



Granda, octubre 2013

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

Es para mí un placer presentarles nuestra Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2012, fiel reflejo del compromiso que nuestra compañía sigue manteniendo con los Diez Principios que conforman el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

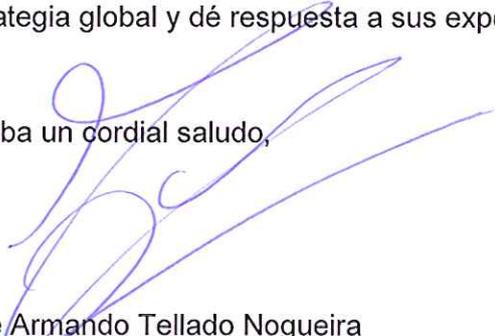
Con relación a nuestro compromiso de mejora continua hemos cumplido los objetivos fijados para 2012 en apoyo a los Principios I y IX, a través de acciones como la colaboración con Cruz Roja en la campaña "Dona tu móvil" destinada a poner en marcha proyectos de sensibilización medioambiental y programas de cooperación humanitaria y la reducción de consumos energéticos gracias a la optimización de procesos y recursos, así como la inclusión en nuestra flota del primer prototipo propulsado por gas natural comprimido capaz de recorrer medias y largas distancias.

Nuestra apuesta para 2013 pretende fomentar el Principio I de protección de los derechos humanos fundamentales y también los principios VIII y IX de promoción de una mayor responsabilidad ambiental, así como el desarrollo y la difusión de 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, afianzando nuestro compromiso de ser una corporación socialmente responsable con nuestros consumidores, nuestros empleados, y todos nuestros grupos de interés.

Por último, esperamos que en el contenido de los documentos adjuntos donde se detallan las acciones realizadas durante el año 2012, cumpla los objetivos, refuerce su estrategia global y dé respuesta a sus expectativas.

Reciba un cordial saludo,



José Armando Tellado Nogueira
Director General



NUESTRO COMPROMISO CON EL PRINCIPIO I

“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”

Conscientes que cada año se desperdician más de 1.300 millones de toneladas de alimentos en todo el mundo, suscribimos en 2012 un acuerdo de colaboración con la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), apoyado por la Administración Pública y la Federación Española de Banco de Alimentos (FESBAL), para **reducir el desperdicio alimentario** en nuestro país.

Dada la situación de crisis actual y teniendo presente que la sociedad lo está pasando mal, hemos entregado al **Banco de Alimentos más de 190.000 kilogramos** de nuestros productos destinados a organizaciones que ayudan a los más desfavorecidos.

Además en nuestro firme compromiso por ayudar a los demás y en colaboración con Cruz Roja, hemos participado en la campaña **“Dona tu móvil”** con la entrega de equipos de telefonía en desuso de nuestra Compañía y de nuestros empleados. El dinero recaudado fue destinado a poner en marcha proyectos de sensibilización y educación medioambiental, así como programas de cooperación humanitaria.



NUESTRO COMPROMISO CON EL PRINCIPIO IX

“Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente”.

Estamos convencidos de que el medio ambiente de mañana depende nuestras acciones de hoy, por lo que seguimos invirtiendo en mejoras energéticas y ambientales en múltiples líneas de actuación. En 2012 hemos trabajado en los siguientes proyectos:

- **Proyectos de reducción de consumos energéticos** en nuestros centros productivos de Zarzalejo (Madrid) y Vidreres (Gerona) que nos han permitido disminuir hasta en 21% el ratio consumo de gas por litro de leche producido respecto al año anterior.
- **Proyecto piloto de Innovación Sistema de Gestión de Control de consumos energéticos**, implantado en la sección de Tratamiento Lácteo de la fábrica de Granda (Asturias), con el objetivo de monitorizar la obtención de datos de consumos para poder analizarlos, establecer objetivos de ahorro y por tanto ayudar en la toma de decisiones.
- **Minimización de consumos de agua, generación de olores e insonorización en nuestra planta de Zarzalejo** (Madrid)
- En 2010 comenzamos el **proyecto I+D+i BIOGAS** y que hemos continuado a lo largo de 2012 con el fin de desarrollar sistemas de valorización energética de subproductos procedentes de la industria láctea.
- Comienzo del **proyecto I+D+i con GENERAL ELECTRIC** para recuperar agua y energía en nuestros procesos productivos.
- Inclusión en nuestra flota **del primer camión de gran tonelaje propulsado con gas natural** comprimido capaz de recorrer medias y largas distancias y de emitir menos CO₂ que el gasoil convencional.

2012

INFORME ECONÓMICO,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL



1ª empresa del
sector de
alimentación
español con
Sello de Excelencia
Europea +500



CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.

ATO



ÍNDICE

1.	UNA COMPAÑÍA LÍDER	6
2.	ESCUCHAR PARA CREAR VALOR	24
3.	HACIA LA EXCELENCIA	48
4.	PENSANDO EN LA NUTRICIÓN Y EN LA SALUD	54
5.	INNOVANDO DÍA A DÍA	66
6.	CON LAS PERSONAS	80
7.	RESPONSABLES CON LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE	92
8.	ESTADOS FINANCIEROS	120

2012

INFORME ECONÓMICO,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL



BERTINO VELASCO TORRE

PRESIDENTE



2012

INFORME ECONÓMICO,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

El ejercicio 2012 ha sido muy complicado para la industria láctea, no solo por la crisis de consumo que atraviesa nuestro país sino porque, además, se ha tenido que enfrentar a la guerra de precios existente en el mercado y al incremento de costes tanto de la materia prima como de la energía.

Para CAPSA, 2012 ha sido un año duro pero gracias a una actitud empresarial de simplicidad y austeridad, seguimos manteniendo nuestro liderazgo en España en las tres categorías más importantes del sector lácteo: leche, nata y mantequilla.

A lo largo de este año 2012 hemos alcanzado importantes avances en innovación, investigación y desarrollo, cuestiones que hoy en día caracterizan a una compañía de futuro en la que a pesar de la crisis, nunca hemos dejado de invertir, pues creemos que es la mejor forma de ser más competitivos y vivir en un futuro más prometedor. En este sentido, hemos modernizado muchas de nuestras instalaciones y he-



mos generado nuevos productos más saludables que hagan la vida más fácil al consumidor.

Y son las personas que trabajan en CAPSA las valedoras de los logros de 2012, pues gracias a valores como el compromiso, la profesionalidad y el liderazgo, todos nuestros empleados han hecho de esta compañía una organización líder. Muestra de ello es el Sello +500 a la Excelencia Europea otorgado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad y el Club de Excelencia en Gestión, siendo la primera empresa de alimentación española que obtiene este reconocimiento.

En CAPSA disponemos de un modelo de gestión de RSC que da respuesta al objetivo de creación de valor para nosotros y nuestro entorno. Entendemos que las empresas deben, más que nunca, apostar y reforzar su responsabilidad social empresarial buscando fórmulas en las que apoyar al entorno en el que operan. Somos conscientes de 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 la cadena de suministro que en ningún caso comprometan las necesidades de las generaciones futuras.

Apostamos firmemente por las economías regionales, pues consideramos que nuestros proveedores son nuestros mejores aliados para promover el desarrollo mutuo. Partiendo de nuestro compromiso con la sociedad, contribuimos a mejorar la economía de nuestro país, esforzándonos día a día en optimizar nuestra productividad para poder así ajustar los precios de nuestros productos pero retribuyendo adecuadamente todos los eslabones de la cadena de valor y, sobre todo, al ganadero por su papel fundamental en el mantenimiento del sector lácteo español.

Bertino Velasco Torre
Presidente CAPSA



1

UNA COMPAÑÍA LÍDER

Seguimos manteniendo nuestro liderazgo en venta de leche líquida, nata y mantequilla.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



DESCÚBRENOS

Desde su nacimiento hasta hoy CAPSA se ha convertido en una de las principales industrias lácteas de nuestro país. Sin embargo, nuestra progresión a lo largo de los años no es consecuencia de la casualidad ni de la suerte, es fruto de nuestro esfuerzo por innovar constantemente manteniendo intacto nuestro afán de superarnos día a día.



LIDERAZGO
DE MARCA

LIDERAZGO
EN INNOVACIÓN

CRECIMIENTO
SOSTENIBLE



Somos fabricantes de productos lácteos con un fuerte compromiso: la responsabilidad de garantizar a nuestros consumidores productos saludables de gran calidad. Pero también somos consecuentes: solo entendemos el desarrollo de nuestra actividad cuidando y respetando el entorno social y natural que nos rodea.

Contamos con el **gen del cambio**, el catalizador que **nos impulsa a mejorar** y a adaptarnos de forma flexible a las demandas del mercado para alcanzar **un crecimiento sostenible**.



En abril de 2012 se crea la **Dirección de Desarrollo de Nuevos Negocios** que junto con las nuevas sociedades **INNOVA FOOD INGREDIENTS, S.A.** (compañía dedicada a la elaboración y comercialización de ingredientes lácteos para el sector industrial)



y **BIOPOLIS, S.L.** (empresa biotecnológica dedicada al desarrollo de proyectos de I+D+i para el sector agroalimentario y químico-farmacéutico) nos permitirán abrir nuevos mercados para afrontar con éxito la actual coyuntura económica.

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO

▶ CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

▶ **Presidente:** SR. D. BERTINO VELASCO TORRE

▶ **Secretario:** SR. D. JAVIER ROZA MANZANO

▶ **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

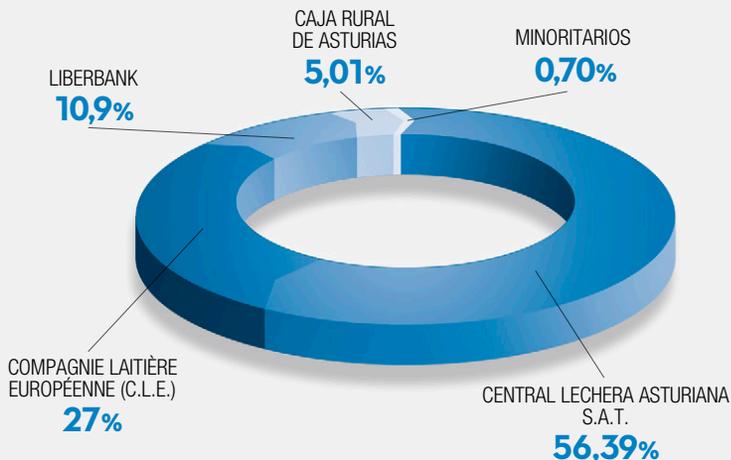
▶ **Subdirector General:** SR. D. FRANCISCO JAVIER ECHEVARRÍA

▶ **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



NUESTRA ESTRUCTURA SOCIETARIA



BALANCE 2012: EVOLUCIÓN Y RESULTADOS DE NUESTRO NEGOCIO

El importe neto de la cifra de negocios disminuye un 3,83% respecto al ejercicio anterior, decremento debido, esencialmente, a la disminución en el volumen de ventas de las leches tradicionales que se ha visto afectado por el impulso de las marcas de distribución.

Sin embargo, destaca el **buen comportamiento de las natas, mantequillas y leches especiales** donde se consigue un **incremento en volumen del 60%** respecto del año anterior.

El resultado del ejercicio ha sido de pérdidas por importe de 1.009 miles de euros (beneficios en 2011 de 9.774 miles de euros). A pesar de la caída de ventas, el Grupo consolidado ha realizado esfuerzos en contención de gastos, sin renunciar a la inversión de marca, lo que ha supuesto un menor impacto en la pérdida del ejercicio.

El efecto en el resultado del ejercicio del incremento del canon de arrendamiento de la marca Central Lechera Asturiana ha supuesto un mayor gasto respecto al ejercicio pasado de 3.431 miles de euros.

Las previsiones para el ejercicio 2013 se esperan estén en línea con la situación de la economía en general aunque con una previsión de mejores resultados a los obtenidos en 2012. No obstante, el Grupo consolidado está haciendo los máximos esfuerzos para compensar la caída de la actividad, buscando nuevas oportunidades de negocio tanto en producto como en mercados.

Finalmente destacar que se mantiene **una sólida posición financiera** con una situación de **superávit** y un fondo de Maniobra de 49.534 miles de euros (2011: 60.257 miles de euros).

Magnitudes Económicas (miles €)	2010	2011	2012
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	737.499	712.837	685.531
PATRIMONIO NETO	218.538	222.902	214.562
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	17.552	3.094	(1.102)
EBITDA	35.294	21.898	18.343
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	16.661	6.000	(253)
BENEFICIO NETO	18.528	9.795	(1.009)

▲
60%
aumento de volumen de
natas, mantequillas y leches especiales
respecto a 2011

NUESTRA PRESENCIA EN EL MERCADO



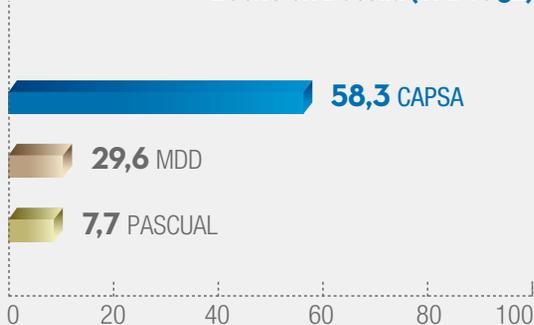
Cuotas de mercado (%)

AC Nielsen

Leche Líquida (TAM s.52)



Leche en Botella (TAM s.52)



Soja (TAM S.52)



Nata (YTD S48)



Mantequilla (YTD S48)



NUESTRAS MARCAS

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



Marca nacional
líder en el sector



Marca líder de
ventas en Cataluña



Marca líder
de ventas en Galicia



NUEVOS LANZAMIENTOS

Gracias a nuestro espíritu innovador y a la apuesta por procesos de alta tecnología hemos desarrollado productos muy variados de gran calidad que aportan salud a nuestros consumidores.

PRODUCTOS CANAL GRAN CONSUMO

Leches especiales

En continuación con nuestro propósito de liderar el mercado de leches especiales, conquista que iniciamos en 2011 con el **proyecto Apolo**, y siempre teniendo en cuenta nuestra constante apuesta por la calidad y la innovación para ofrecer productos que contribuyan a una alimenta-

ción saludable, hemos desarrollado dos nuevas leches funcionales ampliando nuestra gama de leches especiales. Todas ellas constituyen la forma más rápida de modificar sin esfuerzo nuestros hábitos alimenticios garantizando **la mejor relación eficacia-precio** y **la mayor naturalidad**.



AUMENTAMOS
nuestra
familia de
**leches
enriquecidas**

Fibra
0% materia
grasa

**Sin
lactosa**
con **CALCIO**
y Vitamina D



Ambas se presentan en el formato **Tetra Evero Aseptic** que aúna las mejores ventajas del cartón y del plástico.

▲

Fibra 0% Materia Grasa: leche enriquecida que aporta el 40% de la fibra diaria recomendada y 0% de materia grasa. Contiene **Regulapplus®**, una exclusiva combinación de dos fibras naturales que ayudan a regular el tránsito intestinal. Este producto ha sido desarrollado con la colaboración de la **Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (S.E.D.C.A.)**.

