QUE HACEMOS: COMPROMISOS CON EL EMPLEO DE CALIDAD

- 22** | Ofrecemos contratos laborales indefinidos a cerca del 95% de nuestros empleados, facilitándoles su formación y desarrollo profesional y apostando por un empleo de calidad (TOP EMPLOYERS 2016).
- 23** | Ofrecemos a nuestros empleados un entorno saludable y seguro para desarrollar su trabajo, favoreciendo la conciliación de su vida personal y profesional (Empresa Saludable y Empresa Familiarmente Responsable).

NATURALMENTE COMPROMETIDOS CON UN MODELO DE NEGOCIO ÉTICO Y RESPONSABLE

En 2016, implantado ya el Protocolo de Prevención y Detección de Delitos (ProtocoloPDD), seguimos trabajando día a día, para fomentar, desde todos los ámbitos, **LA CULTURA DEL CUMPLIMIENTO**, entendida como el compromiso de la Compañía con:

La vigilancia permanente y la sanción de actos y conductas fraudulentas

Todos los controles, generales y específicos, del **ProtocoloPDD** nos permiten prevenir, detectar y reaccionar ante estas conductas.

El mantenimiento de mecanismos efectivos de comunicación

Nuestro **Canal Ético** se encuentra habilitado a disposición tanto de los empleados como de todos nuestros agentes.

La concienciación de todos los empleados

Durante 2016 hemos **formado a los empleados** de todas nuestras áreas, dándoles a conocer el **Código Ético** y el funcionamiento del ProtocoloPDD.

Compartimos, fomentamos y creemos, en el desarrollo de una cultura empresarial basada en la ética y la honestidad, buscando generar un entorno de transparencia en el que integrar los diferentes sistemas normativos de aplicación a nuestro negocio:



Cumplimiento Normativo (Compliance):

A través del establecimiento de políticas y procedimientos adecuados y suficientes para garantizar que la Compañía, incluidos sus directivos, empleados y agentes vinculados, cumplen con el marco normativo aplicable.



LOPD y seguridad de la información:

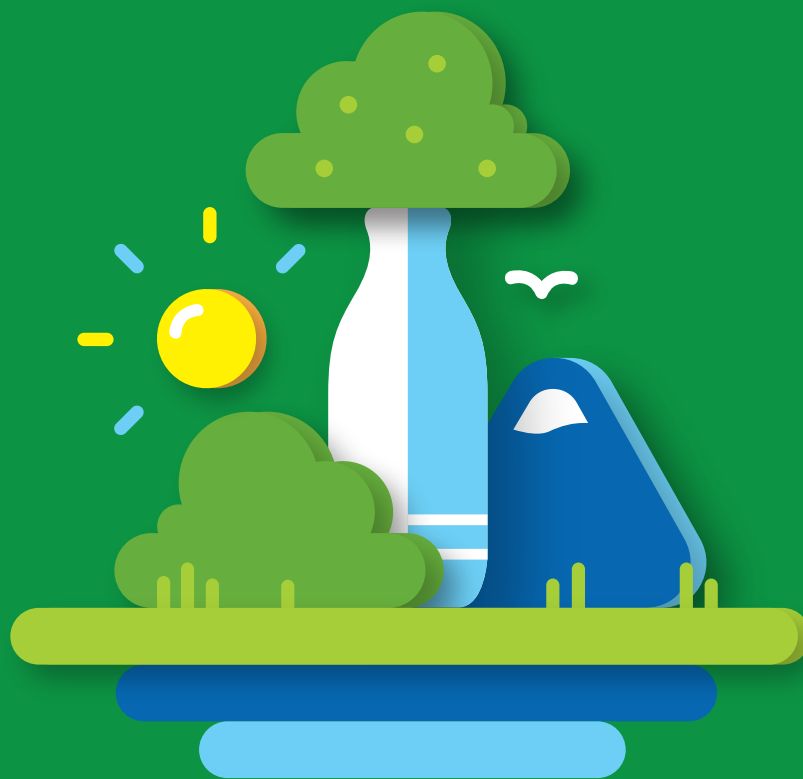
Anticipamos y prevenimos las medidas necesarias para poder garantizar, desde el inicio, una administración segura del ciclo de vida de la información que recabamos de nuestros agentes externos o que tratamos para el desarrollo de nuestras actividades. Aseguramos la privacidad, por defecto, convirtiéndose en el modo predeterminado de operar, sin esperar a que los riesgos se materialicen.



Publicidad ética, veraz y responsable:

Nos comprometemos a promocionar todos nuestros productos y servicios de forma responsable, por eso sometemos a la valoración de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) nuestras campañas publicitarias de mayor impacto, revisando también, a través de la Asesoría Jurídica de la Compañía, el resto de promociones habituales y puntuales.

04 | NUESTRA RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD



CAPSA FOOD





APOYAMOS AL SECTOR PRIMARIO Y EL MUNDO RURAL



APOYAMOS AL SECTOR PRIMARIO Y EL MUNDO RURAL

La relación con nuestros ganaderos y la sostenibilidad del sector primario y del mundo rural se lleva a cabo a través de Central Lechera Asturiana SAT con el fin de cumplir diferentes objetivos en el ámbito económico, ambiental y social.

ECONÓMICO

- ✓ Tener un trato justo con nuestros ganaderos, garantizándoles un precio sostenible en origen y comprometiéndonos en el largo plazo para **GARANTIZAR LA VIABILIDAD DE SUS EXPLOTACIONES.**
- ✓ Llevamos a cabo trabajos en común con los productores y técnicos para **INTEGRAR VERTICALMENTE EL SECTOR PRODUCTOR.**
- ✓ Ofrecemos **SERVICIOS AGRARIOS**, principal activo de futuro, después del servicio de recogida.





AMBIENTAL

- ✓ A través del proyecto **CLAS ENERGÍA** reducimos el consumo energético y el gasto en las explotaciones ganaderas mediante la adopción de diferentes medidas energéticas.
- ✓ Se están incrementando los litros de leche por kilómetro de recogida **OPTIMIZANDO LAS RUTAS.**





SOCIAL

- ✓ En el año 2016 los ganaderos de Central Lechera Asturiana SAT han incrementado su participación en CAPSA FOOD a través de la compra del porcentaje de accionariado del **GRUPO Compagnie Laitiere Européenne**.
- ✓ Mejoramos la **CALIDAD DE VIDA** de nuestros ganaderos a través de los diferentes servicios que se les ofrecen (sustitución, gestión, seguros, formación, etc)
- ✓ Llevamos a cabo **iniciativas sociales enfocadas al entorno rural** (participación en ferias agroganaderas, concursos de ganado, exposiciones agrarias, etc)



NUESTRA RECOGIDA DE LECHE



Valores en MILES DE LITROS

ASTURIAS	393.549,21	44%
GALICIA	343.496,70	38%
CATALUÑA	102.002,10	11%
OTROS	42.380,26	5%
MENORCA	15.223,00	2%
TOTAL	896.651,27	100%






PROMOVEMOS LA SALUD A TRAVÉS DE LA NUTRICIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES



PROMOVEMOS LA SALUD A TRAVÉS DE LA NUTRICIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES



Nuestra preocupación por la alimentación sana unida a un estilo de vida saludable hace que pongamos el foco y trabajemos en diferentes áreas. El objetivo es ofrecer productos naturales y de calidad, fomentando además de la alimentación saludable, acciones que contribuyan a llevar una vida sana.

- 
- 1** Ofrecemos **productos naturales.**
 - 2** Llevamos nuestros productos **por todo el mundo.**
 - 3** **Innovamos** bajo el paraguas de la salud.
 - 4** Educamos en **hábitos de vida saludables.**
 - 5** **Apoyamos iniciativas** alineadas a la salud, nutrición y estilo de vida sana.





1 Ofrecemos productos naturales



**Nuestro
Compromiso**
— DEFENDEMOS LO NATURAL —
SÓLO INGREDIENTES NATURALES
...Y NADA MÁS
— PORQUE —
**LO NATURAL, NATURAL
TE SABE MUCHO MEJOR**

Proyecto ESENCIA

Promovemos la salud a través de la nutrición dando valor al sector, y por ello en 2016 hemos puesto en marcha el **PROYECTO ESENCIA**, que define lo que somos porque está en nuestro ADN. Estamos orgullosos de lo que hacemos y es nuestra responsabilidad desarrollar nuestros productos siguiendo este camino.

Llevamos a cabo una estrategia basada en **DEFENDER LO NATURAL**, comprometiéndonos con los consumidores y el sector, con productos basados en principios e ingredientes 100% naturales.



