CAPSA FOOD

Granda, noviembre 2015

Red Española
del Pacto Mundial
de Naciones Unidas

Es para mí un placer presentarles nuestra **Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2014**, fiel reflejo del compromiso que nuestra compañía sigue manteniendo con los Diez Principios que conforman el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Con relación a nuestra firme apuesta por la mejora continua **hemos cumplido los objetivos fijados para 2014 en apoyo a los Principios I y VIII** a través de acciones como el Programa "CAPSA FOOD: Empresa Generadora de Salud", la transparencia y compromiso con nuestros grupos de interés, así como la participación en proyectos de investigación con el objetivo de minimizar nuestro impacto medioambiental. En el anexo adjunto, se detallan las acciones realizadas.

En **2015** pondremos foco en **acciones y proyectos enmarcados en los Principios I, IX y X.**

En CAPSA FOOD miramos hacia el futuro con la ambición de ***liderar el Sector, creando valor compartido en un entorno sostenible***.

Por último, esperamos que los documentos adjuntos donde se detallan las acciones realizadas durante el año 2014, den cumplimiento a los objetivos fijados y 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".

Dentro de nuestro compromiso con los Derechos Fundamentales, en CAPSA FOOD creemos que las personas somos la clave que nos permitirá seguir manteniéndonos como una de las mejores compañía alimentarias de este país. Por esta razón, enfocamos nuestros esfuerzos en materia de personas, en la creación de un entorno de trabajo en el que nos podamos desarrollar y crecer tanto a nivel profesional como personal. Igualmente, nos orientamos a nuestros consumidores, para que tenga acceso a información global de nuestros productos y procesos y a toda nuestra cadena de valor.

Como acciones desarrolladas en 2014 en relación con este principio podemos señalar:

- **Certificación Empresa Saludable**: hemos sido la primera empresa del sector lácteo español certificada como Empresa Saludable. Un sello otorgado por AENOR que acredita un ambiente de trabajo saludable en el que prima la conciliación de la vida laboral con la familiar, la igualdad y la mejora de hábitos saludables relativos a la alimentación y a la actividad física tanto dentro como fuera de la empresa.

- **Transparencia empresarial**: a lo largo del año, hemos desarrollado una iniciativa de transparencia empresarial pionera en España. A través de una red de webcams en funcionamiento las 24 horas del día, los consumidores han podido ver con total transparencia las distintas fases de las evolución del producto con el único fin de hacerles testigos directos del valor, la naturaleza y el alma con el que tanto los ganaderos como los empleados de la compañía trabajan para ofrecerles la mejor leche.

- **Proyecto Esencia**: con el objetivo de acentuar el origen, calidad, naturalidad y superioridad de nuestros productos, hemos puesto en marcha este proyecto, a través del cual ofrecemos productos 100% naturales de origen nacional sin ningún tipo de artificio y con el mejor sabor. Este proyecto ha abarcado varias categorías de productos: yogures, leche, natas, etc.

- **Seguridad Vial**: con el propósito de mejorar de las condiciones de seguridad vial en el medio rural, hemos desarrollado diferentes jornadas formativas a lo largo de la geografía asturiana. Este proyecto se ha desarrollado en colaboración con la Consejería de Agroganadería y Recursos Autóctonos del Principado de Asturias, la Jefatura Provincial de Tráfico de Asturias, la Inspección Técnica de Vehículo de Asturias (ITVASA) y el Instituto Asturiano de Prevención de Riesgos Laborales.

  Como **objetivos específicos** estaban:

  - ✓ Sensibilizar sobre los riesgos inherentes a la conducción de vehículos de motor en el medio rural.

- ✓ Informar y formar sobre los elementos de seguridad activos y pasivos.
- ✓ Conocer los principales elementos de atención en el desarrollo del mantenimiento preventivo.
- ✓ Adquirir técnicas de conducción para minimizar los accidentes inherentes al desarrollo de la actividad.

NUESTRO COMPROMISO CON EL PRINCIPIO VIII

"Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental"

La preservación ambiental es una de nuestras prioridades y por ello, continuamos invirtiendo en ella.

En el año 2014 y en relación con el Principio VIII, "Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental" hemos realizado, entre otras, las siguientes acciones:

- Lanzamos, junto con el centro tecnológico AZTI TECNALIA, la Federación de Industrias lácteas y una empresa de software, el proyecto, LIFE ECOLAC (2014-2017); cuyo objetivo es el desarrollo de una herramienta capaz de analizar el impacto ambiental de la industria láctea a lo largo de toda su cadena de valor, desde la ganadería hasta que el producto se convierte en un residuo que debe ser reciclado. Esta herramienta analizará varios indicadores ambientales como la huella de carbono, la huella hídrica, el potencial de destrucción de la capa de ozono y la pérdida de biodiversidad.

  Los resultados serán compartidos con toda la industria láctea europea, con el objeto de llevar esta política de preservación ambiental a otras industrias así como a todos los agentes implicados, de modo que las mejoras ambientales pueda trasladarse también a otras ganaderías, empresas logísticas, etc.

  Además, el proyecto pretende influir en el comportamiento ambiental del consumidor, analizando sus preferencias, estudiando el mensaje a utilizar para que realice acciones de compra responsable, introduciendo el criterio ambiental.

- Hemos comenzado a introducir la variable de ecodiseño en el lanzamiento de un nuevo producto al mercado, como ha sido nuestra nueva botella 1,2 l, donde hemos conseguido una reducción del 20% del plástico por litro de leche. Este proyecto ha sido además galardonado por ECOEMBES, en los Premios R, en la categoría de ecodiseño industrial.

- Hemos participado en diversos foros que promueven la preservación ambiental en el transporte y su difusión al resto de la sociedad, como son la Semana Europea de la Movilidad Sostenible, habiendo conseguido, además, el Primer Premio por nuestra estrategia de movilidad sostenible, en la categoría empresas; demostrando nuestro avance en el fomento de iniciativas en pro de la mejora del medio ambiente.

CREANDO VALOR SOSTENIBLE

MEMORIA ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2014

CAPSA FOOD

capsafood.com

CAPSA FOOD

capsafood.com

CREANDO VALOR SOSTENIBLE

MEMORIA ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2014

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARGA
innova

HITOS Y CIFRAS 2014

HITOS 2014

ENERO

SABORES DEL AÑO
(Leche Tradicional y Hostelería, Ligeras, Alprosoja Natural y Ligera)

LANZAMIENTO BATIDOS YOPING

FEBRERO

LANZAMIENTO ALPRO ARROZ

CAMPAÑA LARSA APOSTANDO POR LO AUTÉNTICO

MARZO

RECONOCIMIENTO EMPRESA SALUDABLE

ABRIL

ARRANQUE CARRERA DE LA MUJER CENTRAL LECHERA ASTURIANA 2014

MAYO

CANASTAS SOLIDARIAS

NUEVOS HELADOS

JUNIO

1º EMPRESA LÁCTEA ESPAÑOLA EN REPUTACIÓN

CAMPAÑA LECHE Y NADA MÁS

ESTUDIO DE CONSENSO DE LA LECHE

APOYO SALVAMENTO EN PLAYAS

JULIO

NUEVA GAMA QUESOS

AGOSTO

LANZAMIENTO QUESO BARRA ATO

CAMBIO PACKAGING ATO

SEPTIEMBRE

PROYECTO ESENCIA: LECHE + YOGUR

LANZAMIENTO SPORT LIFE

OCTUBRE

CERTIFICADO BIENESTAR ANIMAL ATO

LANZAMIENTO QUESO LONCHAS ATO

NOVIEMBRE

RENOVACION EFQM 500+

PRIMER FINALISTA PREMIOS ECOEMBES DISEÑO BOTELLA 1,2

DICIEMBRE

MEDALLA ORO QUESO CABRALES

LANZAMIENTO ALPRO COCO

CAPSA FOOD

CIFRAS 2014

2013: **3,584**
2014: **8,961**

EVOLUCIÓN BENEFICIO NETO

DATOS ECONÓMICOS
en millones de euros

23,554 — 2013
30,041 — 2014

EVOLUCIÓN RESULTADOS EBITDA

2013: 677,698
2014: 677,784

EVOLUCIÓN FACTURACIÓN NETA

1.407,09
Millones de euros
IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO

Equivalente al **6,6%** del PIB de Asturias en 2014

APORTACIÓN A LA ECONOMÍA Y AL EMPLEO*

1.274
EMPLEADOS

7
FÁBRICAS

431
Millones de euros
CONTRIBUCIÓN AL SECTOR GANADERO LÁCTEO

Representando un **16%** DE APORTACIÓN AL SECTOR

LIDERAZGO** DE MERCADO
en porcentajes

11,6% LECHE LÍQUIDA

13,3% NATA

16,7% MANTEQUILLA

30% HOSTELERÍA

Fuentes: *Estimación según estudio de KPMG basado en el uso del marco input-output. **AC Nielsen.