Sin Lactosa con Calcio: es una leche especial que no tiene lactosa lo que la convierte en la alternativa para la salud de las personas intolerantes a la lactosa o con dificultades para tolerarla. **Está enriquecida con calcio y vitamina D** que contribuye a la absorción y utilización adecuada del calcio y fósforo. Un solo vaso aporta el **50% de calcio necesario al día**.

La nueva leche Sin Lactosa con Calcio cuenta con la colaboración de **ADILAC (Asociación de Intolerantes a la Lactosa de España)**.

▼

Productos lácteos

En 2012 lanzamos **PROCELIAC**, novedad mundial en el mundo de la celiarquía.

Es un producto en polvo que contiene una bifidobacteria, denominada ***Bifidobacterium longum ES1****, patente mundial, que mejora la calidad de vida de los celíacos a través de la protección de su mucosa intestinal.

PROCELIAC no es un tratamiento para erradicar la intolerancia del celíaco y en ningún caso debe considerarse un sustituto de la dieta libre de gluten, pero sí proporcionará una mayor protección en el intestino de la persona celíaca.



**PATENTE
MUNDIAL**



*Tailor-made probiotic by Biopolis S.L.

Es un alimento completo ya que aporta todos los nutrientes de la leche y además está reforzado en calcio, hierro y vitaminas.



PROCELIAC ha sido desarrollado con la colaboración de la compañía biotecnológica **Biopolis, S.L.** y el centro de investigación **IA-TA-CSIC**, y supervisado por un Comité Científico formado por médicos expertos en Gastroenterología, Pediatría y enfermedad celíaca.

Cuenta con *microsite* propio, www.proceliac.es, donde los consumidores pueden conocer para qué sirve, cómo funciona, forma de prepararlo, preguntas frecuentes, etc.

Incluye una pestaña, **Comprobado científicamente**, que recoge un resumen de todos los estudios realizados así como la historia de desarrollo del producto desde el descubrimiento de la bifidobacteria hasta su lanzamiento al mercado.



Soja

En el segmento de la soja hemos incorporado nuevos productos: **Alpro Soja** y **Alpro Soja Ligera con Calcio**. Son las únicas bebidas de soja que aportan el 50% de la cantidad diaria recomendada en un solo vaso.

Están enriquecidas con **vitamina D**, que facilita la absorción del calcio por nuestro organismo. Son ricas en proteínas vegetales, bajas en grasas saturadas y al ser **100% vegetal** no contienen grasa animal.

▲
**LAS BEBIDAS
DE SOJA**
que mejor
**cuidan tus
huesos**



Son aptas para **alérgicos a la lactosa, celíacos y vegetarianos** ya que no contienen lactosa, gluten y colesterol y son fáciles de digerir.



Más información:

www.alproasturiana.es

PRODUCTOS CANAL DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En 2012 hemos incorporado tres nuevas referencias:

**Botella Grand Crème
Hostelería ATO.**



**Botella 0% Hostelería
Central Lechera Asturiana:**
enriquecida **con vitaminas A y D,**
aporta todos los beneficios
de la leche pero con
0% de materia grasa.



**LA INNOVACIÓN
EN HOSTELERÍA**

se llama
0%

**Leche condensada
Hostelería.**



NUESTROS CENTROS DE PRODUCCIÓN Y DELEGACIONES

7 fábricas y 6 delegaciones comerciales.



1. Fábrica de Granda: leche UHT, batidos, nata, mantequilla, productos en polvo, yogur.



2. Fábrica de Outeiro de Rei: leche UHT, productos en polvo, mantequilla industrial.



3. Fábrica de Vidreres: leche UHT.



4. Fábrica de Zarzalejo: leche UHT, nata y batidos.



5. Fábrica Villagarcía de Arosa: yogur y quesos naturales.



6. Fábrica de Menorca: leche UHT.



7. Fábrica Cueva del Molín: queso cabrales.







2

ESCUCHAR PARA CREAR VALOR

A lo largo de toda nuestra cadena de valor intervienen diversos interlocutores con los que mantenemos un diálogo fluido. Conocer sus expectativas y demandas, sus opiniones y sugerencias nos permitirá alcanzar un beneficio mutuo.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



ESCUCHAMOS A NUESTROS GANADEROS: ORGULLOSOS DE LO NUESTRO

El adverso entorno económico actual, con caída de los precios de venta y la imparable subida de los costes de producción, ha reducido considerablemente la rentabilidad de las explotaciones ganaderas.

Conscientes de esta situación, queremos proteger nuestro campo para seguir creciendo juntos y afrontar con éxito el futuro. Por ello, nuestro objetivo principal es respetar el precio que se paga por la leche en origen, así como promover iniciativas que apoyen el desarrollo y progreso de las zonas rurales para frenar la creciente desaparición de explotaciones lácteas.

Contamos con un servicio de campo que asiste a nuestros ganaderos proporcionándoles asesoramiento técnico con objeto de mejorar la competitividad de las explotaciones y tener una materia prima con los más altos estándares de calidad.

ORIGEN	VOLUMEN (miles de litros)	PORCENTAJE
ASTURIAS	362.065	40,72
GALICIA	311.246	35,01
CANTABRIA	57.478	6,46
CATALUÑA	134.957	15,18
MENORCA	21.933	2,47
OTROS	1.439	0,16
TOTAL	889.119	

100%
de recogida
de leche
**en la
Península
Ibérica**

▲
Casi
900
millones
de litros
de leche
comprados
en 2012



ESCUCHAMOS A NUESTROS PROVEEDORES: NUESTRO OBJETIVO... EL VUESTRO

En un mundo tan cambiante, no podemos estar aislados, necesitamos encontrar a los mejores socios y construir alianzas con ellos, estableciendo acuerdos y objetivos compartidos para optimizar nuestra cadena de suministro y desarrollar nuevas oportunidades de negocio.

Trabajamos con empresas líderes en sus respectivos sectores, intercambiando conocimientos y experiencia para establecer áreas de mejora, dar una mejor respuesta a las necesidades de nuestros clientes y realizar proyectos conjuntos para proteger nuestro entorno.



CHEP



Nuestra alianza con CHEP (empresa especializada en el uso compartido de paletas y contenedores) ha ido un paso más allá, ya que en 2012 ha ubicado su centro operativo en nuestras instalaciones de Granda (Asturias). Los acuerdos alcanzados repercutirán positivamente para ambas compañías e implicarán las siguientes ventajas:

- ▶ **Ambientales:** disminución de **9.500 kg CO₂/año**.
- ▶ **Integración de operaciones:** se disminuirá la necesidad de almacenar paletas.
- ▶ **Optimización de costes:** la colaboración entre ambas empresas significará un ahorro al año de un **4,5%** respecto al gasto total de paletas.



TRAIGLEFFER



En 2012 incluimos en nuestra flota el primer camión de España de gran tonelaje propulsado por gas natural comprimido, capaz de recorrer medias-largas distancias.

Este vehículo de mercancías va un paso más allá respecto a los ya utilizados para reparto en ciudad puesto que sus 330 CV de potencia y su depósito de 1.140 litros le permiten trans-

portar grandes cargas con una autonomía de hasta 550 km. Este primer prototipo realizará siempre un circuito sostenible de ida y retorno a carga completa, no viajando nunca en vacío.

El uso de la tecnología GNC (Gas Natural Comprimido) supone, además, la ventaja de conseguir una importante **reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero**.



REPSOL

En 2012 se firmó un acuerdo de colaboración con REPSOL mediante el cual nuestros empleados podrán beneficiarse de importantes descuentos en la compra de combustible en todas las estaciones de servicio del Grupo REPSOL (Repsol, Campsa y Petronor). Además seguimos colaborando con ellos incorporando nuestros productos en un total de 3.500 puntos de venta de tiendas Repsol.

PUERTO DE GIJÓN Y NAVIERA K-LINE

En nuestra firme apuesta por el fomento del uso del ferrocarril y del barco, en 2012 hemos firmado un convenio de colaboración con el Puerto de Gijón y la naviera japonesa K-Line poniendo en marcha una nueva ruta de transporte multimodal entre el puerto de Gijón e Isenheim (Francia) para el tráfico intercomunitario de Alpro Soja (el 60% del volumen de mercancía) reduciendo el movimiento de camiones lo que implica la emisión de **1.055 toneladas menos de CO₂ al año**.

- MARÍTIMO
- FERROCARRIL
- CARRETERA





HYPRED

Trabajamos conjuntamente con HYPRED quien con su conocimiento y experiencia nos ha permitido optimizar el uso de productos químicos, disminuyendo recursos y mejorando nuestros sistemas de dosificación.



LOGOPLASTE

Logoplaste

Continuamos desarrollando proyectos conjuntos para la optimización de envases reduciendo el consumo de materias primas.



DKV SEGUROS

DKV
SEGUROS MÉDICOS

Hemos firmado un acuerdo de colaboración publicitaria con DKV Seguros para la promoción y potenciación de nuestras marcas a través de la realización de diversas acciones promocionales tanto en los distintos soportes publicitarios como en la página web del club de fidelización de CAPSA (www.centrallecheraasturiana.com) y de la web de DKV Seguros (www.dkvseguros.es).



NESTLÉ



Nos hemos unido con las marcas Nestlé y Nescafé para resaltar conjuntamente la importancia que tiene una buena alimentación para la nutrición y la salud.

Juntos proponemos un desayuno equilibrado compuesto por leche y botequilla de Central Lechera Asturiana, café soluble Nescafé y cereales Fitness de Nestlé como la mejor forma de empezar bien el día.



NESPRESSO



Unimos nuestras fuerzas con Nespresso España, pionero en el mercado de café en cápsulas, para promocionar nuestras marcas de manera conjunta.

Hemos firmado un acuerdo de colaboración mediante el que establecemos lazos de cooperación para llevar a cabo acciones comerciales conjuntas constituyendo una excelente

oportunidad de fortalecer el liderazgo de ambas marcas en sus respectivos mercados.

Con motivo de esta firma, nuestras marcas **Central Lechera Asturiana**, **ATO** y **LARSA** tendrán presencia en toda la red de boutiques Nespresso del territorio español pues será la leche que ofrezcan a sus clientes en las degustaciones de sus cápsulas.





ESCUCHAMOS A NUESTROS CLIENTES: NUESTRA PRIORIDAD, DAR MÁS Y MEJOR

CANAL GRAN CONSUMO

Para conocer en todo momento las inquietudes de nuestros clientes y solucionar sus dudas o reclamaciones, mantenemos un estrecho contacto con ellos. La aplicación **Customer Re-**

lationship Management nos permite centralizar toda la información relevante incluyendo datos de mercado, venta y distribución de productos y servicios.

▲
Impulsamos **la realización de estudios y análisis** de todos los mercados en los que operamos para identificar las diferentes tipologías de clientes a las que tenemos que orientarnos en función del tipo de producto y/o servicio que necesitan.
▼

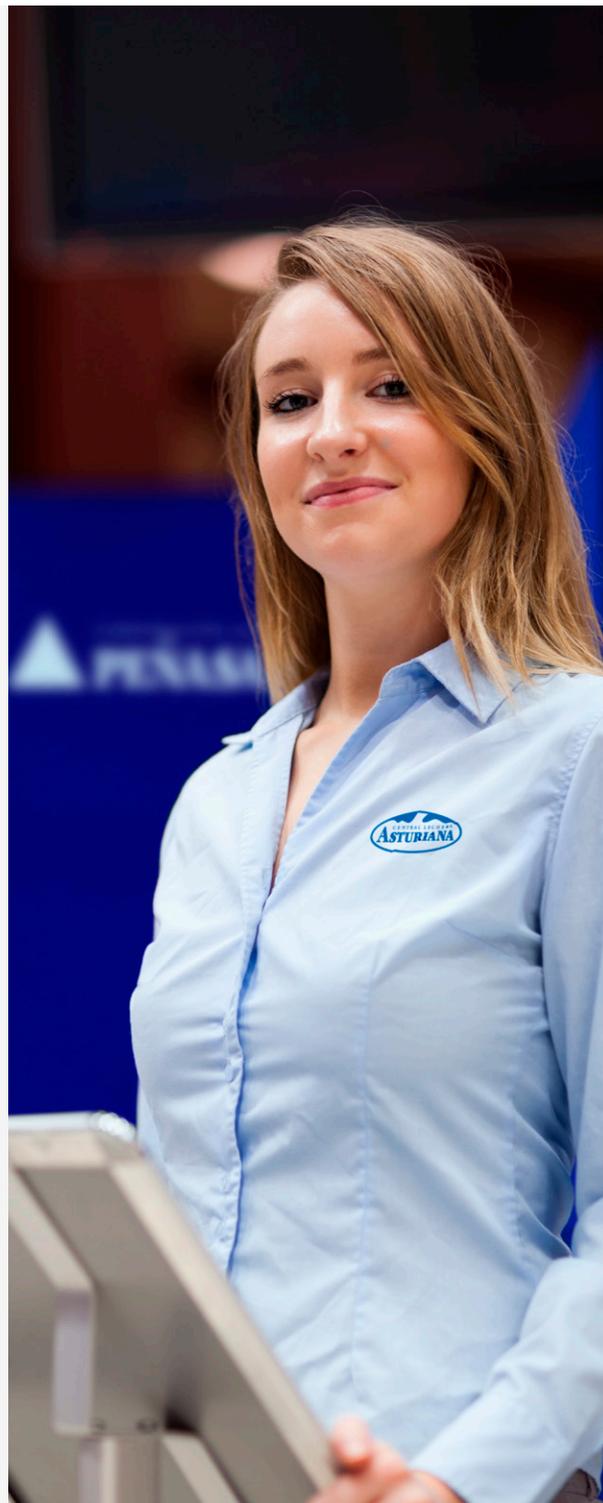


Apostamos por un modelo de **Servicio Integral de Atención al Cliente**, SIAC, con objeto de conseguir un punto de contacto único con cada cliente englobando todo el proceso desde el pedido al cobro y adecuando nuestra organización a una visión por procesos con una clara orientación al cliente.

Ello nos permitirá alcanzar los siguientes objetivos: conocer mejor las expectativas de nuestros clientes, ofrecerles una atención integral para incrementar su satisfacción y mejorar nuestro servicio a través del análisis de nuestros elementos de fallo, esforzándonos cada día en disminuir el tiempo de resolución de incidencias.

Nuestro compromiso con los clientes no queda solamente en dar respuesta a sus necesidades y expectativas, sino que fomentamos el intercambio mutuo de experiencias y conocimientos mediante diversas acciones:

- ▶ **Conferencias y presentaciones temáticas.**
- ▶ **Simposios, congresos y encuentros sectoriales.**
- ▶ **Jornadas técnicas y de venta.**
- ▶ **Redes sociales.**
- ▶ **Foros de discusión.**
- ▶ **Cursos y seminarios / ferias y congresos.**
- ▶ **Publicaciones.**



CANAL HORECA

A pesar del cierre continuo de establecimientos y de la caída de consumo en la categoría de leche en el mercado de la hostelería y restauración, continuamos siendo líderes en el canal Horeca.

Contamos con **más de 700 distribuidores** a nivel nacional, garantizando un óptimo servicio tanto en la Península Ibérica como en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla.

Nuestro objetivo es llegar a cualquier punto para atender las necesidades de nuestros clientes, así como escuchar y dar respuesta a sus demandas en todo momento.