LANZAMIENTOS 2016

CENTRAL LECHERA ASTURIANA



Botella 1,5 L Sin Lactosa,

liderando un nuevo paso
adelante en la gama tradicional.

Botella Hostelería Sin Lactosa,

adaptándonos
al canal.

Leche 0,0%,

al fin una 0,0%.



**Mantequilla ligera
sin lactosa.**

**Nuevos Yogures,
con ingredientes
100% naturales en un nuevo
formato individual.**

LARSA

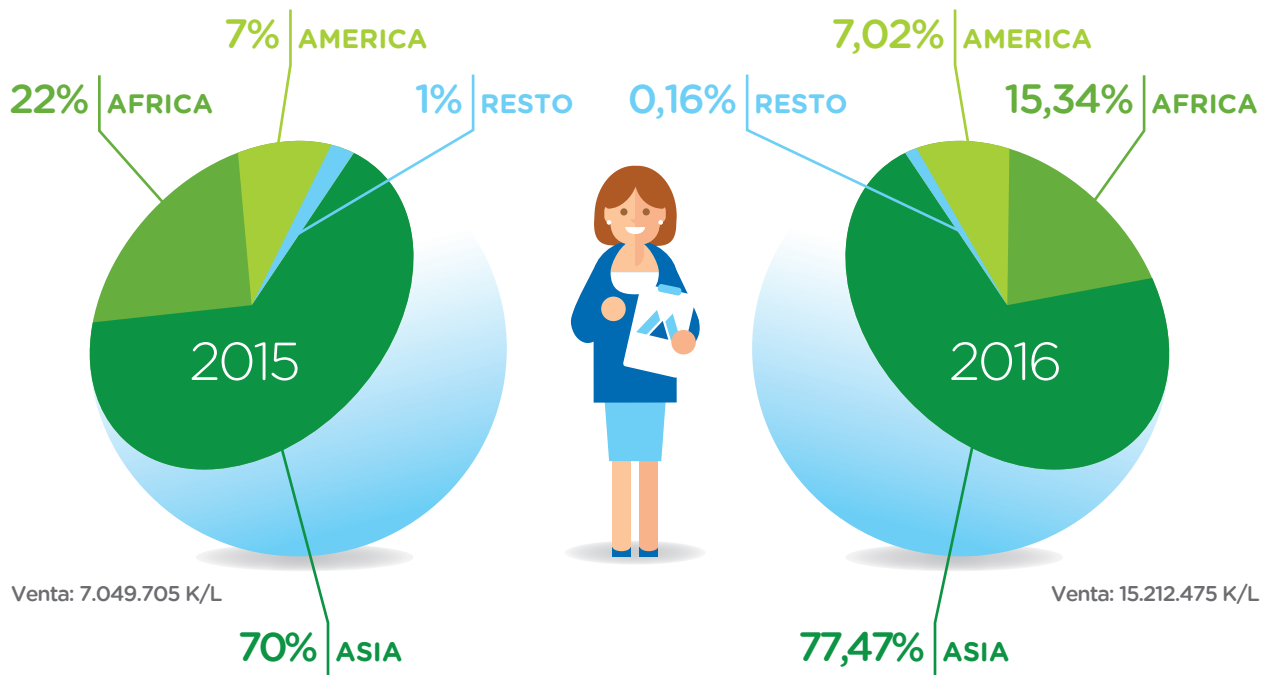


Larsa Sobremesa,
una nueva gama repleta de sabores auténticos y únicos.

2 Llevamos nuestros productos por todo el mundo

En 2016 hemos incrementado nuestro volumen de ventas a nivel internacional en más de un 50% con respecto al año anterior, intensificando así nuestra presencia en otros mercados. Níger, Rumanía, Reino Unido y Portugal son los nuevos países donde hemos ampliado las exportaciones en este año.

VOLUMEN DE VENTAS POR CONTINENTE





EXPORTACIONES GRAN CONSUMO 2016

CHINA
LIBIA
R.DOMINICANA
CUBA
MAURITANIA
KOREA DEL SUR

CURAÇAO
GUINEA ECUATORIAL
TAIWAN
ANGOLA
GUINEA
HONG KONG

SENEGAL
VIETNAM
CAMERÚN
ITALIA
CANADÁ

NUEVOS PAÍSES
NÍGER
RUMANÍA
REINO UNIDO
PORTUGAL

LANZAMIENTO NUEVOS PRODUCTOS Y FORMATOS PARA EXPORTACIÓN



Vega de Oro



**Batidos
Brik 200 ml,**
Central Lechera Asturiana

**Leche Entera
Brik 200 ml,**
Central Lechera Asturiana

**Leche
en Polvo,**
Vega de Oro

PRODUCTO INDUSTRIAL Y DE INGREDIENTES DE BASE LÁCTEA

Continuamos creciendo en el mercado industrial y de ingredientes tanto a nivel nacional como internacional con nuestra marca **INNOVA FOOD INGREDIENTS**, ofreciendo un amplio surtido de **ingredientes de base láctea para la industria alimentaria**.



INDUSTRIAL E INGREDIENTES CAPSA FOOD

Oferta de un amplio rango de ingredientes de base láctea para la industria alimentaria, empleados como bienes intermedios en la elaboración de otros alimentos:

- ✓ Leche en Polvo 1% y 26%
- ✓ Leche en Polvo sin Lactosa
- ✓ Leche en Polvo entera con alto contenido MG Libre
- ✓ Leches en Polvo Instantáneas
- ✓ Leches y Sueros reengrasados con MGV y MGB
- ✓ Lactorreemplazantes para helados, yogures, bebidas y postres
- ✓ Sueros desmineralizados
- ✓ Yogur en Polvo
- ✓ Natas y Mantequillas
- ✓ Otros productos a medida

FORMATOS:

CISTERNAS / BIG BAG / SACOS DE 25 KG. / BOLSAS DE 1 KG. / BOLSAS DE 400 GRS.



MISIONES COMERCIALES

Junto con el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, el ICEX y la Sociedad de Promoción Exterior del Principado de Asturias hemos llevado a cabo misiones comerciales en:



PRESENCIA EN FERIAS INTERNACIONALES

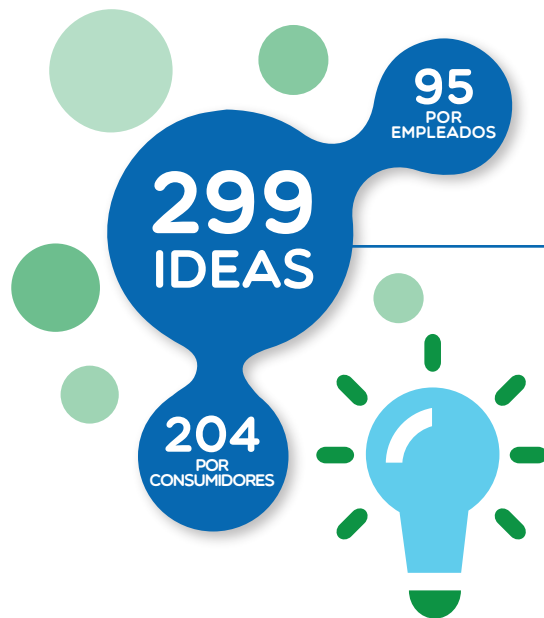


3 Innovamos bajo el paraguas de la salud

La **INNOVACIÓN** es uno de los pilares en los que se asienta nuestra estrategia con el objetivo de desarrollar nuevos productos identificando oportunidades en el mercado alineados a nuestra apuesta por la salud.

En 2016 han sido **299 ideas las que llegaron al Observatorio**, procedentes de diferentes fuentes, siendo **95 aportadas por los empleados y 204 de consumidores**.

Algunos de los proyectos puestos en marcha en este año han sido los siguientes:



Mejorar las **propuestas de valor nutricional y de salud a través de la revisión de etiquetados, reducción de azúcar, etc.**

Explorar las tendencias y áreas de oportunidad existentes en el **momento snack**.

En 2016 se ha seguido trabajando en la exploración del **"Clean & Clear Label"**. A lo largo de 2016 se ha llevado a cabo la transformación de todas las fórmulas de la compañía para alcanzar composiciones 100% naturales que permitan hablar al consumidor alto y claro sobre productos reales, sanos y naturales.

Proyecto "Sobremesa" de la marca Larsa. En este caso hablamos del **aprovechamiento de recursos y productos locales** para satisfacer los **gustos locales**.

