



Granda, octubre 2012

**Red Española
del Pacto Mundial
de Naciones Unidas**

Me complace comunicarles el compromiso que nuestra compañía sigue manteniendo con los Diez Principios que conforman el Pacto Mundial de Naciones Unidas

Con relación a nuestro compromiso de mejora continua con el Pacto Mundial, hemos cumplido los objetivos fijados para 2011, Principios V y VIII, a través de acciones como la colaboración con UNICEF en su programa 'Escuelas Infantiles' y la realización del proyecto 'Bosque Central Lechera Asturiana' en el que han participado tanto empleados como consumidores.

Nuestra apuesta para 2012 se enfoca a fomentar el Principio I para el apoyo y respeto de "la protección de los Derechos Humanos Fundamentales", y el principio IX para difundir "tecnologías respetuosas con el medio ambiente".

En CAPSA miramos hacia el futuro con la ambición de ser la mejor empresa alimentaria de leche, derivados y productos afines. Asimismo, acordamos nuestro compromiso de ser una corporación socialmente responsable con el medio ambiente, nuestros empleados y el resto de grupos de interés.

Por otro lado, la innovación es para nosotros el motor de crecimiento; por ello un año más, apostamos por la innovación comercial, tecnológica y organizativa.

Por último, esperamos que en el contenido del documento adjunto donde se detallan las acciones realizadas durante el año 2011, cumpla los objetivos, refuerce su estrategia global y dé respuesta a sus expectativas.

Reciba un cordial saludo,

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Pedro Astals
Consejero Delegado



NUESTRA REALIDAD

Informe económico, social
y medioambiental

2011

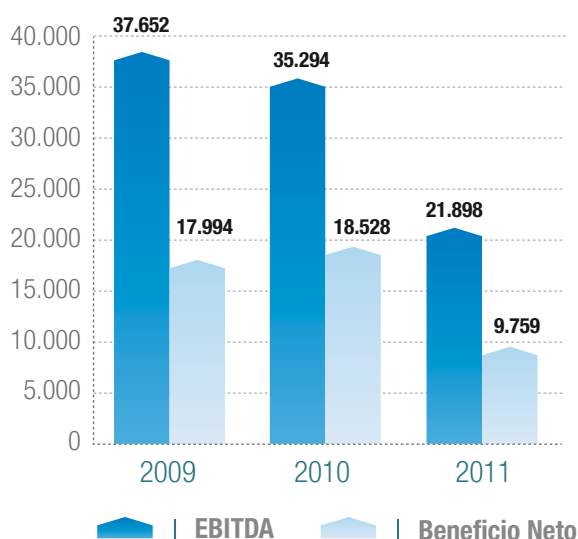
DATOS DESTACABLES 2011

POR UNA COMPAÑÍA RESPONSABLE E INNOVADORA

Damos respuesta a las demandas del mercado.

LÍDERES DEL MERCADO

en leche líquida, nata y mantequilla.



3 PILARES ESTRATÉGICOS:

liderazgo en marca, liderazgo en innovación y crecimiento sostenible.

POR LOS VALORES EN LOS QUE CREEMOS

Mantenemos nuestro compromiso en todas nuestras decisiones.

3 VALORES:

compromiso, profesionalidad y liderazgo.

6 COMPROMISOS:

origen, innovación y calidad, naturalidad y salud, equipo humano, honestidad y respeto al medio ambiente.

POR MANTENER Y REFORZAR NUESTROS LAZOS

Cuidamos nuestra relación con consumidores, clientes, ganaderos y proveedores.

900 MILLONES

de litros de leche recogida.

100% DE RECOGIDA DE LECHE

en la Península Ibérica.

1ª EMPRESA LÁCTEA DE ÁMBITO NACIONAL

con mejor reputación (Reprtrak Pulse España 2011).

2 PREMIOS DE PRODUCTO

y 9 de gestión empresarial.

POR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE PARA TODA LA FAMILIA

Contribuimos a mejorar el estilo de vida de las personas a través de una alimentación y unos hábitos saludables.

51.000 CONSUMIDORES CONSULTADOS E INFORMADOS

en materia de nutrición.

Más de 9.000 NIÑOS

participaron en nuestros Programas de Nutrición.

2.523 VISITAS INFORMATIVAS

a profesionales de la salud.

POR UN MAÑANA MEJOR PARA NUESTROS HIJOS

No sabemos cómo será el futuro, pero podemos ayudar a crearlo con investigación, creatividad y voluntad de mejorar.

5 EJES DE INNOVACIÓN: nuevos productos, tecnología de procesos, nutrición, sostenibilidad y seguridad alimentaria.

MODELO DE INNOVACIÓN 360°

EFQM SELLO DE EXCELENCIA

POR UN TRABAJO DEL QUE NOS SENTIMOS ORGULLOSOS

Tenemos como principios la colaboración, la motivación y el reconocimiento de todos los miembros de nuestro equipo.

- **Empleo estable y de calidad**

1.339 EMPLEADOS EN CAPSA

20% MUJERES

94% DE LA PLANTILLA
con contratación indefinida.

- **Formación**

45.751 HORAS DE FORMACIÓN
más del 73,20% de la plantilla ha recibido formación.

- **Conciliación**

EFR CERTIFICADOS EFR

(Empresa Familiarmente Responsable) en todas nuestras plantas.

POR NUESTRO BIEN MÁS PRECIADO

Respetamos el Medio Ambiente y nos esforzamos en ser un ejemplo de buena práctica ambiental.

- **Inversión y gestión ambiental**

>13 MILLONES

de inversión en medio ambiente y energía en los últimos 4 años.

- **Gestión del agua**

3,2 L AGUA/L LECHE

vs. 4 l agua / l leche (año base 2007).

- **Gestión de la energía**

100% DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA

que compramos tiene garantía de origen renovable.

>97% DE LOS COMBUSTIBLES

de proceso es gas natural, el combustible fósil más limpio.

- **Gestión de residuos**

89% DE RESIDUOS RECICLADOS

- **Lucha contra el cambio climático**

12.804 T DE CO₂ EVITADAS

por nuestras instalaciones de cogeneración

(equivalente a la emisión de más de 5.000 coches en 1 año).

5.000 ESPECIES AUTÓCTONAS

plantadas en total en el “Bosque Central Lechera Asturiana”

ÍNDICE

1. POR UNA COMPAÑÍA RESPONSABLE E INNOVADORA.	8
2. POR LOS VALORES EN LOS QUE CREEMOS.	22
3. POR MANTENER Y REFORZAR NUESTROS LAZOS.	26
4. POR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE PARA TODA LA FAMILIA.	38
5. POR UN MAÑANA MEJOR PARA NUESTROS HIJOS.	44
6. POR UN TRABAJO DEL QUE NOS SENTIMOS ORGULLOSOS.	50
7. POR NUESTRO BIEN MÁS PRECIADO.	60
8. POR LA SATISFACCIÓN DE AYUDAR.	70
9. ESTADOS FINANCIEROS.	74



PEDRO ASTALS COMA

Consejero Delegado.



El informe que a continuación te presentamos resume nuestro desempeño y trayectoria como Compañía durante el año 2011, dejando patente nuestra forma de entender la Responsabilidad Social Corporativa como vía para la creación sostenida de valor para hoy y para siempre.

A lo largo del año 2011, la industria láctea ha tenido que seguir afrontando, además de la crisis de consumo, la reducción de precios y la entrada de nuevas marcas. En CAPSA consideramos que sólo podremos salir fortalecidos de esta situación siendo capaces de dar respuesta a las demandas del consumidor, ofreciendo productos que aporten salud al mismo tiempo que apostamos por la eficiencia, la innovación y la excelencia como herramientas de creación de valor para nosotros y para nuestro entorno.

El ejercicio 2011 ha sido clave para nosotros ya que hemos iniciado la ejecución de nuestro nuevo Plan Estratégico 2011-2015 y hemos consolidado nuestro proyecto más relevante, APOLO, con el que pretendemos conquistar nuevos espacios en el mercado lácteo, ofreciendo productos que cumplan cuatro premisas claras: naturalidad, facilidad de consumo y eficacia en sus propiedades nutricionales, partiendo siempre desde el mejor sabor.

Nuestros nuevos lanzamientos enmarcados dentro de este proyecto, NaturCol, Jalea Vital y Fibra, han tenido una gran acogida en el mercado, han recibido múltiples reconocimientos y ofrecen una excelente evolución. Nuestro mejor activo es el equipo de personas capacitadas, motivadas y comprometidas, que contribuyen a consolidar nuestro modelo de innovación 360° con sus ideas y

NUESTRA REALIDAD

Informe económico, social
y medioambiental

2011

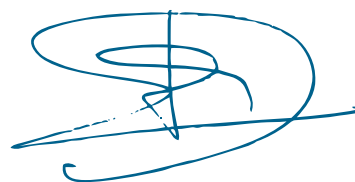
aportaciones. Acorde a nuestro firme compromiso de ser una empresa socialmente responsable, garantizamos entre nuestros empleados la igualdad de oportunidades, a la vez que fomentamos la estabilidad laboral y desarrollamos iniciativas que faciliten la conciliación.

La innovación es para nosotros el motor de crecimiento. Un año más, hemos seguido invirtiendo en innovación comercial, enfocada a diseñar nuevos productos más saludables; en innovación tecnológica, para optimizar la productividad y calidad de nuestros procesos, y en innovación organizativa, dirigida a mejorar nuestra gestión interna.

Continuamos esforzándonos en reducir el impacto ambiental de nuestra actividad, afianzando nuestra estrategia ambiental

como uno de los pilares de futuro de nuestra gestión empresarial.

En 2011 hemos dado un paso más en nuestro afán por proteger nuestro bien más preciado, la naturaleza, implantando medidas e iniciativas en la lucha contra el cambio climático, poniendo en marcha un plan de movilidad sostenible, fomentando el uso de energías alternativas, más limpias que las tradicionalmente empleadas, y llevando a cabo importantes proyectos de optimización de consumos de recursos naturales.



Pedro Astals Coma
Consejero Delegado

1. POR UNA COMPAÑÍA RESPONSABLE E INNOVADORA

Damos respuesta a las demandas del mercado.



Porque queremos ser la mejor empresa láctea, cuidar nuestro entorno, ayudar a las personas y porque, en definitiva, queremos proteger nuestro futuro, construimos nuestro negocio sobre tres pilares estratégicos que nos permiten no solo generar crecimiento rentable sino también crear valor para todos.



LIDERAZGO DE MARCA

Reforzamos la fortaleza y ampliamos la competitividad de nuestras marcas aumentando nuestra cobertura de mercado aportando constantemente valor añadido.



LIDERAZGO EN INNOVACIÓN

Exploramos, promovemos e incorporamos oportunidades en procesos, productos y servicios para traducirlas en proyectos de éxito para nosotros y para nuestro entorno.



CRECIMIENTO SOSTENIBLE

Queremos satisfacer nuestras necesidades y las de nuestros grupos de interés sin comprometer las necesidades de las siguientes generaciones.

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO

Consejo de Administración

Presidente

Sr. D. BERTINO VELASCO TORRE

Secretario

Sr. D. NICOLÁS LÓPEZ LÓPEZ

Vocales

Sr. D. PEDRO ASTALS COMA

Sr. D. GERMÁN MARCOS FERNÁNDEZ

Sr. D. JOSÉ MANUEL PELÁEZ FERNÁNDEZ

Sr. D. ALFREDO JOSÉ PÉREZ FERNÁNDEZ

Sr. D. JESÚS SÁNCHEZ FEITO

Sr. D. JOSÉ RAMÓN BADIOLA GARCÍA

Sr. D. JORDI MERCADER MIRÓ

Sr. D. JEAN LARMANDE

Sr. D. JOSÉ MANUEL AGÜERA SIRGO

Sr. D. JESÚS RUANO MOCHALES

Sr. D. FERNANDO DÍAZ-CANEJA ALONSO

Comité de Dirección

Consejero Delegado

Sr. D. PEDRO ASTALS COMA

Director General

Sr. D. JOSÉ ARMANDO TELLADO

Subdirector General

Sr. D. FCO. JAVIER ECHEVARRÍA

Director de Personas y Desarrollo

Sr. D. LAUREANO CAVIA

Directora de Administración y Finanzas

Sra. Dña. CHARO SUÁREZ

Director de Organización y Sistemas

Sr. D. PEDRO RODRÍGUEZ

NUESTROS ACCIONISTAS



- 1** Central Lechera Asturiana S.A.T.
56,39%
- 2** Compagnie Laitière Européenne (C.L.E.)
27,00%
- 3** Caja de Ahorros de Asturias
10,90%
- 4** Caja Rural de Asturias
5,01%
- 5** Minoritarios
0,70%

NUESTRA ESTRUCTURA SOCIETARIA

Grupo Corporación Alimentaria Peñasanta

100%

Lácteos Zarzalejo, S.L. (Madrid)

Industria láctea

100%

Innova Food Ingredients S.A.