CAPSA FOOD

CARTA DEL PRESIDENTE

Bertino Velasco Torre

Es para mí un placer volver a presentar, un año más, como Presidente de esta compañía, la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa correspondiente al año 2014. En este documento se resumen las bases sobre las que se asienta esta empresa y las iniciativas que hemos llevado a cabo a lo largo de este año.

2014 ha sido un año importante para **CAPSA FOOD**, en el que hemos realizado importantes movimientos con el objetivo de reinventarnos. En esta evolución, nuestros ganaderos han sido una pieza clave ya que además de fundadores, accionistas mayoritarios y principales proveedores también son la razón de ser de **CAPSA FOOD**. Hemos reforzado nuestro compromiso con ellos defendiendo sus intereses a través de una retribución justa, creando valor compartido en un entorno sostenible para todos.

La caída demográfica y de consumo, la sustitución de la leche por otros productos y los nuevos hábitos de compra orientados a precio, fruto de la larga crisis, han sido algunos de los factores que han influido en nuestra decisión de diferenciarnos y reinventarnos con nuevos lanzamientos, reformulación de productos, nuevas categorías y segmentos de mercado, y la potenciación de las nuevas líneas de negocio.

La apuesta por el liderazgo de nuestras marcas y productos, la innovación y la internacionalización son los pilares estratégicos sobre los que pivota nuestra compañía. Queremos pasar de ser una empresa láctea local a ser un operador global capaz de competir no solo en el mercado de la leche sino también en el de derivados, ingredientes alimentarios y productos funcionales.

Afortunadamente y gracias a la capacidad innovadora que nos caracteriza, la internacionalización ha supuesto una potente vía para afrontar el futuro con optimismo y seguir creciendo en cuota de mercado. Son ya 25 los países en los que tenemos presencia y aunque el volumen todavía es pequeño en relación al total de la facturación, seguiremos avanzando y generando nuevos clientes y consumidores.

CAPSA FOOD ha sido y sigue siendo una empresa preocupada por las demandas y necesidades de todos y cada uno de nuestros grupos de interés y por tanto, nuestro actual modelo de gestión empresarial se basa en políticas de responsabilidad social capaces de generar valor para nosotros y nuestro entorno. Somos una empresa española y apostamos por nuestro origen, por el empleo y el desarrollo local. Centramos nuestros esfuerzos en cuidar y garantizar el mejor sabor y la máxima calidad de la leche y lo hacemos en equipo, gracias al compromiso, a la profesionalidad y al liderazgo de todos los implicados. Tenemos un compromiso con la naturaleza, que nos proporciona la materia prima, y con la sociedad en general, y por eso nos preocupamos por ella.

Este año hemos renovado el Sello de Excelencia 500+, después de haber sido la primera empresa láctea española en haberlo conseguido, y en el cual basamos nuestro modelo de gestión. Además somos la primera compañía nacional con mejor reputación por nuestro compromiso con nuestro entorno.

A pesar de las dificultades y gracias al esfuerzo de nuestros profesionales, a la fidelidad de nuestros proveedores y clientes y a la confianza de nuestros consumidores y accionistas, hemos sentado las bases para competir eficazmente en el nuevo marco sin cuotas en un mercado global.

Bertino Velasco Torre
Presidente CAPSA

"CAPSA FOOD ha sido y es una empresa preocupada por las demandas y necesidades de todos".

"Centramos nuestros esfuerzos en cuidar y garantizar el mejor sabor y la máxima calidad de la leche y lo hacemos en equipo, gracias al compromiso, a la profesionalidad y al liderazgo de todos los implicados.
Tenemos un compromiso con la naturaleza, que nos proporciona la materia prima, y con la sociedad en general, y por eso nos preocupamos por ella".

CAPSA FOOD

NUESTROS ÓRGANOS DE GOBIERNO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE

Sr. D. Bertino Velasco Torre
CLAS SAT
(Central Lechera Asturiana)

CONSEJEROS

Sr. D. José Ramón Badiola García
CLAS SAT
(Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Delfín Pérez García
CLAS SAT
(Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Faustino Rodríguez Medina
CLAS SAT
(Central Lechera Asturiana)

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

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

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

Sr. D. Jordi Mercader Miró
CLE
(Compagnie Laitière Europèenne)

Sr. D. Javier Roza Manzano
CLE
(Compagnie Laitière Europèenne)

Sr. D. Jean Larmande
CLE
(Compagnie Laitière Europèenne)

Sr. D. José Manuel Aguera Sirgo
Liberbank

Sr. D. Jesús Ruano Mochales
Liberbank

Sr. D. Fernando Díaz-Caneja Alonso
Caja Rural

COMITÉ DE DIRECCIÓN

DIRECTOR GENERAL

Sr. D. José Armando Tellado Nogueira

DIRECTORES

Sra Dña. María García Fernández
DIRECTORA COMERCIAL GRAN CONSUMO, MDD Y EXPORTACIÓN

Sr. D. Mariano Jiménez Braojos
DIRECTOR COMERCIAL FOOD SERVICE

Sr. D. Pere Joan Massó Torras
DIRECTOR DE OPERACIONES, EXPORTACIÓN Y PROYECTOS CORPORATIVOS

Sr. D. Diego Mateu Sentamans
DIRECTOR DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

Sr. D. Manuel Morales Zapata
DIRECTOR DE SERVICIOS JURÍDICOS Y AUDITORÍA INTERNA

Sr. D. Juan Povedano Marcos
DIRECTOR DE MARKETING

Sra. Dña. Charo Suárez Fernández
DIRECTORA DE FINANZAS Y SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN

Sr. D. Andrés Vega Artime
DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS

CAPSA FOOD

14 **COMPAÑÍA**

28 **1 GANADEROS**

36 **2 CONSUMIDORES**

MEMORIA ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2014

16 CÓMO SOMOS: VISIÓN, MISIÓN Y PILARES ESTRATÉGICOS. Una actuación ética y responsable.

18 Una gestión orientada hacia la excelencia.

19 Lideramos los mercados de leche, nata y mantequilla.

20 Nuestro principal activo: las marcas.

21 El resultado de nuestro trabajo: nuestros productos.

26 Nuestros centros de trabajo.

30 NUESTRO ORIGEN: LA CLAVE DE NUESTRA ACTIVIDAD. Nuestra empresa ha sido creada con un claro objetivo.

31 Generamos empleo en el entorno ganadero.

32 Apoyamos a nuestros ganaderos.

35 Garantizamos la calidad y seguridad alimentaria de todos nuestros productos.

38 CONSUMIDORES: SIEMPRE ATENTOS A SUS NECESIDADES.

40 Central Lechera Asturiana: una estrategia de comunicación basada en el valor y la superioridad de la leche.

42 Líderamos el mercado gracias a la innovación y a la calidad.

48 Larsa: apostando por lo auténtico.

49 Ato: un año marcado por la innovación.

50 Nuestra máxima: la salud y la calidad de vida de los consumidores.

51 Marca de referencia en los hogares españoles.

52 **3 ALIADOS** 62 **4 EMPLEADOS** 72 **5 SOCIEDAD** 88 **6 ACCIONISTAS**

54 LAS ALIANZAS: SUMAMOS FUERZAS GENERANDO VALOR COMPARTIDO. Nuestros clientes: claves en nuestro negocio.

56 Acciones que nos distinguen.

58 Los proveedores: nuestros grandes aliados.

60 Proyectos y colaboraciones con entidades.

61 Nuestra apuesta por la internacionalización.

64 COMPROMETIDOS CON EL BIENESTAR DE NUESTROS EMPLEADOS. Un equipo con vocación de liderazgo.

66 EFR: nuestra apuesta por la igualdad y la conciliación.

68 Primera "empresa saludable" del sector lácteo español.

69 Selección y promoción.

70 Política de formación.

71 Canales de comunicación interna.

74 COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD. Tenemos un compromiso real con las personas.

75 Impulsando el crecimiento socieconómico.

76 Apostamos por los hábitos saludables.

78 Respaldamos a las entidades sociales.

79 Presentes en el deporte con causa. Incentivamos la cultura.

80 Nuestros empleados implicados con la sociedad.

81 Nuestros productos realizan su mejor labor.

82 Contribuimos al cuidado del medioambiente. Consumo de agua y energía.

84 Movilidad sostenible. Residuos y reciclaje.

85 Proyectos de innovación ambiental y energética.

86 Empleados responsables y comprometidos.

90 ACCIONISTAS: CRECIMIENTO EMPRESARIAL BASADO EN LA RESPONSABILIDAD.

91 Balance 2014. Evolución y resultados de nuestro ejercicio.

92 Nuestra ética en el negocio: protocolo de prevención y detección de delitos.

94 Balances consolidados.

95 Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas.