Durante el año 2016 se iniciaron **24 nuevos proyectos de desarrollo de producto**, que se unieron a otros 21 proyectos comenzados en años anteriores y que seguían activos.



También continuamos participando en diferentes **proyectos de innovación**;

Proyecto Nacional ESENCIALES

NUEVAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO DE DERIVADOS LÁCTEOS NATURALES SIN ADITIVOS



Proyecto Nacional INTALIM

NUEVAS SOLUCIONES EN TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS DESTINADOS A PERSONAS CON INTOLERANCIAS ALIMENTARIAS



Proyecto Europeo MYNEWGUT

MICROBIOME INFLUENCE ON ENERGY BALANCE AND BRAIN DEVELOPMENT-FUNCTION PUT INTO ACTION TO TACKLE DIET-RELATED DISEASES AND BEHAVIOR



4 Educamos en hábitos de vida saludables

Continuamos focalizando nuestros esfuerzos en el desarrollo de estrategias que ayuden a mejorar la salud de las personas centrándonos en una buena alimentación combinada con la realización de actividad física.

En 2016 desarrollamos las siguientes acciones:

1^a

ACTIVIDADES EN LA INFANCIA

“Día de los Lácteos en el Cole”, iniciativa organizada por InLac (Organización Interprofesional Láctea) que engloba a todo el sector lácteo.

2^a

PROGRAMAS DIRIGIDOS A ADULTOS

Colaboramos con la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA) en las jornadas de la “Alimentación Saludable”. En esta misma línea, y dentro del circuito de España de la “Carrera de la Mujer”, en la Feria de la Corredora, previa a la propia carrera, contamos con un stand de Atención Nutricional.

3^a

PROGRAMAS ÁMBITO INTERNO/EMPLEADOS



1 | “Cuida tu salud aprendiendo a alimentarte”.

Por 8º año consecutivo desarrollamos el programa para empleados y familiares “Cuida tu salud aprendiendo a alimentarte”. Las novedades más destacadas de este año fueron las siguientes: actividad física semanal, coaching nutricional y refuerzo de la pauta de alimentación.



2 | “Carnaval saludable” y “Navidad Saludable”.

Los hijos de los trabajadores de la fábrica de Granda disfrutaron de un desayuno y comida saludable con un menú supervisado por el departamento de Nutrición.

3 | Día de la Nutrición.

Colaboramos con la FESNAD en el Día Nacional de la Nutrición, este año el lema fue “Hidratación también es salud” mediante la elaboración de batidos con leche y fruta natural sin aditivos a disposición de todos los empleados.



INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN NUTRICIONAL

1 VISITAS A PROFESIONALES DE LA SALUD:

Haciendo hincapié en la **importancia del consumo de lácteos** como parte fundamental de una dieta saludable. Todo ello, motivado por el descenso sufrido en estos últimos años en el consumo y que, además, no responde a cuestiones científicas. El número de visitas ha aumentado un **4.7%** con respecto a los años anteriores, **8.414 visitas** en total y todas ellas en el ámbito de Atención Primaria (centros de salud).



2 SERVICIOS NUTRICIONALES: WEB, TELÉFONO, REDES SOCIALES:

Web lecheynutricion

Está enfocado no sólo a **consumidores** sino también a **profesionales del ámbito de la salud**. Durante el **año 2016 aumentaron las visitas un 3.1%** con respecto al año 2015.

Servicio Nutricional

Dando respuesta aproximadamente a **1.445 consultas** sobre temas generales o más específicos relacionados con la salud y la nutrición. **Las consultas realizadas a través del Servicio de Atención Nutricional aumentaron un 5.6%** con respecto al 2015.



3 CONGRESOS Y JORNADAS EN EL ÁMBITO DE LA SALUD:

En 2016 destacamos el **38º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)** en octubre, en Santiago de Compostela.

Otros Congresos:

- ▶ **I Congreso Autonómico SEMERGEN Murcia.** Enero 2016, Murcia.
- ▶ **XX Jornadas Internacionales de Nutrición Práctica.** Abril 2016, Madrid.
- ▶ **IV Congreso Nacional de Pacientes Crónicos SEMERGEN.** Abril 2016, León.
- ▶ **III Congreso y IV Reunión Enfermería SRHTA.** Mayo 2016, La Rioja.
- ▶ **57º Congreso de la Sociedad española de Endocrinología y Nutrición.** Mayo 2015, Madrid.
- ▶ **51º Congreso de la Sociedad Andaluza de Cardiología.** Mayo 2016, Málaga.
- ▶ **1º Congreso Autonómico SEMERGEN Cataluña.** Mayo 2016, Barcelona.
- ▶ **IX Congreso de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria.** Septiembre 2016, Zaragoza.
- ▶ **VIII Congreso Seapa: Seapa con la EFyC, 20 años de Travesía.** Octubre 2016, Avilés.
- ▶ **30º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria -SEPEAP.** Octubre 2016, Salamanca.
- ▶ **38º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN).** Octubre 2016, Santiago de Compostela.
- ▶ **Reunión anual de la Sección de Cardiología de la SEC.** Abril 2016, Valencia.
- ▶ **8º Jornadas Nacionales Cardiovasculares de SEMERGEN.** Mayo 2016, Santander.
- ▶ **XVI Jornada Cardiosaludable Hospital Universitario Gregorio Marañón.** Mayo 2016, Madrid.
- ▶ **V Jornadas de la Salud Mancomunidad 5 Villas.** Mayo 2016, Pravia.



INVESTIGACIÓN NUTRICIONAL

Continuamos con la Cátedra extraordinaria Universidad Complutense de Madrid-Central Lechera Asturiana en Investigación y Formación en Nutrición y Educación para la Salud y con el “Premio Internacional Hipócrates sobre Nutrición Humana”. La participación de Central Lechera Asturiana como patrocinador de este premio es una muestra más del vínculo que la compañía mantiene con el mundo de la divulgación científica y, de su interés por apoyar a todos aquellos profesionales o instituciones comprometidas con la investigación en nutrición humana.



5 Apoyamos iniciativas alineadas a la salud, nutrición y estilo de vida sana

COLABORACIONES CONTRIBUIMOS A ALIMENTAR A LOS MÁS NECESITADOS

Banco de Alimentos

En 2016 hemos continuado con la donación anual de los **30.000 litros** de leche. Además, este año y junto con la **Fundación Alimentum coincidiendo con la celebración del Día de la Alimentación Solidaria (DAS)** hemos hecho una aportación extraordinaria de **10.000 Kilolitros** de productos adicionales.



ONG Ningún Niño Sin Cenar

Apoyamos a niños y familias para satisfacer necesidades alimentarias básicas, donando **40.000 Kilolitros de Yogur a la ONG Ningún Niño Sin Cenar**. Esta entidad también fue la destinataria de los **1.982 litros de leche** conseguidos entre empleados y familiares en la 2ª Semana de la Salud y el Bienestar.



Aldeas Infantiles

Con motivo del **Premio Príncipe de Asturias a la Concordia 2016** que ha recibido esta organización, hemos querido contribuir con **100.000 vasos** de leche como reconocimiento por la tarea llevada a cabo.



PATROCINIOS APOSTAMOS POR UNA VIDA SALUDABLE

Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana

Un año más continuamos apoyando la Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana como patrocinador principal. **Más de 125.000 mujeres de 8 grandes ciudades españolas** participaron esta fiesta del deporte para luchar contra el cáncer. En esta edición la donación superó los **150.000 euros**.



Deporte Asturiano

En colaboración con el Gobierno del Principado de Asturias y el Ayuntamiento de Gijón continuamos **fomentando la práctica deportiva** desde la infancia, a través de los **Juegos Deportivos del Principado de Asturias** a edades adultas gracias a las diferentes acciones que pone en marcha el **Ayuntamiento de Gijón**.



Equipos de Salvamento y Socorrismo

Nuestra marca continuó **apoyando en el verano de 2016 a los equipos de salvamento y socorrismo de España** para que pudiesen llevar a cabo su labor en cerca de 500 playas españolas.

Además este año pusimos en marcha en 8 playas del litoral español la iniciativa **“Preocupados por tu Salud”** que alineada a nuestro eje de RSC promovía la importancia de una correcta alimentación, la práctica habitual de ejercicio físico y un correcto descanso.



Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana.



Campaña Playas "Preocupados por tu salud".





PROTEGEMOS EL ENTORNO NATURAL Y RESPETAMOS EL MEDIOAMBIENTE



PROTEGEMOS EL ENTORNO NATURAL Y RESPETAMOS EL MEDIOAMBIENTE

Otro de nuestros ejes prioritarios en materia de RSC es la protección del entorno natural y el cuidado del medioambiente en el desarrollo de nuestra actividad. Para ello, ponemos en marcha acciones que nos ayudan a dar cumplimiento a nuestros objetivos medioambientales.