(Siero, Asturias)

Industria láctea

100%

Porlac Comercializao de Lacticinios, L.D.A. (Portugal)

Industria láctea

100%

Cueva del Molín, S.L. (Cabrales, Asturias)

Industria láctea

87%

Vidreres Llet, S.L. (Vidreres, Cataluña)

Industria láctea

51%

Iniciativa Astur Balear S.L. (Menorca)

Sociedad de cartera

44%

Sociedad Asturiana de Servicios Agropecuarios, S.L. (Siero, Asturias)

Pienso

40%

Llet Ato, S.L. (Vidreres, Cataluña).

Comercializadora

24,9%

Biópolis, S.L. (Valencia).

Biotecnología



Instalaciones Innova Food.



A partir de enero de 2012 inicia su actividad **Innova Food Ingredients S.A.**, la nueva denominación jurídica de nuestra filial Galeastur. Este cambio obedece a la definición de una nueva estrategia, desarrollada en un plan de negocio para el horizonte 2012-2015, que surge como respuesta a la creciente demanda mundial de productos e ingredientes lácteos, a la finalización de las cuotas lácteas y al potencial crecimiento de la producción de leche en Europa y, consecuentemente, en España.



Instalaciones Biopolis.



Biopolis S.L. es una empresa biotecnológica participada por CAPSA junto con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Naturex S.A. y Talde Capital Riesgo. Dirige sus esfuerzos al desarrollo de proyectos de I+D+i para empresas del sector agroalimentario y del químico-farmacéutico y cuenta entre sus clientes a las principales empresas de estos sectores, tanto españolas como extranjeras. Para el desarrollo de su actividad dispone de instalaciones autorizadas por la Comisión Nacional de Bioseguridad donde se desarrollan proyectos de bioquímica, genómica y microbiología.

BALANCE 2011: EVOLUCIÓN Y RESULTADOS DE NUESTRO NEGOCIO

El ejercicio 2011, caracterizado por la continuidad de la crisis económica, se cierra con un mantenimiento de la cifra de negocio respecto al ejercicio anterior.

Para entender la evolución del ejercicio es importante destacar dos partes del año claramente diferenciadas: un primer semestre con un crecimiento del 2,5% en el volumen de ventas respecto del año anterior y un segundo semestre afectado por la tendencia negativa en el consumo en la última parte del año.

El resultado del ejercicio se sitúa en **9.795 miles de euros** (2010: 18.528 miles de euros), cifra por deba-



jo del año anterior. Cabe resaltar en dicho resultado el impacto del lanzamiento del **Proyecto APOLO**, dotado de un plan de negocio propio a 5 años y donde se prevé una muy importante actividad inversora para los dos primeros años de vigencia del mismo.

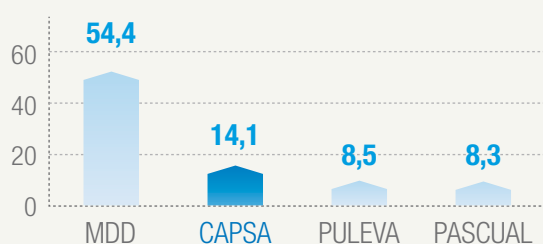
Finalmente destacar que la posición financiera se mantiene firme con una situación de superávit a favor de la Sociedad y un Fondo de Maniobra de 60.257 miles de euros (2010: 52.852 miles de euros).



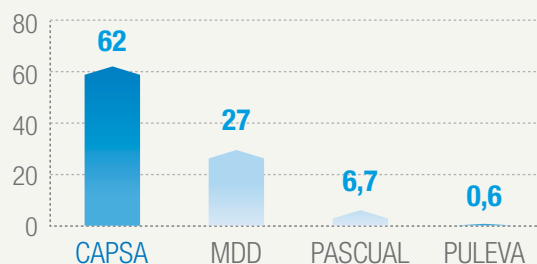
Magnitudes Económicas (miles€)	2009	2010	2011
Importe Neto de la cifra de negocios	723.620	737.499	712.837
Patrimonio Neto	210.165	218.538	222.902
Resultado de explotación	17.464	17.552	3.094
EBITDA	37.652	35.294	21.898
Resultado antes de impuestos	18.281	16.661	6.000
BENEFICIO NETO	17.994	18.528	9.795

NUESTRA PRESENCIA EN EL MERCADO

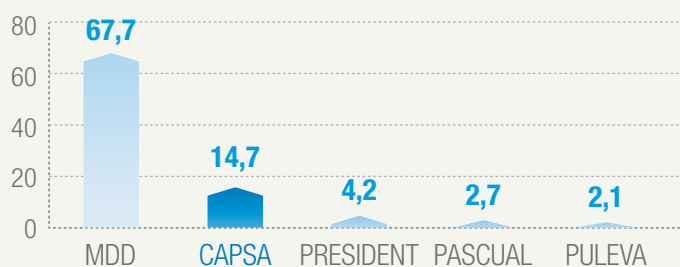
LECHE LÍQUIDA (TAM S.52)



BOTELLA (TAM S.52)

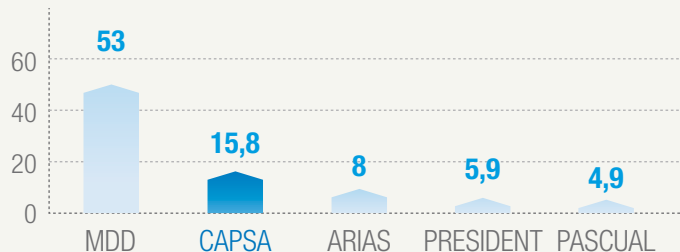


NATA (TAM S.48)

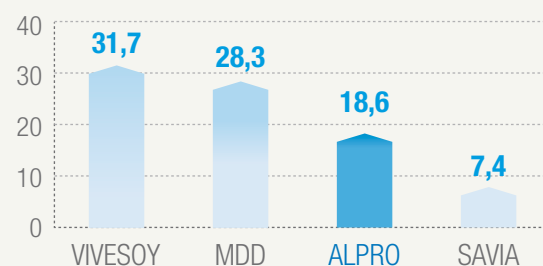


Cuotas de Mercado (%)

MANTEQUILLA (TAM S.48)



SOJA (TAM S.52)



NUESTRAS MARCAS Y PRODUCTOS

Ofrecemos una amplia gama de productos lácteos (leche, yogures, batidos, mantequillas, quesos, salsas, postres) de gran calidad, imprescindibles para llevar una alimentación sana y equilibrada.

Nuestras tres marcas, **Central Lechera Asturiana**, **ATO** y **LARSA**, nos han convertido en líderes en venta de leche líquida, nata y mantequilla.



MARCA NACIONAL LÍDER EN EL SECTOR





ATO MARCA LÍDER DE VENTAS EN CATALUÑA



MARCA LÍDER DE VENTAS EN GALICIA





NUEVOS LANZAMIENTOS



A la conquista de **nuevos espacios** en el mercado lácteo.

+
Más natural, más fácil y más eficaz.



CANAL GRAN CONSUMO. NUEVOS PRODUCTOS MÁS SALUDABLES

LECHES ESPECIALES

En nuestra preocupación por ofrecer lo mejor a nuestros consumidores y responder a sus demandas y expectativas, trabajamos continuamente en la innovación de nuevos productos, lanzándonos en 2011 a la conquista de nuevos espacios en el mercado lácteo a través del proyecto más ambicioso de nuestra historia, el **Proyecto APOLO**. Este proyecto se asienta en el firme propósito de liderar el mercado de leches especiales.

Nuestra nueva línea de productos funcionales constituye una forma rápida de modificar sin esfuerzo nuestros hábitos alimenticios, garantizando la mejor relación eficacia-precio y la mayor naturalidad.

Presentamos tres nuevas leches funcionales en un formato totalmente innovador y revolucionario, **Tetra Evero Aseptic**, que aúna las mayores ventajas del cartón y del plástico.

Jalea Vital

Leche enriquecida con jalea real, rica en aminoácidos esenciales, ácidos grasos, vitaminas y minerales. Contribuye al normal rendimiento energético del metabolismo.

Naturcol

Leche enriquecida con esteroides vegetales que bloquean la absorción del colesterol antes de que llegue a la sangre.

Fibra

Leche enriquecida que aporta el 40% de la cantidad recomendada de fibra en cada ración. Constituye una buena alternativa para mejorar el tránsito intestinal.



SOJA

También hemos incorporado nuevos productos en el segmento de la soja:

- **Alpro Soja Chocolate Light y Alpro Soja Cocina.**

Tienen las propiedades nutritivas de la soja, baja en grasas saturadas y fuente de calcio y vitaminas.



Alpro Soja Chocolate Light
y Alpro Soja Cocina



PRODUCTOS CANAL DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hemos incorporado tres nuevas referencias:

- **Nuevo envase de mantequilla ligera más cómoda y fácil de untar.**

Micro barqueta de 10 g.

- **Mantequilla Beta.**

En formatos de 5 kg y 25 kg.

- **Nueva línea de confituras extra. Frutánea.**

Se presentan 3 variedades: ciruela, fresa y melocotón en formato de 20 g.

Frutánea, Mantequilla microbarqueta,
y Mantequilla Beta



NUESTROS CENTROS DE PRODUCCIÓN Y DELEGACIONES POR TODA ESPAÑA



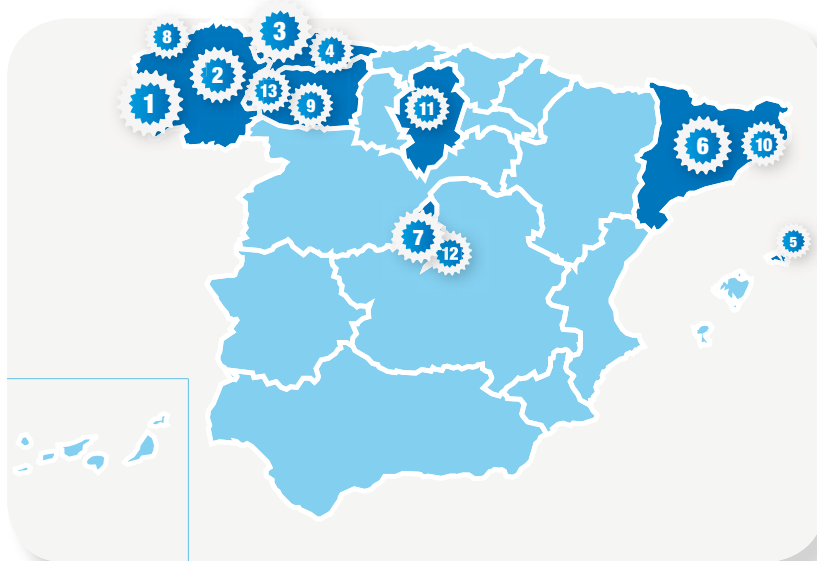
CENTROS DE PRODUCCIÓN

- 1** Fábrica **Vilagarcía de Arousa**
Yogur y quesos naturales.
- 2** Fábrica de **Outeiro de Rei**
Leche UHT, productos en polvo, mantequilla industrial.
- 3** Fábrica de **Granda**
Leche UHT, batidos, nata, mantequilla, leche en polvo, yogur.
- 4** Fábrica **Cueva del Molín**
Queso cabrales.
- 5** Fábrica de **Menorca**
Leche UHT.
- 6** Fábrica de **Vidreres**
Leche UHT.
- 7** Fábrica de **Zarzalejo**
Leche UHT, nata y batidos.



DELEGACIONES Y OFICINAS COMERCIALES

- 8** Delegación **Coruña.**
- 9** Delegación/Oficina comercial **León.**
- 10** Oficina comercial **Barcelona.**
- 11** Delegación **Burgos.**
- 12** Oficina Comercial **Madrid.**
- 13** Delegación **Ponferrada.**





PONIENDO EN ALZA EL VALOR DE NUESTRAS MARCAS



CENTRAL LECHERA ASTURIANA

En 2011 Central Lechera Asturiana ha reforzado la comunicación con el objetivo de explicar la diferencia y superioridad de la marca frente a la competencia.

Nuestra estrategia de comunicación se ha centrado en afirmar nuestra apuesta por el origen, el sabor y la calidad con el objetivo de posicionar a **Central Lechera Asturiana** como lo que es, “**Lo mejor por naturaleza**”.



PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

Central Lechera Asturiana, consciente del importante papel que desempeñan las redes sociales, se afianza en ellas con el aumento de sus seguidores tanto en el perfil de **Facebook** corporativo de la marca, como en el del **Club de Fidelización** y en **Twitter**. En las dos páginas de Facebook y Twitter nos siguen un total de **56.448 personas** con las que estamos en contacto a tiempo real. Nuestros seguidores son los primeros en enterarse de nuestros spots, promociones y nuevos productos.

ATO



Durante dos meses se ha llevado a cabo un nuevo proyecto de búsqueda de nuevos canales de comunicación en sintonía con la marca. Los propios consumidores han probado, opinado y difundido las cualidades y atributos de **ATO NATURA**, convirtiéndose en prescriptores de la marca.



LARSA



La comunicación de **LARSA** se ha centrado en transmitir la apuesta de la marca por su origen gallego asentándose sobre tres valores: **permanencia, pertenencia y experiencia**.



Campañas Central Lechera Asturiana:

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE LA NATURALIDAD Y EL SABOR DE LOS PRODUCTOS REFORZANDO EL MENSAJE DE CALIDAD DE NUESTRA LECHE.