SITUACIÓN DEL MERCADO DE HOSTELERÍA



Fuente: Nielsen, NPD, Canadean 2011



Todo nuestro esfuerzo ha valido la pena ya que hemos alcanzado un crecimiento de **más del 300%** en los últimos tres años.

Sumando grandes clientes

Algunas de nuestras principales cuentas nacionales que nos han permitido conseguir nuestro liderazgo en el mercado de hostelería y restauración son:



GINOS
RISTORANTE



Grupo
VIPS



Serunion
— Elior —

Barceló
HOTELS & RESORTS



NH
HOTELES

Sol Meliá



Más de
8.000
nuevos
clientes
conseguidos
en 2012





Más visibles

Hemos entrado como proveedores en exclusiva de la Compañía Aérea Iberia mediante Gategourmet y por primera vez y de forma simultánea hemos estado presentes en las cartas *Servicio a bordo* de las tres compañías aéreas líderes en España: **Iberia, Vueling e Iberia Express**, visibles para **más de 8 millones de pasajeros**.

Gategourmet

Portal del distribuidor

Cada vez más son los distribuidores que tienen acceso a nuestro *Portal del Distribuidor*. Esta herramienta nos facilita la relación con nuestros clientes de Hostelería y Restauración, permitiéndonos mejorar el sistema de pedidos y ventas y dar un mejor un servicio en general.





ESCUCHAMOS A NUESTROS CONSUMIDORES: CERCA DE TI

Para nosotros el consumidor es clave, por eso trabajamos con los principales institutos de investigación (GFK, TNS, MillwardBrown y Kantar entre otros) realizando gran número de estudios buscando un doble objetivo: entender al

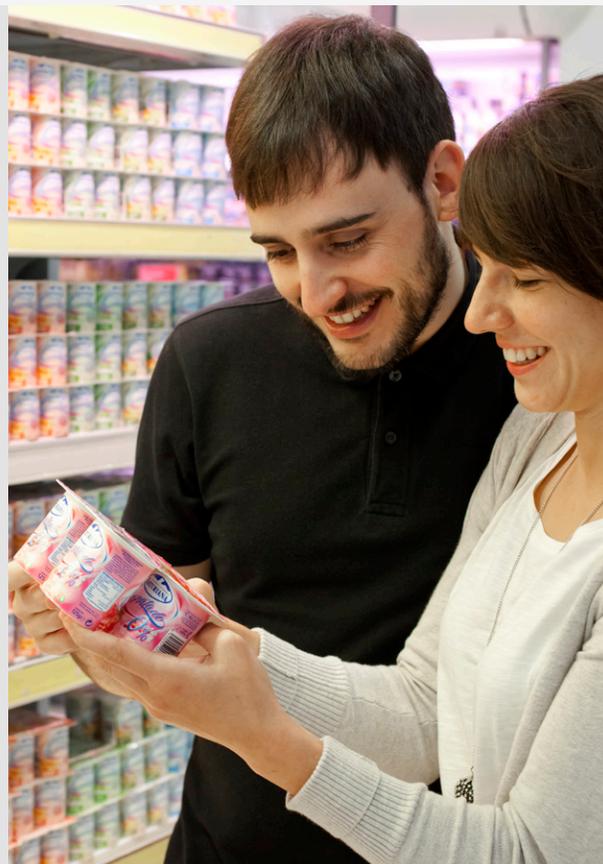
consumidor para conocer sus razones y motivaciones en el proceso de decisión de compra y dar respuesta a sus necesidades actuales y futuras desarrollando productos más eficaces, más fáciles de consumir y más naturales.

9,4

sobre 10

de satisfacción
de consumidores
contactados

Con el cambio que realizamos en 2011 de nuestro servicio de atención al consumidor y la implantación en 2012 de un nuevo procedimiento de realización de encuestas, **hemos mejorado nuestros resultados** respecto al año anterior, **aumentando en un 10,5%** la valoración de la satisfacción de los consumidores contactados.



Nuestros esfuerzos han valido la pena ya que nuestra marca, **Central Lechera Asturiana**, se encuentra entre **las marcas que más conectan con el consumidor español** según el estudio *Brand Footprint* realizado por Kantar Worldpanel.



▲
52%
 de las familias
 españolas
**han elegido
 nuestra leche**
 en 2012

**Os damos las gracias, ya que nos anima
 a seguir trabajando por y para vosotros**

TÚ NOS CUENTAS, NOSOTROS TE CONTAMOS

Consciente del importante papel que desempeñan las redes sociales en la actualidad, afianzamos nuestra presencia en Facebook y en Twitter con un importante incremento de seguidores. Ya tenemos **100.000 amigos** con los que estamos en contacto en tiempo real y a los que les contamos en primicia nuestras promociones, nuevos lanzamientos y/o presentaciones de campañas de publicidad.

Nuestro objetivo es seguir creciendo en las redes a través de diferentes acciones de dinamización y de captación de nuevos fans.

En 2012 lanzamos una nueva imagen de marca en nuestros perfiles sociales que hemos hecho coincidir con el nuevo formato de Facebook. Conocido con el nombre de *Timeline*, el usuario experimentará una nueva forma de interactuar en esta red social. Bajo este nuevo formato presentaremos nuevos productos y promociones a nuestros seguidores.



twitter.com/LecheAsturiana



facebook.com/CentralLecheraAsturiana





Queremos agradecer la fidelidad de nuestros consumidores por lo que hemos renovado y actualizado nuestro Club de Fidelización. Nuestros socios pueden disfrutar de nuevas secciones, nuevo catálogo de regalos y nuevas promociones. Con este cambio damos un paso más para que el socio viva una auténtica experiencia de marca. Además el nuevo Club ya está disponible desde *smartphones* y *tablets*.

clubcentrallecheraasturiana.com



Más de
350.000
socios
 y más de
250.000
visitas al mes
 en nuestro Club
 de Fidelización

TU CONFIANZA NOS HACE CRECER

CAPSA, ELEGIDA POR LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES ENTRE LAS PRIMERAS EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN

Según el estudio *RepTrak Pulse España 2012* 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 undécimo puesto del total de las 125 empresas más grandes y reconocidas que operan en nuestro país.

El estudio, que ha sido realizado sobre una muestra de 5.870 consumidores y 23.500 valoraciones, mide la admiración, el respeto, la confianza y la buena impresión que una empresa despierta entre sus grupos de interés. Además, hemos sido la quinta compañía mejor valorada en la dimensión de **Ciudadanía** y la novena en **Integridad**, lo que demuestra el reconocimiento que la sociedad hace a nuestra labor en materia de Responsabilidad Social.

Esta elección se reafirma con los múltiples premios que han sido otorgados tanto a los productos de nuestra principal marca, Central Lechera Asturiana, como a nuestra Compañía en la mayoría de sus áreas de gestión.

1^a

**empresa
láctea**

de ámbito
nacional

**con mejor
reputación**

*(RepTrak Pulse
España 2012)*

11^a

**empresa
más admirada**

entre las 125
compañías
más grandes
y reconocidas
que operan
en España

*(RepTrak Pulse
España 2012)*

NUESTRA MARCA CENTRAL LECHERA ASTURIANA, UN AÑO MÁS EN LO MÁS ALTO

Central Lechera Asturiana vuelve a ser la **marca preferida** por los consumidores españoles por su **sabor, naturalidad** y su **calidad**, mérito reconocido tanto por el estudio de compra libre realizado por FOCUS Estrategia como por los premios concedidos en 2012 a nuestros productos.



PREMIOS A NUESTROS PRODUCTOS EN 2012



▶ Producto del Año 2012

Jalea Vital.

▶ Sabor del Año 2012

Leche Tradicional Brik y Botella.

▶ Sabor del Año 2012

Jalea Vital, Fibra y Naturcol.

▶ Sabor del Año 2012

Soja Natural y Ligera.

▶ Sabor del Año

Restauración 2012

Botella Hostelería Tradicional.



▶ Premios INNOVAL 2012

Jalea Vital, Fibra y Naturcol: categorías de lácteos y derivados y de tendencias y salud.

▶ Premio Best Pack de Plata

Mejor packaging para Jalea Vital, Fibra y Naturcol.



LOS MEJORES PRODUCTOS SÓLO PUEDEN SER RESULTADO DE LA MEJOR EMPRESA

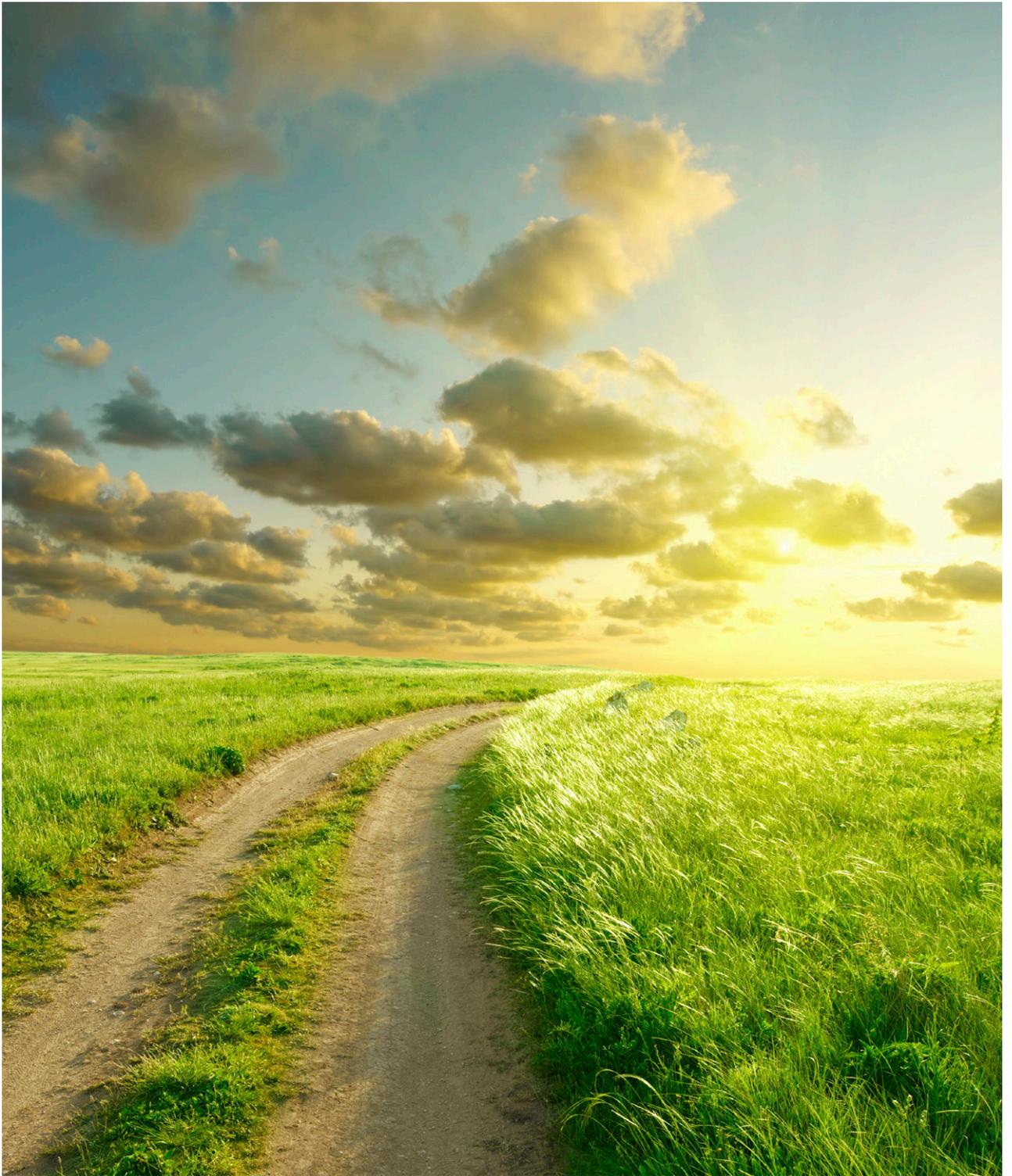
Sabemos que pertenecemos a una de las mejores compañías alimentarias de nuestro país y el hecho de que los demás también lo reconozcan, nos reafirma en nuestro orgullo de pertenencia a una gran empresa y nos impulsa a seguir mejorando día a día como muestra de gratitud.

PREMIOS A NUESTRA COMPAÑÍA EN 2012

- ▶ **Premio a la Innovación en nutrición y salud** concedido por el Instituto Universitario de Innovación Alimentaria (IIA-UCAM).
- ▶ **Premio Estrategia NAOS** a la iniciativa empresarial al proyecto *CAPSA, pensando en su salud* otorgado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
- ▶ **Premio HDL Colesterol Bueno** en investigación e innovación nutricional otorgado por la Cofradía del Colesterol Bueno.
- ▶ **Premio ICIL a la Excelencia** concedido por la Fundación ICIL como reconocimiento a empresas que innovan en el ámbito logístico e implantan soluciones de mejora en las organizaciones.
- ▶ **Premio a la seguridad industrial** otorgado por ASOCAS (Asociación de Organismos de Control y Afines del Principado de Asturias) como reconocimiento a nuestro compromiso en la difusión e implantación de buenas prácticas en el campo de la seguridad y la calidad industrial en el Principado de Asturias.
- ▶ **Premio Capital Humano 2012** a las mejores prácticas en Recursos Humanos en la categoría *Política Estratégica de Comunicación Interna*.
- ▶ **Premio Site del Día** a nuestra web corporativa www.centrallecheraasturiana.es concedido por el blog internacional CSS Awards.
- ▶ **Premio al desarrollo formativo** concedido por la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP).



Gracias a nuestros consumidores
por estar a nuestro lado una vez más



3

HACIA LA EXCELENCIA

Primera empresa alimentaria española que obtiene
el sello de excelencia europea +500.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



CAMINANDO HACIA LA EXCELENCIA: SIEMPRE POR DELANTE

En un entorno en profunda transformación se requiere un cambio en los modelos de gestión habituales para conseguir la satisfacción de todos los grupos de interés. Es decir, es necesario reinventarse.

