

Empresa



Certificada

# memoria anual 2020

## DE SOSTENIBILIDAD INTEGRAL

CAPSA FOOD, primera empresa láctea española en obtener el **certificado B CORP**



 **CAPSA FOOD**





®





# memoria anual 2020

DE SOSTENIBILIDAD INTEGRAL

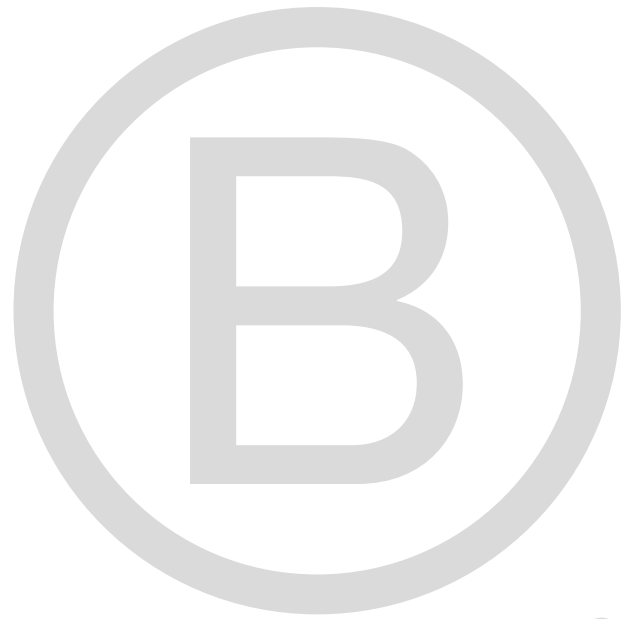


**Dar futuro** al ganadero ofreciendo productos naturales y servicios que mejoren la calidad de vida y la salud en un **entorno sostenible**



**CAPSA FOOD**





®



# SOMOS LA primera empresa láctea española en obtener el certificado B Corp

Empresa



Certificada

*Este certificado se concede a las empresas que generan un impacto social positivo en la sociedad y en el planeta a través de su actividad.*

CAPSA FOOD se ha convertido en 2020 en la primera empresa láctea de origen y capital español en obtener el **certificado B Corp**, cuya finalidad es generar un impacto social positivo en la sociedad y en el planeta a través de su actividad. La empresa láctea entró a formar parte de la comunidad de empresas pertenecientes al movimiento B Corp en todo el mundo, por cumplir destacados estándares sociales, ambientales y comunitarios. Nuestro modelo de negocio cooperativo desde la ganadería hasta la mesa apoyado en nuestro Plan de Sostenibilidad Integral ha sido clave para ser una empresa B-Corp.





# Carta del Presidente

## Bertino Velasco Torre

“Sabedores de que son tiempos complejos, afrontamos el futuro con optimismo respaldado en nuestro trabajo y con el afán de continuar haciendo bien las cosas en beneficio de todos”.

*Este documento resume la actividad de CAPSA FOOD en 2020, un año convulso y complejo, a causa de una pandemia que ha dejado además de muchos cambios, un gran sufrimiento en muchas personas de todo el mundo.*

*CAPSA FOOD, a lo largo de este ejercicio y como empresa esencial para la sociedad española, ha desarrollado su actividad demostrando el compromiso que tiene con ésta garantizando el abastecimiento de todos sus productos en el mercado durante los momentos más complicados de la pandemia gracias al esfuerzo y trabajo de todas las personas que forman parte de su cadena de valor: ganaderos, empleados, proveedores, clientes, etc.*

*Este trabajo, así como el reconocimiento social, se ha visto reflejado en nuestros resultados habiendo alcanzado una cuota récord en el mercado de leche líquida, con crecimientos importantes en los mercados de nata y*

*mantequilla. En lo que se refiere a las magnitudes económicas, **hemos cerrado un ejercicio con récord histórico tanto en facturación como en beneficios hasta alcanzar los 25,1 millones de euros, un 8,6% por encima de 2019.***

*Continuamos apostando por la sostenibilidad integral y por cumplir nuestro propósito a través de nuestro trabajo diario, algo que en el mes de junio nos ha permitido ser **la primera empresa láctea española en certificarnos como B-CORP**, tras más de un año de exhaustiva evaluación. Nuestro modelo de negocio apoyado en Central Lechera Asturiana SAT y avalado por el sello “Garantía Ganadera”, es garante del crecimiento económico, del cuidado ambiental y del bienestar de todos los que conforman nuestra actividad porque con ella generamos un impacto positivo en la sociedad y en el entorno.*

*Ponemos nuestro máximo empeño como empresa B CORP, en continuar trabajando para*

*avanzar hacia la neutralidad en carbono en todo nuestro proceso con el objetivo de alcanzarla en 2035. De hecho, hemos sido la primera empresa española en obtener la neutralidad en emisiones directas en todas nuestras factorías y que ha sido certificada por AENOR junto con nuestra estrategia de economía circular, clave para conseguir este objetivo. En este ámbito, también hemos sido la primera empresa en obtener la certificación "RESIDUO CERO", por transformar los residuos en recursos de valor para utilizar en otros procesos.*

*Otro hito importante en este 2020 ha sido la compra en mes de enero del 50% de Lácteas Flor de Burgos. Nuestro objetivo es consolidar un proyecto conjunto que nos permita liderar el mercado de quesos y productos frescos, de hecho, en el mes de noviembre hemos lanzado cerca de 30 nuevas referencias bajo el paraguas de las marcas Central Lechera Asturiana - Flor de Burgos para impulsar nuestra presencia en el mercado quesero español.*

*A lo largo de este año, también hemos continuado apoyando la diversificación desde el emprendimiento, y fruto de ello es la toma de*

*un 6% en BAIA FOOD, invirtiendo en una start up que nos ayudará a generar alimentos y bebidas sin azúcar añadido que además de ser beneficiosos para la salud serán sostenibles en todos los ámbitos. Esta inversión se une a las ya realizadas anteriormente en RAW SUPERDRINK y ENTOMO AGROINDUSTRIAL. Todas ellas nos ayudarán a generar nuevas propuestas de valor reforzando nuestro liderazgo gracias al conocimiento externo.*

*Sabedores de que son tiempos complejos, afrontamos el futuro con optimismo respaldado en nuestro trabajo y con el afán de continuar haciendo bien las cosas en beneficio de todos.*



**Bertino Velasco Torre**  
Presidente CAPSA

Empresa



Certificada





# Índice

**Empresa  
B Corp**  
>03

**Carta del  
presidente**  
>06

## 01 Capsa Food 2020

*Principales magnitudes  
Cuotas de mercado  
Factorías  
Reconocimientos  
Certificaciones*

>09

## 02 Órganos de gobierno

*Composición de capital  
Órganos de gobierno  
Ética y Cumplimiento*

>22

## 03 Nuestro Propósito

*Estrategia  
Plan estratégico  
ODS  
Comprometidos con el sector primario  
Apostamos por la alimentación natural y la salud  
Protegemos y cuidamos el medio ambiente  
Cuidamos de nuestros empleados*

>29

## 04 Resultados financieros

*Estructura societaria  
Balance: evolución y resultados  
de negocios  
Magnitudes económicas  
Balance  
Cuenta de pérdidas  
y ganancias*

>153



®



Le mejor por momentos

Visitas  
Fabrica de Prensos  
Personal

# Capsa 01 Food 2020

*Principales magnitudes  
Cuotas de mercado  
Factorías  
Reconocimientos  
Certificaciones*

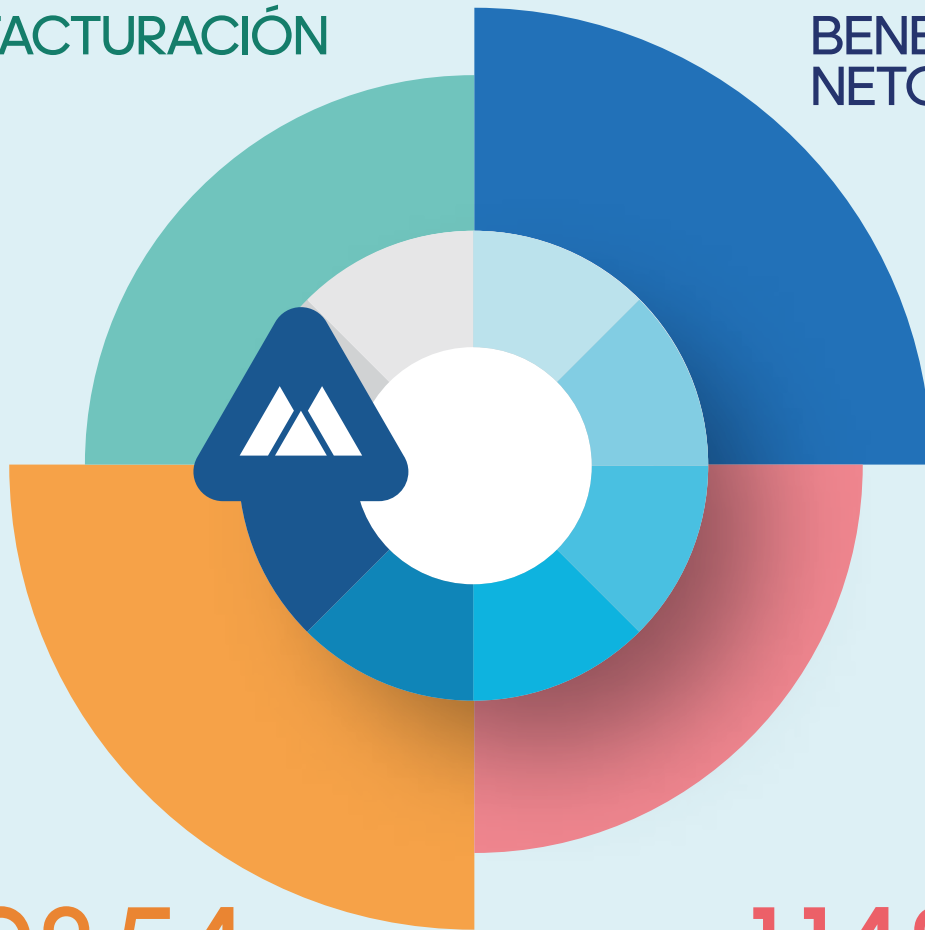
memoria anual CAPSA FOOD 2020



## Principales magnitudes 2020

**750**  
Millones de Euros  
**FACTURACIÓN**

**25,13**  
Millones de Euros  
**BENEFICIO NETO**



**908,54**  
Millones de Litros  
**RECOGIDA DE LECHE**

**1.148**  
**EMPLEADOS**

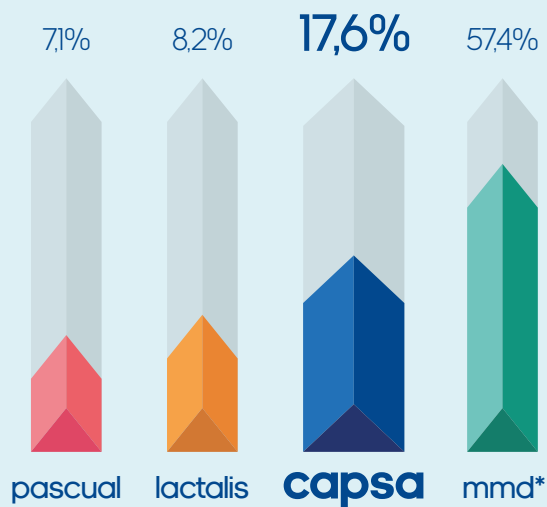
# Cuotas de mercado 2020

*Cuotas de mercado cierre 2020:  
leche líquida, nata, mantequilla.*

Fuente: Nielsen

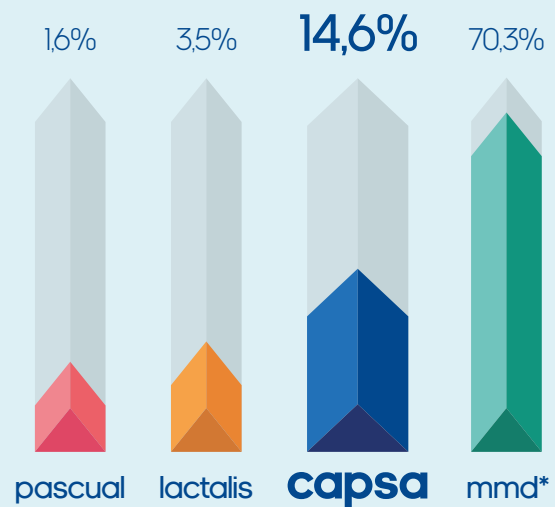
## LECHE LÍQUIDA

Datos volumen a YTD s52 2020



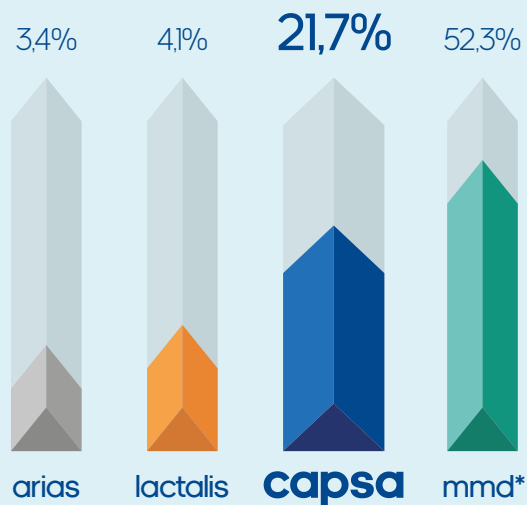
## NATA

Datos volumen a YTD s52 2020



## MANTEQUILLA

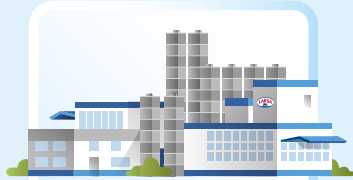
Datos volumen a YTD s52 2020



**CAPSA FOOD**  Empresa Certificada  
 ASTURIANA LARSA ATO Flor de Burgos  
 innova ASANA 39 y tú Vega\*Oro Deinasvel

\*Marca del Distribuidor + Marcas Baratas (Río, Cremosita, Xoia, La Campesina, La Vaquera, La Vaquita, Campobueno, Solar y Nova Azores).

# Factorías Capsa Food



## Fábrica de LUGO

Robra, Outeiro de Rei  
27154 Lugo  
Tel. 664 43 10 34  
**GALICIA**



## Fábrica de GRANDA

Sierra de Granda, s/n  
Granda, 33199 Siero, Asturias  
Tel. 985 10 11 00  
**ASTURIAS**



## CUEVA DEL MOLÍN

Poo de Cabrales  
33555, Asturias  
Tel. 672 62 87 09  
**ASTURIAS**



## Fábrica de VILLAGARCÍA DE AROSA

Los Martices, s/n  
Villagarcía de Arosa  
36600 Pontevedra  
Tel. 664 43 53 26  
**GALICIA**



## Fábrica de ZARZALEJO

Ctra. Zarzalejo a Fresnedilla, Km. 0,4  
28293 Zarzalejo, Madrid  
Tel. 672 01 87 26  
**MADRID**



## Fábrica de MENORCA

Lg. Carretera Nueva, s/n  
Alaior, 07730, Baleares  
Tel. 672 62 85 69  
**ISLAS BALEARES**



6 factorías  
4 comunidades

# Reconocimientos 2020



**SABOR DEL AÑO 2020**  
En leche tradicional UHT



**PREMIOS INNOVACION CARREFOUR**  
Categoría bebidas sin alcohol



**PREMIOS EFICACIA 2020**  
Concedidos por la Asociación de Anunciantes



**BEST AWARDS 2020**  
Premio especial a la Trayectoria de una Marca y Bronce por la campaña "Sin E's artificiales"



## SEMANA EUROPEA PREVENCIÓN RESIDUOS

Ganadores en la categoría Empresa  
con el proyecto Actua diferente Rethink



## EnerAgen

Asociación de Agencias Españolas  
de Gestión de la Energía

## ENERAGEN "CENTRAL TÉRMICA DE RECUPERACION"

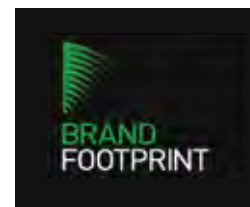
Mejor actuación en materia  
de eficiencia energética  
y/o movilidad sostenible



European Business  
Awards for the  
Environment

## EBAE

Accésit en los Premios Europeos  
de Medio Ambiente a la Empresa  
(EBAE) 2019/2020 otorgado por  
la Fundación Biodiversidad del  
Ministerio de Transición Ecológica



## BRAND FOOTPRINT 2020

4ª marca más elegida  
por los españoles  
y 1ª marca láctea



# Certificaciones 2020

## Empresa



Esta empresa cumple con los más altos estándares de impacto social y ambiental

## Certificada

### B CORP

Nuestro modelo de negocio garantiza un impacto social y ambiental positivo en la sociedad y en el planeta, a través de nuestra actividad



### SELLO GARANTÍA GANADERA

Ampliación ya auditada con nuevos servicios. Ganaderías familiares sostenibles. Sostenibilidad Integral



AENOR

### SELLO ORO +500

Primera empresa de alimentación en obtenerlo



### AENOR EFR

Certificación en Conciliación: Empresa Familiarmente Responsable



### AENOR CONFORM

Empresa saludable



### TOP EMPLOYER 2020

Empresa Empleadora Ejemplar



## LECHE PASTOREO LARSA

Certificación SGS Leche Pastoreo



## MARCA DE CALIDAD DIFERENCIAL LARSA



## AENOR CONFORM ATO

Bienestar Animal



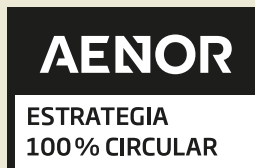
## PROTOCOLO COVID AENOR

Acredita nuestro compromiso con la Seguridad y la Salud



## AENOR RESIDUO CERO

Reconoce a aquellas organizaciones que valorizan más del 90% de sus residuos



## AENOR ECONOMÍA CIRCULAR

1ª empresa española certificada. Modelo en el que basamos la gestión empresarial aplicada en toda la cadena de valor para mantener productos, materiales y recursos el mayor tiempo posible



## AENOR NEUTRALIDAD EN CARBONO

1ª empresa española certificada en ser neutros en carbono en todas nuestras fábricas

## CERTIFICACIONES SISTEMAS DE GESTIÓN

---

ISO 9001

CAPSA FOOD  
MENORCA LLET

MEDIO AMBIENTE:

ISO 14001

CAPSA FOOD

I+D+i: UNE 166002

CAPSA FOOD

ISO 45001

CAPSA FOOD

CERTIFICACIÓN DEL PLAN  
DE CONTINGENCIA ANTICOVID

CAPSA FOOD

## CERTIFICACIONES DE CUMPLIMIENTO LEGAL

---

SAE

GRANDA  
LUGO  
VILLAGARCÍA  
ZARZALEJO  
CUEVA DEL MOLÍN

## CERTIFICACIONES SEGURIDAD ALIMENTARIA

---

FSSC 22000

GRANDA  
Productos lácteos en polvo  
Mantequilla  
Nata en cisternas

BRC / IFS

ZARZALEJO

BRC / IFS

LUGO  
Ampliación del alcance  
a la nueva línea de botella

IFS

CUEVA DEL MOLÍN

CERTIFICACIÓN ISO 19601  
COMPLIANCE PENAL.

CAPSA FOOD



## CERTIFICACIONES RELIGIOSAS

### HALAL

#### GRANDA

Leche UHT  
Leche UHT sin lactosa  
Nata en cisternas  
Leche en polvo  
Leche en polvo sin lactosa  
Mantequilla  
Mantequilla sin Lactosa  
Mazada en polvo  
Nata UHT montar (35%MG)  
Nata UHT cocina (18%MG)

#### LUGO

Leche UHT  
Leche UHT sin lactosa  
Nata en cisternas  
Leche en polvo  
Permeato en polvo  
MPC  
Suero en polvo  
WPC 35  
Suero desmineralizado 40  
Suero desmineralizado 50

#### VILLAGARCÍA

Suero líquido  
Permeado de leche  
MPC

### KOSHER

#### Alcance fábrica de GRANDA

Leche UHT entera, semidesnatada y desnatada  
Nata pasteurizada en cisternas  
Mantequilla formato 1 kg  
Mantequilla formato 5 kg  
Mantequilla formato 25 kg  
Mazada en polvo  
Leche en polvo entera y desnatada  
Leche en polvo entera y desnatada sin lactosa

#### Alcance fábrica de VILLAGARCÍA

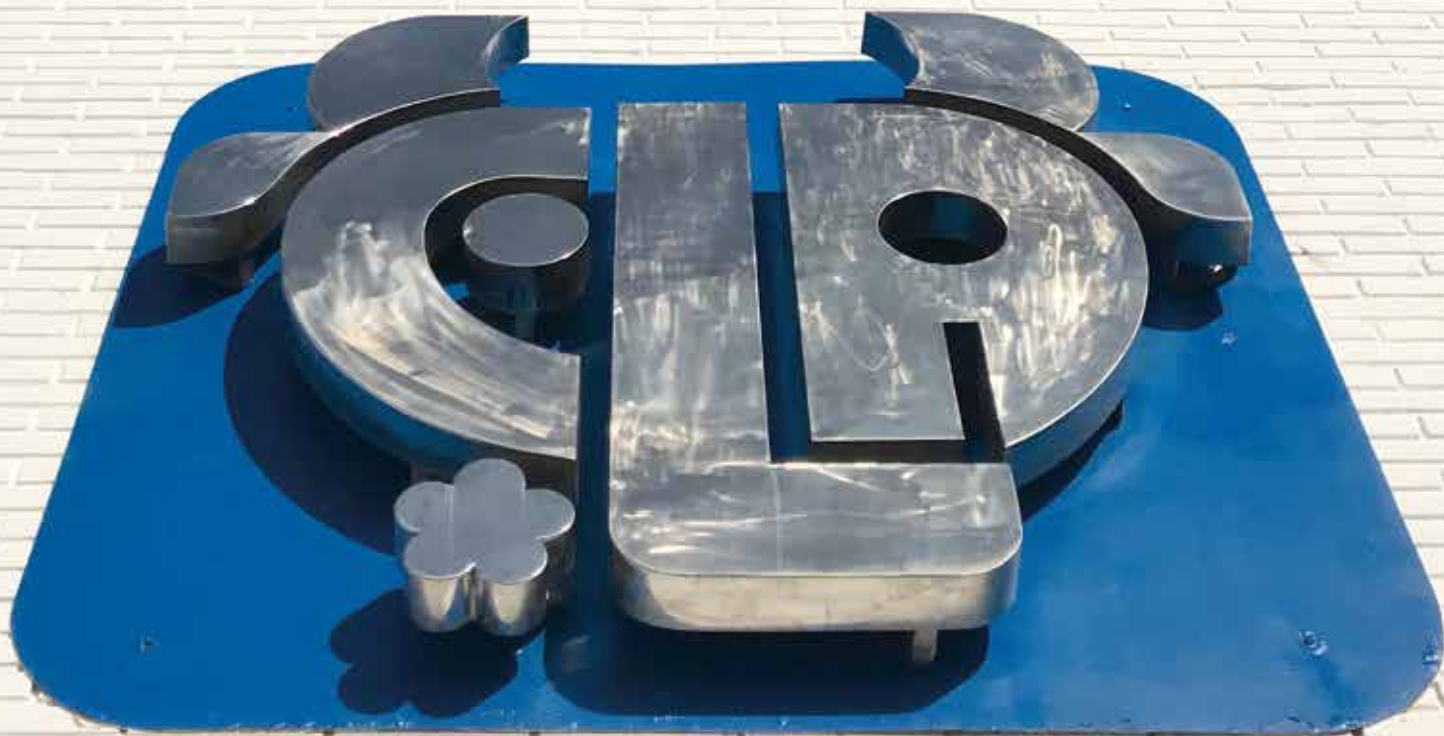
Suero concentrado  
Nata pasteurizada en cisternas  
Permeado líquido  
Suero de proteínas lácteas líquido

#### Alcance fábrica de LUGO

Leche UHT entera, semidesnatada y desnatada  
Leche UHT entera, semidesnatada y desnatada sin lactosa  
Nata pasteurizada en cisternas  
Suero desmineralizado 40  
Suero desmineralizado 50  
Permeado líquido  
Permeado en polvo  
Concentrado de proteínas 60  
Concentrado de proteínas 70  
Leche en polvo desnatada  
Suero dulce en polvo  
Concentrado de proteínas de suero



Somos la empresa con **MEJOR REPUTACIÓN** y la primera de alimentación española con el sello de **EXCELENCIA EUROPEA**.  
Además somos la **MARCA ESPAÑOLA MÁS AUTÉNTICA**.