Lanzamiento Productos APOLO: realizamos una campaña multisoporte de los tres productos Apolo, Jalea Vital, Fibra y Naturcol, que nos ha permitido alcanzar de una forma más cualitativa a nuestro público objetivo. Cada producto ha contado, además, con la presencia de rostros conocidos, que han servido de prescriptores, ayudando así a incrementar su notoriedad y recuerdo. Esta campaña ha tenido un gran refuerzo en internet ya que se han desarrollado micrositos informativas de cada uno de los tres productos que han servido de actualización y dinamización constante para las redes sociales (Facebook y twitter).

Historias de la Leche: lanzamiento de la nueva campaña de comunicación de Central Lechera Asturiana a través de una campaña multimedia que se ha servido de soportes online, televisión, radio y prensa.

El Pastizal: es la acción promocional más importante del año que busca reforzar el compromiso con los consumidores premiando su fidelidad con 3 sorteos de 60.000 euros cada uno.

El Viaje de Tu Vida: Promoción en la que se han sorteado 25 viajes para dos personas en una acción de cobranding con Iberia con objeto de premiar la fidelidad del consumidor.

Plan de Degustación de Botequilla: acción desarrollada en los parkings de los principales hipermercados y en entornos urbanos céntricos con el objetivo de potenciar la prueba del producto.

Pruébala gratis: promoción de Alpro Soja con el objetivo de que el consumidor pudiera degustar el producto gratis.

Cestas de Navidad 2011: Otro año más hemos puesto en marcha nuestro tradicional sorteo de Cestas de Navidad contando con la colaboración de Navidul. En esta edición 2011 hemos repartido un total de 300 cestas durante todo el mes de diciembre. Como novedad hemos incorporado un juego online “CestAsturiana”, una aplicación diseñada para smartphones con el objetivo de que los usuarios pudieran participar y completar la cesta de Navidad.



Historias
de la Leche



2. POR LOS VALORES EN LOS QUE CREEMOS

Mantenemos nuestro compromiso
en todas nuestras decisiones.



No entendemos una manera de hacer negocios que no sea desde la responsabilidad, si a ello le sumamos la actual coyuntura económica y la creciente preocupación por los problemas sociales y ambientales, la Responsabilidad Social Corporativa adquiere una dimensión vital para nosotros.

**En CAPSA creemos
que apoyando a la sociedad
y al entorno en el que operamos
aseguramos nuestro porvenir.**

NUESTRA VISIÓN

Ser la mejor empresa
alimentaria de leche,
derivados y productos
afines, generando
crecimiento rentable
a través de la gestión
de las marcas,
sustentada en equipos
con fuerte liderazgo,
desde el compromiso,
la delegación y el
desarrollo profesional.



Sabemos que incrementar el valor de nuestras marcas y nuestros productos solo es posible con la puesta en práctica de políticas responsables, impulsando cambios positivos a lo largo de toda nuestra cadena de suministro que en ningún caso comprometan las necesidades de las generaciones futuras.

Nuestro modelo de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa da respuesta al objetivo de crear valor para nosotros y para nuestros grupos de interés, apoyándose en una visión, unos valores y un compromiso sobre los que se asienta nuestro negocio.

NUESTROS VALORES CORPORATIVOS



COMPROMISO

INICIATIVA
CONFIANZA
RESPONSABILIDAD



PROFESIONALIDAD

ORIENTACIÓN AL CLIENTE
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
GENERACIÓN DE VALOR



LIDERAZGO

GESTIÓN DEL CAMBIO
DESARROLLO DE PERSONAS
TRABAJO EN EQUIPO

NUESTRO COMPROMISO

Todas y cada una de las personas que integramos el grupo CAPSA, velamos para que se cumpla el compromiso adquirido por

nuestra Compañía a través de diferentes políticas de gestión que garantizan en todo momento el cumplimiento de nuestros valores.

CON EL ORIGEN

- Compromiso con el desarrollo local y regional.
- Fomento de la cultura tradicional.
- Generación de empleo estable de calidad en las zonas en las que operamos.
- Mantenimiento de lazos duraderos con nuestros grupos de interés locales.
- Impulso del crecimiento del sector empresarial regional.
- Profesionalización del sector primario.

CON LA HONESTIDAD

- Desarrollo de una oferta competitiva de nuestros productos apoyando a los consumidores.
- Fomento de estabilidad en el precio de la leche respetando siempre al ganadero.
- Impulso de diálogo permanente, transparente y continuo.
- Difusión de nuestra visión, valores y pilares estratégicos que guían la operación responsable de nuestra Compañía.



CON LA NATURALIDAD Y LA SALUD

- Fomento de un estilo de vida saludable en la sociedad.
- Elaboración de productos saludables que ayuden a prevenir enfermedades.
- Generación de conocimiento, orientación y difusión de información para una alimentación y unos hábitos más sanos.



Desde la adhesión de CAPSA al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en septiembre de 2009, renovamos anualmente nuestro compromiso con los Diez Principios que lo configuran vinculados al respeto de los derechos humanos y laborales, la lucha contra la discriminación en el empleo o en el desarrollo de enfoques orientados a la protección ambiental.

Publicamos nuestros avances en los Informes de Progreso disponibles en:

www.pactomundial.org





CON LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD

- Llevar la innovación a todos los ámbitos de la Compañía promoviendo una cultura participativa y emprendedora.
- Búsqueda de la excelencia en la calidad de nuestros procesos.
- Aseguramiento de la calidad y seguridad alimentaria.
- Incremento de la productividad en nuestros procesos.

CON NUESTRO EQUIPO HUMANO

- Fomento de la estabilidad laboral.
- Apuesta por la conciliación de la vida profesional y personal.
- Impulso del modelo de gestión de personas basado en el liderazgo.
- Formación de calidad, adaptada y específica a las necesidades de nuestro equipo.
- Fomento de la comunicación eficaz y continuada entre los empleados y la empresa.
- Convertir a nuestros empleados en el motor de la innovación.

CON EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE

- Incorporación de la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de suministro.
- Mejora de nuestra productividad y eficiencia.
- Minimización de los impactos sobre la biodiversidad.
- Reducción de los consumos de recursos: hacer más con menos.
- Fomento de la eficiencia energética y de la lucha contra el cambio climático.
- Diseño de productos desde un punto de vista sostenible.



En nuestro afán por contribuir a la construcción de una sociedad más justa, solidaria y sostenible firmamos en 2011 el **Manifiesto por la Corresponsabilidad**, cuyas principales líneas de actuación se centran en el desarrollo sostenible, la lucha contra la pobreza o la precariedad laboral, la equidad social y de género, el respeto a la diversidad cultural, la defensa de los dere-

chos humanos y laborales y la inserción laboral de colectivos desfavorecidos.



3. POR MANTENER Y REFORZAR NUESTROS LAZOS

Cuidamos nuestra relación con consumidores,
clientes, ganaderos y proveedores.



Intensificamos nuestros esfuerzos para crear valor a lo largo de toda nuestra cadena de suministro (de la granja a la casa), fortaleciendo nuestros vínculos con ganaderos, proveedores, clientes y consumidores.



Su opinión es la mejor referencia para saber si lo estamos haciendo bien y para diseñar nuestra estrategia como Compañía.



Escuchar lo que nos dicen, manteniendo un diálogo directo y transparente, nos ayuda a mejorar cada día.

Afrontar con éxito los constantes desafíos a los que se encuentra expuesto nuestro negocio depende en gran medida de nuestra capacidad para construir puentes sólidos de relación con todos nuestros grupos de interés.



COMUNICÁNDONOS

CON NUESTROS CONSUMIDORES

La rápida evolución de la sociedad actual y la situación de la economía española, se refleja en los hábitos de compra de los consumidores españoles, surgiendo así un concepto de consumidor más racional y planificado.

Para nosotros, el consumidor es clave y por eso trabajamos con los principales institutos de investigación, GFK, TNS, MillwardBrown y Kantar entre otros. Con ellos, realizamos un gran número de estudios, buscando un doble objetivo: entender al consumidor y dar respuesta a sus necesidades actuales y futuras desarrollando productos más eficaces, más fáciles de consumir y más naturales.

Hemos visto correspondidos nuestros esfuerzos por mejorar ya que **Central Lechera Asturiana es la marca preferida por los españoles por su sabor y su calidad**, mérito reconocido tanto por el estudio de compra libre realizado por **FOCUS Estrategia** como por los **Premios Sabor del Año** otorgados en 2011 (a la leche UHT en brik y botella Central Lechera Asturiana y a Alpro Soja y Alpro Soja Ligera de Central Lechera Asturiana).

8,5
sobre 10

de
satisfacción
de consumidores
contactados

**Esta recompensa
es la que nos incentiva,
día a día, a seguir trabajando
por y para el consumidor.**

Hemos rediseñado nuestro **servicio de atención al consumidor** mejorando su calidad y ganando en agilidad y eficiencia gracias a la ampliación de su horario, seguimiento digital on-line del tratamiento de las llamadas recibidas e integración de un nuevo servicio nutricional.



Asimismo realizamos encuestas al 100% de las llamadas de nuestros consumidores, lo que nos permite conocer su satisfacción sobre la gestión de sus demandas, así como su fidelidad y la percepción que tienen de nuestra marca.

Buscamos establecer una relación de tú a tú con nuestros consumidores para aumentar nuestro vínculo emocional con ellos y conocer su opinión sobre nosotros. Para conseguirlo hemos promovido diferentes acciones de información sobre productos, promociones y premios en las redes sociales (*Facebook* y *Twitter*) y en nuestras webs.



Con nuestro club **Central Lechera Asturiana** premiamos la fidelidad de los consumidores a nuestra marca mediante el canjeo directo de puntos por regalos:

www.clubcentrallecheraasturiana.com



20%
menos

**reclamaciones
por millón de
litros vendidos
que en 2010***

*Solo 0,57 reclamaciones/mill. L.
vendidos de nuestros clientes TOP30
(suponen el 75% de la facturación).

CON NUESTROS CLIENTES

Durante los dos primeros meses de 2011 y antes de su lanzamiento al mercado, CAPSA presentó a sus principales clientes su **proyecto más innovador e importante destinado a la conquista del mercado de leches especiales: APOLO**.

La presentación de APOLO tuvo una gran acogida, tanto por su contenido, dada la novedad y propiedades de los nuevos productos, como por la original forma de llevarla a cabo.

Asimismo **APOLO** se presentó también de manera individualizada a nuestros clientes top con una aceptación muy positiva por parte de éstos, consiguiendo un alto nivel de referenciación.

Para conocer en todo momento las inquietudes y solucionar sus dudas o reclamaciones, mantenemos un estrecho contacto con nuestros clientes. Disponemos de una herramienta (*Customer Relationship Management*) que nos permite un mejor conocimiento de sus necesidades y de nuestros elementos de fallo, y seguir esforzándonos cada día en reducir el tiempo de resolución de incidencias.

Además hemos desarrollado un **Servicio de Atención al Cliente (SIAC)** que integra en un macro proceso toda la estructura necesaria para gestionar del pedido al cobro, con objeto de personalizar el servicio y conseguir un único punto de contacto con el cliente.

En 2011 hemos creado el **Portal del Distribuidor**, herramienta que nos facilita la relación con nuestros clientes de **Hostelería y Restauración**. Poco a poco van siendo cada vez más los distribuidores que tienen acceso a este portal, permitiéndonos mejorar el sistema de pedidos y ventas, y dando un mejor servicio en general.

APOYANDO EL DESARROLLO DEL ENTORNO RURAL

Conscientes de las dificultades actuales del sector lácteo y el esfuerzo y sacrificio que supone sacar adelante una explotación ganadera, queremos proteger e incentivar nuestro campo para que, juntos, podamos afrontar con éxito el futuro.

100%
de recogida

de leche
**en la Península
Ibérica**

casi
900
millones de
litros de leche

**comprados
en 2011**

Para ello, ajustamos el precio de nuestros productos respetando siempre el precio que se paga al ganadero.

Asimismo trabajamos en estrecha colaboración con el sector para garantizar el desarrollo de las explotaciones ganaderas en todas las Comunidades Autónomas en las que operamos, contribuyendo al impulso y progreso de las zonas rurales.

Por ello, mantenemos un contacto permanente y directo con los ganaderos proporcionando asesoramiento técnico desde el punto de vista higiénico-sanitario y económico, con objeto de tener una materia prima de máxima calidad desde el origen.