PRINCIPALES CIFRAS EN GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL



Inversión en medio ambiente y energía en el último año: **1,3 M€** en nuevas instalaciones y equipos para optimizar la eficiencia energética y proteger el medio ambiente.

Un **80%** de nuestras factorías están **CERTIFICADAS** en la norma ISO 14.0001.

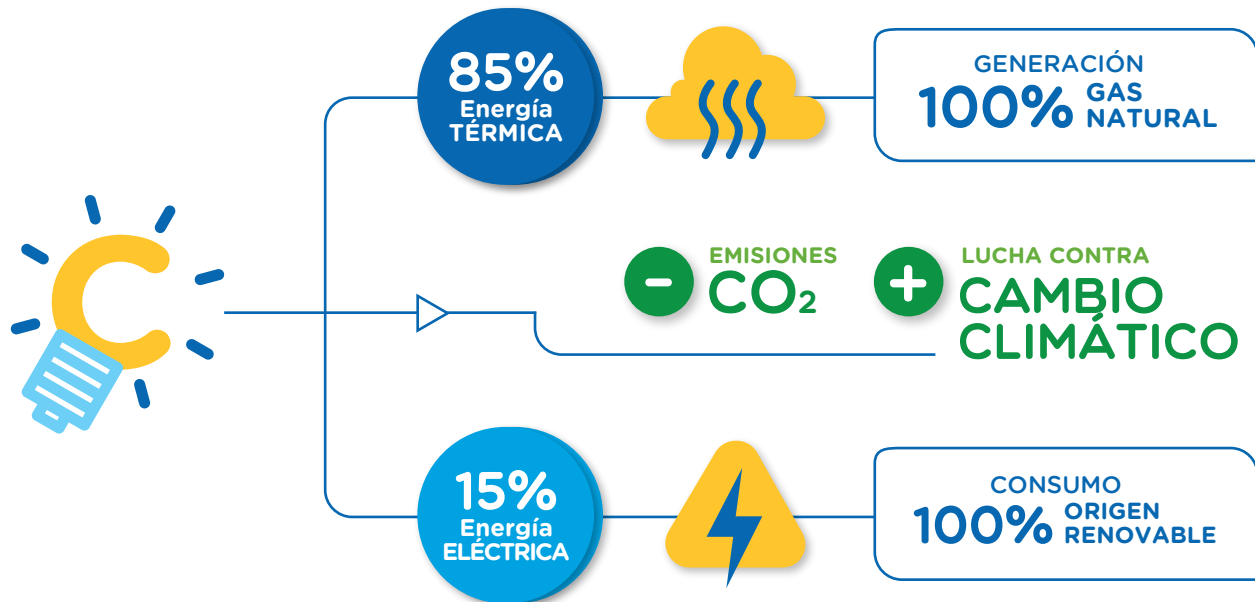
Más de **5 M€** destinados en **MATERIA DE PROTECCIÓN AMBIENTAL**.

553 horas de **FORMACIÓN INTERNA** en la optimización de la gestión y depuración de aguas residuales, eficiencia energética eléctrica, planes de emergencia ambientales y simulacros; optimización de frío industrial.

ENERGÍA Y CAMBIO CLIMÁTICO

Consumo de Energía

El 85% de la energía que consumimos para nuestros procesos fabriles es energía térmica y el 15% energía eléctrica. Nuestra energía térmica la generamos en un **100% con el combustible fósil más limpio que hay: gas natural**. El 100% de nuestro consumo de energía eléctrica tiene certificado de origen renovable; lo que contribuye a disminuir las emisiones de CO₂ y luchar contra el cambio climático.

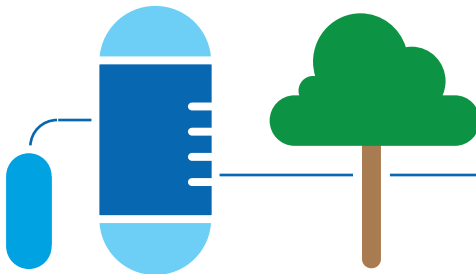


Generación de Energía

En CAPSA no sólo elaboramos leche; sino que además cogeneramos la energía eléctrica que necesitamos para nuestro consumo. Somos autosuficientes, ya que **GENERAMOS MAS DEL 99% DE LA ENERGÍA QUE CONSUMIMOS.**

En 2016, **generamos la energía consumida por casi 25.000 hogares Españoles y tiene garantía de origen** de alta eficiencia certificada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La generación de esta energía ha **evitado la emisión de más de 11.000 tom CO₂**, el equivalente a la absorción de CO₂ al año de 225 nuevos árboles.



PROYECTOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

A lo largo de 2016 hemos realizado varios proyectos encaminados a la mejora de la eficiencia energética. Se han realizado auditorías energéticas en varias fábricas y se han mejorado protocolos de gestión para la optimización generación, distribución y consumos vapor. En concreto, se ha estado trabajando en:

- ▶ Nueva sistemática de mantenimiento a baja presión/en frío en calderas.
- ▶ Ahorro por programación del calentamiento del tanque de agua para limpieza.
- ▶ Ahorro de energía térmica por cambio de válvulas de seguridad y mejora de purgadores.



En los últimos tres años HEMOS REDUCIDO EN UN 4% el consumo de energía eléctrica de la compañía y EN UN 2% el consumo de gas total

RATIO de consumo
eléctrico
del año

2016: 101 KWH/1000 LITROS DE LECHE

RATIO de consumo
de gas
del año

2016: 0,56 KWH/1000 LITROS DE LECHE

(el consumo de gas se emplea para el proceso productivo y además, generar electricidad)

GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS



Nuestro CONSUMO DE AGUA 2016

2.679 MILLONES DE LITROS DE AGUA

En los últimos 3 años hemos **disminuido** nuestro consumo de agua en un **7%** y hemos **ahorrado** más de 650 millones de litros de agua, la cantidad de agua que consumiría una ciudad de 14.000 habitantes en un año en nuestro país.

Nuestro RATIO CONSUMO DE AGUA 2016

2,99 LITROS AGUA/LITROS LECHE

Indicadores de AGUAS RESIDUALES

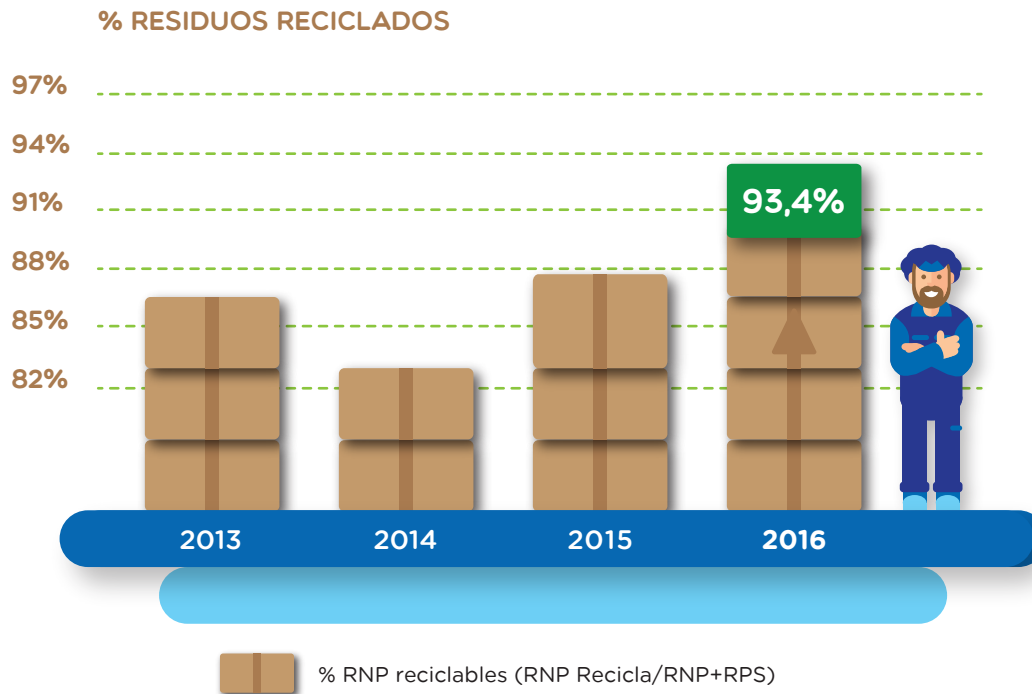
En 2016 nos hemos seguido esforzando en mejorar nuestros procesos de depuración, consiguiendo que nuestros vertidos tengan una **calidad superior a la autorizada** en un **56%** (expresado en kg DQO vertida/kg DQO autorizada).