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARSA
innova

"Para nosotros solo hay una forma de hacer las cosas: hacerlas bien".

"Trabajamos para ofrecer productos de la mejor calidad y así reforzar nuestro liderazgo en el mercado".

CAPSA FOOD

CÓMO SOMOS: VISIÓN, MISIÓN Y PILARES ESTRATÉGICOS

UNA ACTUACIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE

Nuestra clave es **llegar a ser la mejor empresa láctea** generando valor para la compañía, sus accionistas y para nuestros principales grupos de interés: **clientes, proveedores, consumidores** y para **la sociedad en general**.

Hemos de saber escuchar y dialogar con el entorno para poder innovar y diferenciarnos, siendo más competitivos.

Apostamos por la **Responsabilidad Social Corporativa** como seña de identidad. Somos conscientes de que incrementar el valor de nuestras marcas y de nuestros productos solo es posible mediante un modelo de negocio ético, sostenible y socialmente responsable basado en 3 valores corporativos básicos: **compromiso, profesionalidad y liderazgo**.

MISIÓN
LIDERAR EL SECTOR

BASÁNDONOS EN NUESTROS
PILARES ESTRATÉGICOS

UNA GESTIÓN ORIENTADA HACIA LA EXCELENCIA

En **2014** renovamos nuestro compromiso con la **Excelencia Empresarial**, tras haber superado satisfactoriamente el modelo **EFQM** de **AENOR**.

A través del diálogo, tenemos que ser capaces de comprender las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés e integrarlas en la gestión diaria de nuestra organización **creando valor para nosotros y para nuestro entorno**.

500+ PUNTOS EFQM

1

Empresa del sector alimentación español con Sello Oro +500

LIDERAMOS LOS MERCADOS DE LECHE, NATA Y MANTEQUILLA

Valores en porcentajes

LECHE LÍQUIDA

(TAMS5214)

NATA

(TAMS4814)

MANTEQUILLA

(TAMS4814)

Fuente: AC Nielsen.

NUESTRO PRINCIPAL ACTIVO: LAS MARCAS

CENTRAL LECHERA ASTURIANA

NATURALEZA HONESTIDAD COMPROMISO

Marca nacional líder en el sector lácteo español

LARSA

AUTÉNTICA GALLEGA DE CONFIANZA

Marca regional líder de ventas en Galicia

ATO

CATALANA NATURAL SALUDABLE

Marca regional líder de ventas en Cataluña

innova FOOD INGREDIENTS

Marca reconocida en el sector de los ingredientes lácteos para la industria alimentaria tanto en el mercado nacional como internacional

LAGISA Vega de Oro

Calidad al mejor precio en un mercado nacional e internacional

MIBE

Marca de alimentación infantil para un mercado internacional

EL RESULTADO DE NUESTRO TRABAJO: NUESTROS PRODUCTOS

DISPONEMOS DE UN AMPLIO SURTIDO DE PRODUCTOS ADAPTADOS A LAS NECESIDADES DE LOS DIFERENTES CANALES

Ofrecemos una **amplia gama** de productos lácteos: **leche líquida, batidos, natas, salsas, mantequillas, quesos, yogures, postres e ingredientes lácteos** de gran calidad buscando siempre la combinación de **naturalidad**, **funcionalidad** y **salud** con **el mejor sabor.**

LARSA
Trébol
SAN SIMÓN
O PAZO
LIMÓN
ANANA
AMORODO
PLÁTANO
VAINILLA
ATO
Catalana, natural i saludable
Sense lactosa
Amb CALCI i Vitamina D
1 = 50% CALCI
Naturalment catalana
sencera
Formatge per a sandvitx
clàssic
MANTEGA
NATA
CUINA
LAGISA
1L
LECHE UHT SEMIDESNATADA
LAIT UHT DEMI-ÉCRÉMÉ
SEMI SKIMMED UHT MILK
LEITE UHT MEIO GORDO
睿巧
MIBE
Vega de Oro
LECHE UHT ENTERA
Whole UHT milk
Lait UHT entier
UHT超高温灭菌全脂牛奶

Ponemos **a disposición del hostelero** un amplio catálogo de leche, nata, mantequilla, confitura, leche condensada, quesos, batidos y yogures helados, todo ello en **diferentes variedades y formatos**.

Industrial e ingredientes

A través de **Innova Food Ingredients** ofrecemos un amplio rango de ingredientes de base láctea **para la industria alimentaria** como la leche en polvo, mantequilla, nata y otros derivados lácteos empleados como bienes intermedios en la elaboración de otros alimentos.

innova FOOD INGREDIENTS

NUESTROS CENTROS DE TRABAJO

7 Fábricas

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

ASTURIA

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARSA
innova

"Gracias a los pequeños detalles hacemos grandes productos".

"Mimamos todo lo que hacemos desde el origen hasta que la leche llega al vaso. Porque la calidad empieza alimentando a nuestras vacas con los mejores pastos para recoger siempre la mejor leche".

CAPSA FOOD

NUESTRO ORIGEN: LA CLAVE DE NUESTRA ACTIVIDAD

NUESTRA EMPRESA HA SIDO CREADA CON UN CLARO OBJETIVO

Apoyar al sector ganadero español, profesionalizando su actividad para obtener una leche de calidad.

En **2014** hemos recogido **885,19 millones de litros de leche**, todos ellos procedentes de **España**, cubriendo el **14% de la cuota láctea** asignada a nuestro país. Además nuestra **contribución al sector ganadero lácteo** ha sido de **431 millones de euros**, lo que supone una **contribución económica al sector** en términos de producción del **16%**.

Fuente: Estimación según estudio de KPMG basado en el uso del marco input-output.

GENERAMOS EMPLEO EN EL ENTORNO GANADERO

Gracias al desarrollo de nuestra actividad, cerca de **7.300** personas trabajan en el sector ganadero español, lo que supone un **48%** del total de empleos generados por **CAPSA**. El resto de sectores donde el empleo es más destacado son la industria alimentaria, comercio al por mayor e intermediarios, transporte terrestre, etc.

APOYAMOS A NUESTROS GANADEROS

Contamos con un equipo humano de casi **100 técnicos**, formados por la **Unidad de Servicios Agrarios de CLAS,** por la **Sociedad Asturiana de Servicios Agropecuarios (ASA)** y la **entidad de Asesoría Empresarial (ASEAGRO)** así como con un amplio equipo de expertos en medicina bovina del **Principado de Asturias.**

Central Lechera Asturiana SAT, nuestro principal accionista, formada por 7.000 socios, ofrece una serie de servicios a sus ganaderos para profesionalizar su actividad y garantizar la rentabilidad.

PROGRAMAS

- Programa de nutrición para vacuno de leche.
- Programa de control reproductivo.
- Programa de mejora integral de la calidad de la leche.
- Programa de ayuda de defensa sanitaria ganadera (ADSG).
- Programa de gestión técnico-económica (TAGEL).

SERVICIOS

- Mantenimiento de tanques de frío.
- Revisión y mantenimiento de equipos de ordeño.
- Servicio de podología.
- Sustituciones laborales.
- CLAS Gestión (CLAS Correduría de Seguros).
- Asesoría fiscal y PAC.
- Análisis de tierras.
- Análisis de forrajes en el laboratorio del área de nutrición, pastos y forrajes del SERIDA.
- Asesoría en siembra, manejo y abonado de los cultivos.
- Servicio de maquinaria agrícola.
- Tiendas agropecuarias ASA.
- Farmacia veterinaria.
- Receta electrónica veterinaria.
- Recogida de envases zoosanitarios y fitosanitarios.
- CLAS Energía: Gestión de la actividad energética de las explotaciones.
- Aula de Formación Continua.

Tanto en **Galicia** como en **Cataluña** también prestamos diferentes servicios que permiten al ganadero garantizar una leche de calidad y asesoramos a las granjas para que dispongan del más alto nivel técnico.

En **2014** las granjas de Leche **ATO** han obtenido el **certificado de Bienestar Animal** que acredita que cumplen con los requisitos del modelo **AENOR** de Bienestar Animal desarrollado junto al **IRTA** (Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias) perteneciente a la Generalitat de Catalunya y de acuerdo con el protocolo europeo **Welfare Quality®.**

Bienestar Animal
AENOR conform
BA-2014/0001

Welfare Quality®
Science and society improving animal welfare

El Conseller de Agricultura y Ganadería de Cataluña, la Directora de Aenor Barcelona y el Presidente de Ato.