Abastecimiento materia prima España 2011

1 ASTURIAS
Volumen (miles L) **346.194**
Sobre el total **39,04%**

2 GALICIA
Volumen (miles L) **308.445**
Sobre el total **34,79%**

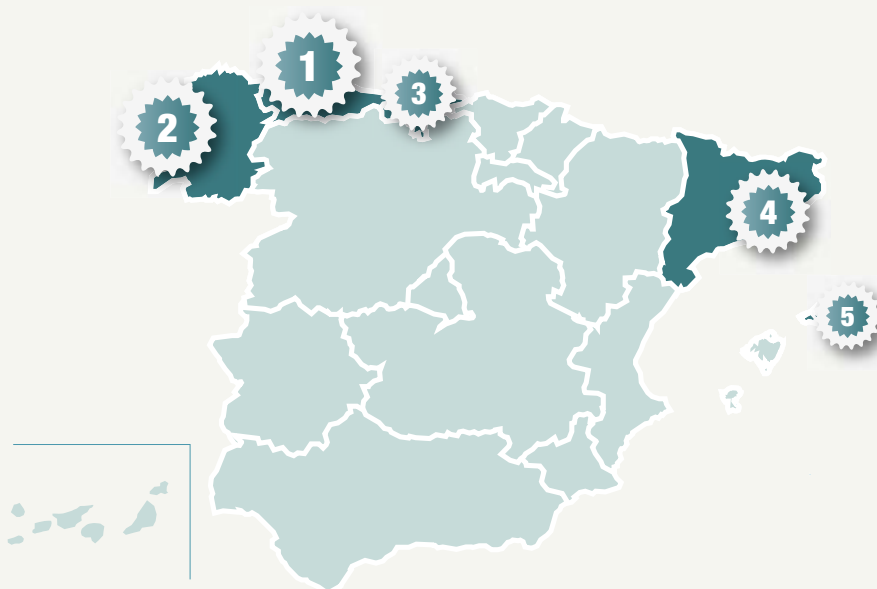
3 CANTABRIA
Volumen (miles L) **60.962**
Sobre el total **6,88%**

4 CATALUÑA
Volumen (miles L) **135.174**
Sobre el total **15,24%**

5 MENORCA
Volumen (miles L) **23.746**
Sobre el total **2,68%**

6 OTROS
Volumen (miles L) **12.191**
Sobre el total **1,37%**

TOTAL
Volumen (miles L) **886.712**



CONSTRUYENDO PUENTES

**Colaboramos con entidades
y empresas de primera línea
con objeto de buscar sinergias
e intercambiar modelos
de trabajo para ir más allá
de una mera relación comercial.**

Compartir conocimientos, experiencia, trabajar y aprender conjuntamente nos ayuda a impulsar nuestra innovación, a la vez que nos permite estar en continua evolución.

De esta forma, optimizamos nuestros procesos, productos y servicios para tratar de responder eficazmente a las necesidades de nuestros clientes y conseguir así que 1 +1 sumen 3.

De entre todas las colaboraciones que mantenemos con múltiples organizaciones, hay algunas que merecen ser destacadas como **alianzas estratégicas**, ya que nos permiten convertir oportunidades en proyectos de éxito, ya sea en productos y/o servicios innovadores o bien en nuevas formas de gestión:



Se ha colaborado estrechamente en el lanzamiento de nuestras nuevas leches funcionales **Fibra, Jalea Vital y Naturcol**.



Se coopera en redes logísticas y optimización energética, entre otros muchos proyectos en común.



Se trabaja conjuntamente para la optimización logística en Baleares y Canarias y en la integración de herramientas de innovación comunes.



Destacan las colaboraciones en incorporación de nuestros productos en tiendas REPSOL y de beneficios sociales a nuestros empleados con la tarjeta SOLRED.



Se desarrollan proyectos conjuntos en optimización de envases.



Asimismo mantenemos sólidas relaciones con otros proveedores de las que surgen proyectos de mejora que crean valor para todos.



hc energía



serac



LA RECOMPENSA AL TRABAJO BIEN HECHO

CAPSA, RECONOCIDA Y ADMIRADA EN REPUTACIÓN POR LOS CONSUMIDORES

Entendemos la reputación como una percepción que los grupos de interés tienen de nuestra Compañía, forjada por el cumplimiento de nuestros compromisos hacia ellos que ven así atendidas las expectativas generadas por nuestras promesas.



Según el estudio RepTrak Pulse España 2011 realizado por el Reputation Institute, un año más **CAPSA** se sitúa como la **primera empresa láctea de capital español con mejor reputación**, y en el noveno puesto del total de las 126 empresas más grandes y reconocidas que operan en España.

El estudio, que ha sido realizado sobre una muestra de 4.205 consumidores y 16.181 valoraciones, mide la admiración, respeto, confianza y buena impresión que una empresa despierta entre sus grupos de interés.

La reputación corporativa se analiza en 7 dimensiones: oferta de productos y servicios, entorno de trabajo, ciudadanía, innovación, integridad/ética, liderazgo y resultados financieros.

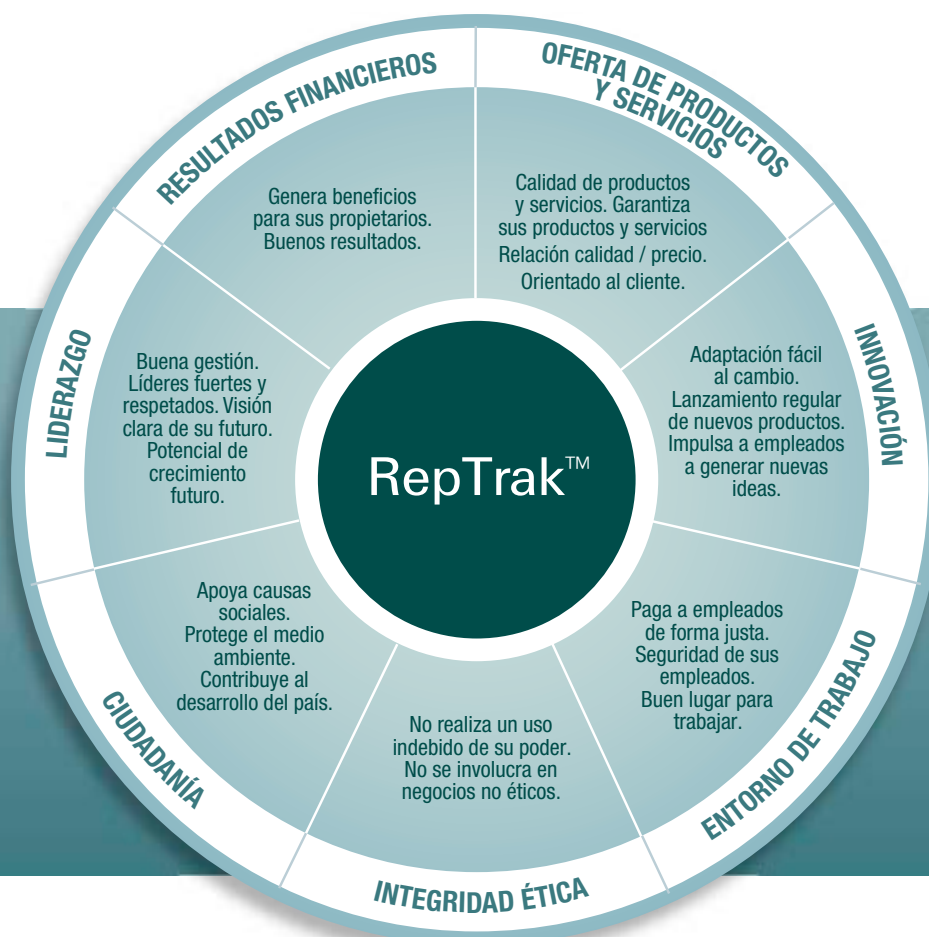
CAPSA es la primera empresa láctea española en productos y servicios, ciudadanía e integridad/ética.

1ª
empresa láctea

del ámbito nacional
con mejor reputación
(Reptrak Pulse España 2011)

9ª
empresa más admirada

de las 126 empresas
más grandes y reconocidas que operan en España
(Reptrak Pulse España 2011)



NUESTRA MARCA CENTRAL LECHERA ASTURIANA, NUEVAMENTE GALARDONADA

Central Lechera Asturiana ha conseguido la denominación de **“Superbrands”** entre más de 1.500 enseñas registradas en España por el liderazgo de su marca, su permanencia y trayectoria en el mercado, la percepción positiva que de ella tienen los consumidores así como la fidelidad y aceptación que en éstos encuentra.



CONSUMER
Superbrands



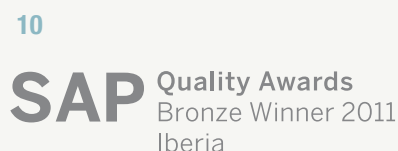
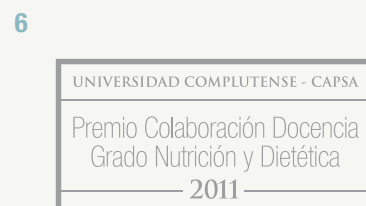
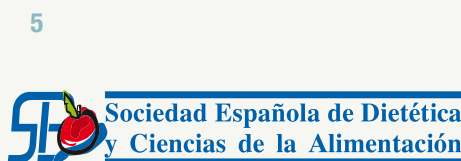
Con presencia en más de 80 países, “Superbrands” es la primera autoridad mundial en el campo del branding y el marketing de marcas, con lo que el sello “Superbrands” es sinónimo de “Marca de Excelencia”.

Este sello destaca aquellas marcas que alcanzan una posición de prestigio dentro de su mercado ofreciendo garantías significativas con respecto a su competencia.



La valoración ha sido realizada por más de 3.000 consumidores particulares y por un Consejo de Expertos del mundo de la comunicación y el marketing.

NUESTROS PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



1. Sello Madrid Excelente: Marca de calidad de la Comunidad de Madrid que reconoce y certifica la excelencia en la gestión empresarial.

2. Sello EFR (Empresa Familiarmente Responsable): Sello otorgado **por el más alto nivel de compromiso** en materia de conciliación e igualdad.

3. Sello EFQM (European Foundation for Quality Management) con 375 puntos: Reconocimiento social **por la mejora continua en la gestión empresarial** hacia la excelencia.

4. Premio al Área de nutrición y salud por la gran labor de concienciación y desarrollo de actividades ligadas a la nutrición: Otorgado por la **Asociación de Dietistas-Nutricionistas de la Región de Murcia (ADINMUR)**.

5. Premio al mejor departamento de nutrición de empresa alimentaria: Otorgado por la **Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA)** en su VII Congreso Internacional.

6. Premio a CAPSA otorgado por la **Universidad Complutense** en la **colaboración de la docencia** del grado de Nutrición y Dietética **y su contribución en la divulgación de hábitos saludables** en la población.

7. Premio del Observatorio de la Comunicación Interna 2011: 2º Premio en la categoría de Portal del Empleado.

8. Premio a la mejor iniciativa en Responsabilidad Social y Sostenibilidad: El Bosque Central Lechera Asturiana ha sido galardonado en los **II Premios Corresponsables** en la categoría "Gran Empresa".



Por todo ello, queremos dar las gracias
a nuestros consumidores:

Gracias

**POR AYUDARNOS
A SER MEJOR DÍA A DÍA**



13



14



15



9. Premio **“Cegos y Equipos & Talento 2011”**: Reconocimiento de **las mejores prácticas en materia de Recursos Humanos**, en la categoría de “Comunicación Interna”.

10. Medalla de Bronce en los **“SAP Quality Awards 2011”**.

11. Premio **“Impulso TIC”** por la Estrategia de Sistemas IT.

12. Premio **“Premi President Macià”** al trabajo en la categoría de Responsabilidad Social Empresarial.

13. Premio **“Sabor del año 2011”** por Alpro Soja y Alpro Soja Ligera de Central Lechera Asturiana: Elegidas por los consumidores en la categoría de bebidas de soja.

