



ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION

Memoria
de Sostenibilidad

2014

2015

Ponemos **sabor** a tu vida



Sumario

[1] Mensaje del Director General

[2] Quiénes somos

- 2.1 Una empresa con vocación global 8
 - 2.2 Principales magnitudes 12
 - 2.3 Nuestras marcas y productos 14
-

[3] Visión de largo plazo

- 3.1 Modelo de negocio 22
 - 3.2 Compromiso con la sostenibilidad 26
 - 3.3 Retos y oportunidades del sector 28
 - 3.4 Hitos 2014 y 2015 30
-

[4] Compromisos para aportar valor

- 4.1 Clientes y consumidores:
innovación y diversificación 34
 - 4.2 Nuestras personas: protección
y desarrollo profesional 37
 - 4.3 Medioambiente: gestión sostenible
de nuestros recursos 43
 - 4.4 Proveedores: cadena de suministro
responsable 51
 - 4.5 Comunidad: impulso al desarrollo local 53
 - 4.6 Contribución a los Objetivos
de Desarrollo Sostenible 56
-

[5] Sobre la memoria de sostenibilidad

- 5.1 Análisis de Materialidad 60
- 5.2 Alcance y cobertura del reporte 62
- 5.3 Indicadores GRI G4 63





[1] Mensaje

del Director General

“Nuestra visión de largo plazo define nuestro compromiso con la sostenibilidad”

Es para mí una satisfacción poder presentar la segunda Memoria de Sostenibilidad de Ángel Camacho Alimentación, un documento que recoge los principales resultados del desempeño económico, social y ambiental de la compañía en 2014 y 2015. De este modo, se da continuidad a la primera memoria, publicada a mediados de 2014, que supuso todo un hito en el sector de la aceituna de mesa, principal actividad de la empresa.

La elaboración de esta segunda Memoria de Sostenibilidad refuerza la visión de negocio a largo plazo y afianza los objetivos estratégicos de la compañía. Los logros económicos y la diversificación alcanzada en productos posicionan a la empresa entre las líderes del mundo de la alimentación. Ángel Camacho Alimentación es una empresa sin fronteras y con una clara vocación global que vende en más de 90 países y cuenta con filiales propias en mercados clave como son Estados Unidos, Reino Unido y Polonia.

La sólida evolución y rentabilidad de los últimos años, junto a un crecimiento sostenido, han colocado a la compañía en una posición privilegiada para afrontar el futuro. El secreto

ha sido la mejora continua de los productos y procesos, así como el esmerado cuidado en la relación con los clientes, los empleados, los proveedores y los consumidores. La sostenibilidad y, en especial, sus vertientes económica, social y ambiental, ha desempeñado también un papel fundamental en la toma de decisiones en todos los ámbitos del negocio.

En este camino, han sido necesarios un equilibrio entre lo global y lo local, mayor capacidad de respuesta ante los requerimientos crecientes de los grandes clientes, atender a nuevas necesidades de los consumidores en el mundo y, a la vez, proteger el entorno y las personas, a través del empleo, de la contribución a la comunidad y de la inversión para optimizar el consumo y uso de los recursos naturales. Los valores de Compromiso, Excelencia, Simplicidad, Trabajo en Equipo e Integridad, reflejados en el plan estratégico de Ángel Camacho Alimentación, distinguen a la compañía y le marcan el rumbo a seguir.

La protección y el compromiso con el medioambiente son indispensables para garantizar la competitividad, el éxito y la continuidad de las actividades de la empresa en el futuro. Por las condiciones climáticas de Andalucía, donde se ubican las principales actividades fabriles de la compañía, la gestión óptima del agua es prioritaria. Por ello, el respeto del entorno y la medición, control y mejora de todos los procesos que puedan tener un impacto ambiental significativo son una preocupación constante para la empresa.

A nivel interno, se trabaja también en la integración en todas las áreas de los valores y principios de Ángel

Camacho Alimentación, basados en una identidad de empresa familiar con una larga tradición, pero renovada y con vocación de crecimiento.

Al igual que en la primera memoria, se ha seguido el estándar internacional de Global Reporting Initiative (GRI) con el objetivo de aportar valor al informe y facilitar la comparabilidad con otras organizaciones.

El propósito de la compañía es continuar desarrollando la actividad de negocio de forma sostenible, rentable y eficiente. Ese crecimiento y proyección de futuro se han tratado de reflejar en este documento, por lo que confío en que su contenido sea de interés para todas aquellas personas que quieran conocer la empresa un poco mejor.