GARANTIZAMOS LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DE TODOS NUESTROS PRODUCTOS

Todos nuestros productos ofrecen la **máxima seguridad alimentaria** y cumplen con las más altas exigencias de calidad. Disponemos de un **sistema de trazabilidad total** que permite un perfecto seguimiento de cualquier producto fabricado en nuestras instalaciones, **desde el origen hasta el vaso.**

Trazabilidad

Ganadería | Transporte y recepción de leche | Proceso productivo | Producto en el lineal

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
innova
Peña Santa
CABRALES
NATA Cocinar
NATA Montar
10% GRATIS
AHORRO FAMILIAR
azucarado
Sabores
CUAJADA

2 CONSUMIDORES

Alejandro Inclán Suárez
Ganadería Inclán
Nieva. Gozón, Asturias.

"Sus demandas son nuestra prioridad".

"Damos respuesta a las necesidades de nuestros consumidores preocupándonos por su salud, nutrición y bienestar, ofreciéndoles la máxima calidad y el mejor sabor".

CAPSA FOOD

CONSUMIDORES: SIEMPRE ATENTOS A SUS NECESIDADES

CÓMO HACER QUE NOS ELIJAN

Trabajamos día a día para conocer las demandas de nuestros consumidores **esforzándonos al máximo** para ofrecerles los productos más **naturales e innovadores** con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Queremos estar cerca de nuestros consumidores y establecer con ellos una relación de confianza.

SU OPINIÓN CUENTA

Gracias a las **redes sociales** podemos establecer un diálogo directo con nuestros consumidores, conocer sus inquietudes de primera mano y darles una rápida respuesta.

PREMIAMOS SU FIDELIDAD

Los recompensamos a través de nuestro **Club de fidelización** **www.clubcentrallecheraasturiana.es**, que cuenta ya con **545.000** socios.

LES DAMOS UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA

Es otro canal para **reforzar la relación con nuestros consumidores** y conocer sus inquietudes, resolver dudas o reclamaciones.

El teléfono de atención al consumidor **902 33 22 55** y el mail **atencion.consumidor@capsa.es** están a su disposición las **24 horas** del día llevando a cabo un seguimiento online de las llamadas recibidas para ganar agilidad y eficiencia.

CENTRAL LECHERA ASTURIANA: UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN BASADA EN EL VALOR Y LA SUPERIORIDAD DE LA LECHE

LA LECHE TE DA LA VIDA

Siempre nos hemos preocupado por la **salud y el bienestar de nuestros consumidores** y lo reflejamos en nuestras campañas de comunicación defendiendo la importancia de consumir productos de calidad, dando valor a la leche.

"La leche te da la vida" fue una campaña con la que hemos querido reflejar la importancia de la leche como alimento esencial por sus propiedades nutricionales y cómo está presente a lo largo de todas las etapas de la vida.

LECHE Y NADA MÁS

Esta campaña de marca ha convivido con ***"Leche y nada más"***, protagonizada por nuestros ganaderos. Una acción con la que corroboramos nuestra política de cercanía hacia el consumidor.

Una red de **webcams** en funcionamiento las **24 horas del día** ha mostrado con total transparencia las distintas fases de la evolución del producto con el único fin de hacerles testigos directos del valor, la naturaleza y el alma con el que tanto los ganaderos como los empleados de la compañía trabajan para ofrecerles la mejor leche. **De la ganadería al vaso.**

Esta iniciativa de **transparencia empresarial, pionera en España,** nos ha situado como una de las primeras empresas españolas que ha permitido vivir a sus consumidores una experiencia tan próxima a través del mundo online.

En **2014** hemos seguido trabajando en la comunicación de otros productos como el nuevo formato ahorro familiar de 2,2 litros, con la campaña ***"Inagotable".***

LÍDERAMOS EL MERCADO GRACIAS A LA INNOVACIÓN Y A LA CALIDAD

Queremos que nuestra marca tenga un valor añadido, lo que nos lleva a desarrollar una **innovación 360º**. Unimos la labor de I+D+i a los deseos del consumidor, ofreciéndole **un amplio surtido de productos lácteos** que combinan naturalidad, funcionalidad y salud con el mejor sabor.

INNOVACIÓN EN NUEVOS PRODUCTOS

Proyecto Esencia

Con el objetivo de acentuar el origen, la naturalidad y la superioridad de nuestro productos, durante **2014** hemos puesto en marcha el **Proyecto Esencia**, a través del cual ofrecemos **productos 100% naturales de origen nacional, sin ningún tipo de artificio y con el mejor sabor**. Este proyecto ha abarcado varias categorías de producto: leches, yogures, natas, mantequillas, etc.

INNOVACIÓN EN NUEVOS PRODUCTOS

Sport Life

Lanzamiento de la **Bebida Láctea Articular Sport Life** con **Mobilee®**, un ingrediente rico en ácido hialurónico, colágeno y polisacáridos, beneficioso para **evitar las molestias articulares**.

Y para después del ejercicio, **Bebida Láctea Recuperante Sport Life**, un batido de fácil digestibilidad con sabor a chocolate.

Innovación DEPORTIVA para todos

Nueva receta de Quesos Loncheados

Incorporamos dos nuevas referencias, **Loncheado Sin Lactosa y Loncheado Bajo en sal** a esta gama **mejorando la receta** para ofrecer un producto más cremoso y más sabroso.

Nuevo packaging **con sistema recerrable** para una mayor comodidad de consumo y una mejor conservación del producto.

Innovación NUEVA RECETA más cremoso

Nuevos helados

La innovación también ha llegado al portfolio de helados con **nuevos lanzamientos**: tarrina de **Cookies and Cream**, tarrina de **Vainilla y Caramelo** con Nueces Pecán y **ChocoBomb.**

Innovación EN SABORES MÁS VARIEDAD

INNOVACIÓN EN BEBIDAS VEGETALES

ALPRO

Lanzamiento de **Alpro Arroz**, bebida de arroz **100% vegetal**, baja en grasas y sin azúcares añadidos, indicada para personas **con enfermedades digestivas**.

Completamos la gama con **Alpro Coco**, bebida de coco **100% vegetal**, baja en grasas y sin azúcares añadidos, perfecta para cualquier **dieta baja en calorías**.

INNOVACIÓN EN FOOD SERVICE

Batidos Yoping

Ampliamos la gama con una **nueva línea** de batidos.

Vegetánea

Esta margarina, en formato de **10 g**, **completa la gama** ofrecida en hostelería.

INNOVACIÓN EN NUEVOS FORMATOS

Nata formato Mini

Formato innovador de 150 gramos en spray, decorado con un original diseño que **invita al consumidor a disfrutar** de los pequeños placeres de la vida.

Gama 0% 1% y 2% MG

Esta gama de **leches ligeras** se lanza en brik de 1 litro, que convive con la botella de 1,2 litros.

Leche Calcio

Nuevo formato ahorro familiar para la leche entera y semidesnatada con calcio con **un diseño de boca ancha**, que facilita el vertido.

Tetra Evero

Un nuevo envase diferenciador que aporta la misma **funcionalidad y comodidad** de la botella pero con muchas ventajas añadidas ya que mantiene los **beneficios logísticos y medioambientales del brik**.

Agrupador 8 Briks

Se sustituye la tradicional agrupación de 6 briks por el **nuevo pack de 8 briks**, pensando en una compra más cómoda para el consumidor de hoy en día.

Botellín de vidrio

Pensado para hostelería. Un nuevo batido en **formato cristal** de 200 ml y en 3 variedades: **cacao, fresa y vainilla**, disponible en el canal Horeca en **cajas de 12 unidades.**

LARSA: APOSTANDO POR LO AUTÉNTICO

En 2014 **LARSA** apuesta por lo auténtico, aquello que no debe cambiar con el paso el tiempo a través de la campaña ***"Hai cousas que canto menos cambien, mellor"***.

Un año más **LARSA** continua apoyando a Galicia, y para ello estuvo presente en los **momentos más importantes para los gallegos**.

ATO: UN AÑO MARCADO POR LA INNOVACIÓN

Para **ATO** ha sido un año en el que la innovación ha tenido un gran protagonismo. Se han lanzado varios productos en las categorías de leche y quesos, **alineados a los valores y posicionamiento** de la marca.

Por otro lado, se ha realizado un cambio de imagen en el packaging de la leche **ATO NATURA**, **estrechando así su vínculo tanto con Cataluña**, donde lleva presente más de **75 años**, como con el consumidor catalán.

NUESTRA MÁXIMA: LA SALUD Y LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

En **CAPSA FOOD** y desde el área de **Nutrición y Salud**, continuamos focalizando nuestros esfuerzos en el desarrollo de estrategias que ayuden a mejorar la salud de las personas desarrollando programas y campañas de promoción de la salud.

PROGRAMAS

- Programas Escolares
- Programas dirigidos a adultos.
- Programas de información y divulgación: Visitas a profesionales de la salud.
- Servicios nutricionales: Vía Web, teléfono, redes sociales y app.