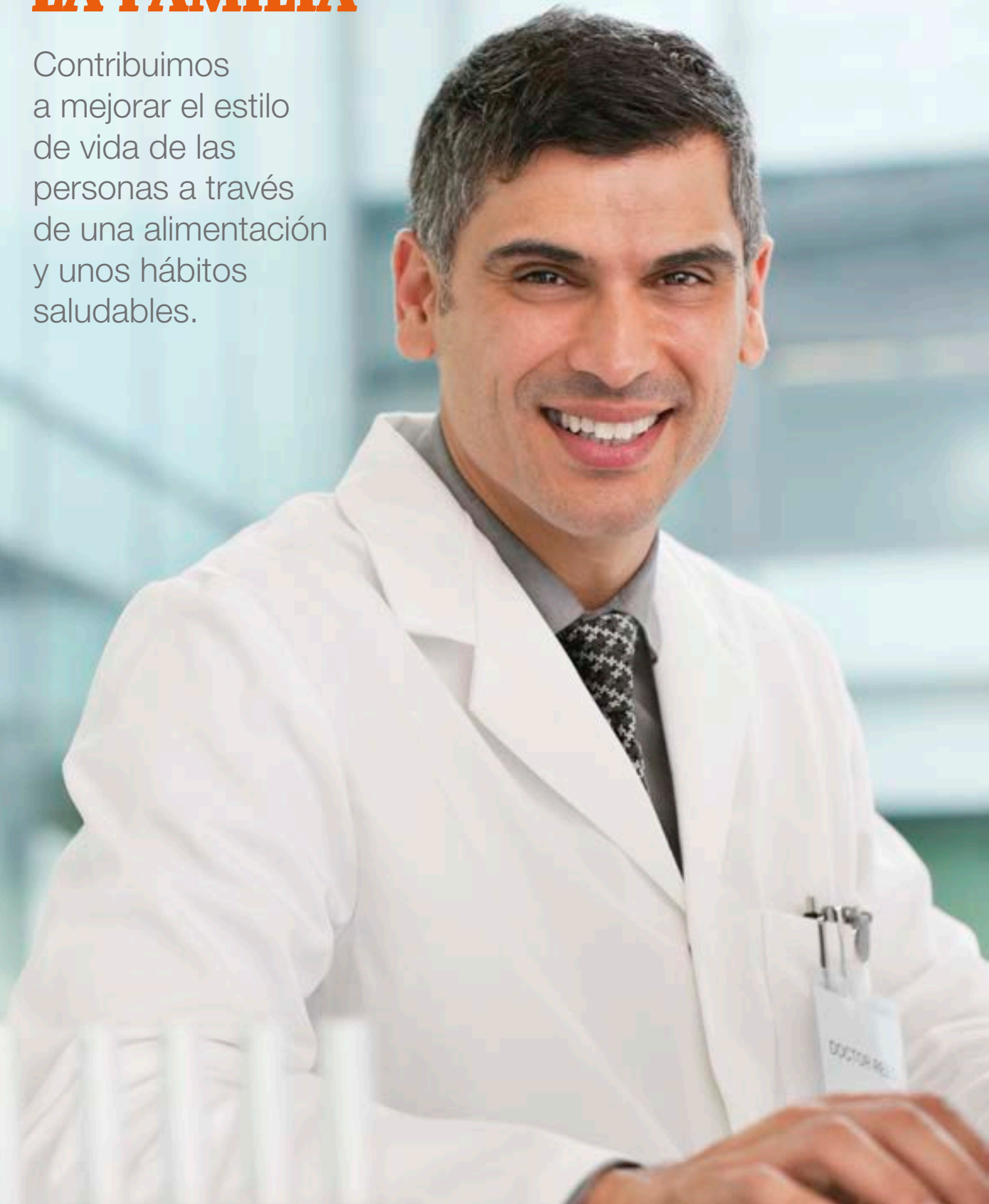
14. Premio **“Sabor del año 2011”** por la leche UHT en brik y botella Central Lechera Asturiana: Elegida por los consumidores por su sabor, naturalidad y calidad.

15. Superbrand: **Marca de Excelencia 2011**.



4. POR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE PARA TODA LA FAMILIA

Contribuimos
a mejorar el estilo
de vida de las
personas a través
de una alimentación
y unos hábitos
saludables.



**Como empresa láctea
líder sentimos
la responsabilidad
de aportar salud
a la sociedad.**



**Por eso realizamos
campañas de información
sobre la importancia
que tiene una correcta
alimentación y la práctica
habitual de actividad física.**

**Asimismo invertimos
en investigación nutricional
y en el desarrollo de nuevos
productos para el cuidado
de la salud.**



EL PRIMER PASO PARA **TENER** UNA BUENA SALUD ES **SABER** COMO **PRESERVARLA**

Para ello realizamos diversos programas de nutrición que promueven la necesidad de una buena alimentación y la práctica de actividad física como hábitos fundamentales para llevar una vida más saludable.

EMPEZAR DESDE PEQUEÑOS

Un año más realizamos la campaña “**Desayunos Saludables**”, mostrando a los niños los alimentos que se deben incluir en un desayuno equilibrado. Además iniciamos el programa “**Profesor de Nutrición**”, que refuerza los conceptos nutricionales básicos a los más pequeños.

MEJORAR LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS

Siguiendo la línea de colaboración con la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA), participamos en la jornada “**Mejorar su alimentación, mejorar su salud**” enmarcada en el Congreso “**Oviedo, Ciudad Saludable**”. Este congreso está englobado a su vez dentro del 33º Congreso de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria que reunió a más de 5.000 profesionales de la salud.

También realizamos jornadas similares en distintos ayuntamientos de Madrid. En todas ellas destaca la realización de una evaluación nutricional “*in situ*” que permitió a los participantes conocer su estado nutricional y corregir malos hábitos alimenticios.

9.750
niños
de entre 4 y 10 años

han participado en
**nuestros
Programas de
Nutrición**

5.000
profesionales
de la salud

se dieron cita en el
**33º Congreso de la
Sociedad Española
de Médicos de
Atención Primaria**



**Desayunos saludables
en centros escolares.**



Programa “Profesor de Nutrición”.



**33º Congreso de la Sociedad Española
de Médicos de Atención Primaria.
Noviembre 2011. Oviedo.**

354
trabajadores
y familiares

han recibido formación
**en el Cuidado
de la Salud**



Programa “Cuida tu salud
aprendiendo a alimentarte”.



EL CAMBIO EMPIEZA POR UNO MISMO

Hemos extendido nuestro programa **“Cuida tu salud aprendiendo a alimentarte”** llegando a 5 plantas de la Compañía.

Asimismo, un total de 120 empleados disfrutaron de una segunda edición de las **“Jornadas de la Salud y el Bienestar”** cuyo objetivo sigue en la línea ya iniciada en 2010 de concienciar sobre la importancia de determinados factores sobre la salud como el ejercicio físico, el estrés o la alimentación.

También intervenimos en la realización de diversos cursos de formación como el de **“Nutrición y Alimentación. Elecciones diarias con impacto en la salud”**, en colaboración con la Universidad de Alicante.

NUEVO PORTAL DE SALUD PARA CONSUMIDORES Y PROFESIONALES

En 2011 creamos un nuevo portal de salud:

www.centraldesalud.es

destinado a consumidores, en el que podrán encontrar información sobre temas variados relativos a nutrición general y su relación con la salud. Asimismo se han actualizado los contenidos dirigidos a profesionales.

NUESTRO SERVICIO DE CONSULTA NUTRICIONAL

Hemos puesto en marcha un **nuevo Servicio de Consulta Nutricional** para responder a las dudas que nos planteen los consumidores. Está disponible a través del teléfono de atención al consumidor, nuestras webs corporativas y de *Facebook*.



NUESTRA PARTICIPACIÓN EN PUBLICACIONES

Cooperamos con la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación en la publicación del libro **“Nutrición y alimentación en el ámbito escolar”**. Publicamos la **“Guía de Buena Práctica Clínica en Alimentos Funcionales”** editada por la Organización Médica Colegial de España y autorizada por el Ministerio de Sanidad y Consumo.



ESTAMOS PRESENTES EN LOS MÁS IMPORTANTES FOROS CIENTÍFICOS EN EL CAMPO DE LA NUTRICIÓN Y DE LA SALUD

Realizamos visitas a profesionales de la salud de diversos campos de la nutrición (pediatras, endocrinólogos, nutricionistas, etc.) con el objetivo de que trans-

Participamos en congresos de sociedades médicas, nutricionales y en varias jornadas científicas dando a conocer nuestros productos funcionales explicando la base científica de su eficacia.

mitan a sus pacientes la necesidad de llevar una dieta sana y equilibrada y un estilo de vida saludable para prevenir enfermedades.

- VII Congreso Internacional Nutrición, Alimentación y Dietética (SEDCA).
- VII Congreso Nacional FAECAP. II Congreso regional SEAPREMUR de Enfermería de Familia y Comunitaria.
- 31º Congreso de la Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria.
- 60º Congreso de la Asociación Española de Pediatría (AEP).
- Global Alzheimer's Research Summit.
- V Congreso Asociación Española de Dietistas y Nutricionistas (AEDN).
- XXV Congreso Nacional de la Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y de Atención Primaria (SEPEAP).
- Fens European Nutrition Conference.
- Congreso de la Sociedad Española de Cardiología (SEC).
- 33º Congreso de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN).
- Jornadas de la Salud en colaboración con la Cruz Roja Española.
- Colaboración con la Universidad de Alicante en el Día Nacional de la Nutrición.
- III Jornadas de Dietistas-Nutricionistas Catalanes.
- IV Jornadas de Nutrición ADUNDA 2011.
- XII Jornada Cardiosaludable.



Apoyamos la divulgación científica de la investigación nutricional a través del patrocinio del **“Premio Internacional Hipócrates sobre Nutrición Humana”**. En 2011 ha recaído en la profesora María Luisa Fernández Sánchez por su trabajo “La eficiencia de la suplementación de yodo durante la lactancia”.



2.523
visitas
informativas

a
profesionales
de la salud
durante 2011

51.000
consumidores
informados

en diferentes
centros
del territorio
español



**Entrega Premio Internacional
Hipócrates sobre Nutrición Humana.**
Diciembre 2011.

En primera persona

“Fue para mí un gran honor recibir el Premio Internacional Hipócrates de Investigación Médica sobre Nutrición Humana 2010, que otorga la Real Academia de Medicina del Principado de Asturias, con el patrocinio de CAPSA. Mediante este premio CAPSA estimula el trabajo de quienes nos dedicamos al estudio de la nutrición humana y a la búsqueda de alternativas dirigidas a mejorar la nutrición y salud de la población.

*Es un gran acierto de CAPSA el entregar este premio, ya que la evidencia científica documenta claramente que la nutrición a lo largo del curso de la vida es uno de los pilares no solo de la salud, sino del desempeño físico y mental, y por ende del desarrollo humano y social. El premio fue otorgado a mi trabajo titulado **“La leche como un alimento útil para la prevención y control de anemia, deficiencia de hierro y desnutrición en países de ingresos medios y bajos.”***

El trabajo documenta los efectos poblacionales de productos elaborados con leche, que produjeron importantes mejoras en el estado nutricional de los menores de 5 años en México, un país que enfrenta la doble carga de la mala nutrición, tanto por deficiencias como por excesos.

Un motivo de satisfacción personal es haber recibido este premio de una institución Española. A México y España nos unen nuestra historia compartida, nuestra afinidad cultural, nuestros valores y nuestra lengua. En lo personal, me siento muy identificado con España, por ser nieto de una mujer española y por mantener estrechos lazos con mis parientes españoles.

Agradezco la generosidad asturiana y la de CAPSA, mostrada al otorgar este premio a un colega extranjero, habiendo tantos investigadores notables en España y en Asturias.”

Juan Ángel Rivera Dommarco

Director del Centro de Investigación en Nutrición y Salud. Instituto Nacional de Salud Pública. Cuernavaca, Morelos. México.



5. POR UN MAÑANA MEJOR PARA NUESTROS HIJOS

No sabemos cómo será el futuro, pero podemos ayudar a crearlo con investigación, creatividad y voluntad de mejorar.



INVIRTIENDO EN FUTURO



La innovación es uno de nuestros pilares estratégicos. Buscar nuevas y mejores formas de hacer las cosas nos permite captar oportunidades y adaptarnos rápidamente a las necesidades de un mercado cada vez más cambiante.

Nuestra innovación no apunta solo a nuevos productos, procesos o servicios, sino también a nuevos métodos y herramientas de trabajo, nuevas maneras de gestionar nuestros recursos y nuevas vías de llegar a los clientes.



Innovación 360°: hemos dado un giro al modelo de innovación tradicional porque queremos llevar la innovación a todos los ámbitos de nuestra Compañía.

Buscamos cambios que nos generen valor en tres ejes básicos:



COMERCIAL (marca, productos, servicios y canales)



TECNOLÓGICO (procesos)



ORGANIZATIVO (gestión y personas)

En 2011 desarrollamos nuestro Plan Estratégico de la Innovación, basado en la promoción de una cultura participativa y emprendedora en la que todos puedan aportar ideas, ya que entendemos que las personas son el verdadero motor de la innovación.



El objetivo del Plan es definir nuestras líneas de actuación y desarrollar proyectos que nos permitan mantener nuestro liderazgo.

Algunas de ellas están relacionadas con la seguridad alimentaria, la tecnología de procesos, el desarrollo de nuevos productos, la sostenibilidad o la nutrición.

Todas las ideas, las fuentes de información y propuestas propias y ajenas alimentan a nuestro **Portal de la Innovación**. En 2011 recaudó más de 220 ideas llegando así a tener **más de 400 ideas en la actualidad**.



Trabajamos con un Comité Científico, integrado por investigadores de reconocido prestigio en diferentes áreas científico-tecnológicas, que además de aportar ideas nos asesora en la ejecución de nuestro **Plan Estratégico de Innovación** proponiéndonos oportunidades que impliquen valor para nuestra Compañía.

En primera persona

"Puede parecer exagerado escuchar que la excelencia y la innovación son atributos que se muestran en nosotros, expresando una actitud comprometida con valores compartidos con los que desean una sociedad mejor, más justa y feliz.

Ésta es la realidad de CAPSA, una empresa inquieta y vibrante profesionalmente, pero firme y responsable para preservar sus rasgos, idiosincrasia y naturaleza."

Andoni Luis Aduriz
Restaurante Mugaritz



mugaritz

PROYECTOS

En 2011 hemos colaborado con centros tecnológicos, empresas y universidades nacionales e internacionales en el desarrollo de 5 proyectos de investigación basados en tecnología de procesos y optimización de recursos.



NUESTRA MAYOR APUESTA: PROYECTO APOLO

En 2011 lanzamos nuestro proyecto de innovación más relevante y ambicioso, **APOLO**, que con un plan de negocio a 5 años supone una inversión de 100 millones de euros hasta 2015. El objetivo de Apolo es liderar el sector de la leche líquida a través de la conquista del mercado de leches especiales.