B

®

# 02 Órganos de gobierno

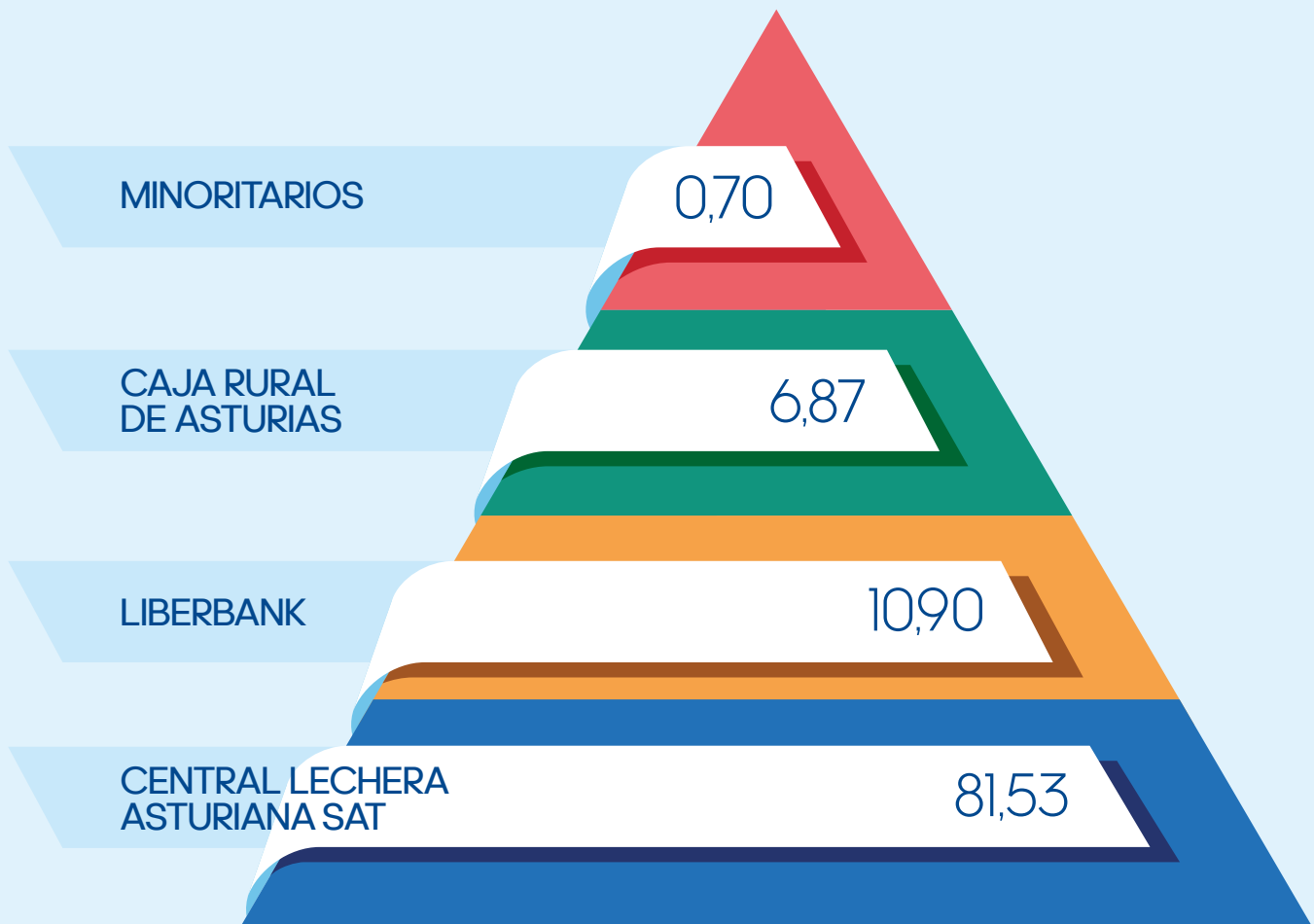
*Composición de capital*

*Órganos de gobierno*

*Ética y cumplimiento*



# Composición de capital ACCIONISTAS





# ÓRGANOS DE GOBIERNO

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Sr. D. Bertino Velasco Torre  
**PRESIDENTE**

### > CONSEJEROS

Sr. D. Dámaso Alberto Álvarez Rodríguez  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

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)

Sra. Dña. María Ángeles González Cueto  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Germán Marcos Fernández  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Oliver Menéndez Gutiérrez  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Luis Mariano García Alonso  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Adolfo Luiña López  
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Norteña Patrimonial, S.L.  
Rte. Sr. D. José Manuel Agüera Sirgo. Liberbank

Sierra del Acebo, S.L.  
Rte. 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  
y Exportaciones

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

Sr. D. José Manuel Flórez  
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



# Ética y cumplimiento

## Generando impacto positivo a través de la cultura del cumplimiento

CAPSA FOOD es conocedora de que **el diseño de su modelo de negocio y la forma de llevar a cabo las diferentes operaciones generan un impacto positivo** en los trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes.

Pero sin duda, para poder generar este impacto positivo es necesario que su actividad este respaldada por los requisitos de transparencia y responsabilidad legal.

De esta forma, culminando todos los esfuerzos y el trabajo llevado a cabo desde el año 2019 **la compañía consiguió en junio de 2020 la certificación de su Sistema de Gestión de Compliance Penal en base a la norma UNE 19.601**, convirtiéndose así en la primera empresa alimentaria española en obtener esta certificación:

El nuevo sistema evoluciona desde nuestro anterior modelo de Prevención y Detección de Delitos para permitirnos estructurar todos los riesgos y controles que afectan al cumplimiento penal, refrendando públicamente **nuestro compromiso con la ética profesional y el cumplimiento de toda la normativa** de aplicación a nuestra actividad.

La nueva estructura del sistema clasifica los riesgos penales identificados en base a criterios de impacto y probabilidad para obtener los iniciales valores de riesgo inherente (bajo, moderado, alto, crítico o extremo) a los que poder aplicar los controles de los que disponemos, con la meta de alcanzar en todos ellos el objetivo de riesgo residual bajo y procediendo entonces a tratar y aplicar las medidas y controles adicionales necesarios para disminuir el nivel de todos aquellos riesgos que se hallen por encima del nivel bajo.



Para reforzar la implementación y desarrollo de este Sistema se ha actualizado el **Código Ético** que la compañía tenía aprobado desde 2015 para adaptarlo a los requerimientos de la Norma UNE, aprobando igualmente una nueva **Política de Cumplimiento**, así como el establecimiento de un **Código de Conducta de Socios** de Negocio que refuerce aún más el compromiso de nuestros aliados y el interés de CAPSA en llevar a cabo su actividad con socios de negocio que demuestren el mismo respeto por el cumplimiento ético en el desarrollo de las actividades que les son propias.

Todos estos documentos están disponibles en nuestra página web:

<https://capsafood.com/gobierno-corporativo-basado-en-la-etica-y-el-cumplimiento/>

para que cualquiera de nuestros interlocutores pueda conocer nuestros compromisos en materia de cumplimiento y estándar ético.



## Gobierno corporativo basado en la ética y el cumplimiento

Además de tener como eje principal el contenido del Código Ético, CAPSA FOOD ha implantado en los procesos principales de la compañía, **Procedimientos de Diligencia Debida** que permiten reforzar los controles de los que ya disponíamos y gestionar más operativamente el nivel de riesgo de cada una de nuestras operaciones desde el inicio de las mismas, orientando toda nuestra actividad hacia la creación de valor (social, ambiental y económico) para todos sus agentes de interés: trabajadores, proveedores, clientes, comunidades, medio ambiente y, naturalmente, accionistas.

Para la revisión y supervisión habitual del Sistema y con antelación a la obtención de la certificación, el Consejo Administración, en un claro indicador de compromiso también por parte de sus consejeros, aprobó la creación del **Comité de Cumplimiento**, órgano colegiado en el que intervienen las áreas jurídica, financiera y de recursos humanos de la compañía, y al que dota de la independencia funcional y presupuestaria necesaria para poder llevar a cabo las tareas requeridas por el sistema, dotándolo igualmente de una función adicional de Coordinación para darle soporte y reportarle mediante los informes requeridos por la Norma UNE la información del Sistema y su funcionamiento.

El Sistema de Gestión también ha implantado una nueva forma de relacionarse con la compañía para empleados y personal externos, que les permite la puesta en conocimiento de hechos ilícitos o incumplimientos, desdoblando las funciones de nuestro anterior **Canal Ético** para permitir **dos vías de comunicación**: por un lado, una vía de **consulta** para que cualquier persona pueda plantear dudas sobre nuestro sistema, los procedimientos que le son de aplicación, los riesgos que le afectan o los controles necesarios para mitigarlos. Por otro lado, cuando se tenga la constancia de un incumplimiento, los hechos podrán ser puestos en conocimiento de la compañía a través de un canal seguro gestionado por una entidad externa e independiente que garantizará la confidencialidad de las **denuncias** y comunicaciones recibidas.

Estos canales están igualmente disponibles, tanto desde el canal interno de comunicación del Portal del Empleado como desde la página web de la compañía permitiendo así un acceso total para cualquiera que se relacione con nosotros.





®

# 03 Nuestro propósito

*Estrategia*

*Plan estratégico*

*ODS*

*Comprometidos con el sector primario*

*Apostamos por la alimentación natural y la salud*

*Protegemos y cuidamos el medio ambiente*

*Cuidamos de nuestros empleados*

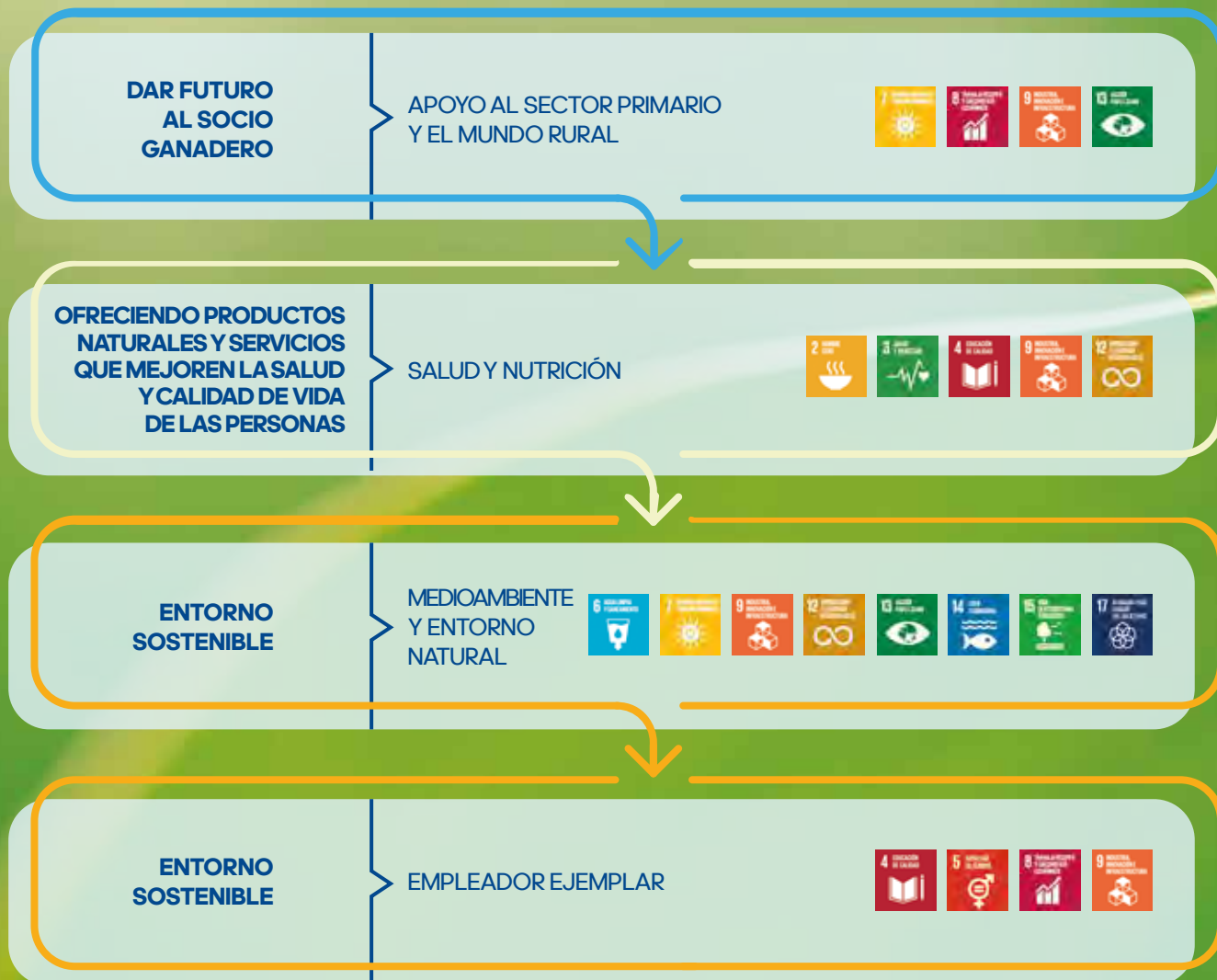


# Estrategia

## NUESTRO PROPÓSITO

**DAR FUTURO** al socio ganadero, ofreciendo **productos naturales y servicios** que mejoren la salud y la calidad de vida de **las personas**, en un **ENTORNO SOSTENIBLE**

## PLAN DE SOSTENIBILIDAD INTEGRAL





# RSC



## VALORES CORPORATIVOS



COOPERACIÓN

nuestro proposito, nuestro futuro

**ODS** Pacto mundial

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



A través de nuestro Propósito y de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, contribuimos a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por Naciones Unidas en 2015, empleando nuestros recursos en favor de dejar un mundo mejor para las generaciones futuras.

**DAMOS FUTURO AL SOCIO GANADERO**  
APOYO AL SECTOR PRIMARIO Y EL MUNDO RURAL



**OFRECIENDO PRODUCTOS NATURALES Y SERVICIOS QUE MEJOREN LA SALUD Y CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS**

SALUD Y NUTRICIÓN



**EN UN ENTORNO SOSTENIBLE**  
MEDIOAMBIENTE Y ENTORNO NATURAL



EMPLEADOR EJEMPLAR





# COMPROMETIDOS con el sector primario



Empresa

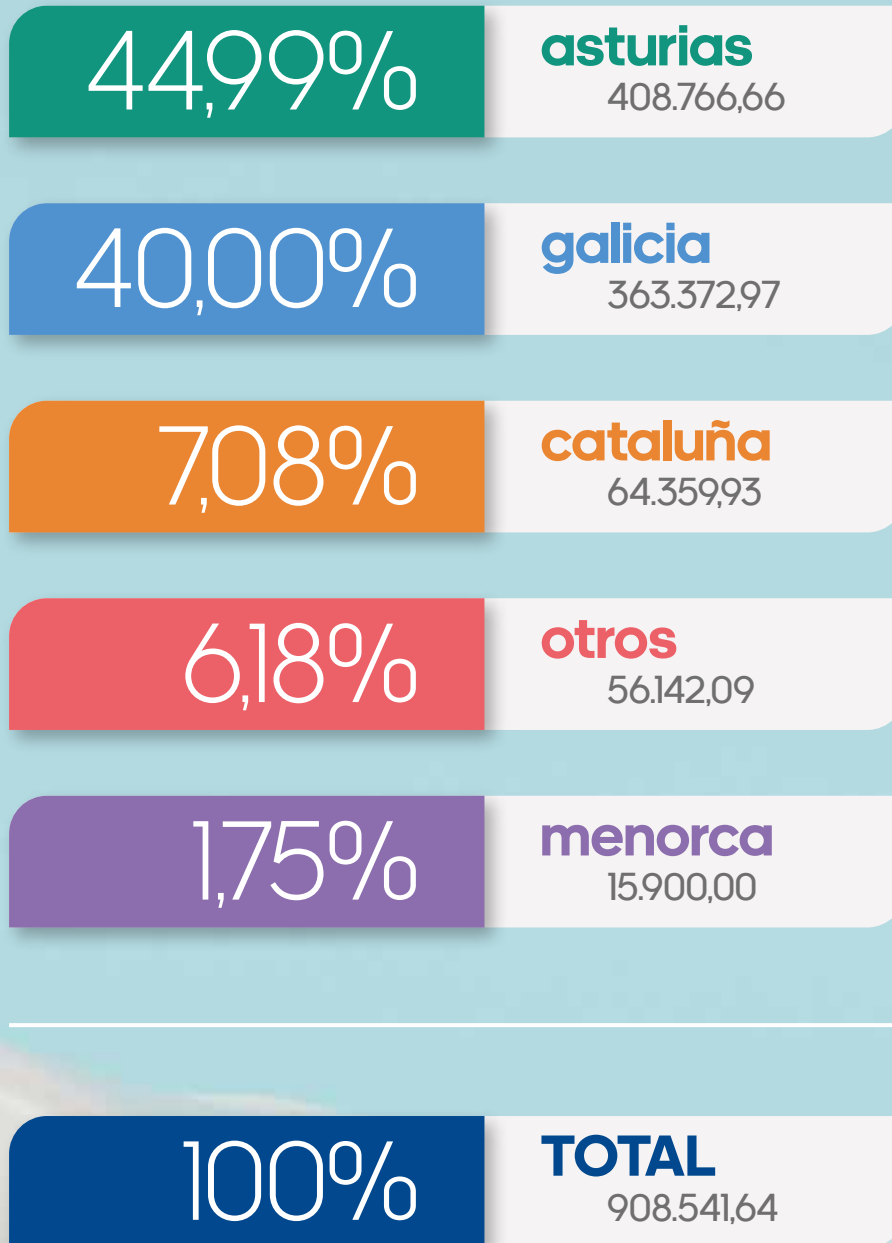


Certificada

OBJETIVOS DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE



Recogida de leche 2020 miles de litros





# COMPROMETIDOS

## con el sector primario



*Dar futuro a nuestros ganaderos y garantizar la calidad de la materia prima que nos ofrecen es una de las máximas de CAPSA FOOD, que además **forma parte fundamental de nuestro propósito**. Nuestras principales marcas cuentan con **avales externos que certifican el buen hacer** en todos los ámbitos.*



# Garantía Ganadera

## Central Lechera Asturiana

Desde el año 2018, los socios ganaderos abastecedores de Central Lechera Asturiana SAT, accionista mayoritaria de CAPSA FOOD, cuentan con el sello **GARANTÍA GANADERA**, que avala su método único de trabajo gracias a los programas y servicios que se les ofrecen desde la cooperativa para garantizar la sostenibilidad de sus ganaderías familiares, de modo que sean rentables, eficientes y sostenibles contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental.



Gestión de Servicios  
Agrarios y de Apoyo  
a la Ganadería Familiar







## Servicios

SOSTENIBILIDAD y CALIDAD DE VIDA  
de nuestros ganaderos



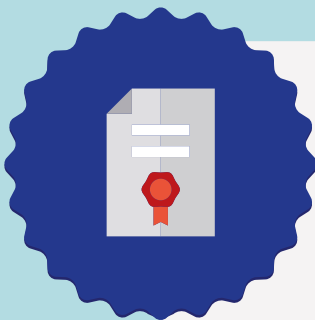
### Garantía de Compra y Precio en Origen

Mantenemos nuestro compromiso de recogida de toda la producción de leche de nuestros ganaderos socios.



### Servicio de Sustituciones

Debido al trabajo diario y esfuerzo que supone la actividad de los ganaderos, Central Lechera Asturiana SAT les ofrece este servicio que les brinda la posibilidad de sustituirles y apoyarles para que puedan descansar o cubrir imprevistos con el objetivo de conciliar su actividad con su vida personal.



### Seguros Agrarios

Los ganaderos socios disponen de un seguro colectivo de accidentes gratuito.

# Servicios

## SOSTENIBILIDAD y CALIDAD DE VIDA de nuestros ganaderos



### Programa TAGEL: Tablero de la Gestión de Explotaciones Ganaderas

Apoyo al ganadero asesorándole y aconsejándole en la toma de decisiones y medidas empresariales.



### Becas para sus Hijos

Todos los socios ganaderos tienen la oportunidad de obtener becas para los estudios de sus hijos, que además de ser una ayuda económica pueden aportar apoyo a la profesionalización de las explotaciones ganaderas a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos.



### Distribución de Beneficios entre Socios

Central Lechera Asturiana SAT reparte los beneficios de la empresa entre los socios de forma proporcional a la participación social que ostentan, apoyándoles en la sostenibilidad de sus explotaciones.



## Servicios

### CUIDADO DEL GANADO y CONTROL DE CALIDAD de la leche



#### Programa de Nutrición

Destinado a ofrecer a los ganaderos asesoramiento personalizado en la nutrición de su ganado.



#### Programa de Defensa Sanitaria Ganadera

Asistencia a los ganaderos para la ejecución de un programa sanitario orientado a luchar contra las enfermedades previstas en la legislación para que los ganaderos se conviertan en los máximos garantes de la salud de la cabaña.



#### Servicio de Podología

Está orientado a garantizar el bienestar animal. Central Lechera Asturiana SAT ofrece este servicio preventivo por el cual se realiza el cuidado de las pezuñas de las vacas, previniendo también el desarrollo de enfermedades.

# Servicios

## CUIDADO DEL GANADO y CONTROL DE CALIDAD de la leche



### Programa de Control de Calidad de la Leche

Orientado a mejorar los parámetros de calidad de la leche mediante la revisión de instalaciones y equipamientos y realización de análisis de la leche producida en las explotaciones.



### Programa de Control Reproductivo

Se basa en llevar a cabo por parte de los veterinarios un control de la reproducción y fertilidad del ganado cuando es solicitado por el socio ganadero.



### Tanques de Frío

Central Lechera Asturiana adquiere estos equipos para cederlos gratuitamente a los socios ganaderos, ofreciéndoles también el servicio gratuito de mantenimiento y reparación.

# Servicios

## PROTECCIÓN y CUIDADO de nuestro entorno natural



### Optimización y ahorro del Consumo Energético

Mediante este servicio se asesora al ganadero para conseguir una reducción del consumo eléctrico en su ganadería, con el consiguiente ahorro energético y minimización del impacto ambiental.



### Optimización de Rutas de Recogida

Con la finalidad de reducir la contaminación y su impacto en el entorno, Central Lechera Asturiana trabaja para optimizar las rutas con el objeto de recoger el máximo volumen de leche invirtiendo el menor trayecto y tiempo posible.



Servicios avalados por el sello Garantía Ganadera

# Pastoreo Larsa

La ganadería en pastoreo es **una forma diferente de enfocar la producción**, para ofrecer alimentos sanos y de calidad.

Tenemos **un fuerte compromiso con la excelencia, el respeto al medio ambiente y permitir que las vacas crezcan sin estrés**, en permanente contacto con la naturaleza de Galicia, en su hábitat natural.

**La leche de Pastoreo LARSA ha sido la primera marca certificada por SGS, garantizando que las vacas salen a los prados para alimentarse.** Nuestros ganaderos de Larsa ordeñan el ganado dos veces al día y obtienen así una materia prima de altísima calidad y un sabor genuinamente tradicional del pastoreo de Galicia.