NUEVO SERVICIO
CONSULTA NUTRICIONAL
902 33 22 55

MARCA DE REFERENCIA EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

CENTRAL LECHERA ASTURIANA

1ª EMPRESA LÁCTEA NACIONAL CON MEJOR REPUTACIÓN

REPUTATION INSTITUTE

BRAND FOOTPRINT

MARCA LÁCTEA QUE MEJOR CONECTA CON LOS CONSUMIDORES

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARSA
innova

"La suma de fuerzas nos permite crear nuevas oportunidades".

"Desarrollamos proyectos conjuntos con nuestros clientes, proveedores y otras instituciones. Nuestras alianzas nos permiten innovar, mejorar cada día y ser más eficientes".

CAPSA FOOD

LAS ALIANZAS: SUMAMOS FUERZAS GENERANDO VALOR COMPARTIDO

Dentro del modelo de excelencia EFQM, establecer alianzas con nuestros clientes, proveedores, y otras compañías para desarrollar proyectos conjuntos que aporten beneficios para ambos es clave.

Sumamos fuerzas en todos los ámbitos de la compañía: en procesos productivos para mejorar la sostenibilidad de nuestros envases, en eficiencia y responsabilidad para mejorar la operatividad y reducir costes, en movilidad sostenible, en la búsqueda de nuevos negocios y en la innovación e investigación para el desarrollo de nuevos productos e ingredientes alimentarios.

NUESTROS CLIENTES: CLAVES EN NUESTRO NEGOCIO

Al servicio de nuestros clientes

Apostamos por un modelo de **Servicio Integral de Atención al Cliente** (SIAC), que nos permite englobar todo el proceso desde el pedido al cobro, dando a cada cliente una respuesta ágil en la búsqueda de la excelencia del servicio prestado.

Dentro de este servicio, ofrecemos un amplio **catálogo de servicios** para atender las demandas de nuestros clientes.

CATÁLOGO DE SERVICIOS

Con el objetivo de gestionar de una forma más eficiente la relación entre nuestro área comercial y el cliente, en **2014** hemos desarrollado el proyecto de implantación **SAP REX**, en el que la capacidad de análisis de la información para llevar a cabo una gestión comercial óptima es su activo más importante.

ACCIONES QUE NOS DISTINGUEN

Gran consumo

Mediante alianzas cruzadas con otras marcas, hemos puesto en marcha distintas promociones dentro de las grandes cadenas de supermercados como **Hipercor, Eroski, Carrefour y Caprabo**.

Hostelería

- Proveedores en exclusiva de **Iberia** e **Iberia Express** mediante Gategourmet con presencia en las cartas servicio a bordo.
- Presencia en la cadena de restaurantes italianos **Gino´s**, del grupo ***Vips***.
- Suministramos nata y mantequilla a la cadena de comida americana **Tommy Mel´s**.
- Incoporamos nuestros productos en las estaciones de sevicio de **REPSOL.**
- En la Sociedad Franquiciadora **Mercado Provenzal**, hemos incorporado nuestra leche en su carta colaborando en la promoción ***"El Café Capuccino de Mercado Provenzal"***.
- Hemos firmado un año más un acuerdo de colaboración con el grupo **Aramón**, ofreciendo el menú infantil en todas las instalaciones de montaña durante la temporada de invierno.

LOS PROVEEDORES: NUESTROS GRANDES ALIADOS

Colaboramos con distintos proveedores **buscando sinergias** e intercambios de modelos de trabajo, siguiendo criterios de **compra verde y social.**

COLABORACIÓN CON OTRAS COMPAÑÍAS

A través de la colaboración con **RENFE** hemos procedido a un incremento del uso del ferrocarril. Paralelamente y junto con **ACOTRAL**, **K-LINE**, **TETRAPAK** y **CHEP** hemos optimizado en 2014 la utilización del tren aprovechando sus retornos sustituyendo en **1.202** camiones por contenedores de retorno. Gracias a estos acuerdos hemos conseguido una reducción de cerca de **3.000 Tm** de CO_2.

Gracias a la utilización de las nuevas tecnologías y al acuerdo firmado con **SAP** hemos conseguido una distribución más eficiente que se traduce en un ahorro de **336.000 km/año** (**517,44 Tm** de CO_2).

Continuamos lanzando envases cada vez más sostenibles con el apoyo de **TETRAPAK**, **LOGOPLASTE** y **SIG COMBIBLOC**.

REPSOL, **ECOLAB** y **SAICA**: Desarrollamos acciones conjuntas en materia de RSC para mejorar nuestros productos optimizando nuestros recursos.

NEW CHINA 8: Colaboración para la exportación a China.

Las alianzas con otras empresas nos han permitido también continuar consolidando nuevas divisiones de negocio.

ALPRO: Esta colaboración nos permite ampliar nuestro portfolio con la gama de **soja** y **bebidas vegetales**.

ICFC: Mediante la colaboración con **Ice Cream Factory Comaker**, hemos ampliado nuestra gama de productos en el año **2014**.

ICFC ICE CREAM FACTORY COMAKER

Lo mejor por naturaleza
CENTRAL LECHERA ASTURIANA
alpro
disfruta del poder vegetal

PROYECTOS Y COLABORACIONES CON ENTIDADES

También llevamos a cabo **colaboraciones** con organizaciones, instituciones, universidades y centros de investigación que nos apoyan en la búsqueda de desarrollo de ingredientes, productos y tecnologías para **mejorar la calidad de vida de las personas** en general.

My New GUT

Proyecto MY NEW GUT: Es un proyecto europeo, dirigido a la elaboración de prototipos alimentarios enriquecidos en prebióticos o probióticos, destinados a estudios clínicos de intervención humana para evaluar su eficacia en enfermedades relacionadas con la dieta y el cerebro.

Proyecto POLSWEET: Orientado a la búsqueda de nuevos procesos para la fabricación de leche en polvo por spray con características específicas para la industria del chocolate y afines.

PROSALUD

Proyecto PROSALUD: Centrado en la búsqueda de nuevos ingredientes funcionales de origen lácteo con potencial actividad frente a patologías como síndrome metabólico, diabetes y obesidad.

SPORT LIFE Y BIOIBÉRICA: Hemos colaborado con esta publicación especializada y con **Bioibérica**, laboratorio líder en nutrición deportiva en el lanzamiento de la nueva gama de bebidas lácteas para deportistas **SportLife**, gracias al desarrollo revolucionario del ingrediente **Mobilee®**.

mobilee Enjoy Moving

CÁTEDRA UCM-CLAS NUTRICIÓN Y EDUCACIÓN PARA LA SALUD

CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN NUTRICIONAL: Este año hay que destacar la elaboración del estudio de consenso **"Importancia nutricional y metabólica de la leche"**, junto con la **Universidad Complutense de Madrid** dentro de la **Cátedra Extraordinaria Central Lechera Asturiana**.

UNIVERSIDAD DE MURCIA: Damos continuidad a la colaboración científica mediante la puesta en marcha de diferentes estudios a lo largo de 2014.

SEDCA y SEMERGEN: Participamos en todo tipo de proyectos tanto con la **Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación** como con la **Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria**.

Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación

SEMERGEN AP Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria

NUESTRA APUESTA POR LA INTERNACIONALIZACIÓN

Son ya **25** los países en los que tenemos presencia en **2014** desde que hace un par de años pusimos en marcha nuestro proceso de internacionalización. Continuamos **avanzando en este proyecto generando nuevos clientes**.

VOLUMEN DE EXPORTACIONES POR CONTINENTE

Actualmente, el principal mercado fuera de España para nosotros es **Asia**, con **China** al frente. En **África** son principalmente **Senegal, Guinea, Libia, Angola, Mauritania, Costa de Marfil** y **Nigeria**. También estamos presentes en algunos mercados de **Sudamérica** y **Centroamérica**. Se trata de países en los que se comercializan en primer lugar ingredientes lácteos, en segundo lugar leche líquida y leches funcionales y comenzamos a tener representación con nuestros yogures.

Estamos utilizando todas las herramientas a nuestro alcance como las ayudas de **Asturex**, **ICEX-Instituto de Comercio Exterior**, Cámaras de Comercio y ferias internacionales en un proyecto de expansión comercial fundamental para la compañía, que ha visto cómo su marca ha pasado de ser nacional a ser una marca internacional aumentando así el valor y prestigio de la misma.

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARSA
innova

"Somos una gran familia".

"Nos sentimos orgullosos de pertenecer a esta empresa y del trabajo que realizamos".

CAPSA FOOD

COMPROMETIDOS CON EL BIENESTAR DE NUESTROS EMPLEADOS

UN EQUIPO CON VOCACIÓN DE LIDERAZGO

Un gran equipo con talento y vocación de liderazgo es el que integra la plantilla de nuestra compañía, que **trabaja día a día** por el **bienestar de las familias** y por el **desarrollo saludable de las nuevas generaciones**.

Gracias a valores como el compromiso, la profesionalidad y el liderazgo, la sociedad tiene una buena imagen de CAPSA FOOD.