La nueva gama de productos de Apolo está formada por **Fibra, NaturCol y Jalea Vital**, que además de ser leches enriquecidas beneficiosas para la salud, presentan un innovador envase que combina cartón y plástico.

Para su diseño hemos trabajado conjuntamente con **Tetra Pak** logrando un envase con una mayor facilidad de vertido, un mejor agarre y un efectivo cierre hermético.



Participamos también en el **proyecto europeo NUA-GE**, financiado por el VII Programa Marco, sobre nuevas estrategias alimentarias para resolver las necesidades específicas de las personas mayores con el fin de sustentar un envejecimiento saludable en Europa.

Asimismo **hemos trabajado en más de 40 proyectos de innovación de producto**, además de continuar con las líneas de investigación ya abiertas derivadas de los proyectos CENIT, **SENIFOOD** y **HENUFOOD** (financiados por el Consorcio Nacional CDTI), dedicados a la investigación estrictamente nutricional de alimentos, ingredientes y tecnologías específicas para mejorar la calidad de vida de las personas mayores y de mediana edad.

También continúan en desarrollo los proyectos **BIO-GÁS** para la valoración energética de subproductos procedentes de la industria láctea y **BIOPLAST** para el aprovechamiento de suero lácteo para la obtención de bioplásticos mediante biotecnología.



NUESTRA APUESTA POR LA EXCELENCIA

Es por ello que desde 2009 hemos iniciado el camino hacia la excelencia con la implantación del modelo **EFQM** (European Foundation for Quality Management) en todas las áreas de nuestra Compañía.

A lo largo de este año hemos continuado avanzando en los planes de mejora derivados de nuestra evaluación EFQM, siendo nuestro objetivo superar los 500 puntos en la siguiente evaluación.

En un escenario fuertemente competitivo, dinámico y en continua evolución es necesario reinventarse día a día, siendo imprescindible cambiar los modelos de gestión previamente existentes.

El modelo **EFQM** nos permite potenciar nuestro nivel de excelencia constituyendo la mejor herramienta de gestión que nos aporta valor añadido a nosotros, a nuestros consumidores y a la sociedad en general.

Durante 2011 continuamos trabajando en varios **proyectos alineados con la cultura de la excelencia**, entre los que cabe destacar los siguientes:



Proyecto Pirámide: revisión de los procesos de negocio orientada hacia la eficiencia operacional y la mejora continua.

Proyecto Marte: desarrollo de un sistema automático de control de los procesos industriales.

Proyecto de Alianzas y Recursos: establecimiento de políticas para la búsqueda de sinergias y mejora de la eficiencia y gestión de las relaciones con socios y proveedores.

Proyecto Grupos de Interés: conocimiento de las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés para prever riesgos y aprovechar oportunidades.

Proyecto Cultura Emprendedora: desarrollo de un nuevo método de trabajo para que todas las personas de nuestra empresa contribuyan a la mejora de los procesos.

CERTIFICACIONES

Además de seguir avanzando en el modelo EFQM, un año más hemos superado satisfactoriamente los requisitos necesarios para el mantenimiento de la marca de garantía Madrid Excelente.



SEGURIDAD ALIMENTARIA Y TRAZABILIDAD

En respuesta a la confianza que día a día depositan nuestros consumidores al escoger nuestra leche y derivados, nos sentimos en el compromiso de suministrar productos que, además de ofrecer la máxima seguridad alimentaria, satisfagan las más altas exigencias de calidad.

Para garantizar su control en el mercado hemos desarrollado un sistema de trazabilidad que permite seguir cualquier producto fabricado en nuestras instalaciones, pudiendo recabar información relevante durante todo el proceso de recogida, producción, análisis, logística y destino.

Todo esto se suma a las **certificaciones ISO 9001, ISO 14001, OSHAS 18001** de nuestras instalaciones que confirman nuestra apuesta por la gestión de la calidad, la seguridad, el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales.

Además hemos sido la **1ª empresa española alimentaria en obtener la certificación conforme a la norma UNE 166002 de Gestión de I+d+i**, logrando integrar y certificar los 4 sistemas en uno único, homogéneo y sistematizado, que implica una mayor grado de operatividad.



6. POR UN TRABAJO DEL QUE NOS SENTIMOS ORGULLOSOS

Tenemos como principios la colaboración, la motivación y el reconocimiento de todos los miembros de nuestro equipo.



Sabemos que invertir en las personas de nuestra Compañía es afianzar nuestro porvenir y, por ello, consideramos que es imprescindible realizar acciones dirigidas a fomentar el crecimiento personal, la creatividad, el trabajo en equipo, la conciliación y la igualdad de oportunidades.

APOSTAMOS POR LAS PERSONAS

Conscientes del valor diferencial que supone contar con un equipo de **personas capacitadas, motivadas y comprometidas**, trabajamos de forma continua en el desarrollo de políticas que impliquen la creación de un entorno motivador que nos permita gestionar el talento de todas y cada una de las personas de nuestra Compañía.

Así surge el proyecto **“Cultura Emprendedora”**, cuyo objetivo es generar un nuevo método de trabajo capaz de canalizar el conocimiento, promoviendo que cada persona se convierta en un emprendedor interno con capacidad para detectar problemas y oportunidades, desarrollando nuevas soluciones que nos aporten valor.

CULTURA EMPRENDEDORA

- ▶ Una persona, una idea.
- ▶ Una idea, una oportunidad.
- ▶ Una oportunidad, **UN PROYECTO COMPARTIDO.**

En 2011, cincuenta personas procedentes de todas las áreas de nuestra Compañía y de todos nuestros centros productivos participaron en la activación de **tres líneas de trabajo derivadas del Proyecto “Cultura Emprendedora”**:



1

Gestión de cambios de procesos.



2

Optimización del sistema de gestión del transporte.



3

Costes de negocio.

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna desempeña un papel fundamental como elemento constructor de nuestra cultura, contribuyendo a afianzar el compromiso y a cohesionar nuestros valores de compañía.

Además de los canales de comunicación convencionales, existen otros que merecen ser destacados por su innovación.

1

PORTAL DEL EMPLEADO

En él se publican noticias internas e incluye un buzón de sugerencias que recoge las propuestas y peticiones de los empleados.



2

QUIOSCOS INFORMÁTICOS

Se encuentran en todos los centros de trabajo con objeto de facilitar el acceso al Portal del Empleado a aquellas personas que no utilizan PCs en su trabajo.



3

CAPSA TV

Permite a nuestros empleados visualizar, a través del portal del empleado, vídeos sobre temas de interés para ellos (actos corporativos, nuevos proyectos, acciones formativas...).



1.339
personas

forman la
plantilla
de CAPSA,
donde un 20%
son mujeres

NUESTRA PLANTILLA

A finales de 2011 la plantilla se situó en **1.339 personas** de las cuales **un 20% son mujeres**. Nuestra media de edad es de 45,9 años, nuestro porcentaje de plantilla fija es del 94% y el índice de rotación se sitúa en torno al 0,32%.



2009

empleados
1.299



2010

empleados
1.411



2011

empleados
1.339



LA OPINIÓN DE NUESTROS EMPLEADOS CUENTA

Este año hemos realizado una **encuesta de clima laboral** en la que han participado todos los colectivos de la Compañía y que nos ha permitido conocer la opinión de nuestros empleados en diferentes áreas de la misma, calificando con un notable sus condiciones de trabajo. Esta calificación nos anima a seguir trabajando en el desarrollo de un clima y entorno óptimo, **fomentando la comunicación, el reconocimiento y la motivación de las personas.**

VALORACIÓN DE LA COMPAÑÍA POR LOS EMPLEADOS

Se ha obtenido una puntuación total de **7,30 puntos sobre 10**, lo que representa una **mejora del 5%** respecto a la valoración obtenida en la anterior encuesta de clima realizada en 2009.

ASPECTOS MÁS VALORADOS POR NUESTROS EMPLEADOS



Poder llevar a cabo su trabajo **sin ningún tipo de acoso laboral.**



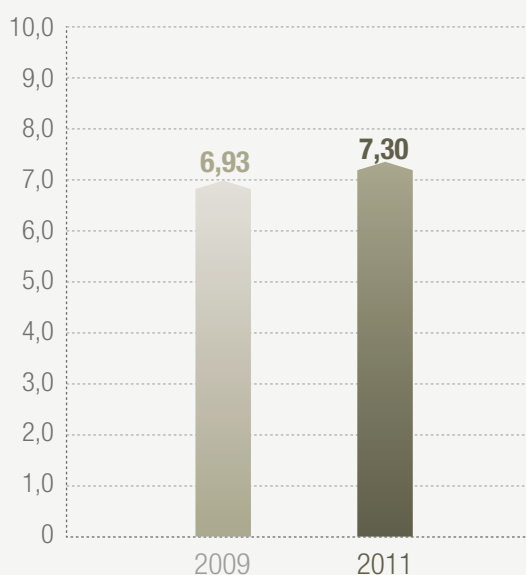
El orgullo de pertenencia a una gran Compañía.



La ratificación de su puesto en caso de tener que incorporarse de nuevo al mercado laboral.



Puntuación obtenida en la valoración de la Compañía por los empleados (2009-2011)



La estabilidad.



El pensamiento generalizado de que **CAPSA es la mejor empresa del sector.**



La buena imagen que los clientes tienen de nuestra Compañía.



El gran prestigio que nuestra Compañía tiene en la sociedad.

LO QUE **MARCA** LA **DIFERENCIA:** LA **GESTIÓN** DE **NUESTRO** **TALENTO**

Favorecemos la selección de un equipo de personas adecuado atrayendo el talento a través de procesos efectivos de reclutamiento, selección e integración de los mejores profesionales, optimizando una estructura social adaptada a un entorno competitivo y orientada al cliente.

ACCIONES

Nuestras acciones más relevantes en esta materia son:

BÚSQUEDA DE TALENTO

Mediante el **Portal del Empleo**.

FOMENTO DEL EMPLEO JUVENIL

Programa Cantera con el objetivo de identificar el talento y potenciales candidatos.

PLAN DE ACOGIDA

Para favorecer la integración de las nuevas incorporaciones.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

45
becarios

han participado en el
**«Programa
Cantera»**

+70
convenios

de colaboración con
distintas entidades para
**fomentar
el empleo**

Casi
100
procesos de selección

En 2011 realizamos casi
100 procesos de
**selección
interna y externa**



En primera persona

«En mi caso personal puedo afirmar que la posibilidad que he tenido de disfrutar de esta empresa, en el año y medio de beca, ha sido mucho más que una experiencia profesional altamente satisfactoria. He podido ampliar y reforzar mis conocimientos dentro del campo de la industria láctea, estudiando de una forma más práctica los diferentes procesos productivos y técnicas analíticas.

En todo momento, he sentido el apoyo de todos y cada uno de los departamentos y compañeros con los que he tenido la oportunidad de trabajar a lo largo de este tiempo, no sólo en mi formación profesional sino también en mi desarrollo personal.

Una de las particularidades que resaltaría de la beca es que no sólo nos forman en temas más técnicos, sino que también nos inculcan los valores corporativos de CAPSA a través de las formaciones "indoor" y "outdoor", que además sirven para que podamos demostrar y, en algún caso, descubrir nuestras capacidades personales para el desarrollo de un trabajo.

Si tuviese que definir mi paso por CAPSA con dos palabras, serían "aprendizaje" y "apoyo". "Aprendizaje" desde mi primer día en el departamento hasta hoy mismo, contando en todo momento con el "apoyo" que me ha ayudado a madurar profesionalmente para implicarme de forma más eficaz en mis nuevas tareas y responsabilidades».

MARTA BLANCO RODRÍGUEZ

Participante del programa en 2011 identificado como alto potencial y actualmente contratada en el Departamento de I+D+i

45.751
horas
totales

**dedicadas a
formación**

988.027
euros

invertidos en
formación

34,2
horas
por persona

ratio horas de
**formación por
empleado**

46,2
horas
por persona

ratio horas de formación
**por persona
formada**

Como reconocimiento a nuestra apuesta por la formación, en 2011 hemos sido galardonados en Cataluña con el **Premio “Premi President Macià”**, al trabajo en la categoría de Responsabilidad Social Empresarial.



Placa President Macià en la categoría de Responsabilidad Social Empresarial. Diciembre 2011. Barcelona.

FORMACIÓN DE NUESTROS EMPLEADOS

Concebimos la formación como nuestra mejor inversión y una forma de mejorar y actualizar los conocimientos, habilidades y aptitudes necesarias para afrontar con éxito los retos que se nos plantean día a día.

**Para nosotros la formación
es un proceso continuo
cuyo objetivo es garantizar
el mejor equipo de trabajo.**

Nuestros programas de formación combinan conocimientos técnicos con el desarrollo de habilidades personales. Para ello **colaboramos con prestigiosas escuelas de negocios y universidades**. Además, se ofrece a las nuevas incorporaciones un programa de formación de acogida específica.