# Bienestar Animal

Ato

ATO ha sido la **primera marca láctea en obtener el Certificado de Bienestar Animal (Welfare Quality)** en el año 2014, certificando sus granjas y garantizando la trazabilidad de su leche.

En las ganaderías ATO cuidamos a nuestras vacas y les garantizamos los mejores cuidados de alimentación, salud y confort.

ATO da un paso más allá con un **doble compromiso: bienestar animal y trazabilidad 100% de su leche**. Esto significa que la leche ATO Natura proviene, única y exclusivamente, de nuestras granjas certificadas con Bienestar Animal y localizadas en Cataluña.



BA-2014/0001







# APOSTAMOS



por la alimentación  
natural y la salud

Empresa



<sup>®</sup>  
Certificada

OBJETIVOS DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE

2

HAMBRE  
CERO



3

SALUD  
Y BIENESTAR



4

EDUCACIÓN  
DE CALIDAD



9

INDUSTRIA,  
INNOVACIÓN E  
INFRAESTRUCTURA



12

PRODUCCIÓN  
Y CONSUMO  
RESPONSABLES



# APOSTAMOS



por la alimentación  
natural y la salud

## Central Lechera Asturiana

*La estrategia de la marca pivota sobre tres ejes:*





Cooperativa formada por **ganaderías familiares sostenibles** reflejado en nuestro propósito como marca:

*Garantizar el futuro de las familias ganaderas que con su forma de vida preservan el medio rural, sus paisajes, su tejido social y los productos auténticos y naturales que de verdad cuidan de las personas.*



Productos **sin aditivos artificiales**

Nuestros productos no necesitan aditivos artificiales para ser mejores productos.



Siempre **al lado del consumidor**

En el año de la pandemia de la COVID-19, marcado por una situación insólita que nos hizo vivir momentos muy duros, enviamos un mensaje de positividad a nuestros consumidores.

Nuestro origen cooperativo nos permite valorar la importancia de ayudarnos y es por esto que **nuestra marca ha estado más cerca que nunca para ayudar a los consumidores:**



Comunicación promoción de **precio de la botella de 2,2 L**



Promoción **“Lo Natural es Ayudarnos”**



Comunicación especial con motivo de la **celebración del día de la madre**



## Campañas Navideñas



## Campañas Ad Hoc Asturias



> Yogur sin azúcares



> Queso en lonchas

## Nuevos Productos Central Lechera Asturiana



### Lanzamiento **Suprema Go**

Con el objetivo de ofrecer productos que cubran las motivaciones y necesidades de los consumidores, en 2020 se ha puesto en el mercado **nuestra Suprema Go, una leche con un valor añadido, sabor a vainilla caramelizada y en formato monodosis 250g.**

Junto a su sorprendente sabor, Suprema Go se abre a nuevos momentos de consumo, ideal para tomar entre horas y cómodo para llevar a cualquier parte.





## Central Lechera Asturiana Flor de Burgos

A finales de año han salido al mercado los primeros productos bajo el cobranding **CENTRAL LECHERA ASTURIANA - FLOR DE BURGOS** y **CENTRAL LECHERA ASTURIANA - TOSCANELLA**:

- > Queso Fresco de Burgos Ultrafiltrado 500g
  - > Queso Fresco de Burgos Ultrafiltrado 1Kg
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Oveja 150g
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Cabra 150g
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Vaca 250g
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Vaca Sin Lactosa 250g
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Vaca 500g
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Duro 2kg
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Blando 2kg
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Villalón 2kg
  - > Queso Fresco de Burgos Tradicional Cincho 1,7kg
  - > Queso Fresco Batido 0% M.G. 450g
  - > Quark Natural 0% M.G. 450g
  - > Quark Vainilla 0% M.G. 450g
  - > Quark Arándanos 0% M.G. 450g
  - > Quark Muesli Quinoa 0% M.G. 450g
  - > Yogur Natural 400g
  - > Yogur Natural 0% M.G. 400g
  - > Yogur Griego 400g
  - > Kéfir 400g
- 
- > Mozzarella Fresca Clásica 100g
  - > Mozzarella Fresca Ligera 100g
  - > Mozzarella Fresca Sin Lactosa 100g
  - > Mozzarella Fresca Perlas 125g
  - > Burrata Clásica 150g
  - > Burrata con Trufa 150g
  - > Mascarpone 250g
  - > Mascarpone 500g



20 referencias  
bajo el cobranding



y 8 referencias  
en el cobranding





# Larsa

La comunicación de Larsa pivota sobre el Pastoreo como factor diferenciador de la marca y eje de toda su estrategia. Sobre esta base, en 2020 Larsa realizó su comunicación a través de varias campañas, adaptando además los mensajes a la circunstancia que marcó totalmente este año: la pandemia.



Campaña **“Pastar o no pastar”** que ha puesto en valor el origen de nuestros productos, leche y derivados lácteos elaborados con leche de pastoreo de Galicia, *pastoreo da nosa terra*



Campaña **“Aquí facémolo así”**. Probablemente su campaña de comunicación más reivindicativa y transgresora: Desde el Yogur como categoría icónica de Larsa y siendo fieles a nuestra esencia



Además, en un año muy atípico marcado por la pandemia, Larsa también ha lanzado un mensaje especial a la sociedad gallega durante el confinamiento **reivindicando la autenticidad**



Como guiño y mensaje de ánimo, la marca lanza en redes sociales también en ese periodo su nuevo Yogur con sabor a **“Pasará”**



## Lanzamientos

Durante el año 2020 se lanza **la nueva gama Cremosísimo**, con todo el sabor de la leche de pastoreo LARSA y una textura más cremosa que el yogur tradicional, con las siguientes referencias:

- > Yogur Cremosísimo natural (Larsa)
- > Yogur Cremosísimo fresa (Larsa)
- > Yogur Cremosísimo limón (Larsa)



Complementariamente, **aumentan sus referencias de yogures y leches fermentadas de pastoreo:**

- > Yogur sabor manzana (Larsa)
- > Yogur desnatado lima-limón (Larsa)
- > Yogur sin lactosa natural (Larsa)
- > Yogur con trozos uva (Larsa)
- > Bífidos sabor vainilla (Larsa)



## Nuevos diseños Gama Larsa



# Ato

El posicionamiento de ATO se ha centrado en la **certificación del Bienestar Animal** y el proyecto de **leche ecológica 100% catalana**.



## El Bienestar Animal

ATO ha querido reforzar su vínculo con el origen catalán uniéndolo a uno de sus principales valores: el bienestar animal. Para ello ha apostado por comunicar un mensaje que apela directamente al aspecto más emocional de los consumidores catalanes a través del claim: **"ATO, El Bienestar Animal de la Nostra Terra"**. A nivel gráfico ha incorporado la señera a su logo para fortalecer este posicionamiento.



Derivado de la situación vivida en el año 2020, ATO también ha querido estar más cerca de sus consumidores por lo que ha llevado a cabo la **campaña "Apostem pel teu Benestar"**, donde sorteaba más de 10.000 euros en premios.



## Proyecto leche ecológica 100% catalana

Durante el año 2020 **la granja Mas La Coromina ha seguido inmersa en su proceso de reconversión a ganadería ecológica**, culminando el proyecto en diciembre de este año.

# Central Lechera Asturiana Alpro Lanzamientos



## Avena especial para Café

La bebida de avena con una **formulación ideal para espumar**, aportando una **textura y sabor únicos a los cafés**, que parecen elaborados por un barista profesional. Una alternativa vegetal muy completa ya que está **enriquecida con vitaminas B2, B12 y D**.



## Soja Proteína

La primera bebida de soja con un **aporte extra de proteínas que provienen directamente de la soja**. Las proteínas **no son añadidas**, las aporta el propio ingrediente (soja) de manera natural. Una alternativa vegetal muy completa ya que está **enriquecida con calcio y vitaminas B2, B12 y D**.



# Asana Bio

ASANA BIO es la **marca de alimentación ecológica** que ofrece a nuestros consumidores sabores de origen y una nutrición superior, responsable y consciente.



En 2020, la marca creció un +40% respecto año anterior, gracias a una mayor rotación y alcanzando un 9,9% de cuota de mercado (Dato Nielsen - Dic 2020). **ASANA está presente en más de 100.000 hogares consumidores BIO** y se puede encontrar tanto en el canal Retail, como en tiendas especializadas.

La **diversificación** forma parte de la estrategia de la marca y permite a CAPSA FOOD **testar y entrar en nuevas categorías de producto**, ofreciendo productos y recetas nutricionalmente superiores y de mayor valor añadido. Además de lácteos (leche, mantequilla y queso de los Alpes); barritas de semillas y frutos secos, **la gama se completa con:**

# ASANA

LA VIDA BIO



## Lanzamientos

### Una edición limitada de Miel de limón, o miel de limonero,

es una **miel artesanal recolectada de los panales de abejas localizados entre campos de limoneros, 100% ecológica**. Con sabor de origen, ya que la miel es elaborada por las abejas procedentes de los campos de limoneros ecológicos de la Sierra de la Almenara (Región de Murcia) que pertenece a la Red Natura 2020 - Zona Especial de Conservación (ZEC).



### Un mix de Avena Cacao y Baobab en formato familiar

y envase sostenible. Una receta con ingredientes reales, y sabrosos... sin azúcar añadido. **Copos de avena, integrales y muy completos, ricos en antioxidantes y fibra, cacao puro y Baobab**, un super alimento, **rico en micronutrientes como la vitamina C**.



ASANA BIO, **pensada para las personas que quieren disfrutar de la Vida BIO** y que se refleja tanto en los diferentes eventos en los que participa la marca, como en su comunicación.



# Hostelería

## Lanzamientos



### Bifidus con mandarina

DISFRUTA DE TU CAFÉ CON  
**la bebida vegetal QUE MÁS TE GUSTE**

**BEBIDA DE AVENA ÚNICA AVENA BARISTA SIN GLUTEN**



Excelente en frío y bien caliente | Perfecta para lattear | Única avena barista Sin Gluten | Sin azúcar añadido | Naturalmente sin lactosa | Cultivos europeos responsables

### APOYO A LA HOSTELERÍA

A lo largo de 2020 la compañía a través de sus marcas ha reforzado su compromiso con la hostelería en su apertura tras el confinamiento producido por el COVID-19 a través de la acción "Cuidamos de nuestros bares", aportando más de un millón de litros de leche, que les permitieron a los hosteleros servir 5 millones de vasos de leche o más de 10 millones de cafés con leche para que sus clientes disfrutasen de los reencuentros con sus seres queridos en sus establecimientos.

## Área de exportación Gran Consumo

*El área de exportación gran consumo, tras un año complicado cierra el 2020 estando **presentes en 25 países**. A pesar de la incertidumbre del entorno, cerramos el año con presencia en*

**7** Nuevos PAÍSES **18** Nuevos CLIENTES



**Vega de Oro**

**LAGISA**

**MIBE**

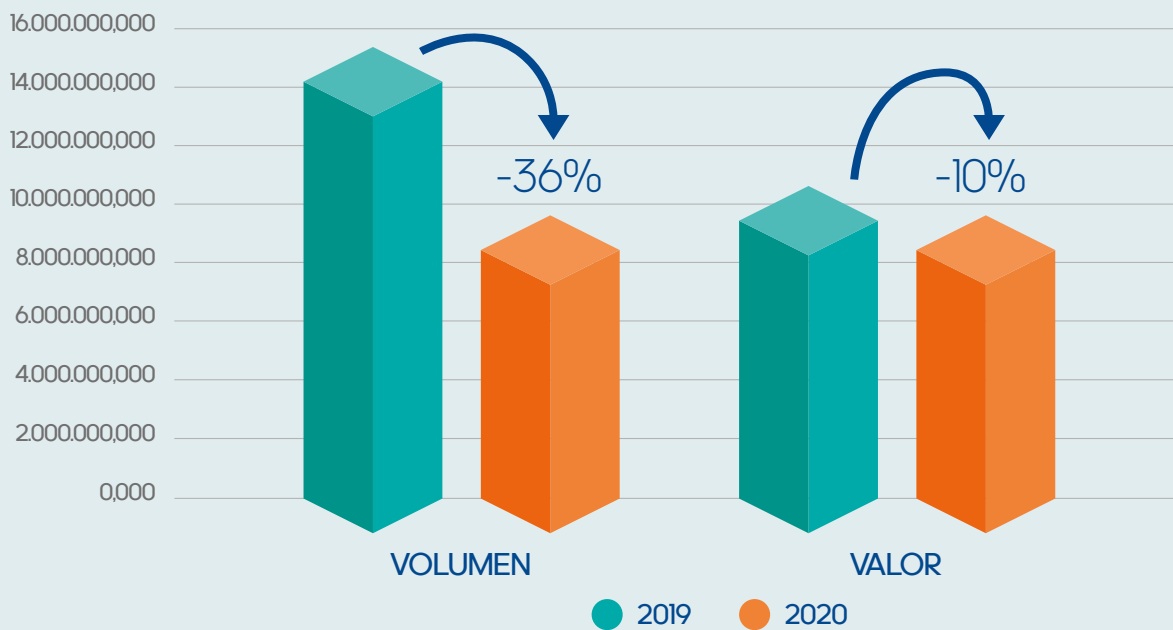
*Cántaro*



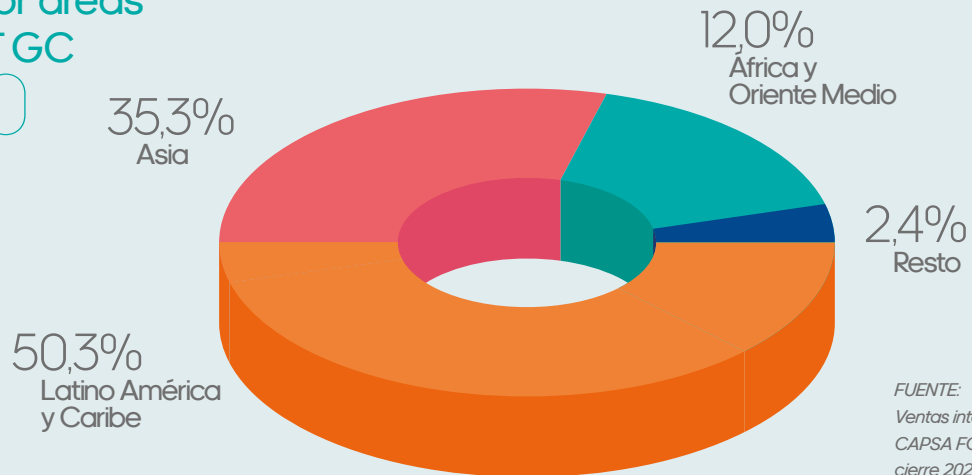


El continuo desarrollo del área de exportación gran consumo ya representa más de un **1,44 %** sobre el total facturación de la compañía.

### Ventas volumen y valor EXPORT GC 2020 vs 2019



### Volumen por áreas EXPORT GC 2020



FUENTE:  
Ventas internas  
CAPSA FOOD  
cierre 2020

## Exportaciones de CAPSA FOOD en el mercado internacional

2020 ha sido un año lleno de incertidumbre para el área de exportación gran consumo. Los datos obtenidos del Informe de Comercio Exterior del Sector Lácteo - año 2020 (Informe Sice-lact dic 2020) y considerando la venta desde España a países extracomunitarios en los mercados de leche líquida y nata envasadas en pequeño formato, CAPSA FOOD,

a cierre de 2020, exporta el 17,1 % de la leche de vaca en pequeños envases y el 11,6 % de la nata en pequeños envases fuera de la UE.



### Dato Exportaciones desde España en Volumen 2020

	DATO INLAC TOTAL EXPORT 2020	DATO INLAC EXTRACOMUNITARIO 2020	CAPSA 2020	PESO CAPSA 2020
LECHE DE VACA EN PEQUEÑOS ENVASES	63.056.000	45.508.000	7.794.853	17,1%
NATA EN PEQUEÑOS ENVASES	17.366.000	13.855.000	1.609.059	11,6%

FUENTE: Fuente: Informe Sice-lact 2020 (datos en volumen)

## Detalle acciones

Tras un año complejo, hemos mantenido nuestra **estrategia** en exportaciones gran consumo **a través de cuatro vías:**

### 01. Desarrollo de marcas



**Vega de Oro**

**LAGISA**

**MIBE**

**Cántaro**

### 02. Diversificación de Productos e Innovación

**Adaptación surtido con natas y categorías que aportan valor como la mantequilla y el queso.**

Durante el año 2020, además de abrir nuevos mercados y nuevos clientes, se ha trabajado por incrementar surtido en nuestros clientes/distribuidores con nuevos formatos y presentaciones de natas y mantequillas con nuestras principales marcas.



### 03. Apoyo con acciones marketing y trade marketing

**Importador especializado en canal gourmet retail.**

> Acción regalo directo + folleto + lineal + azafata

CHINA

*"Comprando 2 unidades de nata montar 500 ml Central Lechera Asturiana, regalo de una bolsa 100% algodón".*



## Para felicitar el Ramadán a nuestros clientes musulmanes

que por su fe y por sus creencias, practican el ayuno diario desde el alba hasta que se pone el sol.

> Uno de los principales importadores-distribuidores de la **República de Maldivas** ha montado en un supermercado una **cabecera** con nuestra leche Central Lechera Asturiana acompañada del material que le hemos enviado para esta celebración.

## MALDIVAS



En colaboración con ASTUREX a través de su programa "Posiciónate on line", CAPSA FOOD exportaciones gran consumo, finaliza 2020 con la **apertura digital de 4 mercados en Redes Sociales (Instagram)**.



# 04. Exposiciones en mercados



**MAURITANIA**



## Premios

**Doble reconocimiento para el área de exportaciones de CAPSA FOOD.**

## Premios de Marketing de Asturias

CAPSA FOOD con su marca Central Lechera Asturiana, ha sido premiada en la categoría "**Iniciativa en marketing internacional**" de los XIII Premios de Marketing de Asturias 2020 organizados por el Club de Marketing de Asturias.



El objetivo de estos premios ha sido difundir la implantación de buenas prácticas de marketing en el tejido empresarial asturiano y favorecer la cooperación entre los profesionales del gremio.

Estas acciones de marketing y trade marketing reconocidas por este premio, nos ayudan a mejorar la propuesta de valor de la marca Central Lechera Asturiana a nivel internacional. Apostamos por continuar impulsando esta vía de trabajo para incrementar las ventas, la relación con nuestros clientes y para hacer más atractiva la marca Central Lechera Asturiana a los consumidores de los diferentes países en los que tenemos presencia.

## Premios Innovación de Promarca

Hemos sido galardonados como premiados en la **tercera edición de los Premios InnovaCción 2020** que organiza Promarca.

Este Premio, en la categoría de **Internacionalización**, reconoce el trabajo desarrollado por el equipo de CAPSA FOOD en los mercados internacionales.



También premia las mejores prácticas de la industria de Gran Consumo que favorecen el crecimiento del mercado, la competitividad, el empleo y la sostenibilidad del país.

## Ferias

### GULFOOD Febrero 2020

CAPSA FOOD ha estado presente en la 25ª edición de la **Feria Gulfood, Dubai**, la feria de Alimentación de referencia en Oriente Medio y África.



### SIAL CHINA Septiembre 2020

Presencia en **SIAL CHINA**, la exposición de innovación alimentaria más grande de Asia. Ubicada estratégicamente en **SHANGHAI**, supone una puerta de entrada a Asia y un centro global de finanzas e innovación.



### BAKERY CHINA Agosto 2020

Miniferia Bakery organizada en apoyo a **unos de nuestros principales clientes en este canal BAKERY**. Hemos tenido la oportunidad de dar a conocer nuestras leches y derivados así como la imagen de nuestra marca ATO.



# Innova Food Ingredients

## Productos Industriales y de Base Láctea

En lo que se refiere al negocio de ingredientes industriales, **Innova Food Ingredients continúa desarrollando su actividad industrial** suministrando sus productos en todo el **mercado nacional, europeo e internacional** con especial enfoque en Asia y Latam.



**innova**  
FOOD INGREDIENTS

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 825 GRS, 450 GRS y 60 GRS.

Presencia en  
mercados internacionales  
**24%** DEL VOLUMEN  
DE VENTAS







# Nuevos Canales

## Acuerdo con Delikia

CAPSA FOOD y **Delikia**, el primer operador de vending a nivel nacional con capital 100% español, firmaron un acuerdo de colaboración en 2020 con el objetivo de impulsar la innovación y el desarrollo de nuevos productos lácteos en el sector del vending.

En concreto, **CAPSA FOOD**, ofrece a los usuarios de **Delikia** una amplia gama de productos lácteos de gran calidad y suministra la leche Central Lechera Asturiana, reconocida en toda España por su calidad y su origen, para la preparación de los diferentes productos de café con leche que se pueden adquirir en las máquinas de vending.

Se trata de una colaboración que contará con una vigencia de al menos tres años y en los que ambas compañías aportarán su experiencia y conocimientos para el desarrollo de procesos y productos que puedan ser aplicados en las máquinas de vending.



## Nuevo producto dentro del acuerdo con **Cantabria Labs**

En mayo de 2019 ambas compañías pusieron en marcha la línea NMCLA (Nutrición Médica Central Lechera Asturiana) que consta de distintas **dietas líquidas completas dirigidas a personas con un mayor requerimiento de nutrientes.**

Fruto de esta colaboración, estas dos marcas han creado un nuevo producto en 2020, el **NMCLA MCTPRO.** Esta **dieta completa** está especialmente diseñada para mejorar la tolerancia gastrointestinal de pacientes desnutridos o con riesgo de desnutrición.





## Nuevos Negocios

### Adquisición 50% de la sociedad “Lácteas Flor de Burgos”

En el mes de enero, **CAPSA FOOD** ha firmado el contrato de compra del 50% de la **SOCIEDAD “LÁCTEAS FLOR DE BURGOS S.L.”**, que hasta la fecha pertenecía en su totalidad a la Familia Angulo, cuya vinculación con el mercado quesero viene desde 1915. En el año 2003, la cuarta generación de la Familia crea esta compañía, que bajo la marca “Flor de Burgos” elabora queso fresco y productos lácteos y que además cuenta con unas modernas instalaciones, productivas y eficientes en la localidad de Burgos.

El objetivo de este acuerdo es **desarrollar un proyecto conjunto de marca sumando las sinergias de ambas compañías** para crear valor compartido.

Con esta operación, y a través de este nuevo proyecto conjunto, CAPSA FOOD refuerza su apuesta por el mercado de quesos y productos frescos, en el proceso de diversificación abierto en la compañía, con vocación de crecimiento nacional e internacional.

CAPSA FOOD y SOCIEDAD “LÁCTEAS FLOR DE BURGOS S.L.” pretenden acelerar el crecimiento mediante la introducción de nuevas referencias y la entrada en nuevos mercados internacionales, buscando el liderazgo en la categoría de quesos y de productos frescos.



## Capsa Vida



CAPSA VIDA (Vehículo de Inversión para el Desarrollo de la Alimentación), como vehículo de inversión de **CAPSA FOOD** ha sido homologada dentro del programa **INVIERTE** de CDTI coincidiendo con el primer año de su puesta en marcha, pasando a ser el primer vehículo de inversión corporativo para el sector bio, salud y agroalimentación.

En pleno proceso de recuperación de la pandemia generada por la COVID 19, CAPSA VIDA refuerza su apuesta por el emprendimiento de impacto con el objetivo de **promover la actividad del medio rural, que fije talento, desarrollando proyectos que supongan un avance en la lucha contra el cambio climático y una mejor salud y condiciones de vida para todas las personas.**

En 2020, CAPSA VIDA ha entrado en el accionariado de **BAIA FOOD (MEDICINAL GARDENS)** con un **6% de participación**. BAIA FOOD es una empresa que desarrolla un nuevo suplemento alimenticio natural con capacidad para modular el sabor cuyo objetivo es reducir el azúcar en los alimentos. Gracias a su esfuerzo en I+D+i, con una inversión cercana a los 650.000 euros desde su constitución, la start up desarrolla la miraculina, un modulador del sabor natural (categorizado como nuevo alimento por la Unión Europea). También, tiene la capacidad de transformar el sabor ácido a dulce enmascarando sabores desagradables hacia una nueva experiencia en dulzor.