Nuestra plantilla se compone de **1.274** personas entre **CAPSA** y sus sociedades, de las cuales un **21% son mujeres**, lo que supone un aumento significativo con respecto a años anteriores.

De estos empleados, el **82%** tiene contrato indefinido a tiempo completo, el **13,6% son jubilados parciales** y tan **solo el 4,4%** son eventuales.

EFR: NUESTRA APUESTA POR LA IGUALDAD Y LA CONCILIACIÓN

Fomentamos un ambiente laboral que permita **la igualdad de oportunidades** y la posibilidad de **compatibilizar vida personal y profesional**. En **CAPSA FOOD** queremos ser referente, tanto en interno como en externo.

Contamos desde **2009** con el **certificado EFR** (Empresa Familiarmente Responsable) en todos nuestros centros de trabajo y cada año y medio renovamos nuestro compromiso a través del seguimiento que **AENOR** hace de nuestro sistema.

efr empresa certificado en conciliación e igualdad

en todos nuestros centros de trabajo desde 2009

efr

certificado en conciliación e igualdad

AENOR

En **2014** continuamos **incorporando nuevos beneficios sociales** y medidas para nuestros empleados **(acuerdos de colaboración con agencias de viajes, seguros médicos, descuentos en guardería, precios especiales en hoteles y balnearios, etc.)** para mejorar el clima laboral e incrementar la productividad.

También hemos promovido la extensión del modelo a otras empresas a través de nuestra participación en el **Instituto de Responsabilidad Social Corporativa del Club Asturiano de la Calidad**.

De manera bianual, realizamos **encuestas de clima laboral** para poder valorar la satisfacción de nuestros empleados. Es nuestra forma de saber si nuestra gestión **está cumpliendo objetivos**.

CLUB asturiano de calidad

1º empresa del sector lácteo español

AENOR conform
Empresa saludable

PRIMERA "EMPRESA SALUDABLE" DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL

Hemos sido la **primera empresa del sector lácteo español** en certificarnos como **Empresa Saludable**, que acredita un ambiente de trabajo saludable en el que prima la conciliación de la vida laboral con la familiar, la igualdad y la mejora de hábitos saludables relativos a la alimentación y a la actividad física tanto dentro de la empresa como fuera de ella.

Con nuestros empleados son varias las acciones a lo largo de **2014**, entre las que podemos destacar: la **Campaña de Seguridad Vial RACE**, los **programas de prevención de riesgo de colesterol**, los **programas de deshabituación tabáquica**, la información precoz contra el **cáncer de mama**, el **programa de nutrición "Cuida tu Salud aprendiendo a alimentarte"**, etc.

SELECCIÓN Y PROMOCIÓN

Contribuimos a la creación del mejor equipo profesional para **CAPSA FOOD** a través de la incorporación o promoción de las personas que mejor se adecuan o tienen un mayor potencial para ocupar un puesto.

Utilizamos medios de reclutamiento convencional y otros interactivos como portales de empleo y redes sociales. También tenemos presencia en Foros de Empleo como los de **Madrid** y **Asturias**.

Fomentamos la inserción de los jóvenes al mercado laboral mediante convenios de colaboración y programas de becas y prácticas con distintas entidades, acogiendo en **2014** a más de **70 personas**.

Por otro lado, favorecemos la promoción interna de nuestros empleados fomentando y desarrollando sus competencias para conseguir el **máximo rendimiento y su satisfacción personal** en el desempeño de su actividad diaria.

POLÍTICA DE FORMACIÓN

Para nuestra compañía la formación de los empleados es muy importante, y por ello **organizamos diferentes acciones formativas**, para que puedan alcanzar su máximo desarrollo profesional y personal.

Cada persona formada en nuestra compañía **dedica 33 horas al año de su tiempo** a la formación.

27.551
Horas totales en formación en 2014

507.000
euros invertidos en formación

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna desempeña un papel fundamental en nuestra empresa. Es esencial que las personas estén informadas para desempeñar adecuadamente su trabajo y para ello utilizamos diferentes canales: reuniones formales, boletines internos digitales, tablones informativos, portal de empleado, canal de televisión corporativa **(CAPSA TV)**, así como acciones y campañas específicas de comunicación, dependiendo de la relevancia de la información a transmitir.

Un año más hemos celebrado los **Premios CAPSA FOOD a la Excelencia**, cuyo objetivo es el reconocimiento de aquellos trabajadores que por su actitud, desempeño y compromiso son un claro ejemplo de nuestros valores corporativos. En esta edición hemos recibido **87 candidaturas**, lo que demuestra el interés de los empleados por premiar a sus compañeros.

Nuestro Presidente y el Comité de Dirección, junto con los premiados.

CAPSA FOOD
ASTURIANA
ATO
LARSA
innova

"Damos a los demás lo mejor de nosotros mismos".

"Nuestro compromiso es ser responsables con las personas y con el entorno. Nos gusta cuidar la naturaleza y el campo porque es nuestra forma de vida, y nos gusta estar al lado de nuestra gente y que puedan disfrutar de momentos de ocio, cultura y deporte".

CAPSA FOOD

COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD

TENEMOS UN COMPROMISO REAL CON LAS PERSONAS

Somos una empresa **ética, sostenible y socialmente responsable** que involucra a todos los grupos de interés con la finalidad de **satisfacer sus necesidades y demandas.**

Invertimos en diferentes acciones sociales, de recursos humanos y medioambientales para seguir creciendo desde la responsabilidad.

IMPULSANDO EL CRECIMIENTO SOCIECONÓMICO

Como empresa española, **contribuimos al crecimiento socioeconómico** de nuestro país para poder afrontar con éxito el futuro. Gracias a nuestra actividad **aportamos a nuestro país 1.407 millones de euros**, el equivalente al **6,6%** del Producto Interior Bruto (PIB) de Asturias.

Además nuestra actividad origina más de **16.480 empleos en España** repartidos entre empleos propios, indirectos primarios y secundarios e inducidos.

Fuente: Estimación según estudio de KPMG basado en el uso del marco input-output.

APOSTAMOS POR LOS HÁBITOS SALUDABLES

Nos preocupa la salud y focalizamos **nuestros esfuerzos** en el desarrollo de estrategias que ayuden a mejorar la **calidad de vida** de las personas.

Fomentamos iniciativas enfocadas a **educar a la población** en la importancia de **alimentarse bien y realizar ejercicio físico**.

PROGRAMAS **ESCOLARES**

PROYECTOS DE SALUD CON COLEGIOS

Queremos que los niños **aprendan a comer de manera saludable y a practicar ejercicio de forma regular** y que de este modo consigan un desarrollo físico y psíquico óptimo; así como **evitar posibles factores de riesgo** en determinadas patologías a largo plazo.

DESAYUNOS CARDIOSALUDABLES

Un año más colaboramos con este proyecto de educación nutricional, fruto de la colaboración con la **Cofradía del Colesterol y la Concejalía de Educación de Avilés**, impartido por el doctor Jesús Bernardo, miembro de la Comisión de Nutrición del Comité Olímpico Español.

Más de **16.000** escolares

PROGRAMAS **ADULTOS**

JORNADAS ALIMENTACIÓN SALUDABLE

En colaboración con la **Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación** (SEDCA).

Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación

DÍA DE LA ALIMENTACIÓN INTELIGENTE

Con el objetivo de conseguir **una alimentación mejor.**

Más de **1.500** adultos

PREMIO INTERNACIONAL HIPÓCRATES

Creado para premiar trabajos sobre nutrición humana, este patrocinio ratifica **nuestro compromiso con el mundo de la divulgación científica**.

SERVICIO NUTRICIONAL

Está dirigido a los consumidores y a través del teléfono de atención al consumidor, el mail y las redes sociales, hemos respondido **más de 1.000 consultas**.

CONGRESOS MÉDICOS

En 2014 asistimos a **más de 20 congresos celebrados en toda España** entre los que destacaríamos: 36º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN) de Bilbao, XXVIII Congreso Nacional de la Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria SEPEAP, celebrado en Valencia y XV Congreso Nacional de la Federación Española de Medicina de Deporte de A Coruña, entre otros.

VISITAS A PROFESIONALES DE LA SALUD

Dan a conocer **nuestros productos y sus beneficios** entre los profesionales de la salud. En 2014 hemos hecho **7.772 visitas**, un **10,62%** más que en años anteriores.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

La Cátedra extraordinaria Universidad Complutense de Madrid - Central Lechera Asturiana, creada para la **investigación y formación en nutrición y educación para la salud** ha sido clave este año con la elaboración del estudio de consenso *Importancia nutricional y metabólica de la leche*.

APP MILKFIT

Aplicación móvil que **combina salud y nutrición, deporte y diversión**.