Ángel Camacho Perea

Director General





[2]

Quiénes
Somos

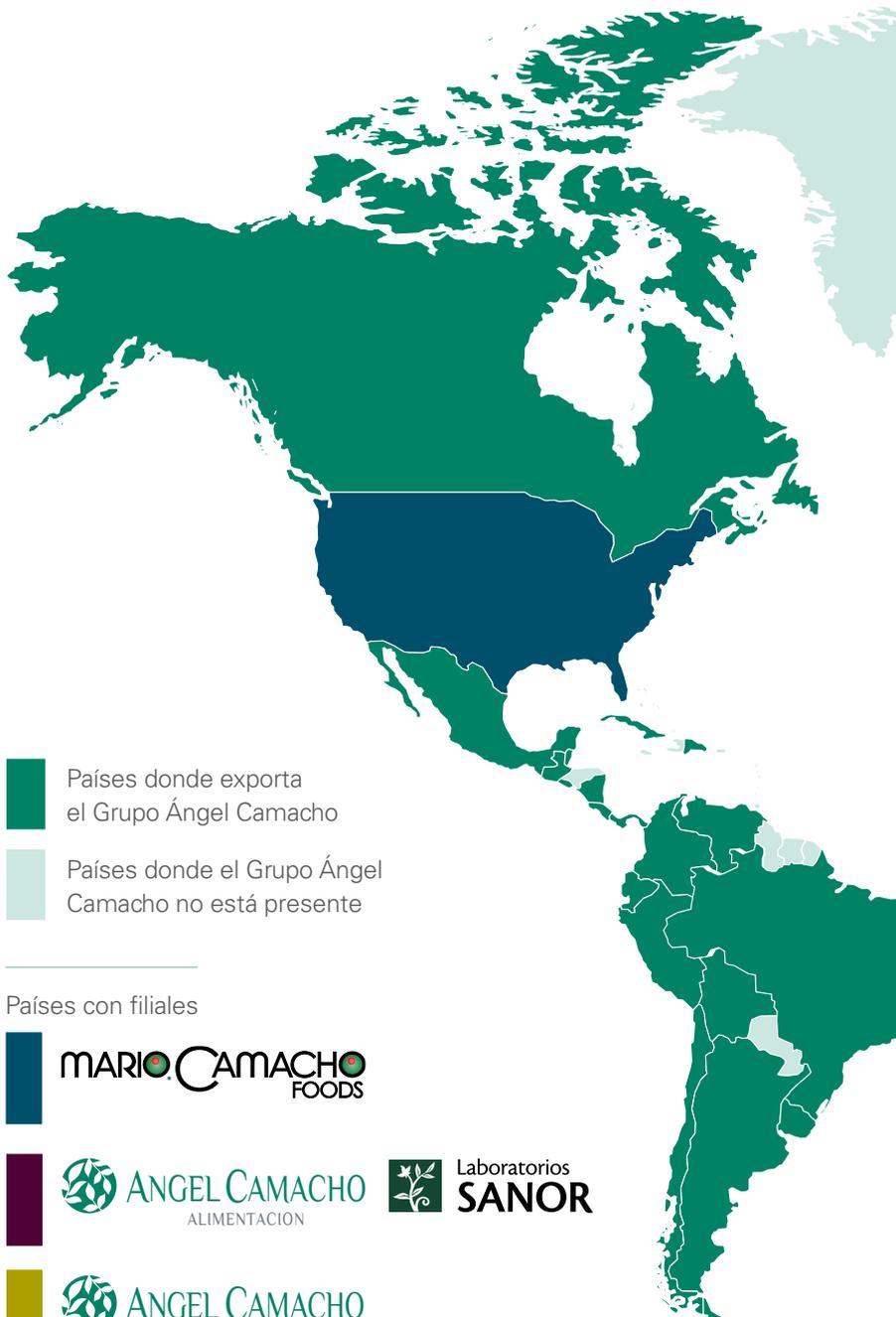
[2.1] Una empresa con vocación global

El Grupo Ángel Camacho es una compañía familiar de alimentación con una clara vocación global, formada por un grupo de empresas reconocidas internacionalmente. Con ventas en más de 90 países, es hoy en día uno de los principales proveedores de aceitunas de mesa en todo el mundo.

Desde hace más de 100 años, la empresa produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios. Entre ellos, aceitunas de mesa, aceites de oliva y encurtidos bajo las marcas Fragata y Mario, mermeladas La Vieja Fábrica y Stovit, e infusiones y tisanas Susarón.

Se encuentra en la localidad sevillana de Morón de la Frontera, una zona de marcada tradición olivarera que por su índice de producción de aceituna de mesa y el volumen de exportaciones se sitúa entre las más importantes de España.