991
personas

formadas

403
acciones

formativas

Horas de formación 2011

1

Formación técnica

79%

2

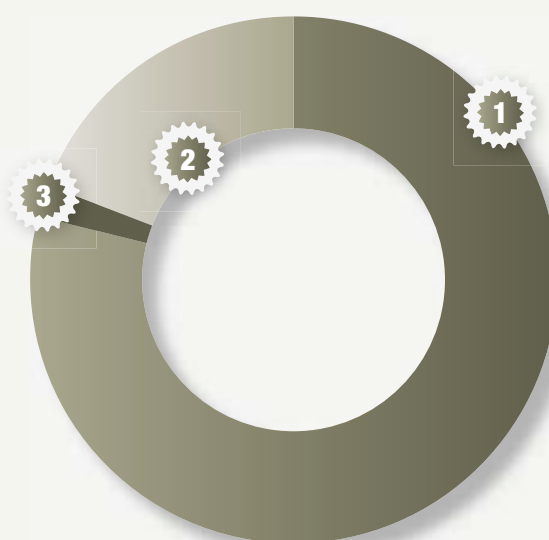
Formación de desarrollo
de habilidades

19%

3

Formación de acogida

2%



Datos formación

	2011	2010	2009
Inversión en formación (€)	988.027	1.035.037	952.000
Número de acciones formativas	403	262	283
Personas formadas	991	924	806
Horas de formación	45.751	35.490	30.773

FOMENTO DE LA CONCILIACIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Acorde a nuestro firme compromiso de ser una **empresa socialmente responsable**, garantizamos entre nuestros empleados la igualdad de oportunidades, a la vez que fomentamos la estabilidad laboral y desarrollamos iniciativas que faciliten la conciliación entre la vida personal y la laboral.

En la actualidad, contamos con el certificado **EFR (Empresa Familiarmente Responsable)** en todos nuestros centros de producción. Continuamos colaborando con diversas organizaciones en la **promoción del empleo entre el colectivo femenino, personas con discapacidad y personas en riesgo de exclusión social**. Seguimos participando en el proyecto “Singular” que fomenta la inserción laboral de jóvenes en nuestros centros de trabajo.



INICIATIVAS PARA LA ESTABILIDAD Y CONCILIACIÓN ENTRE VIDA PERSONAL Y LABORAL

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

en materia de clasificación profesional.

PROMOCIÓN

Fomento de la promoción interna.

REDUCCIÓN DE JORNADA

HORARIOS

- Formación en horarios que faciliten la conciliación.
- Adecuación de los horarios por maternidad.

DESCUENTOS

En guarderías, centros de día, etc.

FOMENTO DEL TELETRABAJO

PROYECTO POLARIS

Para la identificación del talento y desarrollo de las personas de nuestra Compañía hasta el cuarto nivel de mando.

efr
empresa

PROMOVEMOS LA SALUD Y EL BIENESTAR ENTRE NUESTROS EMPLEADOS

Consideramos la promoción de la salud como una estrategia empresarial novedosa que aspira a la prevención de los riesgos profesionales y a mantener la salud y calidad de vida de nuestros empleados.

Para reforzar estos principios continuamos con el programa **CAPSA empresa generadora de salud**, cuyas acciones más destacadas son:

Espacios cardioprotegidos, Escuela de espalda, Donación de sangre y Programa MONEO para prevenir el abuso de drogas y alcohol en los preadolescentes.

En 2011 el absentismo ligado a enfermedad se ha situado en un 3,5% y en un 0,5% el ligado a accidentes.

NUESTRA POLÍTICA DE COMPENSACIÓN

Nuestra política de compensación, basada en criterios de equidad interna y de competitividad externa, está en línea con las mejores prácticas retributivas del mercado, orientándose a satisfacer el bienestar económico y social de las personas que forman parte de nuestra Compañía.

Además de la retribución salarial, existe un amplio abanico de beneficios sociales que se sitúan por encima de las exigencias de la legislación vigente y se adaptan a las necesidades de las personas.

Entre estos beneficios cabe destacar el sistema de compensación flexible y los acuerdos de colaboración con agencias de viajes, seguros y servicios médicos, balnearios, hoteles, guarderías, centros de formación, etc., con condiciones ventajosas.



7. POR NUESTRO BIEN MÁS PRECIADO

Respetamos el Medio Ambiente
y nos esforzamos en ser un ejemplo
de buena práctica ambiental.



CUIDAMOS LA NATURALEZA

+13
millones
de euros

en los últimos 4 años en
**inversión
ambiental**

Hoy en día la conservación y protección del medio ambiente se ha convertido en un factor clave para asegurar los recursos productivos, optimizar los costes de fabricación y proteger la salud y el

bienestar social. En este contexto incorporamos la sostenibilidad a lo largo de toda nuestra cadena de suministro como uno de los grandes pilares de nuestro desarrollo empresarial.

Convencidos de que el medio ambiente de mañana depende de nuestras acciones de hoy, seguimos invirtiendo en mejoras energéticas y ambientales, habiendo

alcanzado más de 13 millones de euros de inversión en los últimos 4 años.

Nuestras líneas de mejora ambiental son las siguientes:

1

Lucha contra el cambio climático



2

Optimización de recursos naturales



3

Concienciación y sensibilización a nuestra cadena de valor



4

Proyectos de investigación e innovación ambiental y energética



QUEREMOS CONTRIBUIR A REDUCIR EL CALENTAMIENTO GLOBAL

Con objeto de reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, buscamos mejorar la eficiencia energética de nuestros procesos y fomentar el uso de energías más limpias.

Durante los 4 años del Plan de Asignación 2008-2012 de derechos de emisión de gases de efecto invernadero, **hemos evitado la emisión de 35.877 toneladas de CO₂**, lo que supone un 10% menos respecto a la cantidad asignada, equivalente a lo que emiten más de 14.000 coches en 1 año.

PRINCIPALES EJES SOBRE LOS QUE CONTINUAMOS TRABAJANDO EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



CONSUMO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Exigimos a nuestras comercializadoras que el **100% de la energía eléctrica que consumimos proceda de fuentes renovables**, contribuyendo, de este modo, a potenciar la implantación de energías alternativas en nuestro país.

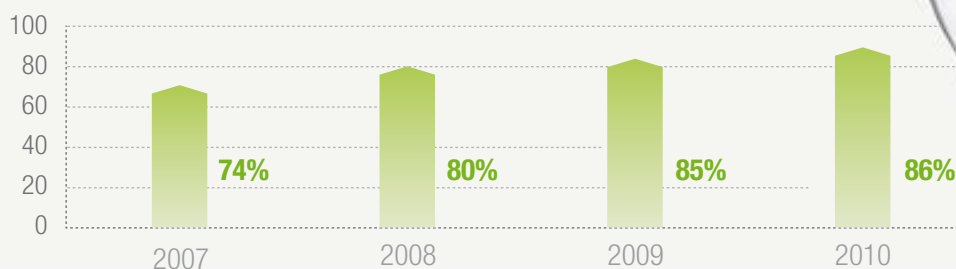


AUTOGENERACIÓN DE ENERGÍA DE ALTA EFICIENCIA

Gracias a nuestras instalaciones de cogeneración y trigeneración, en 2011 **autogeneramos el 88% de la energía eléctrica que consumimos en nuestro proceso productivo**. Más del 90% de esta energía autogenerada está acreditada con certificados de garantía de origen como energía de alta eficiencia.

Gracias al ahorro de energía primaria generado por nuestras cogeneraciones en 2011 **hemos evitado la emisión de 12.804 toneladas de CO₂ a la atmósfera**.

Energía eléctrica autogenerada y consumida (2007-2011)



Energía
autogenerada
y consumida
2011

88%



MOVILIDAD SOSTENIBLE

Además de las iniciativas desarrolladas en 2010, en 2011 hemos impulsado las siguientes:

- **Optimización de rutas de transporte**
Reducimos el recorrido medio desde las explotaciones ganaderas hasta nuestros clientes.
- **Reducción transporte por carretera**
Nuestro acuerdo con CHEP permitirá la **reducción de 9.500 kg de CO₂ /año** al incluir su actividad dentro de las instalaciones de nuestra sede central.
- **Fomento del uso del ferrocarril**
En 2011 ha aumentado un 46%. Además, trabajamos para potenciar el transporte intermodal ferrocarril-barco.
- **Utilización de combustibles alternativos**
En 2011 nuestros proveedores logísticos ya han alcanzado un **10% de uso de biocombustibles**. En el futuro se prevé la incorporación en sus flotas de vehículos propulsados por gas natural.

DISMINUCIÓN DE CONSUMOS DE ENERGÍA Y USO DE COMBUSTIBLES MENOS CONTAMINANTES

Los proyectos de optimización energética que realizamos nos permiten reducir nuestros consumos de energía por cada litro de leche que fabricamos a la vez que utilizamos combustibles más limpios.

En 2011 el gas natural, el combustible fósil más limpio a día de hoy, ha supuesto el 97.8% del total de combustibles utilizados en nuestros procesos, aumentando respecto al año 2010 debido a la sustitución de gasóleo por gas natural en nuestra planta de Menorca.



ANALIZANDO NUESTRA HUELLA DE CARBONO PARA PODER DISMINUIRLA EN LA CADENA DE VALOR

Conjuntamente con el centro tecnológico AZTI TECNALIA hemos calculado la huella de carbono (emisión de gases de efecto invernadero en forma de CO₂) de nuestros productos más vendidos (leche semidesnatada UHT en brik y en botella), lo que nos ha permitido identificar oportunidades de reducción de impactos ambientales y energéticos en toda nuestra cadena de suministro.

1

Materias primas



2

Transformación y procesado



3

Distribución y venta



4

Consumo



5

Fin de vida y reciclaje



NUESTRO COMPROMISO PARA **HOY** Y PARA EL **MAÑANA:** **GESTIÓN** **SOSTENIBLE** DE LOS **RECURSOS**

Para garantizar el cumplimiento de nuestro objetivo de producir más utilizando menos recursos, trabajamos en buscar nuevas soluciones para reducir el consumo de agua y materias auxiliares, así como la generación de vertidos y residuos.



AGUA: EL DESAFÍO DEL SIGLO XXI

La falta de disponibilidad de agua se va tornando un problema muy serio para las generaciones actuales y venideras, convirtiéndose en una de las mayores preocupaciones ambientales de este siglo.

En este contexto las empresas desempeñamos un papel muy importante para el **desarrollo e implantación de proyectos de minimización de consumo de agua** y, consecuentemente, de generación de vertidos.



Agua consumida

Año	Total (millones de litros)	Ratio*
2011	3.022	3,2

* L leche / l leche entrada.

TRABAJAMOS DÍA A DÍA PARA DEVOLVER AL MEDIO UN AGUA DE MEJOR CALIDAD

Nos esforzamos en devolver un agua de mayor calidad que la exigida legalmente en el resto de nuestras factorías.

En 2011 hemos realizado una importante inversión para la implantación de una novedosa tecnología de tratamiento de aguas residuales en nuestra planta de Vidreres en Cataluña con objeto de minimizar el riesgo ambiental derivado de la depuración de vertidos y conseguir una mejor calidad del agua de salida, muy por debajo de los límites autorizados.

89%

de los residuos
generados

**son
reciclados**

46%

de nuestra plantilla
ha recibido

**formación
ambiental**

EL MEJOR RESIDUO ES EL QUE NO SE PRODUCE

Continuamos llevando a cabo iniciativas que garantizan una adecuada segregación de nuestros residuos, al mismo tiempo que fomentamos la reutilización y reducción de los mismos.

Las políticas desarrolladas en este aspecto nos han llevado a que solo un **0.20%** del total de nuestros residuos son peligrosos y a aumentar el porcentaje de residuos reciclados en 2011 al **89%**.

En 2011 continuamos trabajando en la aplicación de medidas para la reducción de nuestros envases y embalajes de plástico y cartón, disminuyendo, por tanto, los residuos de envases generados en el hogar del consumidor.

PAPEL: CAMBIAMOS HOJA X HOJA

En nuestra preocupación por la gestión sostenible de los bosques, hemos extendido nuestro compromiso de utilizar **envases de cartón certificados por el FSC** (Forest Stewardship Council-Comité para la gestión sostenible de los bosques) a todos nuestros **envases de marca ATO**, así como a los de nuestras **leches enriquecidas Central Lechera Asturiana**.

Hemos obtenido el **Sello Green Doc** de la empresa Esker por la adopción de la filosofía **"Quit Paper"**, trabajar con poco papel y convertir todo tipo de documentos en formato digital.



**CAMBIAMOS
HOJA X HOJA**

PROMOVEMOS UN CAMBIO CULTURAL PARA VIVIR EN UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE

Queremos compartir, con nuestro equipo y con la sociedad en general, nuestro compromiso con la conservación y la protección del medio ambiente, realizando, para ello, diversas actividades de formación y de sensibilización ambiental integradas en nuestro plan de formación y comunicación interna. Con todo ello pretendemos **desarrollar una cultura corporativa ambiental** basada en que todos nuestros empleados ejerzan sus actividades, dentro y fuera de la Compañía, con el máximo respeto por la naturaleza.