LECHEYNUTRICION.ES

Ofrece **información y herramientas para** llevar a cabo un estilo de vida saludable.

RESPALDAMOS A LAS ENTIDADES SOCIALES

Apoyamos a diferentes **organizaciones sociales** mediante donaciones económicas o de producto con el fin de mejorar la calidad de vida de **colectivos vulnerables o en riesgo**.

Un año más hemos colaborado con la **Federación Española de Municipios y Provincias** (FEMP) en la **Campaña de Playas 2014** aportando a más de **4.000** socorristas el material necesario para desarrollar su actividad con el objetivo de **incrementar la seguridad de las playas españolas.**

FEMP
FEDERACION ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

PRESENTES EN EL DEPORTE CON CAUSA

Colaboramos con el **Gobierno de Asturias** en los Juegos Deportivos del Principado de Asturias que fomentan **el deporte base entre escolares** y en los que participan anualmente cerca de **40.000 niños**.

Desde 2004 apoyamos la **Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana** contra el cáncer de mama. En esta X edición han corrido más de **90.000 personas** por una causa solidaria: **la lucha contra el cáncer de mama.** Este año se han recaudado **50.000 euros** para la **Asociación Española contra el Cáncer**, que se suman a los **420.000 euros** ya donados.

Fundación Príncipe de Asturias

INCENTIVAMOS LA CULTURA

Formamos parte del patronato de la **Fundación Príncipe de Asturias** contribuyendo a la promoción de los valores científicos, culturales y sociales entre otros.

También incentivamos la cultura, acercando la música a la gente a través de la acción ***"Desconecting aún más"*** de **Larsa,** llevando a la **Orquesta Panorama** a tu pueblo. Un concierto con más de **5.000 asistentes** procedentes de las 4 provincias gallegas.

También nuestra marca **ATO** estrecha vínculos con los consumidores a través de la **participación en diferentes eventos arraigados a las tradiciones catalanas.**

NUESTROS EMPLEADOS IMPLICADOS CON LA SOCIEDAD

Organizamos diferentes **campañas de extracción de sangre** entre nuestros empleados. En **2014** se han realizado en nuestros centros **207** extracciones de sangre, **lo que se traduce en salvar más de 600 vidas.**

A través de un **boletín informativo mensual**, difundimos entre los empleados todo tipo de campañas de sensibilización y prevención promovidas por la **Asociación Española contra el Cáncer (AECC).**

Junto con la **Fundación La Caixa y Cáritas** celebramos tanto en Reyes como en Navidad la campaña ***"Operación Juguete",*** en la que gracias a la solidaridad de nuestros empleados hemos recogido más de **1.000 juguetes** destinados a los niños sin recursos.

Cáritas

Obra Social
Fundación "la Caixa"

NUESTROS PRODUCTOS REALIZAN SU MEJOR LABOR

Colaboramos con el **Banco de Alimentos** entregando más de **350.000 kilos** de nuestros productos para que se redistribuyan entre los **colectivos más desfavorecidos**.

Junto con la **Asociación Española de Fabricantes Distribuidores** (AECOC), formamos parte de la campaña **La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala** contribuyendo a optimizar el aprovechamiento de los alimentos.

350.000 kg
donados

BANCOS DE ALIMENTOS

Objetivo: 2014 kilos de canastas solidarias ha sido una iniciativa llevada a cabo por la **cadena de supermercados DIA y la Federación Española de Baloncesto con motivo de la Copa del Mundo de Baloncesto FIBA 2014** consistente en encestar kilos de alimentos destinados a Banco de Alimentos. Nos hemos sumado haciendo entrega de **cantidades adicionales de leche.**

CONTRIBUIMOS AL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE

La preservación ambiental es **una de nuestras prioridades** y por ello, continuamos invirtiendo en ella. En tres años, hemos invertido algo más de **2 millones de euros**, lo que supone una media de casi **700.000€/año**.

Así mismo, nuestro gasto anual en protección ambiental a sido de **5,2 millones de euros**.

CONSUMO DE AGUA Y ENERGÍA

El agua da vida, por ello, hemos disminuido un **3%** nuestro ratio de agua (L agua/L Leche) situándola en **3,07** (L agua/L Leche), alcanzando así el **objetivo fijado para este año**.

Seguimos mejorando nuestros procesos de depuración **minimizando el impacto de nuestro vertido**, alcanzando una calidad superior a la autorizada en un 55%.

El **100% de la energía** que consumimos está certificada con Garantía de Energía de Origen Renovable.

En 2014 hemos desarrollado una **plataforma de seguimiento online**, que nos permite controlar los **consumos y analizar los rendimientos** en cada proceso.

En los últimos 3 años **hemos reducido** un 5% nuestro ratio de consumo de gas natural total, un **7%** el ratio de KWh gas caldera por litro de leche y hemos **mantenido constante el consumo de energía eléctrica** con un ratio de 0,1 kWh por litro de leche.

Autogeneramos el **95%** de la **energía eléctrica y térmica que consumimos** gracias a nuestras instalaciones de trigeneración. Una energía acreditada con garantía de origen de alta eficiencia **por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** (CNMC).

MOVILIDAD SOSTENIBLE

Impulsamos la movilidad sostenible, compartiendo inciativas **como el transporte por ferrocarril y barco con otros aliados**. Solo con el uso del ferrocarril, hemos eliminado más de 1.600 trailers, reduciendo **1.426 Tm** de CO_2.

Optimizamos las rutas por carretera con tecnología GPS **ahorrando gas-oil en la recogida de la leche** y formamos a nuestros empleados en **conducción eficiente.**

RESIDUOS Y RECICLAJE

El **88%** de nuestros residuos han sido reciclables. **Solo un 0,21% de estos residuos son considerados peligrosos**.

El **74%** de nuestros lodos de depuradora, **9.400** toneladas, se han utilizado como combustible en **plantas de biogás** mientras que el resto de estos residuos se ha destinado a **aplicación agrícola y elaboración de fertilizantes.**

Reciclamos el **88%** de nuestros residuos

PROYECTOS DE INNOVACIÓN AMBIENTAL Y ENERGÉTICA

Colaboramos con **Universidades, centros tecnológicos y otras compañías** en la Investigación y Desarrollo de proyectos de innovación.

Formamos parte del proyecto **LIFE ECOLAC**, junto por el centro tecnológico **AZTI, FENIL y la empresa informática INGENET**, en el desarrollo de una herramienta capaz de analizar el **impacto ambiental de la industria láctea sobre distintos indicadores** como la huella de carbono, la huella hídrica, el potencial de destrucción de la capa de ozono y la pérdida de biodiversidad.

EMPLEADOS RESPONSABLES Y COMPROMETIDOS

Con el **Proyecto *Green It*** concienciamos a nuestros empleados para que **solo impriman lo necesario y eviten la impresión a color**. Según un estudio comparativo entre nuestra compañía y otras similares, estamos casi un **20%** por debajo de la media mundial.

También fomentamos las reuniones telemáticas **a través de videoconferencias** como una herramienta tecnológica capaz de conectar desde **cualquier parte del mundo evitando los viajes.**

En CAPSA FOOD entendemos que la **protección y conservación del medio ambiente es cosa de todos**, por lo que llevamos a cabo formación y concienciación en materia ambiental. Este año hemos invertido un total de **1.245 horas** en acciones formativas.

PREMIOS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

- Premio Oro de la Semana Española de Movilidad Sostenible en la categoría de Organizaciones, Instituciones y Empresas, otorgado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Primer finalista en los II Premios R Ecoembes, en la categoría de Mejor Iniciativa Empresarial en Ecodiseño.
- Mención de Honor a la mejor trayectoria en materia de energías renovables, ahorro y eficiencia energética, otorgada por ENERAGEN.

EnerAgen
Asociación de Agencias Españolas de Gestión de la Energía

Nuestra responsable de Sostenibilidad, Estefanía Iglesias, recogiendo el premio.

12:20
12:25
12:30
12:35
12:40
CAPSA FOOD

"Miramos hacia el futuro con optimismo".

"Queremos crecer, pero siempre de forma responsable y sostenible. Creemos en un futuro lleno e oportunidades para todos".

CAPSA FOOD

ACCIONISTAS: CRECIMIENTO EMPRESARIAL BASADO EN LA RESPONSABILIDAD

NUESTROS ACCIONISTAS

NUESTRA ESTRUCTURA SOCIETARIA

BALANCE 2014. EVOLUCIÓN Y RESULTADOS DE NUESTRO EJERCICIO

El año **2014**, se cierra con un **mantenimiento de la cifra de negocio** respecto al ejercicio anterior debido fundamentalmente a la estabilidad del volumen de ventas de nuestras marcas **Central Lechera Asturiana** y **Larsa**; y ello en el entorno de un mercado de consumo lácteo que experimenta **un decrecimiento del -2,8%** como consecuencia de la pérdida poblacional y el consumo de productos sustitutivos de la leche.