A través de todas estas alianzas **CAPSA VIDA** ha buscado dar un salto cualitativo dentro del ecosistema de economía de impacto español.

Otro de los hitos importantes desarrollados a lo largo de 2020 ha sido el desarrollo de la iniciativa en colaboración con la Fundación Ship2b en la que se analizan más de 80 proyectos, con las que crear alianzas en su camino por desarrollar una alimentación más sostenible alineada con el Pacto Verde Europeo.



En definitiva, el camino a la sostenibilidad y la salud de las personas desde el origen de los alimentos es un sentimiento común europeo y el sector agroalimentario tiene que liderar el cambio que la sociedad está demandando, por ello es importante el apoyo por parte de CAPSA VIDA.



# Investigación y desarrollo 2020

## Estudios de **tendencias** y **detección** de nuevas oportunidades

Continuamos apoyándonos en **nuestras herramientas de INNOVACIÓN**, para identificar oportunidades y necesidades con el objetivo de llevar a cabo desarrollos innovadores.

Entre ellas, está el **Observatorio de la Innovación**, que en 2020 se ha visto condicionado por la pandemia, quedando reflejado en un menor número de ideas y aportaciones por parte de los consumidores. A lo largo del año se han aportado **156 ideas al Observatorio, siendo 20 propuestas por los empleados y 136 de consumidores**, destacando aquellas relacionadas con temas de Sostenibilidad y Nutrición.

## Actividades de **vigilancia tecnológica**

Si bien desde nuestro departamento de I+D se realizan de manera continua actividades de Vigilancia Tecnológica, éstas no se recogían de manera sistematizada en una **base de datos estandarizada**. A lo largo del año 2020, se ha definido y establecido el procedimiento para recoger aquella información interesante, fundamentalmente de nuevos ingredientes (tanto bioactivos como con funcionalidades tecnológicas especiales), pero también de nuevos procesos y tecnologías, tendencias de consumo, productos de la competencia, etc.

Hasta el momento, se han incorporado **más de 400 ingredientes** a la base datos, con toda la información correspondiente a su aplicación, funcionalidad, ficha técnica, etc... para cada uno de ellos.

En el caso de ingredientes bioactivos, esta información incluye también la evaluación científica y regulatoria para su uso en la diana de salud a la que está dirigido.

## Actividades I+D de nuestras marcas

### Central Lechera Asturiana

En 2020, la marca **Central Lechera Asturiana** continuó con la apuesta de elaborar productos sin aditivos ni ingredientes artificiales, defendiendo la naturalidad como principio de todos los productos.

#### PRIMERA MARCA EN PONER EN EL MERCADO YOGURES Y LECHES FERMENTADAS PARA NIÑOS, SIN AZÚCARES AÑADIDOS NI EDULCORANTES

En el año 2019 CAPSA FOOD lanzó al mercado una gama de productos fermentados sin azúcares añadidos ni edulcorantes en sus versiones de fresa, limón y macedonia, tratándose de los primeros productos del mercado, en la categoría de firmes saborizados, con estas características. Continuando con dicha apuesta, en el 2020, amplió la gama con el **yogur sabor coco sin azúcares añadidos ni edulcorantes**.



### Batido Suprema GO

En el año 2020 Central Lechera Asturiana lanza al mercado **Suprema GO**, una bebida láctea UHT a base de leche ultrafiltrada, sin lactosa, desnatada y enriquecida con vitamina D. Gracias al proceso natural de ultrafiltración de la leche, se incrementa el calcio y la proteína de una forma 100% natural, para ofrecer un alimento saludable, sin azúcares añadidos y sin aditivos. Un producto orientado a contribuir con una dieta saludable y equilibrada. Suprema GO combina lo mejor de la leche Suprema Central Lechera Asturiana con un aromático y ligero sabor a vainilla caramelizada en un envase de 250 ml, perfecto para llevar. Un envase de Suprema GO contiene una ración de 250 ml, que incorpora el 25% de la proteína, el 50% del calcio y el 100% de la vitamina D diaria recomendada para una persona adulta.





## Central Lechera Asturiana Flor de Burgos

A lo largo del año 2020, se ha trabajado en la adaptación de la mayor parte de las referencias de Flor de Burgos a la estrategia de CAPSA FOOD de elaborar productos sin aditivos artificiales. Se seguirá trabajando en la eliminación de todos los ingredientes artificiales en aquellas referencias donde se ha encontrado más dificultad.



## Central Lechera Asturiana Hostelería

Debido al COVID-19, nuestra marca de Hostelería se ha visto gravemente afectada, y los proyectos y actividades de I+D acometidos el año 2020 se han reducido drásticamente. De esta forma, únicamente se ha procedido al desarrollo y lanzamiento de una nueva referencia de leche fermentada (**Bifidus con mandarina**), así como a la reformulación de la Bebida de **Avena Alpro Asturiana** especial Hostelería, pasando a ser un producto sin gluten y con unas características especiales y mejoradas para utilizar con café.



## Larsa

La marca Larsa, defensora de la autenticidad, el origen gallego y la confianza, continúa durante 2020 con el compromiso de ser la primera marca española en elaborar productos lácteos con leche de Pastoreo en España, respondiendo a una tendencia creciente en alimentación: naturalidad y transparencia.

## Ato

Atendiendo a las nuevas demandas de los consumidores de productos orgánicos, bio o ecológicos, ya en 2018 ATO lanzó al mercado su primera gama de productos ecológicos compuesta de leche entera y semidesnatada y mantequilla.

Siguiendo esta estrategia, a finales del año 2020 culmina la **transformación de la Granja Mas La Coromina en granja ecológica**.



## Asana

Los consumidores revisan cada vez más la cantidad de azúcar que contienen los productos y especialmente en la categoría de snacks, buscando productos bajos o sin azúcar, ricos en proteínas, fibra y que aporten energía saludable. Para dar respuesta a la tendencia creciente de consumo de productos ecológicos y de snacks saludables, ASANA BIO lanzó la **primera barrita ecológica de semillas, frutos secos y avena sin gluten, endulzada solo con miel**. Una barrita nutricionalmente superior a la oferta existente. La primera elaborada con semillas y frutos secos, procedentes de agricultura ecológica. Contiene solo 11 gramos de azúcar, frente a los 29 gramos que de media tienen las más de 100 barritas del mercado analizadas. Esto es posible porque solo está endulzada con miel (no contiene otros azúcares, siropes, ni edulcorantes). Además, contiene el triple de fibra y del doble de proteínas que las barritas convencionales y está elaborada íntegramente con ingredientes bio.

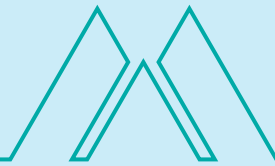


## Innova

Durante el año 2020 se recibieron dos solicitudes de clientes industriales (Nestlé y Dulcesol) para trabajar en el desarrollo de **yogur industrial** con unas características específicas "ad hoc" para cada uno de ellos y que no coinciden con las de nuestro yogur industrial actual.

Por otra parte, se ha desarrollado y registrado en México un nuevo producto, denominado **SUPLEPLUS, fórmula para alimentación especializada para adultos con requerimientos especiales de nutrición**. Es un producto en polvo bajo en grasas, sin azúcares añadidos, rico en omega 3, rico en fibra, con alto contenido en proteínas de elevado valor biológico y con el probiótico *Bifidobacterium lactis B104* y vitaminas y minerales que ayudan al sistema inmunitario.





# Actividades I+D en nuevos negocios y canales

## Pharma

A principios del 2020 tuvo lugar el lanzamiento de la segunda referencia, **NMCLA MCT PRO**, sabor vainilla. Se trata de un producto hiperproteico y normocalórico, especialmente desarrollado para una mejor tolerancia gastrointestinal, con una fórmula con alto contenido proteico y con niveles óptimos de MCT's y fibra, y una baja osmolaridad para una mejor tolerancia.



**39YTÚ:** se ha continuado trabajando en los diseños de los productos para dar una mayor visibilidad a los probióticos e ingredientes bioactivos, y renovando el packaging y los formatos para adaptarlos a las necesidades de los distintos canales de comercialización. Se han incluido además nombres más fácilmente identificables con la diana de salud a la que están dirigidos.

## 39 y tú



También en este año se ha trabajado desde el departamento de I+D en la búsqueda de probióticos e ingredientes bioactivos para dos dianas de salud adicionales: **Salud osteoarticular y Salud urogenital** para mujer. Se han diseñado dos nuevos productos con probióticos específicos y extractos (extracto de arándanos y membrana de huevo, respectivamente) con evidencia clínica en dichas dianas.

A finales de año se activa la búsqueda por parte de Darwin de nuevos marcadores microbianos para otras dianas de salud, con el objetivo de incorporarlos también en el test de microbioma y desarrollar nuevas soluciones nutricionales específicas para dichas dianas, como son: salud cognitiva, estrés o piel, entre otras.

## Actividades I+D para export

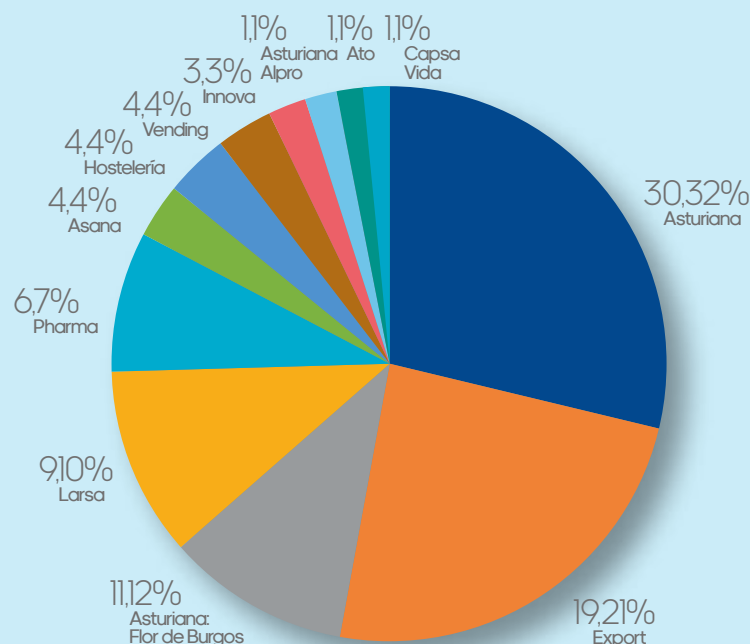
Se llevaron a cabo **19 desarrollos de nuevos productos para Exportación**, convirtiéndose así en uno de los solicitantes de nuevos desarrollos con más relevancia para el equipo de I+D.

## Resumen de actividades en proyectos de desarrollo

En este ejercicio, hemos trabajado en el desarrollo de **96 productos**, repartidos en las diferentes categorías, de los cuales, 43 de ellos estaban ya iniciados en el año anterior, mientras que otros **50 proyectos se solicitaron a lo largo del año**. Fruto de estos desarrollos son los lanzamientos enumerados en el apartado anterior, pero también otros productos que previsiblemente verán la luz a lo largo del año 2021.

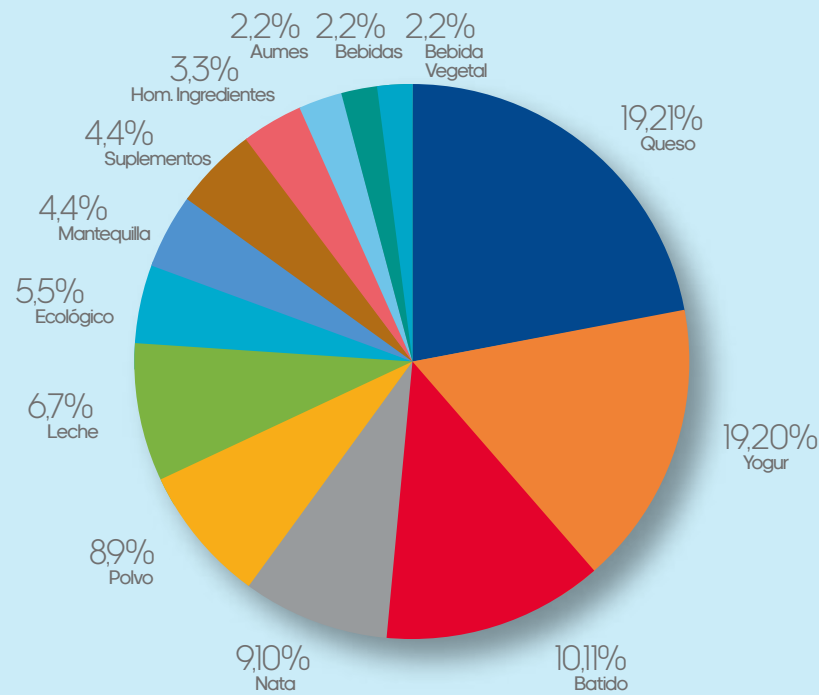
Como se puede observar en el siguiente gráfico, en cuanto a canales, el **canal retail** con las primeras marcas de CAPSA FOOD sigue acumulando la mayor parte de los desarrollos de producto con **aproximadamente un 70% de los proyectos** del año. Destaca notablemente este año la entrada de la **Exportación** como un importante cliente interno de I+D, con **19 proyectos (21%)** de desarrollo a lo largo del año.

### Desarrollos Canal o Marca



Respecto a la distribución de los proyectos por categorías, mostrada en el siguiente gráfico, destacan como **productos predominantes** de los nuevos desarrollos **el queso (21%) y el yogur (20%)**, como consecuencia de la compra de Flor de Burgos, seguidos de los proyectos de **batidos (11%) y natas (10%)**.

### Desarrollos Categoría Producto



## Actividades en proyectos de investigación

**PROHELP: nuevo proyecto de I+D subvencionado por el IDEPA para mejorar el tratamiento de las úlceras de estómago.**

La nueva investigación, seleccionada por el IDEPA en su convocatoria de ayudas a proyectos de I+D, estudiará nuevas terapias con probióticos para el tratamiento de úlceras de estómago.

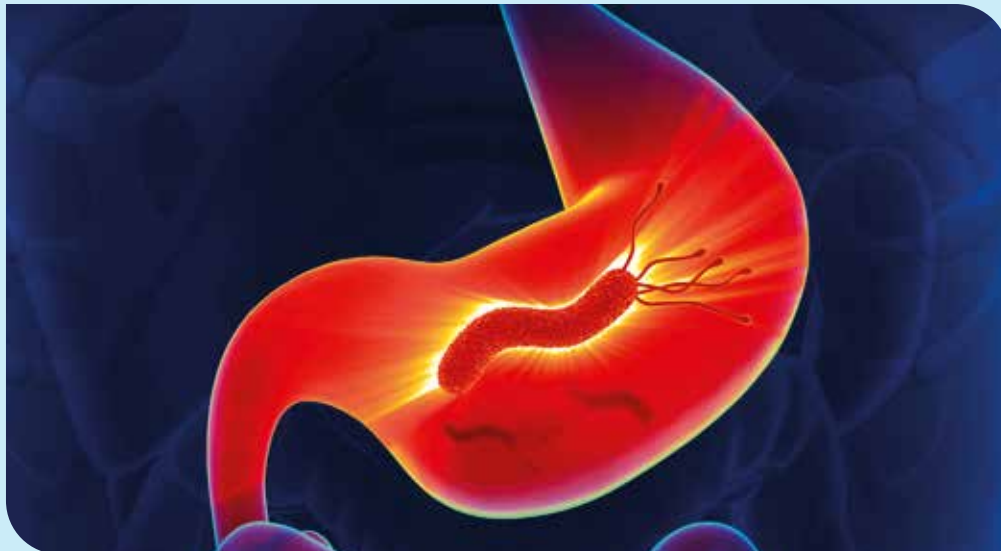


Estamos investigando sobre nuevos probióticos para mejorar la eficacia del tratamiento en las infecciones por *Helicobacter pylori*, causante de la mayoría de las úlceras de estómago y principal factor de riesgo para la aparición de cáncer gástrico.

La investigación, financiada por el Principado de Asturias a través del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA), cuenta con una ayuda de 101.436 €, y se desarrollará a lo largo de los próximos dos años.

Se evaluarán distintas cepas probióticas para seleccionar el mejor candidato para llevar a cabo un estudio clínico de intervención en colaboración con la Universidad Católica de Murcia (UCAM) y el Servicio Digestivo del Hospital Santa Lucía (Cartagena), en el que se valorará la eficacia del probiótico para mejorar la evolución y alargar los tiempos de reaparición de síntomas de úlcera de pacientes tratados con terapia combinada de antibióticos y omeprazol.

Paralelamente, se estudiará la viabilidad y estabilidad del probiótico seleccionado, tanto en matrices alimentarias como en suplementos, lo que dará lugar al desarrollo de nuevos productos centrados en la nutrición de precisión y el uso de probióticos exclusivos con evidencia clínica.



## Nutrición y Salud

*Es indudable que 2020 ha sido un año dramático en todo lo referente a salud: la pandemia COVID-19 ha tenido como una de sus consecuencias un aumento de la obesidad, con las secuelas que sobre el peso ha tenido el confinamiento. Todo ello ha derivado en un deterioro importante de la salud global.*

En el área de **Nutrición y Salud** de una empresa alimentaria como es CAPSA FOOD, nuestra actividad también se ha visto condicionada en muchos aspectos. Una parte fundamental de nuestro trabajo consiste en potenciar los valores de la marca y dar a conocer los productos funcionales y su base científica en los Congresos y Jornadas de Salud más importantes del país. En este tipo de actividades resulta clave la interacción física y, lógicamente, todo ello se ha visto mermado por la extraordinaria situación.

Ahora más que nunca, se está viendo que la transformación va a pasar de ser una opción a ser una necesidad de muchas pequeñas y grandes empresas, de cara a poder afrontar la nueva realidad que nos dejará la COVID-19. La transformación digital se vislumbra como una de las piezas clave de las nuevas oportunidades que surgirán en el mundo que viene tras la pandemia. Es por ello, que durante este año 2020 hemos dedicado una parte muy importante de nuestros esfuerzos al desarrollo de una **nueva web de Nutrición** con el objetivo de reinventarnos y crear recursos digitales de calidad que nos permitan estar en contacto diario con los consumidores, a la par que atender a sus dudas y necesidades. Además, nos hemos puesto a prueba lanzado retos on-line para nuestros empleados, hemos potenciado nuestro Instagram con contenido sencillo y saludable para todo el público, impartimos cápsulas de formación en formato on-line, etc.



Todo ello sin dejar de lado nuestra labor de ayuda al cuidado de la salud a través de las actividades que veníamos desarrollando de alguna u otra manera y siempre dentro de nuestras posibilidades.

## Fomento de hábitos saludables. Alimentación y actividad física

Mediante la realización de diferentes acciones y actividades, impulsamos la adquisición de hábitos de alimentación saludable y de la realización de actividad física, ambos pilares básicos de la salud.

**Aplicamos estas acciones en diferentes ámbitos:**

### 01. Actividades en la infancia

En 2020, continuamos colaborando con el proyecto de la **“Cofradía del Colesterol Bueno”** y se llevaron a cabo en distintos colegios de Avilés los **“desayunos saludables”** durante los meses de enero y febrero, llegando a alcanzar los **200 niños**.

Y siguiendo con las actividades desarrolladas en la infancia, participamos, un año más, en la celebración del día **“Sin cole. Navidad 2020”** con el desayuno saludable. En colaboración con el área de Recursos Humanos, esta actividad se realizó en formato continuo con conexión en streaming para todos los asistentes.



## 02. Programas ámbito interno/empleados

### Día de la Nutrición

Un año más colaboramos con la FESNAD en el **Día Nacional de la Nutrición**. El lema del año 2020 fue *"Cereales. Vayamos al grano"*. Dada la situación provocada por la pandemia, las actividades llevadas a cabo en años anteriores en los distintos centros de trabajo han sido sustituidas por acciones on-line. Desde el área de Nutrición no se quiso dejar pasar la oportunidad de recordar la importancia de llevar a cabo un estilo de vida saludable. Es por ello por lo que, a través del portal del empleado se lanzó el reto: **"Y TÚ, ¿CÓMO LOS COMBINAS?"** con el que se buscaba que nuestros empleados nos mostraran alguna de sus combinaciones favoritas lácteo - cereal. Los participantes sólo debían compartir una foto a través de Instagram: @nutricapsafood o en el correo electrónico: [consultrasnutricion@capsa.es](mailto:consultrasnutricion@capsa.es).



Además, se elaboró un dossier complementario en el que se resaltaron los siguientes aspectos:

- a) Importancia de los cereales en la alimentación.
- b) Recordatorio de la importancia de los lácteos para la salud.
- c) Recomendaciones relacionadas con la COVID-19, enfocadas al cuidado de la alimentación y a reforzar el sistema inmunitario.

Dada la gran acogida de este reto on-line y, siguiendo en la línea de motivación y fomento de hábitos saludables entre los empleados de la compañía, se lanzaron otros dos a lo largo del año:

- > En octubre se lanzó el desafío **"MI COMPRA SALUDABLE y TÚ ¿QUÉ COMPRAS?"**, con el objetivo de ayudar a los participantes a aprender a **planificar la compra**. Este es uno de los aspectos fundamentales a la hora de llevar a cabo una alimentación saludable y evitar desperdiciar comida. Se elaboró una guía de consejos y, se propusieron una serie de recetas saludables. Los participantes solo tenían que compartir, a través de las redes sociales, una foto de **la cesta de la compra**, de un **alimento imprescindible** o de **su nevera o despensa** donde quedara reflejada la elección de alimentos para el cuidado de la salud.

- > En colaboración con el **Área de Sostenibilidad** y coincidiendo con la **Semana Europea de la Prevención de Residuos**, se lanzó el reto, **“Y TÚ ¿CÓMO ACTÚAS FRENTE AL DESPERDICIO ALIMENTARIO?”**. A través de éste, se buscaba que los participantes mostraran qué tipo de acciones llevan a cabo en su vida diaria y cómo actúan para evitar el desperdicio alimentario. Para ello, como en los retos anteriores, debían de compartir o enviar una foto tipo “batch cooking” o de las recetas de una cocina de aprovechamiento. Además, se elaboró material didáctico relacionado con el tema:
- Guía de Buenas prácticas: **“No desperdicies lo importante, actúa diferente”**.
  - Decálogo frente al desperdicio alimentario.

## Información y divulgación

### Visitas a Profesionales de la salud

Estas visitas tienen como objetivo que los profesionales de la salud conozcan nuestros productos y sus beneficios, sensibilicen a sus pacientes y fomenten la necesidad de llevar una dieta saludable para prevenir enfermedades. Además, también se abordan otros temas relacionados con los últimos avances en el campo de la nutrición.

Sin duda esta es otra de las actividades condicionadas por la situación de la pandemia y el estado de alarma, quedando canceladas en el mes de marzo. Hasta la fecha se habían realizado un total de **732** respecto de las aproximadamente **10.750 planificadas** (mitad entre personal médico y mitad de enfermería). Además, el objetivo para este año era crear un colectivo de “super-target” específico de profesionales de la salud, con el que poder realizar acciones de promoción de la salud en un futuro.

El producto seleccionado para dar a conocer fue **Suprema sabor vainilla**, además de recordar las propiedades de **Fibra**. La **satisfacción de los profesionales visitados** con relación a la atención prestada y la exposición del contenido se midió a través de una encuesta, y el resultado promedio fue de **9,12 puntos sobre 10**.