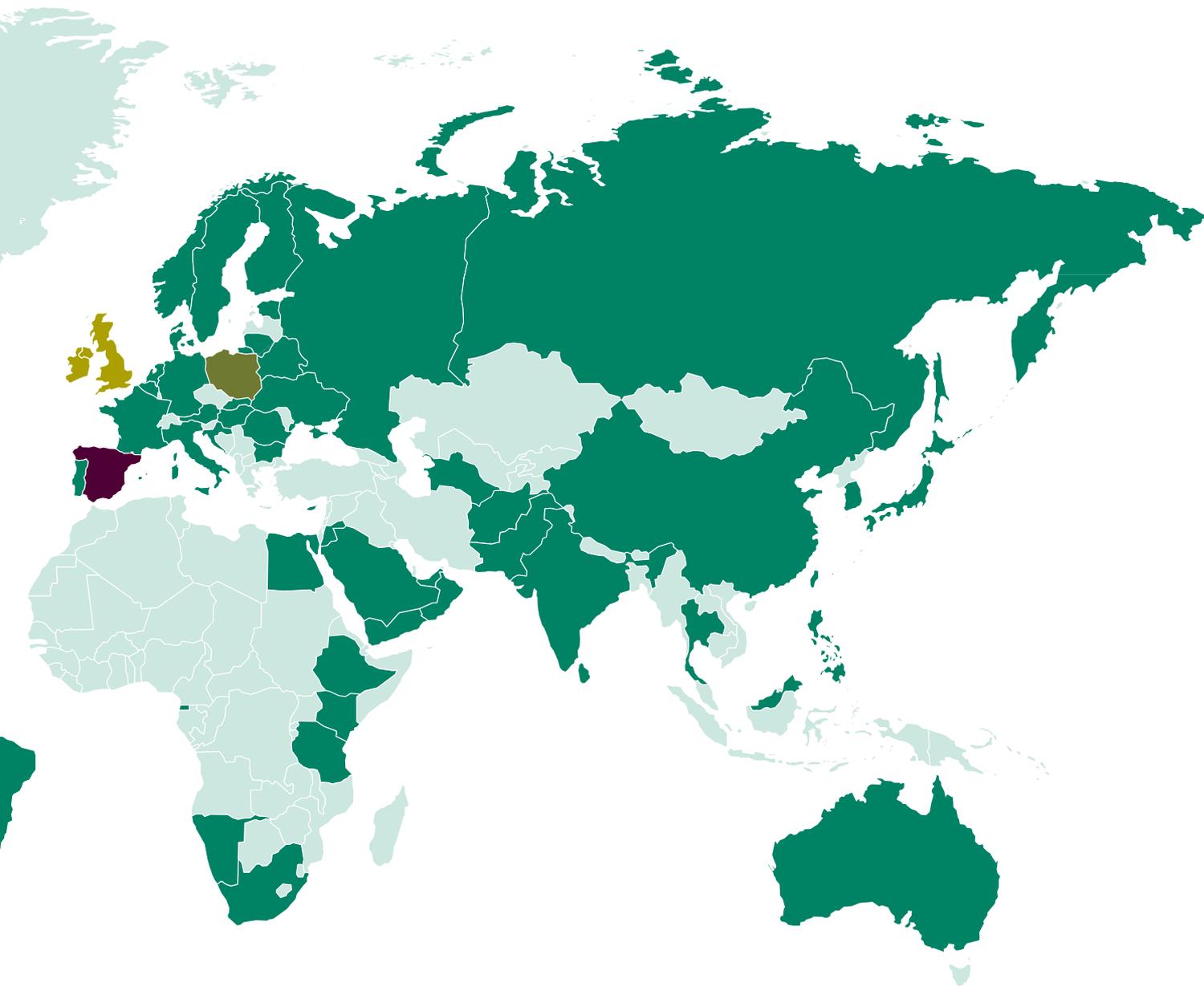
La principal empresa del Grupo Ángel Camacho es Ángel Camacho Alimentación (en adelante ACA). La presente Memoria de Sostenibilidad recoge la actividad de ACA en 2014 y 2015, aunque se han incluido también datos del Grupo en algunos apartados con el objetivo de brindar el marco global de la compañía.



- Países donde exporta el Grupo Ángel Camacho
- Países donde el Grupo Ángel Camacho no está presente

Países con filiales

- MARIO CAMACHO FOODS
- ANGEL CAMACHO ALIMENTACION
- Laboratorios SANOR
- ANGEL CAMACHO UNITED KINGDOM
- Stovit



Tradición e innovación

D. Santiago Camacho Román inicia en Morón de la Frontera la comercialización de aceites de oliva y cereales. Nace **Ángel Camacho S.A.**



D. Santiago Camacho Román

1897

Marca registrada
“FRAGATA”

Creación de **Fragata**, marca que hoy se comercializa en **90 países**

1925



D. Ángel Camacho Alarcón

D. Ángel Camacho Alarcón, hijo del fundador, amplía la actividad y se inicia la **exportación a países como EE.UU.**

1927



Adquisición de Stovit Group, reconocida empresa polaca que produce mermeladas y conservas de frutas.