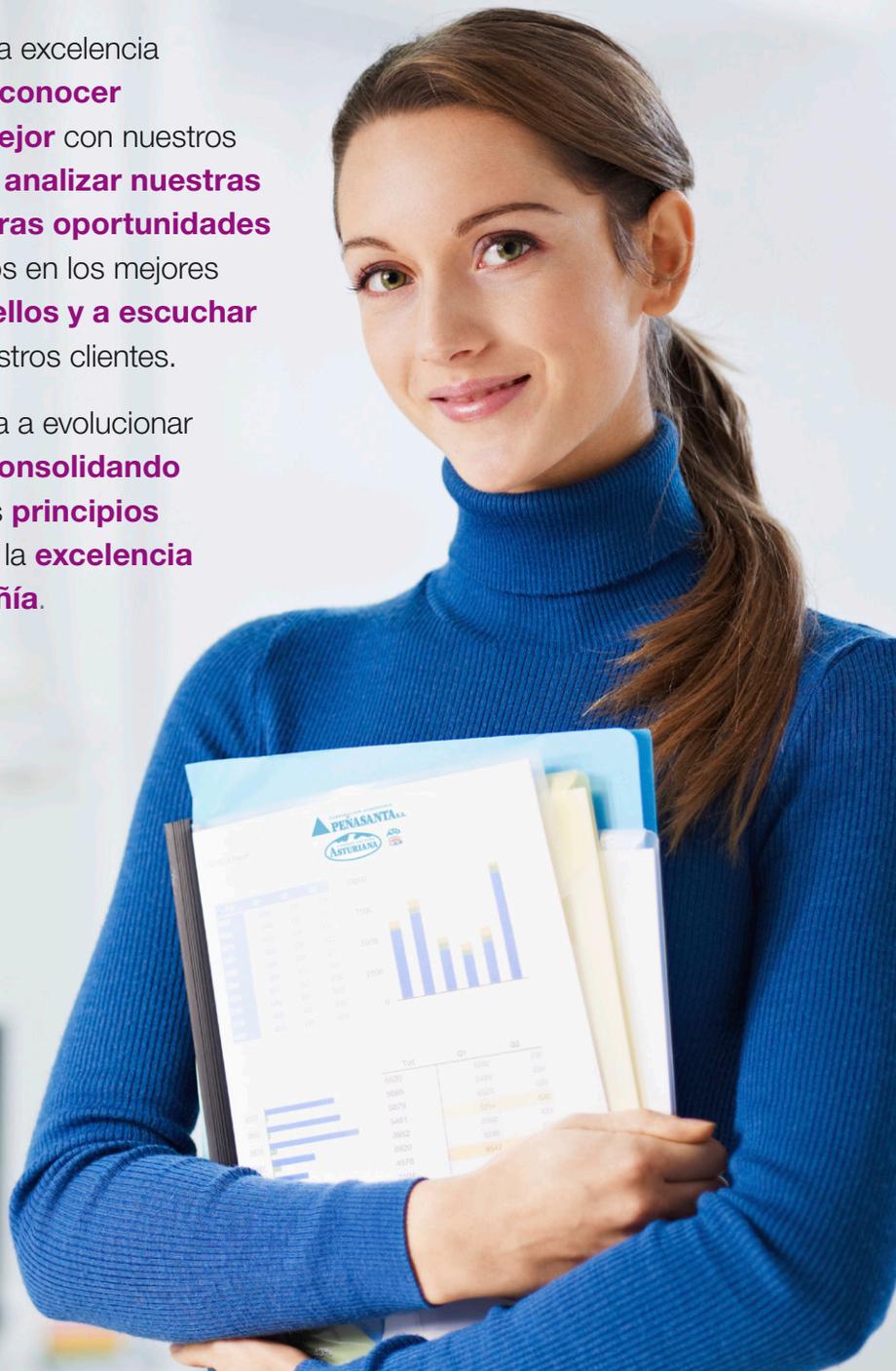


Desde 2009 hemos decidido apostar por el **modelo de excelencia EFQM** como uno de nuestros pilares estratégicos de gestión, implantando los principios fundamentales de este mo-

delo en todas las áreas de nuestra Compañía, constituyendo una herramienta de gestión que nos aporta valor añadido a nosotros, a nuestros consumidores y a la sociedad en general.

En el camino hacia la excelencia hemos aprendido a **conocer y relacionarnos mejor** con nuestros grupos de interés, a **analizar nuestras fortalezas y nuestras oportunidades de mejora**, a fijarnos en los mejores para **aprender de ellos y a escuchar más y mejor** a nuestros clientes.

Todo esto nos ayuda a evolucionar muy rápidamente, **consolidando** simultáneamente los **principios fundamentales** de la **excelencia en toda la Compañía**.





Fruto de todo el trabajo realizado hemos obtenido el **Sello de Excelencia Europea +500** otorgado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) y el Club de Excelencia en Gestión (CEG), siendo la **1ª empresa del sector alimentario español en conseguirlo**.



Este reconocimiento avala el éxito de un modelo de trabajo que nos sitúa, una vez más, un paso por delante.

Contamos con las certificaciones **ISO 9001**, **ISO 14001**, **UNE 166002** y **OSHAS 18001** logrando integrar y certificar los cuatro sistemas en uno solo, homogéneo y sistematizado, que implica un mayor grado de operatividad.



▲
1ª

empresa
del sector de
alimentación
español
certificada
conforme a la

**NORMA UNE
166002**

gestión de I+D+i

Un año más hemos superado satisfactoriamente los requisitos necesarios para el mantenimiento de la marca de garantía **Madrid Excelente**.

La renovación de nuestros sistemas de gestión confirma nuestra apuesta por mantener altos estándares en la calidad, la seguridad, el I+D+i, el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales.





4

PENSANDO EN LA NUTRICIÓN Y EN LA SALUD

Gracias a nuestra labor investigadora y a la promoción de una alimentación y un estilo de vida saludable contribuimos a mejorar la calidad de vida de las personas.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



NUESTRO DESAFÍO: FOMENTAR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE PARA TODOS

Conscientes de la importancia de llevar un estilo de vida saludable, continuamos focalizando nuestros esfuerzos en el desarrollo de estrategias que ayuden a mejorar la nutrición y la salud de las personas.

▲
Dado que el primer paso para tener una buena salud **es saber cómo preservarla**, llevamos a cabo diversas actividades educativas para el fomento de hábitos saludables.
▼

Para nosotros **la educación es la base fundamental** para entender por qué es importante **comer bien y practicar ejercicio de forma regular**, factores que constituyen la clave para afianzar la salud y el bienestar a lo largo de la vida.



A TU LADO DESDE EL PRINCIPIO

Una buena alimentación es básica para llevar una vida saludable a cualquier edad, pero en los niños es mucho más importante ya que aún están en fase de crecimiento y es vital que coman de forma correcta.

Por eso, un año más colaboramos en la campaña **Desayunos saludables** enseñando a niños con edades comprendidas entre los 4 y 10 años qué alimentos se deben incluir en un desayuno equilibrado. Asimismo participamos en proyectos de salud de diversos colegios cuyo objetivo común es la educación nutricional del niño.



Más de
11.600
 niños
 han participado
 en nuestros
**programas
 de nutrición**

POR MANTENER UNA ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA A CUALQUIER EDAD



Colaboramos con diversas sociedades científicas relacionadas directamente con el ámbito de la nutrición desarrollando distintas actividades educativas enfocadas a la promoción de la salud en la edad adulta.

En 2012 se organizaron las jornadas **Mejorar su alimentación, mejorar su salud** en colaboración con la **Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA)** y con las concejalías de salud en distintos Ayuntamientos de la geografía española (Oviedo, Leganés, Móstoles, Moratalaz y Fuenlabrada) cuyo objetivo es concienciar a la población a través de charlas y conferencias, sobre los riesgos que conlleva el sobrepeso y la obesidad.

▶
Durante las jornadas expertos nutricionistas realizaron **evaluaciones nutricionales *in situ*** permitiendo a los participantes conocer su estado nutricional y corregir malos hábitos alimenticios.



MEJORANDO EL BIENESTAR DE NUESTROS EMPLEADOS

A través del Área de Nutrición y Salud impulsamos el desarrollo de iniciativas en pro de la mejora de la calidad de vida de nuestra plantilla fomentando su educación nutricional.

En 2012 hemos completado al programa ***Cuida tu salud aprendiendo a alimentarte***, iniciado hace cuatro años, incorporando talleres prácticos de cocina saludable y de actividad física.

La atención nutricional personalizada fue llevada a cabo semanalmente por parte de dietistas-nutricionistas profesionales realizando menús personalizados adaptados a las necesidades y gustos de cada persona. Por primera vez participaron en el programa nuestros gestores de punto de venta, lo que supuso todo un reto al movilizar dietistas-nutricionistas de toda la geografía española.



▲
451

**empleados
y familiares**

han recibido
formación en el

**cuidado
de la salud**



TRABAJANDO JUNTO A LOS PROFESIONALES DE LA SALUD: SU OPINIÓN CUENTA

A lo largo de 2012 realizamos **6.073 visitas a profesionales de la salud llegando a más de 109.000 consumidores** a través de la información facilitada en diferentes centros médicos distribuidos por todo el territorio nacional.

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, se abordan otros temas relacionados con los últimos avances en el campo de la nutrición.



▲
6.073
visitas
informativas
realizadas a
profesionales
de la salud

▲
Más de
109.000
consumidores
informados
en diferentes
centros de
salud

Desde el Área de Nutrición y Salud queremos conocer la opinión de los profesionales de la salud a los que visitamos cada año.

Gracias a las encuestas que realizamos, hemos detectado:



- ▶ Una notable evolución del concepto **más saludable** (82,1%) de la marca.
- ▶ Una **valoración positiva** (83,5%) del beneficio **funcional** para el cuidado de la salud de nuestras leches enriquecidas **Naturcol** y **Fibra**.



Más de

2.500

Médicos

de atención
primaria

**informados
sobre nues-
tras leches
funcionales**

en el congreso
nacional

SEMERGEN

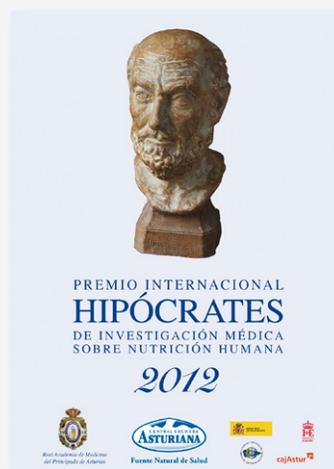


INVESTIGACIÓN NUTRICIONAL

En 2012 continuamos trabajando en los proyectos **CENIT**, **SENIFOOD** y **HENUFOOD**, dedicados a la investigación estrictamente nutricional de alimentos, ingredientes y tecnologías para mejorar la calidad de vida de las personas mayores y de mediana edad.

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**.

En 2012 el premio recayó en el trabajo de investigación, liderado por D. Antonio Martorell Aragonés **Inducción de tolerancia oral específica en niños de dos años de edad con alergia a la leche de vaca durante la lactancia**.



NUESTRA WEB CENTRAL DE SALUD

Renovamos nuestra **web de nutrición y salud** con una imagen mucho más moderna, más práctica y con nuevas secciones.



El *site*, enfocado tanto a consumidores como a profesionales de la nutrición, tiene como objetivo ofrecer información, consejos y herramientas útiles para llevar una alimentación y un estilo de vida saludables.

También encontrarán recetas y sugerencias de menús en función de la edad o necesidades específicas que son renovadas mensualmente.

Los profesionales cuentan con un acceso privado y con la herramienta **Nutrición en Consulta** podrán configurar para sus pacientes dietas equilibradas de una forma rápida y sencilla.



CENTRAL DE SALUD

WWW.CENTRALDESALUD.ES

DE TÚ A TÚ: NUESTRO SERVICIO NUTRICIONAL

Cada vez son más las dudas que asaltan a los consumidores debido a la gran variedad de productos que se pueden encontrar hoy en día en el lineal del supermercado así como la gran cantidad de información que aparece en los medios de comunicación acerca de los alimentos en general (alimentación funcional, interpretación de etiquetados, alergias, intolerancias, etc.).



Para tratar de dar respuesta a todas estas dudas, hemos reforzado nuestro Servicio de Atención al Consumidor que cuenta con un **Servicio de Consulta Nutricional**.

Los consumidores pueden contactarnos utilizando **tres vías sencillas y de fácil uso**: teléfono de atención al consumidor, correo electrónico a las distintas webs corporativas y a través de su foro y muro de Facebook.

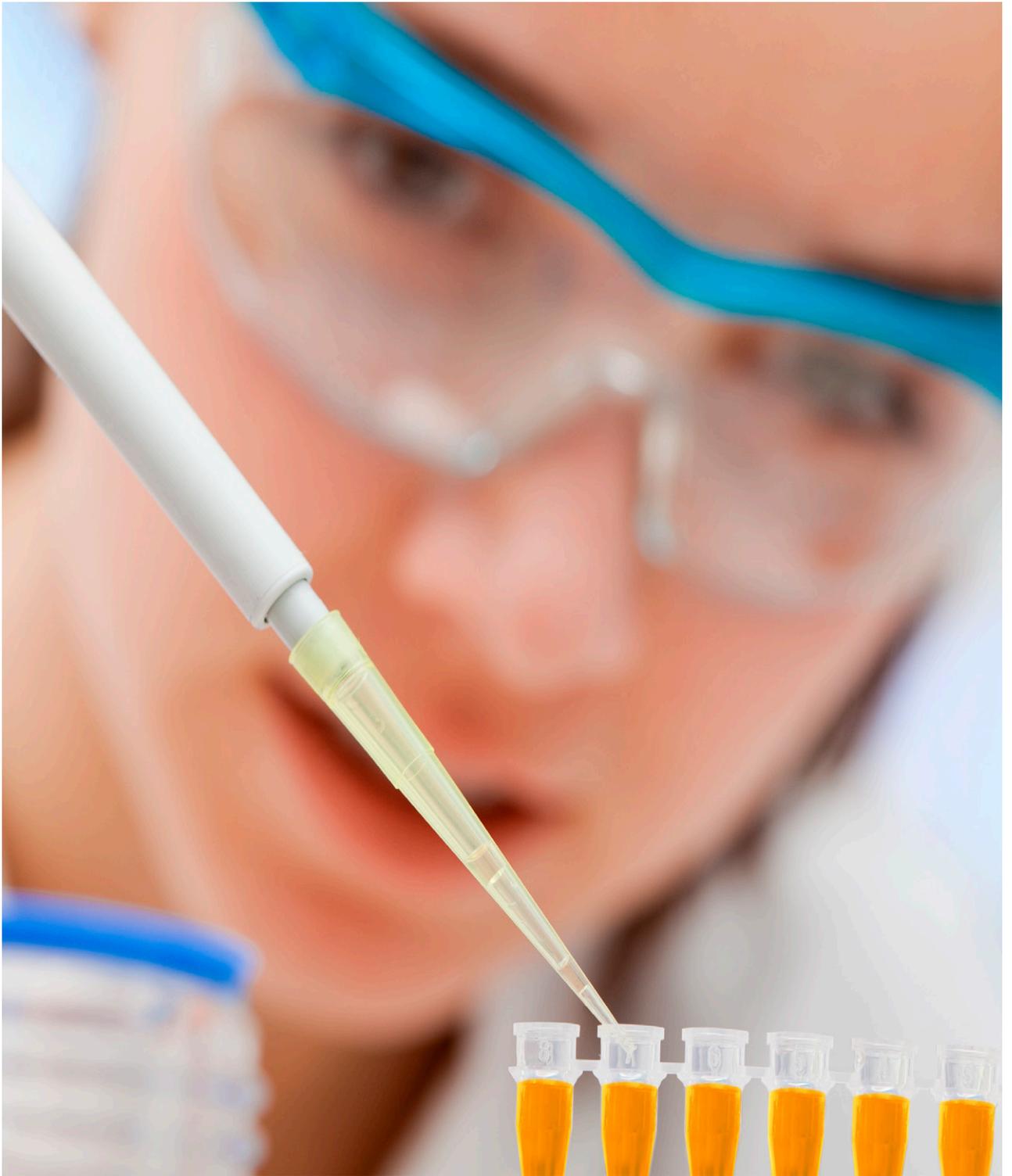


NUESTRA PARTICIPACION EN FOROS CIENTÍFICOS EN EL CAMPO DE LA NUTRICIÓN Y DE LA SALUD

Hemos asistido a distintos congresos de sociedades médicas y nutricionales y a varias jornadas científicas dando a conocer nuestros productos funcionales y la base científica de su eficacia.