## Servicios nutricionales: web, teléfono, redes sociales

### WEB NUTRICIÓN Y SALUD

En 2020 se dedicó un gran esfuerzo al desarrollo de la **nueva web de Nutrición**, con el objetivo de aumentar las visitas al site y posicionarnos como web de referencia en materia de Nutrición gracias a su contenido de calidad. Para ello, se crearon nuevos apartados:

- **Etiquetado, alergias e Intolerancias.** Son dos de los aspectos que generan más dudas en las consultas recibidas a través del servicio de Atención Nutricional.
- **Nutre tu conocimiento.** En el que se facilita información para profundizar en Nutrición y alimentación saludable. El consumidor tiene acceso a la biblioteca de publicaciones sobre productos, información científica, guías descargables actualizadas sobre distintos temas de nutrición, nuestros vídeos. Está elaborada con información rigurosa y contrastada, a partir de estudios científicos y literatura especializada.
- **Quiénes somos.** Con el objetivo de dar a conocer al consumidor el equipo humano real que está detrás del área de Nutrición de CAPSA FOOD, creando así un vínculo de cercanía.



- **Lácteos y salud.** La leche es uno de los alimentos más completos que existen. Su consumo está generalizado en todas las etapas de la vida, pero pese a ello, existen muchos mitos, y su consumo ha descendido en los últimos años. En esta sección desmontamos los más extendidos. Además, hablamos de los beneficios y propiedades de los lácteos, una recomendación para cada etapa.
- **Lácteos con un extra de nutrientes.** Donde se presentan las características nutricionales de nuestra gama de productos lácteos con un extra de nutrientes adaptados a las distintas necesidades.
- **Diseña tu menú saludable.** En esta sección el consumidor puede aprender a organizar un menú semanal. Todo ello gracias a consejos y a plantillas semanales con los grupos de alimentos. Además, se facilitan una serie de menús elaborados por dietistas-nutricionistas, adaptados a distintas necesidades: adultos, niños, embarazo y lactancia, etc.
- **Actualidad.** Aquí se ubican las últimas publicaciones en materia de Nutrición y Salud, para estar al día de cualquier novedad en la materia.
- **Listado de alimentos.** Esta sección se va actualizando con los alimentos de actualidad y más novedosos, con sus características y propiedades nutricionales.
- **Consulta a tu nutricionista.** Se potencia esta sección con objeto de resaltar un servicio gratuito a través del cual los consumidores pueden resolver cualquier duda nutricional.
- **Newsletter Nutrición.** Para que los consumidores puedan suscribirse y estar al día sobre cualquier novedad relacionada con la nutrición.

Las visitas realizadas al "site" de Nutrición durante el 2020 han sido: **87.096**.

## SERVICIO NUTRICIONAL

Se han dado respuesta aproximadamente a 1.028 consultas sobre temas generales o más específicos relacionados con la salud y la nutrición.

### Indicador

- **Satisfacción del consumidor ante una consulta nutricional.**

La satisfacción de los consumidores 2020 con respecto al Servicio de Atención Nutricional fue de 9,69 sobre un total de 10 puntos.

### Indicador

- **Tiempo de respuesta de la consulta nutricional.**

El tiempo medio de respuesta en el 2020 fue de 1,58 días.

## Congresos y Jornadas en el ámbito de la Salud

Como se comentó al principio, la pandemia de la COVID-19, afectó a gran parte de nuestra actividad en relación con los congresos y jornadas en el ámbito de la salud. Nuestra participación quedó reducida a tan sólo 4 congresos de alrededor de los 20 planificados.

### CONGRESOS

- 15º Congreso Autonómico de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN). Enero 2020, Cantabria.
- 5º Congreso Autonómico de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN). Febrero 2020, Murcia.
- 20º Congreso SAMEN - Encuentro Nacional de Salud y Medicina de la mujer. Febrero 2020, Madrid.
- 42º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN). Formato on-line.



## Investigación nutricional

La **Cátedra Extraordinaria Universidad Complutense de Madrid-Central Lechera Asturiana** en Investigación y Formación en Nutrición y Educación para la Salud junto con el **Instituto Central Lechera Asturiana de Nutrición Personalizada**, participaron en el **42º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMergen)**, celebrado en formato on-line. Con el objetivo de conocer mejor el proyecto iniciado en el 2019 **"Estudio del Microbioma Español"**, se celebró la mesa redonda: **"Nutrición de precisión. Diseño del primer proyecto del Microbioma Español"**. El acto fue moderado por el Dr. Luis Collado, director del Departamento de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y director de la Cátedra UCM/CLAS de Formación e Investigación en Nutrición y Educación para la Salud. Como ponentes participaron la Dra. Marta Hernández, directora de Calidad y Nutrición de Central Lechera Asturiana y la Dra. Cristina Vilanova, directora científica de Darwin Bioprospecting Excellence.

El proyecto concluyó en 2020 e incluyó un total de **530 pacientes**, seleccionados tras superar un elevado número de criterios de exclusión, con el propósito de conseguir una población lo más sana posible en el momento de entrar en el estudio. Cada participante cumplimentó cuestionarios de salud y enviaron una muestra de heces para el análisis de microbiota. El estudio ya ha obtenido el perfil taxonómico para todas las muestras y se ha realizado el cribado de las respuestas a los cuestionarios de salud y hábitos de vida. **Actualmente, está en fase de análisis de las correlaciones estadísticas más esperables, y, sobre todo, de los aspectos relacionados con la dieta y hábitos de vida.**

Un año más, apoyamos la **labor de investigación nutricional y divulgación de la evidencia científica** entre el colectivo profesional relacionado con la nutrición y la salud a través del **"Premio Internacional Hipócrates sobre Nutrición Humana"**. Este año, dadas las características especiales se optó por otorgar el premio a toda la vida profesional desarrollada por el profesor **Dr. D. Jesús Argente Oliver**. Universidad Autónoma de Madrid. Hospital Infantil Universitario Niño Jesús.

Nuestro patrocinio en este premio evidencia el vínculo que la compañía mantiene con el mundo de la divulgación científica y, de su interés por apoyar a todos aquellos profesionales o instituciones comprometidos en establecer diferentes cuestiones relaciones con la nutrición humana.

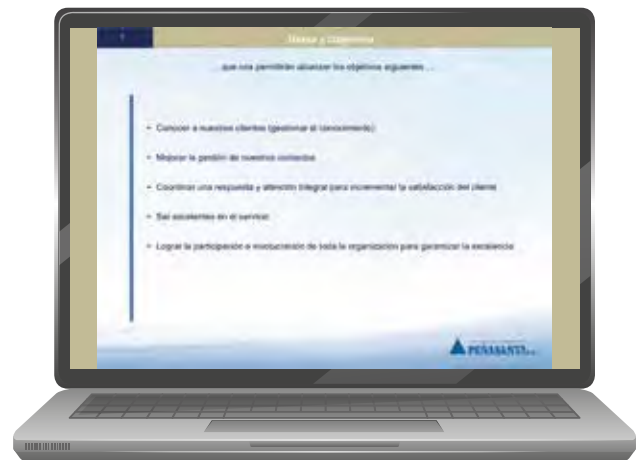
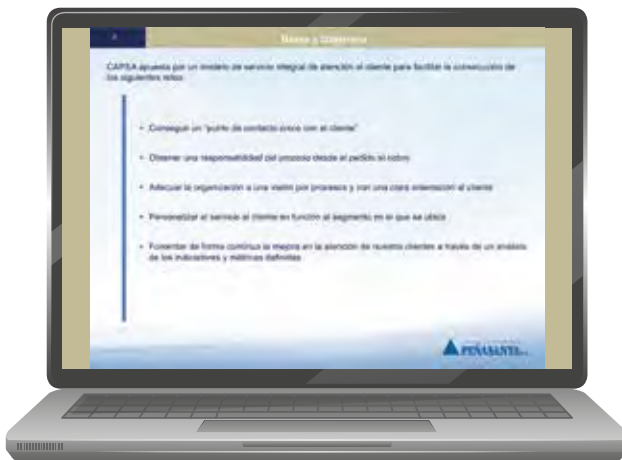


# Siempre atentos a nuestros clientes

Nuestro compromiso con los clientes no se limita a dar respuesta a sus necesidades y expectativas, nuestro objetivo es poder mejorar día a día y para ello mantenemos un estrecho contacto con ellos gracias a nuestro SIAC, a los diferentes estudios de opinión que Institutos Externos realizan para nosotros y a nuestro modelo de colaboración Win - Win a través del cual fomentamos el intercambio mutuo de información y experiencias, la planificación de los lanzamientos y la realización de planes de negocio conjuntos con el objetivo de satisfacer los intereses de ambas partes.

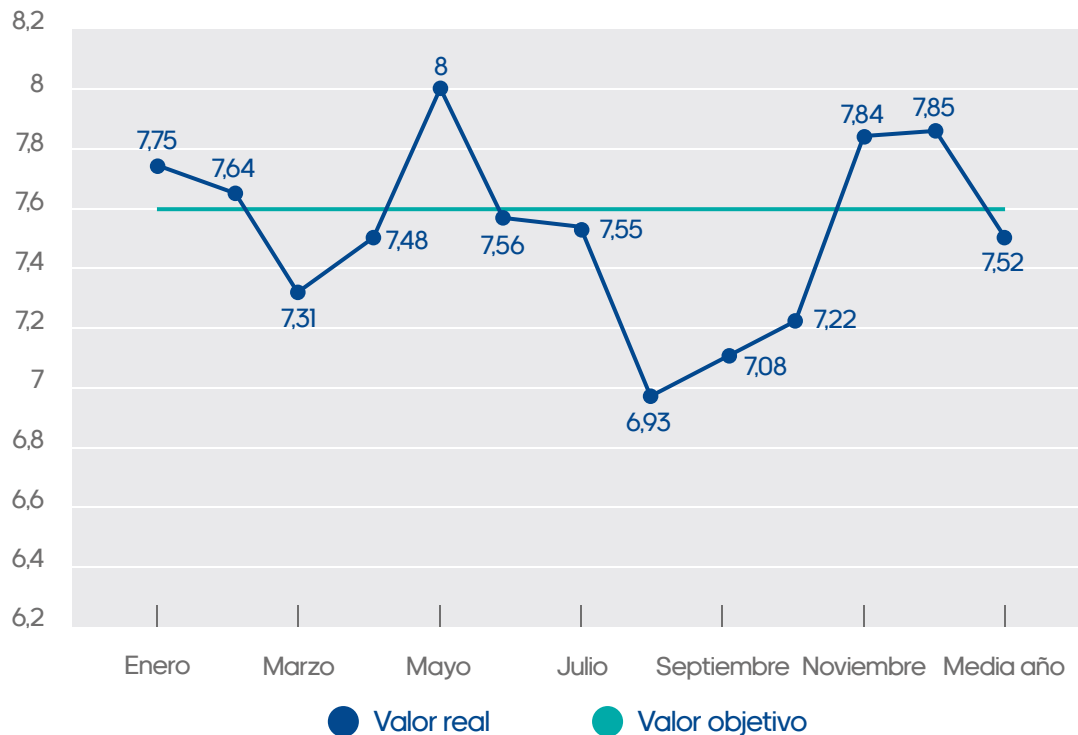
## Servicio Integral de Atención al Cliente (SIAC)

Apostamos por un modelo de Servicio Integral de Atención al Cliente (SIAC) para facilitar la consecución de los siguientes retos.



El plazo medio de resolución de incidencias es uno de nuestros indicadores más importantes, fijándonos un objetivo y esforzándonos cada día en mejorarlo.

## Plazo medio resolución de incidencias



El plazo de resolución individual se fija por cliente dependiendo del segmento en el que se ubique y del tipo de incidencia.

**Los clientes están clasificados en 3 segmentos.**

## Plazo de resolución de incidencias por segmento de clientes

### Clientes A

- Incidencias de servicio: En el mismo día.
- Incidencias administrativas: En las 24 horas siguientes.
- Solicitudes de Información: En el mismo día.

### Clientes B

- Incidencias de servicio: En el mismo día.
- Incidencias administrativas: En las 48 horas siguientes.
- Solicitudes de Información: En las 24 horas siguientes.

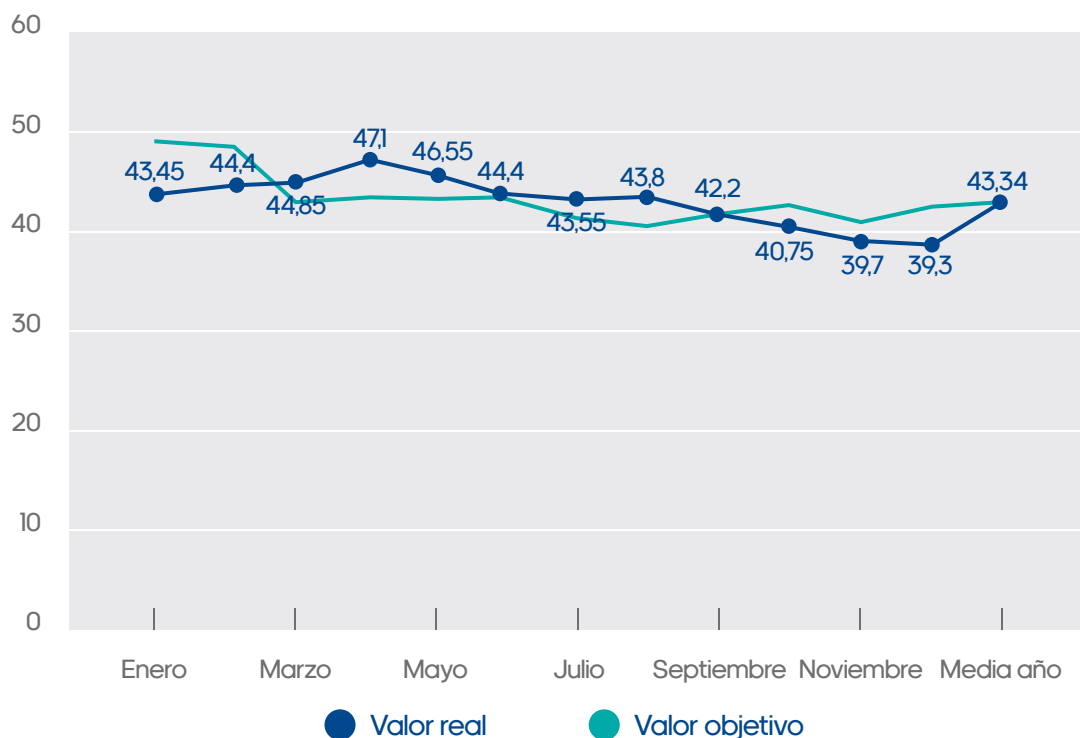
## Cientes C

- Incidencias de servicio: En las 24 horas siguientes.
- Incidencias administrativas: En las 72 horas siguientes.
- Solicitudes de Información: En las 48 horas siguientes.

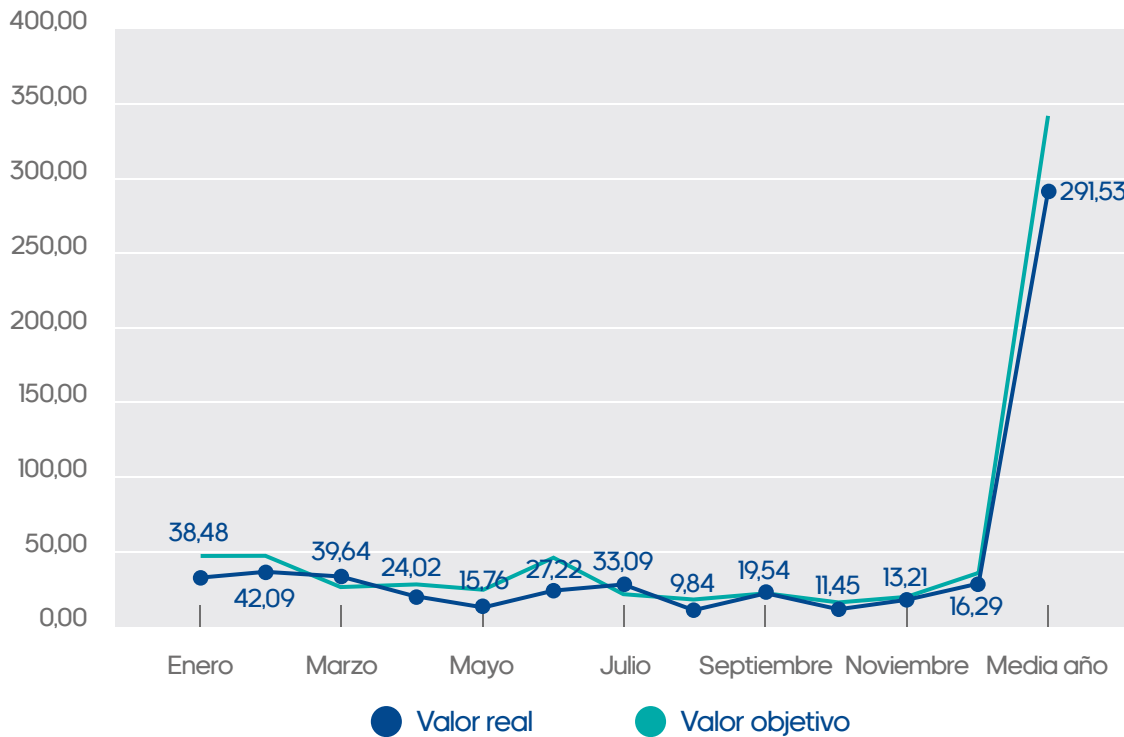
Los objetos de servicio englobados dentro del servicio son:

- > Gestión de incidencias económicas y cobro.
- > Gestión de incidencias de servicio.
- > Gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- > Gestión de duplicados.
- > Gestión de pedidos y devoluciones.
- > Actualización de datos maestros.

### Período medio de cobro GC



## Nivel de servicio SIAC



## Siempre pendientes del consumidor

El grado de satisfacción de los que contactan a través de los cuatro teléfonos de atención al consumidor correspondientes a las **tres marcas Central Lechera Asturiana, Larsa y ATO** y en general de **CAPSA FOOD** se **evalúa mediante encuestas realizadas a las personas que han contactado previamente con el servicio y cuyo objetivo es obtener la valoración que los consumidores hacen del servicio recibido durante la gestión de las reclamaciones y consultas, incluidas las nutricionales, gestionadas por nuestro servicio de Atención al Consumidor**, tanto en primer contacto como en respuesta técnica de segundo nivel. También se valora la percepción sobre la calidad del producto y su valor nutricional.

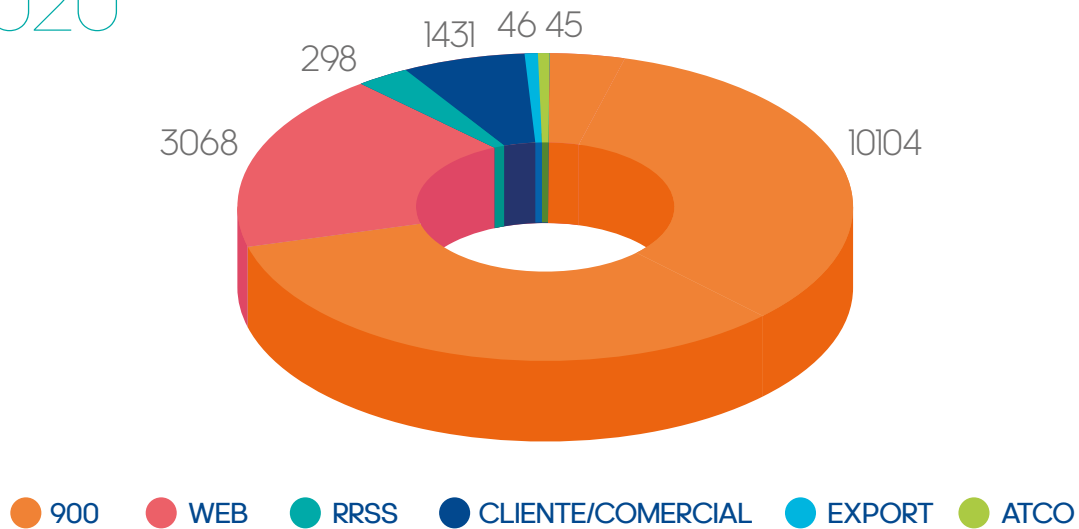






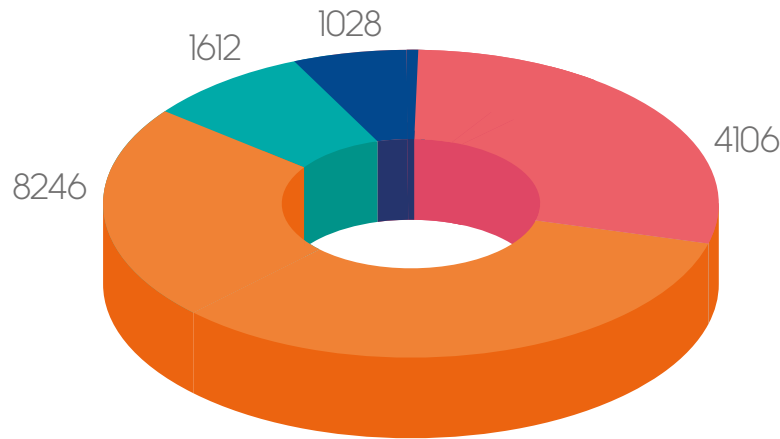
- Durante 2020, de todos los casos registrados en la base de datos de Salesforce con un total de 14.992 y que incluyen reclamaciones, consultas y consultas nutricionales, el 67 % fue a través de las líneas gratuitas 900 del Servicio telefónico de atención al consumidor y el 20% a través de las diferentes páginas web de la Compañía.

Expedientes BBDD ATCO  
según CANAL DE ENTRADA  
2020



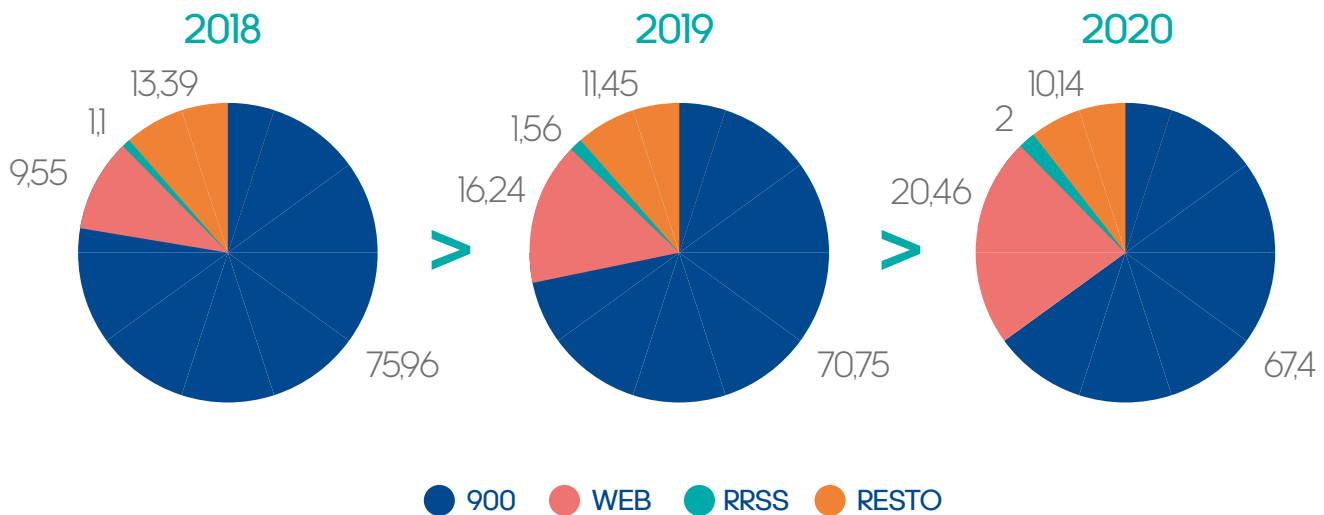
- Respecto a la naturaleza de las llamadas, casi el 73% son consultas y el 27% reclamaciones.