Creación en EEUU de Mario Camacho Foods, filial que da cobertura al mercado norteamericano.

2007

Certificado ISO 14001-2004 (BVQi). Primer proveedor mundial de aceitunas con un programa de medioambiente certificado.

2005

Constitución de Ángel Camacho UK, filial que distribuye los productos en Reino Unido.

2002



Vertido cero. Creación de una innovadora planta depuradora de aguas industriales.

2007

Ángel Camacho exporta ya sus productos a un total de **95 países.**

2012



ACA calcula la **huella de carbono** de aceitunas y mermeladas. Adhesión al **Pacto Mundial de Naciones Unidas.**

2013



Nueva tecnología en el sector de la aceituna de mesa: primeras dehuesadoras y rellenadoras.

1955

Se comienza a envasar aceitunas en **tarros de vidrio.**

1968

Instalaciones propias y distribución en el extranjero. Se adquiere **Specialty Food Packing & Importing co. (Chicago, EE.UU)**

1977



Desarrollo del movimiento de aceitunas **por tubería.**

1980



Constitución de empresas agrícolas con una explotación de más de **1.100 hectáreas de olivares**

1985



Se lanza a nivel mundial el **"Pouch Pack", un packaging revolucionario** para aceitunas.

2001

Ampliación de la planta de aceitunas de mesa ubicada en Espartinas, Sevilla. **Participación en Laboratorios Sanor,** empresa leonesa de procesado y envasado de infusiones y tisanas.

1999



Construcción de una nueva fábrica de aceitunas en Morón.

1996

Se adquiere **La Vieja Fábrica,** empresa dedicada a la elaboración de mermeladas artesanales.

1994



Lanzamiento del endulzante natural **Endulsana Susaron** y mermelada **La Vieja Fábrica Cremosa.** Elaboración de la primera Memoria de Sostenibilidad.

2014



Lanzamiento de una gama de **cremas de avellanas La Vieja Fábrica.**

Compra del 100% de Mario Camacho Foods y Laboratorios Sanor.

2015



Inicio de una reorganización y modernización industrial.

2016

[2.2] Principales magnitudes

Ángel Camacho Alimentación es, con gran diferencia, la unidad de negocio con mayor volumen de facturación del Grupo. ACA obtuvo en 2014 unos ingresos de 164 millones de euros, del total de 196,7 millones obtenido por el Grupo, y de 166 millones de euros en 2015, de un total de 209 millones, lo que consolida la destacada posición de la compañía dentro de la industria agroalimentaria.

	Ángel Camacho Alimentación		Grupo Ángel Camacho consolidado	
	2014	2015	2014	2015
Ventas	164,1	166,2	196,7	208,9
EBITDA	8,5	7,8	13,1	14,2
Resultados antes de impuestos	3,4	2,8	4,4	6,5
Total activos	116,5	113,5	162,7	171,8
Fondos propios	33,9	35,8	60,9	66,3

Cifras en millones de euros

Aceitunas comercializadas en 2015 por valor de

125,7 M€

(93% PRODUCTO ENVASADO)

56.153 toneladas



Mermeladas comercializadas en 2015 por valor de

27,9 M€

12.571 toneladas



IMPACTO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL

2014

196,7 M€

Ventas*

240.048€

Impuestos*

114,1 M€

Exportaciones*

284

Proveedores
(25% cooperativas)

23,6 M€

Sueldos*



2015

208,9 M€

Ventas*

2,6 M€

Impuestos*

122 M€

Exportaciones*

284

Proveedores
(25% cooperativas)

26,1 M€

Sueldos*

2010-2015

35%

Reducción emisiones CO₂
% por kg de aceitunas envasadas

15,8%

Reducción consumo agua

10,4%

Reducción consumo
electricidad

84,2%

Reducción consumo gasoil

34,5%

Aumento consumo biomasa



*Impacto económico y social 2014-2015 Ángel Camacho Alimentación y Grupo Ángel Camacho.

Impacto ambiental medido en el periodo 2010-2015 Ángel Camacho Alimentación: Datos relativos en función de la producción en dicho período.

2014

794

Empleados*

159.218€

Inversión en formación*

83.200

Kg. Alimentos donados

80.000

Familias beneficiadas
contribución social

352

Mujeres en plantilla*



2015

795

Empleados*

130.237€

Inversión en formación*

124.800

Kg. Alimentos donados

120.000

Familias beneficiadas
contribución social

336

Mujeres en plantilla*

[2.3] Nuestras marcas y productos

Ángel Camacho Alimentación comercializa una amplia cartera de productos con diferentes marcas. Cada una de ellas, con su personalidad y posicionamiento propio, satisface las necesidades de los distintos clientes y consumidores.