- ▶ **XI Congreso de la Sociedad Riojana de Hipertensión. 1ª Reunión de Enfermería de la Sociedad Riojana de Hipertensión Arterial y Riesgo Vascular.** Mayo 2012, La Rioja.
- ▶ **7º Congreso Andaluz de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN).** Mayo 2012, Jaén.
- ▶ **4º Congreso de la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición (SEEN).** Mayo 2012, Oviedo.
- ▶ **61º Congreso de la Asociación Española de Pediatría (AEP).** Junio 2012, Granada.
- ▶ **IV Congreso SEMERGEN de Galicia.** Junio 2012, Granada.
- ▶ **XIV Congreso de la Sociedad Española de Nutrición (SEN).** Septiembre 2012, Zaragoza.
- ▶ **34º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN).** Septiembre 2012, Málaga.
- ▶ **6th International Immunonutrition Workshop.** Octubre 2012, Palma de Mallorca.
- ▶ **5º Congreso Internacional de Autocontrol y Seguridad Alimentaria.** Octubre 2012, Barcelona.
- ▶ **X Congreso de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC).** Noviembre 2012, Cádiz.
- ▶ **V Congreso de la Sociedad de Enfermería Madrileña de Atención Primaria (SEMAP).** Noviembre 2012, Madrid.
- ▶ **VI Congreso de la Sociedad Asturiana de Hipertensión y Riesgo Vascular.** Noviembre 2012, Oviedo.
- ▶ **V Congreso Nacional de Fitoterapia.** Noviembre 2012, Oviedo.
- ▶ **III Congreso Nacional de la Sociedad Española de Enfermedad Celíaca (SEEC).** Diciembre 2012, Oviedo.
- ▶ **XVI Jornadas Nacionales de Nutrición Práctica 2012.** Marzo 2012, Madrid.
- ▶ **II Encuentro Nacional de EIR de Enfermería Familiar y Comunitaria.** Marzo 2012, Madrid.
- ▶ **VI Jornadas SEAPA: Reflejando Presente, Proyectando Futuro.** Mayo 2012, Soto del Barco.
- ▶ **II Jornadas de Nutrición Clínica y Dietética de Galicia.** Octubre 2012, Galicia.
- ▶ **I Encuentro de la Fundación Andaluza de Nutrición y Dietética.** Octubre 2012, Sevilla.
- ▶ **I Simposio Mediterráneo. Nutrición, Dietética e Innovación.** Octubre 2012, Valencia.



5

INNOVANDO DÍA A DÍA

Llevamos a cabo proyectos de innovación de producto, de tecnología de procesos, de innovación nutricional y de sostenibilidad para dar respuesta a las necesidades del mercado y de la sociedad.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



CONSTRUYENDO EL FUTURO

Las exigencias del entorno económico en los últimos años han puesto de relieve la fortaleza de un modelo de negocio basado en la innovación.



La innovación es la manera de adaptarse flexiblemente a las continuas demandas del mercado y asegurar así, un crecimiento rentable de nuestra Compañía para el día de mañana.

La innovación es algo inherente a nosotros, está en nuestro ADN, es nuestro proyecto de empresa, **compartido por todas las perso-**

nas que formamos parte de ella, en el que nos cuestionamos lo que ya existe e investigamos **nuevas y mejores formas de hacer las cosas** para ofrecer productos, procesos y servicios que nos diferencien del resto. Pero no podemos hacerlo solos, colaboramos con nuestros grupos de interés con objeto de buscar sinergias que nos permitan progresar con paso firme.

▲
2012
comienzo
de actividad
**Innova Foods
Ingredients**

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



▲
Con las sociedades **INNOVA FOOD
INGREDIENTS, S.A.** y **BIOPOLIS, S.L.**
avanzaremos en nuestro viaje
al futuro abriendo nuevas opciones
en el mercado actual.
▼

INNOVA FOOD INGREDIENTS, S.A.

En 2012 inicia su actividad INNOVA FOOD INGREDIENTS, S.A. (nueva denominación jurídica de nuestra filial Galeastur, participada 100% por CAPSA).

Su visión es ser una empresa de referencia en el sector de ingredientes para la industria alimentaria con objeto de satisfacer

las demandas del mercado nacional e internacional ofreciendo productos de gran valor añadido.



EJES ESTRATÉGICOS

▶ INNOVACIÓN

Desarrollo de una amplia gama de ingredientes de base láctea para atender las necesidades de clientes de diversos sectores alimentarios. Para ello se han realizado cuantiosas inversiones en nuevos equipos y en renovación de instalaciones fabriles.

Durante 2012 se han lanzado, entre otros, nuevos productos como leches en polvo y quesos sin lactosa dando respuesta a la creciente demanda de productos para las personas intolerantes a la lactosa.

▶ INTERNACIONALIZACIÓN

Expansión a nuevos mercados, participando en varias ferias internacionales de prestigio en Europa y Asia donde se ha podido confirmar la aceptación de los nuevos lanzamientos.

A comienzos de 2012 se ha iniciado un proceso de implantación de certificaciones internacionales como BRC, IFS, Halal y Kosher.

▶ POSICIONAMIENTO

Con la modificación de denominación jurídica de Galeastur a **INNOVA FOOD INGREDIENTS, S.A.** se ha desarrollado un plan de comunicación tanto en prensa local e internacional como en internet. En este último canal, se lanza la web www.innovafoodingredients.com, una página *user friendly*, dinámica y sencilla en tres idiomas (español, inglés y francés).



Evidencia del éxito alcanzado ha sido el crecimiento del 57% en cifra de ventas de INNOVA FOOD INGREDIENTS, S.A. así como su reciente incorporación como miembro de EU-COLAIT (European Association of Dairy Trade), organización que promueve la oferta y los servicios de productos lácteos con apoyo de la Unión Europea.



MIEMBRO DE
EUROPEAN ASSOCIATION
OF DAIRY TRADE



▲
57%

crecimiento
en cifra
de ventas

**Innova Foods
Ingredients**



BIOPOLIS S.L.

Biopolis, S.L. es una empresa biotecnológica participada por CAPSA junto con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 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 **Biopolis** dispone de instalaciones autorizadas por la **Comisión Nacional de Bioseguridad** donde se llevan a cabo proyectos de bioquímica, genómica y microbiología.

INNOVACIÓN 360°

En nuestra firme creencia que las personas son la fuerza que nos impulsa a mejorar día a día, hemos promovido una cultura participativa y emprendedora en la que todas las personas de la Compañía y ajenas a ella pueden aportar ideas: es la **innovación 360°** con la que pretendemos llegar a todos los ámbitos de la empresa.

**INNOVACIÓN
COMERCIAL:**
MARCA,
PRODUCTOS,
SERVICIOS
Y CANALES



**INNOVACIÓN
ORGANIZATIVA:**
GESTIÓN
Y PERSONAS

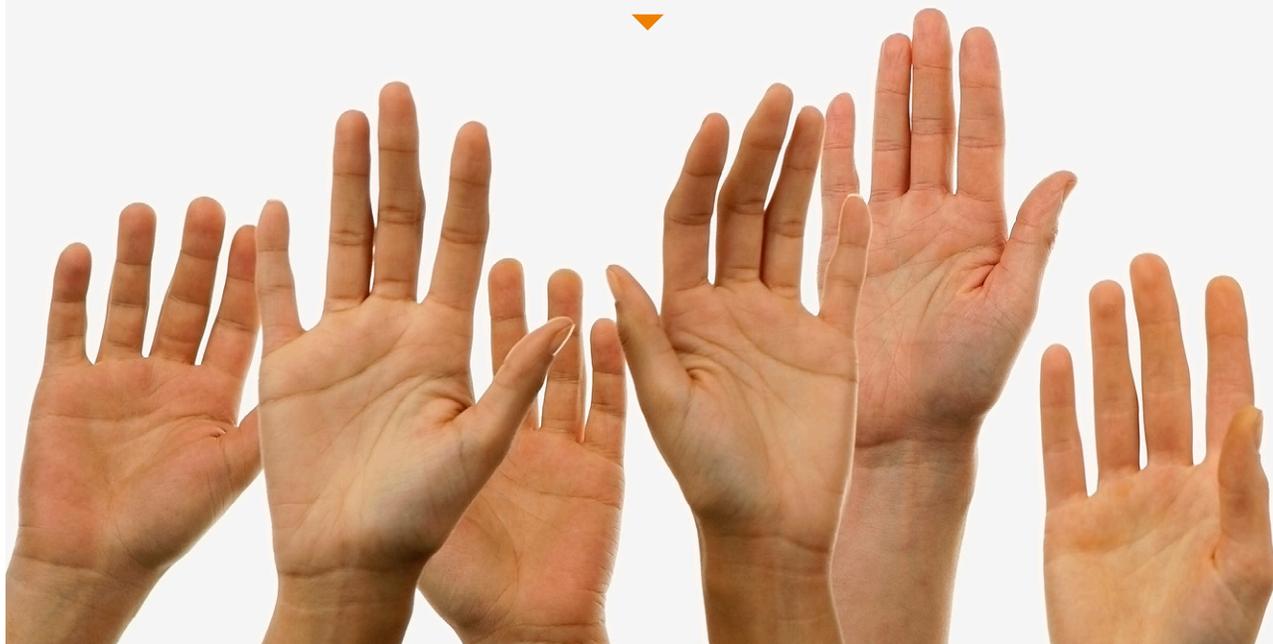
**INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA:**
PROCESOS

Una de nuestras principales fuentes de ideas es el **Observatorio de la Innovación**, herramienta con la que todos los empleados pueden dejar sus ideas y con la que queremos fomentar el interés y crear una cultura innovadora en toda la organización.



Las ideas son valoradas mediante una matriz de evaluación, siendo ponderadas en función de criterios aprobados por el Comité Directivo de Innovación.

En el año 2012 hemos recogido **más de 250 ideas, llegando a tener más de 600 ideas en la actualidad**. Muchas de ellas se han traducido en proyectos de éxito.



Trabajamos con un **Comité Científico**, integrado por investigadores de reconocido prestigio en diferentes áreas científico-tecnológicas (D. Pedro Castañera, D. Francisco A. Tomás Barberán, D. José M^a Ordovás Muñoz y D. Francisco Guarnier Aguilar) que, además de aportar ideas, nos propone nuevos proyectos de investigación y evalúa nuevas oportunidades de producto como en el caso de nuestra leche Sin Lactosa enriquecida con Calcio.



PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Dentro del marco de nuestro **Plan Estratégico de la Innovación** desarrollamos proyectos que nos permitan mantener nuestro liderazgo en el ámbito de innovación de producto, innovación nutricional, tecnología de procesos y sostenibilidad.



NUEVOS PRODUCTOS

Trabajamos en **más de 50 proyectos** de innovación de producto, a la vez que continuamos con las líneas de investigación ya abiertas derivadas de nuestro proyecto de innovación más relevante y ambicioso, **APOLO**, cuyo objetivo es liderar el mercado de leches especiales.



INVESTIGACIÓN NUTRICIONAL

Investigamos el desarrollo de nuevos productos dirigidos a diferentes grupos demográficos y la implementación de tecnologías que favorezcan la calidad de vida de la población. Para ello, estamos trabajando en proyectos integrados de investigación industrial de carácter estratégico, gran dimensión y largo alcance científico-técnico derivados de proyectos CENIT, **SENIFOOD** y **HENUFOOD** (financiados por el **Consortio Nacional CDTI**).



▲
SENIFOOD tiene como objetivo **mejorar la calidad de vida de las personas mayores** por medio de la alimentación a través de la **formulación de dietas equilibradas** de acuerdo con carencias nutricionales o patologías propias de las personas mayores o derivadas del envejecimiento.
 ▼

Bajo este proyecto esperamos contar con un avance significativo en relación a la utilización de ingredientes funcionales en matrices lá-

cteas que supondrá la creación de una nueva línea de productos lácteos con propiedades funcionales.

HENUFOOD está destinado al desarrollo de nuevas metodologías y tecnologías emergentes que evidencien la eficacia de alimentos con propiedades de salud para la reducción de riesgos de patologías crónicas en la edad media de vida.

Damos continuidad al proyecto europeo **NUAGE**, 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.

Y MÁS...

También trabajamos entre otros en:



▶ **BIOLACTOSE**

Aprovechamiento de suero lácteo para la obtención de nuevos ingredientes funcionales mediante biotecnología en colaboración con Biopolis, S.L.

▶ **FREEZER**

La aplicación de la tecnología de microparticulación aportará mejoras importantes en terminos de funcionalidad para la obtención de productos con mejor solubilidad que los productos convencionales.

▶ **OSMEST**

Recuperación del vapor de agua procedente de la esterilización de la leche.

▶ **ENERGY**

Proyecto de control y optimización energética: enfocado a la minimización de consumos de energía en la industria láctea.







6

CON LAS PERSONAS

Contamos con el mejor equipo que, con su esfuerzo, buen hacer y compromiso, es la base para asegurar el futuro de nuestra Compañía.

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



TRABAJAMOS JUNTOS DÍA A DÍA

En el actual contexto de incertidumbre e inestabilidad económica, en el que tenemos que hacer frente no solo a la crisis del consumo existente sino también a la entrada de nuevas marcas en el mercado, las personas que forman parte de nuestra Compañía juegan un papel fundamental gracias a su talento, innovación y compromiso.

▲
1.294
personas
forman
nuestra
plantilla

Somos plenamente conscientes que el crecimiento de una empresa se inicia con el bienestar de sus empleados. Por ello, en CAPSA estamos fuertemente comprometidos con el empleo de calidad y la creación de un entorno de trabajo agradable y flexible que posibilite el desarrollo de la creatividad, el trabajo

en equipo, la conciliación y la igualdad de oportunidades.

Potenciamos el talento a través de la formación y el desarrollo profesional desde el primer día, creando una empresa más profesionalizada con los empleados más capaces.