## Expedientes BBDD ATCO según TIPO DE CASO 2020



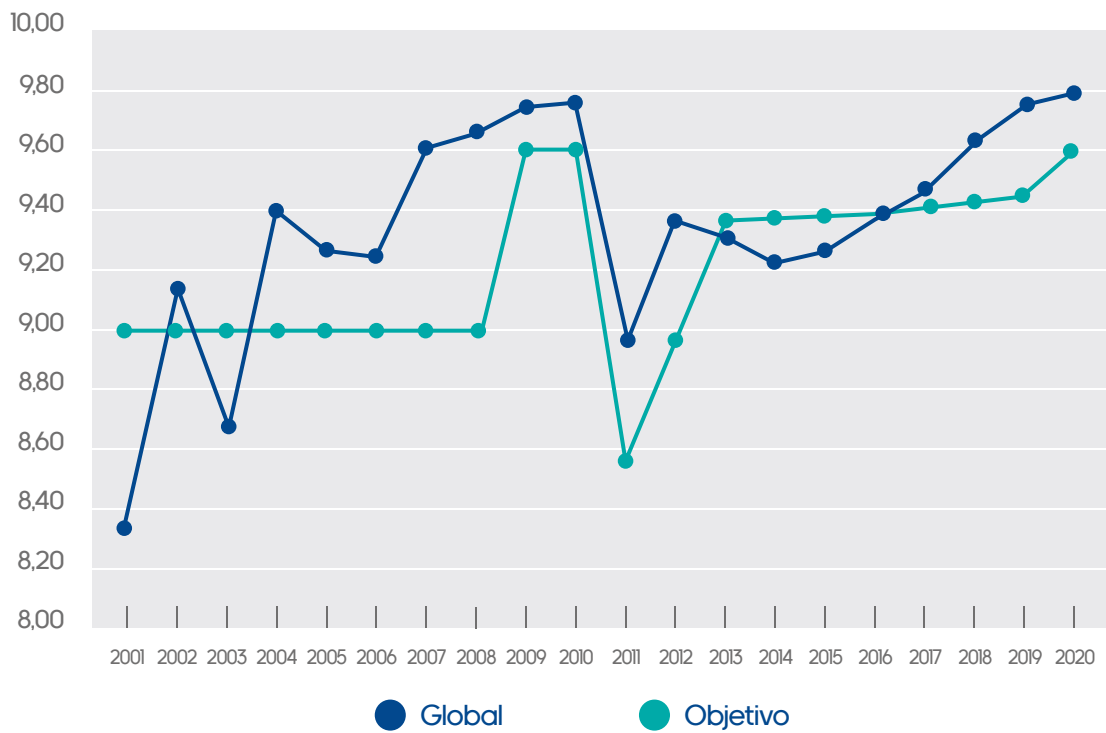
● RECLAMACIÓN   
 ● CONSULTA GENERAL   
 ● CONSULTA NUTRICIONAL   
 ● CONSULTA CLUB

Cabe señalar que, si bien las líneas 900 siguen siendo la vía principal de contacto por parte de nuestros consumidores y clientes, **se está registrando un aumento de los contactos a través de nuestras webs y redes sociales.**



- La evolución es positiva en este período con una valoración sostenida en el tiempo mayor o igual a 9 sobre 10.

### Evolución anual índice satisfacción consumidor



El objetivo para 2020 se situaba en una **valoración media anual mínima de 9,60** y el resultado ha sido de **9,79**, alcanzando claramente el objetivo anual y consiguiendo ese objetivo también mensualmente, con una **valoración mínima de 9,66** en el mes de julio.



**conclusión**  El objetivo marcado para este año se cumple holgadamente, con una mejora muy destacable y se confirma la tendencia positiva desde 2014.

Además de la satisfacción del consumidor, **el otro indicador fundamental del proceso de Atención al Consumidor y Cliente sobre la calidad del producto es el tiempo de resolución de los expedientes que se generan por sus contactos**. En este indicador, se tienen en cuenta no solo los contactos a través de los Servicios Telefónicos de Atención al Consumidor, sino de todos ellos, independientemente del canal de entrada (web, cliente, gestor comercial, redes sociales, etc) y se calcula mensualmente, una vez que se han cerrado todos los casos creados.

**El objetivo para 2020 era que la media acumulada del tiempo de tramitación hasta cierre fuera menor o igual a 2,0 días, si bien la primera respuesta se dé siempre en 24 horas.**



**El resultado en 2020 fue de 1,96 días. Por tipos de contacto, para consultas fue de 0,59 días, mientras que para reclamaciones fue de 5,29 días**, pues en gran parte de las reclamaciones se incluye la gestión de recogida de muestra, análisis y remisión de resultados por carta postal, lo que aumenta el tiempo de respuesta final de cierre del caso. Así mismo, la baja presencia del personal en oficina a causa del covid-19 y sus consecuencias derivadas, ha tenido cierta influencia en el resultado final de este indicador.



# Nuestro compromiso social

## Acciones con la sociedad española durante la pandemia

### Videoconferencia con SS.MM. Los Reyes

Sus Majestades los Reyes, en su apoyo y preocupación por el sector ganadero lácteo, celebraron una videoconferencia con el Presidente de Central Lechera Asturiana SAT y de CAPSA FOOD, Bertino Velasco y con su Director General, José Armando Tellado, en la que se abordaron diferentes aspectos relacionados con el sector, así como la situación actual de la compañía y su adaptación y funcionamiento durante la crisis del COVID-19.



### Central Lechera Asturiana apoya a la hostelería en su reapertura

En **Central Lechera Asturiana**, colaboramos con el movimiento **#FUERZABAR**, impulsado y puesto en marcha por Cruzcampo, Amstel y Heineken, con el **objetivo de ayudar a los bares y restaurantes en el momento de su reapertura**.

Nuestra **aportación** a los hosteleros se materializó en la **leche necesaria** para servir **dos millones de cafés con leche**, apoyando de este modo a un sector duramente castigado por la crisis del COVID-19.



**#FUERZA  
BAR**

## Donaciones de producto

Durante la crisis del **COVID-19**, **Central Lechera Asturiana ha donado más de 1.000.000 kl de productos a diferentes hospitales y organizaciones sociales.** En concreto, a la red de Salud de Hospitales del Principado de Asturias y a Cruz Roja, además de a los hospitales y clínicas Quirón. En esta línea, también ha ampliado las cantidades enviadas al Banco de Alimentos con aportaciones extraordinarias, y ha ampliado el ámbito de sus donaciones a Comedores Sociales y Cocinas Económicas de Asturias.

## Acciones de apoyo social

### Ayudas para necesidades alimentarias básicas

> **BANCO DE ALIMENTOS:**

Más de 80.000 kilolitros de producto aportados en 2020.



> **NINGÚN NIÑO SIN CENAR:**

37.000 kilolitros de producto aportados en 2020.



## Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana

La Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana 2020 **cerró el año más difícil de su historia, con un total de 10 carreras virtuales celebradas más la Gran Final de 10 kilómetros, con más de 41.000 participantes repartidas entre las ocho ciudades** en las que tradicionalmente se han celebrado carreras "físicas" **y más de 90.000 euros donados a distintas causas gracias a las aportaciones de la "Marea Rosa" y de la propia organización.**





## Central Lechera Asturiana dona a Cáritas y al Banco de Alimentos el valor de sus obsequios corporativos navideños

Reforzando nuestro apoyo y solidaridad con los más necesitados, **estas Navidades pasadas realizamos una novedosa acción: “convertir” nuestros tradicionales obsequios corporativos navideños en donaciones a Cáritas y al Banco de Alimentos.**

En vez de enviar a nuestros grupos de interés el habitual lote de productos de Navidad, donamos el importe equivalente en leche a las dos organizaciones benéficas. Así, **26.000 litros de leche fueron distribuidos a partes iguales entre ambas.**

“En estos momentos, la generosidad es el mejor regalo. Gracias por formar parte de nuestra acción solidaria y contribuir a que todos vivamos unas Felices Fiestas”, rezaba el mensaje enviado a las personas de las diferentes empresas que trabajan con Central Lechera Asturiana.





## Colaboración con Lego y donación a Aldeas Infantiles SOS

Paralelamente a la acción anterior, también pusimos en marcha la iniciativa **“Una Navidad llena de solidaridad”** junto con **LEGO** para acumular el máximo de litros de leche y de juguetes a través de la página web de la marca ([www.centralecheraasturiana.es](http://www.centralecheraasturiana.es)) que se donaron a **Aldeas Infantiles SOS**, organización de atención directa a la infancia más grande de España.



## Alianza con “TOO GOOD TO GO”

Desde Central Lechera Asturiana reforzamos nuestro compromiso social firmando una alianza con **TOO GOOD TO GO**, movimiento social nacido en 2016 en Dinamarca y que desde entonces lleva luchando contra el desperdicio alimentario. Esta iniciativa ha desarrollado una APP con el objetivo de conectar a los establecimientos o empresas con excedentes de alimentos con personas que estén interesadas en ellos a cambio de precios muy reducidos. Actualmente su APP tiene más de 28 millones de usuarios.

Además, la marca láctea también se ha unido junto a un amplio grupo de empresas de distintos sectores (alimentación, hostelería y las nuevas tecnologías) a la comunidad **“Marcas Waste Warrior”** con el objetivo de impulsar estrategias para reducir el desperdicio alimentario generando así un impacto positivo en el planeta.



Too Good To Go



# PROTEGEMOS y cuidamos el medio ambiente



Empresa



Certificada

OBJETIVOS DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE



# PROTEGEMOS y cuidamos el medio ambiente

*Gracias al cumplimiento de nuestro propósito y de nuestra estrategia de Sostenibilidad, contribuimos a la consecución de los siguientes ODS, como empresa adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas:*

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





## Gestión Ambiental

La política del sistema de gestión ambiental se apoya en la visión, misión y valores que forman parte del marco estratégico definido por la compañía y que se sustenta en sus cuatro ejes:

**Apoyar el sector primario y al mundo rural**

**Promover la salud a través de la nutrición y hábitos de vida saludables**

**Proteger el entorno natural y respetar el medio ambiente**

**Seguir siendo el empleador ejemplar**

La sostenibilidad ambiental está incorporada a lo largo de toda nuestra cadena de suministro y continua siendo uno de los pilares básicos de futuro de nuestro desarrollo empresarial, con el firme compromiso de optimizar nuestra productividad minimizando los impactos sobre el entorno y las personas.

Nuestra **Política de Sostenibilidad Ambiental** se apoya en las siguientes directrices:

**01.** **Conocer y cumplir en todo momento la legislación y reglamentación**, así como, todos los requisitos suscritos por la Organización en materia de protección ambiental y Energética.

**02.** **Desarrollar, a través de la formación, la sensibilización y la comunicación interna, la cultura corporativa** que permita que todos los empleados ejerzan sus actividades, dentro y fuera de la empresa, con el máximo respeto por el medio ambiente.

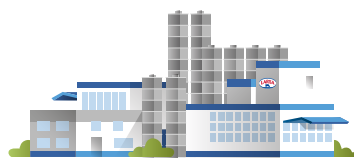
**03.** **Implantar un modelo energético y ambiental basado en la prevención de la contaminación y la optimización de consumos de recursos integrados en la gestión general**, que permita establecer y revisar continuamente los objetivos de mejora, anticipándonos a los retos futuros.

**04.** **Fomentar la Innovación desde el diseño de productos y procesos que minimicen el impacto sobre el medio ambiente partiendo del consumo eficiente de energía y de recursos renovables** y cuyos efluentes ambientales serán reutilizados, reciclados o eliminados con la mínima afección al entorno.

**05.** **Definir un plan de comunicación y colaboración con nuestros grupos de interés** que permita dar respuesta a sus necesidades, promoviendo la adopción de políticas de sostenibilidad similares a la expuesta.

**06.** **Proporcionar a los grupos de interés la información disponible sobre los aspectos e impactos ambientales y energéticos de los procesos**, difundiendo la política del Grupo y su cumplimiento y poniéndola a disposición del público.

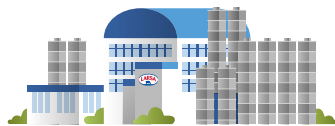
Todas las fábricas de CAPSA FOOD se rigen por un **sistema de gestión ambiental certificado según la norma ISO 14001**.



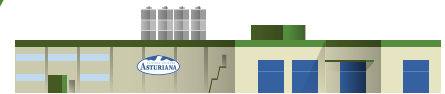
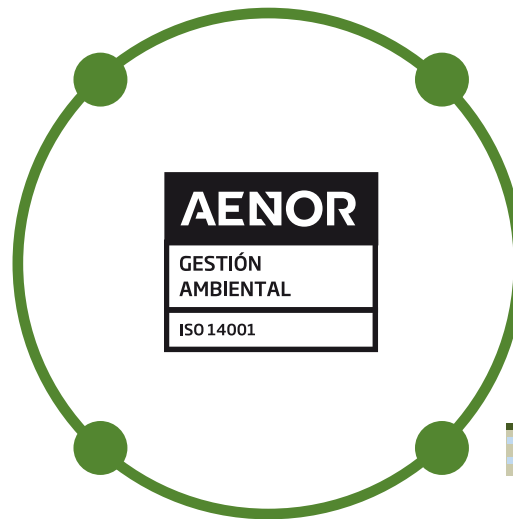
Fábrica de **LUGO**



Fábrica de **GRANDA**



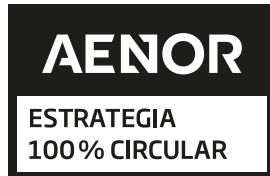
Fábrica de **VILLAGARCÍA DE AROSA**



Fábrica de **ZARZALEJO**

En el año 2020, nuestra inversión ha crecido hasta los 2,5 millones de euros en instalaciones y equipos para optimizar la eficiencia energética y proteger el medio ambiente. Además, los gastos en la protección del medio ambiente en 2020 han supuesto 13 millones de euros (gestión de residuos de envases, depuradoras, residuos y cánones de vertido).

La economía circular es el modelo en el que basamos nuestra gestión empresarial en toda la cadena de valor, y en 2020 hemos sido la primera en empresa española en certificar su “Estrategia de Economía Circular” con AENOR.



Queremos contribuir a mejorar la salud ambiental del planeta, para ello **a lo largo de los años hemos realizado múltiples proyectos con el objetivo de reducir el consumo de los recursos y sus impactos ambientales asociados, impulsando la economía circular** de manera que los materiales y los recursos se mantengan en la economía el mayor tiempo posible.

## Estrategia de Economía Circular





Trabajamos en tres ejes estratégicos para proteger el medio ambiente en toda nuestra influencia:

## Ejes Estratégicos



## 1. Ganaderías familiares sostenibles (Garantía Ganadera)

Los ganaderos de Central Lechera Asturiana SAT, nuestro accionista mayoritario, disponen de servicios de asesoría y colaboración para la mejora ambiental de sus explotaciones, encaminados a la optimización del consumo energético en las ganaderías, así como sus costes derivados (programa CLAS Energía). Además continuamos trabajando en la reducción de combustibles en las rutas de recogida de leche a través de la optimización de las mismas destacando en 2020 la incorporación de la primera cisterna de GNL en España; así como programas de formación y sensibilización en mejoras prácticas agrarias.



En este ejercicio, el 74% de las explotaciones ganaderas consumen energía de origen renovable y nuestro espíritu es continuar avanzando, por ello, dentro del programa CLAS Energía se ha firmado un acuerdo con EDP Solar para poner a disposición de las ganaderías familiares soluciones fotovoltaicas innovadoras a fin de favorecer la sostenibilidad integral y el ahorro energético.



Gestión de Servicios Agrarios y de Apoyo a la Ganadería Familiar



APPROVED  
Service™  
www.sgs.com



COMPROMISO NATURAL  
CLAS Energía



## Respeto por los recursos

Han sido múltiples los proyectos realizados durante los últimos años para reducir y optimizar el consumo de agua, el consumo de combustible y de energía eléctrica, y también sus impactos ambientales en todas nuestras fábricas.

### AGUA

El ratio de consumo de agua en 2020 ha sido de 2,63 m<sup>3</sup> agua/ton de producto lo que ha supuesto una reducción del 7,7% respecto a 2019.

	2019	2020
m <sup>3</sup> agua/ton producto final	2,85	2,63

La reducción en el ratio de consumo de agua es de un 18% desde 2015, suponiendo un ahorro equivalente al consumo de agua de casi 1.915 hogares\* en un año.

*\*Fuente: INE. Estadística sobre el suministro y saneamiento del agua.*

El total de m<sup>3</sup> consumidos en los ejercicios 2020 y 2019 es el siguiente:

	2019	2020
m <sup>3</sup> agua TOTAL	2.507.160	2.291.476

Al igual que trabajamos con otros recursos en alargar su ciclo de vida de modo que estén el mayor tiempo posible en la cadena de suministro; continuamos haciéndolo con **los recursos hídricos en una economía circular: reduciendo y optimizando los principales procesos de consumo de agua** (operaciones de limpieza y desinfección, sistemas de refrigeración y producción de vapor para diferentes procesos térmicos), **además de, optimizar los procesos de depuración de modo que se consiga devolver un agua de mayor calidad al entorno.** En 2020, hemos conseguido que los vertidos tengan una calidad superior a la autorizada, **emitiendo únicamente el 23% de la contaminación autorizada en el año 2020** (expresado en kg DQO vertida/kg DQO autorizada).



## ENERGÍA ELÉCTRICA

El 100% del consumo de energía eléctrica tiene certificado de origen renovable; evitando las emisiones a la atmósfera de 18.593 tn de CO<sub>2</sub> y luchando contra el cambio climático.

En el ejercicio 2020 se han consumido un total de 80.840 megawatios.

En 2020, hemos mejorado un 3% respecto el año anterior el ratio de consumo de energía eléctrica por tonelada de producto final.

	2019	2020
MWh ee consumida/tn producto final	0,095	0,093

En diciembre de 2019 finalizó el proyecto de sustitución de las luminarias por una instalación de iluminación eficiente (LED) en las zonas de mayor consumo energético en la Fábrica de Granda. **Continuaremos implantando estas medidas de mejora de eficiencia energética en el resto de las fábricas.**

Los diferentes proyectos de eficiencia energética llevados a cabo durante los últimos años nos han permitido reducir este ratio en un 10% desde 2015, lo que supone un ahorro equivalente al consumo de energía eléctrica de 410 hogares\* en un año.

\*Fuente: [guiaenergia.idae.es](http://guiaenergia.idae.es)

## CONSUMO DE COMBUSTIBLE DE NUESTROS PROCESOS

La energía térmica requerida para los procesos industriales se genera en un 100% con el combustible fósil más limpio que hay: gas natural.

Del 100% del gas natural que se ha consumido en 2020, hemos destinado un 36 % para generar energía eléctrica en un proceso de trigeneración de alta eficiencia. En este año se generaron 79.787 MWh de energía eléctrica certificada con garantía de origen de alta eficiencia por la CNMC.

El total de gas consumido en 2020 asciende a 436.379 MWh. Los ratios de consumo de gas total consumido por tonelada de producto final y MWh de energía eléctrica exportada son los siguientes:

Gas	2019	2020
kWh gas TOTAL/tn producto final* MWh EE exportada	0,0062	0,0063

A pesar de que este año, debido a la generación de energía eléctrica, el ratio de consumo de gas aumentó ligeramente (1,6%), la mejora de este ratio en los últimos 5 años es de un 15%, evitando la emisión de CO<sub>2</sub> equivalente a 1335 coches\* al año.

\*Fuente: Informe Inventarios GEI 1990/2006 (2008) publicado por el Ministerio de Medio Ambiente

El ratio de consumo de gas natural a producto fue:

Gas Natural	2019	2020
MWh gas natural a producto/ton producto	0,33	0,31

En el año 2020 se ha optimizado el proceso de esterilización de leche en la fábrica de Lugo y Zarzalejo reduciendo el consumo de vapor y en consecuencia el consumo de gas natural empleado para la generación de este.

## NEUTRALIDAD EN CARBONO

Tenemos como objetivo, conseguir la neutralidad en carbono en todo el proceso, desde la ganadería hasta la mesa, en el año 2035, alineados a nuestro Plan de Sostenibilidad Integral.

En 2020 hemos sido la primera empresa española en **CONSEGUIR SER NEUTRA EN EMISIONES DIRECTAS (alcance 1 y 2) en todas nuestras plantas, obteniendo la certificación "Neutralidad en Carbono" de AENOR.** Se ha calculado y verificado nuestra Huella de Carbono (alcance 1 y 2) en base al GHG Potocol, desarrollando programas de reducción de emisiones (optimización de consumos energéticos en procesos, apostando por las energías renovables...) y compensado las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) según la norma PAS 2060 que no se han podido reducir.

Esta certificación es una prueba del compromiso de la organización con la descarbonización y la neutralización de impacto a través del **respaldo a proyectos medioambientales**, como ha sido el caso de la **instalación de un parque eólico para la generación de energía verde en la zona oriental de Luotuo Quanzi** (ciudad de Hami, región autónoma de Xinjiang Uygur, República Popular China) donde además de colaborar en la reducción de emisiones y el uso de combustibles fósiles, **contribuimos en la creación de empleo local y a la transferencia tecnológica.**



Además, hemos trabajado en mejoras de la movilidad sostenible para reducir las emisiones asociadas al transporte, **incorporando 5 nuevos camiones de gas natural licuado a las rutas de transporte, alcanzando un total de 19 camiones de GNL en circulación, así como la primera cisterna GNL en las rutas de recogida de leche.** Este combustible permite reducir la emisión de partículas sólidas en su totalidad y disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> y NO<sub>x</sub> hasta un 20% y 60% respectivamente, contribuyendo a mantener un aire más limpio para todos.

También, hemos llevado a cabo alianzas y colaboraciones para optimizar las rutas de transporte y compartir flujos de carga en **mega camiones** haciendo el transporte más eficiente y eliminando kilómetros en vacío; evitamos 21.894 km.

  
**neutral**



## Residuo Cero

También en este ejercicio, hemos sido la primera empresa láctea en España en recibir la certificación “Residuo Cero” en todas nuestras factorías reforzando así el compromiso de la compañía con la protección del medio ambiente y a su vez contribuyendo a impulsar la economía circular al transformar los residuos en nuevas materias primas que se reintroducen en la cadena de valor evitando así que su destino sea el vertedero.

Además, hemos generado 16.612 toneladas de residuos consiguiendo reducir un 3% el impacto, siendo capaces de reciclar el 94,35% dándoles una nueva vida permitiendo que sean útiles como materias primas para otros productos. Es importante destacar que sólo el 0,4% de los residuos son considerados peligrosos.



Ratio: toneladas de residuos generados entre las toneladas de producto final:

	2019	2020
Total Residuos (tn/tn producto final)	0,0195	0,0191

A continuación, se indican los destinos que se le han dado a los residuos, en %.

Destino residuos	2019	2020
Biogás	41,20%	39,80%
Fertilizante / Compostaje	43,30%	38,06%
Reciclado RNPs y RPs	9,74%	16,49%
RNPs y RPs No reciclado	5,76%	5,65%

Los proyectos llevados a cabo en los últimos 5 años han permitido reducir en un 31% los residuos generados por tom de producto.

Consecuencia de las distintas mejoras realizadas en la segregación de residuos tanto en oficinas como en las fábricas, se ha logrado reducir en un 1,3% los residuos con destino eliminación respecto al año 2019.

Además, nos embarcamos en un **proyecto de investigación, Waste4Value**, para desarrollar nuevos procesos avanzados de valorización de biorresiduos de la industria láctea empleando tecnologías sostenibles y de bajo impacto medioambiental, fomentando así la economía circular convirtiendo los residuos en recursos de gran valor añadido.

## MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES AUXILIARES MÁS SOSTENIBLES

Nuestra principal materia prima es la leche, por ellos **continuamos trabajando para reducir las mermas en toda la cadena de valor y así disminuir el desperdicio alimentario** en línea con nuestro compromiso adquirido con AECOC.

El 100% de los briks están certificados FSC, lo que implica que el cartón viene de bosques sostenibles utilizando un recurso renovable y adecuadamente gestionado:



- La gestión forestal ambientalmente apropiada garantiza que la forma en que se realice el aprovechamiento de la madera y productos no maderables contribuya a mantener la biodiversidad, la productividad y los procesos ecológicos del bosque.
- La gestión forestal socialmente beneficiosa contribuye a que tanto las poblaciones locales como la sociedad en su conjunto, disfruten de los beneficios a largo plazo, a la vez que proporciona grandes incentivos para que las comunidades gestionen los recursos locales y se involucren en los planes de gestión a largo plazo.
- La gestión forestal económicamente viable implica que los planes de gestión forestal sean lo suficientemente rentables, sin que generen ganancias económicas a expensas del recurso forestal, del ecosistema o de la población u otras partes afectadas. La confrontación entre la necesidad de generar una rentabilidad financiera adecuada y los principios de gestión forestal responsables puede reducirse mediante la realización de esfuerzos por comercializar toda la gama de productos y servicios forestales a un precio mejor que tenga en cuenta su valor.



El 99% de los plásticos usados en nuestros envases son reciclables.

El 96% del cartón de los embalajes de nuestros productos procede de material reciclado.

**Tenemos como objetivo incorporar un 50% de plásticos reciclados en los films de agrupación (envases secundarios) de nuestros productos en 2021 e iremos incorporando plástico reciclado a medida que la tecnología vaya avanzando sin comprometer la seguridad alimentaria.**

Continuamos trabajando en el ecodiseño de los envases realizando proyectos de disminución de gramajes, eliminando elementos no necesarios y eligiendo materiales de modo que se mejore la reciclabilidad de los envases que se ponen en el mercado.

Cabe señalar que con el objetivo de estar permanentemente informados de las novedades, tenemos presencia en diversos grupos de trabajo, como por ejemplo el **proyecto de AINIA: Prospectiva de envases y economía circular 2030**, en el que participan los diferentes agentes de la cadena de valor envasadores, proveedores de material auxiliar, distribución, etc... con la finalidad de obtener información no sólo de la normativa, sino de las últimas novedades en cuanto a:

> **Sistemas de reciclado.**

> **Biomateriales.**

> **Etiquetados, facilitando además encuentros entre las partes.**





# Aliados para contribuir al cumplimiento de los ODS

## Alianza StepBywater



CAPSA FOOD se une a la primera alianza española entorno al Decenio de Naciones Unidas, agua para el desarrollo sostenible, que le ayudará a seguir avanzando para afrontar las metas y desafíos que plantea relativos a los recursos hídricos. Esta alianza tiene como compromiso, desarrollar acciones encaminadas a preservar el agua como derecho humano, a impulsar acciones para hacer óptima su gestión, a mejorar su calidad reduciendo la contaminación, a impulsar el apoyo y la cooperación.

Las entidades se comprometen a:

01. **Impulsar y promover los principios y objetivos** del Decenio del Agua para la Acción como adalid del progreso y del desarrollo sostenible.
02. **Impulsar, concienciar, formar y educar** acerca de la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y en particular, del ODS 6 como objetivo transversal para la consecución del resto de objetivos.
03. **Favorecer espacios de cooperación y diálogo** para promover la búsqueda de soluciones globales a los retos del agua y la crisis climática, en un entorno de sinergias y alianzas con todos los agentes implicados.
04. **Interpelar a las Administraciones Públicas, entes supranacionales, empresas, asociaciones y sociedad civil en general a unirse a la “Revolución Cultural del Agua”** y pasar a la acción por el clima con actividades de difusión, comunicación y divulgación.
05. **Apoyar a los gobiernos municipales y provinciales** en la consolidación de planes tendentes a la consecución de los objetivos y metas de la Agenda 2030.
06. **Actuar con una perspectiva global** sobre lo local.

- 07. **Proveer de espacios de reflexión y transferencia de conocimiento e investigación** sobre el ODS6 y la óptima gestión del agua como elemento vital en el desarrollo sostenible, facilitando el intercambio de buenas prácticas.
- 08. **Apoyar procesos de innovación tendentes al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, y especialmente los relacionados con el agua y la acción por el clima.
- 09. **Promover en su cadena de valor el conocimiento del Decenio del Agua para la Acción**, los principios de este Manifiesto y su adhesión, así como el impulso de las acciones que puedan desarrollarse.
- 10. **Trabajar para que los objetivos propuestos por Naciones Unidas se conviertan en una auténtica realidad**, paso a paso, incluso más allá del horizonte temporal fijado por la ONU.

## Marca Waste Warrior

Nos hemos unido a través de nuestras marcas a **TOO GOOD TO GO** como “**Marcas Waste Warrior**”. Se trata de una comunidad de grandes marcas reunidas bajo el compromiso de dar un paso más en la lucha contra el desperdicio alimentario, creando conciencia en la sociedad, tomando acciones y buscando soluciones para evitarlo.

Cuyos objetivos principales son:

- 01. **Inspira y sensibiliza sobre el problema del desperdicio alimentario.**
- 02. **Formar y empoderar para lograr un cambio.**
- 03. **Tomar acción para evitar el desperdicio de forma directa.**
- 04. **Sumar esfuerzos para multiplicar el impacto.**



**Too Good To Go**

## Participación en la “Semana Europea de Prevención de Residuos”

Hemos vuelto a participar en la **Semana Europea de Prevención de Residuos**, cuyo **temática principal** ha sido “**los residuos invisibles**” presentando el proyecto “**No desperdices lo importante, Actúa diferente**” que buscaba concienciar y sensibilizar sobre el desperdicio alimentario a los trabajadores y consumidores. Para hacer hincapié en la Reducción del Desperdicio Alimentario se llevaron a cabo varias acciones como la **elaboración del decálogo “CAPSA FOOD contra el desperdicio alimentario”**, se lanzaron dos retos para involucrar a los empleados, se comunicaron la reducción de mermas de las fábricas y nuevas acciones llevadas a cabo para seguir mejorando, entre otros. Además de la alianza con Too Good To Go como Marca Waste Warrior, comentada en el punto anterior.



## Participación en el proyecto “La hora del Planeta”

Un año más hemos participado en la iniciativa la hora del planeta promovida por WWF.



## Participación en foros

En nuestro afán de ser parte de la solución en la lucha contra el cambio climático, directivos y técnicos de la compañía han participado como ponente en diversos foros durante el año 2020.

Liderazgo hacia un futuro sostenible,  
2º Congreso Sostenibilidad AECOC  
“El Gran Consumo como motor del cambio”



**AECOC**



Nuevas políticas y sostenibilidad  
en la industria alimentaria  
CLUSAGA



Taller de eco-innovación  
y economía circular  
CETAQUA







## Premios

En 2020 hemos sido galardonados con los siguientes premios:

Premio en los Premios de la Semana Europea de Prevención de Residuos 2019 en la categoría Empresas



Premio Nacional de Energía en la categoría Mejor actuación en materia de eficiencia energética y/o movilidad sostenible 2020, que otorga la Asociación de Agencias Españolas de Gestión de la Energía, por nuestra central térmica de cogeneración



Accésit en los Premios Europeos de Medio Ambiente a la Empresa (EBAE) 2019/2020 otorgado por la fundación Biodiversidad del Ministerio de Transición Ecológica



European Business Awards for the Environment



CAPSA FOOD

# CUIDAMOS de nuestros empleados



Empresa



Certificada

OBJETIVOS DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE

4

EDUCACIÓN  
DE CALIDAD



5

IGUALDAD  
DE GÉNERO



8

TRABAJO DECENTE  
Y CRECIMIENTO  
ECONÓMICO



CUIDAMOS  
 de nuestros  
empleados

Somos TOP EMPLOYER 2020

*Tras una exhaustiva auditoría de las Políticas de Recursos Humanos, los evaluadores de Top Employers han decidido que CAPSA FOOD debe seguir estando entre una las mejores empresas para trabajar en España.*

**top**<sup>®</sup>  
EMPLOYER

ESPAÑA  
2020

CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

Esta certificación, que mantenemos desde 2016, **refuerza nuestro compromiso como Empleador Ejemplar, y desde entonces, hemos ido mejorando** nuestra puntuación, hasta obtener **niveles sobresalientes en algunos de los ítems evaluados.**

**En Capsa Food promovemos el talento, seguimos trabajando para lograr el máximo desarrollo profesional y personal de nuestros equipos.**

Entre los aspectos que han contribuido a este reconocimiento están:

- **Seleccionamos y desarrollamos talento joven con nuestros programas de becas y prácticas.**
- **Fomentamos el desarrollo de las personas a través de la promoción interna y cambios de puestos.**
- **Invertimos en programas de formación técnica y de habilidades.**
- **Disponemos de diferentes medidas de conciliación e igualdad.**
- **Favorecemos la Seguridad, Salud y Bienestar de los empleados de una forma integral, involucrando a sus familias y a la sociedad.**
- **La acción social, forma parte de nuestra cultura, y realizamos diferentes acciones vinculadas con los ámbitos de la salud, sostenibilidad, deporte y seguridad en el trabajo, dotándoles de un fin social.**
- **En 2020, nuestras políticas de Recursos Humanos también han contribuido de forma relevante a la consecución del certificado B Corp.**

# Empleabilidad

La **Empleabilidad** es uno de nuestros pilares en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Por ello:

Ayudamos a favorecer la inserción laboral entre los jóvenes con convenios de colaboración y programas de becas y prácticas. Transformamos en contrato el 51% de las becas.



Formamos parte del Pacto de Empleabilidad AECOC para el favorecimiento del empleo juvenil en el marco del sector Gran Consumo, participando en su agenda de reuniones y programas.

Contestamos 231 consultas sobre empleabilidad a interesados on line, través de nuestras webs corporativas y CAPSA Empleo, portal en el que hemos recibido casi 3.500 currícula durante 2020.

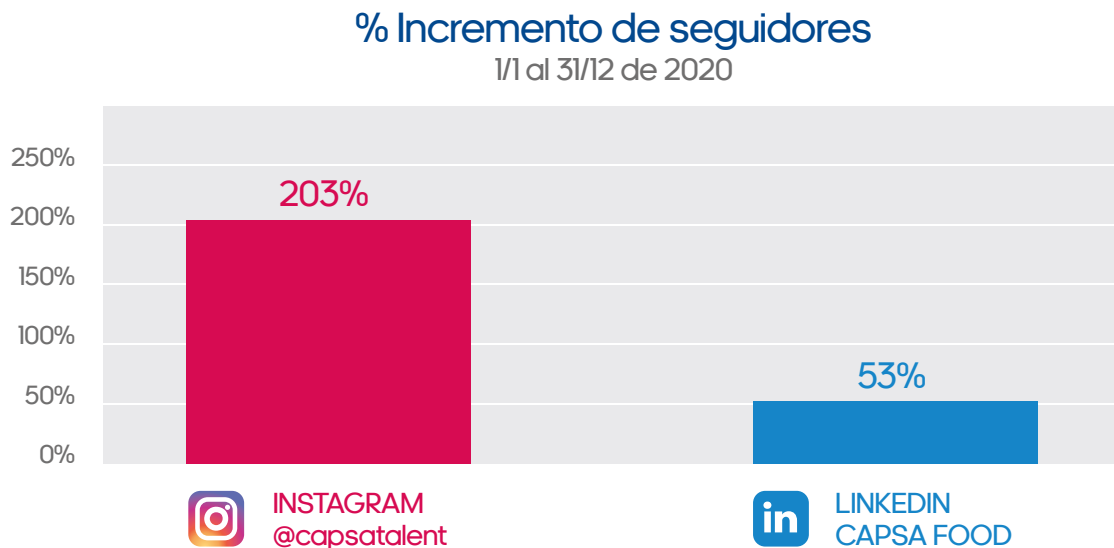


# Adquisición de talento

Nuestro objetivo es disponer de los mejores profesionales para nuestra Empresa, incorporando y favoreciendo su desarrollo a través de una cultura de mejora continua.

Contamos con casi 50.000 currícula vitae en nuestro portal **CAPSA Empleo**, que nos posibilita publicar ofertas de empleo, compartirlas en redes sociales, facilitar alertas de empleo para los inscritos, y más funcionalidades que nos permiten mejorar nuestra búsqueda de candidatos.

Creemos en nuestros perfiles corporativos de **redes sociales** LinkedIn e Instagram, que contribuyen a la atracción de talento difundiendo nuestras buenas prácticas, a través de la colaboración de seguidores, potenciales candidatos, participantes y empleados.



En cuanto a **herramientas tecnológicas**, continuamos administrando diferentes pruebas psicotécnicas en atención al perfil del puesto a través de una aplicación on line; realizando entrevistas, tanto en directo como en diferido, a través de una plataforma audiovisual específica para la valoración y archivo de candidatos.

Implantamos una nueva aplicación digital para **comunicación y gestión interna de las incorporaciones** que nos permite trabajar con diferentes flujos de proceso, comunicando contenidos distintos a cada área encargada de gestionar aspectos relacionados con la incorporación de la persona seleccionada, interactuar con ésta y archivar documentación on line.

Completamos 126 procesos vinculados a la gestión del talento: 57 correspondientes a incorporaciones externas y 69 a promociones, cambios de puesto y desarrollo interno.

La valoración, a través de encuesta de satisfacción, de los mandos con dichos procesos ha sido de 4,1 (sobre 5).



Con el fin de facilitar la integración de la adquisición de talento en nuestra Organización y transmitir la cultura de la misma, así como favorecer una autonomía funcional lo más temprana posible y fomentar las relaciones interpersonales, desarrollamos **planes de acogida** a medida, cuya satisfacción media ha sido de 4,5 (sobre 5).



## Desarrollo de talento

Nuestro objetivo es evaluar y potenciar 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.

Nuestro proceso de **Management Review**, con más de 300 personas con puestos clave en la Organización, trabaja en la evaluación de competencias, valoración de objetivos y gestión de planes de desarrollo, combinando acciones de feedback personal y registro de datos en plataforma digital.

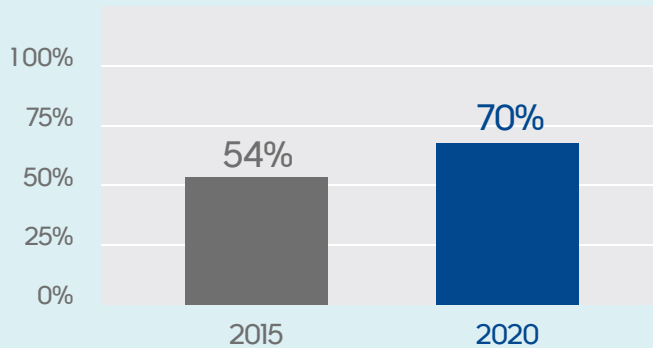


En el marco del **modelo de gestión de personas EFQM**, en 2020 cerramos con éxito el plan estratégico que habíamos acordado para los últimos cinco años, contemplando una mejora evolutiva en los indicadores clave de medición de los tres ejes del proyecto, es decir, empleados:

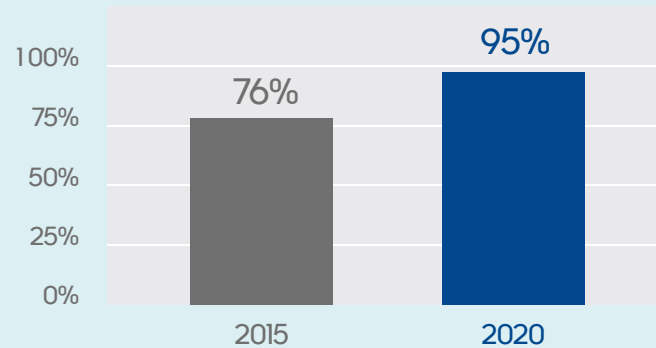
**01. Competentes**= % de empleados sin gap competencial entre la evaluación de su desempeño y el perfil ideal de su puesto.

**02. Con resultados**= % de empleados que alcanzan el 100% de consecución de sus objetivos individuales.

Crecimiento indicador COMPETENCIAL



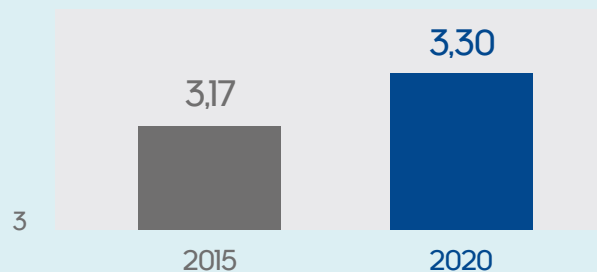
Crecimiento indicador RESULTADOS



Y todo ello, a pesar de **haber incorporado nuevos empleados al proceso de evaluación, hasta un total de 167**, a las que hay que sumar las promociones internas y cambios de puesto en este periodo, situaciones que propician un “empezar” para para alcanzar el perfil ideal del puesto en estos casos.

### 03. Comprometidos= Valoración de empleados en las encuestas de clima, compromiso y experiencia de empleado (sobre 4.)

Crecimiento indicador COMPROMISO



La mejora de los resultados, tanto de las personas, como de gestión y beneficios de la Compañía, son dos caras de una misma moneda que evidencian objetivamente una **alineación en la estrategia de las personas a la consecución de la estrategia corporativa**.

Mantenemos anualmente el sistema interno de **descripciones de puestos de trabajo y perfiles** como base para políticas organizacionales, retributivas, auditorías y certificaciones oficiales de sistemas de gestión, así como para planes de desarrollo.

# Plantilla

SOCIEDAD	FIJOS			EVENTUALES			TT H	TT M	TT PLANT	% MUJ/TT
	HOMBRES	MUJERES	TT FIJOS	HOMBRES	MUJERES	TT EVENT				
CAPSA	698	251	929	83	41	124	781	272	1053	25,83%
CLAS	13	5	18	0	0	0	13	5	18	27,78%
ASA	43	4	47	2	0	2	45	4	49	8,16%
C. MOLÍN	4	2	6	0	0	0	4	2	6	33,33%
MEN LLET	10	0	10	2	1	3	12	1	13	7,69%
GEOMER	5	2	7	0	0	0	5	2	7	28,57%
IENP	1	1	2	0	0	0	1	1	2	50,00%
<b>TT</b>	<b>774</b>	<b>245</b>	<b>1019</b>	<b>87</b>	<b>42</b>	<b>129</b>	<b>861</b>	<b>287</b>	<b>1148</b>	<b>25,0%</b>

## Organización del trabajo

A lo largo de 2020, atendiendo a la recomendación legal sobre **la adaptación de la modalidad de teletrabajo a raíz de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19**, la Empresa ha acometido la implantación de un sistema de trabajo flexible en tres fases: Diseño, Implantación y Seguimiento, (combinando trabajo presencial y trabajo en remoto), consistente, ordenado y orientado a la mejora de conciliación y de la productividad.

Este sistema de trabajo flexible, **ha proporcionado beneficios para los empleados**: facilitando la conciliación familiar y laboral, incorporando una mayor flexibilidad en la gestión de los tiempos de trabajo y descanso, ahorrando costes en los desplazamientos con el impacto que supone en el medioambiente, etc., **y beneficios para la empresa**: atracción y retención de talento, mejora en el compromiso y experiencia del empleado, digitalización, mejora de la competitividad y de la productividad, a lo que se añade, contribuir a la minimización de riesgos sanitarios para la población en su conjunto.

Con este nuevo sistema de trabajo, que se apoya en las tecnologías de la información y la comunicación, se ha permitido sistematizar y consolidar la práctica de trabajo remoto y flexible, para todos aquellos puestos, con tareas identificadas por los mandos como susceptibles de poder realizarse en otra ubicación diferente a las instalaciones de CAPSA FOOD.

**Se han definido 5 modalidades de trabajo flexible en función del porcentaje de jornada que se realiza desde el domicilio habitual del empleado, y que supone que se pueda desarrollar entre el 40% y el 90% de la jornada quincenal, en remoto.**

Igualmente, hemos implementado una reorganización del espacio físico dotando de mesas habilitadas como puestos de trabajo compartidos, que pueden ser utilizadas con toda la dotación necesaria (pantalla, teclado, ratón...) por aquellas personas que trabajan puntualmente en las oficinas y que tienen su dotación informática para su trabajo en remoto.



## Formación

En 2020, más del 75% de nuestra plantilla ha recibido formación, con una media de 22 horas de formación por empleado formado.

Como consecuencia del COVID-19, toda la actividad formativa que podía realizarse en modalidad no presencial, fue desarrollada en remoto y en formato e-learning. Aceleramos el proceso de digitalización no solo de la formación en sí, sino de todos los trámites y documentos asociados a la misma.

**En CAPSA FOOD elaboramos un plan de formación anual, en el que se implican y participan mandos y empleados, recibiendo formación en diferentes aspectos, de modo que puedan disponer de los conocimientos y habilidades necesarias para el óptimo desempeño de su puesto actual y posibiliten su desarrollo futuro.**

- > **Técnicos:** capacitación en máquinas, herramientas y contenidos específicos de las áreas donde desarrollan su trabajo.
- > **Institucionales o Corporativos:** Normas, Políticas y Procedimientos internos, donde cobran especial relevancia los aspectos relacionados con Seguridad Alimentaria, Prevención de Riesgos Laborales, Medioambiente, Cumplimiento Penal o Ciberseguridad.
- > **En Habilidades:** para desarrollar las competencias requeridas en nuestro modelo competencial.

Han sido varios los retos formativos con los que hemos tratado de sensibilizar e involucrar a nuestros empleados en 2020: **Programa de Ciberseguridad, ¿Cuánto sabes de residuos?, ¿Sabes todo lo que te ofrece el Portal del Empleado MI CAPSA?, Lacto Seguridad...**



**LACTO**  
Liderazgo. Actitud. Compromiso. Trabajo Seguro.



**cero  
accidentes**  
SUMAMOS ENTRE TODOS



**Ciberseguridad**

CAMPAÑA DE FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

**SCAN**



## Nuestra apuesta por la igualdad y conciliación:

Desde 2009 somos Empresa Familiarmente Responsable, lo que certifica que CAPSA FOOD está fuertemente comprometida con la Igualdad y la Conciliación. Hemos desarrollado un amplio catálogo de medidas que permiten el equilibrio profesional y personal de nuestros empleados, muchas de ellas elaboradas atendiendo a las necesidades planteadas por nuestro personal, basadas siempre en criterios de objetividad, equidad y transparencia.

**Como cada año, hemos celebrado en nuestros diferentes centros de trabajo las jornadas del Día sin Cole, que iniciamos en 2010, y que tienen una gran acogida. Son varios los objetivos perseguidos con esta acción, como son: favorecer la conciliación laboral y familiar, fomentar una alimentación saludable e incrementar la vinculación con la marca y el orgullo de pertenencia.**

Con motivo del festivo de Carnaval, pudimos realizar una edición de esta medida en formato presencial, si bien, la celebrada en Navidad fue en formato remoto, adaptando los talleres a esta modalidad.

En 2020 renovamos por un **nuevo ciclo de 3 años nuestro Sello EFR**, tras la auditoría realizada por AENOR.







Día sin cole presencial



Día sin cole virtual

## Comunicación

Somos conscientes de que la Comunicación Interna tiene un papel esencial para que los empleados puedan desempeñar correctamente su trabajo y desarrollarse profesional y personalmente.

Es por ello que combinamos diferentes canales y plataformas de comunicación para poder llegar al mayor número de destinatarios: reuniones formales, boletín interno digital, tableros informativos, pantallas, cartelería digital, televisión corporativa, folletos, etc.