GESTIÓN DE RESIDUOS Y ENVASES

Residuos

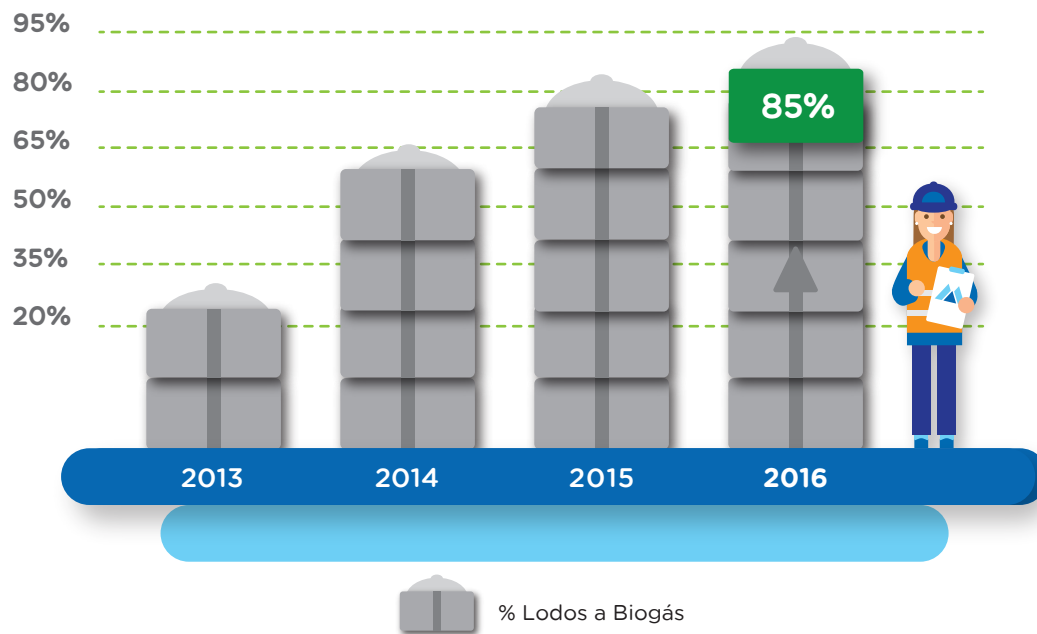
En 2016 hemos generado aproximadamente 20.717 toneladas de residuos; de las cuales hemos sido capaces de reciclar el **93,4 %**, dándoles una nueva vida: residuos lácteos destinados a generar piensos para animales, envases a través de los cuales se generarán nuevos materiales, generación de energía eléctrica y fertilizantes, etc.



Es importante destacar también que **sólo el 0,42% de nuestros residuos en 2016 son considerados peligrosos**.

Hemos conseguido además que el **85% de nuestros lodos de depuradora**, residuo del que generamos más cantidad (**13.000 toneladas**), fueran tratados en plantas de biocombustión para obtener **energía alternativa (biogás) y fertilizante**. El **15% restante se utilizó como abono**; bien, a través de aplicación agrícola directa ó a la elaboración de fertilizantes.

% DE LODOS DESTINADOS A BIOGÁS



Envases

TODOS NUESTROS
100% ENVASES SON
 RECICLABLES

En enero de 2016, se eliminó la bandeja en el formato Tetraevero, lo que ha supuesto evitar el consumo de 112.664 kg de cartón en el año 2016.



— 112.664 KG
 DE CARTÓN

Todos nuestros envases de cartón poseen certificados FSC (Forest Stewardship Council, Comité para la gestión sostenible de los bosques).



INNOVACIÓN AMBIENTAL

Proyecto LIFE-SIAMEC

Continuamos con el Proyecto LIFE SIAMEC puesto en marcha por la Comisión Europea en el que participamos en un consorcio que tiene como principal objetivo la **depuración de las aguas residuales** tanto urbanas como industriales mediante una tecnología innovadora, que permitirá **reducir los consumos energéticos y la generación de residuos**.



Proyecto LIFE-ECOLAC

En 2016, seguimos, además, trabajando en el proyecto LIFE ECOLAC con el objetivo de desarrollar una herramienta de **evaluación del ciclo de vida de la industria láctea** e impulsar la **aplicación de enfoques de diseño ecológico**.



GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS TRANSPORTES

Gracias a los diferentes proyectos llevados a cabo en 2016; implantación del TRANSPORT MANAGEMENT SYSTEM, convenios con clientes para adaptar los tamaños de los pedidos a las capacidades medias de los camiones, aprovisionamientos CRP coordinados desde el fabricante e incorporación de proveedores con camiones aligerados **hemos conseguido AUMENTAR LA OCUPACIÓN DE TRANSPORTE en un 3,2%.**

Además CAPSA FOOD es una de las empresas impulsoras del **portal AECOCTRANSP**, puesta en marcha desde AECOC para asegurar que los medios que se utilizan en el transporte cumplen con todos los requisitos legales y de calidad exigidos.

También a lo largo de este año se han mantenido los flujos de importación **vía marítima en colaboración con la Naviera K-line**, consolidando las mejoras en movilidad sostenible **ahorrando más de 1 millón de kgCO₂/año.**



OTRAS ACCIONES MEDIOAMBIENTALES

Jornada de puertas abiertas: Celebración del Día Mundial del Medio Ambiente

El 3 de junio de 2016 se organizó una jornada de puertas abiertas para celebrar el **Día Mundial del Medio Ambiente**, con la colaboración del **Instituto de Responsabilidad Social del Club Asturiano de Calidad y la Federación Asturiana de Empresarios**. CAPSA compartió su experiencia con 28 empresas asturianas. En la jornada explicó los múltiples proyectos en los que ha trabajado en el campo de la mejora ambiental y la ecoeficiencia con el objetivo de promover de este modo la importancia de que las empresas participen en las mejoras ambientales y sociales de su entorno. La jornada fue muy bien acogida, con una puntuación de satisfacción por parte de los asistentes de 9,4 sobre 10.



En 2016 hemos sido **finalistas en la primera edición de los Trofeos de la Competitividad Energética en el Sector Agroalimentario** celebrados en marco del Congreso nacional Envifood, y desarrollados por el instituto OKAVANGO con la colaboración y patrocinio de la Federación de Industrias de Alimentos y Bebidas (FIAB) y del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA).









SOMOS EMPLEADOR EJEMPLAR

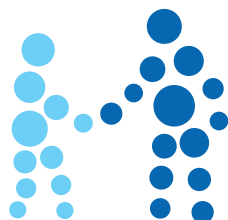


SOMOS EMPLEADOR EJEMPLAR

CAPSA FOOD, ha sido reconocida por el TOP EMPLOYERS INSTITUTE como una de las **mejores empresas para trabajar** ya que ha demostrado poseer los **más altos estándares en su oferta hacia los empleados**.

Para nosotros, crear valor compartido en un entorno sostenible es mucho más que la visión corporativa; es **lograr los mejores resultados** contando con **empleados satisfechos y haciendo de CAPSA FOOD una de las mejores empresas para trabajar**.

Trabajamos para hacer que nuestros **empleados** alcancen su **máximo desarrollo profesional y personal** a través de 3 pilares estratégicos: **Talento, Clima Laboral y Nuevas Tecnologías**.