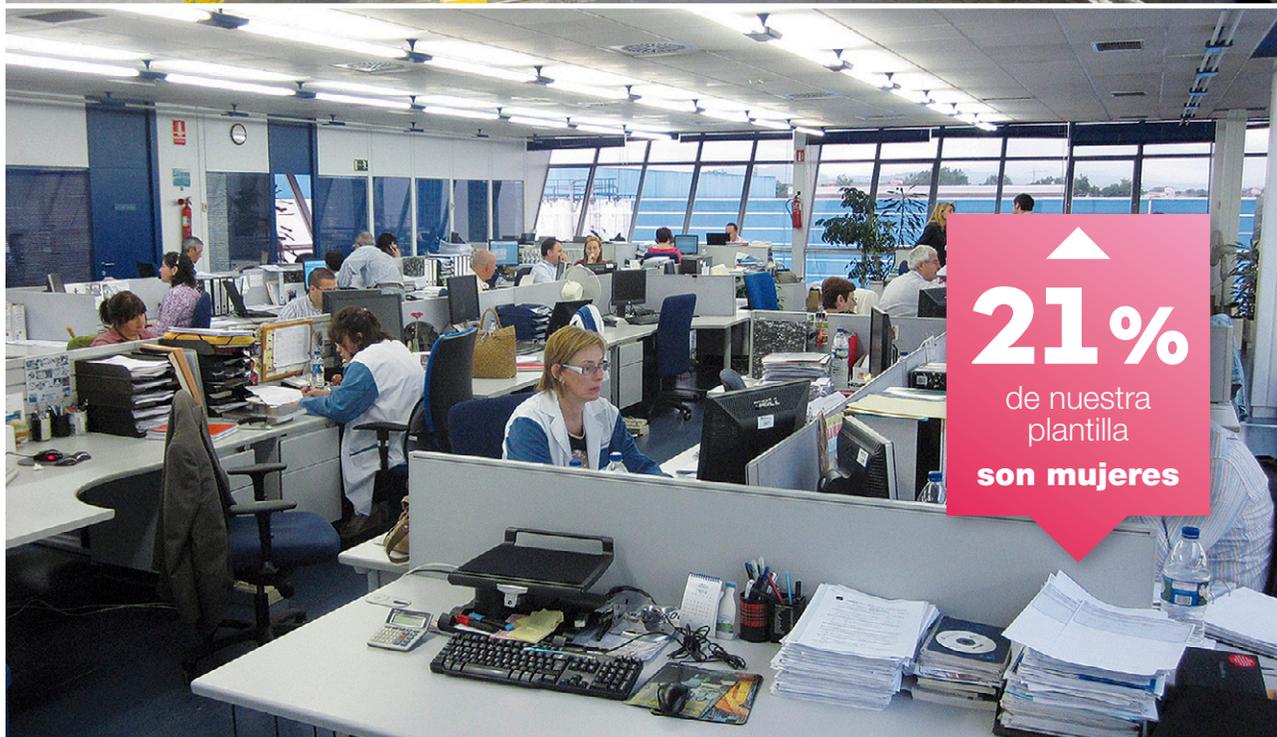
▲
94,25%

porcentaje de
plantilla fija
con rotación de

0,22%



▲
46,3
años
de media
de edad
de nuestra
plantilla



▲
21%
de nuestra
plantilla
son mujeres

NUESTRA APUESTA POR EL CAMBIO

Continuamos trabajando en el proyecto **Cultura Emprendedora** cuyo objetivo es generar un nuevo método de trabajo capaz de canalizar el conocimiento de nuestros empleados, promoviendo que cada persona se convierta en un emprendedor interno con capacidad para detectar problemas y oportunidades.



▲
A lo largo de 2012,
y a dos años del inicio
del proyecto, **más de 460
personas** han participado
en sesiones informativas,
formativas y de trabajo.
▼

En los *brainmap* que hemos llevado a cabo se han generado **más de 500 ideas**, muchas de las cuales se han traducido en nuevos proyectos mientras que otras se han incorporado a proyectos ya iniciados, desarrollando, de este modo, nuevas soluciones que aporten valor a nuestra Compañía.



FACILITAMOS LA COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna desempeña un papel fundamental como elemento constructor de nuestra cultura, contribuyendo a mejorar el clima social de la Compañía, estimulando la motivación y las relaciones profesionales.

Los objetivos estratégicos de nuestra política de comunicación interna son: **informar** para mejorar nuestra **gestión, motivar** y fomentar la **integración**.

En consonancia con estos objetivos, además de otras múltiples acciones, todos los años celebramos los **Premios CAPSA**, a través de los cuales se reconoce a las personas que por su actitud, desempeño y alineación a los valores corporativos destacan en cada uno de nuestros centros de trabajo.

Contamos con diversos canales que garantizan la comunicación entre nuestros empleados como CAPSA TV, buzones de sugerencias, tableros, portal del empleado, kioscos informativos, etc.



GESTIONAMOS EL TALENTO

A pesar de que España sufre una situación económica adversa con un importante descenso de los puestos de trabajo, **en CAPSA apostamos firmemente por el empleo.**



En el año 2012 hemos realizado **más de 60 procesos de selección**, de los cuales 27 han sido cubiertos por promoción interna y el resto se han visto reflejados en nuevas incorporaciones.

Además **fomentamos la inserción de los jóvenes al mercado laboral** mediante prácticas en empresa a través de más de 70 convenios de colaboración firmados con distintas entidades.

Consideramos muy importante **atraer, identificar, desarrollar y fidelizar el talento**, porque constituyen la base en la que se sustenta nuestro futuro. Para lograr materializar estos cuatro pilares utilizamos medios de reclutamiento de valor añadido como **CAPSA Empleo** y las **redes sociales** e internamente llevamos a cabo procesos de evaluación del desempeño a la vez que trabajamos en detectar áreas de mejora funcional o competencial para nuestros empleados.

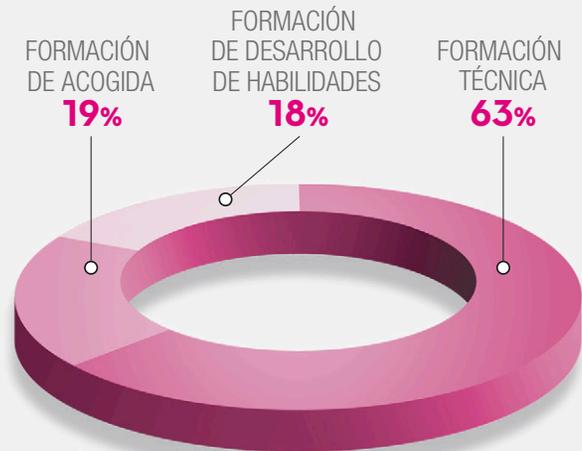
INVERTIMOS EN LA FORMACIÓN DE NUESTROS EMPLEADOS

Hoy en día la formación es crucial para conseguir nuestros objetivos ya que mejorando y actualizando conocimientos, habilidades y aptitudes desarrollaremos una ventaja competitiva sostenible en el tiempo que garantizará nuestro porvenir.

Nuestros programas de formación combinan conocimientos técnicos con el desarrollo de habilidades personales, incorporando nuevas soluciones formativas y canales más eficientes y flexibles.

Prestamos especial atención al proceso de acogida a nuevos empleados, para lo cual articulamos planes específicos de formación en función del puesto.

DISTRIBUCIÓN DE LA FORMACIÓN



▲
Casi
40.000
horas
de formación

DATOS FORMACIÓN 2012

INVERSIÓN EN FORMACIÓN (€)	691.560
PERSONAS FORMADAS	944 (73% Plantilla)
NÚMERO DE ACCIONES FORMATIVAS	288
RATIO HORAS DE FORMACIÓN POR PERSONA FORMADA	40,49



LA CONCILIACIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, NUESTRO COMPROMISO

Acorde a nuestro firme compromiso de ser una **empresa socialmente responsable**, garantizamos entre nuestros empleados la igualdad de oportunidades.

Para nosotros es básico crear un ambiente laboral que permita compatibilizar vida personal y laboral sin tener que renunciar a una carrera profesional. Por ello llevamos a cabo las siguientes iniciativas:

- ▶ **Igualdad de oportunidades** en materia de clasificación profesional.
- ▶ **Fomento de la promoción interna.**
- ▶ **Reducción de jornada.**
- ▶ **Formación en horarios** que faciliten la conciliación.
- ▶ **Adecuación de los horarios** por maternidad.
- ▶ **Descuentos** en guarderías, centros de día, etc.
- ▶ **Catálogo de beneficios sociales.**
- ▶ **Fomento del teletrabajo.**



Desde 2009 contamos con el **certificado EFR** (Empresa Familiarmente Responsable), certificado que hemos revalidado en 2012 por un nuevo período de tres años en todos nuestros centros de trabajo.

Continuamos colaborando con diversas organizaciones en la promoción del empleo entre el colectivo femenino, personas con discapacidad y personas en riesgo de exclusión social.

Días sin cole

Con el objetivo de favorecer la conciliación de la vida profesional y personal, en 2012 han sido **más de 115 niños** los que han disfrutado de alguna de las dos jornadas de *Días sin Cole* que realizamos en nuestras instalaciones aprovechando festivos escolares.



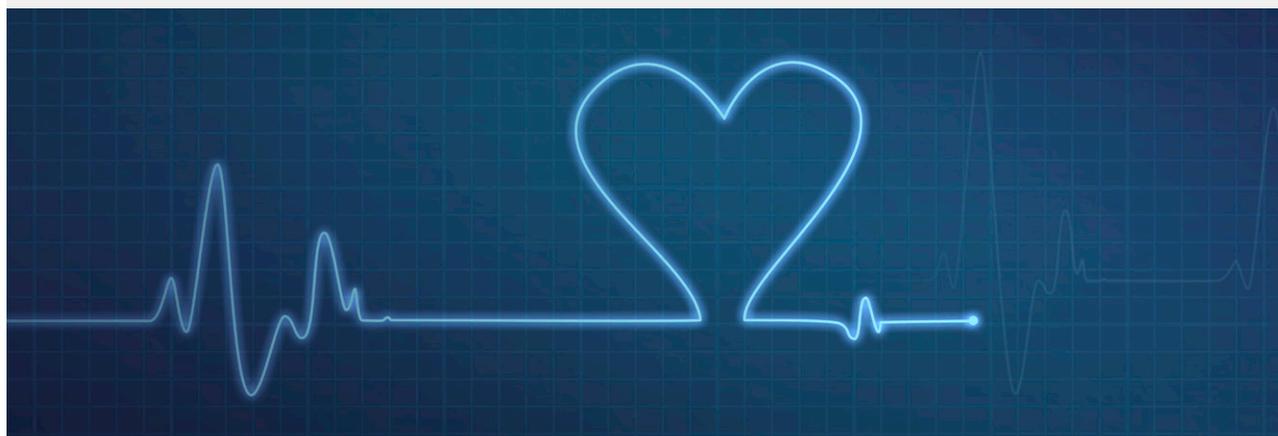
PROMOVEMOS LA SALUD Y EL BIENESTAR ENTRE NUESTROS EMPLEADOS

El respeto por el derecho a la seguridad y salud en el trabajo, conseguir un entorno laboral que favorezca la motivación y la satisfacción de todos, así como eliminar los siniestros laborales, constituyen nuestra razón de ser como empresa socialmente responsable.



Continuamos con el desarrollo del programa **CAPSA empresa generadora de salud**, cuyas acciones más destacadas son:

- ▶ **Espacios cardioprotegidos** y prevención riesgo cardiovascular.
- ▶ **Escuela de espalda.**
- ▶ **Campaña para la detección precoz del cáncer de próstata.**
- ▶ **Plan de acción para la prevención del consumo y abuso de drogas y alcohol.**
- ▶ **Programa MONEO** (prevenir el abuso de drogas y alcohol en los preadolescentes).
- ▶ **Campañas de prevención del glaucoma.**
- ▶ **Campaña de deshabituación al tabaco.**





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 condiciones ventajosas con **agencias de viajes, seguros, servicios médicos, balnearios, hoteles y guarderías.**



7

RESPONSABLES CON LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

Promovemos un modelo de negocio compatible con el desarrollo sostenible de nuestra sociedad, protegiendo los recursos ambientales para las generaciones futuras.



POR UNA BUENA CAUSA

La solidaridad no consiste en realizar acciones que estemos obligados a cumplir, sino acciones voluntarias que ayuden a luchar contra enfermedades, erradicar el hambre y proteger a las personas y al medio ambiente sin obtener nada a cambio.



Somos firmantes del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y del **Manifiesto de Corresponsabilidad** cuyos principios se basan en el respeto de los derechos humanos y laborales, en la lucha contra la discriminación en el empleo, contra la pobreza, en el desarrollo de enfoques orientados a la protección ambiental y en el respeto a la diversidad cultural, a la equidad social y de género.



APOYAMOS A NUESTROS CONSUMIDORES BAJANDO LOS PRECIOS

La leche es un producto básico de primera necesidad. Por ello, en estos momentos económicos tan duros, apoyamos a nuestros consumidores bajando los precios sin que por ello renuncien a una leche de máxima calidad.



▲
A lo largo de 2012 hemos llevado a cabo diversas **campañas de bajada de precios** de nuestra leche tradicional en brik y botella.
▼

En consonancia con nuestra apuesta por la innovación, hemos creado un código QR situado en las marquesinas de los autobuses, con el objetivo de derivar al consumidor a una web diseñada para el móvil donde se le da la oportunidad de descargar un cupón descuento de 0,40 € que podrá canjear en su próxima compra de leche entera, semidesnatada o desnatada.



CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Cada año se desaprovechan más de 1.300 millones de toneladas de alimentos, es decir, un tercio de la producción mundial.

Estas pérdidas no solo representan una oportunidad de alimentar a una población mundial en aumento, sino que en el actual contexto de crisis económica, en el que la sociedad atraviesa momentos difíciles, la reducción de este desperdicio alimentario constituye un paso importante para combatir el hambre y mejorar el nivel nutricional de las poblaciones más desfavorecidas.

Conscientes de esta problemática global, en 2012 suscribimos un acuerdo de colaboración con la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), apoyado por la Administración pública y la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), para **reducir el desperdicio alimentario** en nuestro país.

La campaña liderada por AECOC bajo el lema, **La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala**, persigue reducir el desperdicio mediante la prevención y el impulso de prácticas de eficiencia que optimice los excedentes alimentarios. Como empresa firmante del acuerdo nos comprometemos a impulsar dentro de nuestra Compañía buenas prácticas para reducir el desperdicio alimentario.

Más de
1.300
millones
de toneladas
de alimentos de
la producción
mundial se
desaprovechan

La alimentación
aprovéchala
no tiene desperdicio

AECOC



Más de
190.000
 kilogramos
 de nuestros
 productos

entregados
 a organizaciones
 que ayudan a los
 más desfavorecidos

CON LAS PERSONAS QUE LO ESTÁN PASANDO MAL

La situación de crisis actual ha hecho que en nuestro país se haya incrementado el número de personas en riesgo de pobreza y exclusión social.

Desde CAPSA seguimos aportando nuestro granito de arena colaborando con el Banco de Alimentos. En 2012 hemos entregado **más de 190.000 kilos** de nuestros productos para que se redistribuyan entre los que más lo necesitan.



DONAR SANGRE PARA SALVAR VIDAS

Todos los años colaboramos con La Hermandad de Donantes de sangre del Principado de Asturias, llevando a cabo dos sesiones colectivas de donación en las que participan nuestros empleados.

Con las extracciones realizadas en 2012 contribuimos con **más de 90.000 cm³** de sangre al centro comunitario de sangre y tejidos de nuestra región.



Más de
200
extracciones
de sangre
realizadas
en 2012



SOLIDARIDAD EN LA EMPRESA

Colaboramos con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) difundiendo sus campañas de sensibilización y prevención entre nuestros empleados a través de la publicación mensual de un boletín informativo de temática diferente cada mes.

CONTRA EL CÁNCER

INFORMACIÓN

El 40% de los cánceres se podrían evitar

ÚNETE. HAZTE SOCIO

AYÚDANOS A INFORMAR Y CONCIENCIAR SOBRE CÓMO PREVENIR EL CÁNCER

 aecc
Contra el Cáncer
Infocáncer 900 100 036
www.aecc.es
#luchamoscontraelcancer

CONTRA EL CÁNCER

TU AYUDA

Más de 1.500.000 personas padecen cáncer en España

ÚNETE. HAZTE SOCIO

AYÚDANOS A LUCHAR CONTRA LA ENFERMEDAD Y MEJORAR LA VIDA DE LAS PERSONAS

 aecc
Contra el Cáncer
Infocáncer 900 100 036
www.aecc.es
Síguenos en   

CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

Un año más somos los patrocinadores oficiales de **La Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana 2012**, circuito deportivo y solidario amadrinado por la actriz argentina Natalia Verbeke.