Entre las actividades llevadas a cabo en 2011 destacan:

La hora del planeta

Somos firmantes de esta iniciativa organizada por WWF, y por ello hemos apagado nuestras oficinas y nuestros carteles luminosos durante una hora, para promover la concienciación de los efectos del cambio climático y mostrar nuestro compromiso en la reducción de las emisiones de CO₂.



Bosque Central Lechera Asturiana

Como continuación al proyecto “Bosque Central Lechera Asturiana” iniciado ya en 2009 en colaboración con la ONG Fondo para la Protección de los Animales Salvajes (FAPAS), en 2011 alrededor de 100 personas entre empleados y consumidores han participado en la plantación de 2.500 árboles más de especies autóctonas en el Parque Natural Las Ubiñas-La Mesa de Páramo de Teverga (Asturias) (5.000 especies en total a día de hoy). Este bosque tiene una doble finalidad, por un lado actuar como sumidero de CO₂ y por otro servir de cobijo a especies en extinción (oso y urogallo).



La novedad de este año es que hemos contado con la ayuda de consumidores gracias a que se ha brindado a los socios de nuestro Club de Fidelización la posibilidad de contribuir al crecimiento del bosque mediante el canjeo de puntos promocionales por árboles para plantar.

Semana de la Sostenibilidad

Con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente, realizamos diversas sesiones informativas y de sensibilización, logrando una participación del 44% de los empleados.



Año Internacional de los Bosques

En CAPSA hemos querido participar en el Año Internacional de los Bosques dando a conocer esta iniciativa a nuestros empleados a través de comunicaciones trimestrales. Además en el portal del empleado existe la posibilidad de realizar una “visita virtual” a un bosque español y a uno de los bosques vírgenes del planeta.



Día Mundial del Agua

Realizamos sesiones informativas y de sensibilización a nuestros empleados dando a conocer las medidas que llevamos a cabo en la minimización de consumos de agua, al mismo tiempo que se les informa sobre buenas prácticas de uso de este recurso tanto en su puesto de trabajo como en sus hogares y se les obsequia con un kit de ahorro de agua.



5.000

árboles autóctonos
plantados en el

**Parque Natural
Las Ubiñas-
La Mesa de
Páramo
de Teverga**



Bosque Central Lechera Asturiana.



II Premios Corresponsables.

En primera persona

"Hacer las cosas bien merece un premio."

Con esta premisa CAPSA ha sido una de las quince organizaciones galardonadas en los II Premios Corresponsables, organizados por la Fundación Corresponsables.

De entre las más de 400 candidaturas presentadas en la II edición de los premios (2011), el jurado, compuesto entre otros por representantes de la UCM, la UNED, el IESE, el IE Business School, la Universidad de Navarra o el Instituto de Innovación Social ESADE, ha querido reconocer la iniciativa 'Bosque Central Lechera Asturiana' por promover la creación de una conciencia ambiental y fomentar el cuidado y el respeto por nuestro entorno"

Marcos González

Presidente de la Fundación Corresponsables.



APOSTAMOS POR LA INNOVACIÓN COMO MEDIDA DE PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La investigación en sostenibilidad es una de las cinco líneas estratégicas en nuestra política de I+D+i.

Fomentamos la innovación desde el diseño de productos y procesos de modo que se minimice el impacto que puedan tener sobre el medio ambiente.

Continuamos trabajando en los siguientes proyectos:



Biogás

para la valoración energética de subproductos procedentes de la industria láctea.

Proyecto de Control y Optimización Energética

enfocado a la minimización de consumos de energía en la industria láctea.

Bioplast

en colaboración con BIOPOLIS, para el aprovechamiento de suero lácteo para la obtención de bioplásticos mediante biotecnología.

Proyecto para la Recuperación de Aguas

procedentes de la esterilización de la leche.

El 100% de nuestras fábricas tiene implantado un sistema de gestión ambiental, disponiendo de certificación Norma UNE EN ISO 14001, emitida por AENOR, en casi el 90% de las mismas.

100%

Sistema de Gestión Ambiental

90%

CERTIFICACIÓN NORMA UNE EN ISO 14001

8. POR LA SATISFACCIÓN DE AYUDAR

Hemos adquirido
un compromiso
con las personas
para hoy,
para mañana
y para siempre.



Es nuestro firme convencimiento que para tener éxito a largo plazo no solo hemos de generar valor para nosotros sino también para nuestro entorno.

Por ello, además de llevar a cabo múltiples actividades en el ámbito del cuidado de la salud

y de la protección del medio ambiente, colaboramos con distintas organizaciones desarrollando otras iniciativas que contribuyen al bienestar social como son la promoción del deporte, la ayuda a los desfavorecidos y la lucha contra enfermedades.



EN 2011: DESTACAN LAS SIGUIENTES ACCIONES A FAVOR DE:

LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

En la séptima edición de la “Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana”, recaudamos 60.500 euros que se destinaron a asociaciones a favor de la lucha contra el cáncer de mama. Con la participación de **más de 60.000 corredoras en ocho localidades españolas**, somos partícipes de una actividad en la que el deporte y la solidaridad son los protagonistas.

LA INVESTIGACIÓN DEL ALZHEIMER Y OTRAS ENFERMEDADES NEUROLÓGICAS

Con motivo del Año Internacional para la Investigación en Alzheimer y Enfermedades Neurodegenerativas, colaboramos con la **Fundación Reina Sofía y la Fundación Pasqual Maragall** para promover la investigación de estas enfermedades.

Más de
60.000
corredoras

participaron en la
“Carrera de la Mujer”

Más de
4.000
socorristas

en más de
450 playas
de casi 150 municipios



**pasqual
maragall
fundació**

Alzheimer
2011 Internacional



LA SEGURIDAD EN LAS PLAYAS

La campaña de Playas de Central Lechera Asturiana, puesta en marcha hace 8 años en colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), persigue reforzar la seguridad en las playas de nuestro litoral. Facilitamos los medios necesarios para que los voluntarios de la Cruz Roja y Protección Civil mejoren la vigilancia de nuestras costas. Contamos con más de **4.000 socorristas** en **más de 450 playas** de casi **150 municipios**.

“OPERACIÓN JUGUETE”

En colaboración con la Fundación La Caixa, celebramos un año más esta campaña en la que los juguetes recogidos se entregan a niños sin recursos.

Se entregaron más de 300 juguetes como triciclos, juegos educativos, libros de lectura y pintura, muñecos, etc.



EL DEPORTE

Somos socios y patrocinadores de la **Federación Española de Baloncesto (FEB)** y, conjuntamente, participamos en la campaña “**Hazte fan de la ñ**” de apoyo a nuestra selección en el Eurobasket 2011.

Asimismo ponemos en marcha el Circuito Urbano Tribasket, celebrado en distintas ciudades españolas para acercar la práctica de este deporte a los niños. Además, en Galicia copatrocinamos la **XII Media Maratón “Gran Bahía Vig-Bay”**.

Siguiendo nuestra política de apoyo al deporte, **Central Lechera Asturiana es patrocinador de la Barcelona World Race**, una competición de navegación extrema que da la vuelta al mundo con salida y llegada en Barcelona.

“ESCUELAS PARA ÁFRICA”

Colaboramos con **UNICEF** en su programa “Escuelas para África” recaudando fondos para la **escolarización de 8 millones de niños en 11 países del África subsahariana**, destinados a la adquisición de material escolar y a la construcción de escuelas.



9. ESTADOS FINANCIEROS

Ejercicio 2011



BALANCES CONSOLIDADOS

ACTIVO	Nota	Al 31 de diciembre	
		2011	2010
ACTIVO NO CORRIENTE		232.108	200.782
Inmovilizado intangible	6	13.724	12.962
Gastos de investigación y desarrollo		1.277	921
Patentes, licencias, marcas y similares		141	174
Fondo de comercio		8.877	8.877
Aplicaciones informáticas		1.829	1.589
Otro inmovilizado intangible	34	1.600	1.401
Inmovilizado material	7	166.341	136.706
Terrenos y construcciones		64.079	56.322
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		95.115	75.286
Inmovilizado en curso y anticipos		7.147	5.098
Inversiones inmobiliarias	8	3.536	3.702
Terrenos		1.467	1.467
Construcciones		2.069	2.235
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo		6.277	19.370
Participaciones puestas en equivalencia	9	5.823	7.058
Créditos a empresas	10-11	454	12.312
Inversiones financieras a largo plazo		10.968	733
Acciones y participaciones en patrimonio a largo plazo	10	562	504
Créditos a terceros	10-11	284	206
Valores representativos de deuda	10	100	-
Otros activos financieros	10-11	10.022	23
Activos por impuesto diferido	23	31.262	27.309
ACTIVO CORRIENTE		216.285	218.170
Existencias	12	47.097	34.595
Comerciales		5.644	4.683
Materias primas y otros aprovisionamientos		13.801	9.959
Productos en curso		1.420	1.288
Productos terminados		24.434	16.911
Subproductos, residuos y materiales recuperados		1.798	1.714
Anticipos a proveedores		-	40
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10-11	92.100	105.675
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		77.469	90.179
Clientes, empresas del grupo, y asociadas		2.246	4.887
Deudores varios		7.122	5.589
Otros créditos con las Administraciones Públicas		5.263	5.020
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-11	644	2.852
Créditos a empresas		644	2.852
Otros activos financieros		-	-
Inversiones financieras a corto plazo	10-11	43.696	42.222
Instrumentos de patrimonio		2.400	-
Valores representativos de deuda		200	-
Créditos a empresas		1.084	616
Otros activos financieros		40.012	41.606
Periodificaciones a corto plazo		2.320	2.718
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	13	30.428	30.108
TOTAL ACTIVO		448.393	418.952

(expresado en miles de euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Nota	Al 31 de diciembre	
		2011	2010
PATRIMONIO NETO		222.902	218.538
Fondos propios		210.101	208.384
Capital	14	92.317	92.317
Prima de emisión	14	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	15	91.266	80.890
Reservas en sociedades consolidadas	16	5.155	5.253
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	17	3.686	3.498
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante		9.774	18.523
(Acciones y participaciones en patrimonio propias)	14	(35)	(35)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	20	8.719	9.787
Socios externos	19	4.082	367
PASIVO NO CORRIENTE		69.463	35.096
Provisiones a largo plazo		12.068	12.517
Actuaciones medioambientales	22-34	1.027	943
Provisiones por reestructuración	22	9.532	8.641
Otras provisiones	22	1.509	2.933
Deudas a largo plazo	10-21	53.445	18.253
Deudas con entidades de crédito		48.187	13.571
Acreedores por arrendamiento financiero		1.529	1.428
Otros pasivos financieros		3.729	3.254
Pasivos por impuesto diferido	23	3.950	4.326
PASIVO CORRIENTE		156.028	165.318
Provisiones a corto plazo	22	20.381	29.687
Deudas a corto plazo	10-21	4.539	8.613
Deudas con entidades de crédito		4.278	8.302
Acreedores por arrendamiento financiero		59	185
Otros pasivos financieros		202	126
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-21	8.230	13.327
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	10-21	112.046	106.304
Proveedores		79.235	72.023
Proveedores, empresas del grupo y asociadas		20.045	22.025
Acreedores varios		981	308
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		9.427	9.655
Otras deudas con las Administraciones Públicas		2.358	2.293
Periodificaciones a corto plazo	22	10.832	7.387
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		448.393	418.952

(expresado en miles de euros)

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADAS

OPERACIONES CONTINUADAS	Nota	Ejercicio finalizado a 31 de diciembre	
		2011	2010
Importe neto de la cifra de negocios	24	712.837	737.499
Ventas		703.419	729.753
Prestaciones de servicios		9.418	7.746
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		5.964	877
Aprovisionamientos	24	(466.350)	(495.965)
Consumo de mercaderías		(40.457)	(82.299)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles		(427.445)	(412.037)
Trabajos realizados por otras empresas		(88)	(170)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos		1.640	(1.459)
Otros ingresos de explotación		15.215	10.508
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		14.841	10.049
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		374	459
Gastos de personal	24	(59.750)	(48.952)
Sueldos, salarios y asimilados		(48.116)	(37.963)
Cargas sociales		(13.599)	(11.780)
Provisiones		1.965	791
Otros gastos de explotación		(191.066)	(171.802)
Servicios exteriores		(186.493)	(164.291)
Tributos		(2.214)	(2.166)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(332)	(3.801)
Otros gastos de gestión corriente		(2.027)	(1.544)
Amortización del inmovilizado	24	(18.804)	(17.742)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	20	2.757	2.682
Excesos de provisiones	22	1.426	-
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	24	835	1.090
Deterioros y pérdidas	7	-	219
Resultados por enajenaciones y otras		835	871
Otros resultados		30	(643)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		3.094	17.552
Ingresos financieros		2.545	2.442
Gastos financieros		(1.575)	(1.025)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		1.703	(1.504)
RESULTADO FINANCIERO	25	2.673	(87)
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	9	233	(804)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		6.000	16.661
Impuestos sobre beneficios	24	3.795	1.867
RESULTADO DEL EJERCICIO	32	9.795	18.528
Resultado atribuido a la sociedad dominante		9.774	18.523
Resultado atribuido a socios externos	19	21	5

(expresado en miles de euros)

NUESTRA REALIDAD

Informe económico, social
y medioambiental

2011



CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.