QUEREMOS QUE
NUESTROS EMPLEADOS SEAN LOS
**VERDADEROS EMBAJADORES
DE LA MARCA**, HACIENDO DE **CAPSA**
UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR



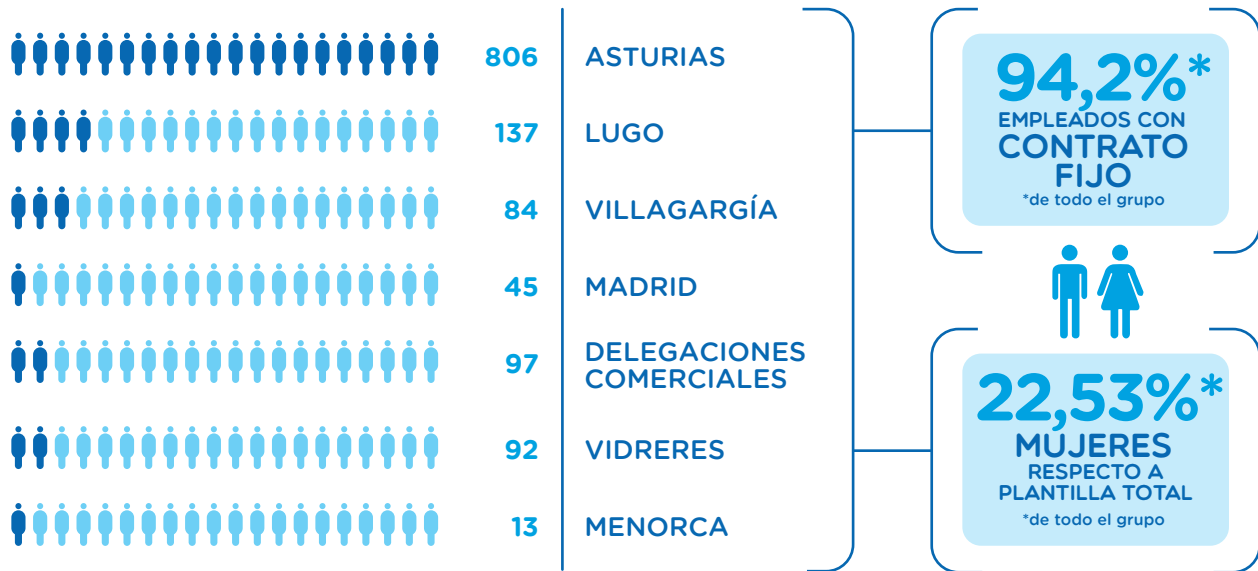
CUIDAMOS LAS CONDICIONES
LABORALES DE NUESTRA GENTE
PARA ASEGURAR LA CALIDAD
DE TODO LO QUE HACEMOS:
**COMPROMETIDOS CON
EL EMPLEO DE CALIDAD**



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



Número de empleados



TALENTO

Empleabilidad

Nos comprometemos con la **empleabilidad**, entre otros:

- ✔ Utilizamos medios de **reclutamiento** convencional y otros interactivos como portales, foros de empleo y redes sociales.
- ✔ Llevamos a cabo convenios de colaboración y programas de **becas y prácticas** con distintas entidades, acogiendo a **89 personas** en 2016. El **20%** becas se transforman a contrato.
- ✔ Somos firmantes del **Pacto de Empleabilidad AECOC** para favorecer el empleo juvenil.
- ✔ Hemos atendido más de **334 consultas** relacionadas con empleabilidad a través de nuestras webs. Además hemos recibido en nuestro portal CAPSA EMPLEO **4.303 currículums vitae** durante 2016.





Selección

Queremos tener el mejor equipo profesional para CAPSA FOOD incorporando y promocionando las personas con los perfiles más adecuados para ocupar un puesto.

- ✓ En 2016 hemos realizado **casi 70 procesos**, incrementado levemente en un **1,5%** el número de procesos realizados para la cobertura de nuestras vacantes con respecto al año anterior.
- ✓ En **Selección externa**, hemos crecido un **12%**.
- ✓ Hasta **19** personas han promocionado en 2016, a través de procesos de **Promoción interna**.
- ✓ Nuestros procesos aportan valor, así lo reconoce nuestro cliente interno que valora con **4 sobre 5 la calidad** de los procesos, por medio de una encuesta de satisfacción.



Desarrollo

Identificamos, evaluamos y potenciamos el talento de los empleados con la participación de sus mandos para lograr la mejor adecuación al puesto y mejorar su desempeño competencial a través de planes de desarrollo.

- 1 | En el marco de nuestro modelo de talento, modelo de competencias niveladas y perfiles ideales corporativos, hemos implantado el proyecto **Recursos para el desarrollo de competencias**: la puesta a disposición de los empleados de una serie de lecturas, artículos, cuestionarios, decálogos y vídeos para mejorar el nivel de desempeño de cada competencia. Un total de 176 recursos que cuentan con unas reflexiones para trabajar individualmente.

- 2 | Hemos innovado nuestro proceso de **evaluación del desempeño** con la aportación de tres nuevos proyectos:
 - ▶ **Encuesta de calidad**. Con una valoración del 64% positiva o muy positiva sobre el proceso de evaluación y las herramientas. Y en donde hemos recogido ideas de mejora que han fructificado en los proyectos de este área de desarrollo.
 - ▶ **Video entrevista**. Representación audiovisual de las situaciones más comunes que se dan en el proceso de evaluación para sensibilizar sobre la importancia de cómo realizar una correcta evaluación y mejorar la calibración.
 - ▶ **Incorporación de los encargados** al proceso de desarrollo anual como colectivo clave.

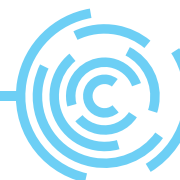
- 3 | Mantenemos anualmente el sistema interno de **descripciones de puestos de trabajo y perfiles** como base para políticas organizacionales, retributivas, certificaciones y planes de desarrollo.

- 4 | Continuamos trabajando **planes de desarrollo** basados en planes de capacitación, sucesión, movilidad y rotación con distintos cambios de puestos; así como propuestas formativas.

Formamos a nuestros empleados

En CAPSA organizamos y facilitamos las acciones formativas que garanticen que las personas dispongan de los **conocimientos y habilidades necesarios** para el correcto desempeño de su puesto de trabajo actual, y promovemos las acciones necesarias para que puedan alcanzar su **máximo desarrollo profesional y personal**.

- ✓ Elaboramos un **plan de formación anual corporativo** que comprende, tanto acciones de carácter **Institucional** (Políticas, Procedimientos, Proyectos, etc.), **Técnico** (poniendo mucho énfasis en materia de Seguridad Alimentaria y en la Prevención de Riesgos Laborales) como de **Desarrollo de Habilidades** (competencias y habilidades de nuestro modelo competencial).
- ✓ Tenemos definido el **Estilo de Liderazgo CAPSA FOOD** y para su desarrollo desplegamos un **Programa de entrenamiento de Liderazgo** propio. Hemos formado a la totalidad del colectivo de **Líderes**, no solo en habilidades y herramientas fundamentales de Liderazgo, sino en la aplicación del Decálogo del Líder CAPSA en su día a día. Igualmente hemos desarrollado el **Programa Colabora**, para la totalidad de Técnicos y Administrativos, para que el modelo de Liderazgo estuviera alineado entre mando y colaborador.
- ✓ Con el objetivo de **fomentar la transversalidad** y dar a conocer cómo impacta el **Modelo EFQM** en nuestra gestión diaria, en 2016 dimos continuidad al Programa Equipo y Valores, y fruto de ella fue el Libro **“El ADN de CAPSA, historias vividas y contadas desde dentro”**. A través 9 relatos contados por personas de cada centro de trabajo, pusimos de manifiesto qué conductas se podían evidenciar en cada una de ellas vinculadas con nuestros Valores y Competencias Corporativas y también con los Principios Fundamentales de la Excelencia.
- ✓ Diseñamos **planes de formación a medida**, para desplegar el máximo potencial de nuestro Equipo.



EL ADN CAPSA

HISTORIAS VIVIDAS Y CONTADAS DESDE DENTRO



 CAPSA FOOD



Decálogo del Líder

- 01. ACTITUD POSITIVA**

- 02. SER EJEMPLO Y REFERENTE**

- 03. A DISPOSICIÓN DEL EQUIPO**

- 04. SABER EXIGIR**

- 05. INTERES SINCERO POR SUS COLABORADORES**

- 06. COMUNICAR EFICAZMENTE**

- 07. TOMAR DECISIONES**

- 08. CREATIVIDAD, INICIATIVA, ATREVIMIENTO E INNOVACIÓN**

- 09. TRANSMITIR SEGURIDAD E INSPIRAR CONFIANZA**

- 10. TRABAJO EN EQUIPO**


 CAPSA FOOD



CLIMA LABORAL

En 2016 destacamos las siguientes acciones en relación a este ámbito:

Salud y Bienestar

Hemos sido la **primera empresa del sector lácteo español** en certificarnos como **Empresa Saludable**. Desde el año 2014 nuestro sello de **AENOR Conform**, certifica que disponemos de un **ambiente saludable**, en el que prima la **conciliación de la vida laboral con la familiar, la igualdad y la mejora de hábitos saludables** relativos a alimentación y actividad física tanto dentro como fuera de la Empresa.