Este evento deportivo ha congregado a **más de 70.000 participantes** que se han unido con nosotros corriendo por una causa solidaria: **la lucha contra el cáncer de mama**. Considerada la carrera femenina más importante de Europa, un año más ha supuesto un récord de participación y ha conseguido recaudar en su séptima edición **70.000 €** destinados a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).



Casi

400.000
euros donados

para la lucha
contra el cáncer
desde la primera
edición de la
Carrera de
la Mujer



Más de

70.000
participantes

en la *Carrera
de la Mujer
Central Lechera
Asturiana 2012*

POSTALES SOLIDARIAS: “AHORA + QUE NUNCA”

Hemos colaborado con la campaña promovida por Tetra Pak, **Postales Solidarias**, en la que han participado diferentes empresas del sector lácteo y que ha permitido **donar 15.000 litros de leche a Cruz Roja**.

Con cada envío de una felicitación navideña desde la página www.facebook.com/mis-terpak, se donaba 1 litro de leche.



APOYANDO LA VIGILANCIA DE LAS PLAYAS

La Campaña de Playas llevada a cabo en colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Agencia de Patrocinio y Mecenazgo de la Generalitat de Catalunya (GENCAT), es una iniciativa llevada

a cabo desde 2003 que persigue reforzar la seguridad de las playas de nuestro litoral suministrando medios materiales y técnicos en **más de 600 puntos de vigilancia** en 400 playas de más de 150 municipios.



DONA TU MÓVIL

Hemos participado en la campaña de Cruz Roja Española **Dona tú móvil** con la entrega de equipos de telefonía en desuso de nuestra Compañía y de nuestros empleados.

El dinero recaudado fue destinado a poner en marcha proyectos de sensibilización y educación medioambiental, así como programas de cooperación humanitaria.



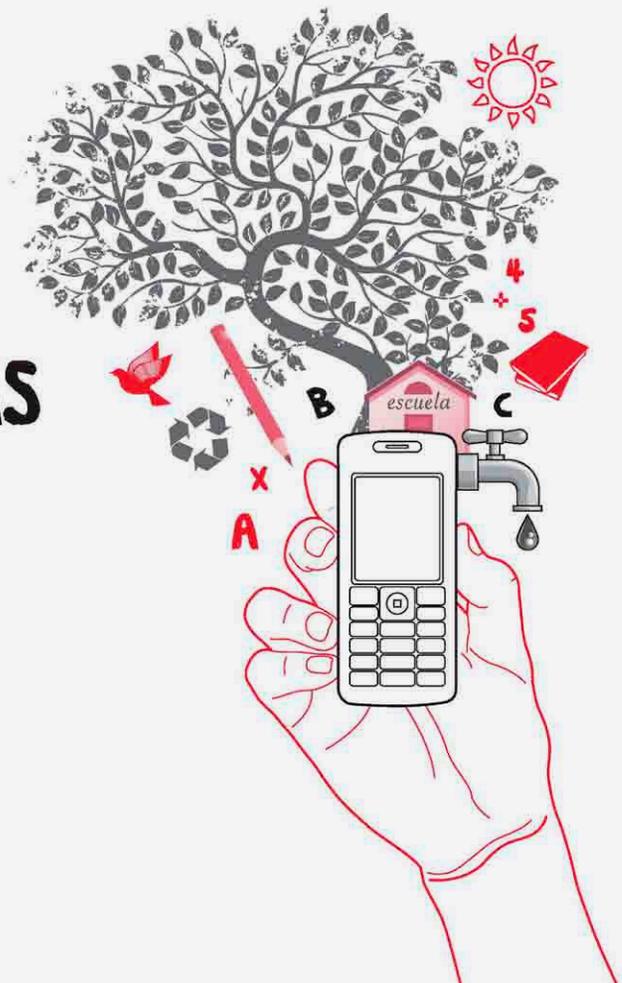
Cruz Roja



entreculturas

ONG JESUITA PARA LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO

**AL MÓVIL
QUE YA NO USAS
LE QUEDA
MUCHA VIDA
DÓNALO**



OPERACIÓN JUGUETE

En colaboración con Fundación La Caixa, celebramos la campaña **Operación Juguete** en la que los juguetes recogidos entre nuestros empleados han sido entregados a niños sin recursos.

Se donaron **más de 400 juguetes** como triciclos, juegos educativos, peluches, libros de lectura y pintura, muñecos, puzles, etc.



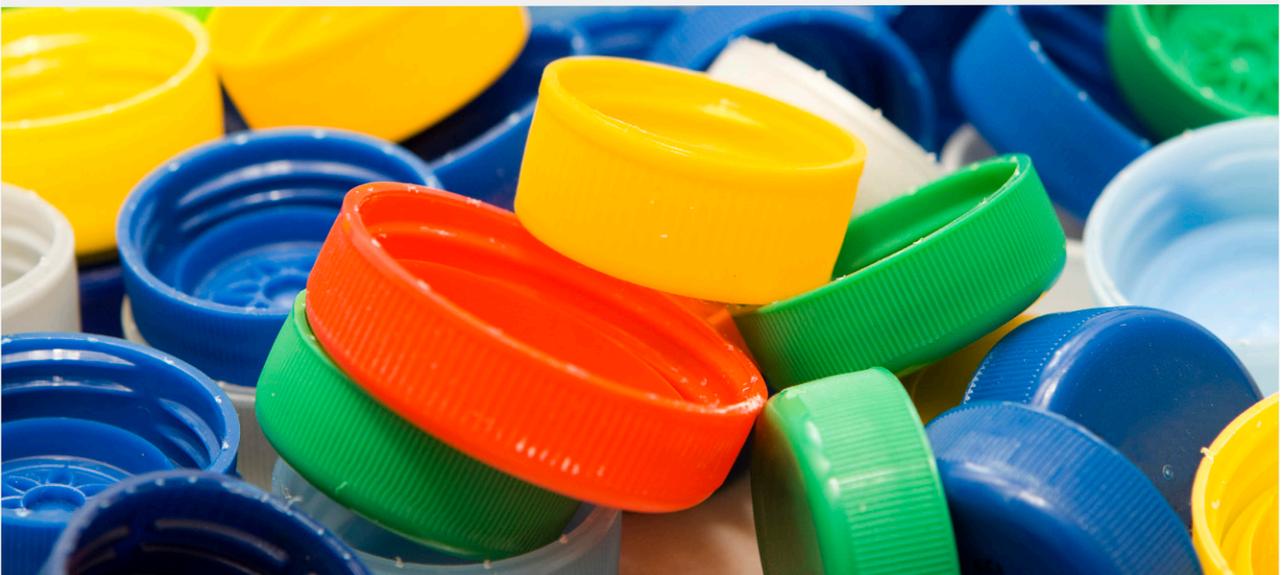
TAPONES PARA UNA NUEVA VIDA

Gracias a la solidaridad de todos hemos ayudado a mejorar la calidad de vida de niños con graves enfermedades y escasos recursos.

En colaboración con la Fundación SEUR hemos recogido tapones para ayudar a Aitana, una niña con graves problemas de corazón y pulmón. Tras la gran acogida de esta acción ampliamos nuestra colaboración con otros niños participando en la campaña **Tapones para una nueva vida**.

Una media de
1.000
kilogramos
 de tapones
 al mes
entregados
a la fundación
SEUR

FUNDACIÓN
SEUR



HORA DEL PLANETA

Somos firmantes de esta iniciativa organizada por WWF y, por ello, un año más nos hemos sumado a la mayor iniciativa global en defensa del medio ambiente apagando la luz de nuestras oficinas y car-

teles 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**.



The poster features a dark blue night sky with a full moon and city silhouettes. At the top, the text '60+' is rendered in a globe-like font, followed by a plus sign and the WWF panda logo. Below this, the text 'LA HORA DEL PLANETA' is centered. At the bottom, the main slogan 'ÚNETE AL MUNDO PARA PROTEGER EL PLANETA' is written in large, bold, white capital letters.

60+ + WWF

LA HORA DEL PLANETA

ÚNETE AL MUNDO
PARA PROTEGER EL PLANETA



APOSTAMOS POR UN MUNDO MÁS VERDE

Estamos convencidos que la naturaleza es nuestro mayor tesoro y por ello nos esforzamos día a día en preservarla.

Prevenir la contaminación, reducir los consumos de recursos y gestionar de modo óptimo vertidos y residuos, se ha convertido para nosotros en una **apuesta de futuro** que a día de hoy supone una **inversión media año de más de 2.000.000 de €**, habiendo consolidado una inversión de **más de 13.000.000 de €** en los últimos cinco años.

Trabajamos en los siguientes objetivos estratégicos en materia ambiental:

- ▶ **Luchar contra el calentamiento** global de la tierra.
- ▶ **Producir más con menos.**
- ▶ **Involucrar a nuestra cadena de valor** en conservar el medio ambiente.
- ▶ **Proteger el futuro a través de la** investigación y la innovación ambiental.

▲
13

millones
de euros

**invertidos en
los últimos
cinco años**





LUCHAMOS CONTRA EL CALENTAMIENTO GLOBAL

Trabajamos día a día en optimizar nuestros procesos industriales reduciendo nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

Desde que en 2011 realizamos, junto con el centro tecnológico Azti-Tecnalia, la **huella de carbono** de nuestros principales productos, hemos seguido trabajando en reducirla.



La medida de nuestra huella de carbono nos ha permitido tener un enfoque más preciso de las acciones a adoptar para la reducción de emisiones de CO₂, sentando las bases para compatibilizar nuestro crecimiento económico con la preservación ambiental.



Hemos evitado la emisión de

42.111
toneladas
de CO₂

durante el Plan de Asignación 2008-2012

Mejorar la eficiencia energética,
optimizar el uso de recursos
y fomentar las energías
más limpias son **nuestros
principales objetivos.**



A cierre del Plan de asignación 2008-2012 de derechos de emisión de gases de efecto invernadero, **hemos evitado la emisión**

de 42.111 toneladas de CO₂ a la atmósfera, equivalente a lo que emiten más de 16.000 coches en un año.

PRINCIPALES EJES SOBRE LOS QUE TRABAJAMOS

► CONSUMO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Potenciamos la implantación de energías alternativas en nuestro país al exigir a nuestras comercializadoras que el **100% de la energía eléctrica que consumimos proceda de fuentes renovables.**

► AUTOGENERACIÓN DE ENERGÍA DE ALTA EFICIENCIA

Con nuestras instalaciones de cogeneración y trigeneración, en 2012 **autogeneramos el 96% de la energía eléctrica que consumimos en nuestro proceso productivo.** Además más del 90% de esta energía autogenerada está acreditada con certificados de garantía de origen como energía de alta eficiencia.

En 2012 el uso de nuestras instalaciones de cogeneración ha implicado un gran ahorro de energía primaria que ha supuesto la emisión de **10.561 toneladas menos de CO₂ a la atmósfera.**

► USO DE COMBUSTIBLES MENOS CONTAMINANTES

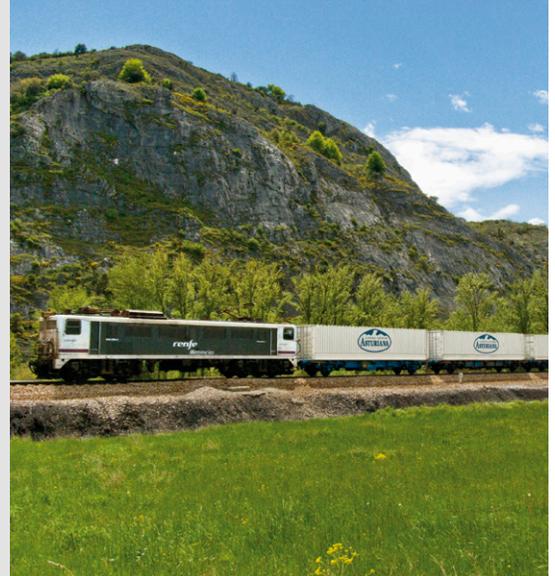
Hemos alcanzado el objetivo de que el **100% de nuestras fábricas utilicen gas natural**, el combustible fósil con menos emisiones de CO₂.



► MOVILIDAD SOSTENIBLE

Seguimos impulsado iniciativas de movilidad sostenible destacando las siguientes:

- Fomento del transporte por ferrocarril y barco: constitución de un circuito intermodal para el tráfico intercomunitario de Alpro Soja que **reduce el transporte por carretera en un 90%**.
- Potenciación del uso del ferrocarril: colaboración con proveedores y clientes para que hagan uso de nuestro ferrocarril, lo que implica una reducción equivalente de **más de 750 camiones** en las carreteras españolas.
- Optimización de rutas de transporte reduciendo el recorrido medio de nuestros camiones.
- Inclusión en nuestra flota del primer camión de España de gran tonelaje propulsado por gas natural comprimido, capaz de recorrer medias-largas distancias, **emitiendo mucho menos CO₂** que el gasoil convencional.



LA GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA, NUESTRA GRAN META

Como industria láctea y, por tanto, gran consumidor de agua tenemos un firme compromiso en optimizar su consumo y minimizar su vertido.

En los últimos cinco años **hemos ahorrado más de 550 millones de litros de agua**, lo que equivale al consumo de una población de más de 10.000 habitantes durante un año.

Seguimos realizando proyectos de disminución de agua y de mejora de vertido, consiguiendo devolver un agua de mayor calidad que la exigida legalmente en nuestras fábricas.



En 2012 depuramos nuestras aguas consiguiendo verter un **47% menos de contaminación** respecto a los límites autorizados.

▲
21%

reducción de consumo de agua

por litro de leche
(vs. año base 2007)
3,2 L agua/L leche



OTROS PROYECTOS DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS



▶ PROVEEDORES

Utilizamos envases de cartón certificados por el **FSC** (Forest Stewardship Council, Comité para la gestión sostenible de los bosques).



▶ ENVASES

Seguimos aplicando medidas para la **reducción de nuestros envases y embalajes** de plástico y cartón.