Destacamos entre todos ellos el **Portal del Empleado "MI CAPSA"**, en el que se pueden realizar consultas, sugerencias, gestiones profesionales y personales, así como propuestas de innovación. En dicho Portal disponemos además de un **Catálogo de Beneficios Sociales** a través de los cuales los empleados pueden acceder a condiciones ventajosas agrupadas en varias categorías.

En CAPSA FOOD generamos **entornos de trabajo y relación que favorecen la comunicación, la colaboración y la eficiencia.**





**CAPSA FOOD**  
en la Semana Europea  
de la Prevención  
de Residuos

**NO DESPERDICIES  
LO IMPORTANTE,  
ACTÚA DIFERENTE**

**MI CAPSA El Portal del Empleado**

**¿SABES LO QUE TE ESTÁS PERDIENDO POR NO ENTRAR EN EL PORTAL DEL EMPLEADO?**

MI CAPSA es nuestro Portal del Empleado. Para acceder solo necesitas un navegador conectado a un smartphone, tablet o un PC. Puedes acceder a MI CAPSA, desde donde quieras y donde quieras.

Un espacio web donde acceder a la información corporativa, trabajar con las aplicaciones que necesitas, realizar gestiones laborales y administrativas y donde también hace posible la movilidad y formación, al desarrollo de tu carrera.

**TE PROPONEMOS UN JUEGO PARA CONOCER TODAS SUS FUNCIONALIDADES**

¡Queremos que te unas a la comunidad de MI CAPSA!

¡Llévate más de 2 relojes fit bit!

¡Contacta antes del 3 de mayo con los responsables de tu zona y si completas el juego participando en el sorteo de 2 relojes fit bit!

¡No te quedes atrás! Comenzamos contigo.

**CAPSA FOOD**

**Somos EMPRESA TOP EMPLOYER ESPAÑA 2020**

**LAS CONTRASEÑAS PROTEGEN:**

- nuestras Cuentas de Trabajo
- nuestras Redes Sociales
- nuestros Ordenadores Personales
- nuestro Correo Electrónico

**y lo que es MÁS IMPORTANTE, nuestras CARPETAS Y DOCUMENTOS**

**NUNCA UTILICES CONTRASEÑAS PERSONALES PARA TEMAS PROFESIONALES NI AL REVÉS**

**CREA CONTRASEÑAS DIFERENTES que no se parezcan**

**Recomendaciones para realizar el TRABAJO A DISTANCIA de manera Segura y Saludable**

## Nuestra faceta más humana

Fomentamos la implicación en la participación en acciones sociales entre nuestros empleados, organizando actividades o facilitando el acceso a determinadas iniciativas.

En 2020, aquellas actividades susceptibles de realizar en digital o remoto se trasladaron a esta modalidad y otras planificadas tuvimos que anularlas como consecuencia del COVID.

Cabe destacar las siguientes:

- **Carrera contra el cáncer infantil** organizada en Asturias por la Asociación Galbán: colaboración a través de la participación de empleados con sus inscripciones, cantidad que fue duplicada por la Empresa.



ASOCIACIÓN DE FAMILIAS DE NIÑOS CON CÁNCER DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

- **Campaña Navideña "Ningún Niño Sin Regalo"** desarrollada a favor de la Asociación "Mar de Niebla", en la que hemos contribuido a que los hijos de más de 500 familias puedan disfrutar de sus regalos en el día de Reyes.



- Donación de 37.000 KL de producto a la Asociación Ningún Niño Sin Cenar fruto de diferentes iniciativas.
- Recogida de Tapones: colaboramos con la Fundación Seur en su programa "Tapones para una vida", y con la Asociación Amigos de Galicia, entregando más de 1.500 Kilogramos de tapones.

FUNDACIÓN  
SEUR

Fundación Amigos de Galicia

- Acciones de sensibilización Medioambiental, Salud, Nutrición saludable. Desplegamos la campaña ¿Cuánto sabes de residuos? para celebrar con los empleados la Semana Europea de la Prevención de Residuos y sensibilizarles en la importancia de evitar el desperdicio alimentario y cómo separar residuos y reciclarlos de forma correcta. Además impulsamos otras acciones como son la eliminación de vasos y paletinas de plástico en las máquinas vending sustituyéndolas por cartón, eliminación de botellas de plástico de agua mineral sustituyéndolas por fuentes en zonas comunes, reorganización de la separación y recogida de residuos en oficinas y zonas comunes...
- **LACTO SOLIDARIO** es un proyecto Corporativo impulsado por el Servicio de Salud y Prevención de Riesgos Laborales, que perseguía **favorecer la seguridad en el trabajo, la reducción de la siniestralidad y potenciar la solidaridad y el orgullo de pertenencia**, gracias a un fin social.

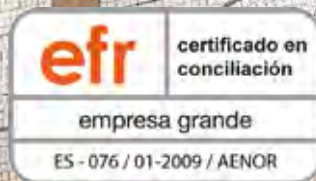
Los trabajadores de cada área / fábrica seleccionaron una entidad social (ONG, asociación, etc...) a la que destinar el dinero recaudado en base al número de jornadas sin accidentes laborales.

En el Proyecto han participado 10 equipos, representando a los diferentes centros de trabajo de CAPSA FOOD. Cada día sin accidentes de trabajo, se generaba una dotación económica, logrando al final del proyecto una recaudación de 17.400 € que han sido donados a diferentes entidades sociales elegidas por los empleados.



**LACTO**  
**Solidario**

# Certificados y reconocimientos



# Seguridad, salud y bienestar

Avanzamos en la transición de OHSAS 18001 a ISO 45001.

En 2020, aquellas actividades susceptibles de realizar en digital o remoto se trasladaron a esta modalidad y otras planificadas tuvimos que anularlas como consecuencia del COVID.

Cabe destacar las siguientes:

Durante el año 2020 completamos la transición a la certificación ISO 45001 en la Planta de LUGO. Esta certificación está alineada con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Naciones Unidas (ODS)** y demuestra el compromiso de la Organización para garantizar *condiciones de trabajo éticas, seguras y saludables en condiciones de igualdad.*

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible a los que contribuye ISO 45001

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



# Indicadores

Fruto del esfuerzo realizado por la organización en la implantación de una cultura de Seguridad y Salud organizacional, los indicadores de siniestralidad mejoran en el presente ejercicio:

INDICADOR	EMPRESA	SECTOR(*)	DESCRIPCIÓN
Índice de Incidencia	13,92 👍	58,40	$I_i = \frac{\text{Accidente con baja}}{\text{Trabajadores}} \times 1.000$ Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada 1.000 trabajadores expuestos al riesgo
Índice de Frecuencia	7,93 👍	32,46	$I_f = \frac{\text{Accidente con baja}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 1.000$ Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada millón de horas trabajadas de los trabajadores expuestos al riesgo
Índice de Gravedad	0,22 👍	0,90	$I_g = \frac{\text{Jornadas perdidas en periodo}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 1.000$ Número de días por cada 1.000 horas de trabajo. Se incluyen las recaídas y se excluyen procesos in itinere.

(\*): Fuente IBERMUTUA. Índice sector Lácteo



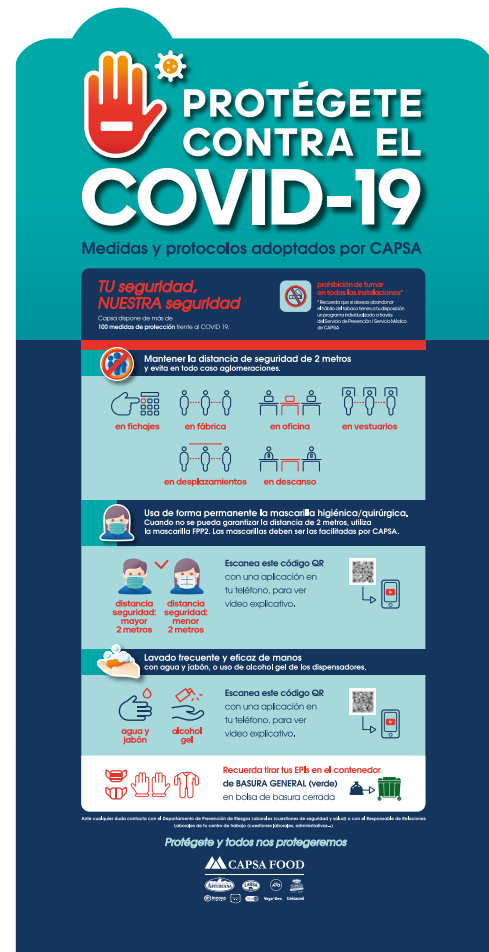
# Empresa saludable

Como empresa comprometida con la Salud y el Bienestar, estamos certificados desde 2014 como Empresa Saludable, lo que refuerza nuestra voluntad decidida de orientar nuestra estrategia hacia los principios de la promoción de la salud y el bienestar. Es por ello, que dentro de la Propuesta de Valor de nuestra compañía, desarrollamos múltiples iniciativas vinculadas con los diferentes ámbitos, como pueden ser:

- Alimentación Saludable
- Ejercicio Físico
- Salud
- Bienestar



En 2020, destaca toda la implementación de las **medidas específicas de prevención del COVID-19**. CAPSA FOOD dispone de **más de 100 medidas**, que han sido objeto de reconocimiento por parte de **AENOR**, contando desde junio de 2020 con nuestro **Protocolo de Actuación frente al COVID certificado** y convirtiéndonos así en la **primera empresa láctea** en conseguirlo.

**PROTÉGETE CONTRA EL COVID-19**

Medidas y protocolos adoptados por CAPSA

**TU seguridad, NUESTRA seguridad**

**Mantener la distancia de seguridad de 2 metros** y evitar en todo caso aglomeraciones.

en fichajes en fábrica en oficina en vestuarios en desplazamientos en descanso

**Uso de forma permanente la mascarilla higiénica/quirúrgica.** Cuando no se pueda garantizar la distancia de 2 metros, utilizar la mascarilla FFP2. Las mascarillas deben ser las facilitadas por CAPSA.

Escanea este código QR con una aplicación en tu teléfono, para ver video explicativo.

distancia seguridad: mayor 2 metros distancia seguridad: menor 2 metros

Lavado frecuente y eficaz de manos con agua y jabón, o uso de alcohol gel de los dispensadores.

Escanea este código QR con una aplicación en tu teléfono, para ver video explicativo.

agua y jabón alcohol gel

Recuerda tirar tus EPIs en el contenedor de BASURA GENERAL (verde) en bolsa de basura cerrada.

Protégete y todas nos protegeremos

CAPSA FOOD





Han sido muchas las **campañas** que hemos desplegado para sensibilizar a los empleados sobre la importancia de la **protección frente al COVID: cartelería, folletos, videos, sesiones de formación**. Tampoco hemos descuidado la comunicación en **otras áreas vinculadas con la salud como alimentación, deporte, bienestar emocional**, han seguido siendo ejes de trabajo en **CAPSA LIFE**, nuestra plataforma de salud y bienestar corporativo.



Además de contenidos (post, videos...), también hemos fomentado el cuidado de la alimentación, a través de una oferta más saludable en nuestras máquinas de vending, así como lanzando retos a los empleados y a sus familias.

En 2020, los hijos de los empleados fueron los protagonistas del **Concurso en Prevención Tu pintas mucho**, donde pudieron representar su visión del COVID y cómo protegernos. Más de 60 niños participaron con sus dibujos.



La asociación **Freno al Ictus**, nos reconoció con el sello **Brain Caring People**, por la labor de concienciación desarrollada para prevenir, identificar y saber cómo actuar ante un posible ictus.





80.20%

50.00%

200%

B

®



# 04 Resultados Financieros

*Estructura societaria*

*Balance: evolución  
y resultados de negocios*

*Magnitudes económicas*

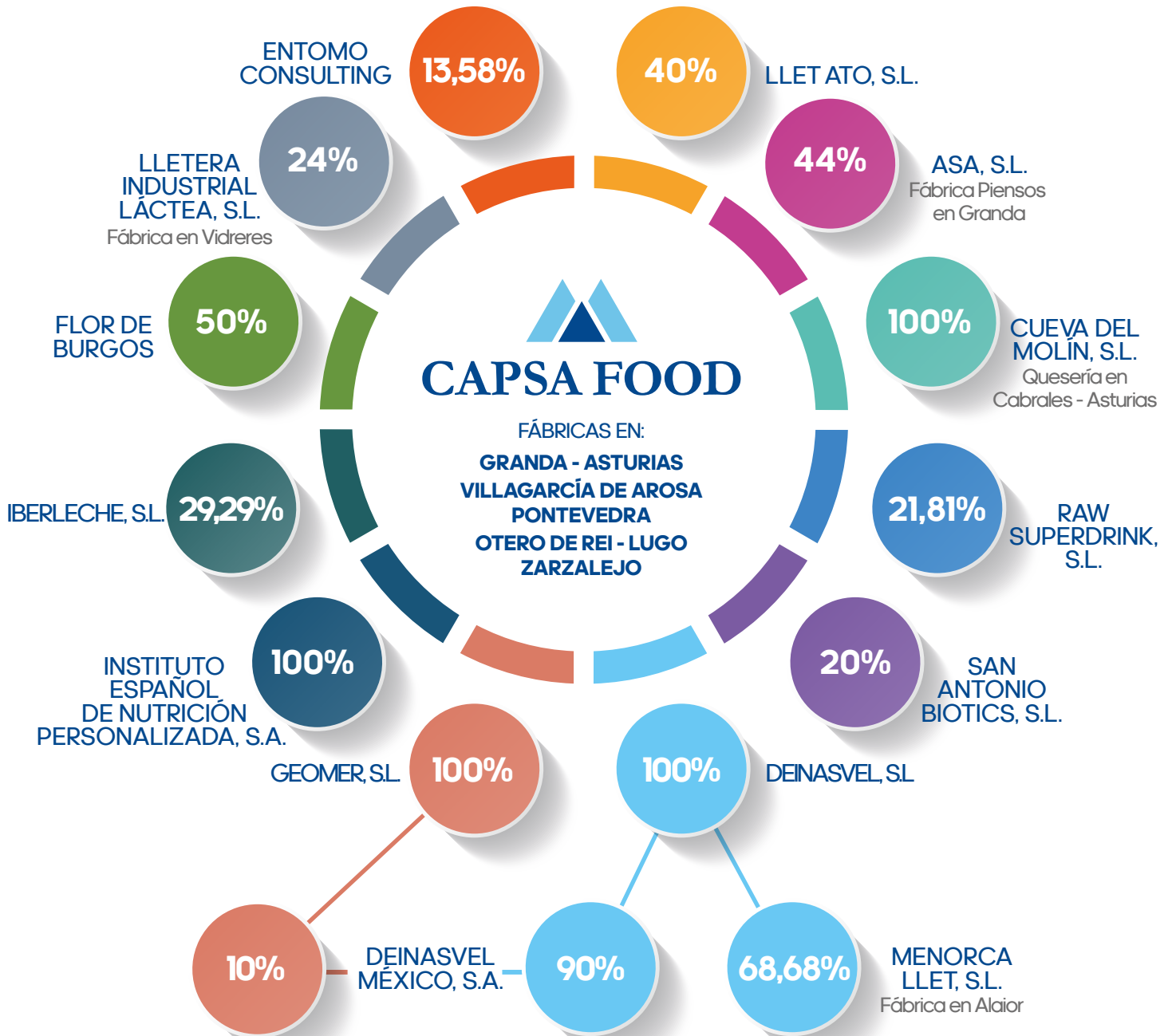
*Balance*

*Cuenta de pérdidas y ganancias*

**memoria** anual CAPSA FOOD 2020



# Estructura societaria



NOMBRE	ACTIVIDAD
SAN ANTONIO BIOTICS, S.L.	Investigación, desarrollo y comercialización de micro orgánicos con actividades tecnológicas y/o funcionales
LLETATO, S.L.	Comercialización de productos lácteos marca ATO
CUEVA DEL MOLÍN, S.L.	Fabricación de queso Cabrales
ASA. SOCIEDAD ASTURIANA DE SERVICIOS AGROPECUARIOS, S.L.	Fabricación y comercialización de piensos animales
GEOMER. GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN FLUJOS MERCANCÍA, S.L.	Transporte de mercancías
DEINASVEL, S.L.	Desarrollo de oportunidades de negocio y comercialización de productos lácteos
MENORCA LLET, S.L.	Fabricación de productos lácteos
DEINASVEL MÉXICO S.A. DE CV	Comercialización de productos lácteos
INSTITUTO C.L.A. PARA LA NUTRICIÓN PERSONALIZADA, S.L.	Investigación y desarrollo, científica, médica y tecnológica
LLETERA INDUSTRIAL LÁCTEA, S.L.	Adquisición, recogida, transformación, tratamiento, fabricación, comercialización y exportación productos lácteos
IBERLECHE, S.L.	Fabricación y comercialización de productos lácteos
RAW SUPERDRINK, S.L.	Bebidas deportivas, isotónicas y refrescos bio
ENTOMO CONSULTING	Investigación y Desarrollo Experimental en Biotecnología
FLOR DE BURGOS	Fabricación y Comercialización Productos Lácteos

# Balance 2020

## Evolución y resultados de los negocios

CAPSA FOOD, con un incremento del volumen de ventas del 4% en el ejercicio, **ha sido capaz de seguir creciendo**, por sexto año consecutivo, **en volumen y cuota de mercado** en los mercados de leche líquida, nata y mantequilla, bebidas vegetales y quesos, tanto en Gran Consumo como en Food Service, **afianzando su liderazgo y ampliando el mismo** en relación a sus competidores.

A nivel de resultados, hay que **destacar las cifras conseguidas tanto en EBITDA** (calculado a partir del resultado de explotación sin incorporar los gastos por intereses o impuestos, ni las disminuciones de valor por depreciaciones o amortizaciones ni otros resultados) que se sitúa en **45.058 miles de euros** (2019: 39.495 miles de euros), **como en el Resultado del ejercicio que alcanza la cifra de 25.126 miles de euros** (2019: 23.123 miles de euros).

Finalmente, señalar, que la posición financiera se mantiene firme con un importe de **Deuda Financiera Neta a favor de la sociedad de 25.563 miles de euros** (2019: 48.443 miles de euros) y un **Fondo de Maniobra de 79.436 miles de euros** (2019: 96.542 miles de euros).



# Magnitudes económicas

Valores en miles de euros

	2018	2019	2020
Importe neto de la cifra de negocios	737.690	720.877	750.427
Patrimonio neto	214.279	228.703	243.035
Resultado de explotación	29.653	27.836	30.525
EBITDA	45.057	39.495	45.058
Resultado antes de impuestos	28.317	30.183	33.096
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>22.831</b>	<b>23.123</b>	<b>25.126</b>

# Balances consolidados

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 (Expresado en miles de euros)

ACTIVO	2020	2019
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>176.163</b>	<b>144.416</b>
Inmovilizado intangible	25.356	1.043
Fondo de comercio de consolidación	24.501	-
Gastos de investigación y desarrollo	37	118
Patentes, licencias, marcas y similares	35	53
Aplicaciones informáticas	783	872
Inmovilizado material	116.712	105.527
Terrenos y construcciones	53.325	47.160
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	56.112	52.425
Inmovilizado en curso y anticipos	7.275	5.942
Inversiones inmobiliarias	949	1.447
Terrenos	949	1.105
Construcciones	-	342
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	15.202	7.598
Participaciones puestas en equivalencia	7.318	6.956
Otros activos financieros	7.884	642
Inversiones financieras a largo plazo	3.779	11.447
Acciones y participaciones en patrimonio a largo plazo	326	105
Créditos a terceros	300	7.991
Otros activos financieros	3.153	3.351
Activos por impuesto diferido	14.165	17.354



ACTIVO	2020	2019
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>225.327</b>	<b>223.523</b>
Activos no corrientes mantenidos para la venta	250	-
Existencias	57.382	50.225
Comerciales	9.869	10.057
Materias primas y otros aprovisionamientos	16.766	13.501
Productos en curso	950	1.229
Productos terminados	29.797	25.438
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	116.352	112.857
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	96.849	94.429
Clientes, empresas del grupo y asociadas	6.997	4.868
Deudores varios	1.934	1.569
Personal	13	-
Otros créditos con las Administraciones Públicas	10.559	11.991
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.064	578
Créditos a empresas	1.064	578
Inversiones financieras a corto plazo	23.524	30.444
Instrumentos de patrimonio	23.422	21.184
Otros activos financieros	102	8.179
Créditos a empresas	-	1.081
Periodificaciones a corto plazo	2.073	1.694
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	24.682	27.725
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>401.490</b>	<b>367.939</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>243.035</b>	<b>228.703</b>
Fondos propios	237.264	222.686
Capital	92.317	92.317
Prima de emisión	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	107.961	94.785
Reservas en sociedades consolidadas	(122)	587
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	4.122	4.035
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	25.083	23.059
Acciones y participaciones en patrimonio propias	(35)	(35)
Ajustes por cambio de valor	35	(5)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	4.899	5.192
Socios externos	837	830
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>12.564</b>	<b>12.255</b>
Provisiones a largo plazo	5.962	6.773
Provisiones por reestructuración	1.094	1.082
Otras provisiones	4.868	5.691
Deudas a largo plazo	4.707	3.482
Deudas con entidades de crédito	4.213	2.819
Otros pasivos financieros	494	663
Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	4	-
Pasivos por impuesto diferido	1.891	2.000

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2020	2019
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>145.891</b>	<b>126.981</b>
Provisiones a corto plazo	19.842	15.771
Deudas a corto plazo	17.936	6.244
Deudas con entidades de crédito	4.324	5.672
Otros pasivos financieros	13.612	572
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	4.125	3.238
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	102.812	100.403
Proveedores	67.069	67.429
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	23.986	23.652
Acreedores varios	2.388	656
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	7.065	6.409
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.304	2.257
Periodificaciones a corto plazo	1.176	1.325
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>401.490</b>	<b>367.939</b>



# Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 (Expresado en miles de euros)

OPERACIONES CONTINUADAS	2020	2019
Importe neto de la cifra de negocios	750.427	720.877
Ventas	744.575	712.392
Prestaciones de servicios	5.852	8.485
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	4.080	1.402
Aprovisionamientos	(489.967)	(470.161)
Consumo de mercaderías	(72.118)	(68.715)
Consumo de materias primas y otros materias consumibles	(417.450)	(400.470)
Trabajos realizados por otras empresas	(177)	(150)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos	(222)	(370)
Otros ingresos de explotación	6.332	6.884
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	6.226	6.796
Subvenciones de explotación incorporada al resultado del ejercicio	106	88
Gastos de personal	(55.468)	(52.728)
Sueldos, salarios y asimilados	(41.577)	(39.215)
Cargas sociales	(13.891)	(13.513)
Otros gastos de explotación	(171.721)	(167.846)
Servicios exteriores	(168.250)	(164.535)
Tributos	(1.994)	(2.005)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(23)	16
Otros gastos de gestión corriente	(1.454)	(1.322)

OPERACIONES CONTINUADAS	2020	2019
Amortización del inmovilizado	(14.907)	(11.255)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	1.375	1.067
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	1.064	436
Deterioros y pérdidas	(175)	-
Resultados por enajenaciones y otras	1.239	436
Otros resultados	(690)	(840)
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>30.525</b>	<b>27.836</b>
Ingresos financieros	107	283
Gastos financieros	(243)	(200)
Variación en el valor razonable de instrumentos financieros	2.279	2.108
Diferencias de cambio	9	(5)
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>2.152</b>	<b>2.186</b>
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	419	161
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>33.096</b>	<b>30.183</b>
Impuestos sobre beneficios	(7.970)	(7.060)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>25.126</b>	<b>23.123</b>
Resultado atribuido a la sociedad dominante	25.083	23.059
Resultado atribuido a socios externos	43	64



**CAPSA FOOD**





®



dúocomunicación

Empresa



Esta empresa cumple con los más altos estándares de impacto social y ambiental

Certificada



CAPSA FOOD



[capsafood.com](http://capsafood.com)