A continuación se detallan las cinco marcas más importantes:



FRAGATA:

Marca bandera y global de la compañía, creada en 1925, ofrece aceitunas españolas, aceites y otras especialidades mediterráneas.



LA VIEJA FÁBRICA:

Marca líder de mermeladas en España con un marcado carácter artesanal y una clara percepción de tradición, calidad y confianza. Recientemente ha empezado a comercializar cremas de avellanas.



MARIO:

Marca de aceitunas y otras especialidades mediterráneas destinadas al mercado norteamericano.



STOVIT:

Marca comercializada por la filial polaca de Ángel Camacho y que entre otros productos produce mermeladas y conservas de frutas.



SUSARÓN:

Marca que ofrece un amplio abanico de infusiones funcionales, así como otros productos saludables como un endulzante 100% natural.



Las aceitunas Fragata son preferidas por los consumidores de más de

90 países de todo el mundo

Aceitunas, encurtidos y otras especialidades mediterráneas

Fragata es la marca bandera con la que ACA ofrece una gran variedad de aceitunas españolas y otros exquisitos productos mediterráneos como encurtidos, alcaparras, aceites de oliva y condimentos. El producto estrella de la marca son las aceitunas de mesa, donde Fragata es líder por su innovación en sabores y amplia diversidad de formatos. Se pueden encontrar aceitunas Fragata con huesos y deshuesadas, en rodajas o con diferentes rellenos, aliñadas, así como en envases diferentes para responder a las necesidades de todos los consumidores. Además, se ofrece una gama de otras especialidades y encurtidos, desde pepinillos en vinagre y cebollitas, hasta dientes de ajo en salmuera y aderezos como la guindilla, el pimiento jalapeño y el pimiento piri-piri en salmuera.



Posiblemente las mejores mermeladas del mundo

Las mermeladas La Vieja Fábrica se elaboran siguiendo una receta tradicional que se utiliza desde 1834. La histórica tradición artesana y la calidad de las frutas seleccionadas aseguran el sabor casero que caracteriza a esta marca. Ofrece una amplia gama de mermeladas, desde las más tradicionales, hasta mermeladas dietéticas, enriquecidas con fibra, con una textura excepcionalmente cremosa o selectas, con vegetales que se utilizan principalmente como acompañamiento de platos. Bajo la marca La Vieja Fábrica se ha lanzado también una novedosa gama de cremas de avellanas, que no contienen grasas hidrogenadas ni colorantes o conservantes.

Elaboradas exclusivamente con el azúcar de la fruta, las mermeladas *Diet* de La Vieja Fábrica son **ideales para las personas preocupadas por su línea**



Aceitunas y especialidades mediterráneas para el mercado norteamericano

Mario es la marca insignia con la que la filial estadounidense comercializa sus productos en Norteamérica desde 1992. La marca Mario ofrece una amplia gama de aceitunas de mesa, así como otros productos mediterráneos. Su estrategia de desarrollo de productos ha convertido a Mario en una marca muy reconocida por los consumidores norteamericanos, que lidera la categoría en términos de innovación, calidad de producto y crecimiento. Entre otros productos, bajo la marca Mario los consumidores pueden encontrar aceitunas negras, verdes y rellenas, en diferentes formatos (lata, frasco y bolsa), así como aceite de oliva, encurtidos, etc.

La marca Mario

lidera el desarrollo de la categoría de aceitunas

en el mercado norteamericano



Genuinas mermeladas y conservas de fruta

El nombre de nuestra marca "stovit" surge de la combinación de dos palabras en polaco y significa "cien vitaminas". Stovit es una marca líder en Polonia que comercializa principalmente mermeladas, confituras y conservas de fruta, que destacan por su origen genuino y por su riqueza natural. La calidad y la innovación son dos señas de identidad de Stovit, marca muy local en su origen y que ha conseguido traspasar sus fronteras.