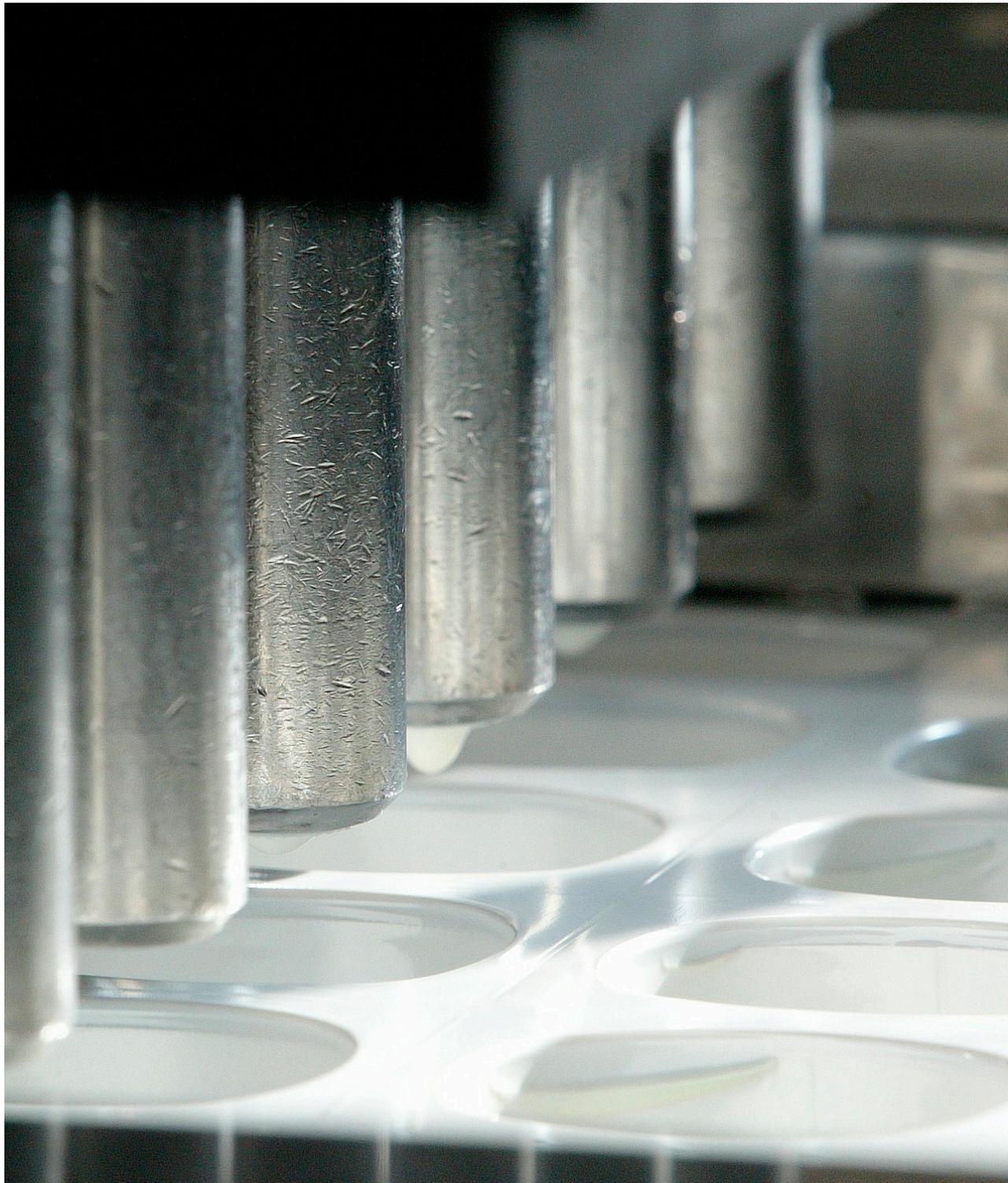
Continuamos trabajando en la **reducción de papel** en nuestras oficinas.



▶ RESIDUOS

Hemos **reducido en un 11%** la generación de residuos respecto al año anterior y conseguido que el **94% de los residuos sean reciclados**.

Además tan solo un **0,25%** del total de los residuos que generamos son peligrosos.



PROMOVEMOS UN CAMBIO CULTURAL PARA VIVIR EN UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE

Proteger el medio ambiente es cosa de todos. Por eso queremos compartir con nuestro equipo y con la sociedad en general, nuestro deber de conservarlo a través de diversas actividades de sensibilización ambiental, dentro y fuera de nuestra Compañía.



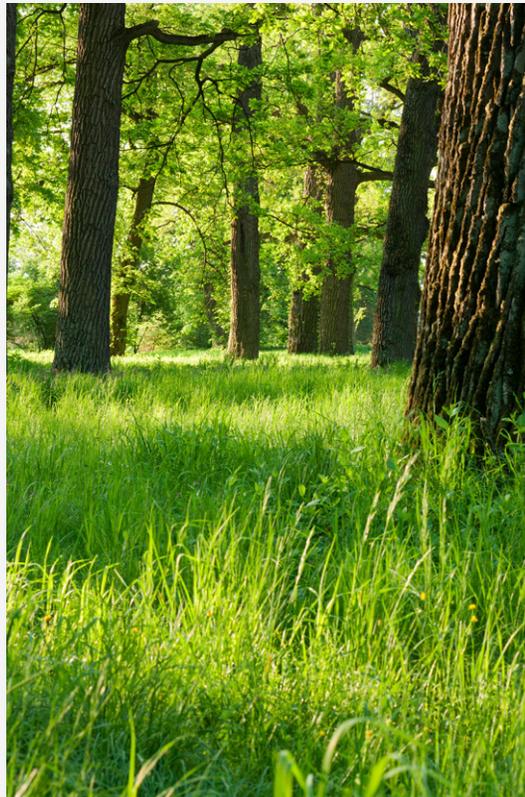
DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Como cada año, celebramos el Día Mundial del Agua llevando a cabo sesiones informativas en nuestras fábricas. Además realizamos un concurso de ideas en ahorro de agua entre todos nuestros empleados, entregando a los participantes un reloj para la ducha y premiando la idea más votada.



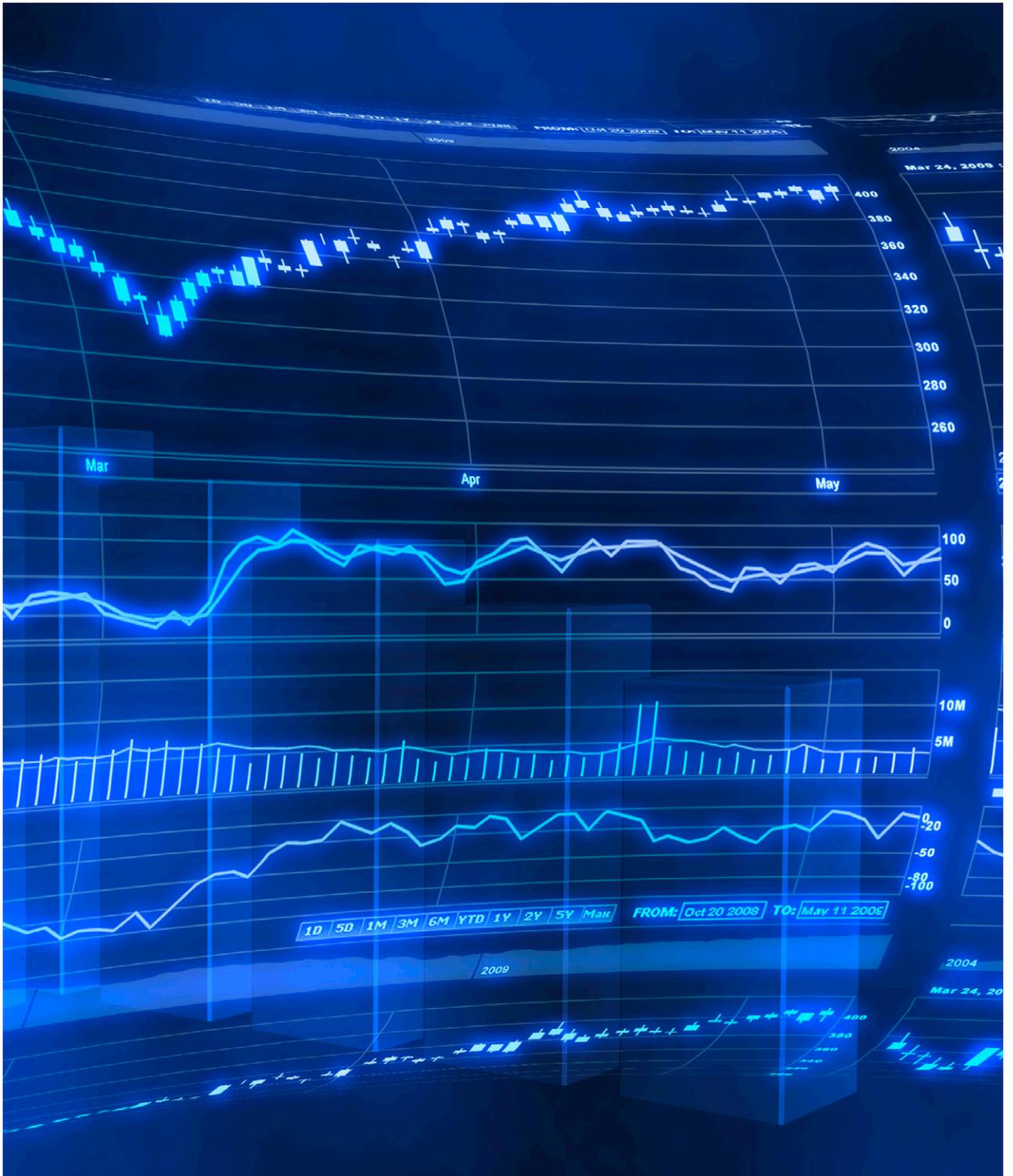
DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Dado que la temática estaba relacionada con la economía verde, publicamos una noticia en relación con los proyectos ambientales que se están llevando a cabo para que nuestros empleados asocien la ecoeficiencia al ahorro de costes.



BOSQUE CENTRAL LECHERA ASTURIANA

El adecuado crecimiento de los 5.000 árboles que forman nuestro Bosque Central Lechera Asturiana ha sido supervisado por FAPAS (Fondo para la Protección de los Animales Salvajes).



8

ESTADOS FINANCIEROS

CORPORACIÓN ALIMENTARIA
PEÑASANTA S.A.



BALANCES CONSOLIDADOS

ACTIVO	NOTA	AL 31 DE DICIEMBRE	
		2012	2011
ACTIVO NO CORRIENTE		220.747	232.108
Inmovilizado intangible	6	13.311	13.724
Gastos de investigación y desarrollo		2.063	1.277
Patentes, licencias, marcas y similares		299	141
Fondo de comercio		8.877	8.877
Aplicaciones informáticas		1.326	1.829
Otro inmovilizado intangible	34	746	1.600
Inmovilizado material	7	154.541	166.341
Terrenos y construcciones		60.607	64.079
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		89.354	95.115
Inmovilizado en curso y anticipos		4.580	7.147
Inversiones inmobiliarias	8	5.031	3.536
Terrenos		2.728	1.467
Construcciones		2.303	2.069
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo		6.541	6.277
Participaciones puestas en equivalencia	9	6.141	5.823
Créditos a empresas	10-11	400	454
Inversiones financieras a largo plazo		10.786	10.968
Acciones y participaciones en patrimonio a largo plazo	10	630	562
Créditos a terceros	10-11	41	284
Valores representativos de deuda	10	100	100
Otros activos financieros	10-11	10.015	10.022
Activos por impuesto diferido	23	30.537	31.262
ACTIVO CORRIENTE		199.205	216.285
Existencias	12	41.554	47.097
Comerciales		2.484	5.644
Materias primas y otros aprovisionamientos		13.012	13.801
Productos en curso		1.298	1.420
Productos terminados		24.760	26.232

		AL 31 DE DICIEMBRE	
	NOTA	2012	2011
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10-11	84.308	92.100
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		69.819	77.469
Clientes, empresas del grupo, y asociadas		2.357	2.246
Deudores varios		2.833	7.122
Otros créditos con las Administraciones Públicas		9.299	5.263
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-11	553	644
Créditos a empresas		553	644
Inversiones financieras a corto plazo	10-11	61.359	43.696
Instrumentos de patrimonio		2.400	2.400
Valores representativos de deuda		200	200
Créditos a empresas		-	1.084
Otros activos financieros		58.759	40.012
Periodificaciones a corto plazo		3.626	2.320
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	13	7.805	30.428
TOTAL ACTIVO		419.952	448.393
PATRIMONIO NETO Y PASIVO			
PATRIMONIO NETO			
Fondos propios		203.576	210.101
Capital	14	92.317	92.317
Prima de emisión	14	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	15	95.324	91.266
Reservas en sociedades consolidadas	16	5.187	5.155
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	17	3.896	3.686
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante		(1.051)	9.774
(Acciones y participaciones en patrimonio propias)	14	(35)	(35)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	20	6.862	8.719
Socios externos	19	4.124	4.082
PASIVO NO CORRIENTE			
Provisiones a largo plazo		9.260	12.068
Actuaciones medioambientales	22-34	463	1.027
Provisiones por reestructuración	22	7.288	9.532
Otras provisiones	22	1.509	1.509
Deudas a largo plazo	10-21	43.141	53.445
Deudas con entidades de crédito		38.302	48.187
Acreedores por arrendamiento financiero		1.146	1.529
Otros pasivos financieros		3.693	3.729
Pasivos por impuesto diferido	23	3.318	3.950

	NOTA	AL 31 DE DICIEMBRE	
		2012	2011
PASIVO CORRIENTE		149.671	156.028
Provisiones a corto plazo	22	17.947	20.381
Deudas a corto plazo	10-21	11.848	4.539
Deudas con entidades de crédito		11.418	4.278
Acreedores por arrendamiento financiero		232	59
Otros pasivos financieros		198	202
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	10-21	4.821	8.230
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	10-21	111.615	112.046
Proveedores		71.245	79.235
Proveedores, empresas del grupo y asociadas		22.379	20.045
Acreedores varios		982	981
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		9.254	9.427
Otras deudas con las Administraciones Públicas		2.310	2.358
Anticipos clientes		5.445	-
Periodificaciones a corto plazo	22	3.440	10.832
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		419.952	448.393

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADAS

EJERCICIO FINALIZADO AL 31 DE DICIEMBRE			
OPERACIONES CONTINUADAS	NOTA	2012	2011
Importe neto de la cifra de negocios	24	685.531	712.837
Ventas		674.912	703.419
Prestaciones de servicios		10.619	9.418
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		(1.838)	5.964
Aprovisionamientos	24	(446.709)	(466.350)
Consumo de mercaderías		(32.541)	(40.457)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles		(413.436)	(427.445)
Trabajos realizados por otras empresas		(430)	(88)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos		(302)	1.640

	NOTA	EJERCICIO FINALIZADO AL 31 DE DICIEMBRE	
		2012	2011
Otros ingresos de explotación		9.771	15.215
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		9.142	14.841
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		629	374
Gastos de personal	24	(56.927)	(59.750)
Sueldos, salarios y asimilados		(43.575)	(48.116)
Cargas sociales		(13.352)	(13.599)
Provisiones		-	1.965
Otros gastos de explotación		(172.915)	(191.066)
Servicios exteriores		(170.490)	(186.493)
Tributos		(1.899)	(2.214)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(63)	(332)
Otros gastos de gestión corriente		(463)	(2.027)
Amortización del inmovilizado	24	(19.445)	(18.804)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	20	2.690	2.757
Excesos de provisiones	22	-	1.426
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	24	(1.093)	835
Deterioros y pérdidas	7	(397)	-
Resultados por enajenaciones y otras		(696)	835
Otros resultados		(167)	30
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		(1.102)	3.094
Ingresos financieros		2.527	2.545
Gastos financieros		(1.996)	(1.575)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		-	1.703
RESULTADO FINANCIERO	25	531	2.673
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	9	318	233
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		(253)	6.000
Impuestos sobre beneficios	24	(756)	3.795
RESULTADO DEL EJERCICIO	32	(1.009)	9.795
Resultado atribuido a la sociedad dominante		(1.051)	9.774
Resultado atribuido a socios externos	19	42	21

2012

INFORME ECONÓMICO,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

www.centrallecheraasturiana.es



ATO