MAGNITUDES ECONÓMICAS

Valores en miles de euros

	2012	2013	2014
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	685.531	677.698	677.784
PATRIMONIO NETO	214.562	217.019	230.366
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	(1.102)	3.652	10.607
EBITDA	18.343	23.554	30.041
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	(253)	4.677	11.190
BENEFICIO NETO	**(1.009)**	**3.584**	**8.961**

A nivel de resultados, hay que destacar el **incremento sustancial** tanto en **EBITDA** que se sitúa en **30.041 miles de euros** (2013: 23.554 miles de euros), como en el resultado del ejercicio que alcanza la cifra de **8.961 miles de euros** (2013: 3.584 miles de euros). En lo que refiere a la posición financiera, continua con **total solidez** con una situación de **superavit a favor de CAPSA** y un **fondo de maniobra** de **66.670 miles de euros** (2013: 52.570 miles de euros).

NUESTRA ÉTICA EN EL NEGOCIO: PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y DETECCIÓN DE DELITOS

En 2014, hemos comenzado la implantación del **Protocolo de Prevención y Detección de Delitos**. Con ello pretendemos asegurar que nuestro comportamiento cumpla con las expectativas éticas que la sociedad nos demanda. Este protocolo tiene la intención de desarrollar nuestros valores, plasmados en el nuevo Código Ético, implicando para ello a todos los miembros de **CAPSA FOOD**.

Para conseguirlo, hemos creado una nueva figura en el seno de la compañía: **El Responsable de Cumplimiento Penal**, que se encargará de supervisar el cumplimiento de este protocolo.

También estableceremos un nuevo cauce de comunicación a disposición de nuestros grupos de interés: **El Canal Ético**, donde podrán plantear, con la máxima garantía de confidencialidad y protección de sus datos personales, cualquier inquietud, observación o denuncia relacionadas con el comportamiento ético de nuestra compañía, invitándoles a participar en la importante labor de perfeccionamiento constante de nuestra conducta.

Asimismo, a lo largo de este año hemos revisado nuestras políticas de actuación, con el objetivo de actualizarlas y adaptarlas a **nuestros compromisos éticos**.

También pretendemos instaurar **nuevos controles internos y externos**, con la intención de establecer un marco de mejora continua que asegure nuestro avance hacia la excelencia mediante el mantenimiento y renovación permanente de este protocolo.

En definitiva, la aprobación de este protocolo y su integración en el modelo de gestión de esta compañía garantizará un **comportamiento acorde con nuestros valores** que fortalece nuestra apuesta por un modelo de negocio ético, sostenible y socialmente responsable como seña de identidad.

BALANCES CONSOLIDADOS

al 31 de diciembre de 2013 y 2014

En miles de euros

ACTIVO	2014	2013
ACTIVO NO CORRIENTE	**193.896**	**206.579**
Inmovilizado intangible	**11.532**	**12.296**
Gastos de investigación y desarrollo	1.471	1.722
Patentes, licencias, marcas y similares	194	243
Fondo de comercio	8.877	8.877
Aplicaciones informáticas	435	668
Otro inmovilizado intangible	555	786
Inmovilizado material	**133.259**	**141.921**
Terrenos y construcciones	60.389	59.402
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	72.135	79.515
Inmovilizado en curso y anticipos	735	3.004
Inversiones inmobiliarias	**4.816**	**5.031**
Terrenos	2.572	2.728
Construcciones	2.244	2.303
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	**6.112**	**6.457**
Participaciones puestas en equivalencia		6.397
Instrumentos de patrimonio	6.052	60
Créditos a empresas	60	-
Inversiones financieras a largo plazo	**10.774**	**10.779**
Acciones y participaciones en patrimonio a largo plazo	628	630
Créditos a terceros	41	41
Valores representativos de deuda	100	100
Otros activos financieros	10.005	10.008
Activos por impuesto diferido	**27.403**	**30.095**

	2014	2013
ACTIVO CORRIENTE	**199.908**	**220.902**
Existencias	**51.349**	**44.274**
Comerciales	6.289	6.659
Materias primas y otros aprovisionamientos	11.758	12.609
Productos en curso	1.446	1.279
Productos terminados	31.847	23.727
Anticipos a proveedores	9	-
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	**99.899**	**108.989**
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	89.258	87.265
Clientes, empresas del grupo, y asociadas	2.360	2.497
Deudores varios	2.496	4.111
Otros créditos con las Administraciones Públicas	5.785	15.116
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	**36**	**1.218**
Créditos a empresas	36	1.218
Inversiones financieras a corto plazo	**37.755**	**51.885**
Instrumentos de patrimonio	2.400	2.400
Valores representativos de deuda	-	-
Otros activos financieros	35.355	49.485
Periodificaciones a corto plazo	**1.650**	**3.707**
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	**9.218**	**10.829**
TOTAL ACTIVO	**393.803**	**427.481**

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2014	2013
PATRIMONIO NETO	**230.366**	**217.019**
Fondos propios	**220.900**	**207.114**
Capital	92.317	92.317
Prima de emisión	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	109.030	101.618
Reservas en sociedades consolidadas	(356)	(330)
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	4.211	4.024
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	8.895	3.534
Resultados de ejercicios anteriores	(1.100)	(1.952)
Acciones y participaciones en patrimonio propias	(35)	(35)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	**4.922**	**5.719**
Socios externos	**4.544**	**4.186**
PASIVO NO CORRIENTE	**30.200**	**42.130**
Provisiones a largo plazo	**5.125**	**6.735**
Actuaciones medioambientales	294	383
Provisiones por reestructuración	3.323	4.844
Otras provisiones	1.508	1.508
Deudas a largo plazo	**22.881**	**32.479**
Deudas con entidades de crédito	19.851	28.464
Acreedores por arrendamiento financiero	807	990
Otros pasivos financieros	2.223	3.025
Pasivos por impuesto diferido	**2.194**	**2.916**

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADAS

al 31 de diciembre de 2013 y 2014

En miles de euros

	2014	2013
PASIVO CORRIENTE	**133.237**	**168.332**
Provisiones a corto plazo	**16.685**	**15.907**
Deudas a corto plazo	**12.082**	**17.402**
Deudas con entidades de crédito	11.694	17.018
Acreedores por arrendamiento financiero	180	185
Otros pasivos financieros	208	199
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	**2.506**	**7.825**
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	**100.178**	**121.741**
Proveedores	68.670	80.592
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	20.005	29.280
Acreedores varios	902	1.054
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	7.934	8.496
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.667	2.319
Periodificaciones a corto plazo	**1.786**	**5.457**
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	**393.803**	**427.481**

OPERACIONES CONTINUADAS	2014	2013
Importe neto de la cifra de negocios	**677.784**	**677.698**
Ventas	670.301	668.486
Prestaciones de servicios	7.483	9.212
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	**8.287**	**(1.052)**
Aprovisionamientos	**(462.768)**	**(446.659)**
Consumo de mercaderías	(29.786)	(36.345)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(432.993)	(410.561)
Trabajos realizados por otras empresas	(17)	(27)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos	28	274
Otros ingresos de explotación	**6.359**	**5.638**
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	6.089	5.426
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	270	212
Gastos de personal	**(49.587)**	**(54.008)**
Sueldos, salarios y asimilados	(36.300)	(40.317)
Cargas sociales	(13.287)	(13.691)
Otros gastos de explotación	**(154.108)**	**(163.010)**
Servicios exteriores	(151.106)	(160.513)
Tributos	(2.496)	(1.979)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(212)	(124)
Otros gastos de gestión corriente	(294)	(394)
Amortización del inmovilizado	**(19.434)**	**(19.902)**
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	**2.736**	**3.032**
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	**1.357**	**1.913**
Deterioros y pérdidas	53	36
Resultados por enajenaciones y otras	1.304	1.877
Otros resultados	**(19)**	**2**

	2014	2013
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	**10.607**	**3.652**
Ingresos financieros	1.820	2.837
Gastos financieros	(1.610)	(2.239)
RESULTADO FINANCIERO	**210**	**598**
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	**373**	**427**
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	**11.190**	**4.677**
Impuestos sobre beneficios	**(2.229)**	**(1.093)**
RESULTADO DEL EJERCICIO	**8.961**	**3.584**
Resultado atribuido a la sociedad dominante	8.895	3.534
Resultado atribuido a socios externos	66	50

CORPORACIÓN
ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A.
Sierra de Granda, s/n - 33199 - Siero.
Principado de Asturias. España.
+34 985 101100
capsafood.com

CAPSA FOOD

CENTRAL LECHERA ASTURIANA

ATO

LARSA

innova FOOD INGREDIENTS

CREANDO VALOR SOSTENIBLE

MEMORIA ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2014

MEMORIA ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2014

CAPSA FOOD

capsafood.com