El último lanzamiento de Stovit "Fruity by Nature" destaca por ser

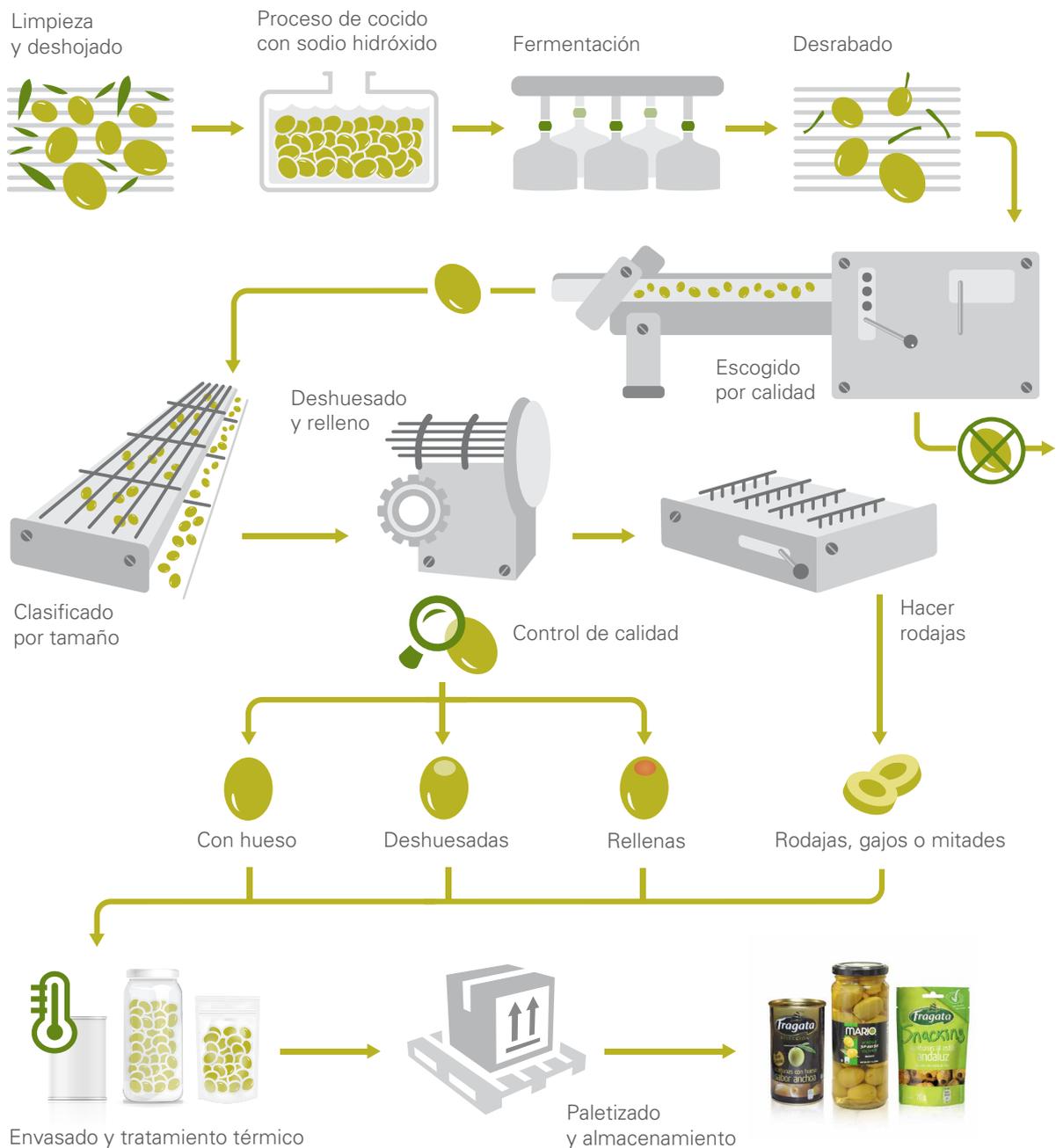
muy saludable e innovador

¿Sabías qué?

La aceituna tiene que pasar por un largo proceso hasta llegar a la mesa



PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LAS ACEITUNAS DE MESA





Infusiones y un endulzante natural para cuidar nuestro organismo

A través de la marca Susarón, se ofrece una selección de las mejores infusiones funcionales y tisanas, elaboradas con plantas medicinales, bebidas solubles instantáneas y un novedoso endulzante natural. La gama de té solubles Instanté, une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas que ayudan a sentirse bien. Por su parte, Endulsana es el sustituto perfecto del azúcar y de otros edulcorantes artificiales. Endulzante natural que se obtiene 100% de la fruta (uva, manzana y algarroba) y no tiene conservantes ni aditivos, ni ha sido sometido a ningún tratamiento enzimático o modificaciones químicas. Gracias a su bajo índice glucémico (IG), ayuda a prevenir enfermedades.

Las propiedades funcionales

de las infusiones Susarón han sido demostradas en un estudio científico realizado por Inbiotec, Instituto Biotecnológico de León

¿Sabías qué?