CAPSA *Life*

Con el objetivo de seguir trabajando en la línea de la salud y el bienestar hemos puesto en marcha **CAPSA LIFE**, una plataforma corporativa en la que difundimos **contenidos relacionados con Deporte y Ocio, Alimentación Saludable, Bienestar Emocional, Eventos Deportivos y Saludables** y donde los empleados pueden participar en diferentes retos, muchos de ellos con un fin social. CAPSA LIFE está accesible desde el portal del empleado y a través de una APP.

Nuestra apuesta por la Igualdad y Conciliación

Actualmente estamos en nuestro tercer ciclo de renovación del **CERTIFICADO EN CONCILIACIÓN EFR**, ostentando la clasificación de **empresa B+** y formando parte del TOP efr 25 de empresas certificadas.



Cada año incorporamos **nuevas medidas** a nuestro catálogo que ya cuenta con más de 90, algunas aplicables a toda la Organización y otras específicas por centro de trabajo o por colectivo.

Un año más hemos celebrado los Días Sin Cole, en los que casi 200 niños han participado en las diferentes ediciones realizados en distintos centros de trabajo en 2016 con los siguientes objetivos:

- 1 Favorecer la conciliación laboral y familiar.**
- 2 Fomentar una alimentación saludable.**
- 3 Vinculación con la marca y orgullo de pertenencia.**

Comunicación Interna

En CAPSA es esencial que las personas dispongan de la información necesaria para desempeñar adecuadamente su trabajo, y para ellos desplegamos diferentes canales de comunicación en los que transmitir cultura corporativa, valores, conocimiento de producto, etc..., fomentando la participación y la ilusión por ser los mejores.

En 2016 se ha celebrado una edición más de los **Premios Excelencia CAPSA FOOD, a través de los cuales se reconoce a las personas que por su actitud, desempeño y alineación a los valores corporativos destacan en cada uno de nuestros centros de trabajo.**

La responsabilidad social de nuestros empleados

Campañas de donación de sangre.

En 2016 hemos batido nuestro record de participación entre los empleados, contando con **236 extracciones de sangre**, con lo que hemos contribuido a esta importante labor social que se canaliza a través del centro comunitario de sangre y tejidos.

Operación juguete y vuelta al cole solidaria.

Contribuyendo de esta forma con muchos **hogares necesitados** en colaboración con Ningún Niño sin cenar.

Tapones para una vida.

En 2016 hemos donado **3.408 Kilogramos de tapones** con los que a través de la Fundación Seur apoyamos sus campañas con diferentes fines sociales.

 **Centro Comunitario de Sangre y Tejidos de Asturias**



FUNDACIÓN
SEUR



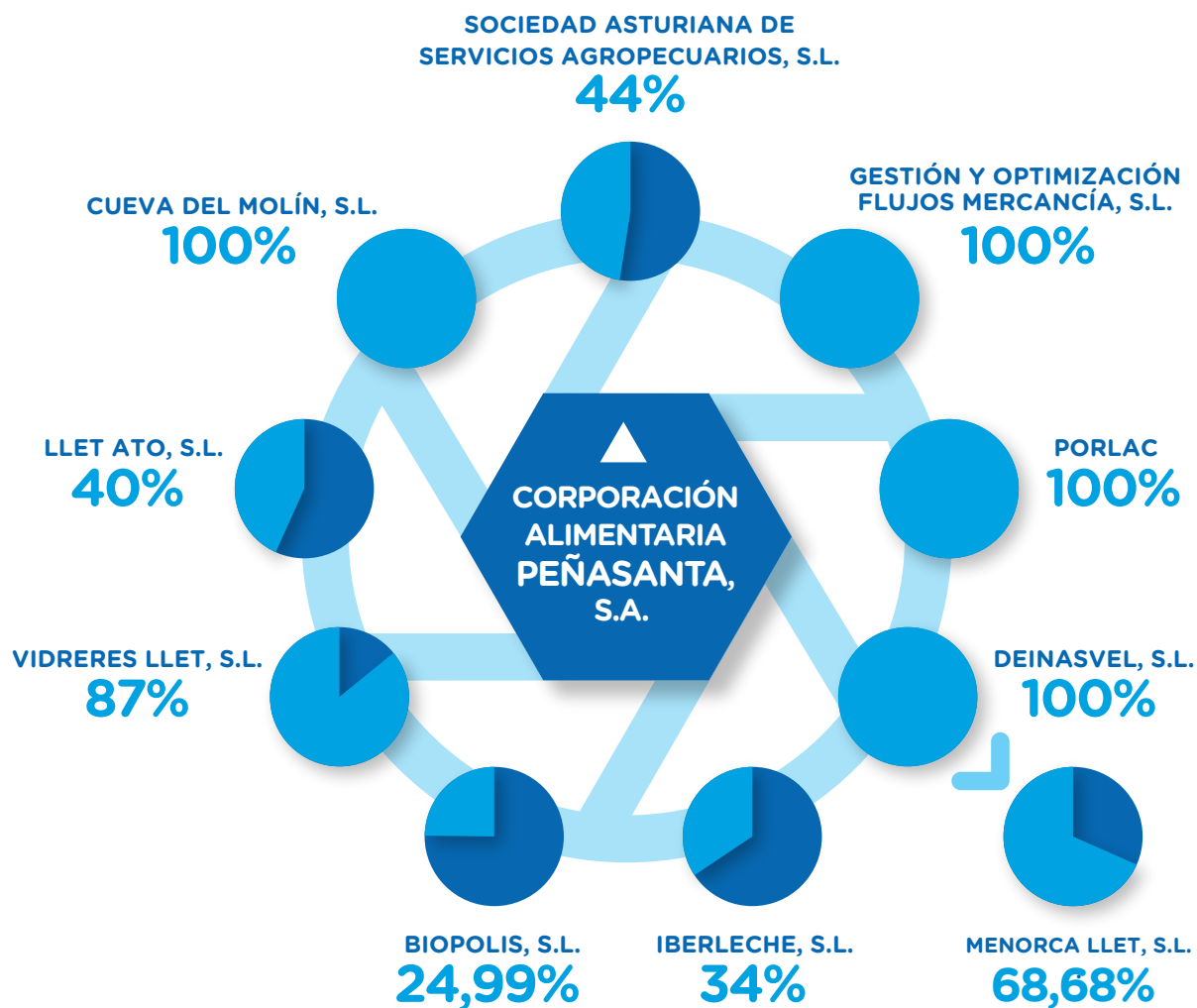
05 | RESULTADOS Y ESTADOS FINANCIEROS



CAPSA FOOD

RESULTADOS Y ESTADOS FINANCIEROS

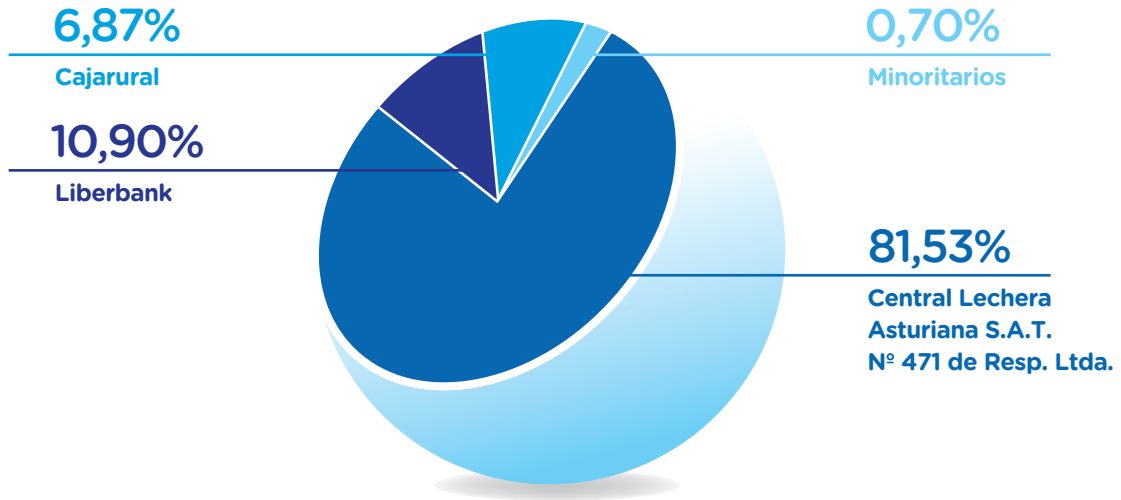
ESTRUCTURA SOCIETARIA



NOMBRE	ACTIVIDAD
VIDRERES LLET, S.L.	Fabricación de productos lácteos
LLET ATO, S.L.	Comercialización de productos lácteos marca ATO
CUEVA DEL MOLÍN, S.L.	Fabricación de queso Cabrales
SOCIEDAD ASTURIANA DE SERVICIOS AGROPECUARIOS, S.L.	Fabricación y comercialización de piensos animales
GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN FLUJOS MERCANCÍA, S.L.	Transporte de mercancías
PORLAC, COMERCIALIAÇÃO DE LACTICINIOS E PRODUTOS AGRICOLAS L.D.A.	Comercialización de productos lácteos
BIÓPOLIS, S.L.	Investigación y desarrollo de productos agroalimentarios
IBERLECHE, S.L.	Comercio al por mayor de productos lácteos
DEINASVEL, S.L.	Desarrollo de oportunidades de negocio y comercialización de productos lácteos
MENORCA LLET, S.L.	Fabricación de productos lácteos



Composición del capital de CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A.