EL ENDULZANTE NATURAL ENDULSANA ES IDEAL PARA UNA DIETA DE BAJO ÍNDICE GLUCÉMICO

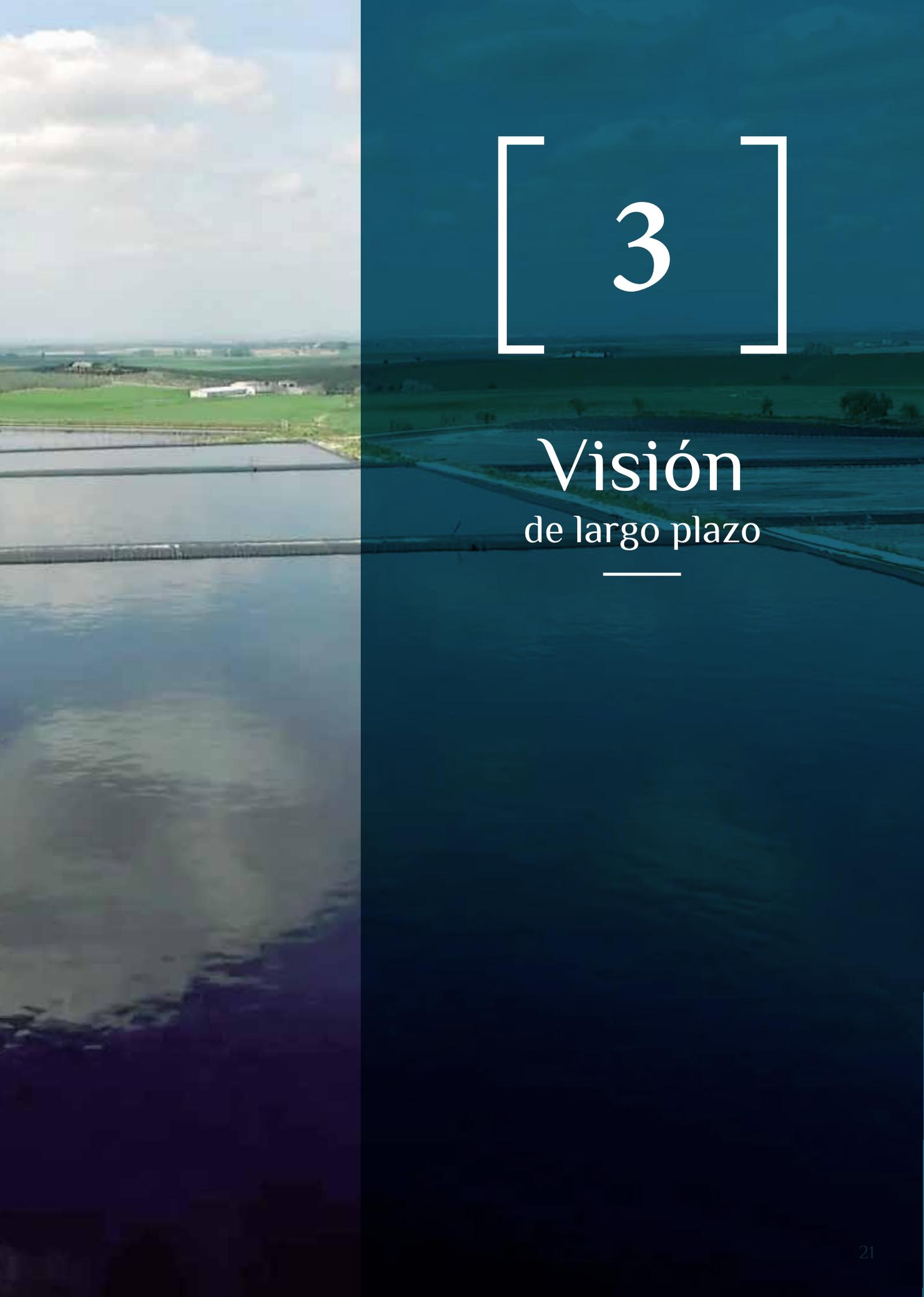


El índice glucémico determina en qué medida los alimentos con carbohidratos elevan la glucosa en la sangre.

Un bajo índice glucémico genera niveles moderados en el contenido de glucosa en sangre y los mantiene constantes a lo largo del tiempo.

La composición de carbohidratos específica de Endulsana le confiere un índice glucémico bajo de 40,6 (+/- 7,0) en comparación con otros edulcorantes de fruta.