COMPOSICIÓN CAPITAL CAPSA

Central Lechera Asturiana S.A.T. N° 471 de Resp. Ltda.	81,53%
Liberbank	10,90%
Cajarural	6,87%
Minoritarios	0,70%
TOTAL	100,00%

BALANCE 2016: EVOLUCIÓN Y RESULTADOS DEL EJERCICIO

El ejercicio 2016 se cierra con un **crecimiento del volumen de ventas de leche líquida del 2%**; y ello, cobra si cabe más valor, al situarlo en el entorno de un mercado que experimenta de nuevo, un decrecimiento del consumo lácteo que para este año es del **-1,8%**. **En nata y mantequilla también se logran crecimientos del volumen de ventas del 2 y 9%** respectivamente, reforzando nuestra posición de liderazgo en ambas familias. Destacar, por tanto, el crecimiento conseguido tanto en volumen como en cuota de mercado. No obstante, a pesar de la evolución positiva del volumen de ventas, la cifra de negocio se mantiene respecto al ejercicio anterior debido principalmente al **esfuerzo continuo de la Sociedad en ofrecer la mejor propuesta de precio** y que, unido a la potencia de nuestras marcas permite conseguir el crecimiento en volumen comentado.

A nivel de resultados, hay que destacar el incremento sustancial tanto en **EBITDA** que se sitúa en **35.020 miles de euros** (2015: **32.041 miles de euros**), como en el **Resultado del ejercicio** que alcanza la cifra de **13.647 miles de euros** (2015: **9.623 miles de euros**).

Finalmente, señalar, que la posición financiera se mantiene firme con un importe de Deuda Financiera Neta de tan sólo **2.617 miles de euros** y un Fondo de Maniobra de **67.604 miles de euros**.



MAGNITUDES ECONÓMICAS. Valores en miles de euros

	2014	2015	2016
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	677.784	646.839	645.254
PATRIMONIO NETO	230.366	186.400	193.575
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	10.607	12.706	17.711
EBITDA	30.041	32.041	35.020
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	11.190	13.573	17.645
BENEFICIO NETO	8.961	9.623	13.647

BALANCES CONSOLIDADOS

ACTIVO	Nota	2016	2015
ACTIVO NO CORRIENTE		153.240	162.828
Inmovilizado intangible	6	2.255	4.755
Gastos de investigación y desarrollo		532	922
Patentes, licencias, marcas y similares		20	146
Fondo de comercio		1.362	2.250
Aplicaciones informáticas		341	271
Otro inmovilizado intangible	34	-	1.166
Inmovilizado material	7	111.483	119.569
Terrenos y construcciones		56.915	58.236
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		51.333	59.330
Inmovilizado en curso y anticipos		3.235	2.003
Inversiones inmobiliarias	8	5.107	5.107
Terrenos		2.572	2.572
Construcciones		2.535	2.535
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo		6.436	6.344
Participaciones puestas en equivalencia	9	6.436	6.344
Inversiones financieras a largo plazo		3.821	744
Acciones y participaciones en patrimonio a largo plazo	10	628	628
Créditos a terceros	10-11	41	41
Valores representativos de deuda	10	-	100
Otros activos financieros	10-11	3.152	4
Activos por impuesto diferido	23	24.138	26.277

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015 (Expresado en miles de euros)

ACTIVO	Nota	2016	2015
ACTIVO CORRIENTE		188.696	195.516
Existencias	12	53.477	53.801
Comerciales		8.682	7.448
Materias primas y otros aprovisionamientos		13.686	11.625
Productos en curso		1.366	960
Productos terminados		29.530	33.642
Anticipos a proveedores		213	126
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10-11	104.207	93.039
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		86.026	75.512
Clientes, empresas del grupo y asociadas		7.746	5.595
Deudores varios		1.506	1.649
Otros créditos con las Administraciones Públicas		8.929	10.283
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-11	351	1.621
Créditos a empresas		351	1.621
Inversiones financieras a corto plazo		20.515	35.562
Instrumentos de patrimonio	10	5.400	2.400
Otros activos financieros	10-11	15.115	33.162
Periodificaciones a corto plazo		2.006	2.362
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	13	8.140	7.133
TOTAL ACTIVO		341.936	356.344

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Nota	2016	2015
PATRIMONIO NETO		193.575	186.400
Fondos propios		186.415	178.398
Capital	14	92.317	92.317
Prima de emisión	14	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	15	68.899	65.627
Reservas en sociedades consolidadas	16	17	(316)
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	17	3.697	3.294
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante		13.582	9.573
Acciones y participaciones en patrimonio propias	14	(35)	(35)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	20	2.709	3.123
Socios externos	19	4.451	4.879
PASIVO NO CORRIENTE		27.269	36.486
Provisiones a largo plazo	22	4.606	4.534
Actuaciones medioambientales	34	334	332
Provisiones por reestructuración		2.447	2.694
Otras provisiones		1.825	1.508
Deudas a largo plazo	10-21	21.432	30.572
Deudas con entidades de crédito		19.765	27.762
Acreedores por arrendamiento financiero		444	617
Otros pasivos financieros		1.223	2.193
Pasivos por impuesto diferido	23	1.231	1.380

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Nota	2016	2015
PASIVO CORRIENTE		121.092	133.458
Provisiones a corto plazo	22	10.787	12.617
Deudas a corto plazo	10-21	9.840	23.232
Deudas con entidades de crédito		9.204	22.634
Acreeedores por arrendamiento financiero		175	176
Otros pasivos financieros		461	422
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-21	89	-
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	10-21	97.556	95.301
Proveedores		68.359	64.194
Proveedores, empresas del grupo y asociadas		19.172	18.670
Acreeedores varios		1.170	1.126
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		6.472	8.224
Otras deudas con las Administraciones Públicas		2.383	3.087
Periodificaciones a corto plazo		2.820	2.308
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		341.936	356.344

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

OPERACIONES CONTINUADAS	Nota	2016	2015
Importe neto de la cifra de negocios	24	645.254	646.839
Ventas		638.117	638.354
Prestaciones de servicios		7.137	8.485
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		(3.706)	1.309
Aprovisionamientos	24	(407.716)	(416.247)
Consumo de mercaderías		(40.532)	(34.992)
Consumo de materias primas y otros materias consumibles		(367.022)	(381.075)
Trabajos realizados por otras empresas		(162)	(180)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros provisionamientos		-	-
Otros ingresos de explotación		4.983	4.583
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		4.721	4.363
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		262	220
Gastos de personal	24	(53.736)	(52.703)
Sueldos, salarios y asimilados		(40.442)	(39.482)
Cargas sociales		(13.294)	(13.221)
Otros gastos de explotación		(152.018)	(154.659)
Servicios exteriores		(148.976)	(151.451)
Tributos		(2.723)	(2.814)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	11	24	(64)
Otros gastos de gestión corriente		(343)	(330)

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015 (Expresado en miles de euros)

OPERACIONES CONTINUADAS	Nota	2016	2015
Amortización del inmovilizado	6, 7, 24	(17.309)	(19.335)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	20	1.476	2.173
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		901	1.091
Deterioros y pérdidas		(57)	-
Resultados por enajenaciones y otras	24	958	1.091
Otros resultados		(418)	(345)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		17.711	12.706
Ingresos financieros		553	1.349
Gastos financieros		(733)	(1.107)
Diferencias de cambio		(197)	-
RESULTADO FINANCIERO	25	(377)	242
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	9	311	625
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		17.645	13.573
Impuestos sobre beneficios	24	(3.998)	(3.950)
RESULTADO DEL EJERCICIO	32	13.647	9.623
Resultado atribuido a la sociedad dominante		13.582	9.573
Resultado atribuido a socios externos	19	65	50





 CAPSA FOOD



capsafood.com