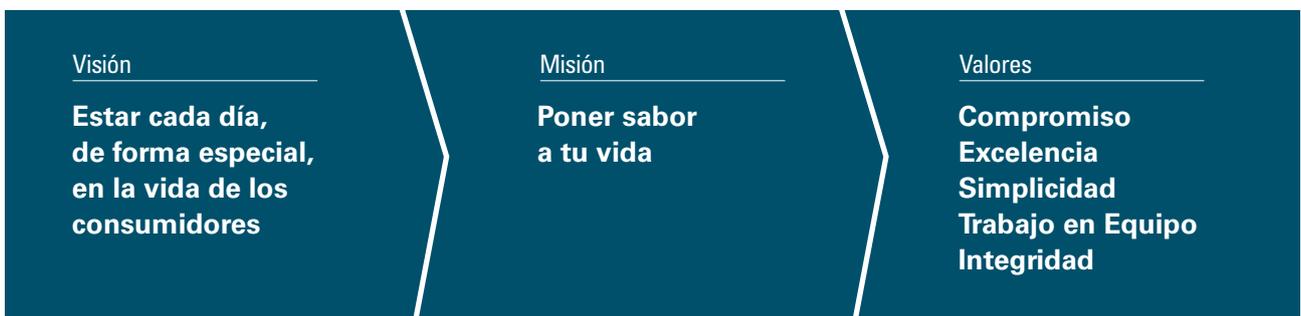
[3]

Visión
de largo plazo

[3.1] Modelo de negocio

Ángel Camacho Alimentación comenzó a trabajar su plan estratégico en 2013 denominado Plan 300. La nueva estrategia, para el período 2014-2016, persigue alinear a toda la compañía bajo unos mismos principios y objetivos.

Entre las cuestiones clave, el plan incluyó una actualización de la visión, misión y los valores de ACA.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS PLAN 300

Este nuevo marco global define ocho líneas estratégicas y, por cada una de ellas, se han desarrollado planes de acción con los indicadores de medición necesarios para lograr los objetivos definidos.



Buena práctica: manifiesto

Para comunicar el Plan 300 a todos los empleados se elaboró un Manifiesto, que sintetiza el modelo de negocio de una forma visual y sencilla. Se emplea como herramienta de sensibilización y difusión interna.



GOBIERNO CORPORATIVO

La compañía tiene una estructura accionarial 100% familiar y, en la actualidad, las acciones son propiedad de la tercera y cuarta generación de la familia Camacho. En cuanto al sistema de gobierno corporativo, está inspirado en los estándares más elevados de transparencia y corrección en la gestión empresarial.

En 2014 cambió la forma de gobierno, que pasó de un Consejo de Administración a un Administrador Único, para continuar asegurando la sostenibilidad de la compañía de manera eficaz y con éxito.

Protocolo familiar

La empresa cuenta con un protocolo familiar, cuya finalidad es regular la organización y gestión interna, las rela-

ciones entre la familia, la compañía y sus propietarios y dar continuidad a las siguientes generaciones familiares. El protocolo regula aspectos como la incorporación de familiares en puestos ejecutivos, la formación y motivación de los descendientes o la política de dividendos.

Movimientos societarios significativos

En 2015, ACA ha adquirido la totalidad de las acciones de la filial americana, Mario Camacho Foods, con la compra del 50% de las acciones de las que no era titular. También, el total de las acciones de Laboratorios Sanor, con la adquisición del 20% de los títulos restantes. Por otro lado, ha cesado su actividad en la filial argentina, en respuesta a su plan estratégico y redefinición de objetivos.

COMITÉ DE DIRECCIÓN

El Comité de Dirección de la compañía tiene como principal misión proyectar la empresa hacia el futuro, impulsar el logro de los objetivos corporativos y cuantitativos, y asegurar la continuidad en el largo plazo. Está presidido por el Director General, Ángel Camacho Perea.

Principales Funciones

- Garantizar la viabilidad del negocio.
- Velar por el cumplimiento del plan estratégico.
- Desarrollar el talento y el liderazgo.
- Definir y potenciar la cultura corporativa.
- Impulsar la sostenibilidad integrada en el negocio.



1. Ángel Camacho Perea

Director General

2. Ignacio José Martín Rodríguez

Director Administrativo Financiero

3. Jaime Millán Verdugo

Director de Operaciones

4. Beatriz Camacho Cruz-Auñón

Directora de Filiales

5. Juan Camacho Bilbao

Director de Compras

6. Jorge Mañas Avisbal

Director Comercial

7. Ignacio Martínez Escribano

Director de Sistemas de Información

8. Juan Carlos Sánchez Herrera

Director de Marketing y Comunicación

NUEVO CÓDIGO ÉTICO

En la compañía se valora la honestidad, la integridad y el cumplimiento de los más altos estándares éticos. En 2015 se sistematizaron estos principios con la realización e implantación de un Código Ético para todos los empleados. Incluye la misión, visión y valores, y constituye una herramienta clave para garantizar el comportamiento ético y responsable de todos los profesionales de la compañía en el desarrollo de su actividad diaria.

Comité de Cumplimiento

Se ha constituido un Comité de Cumplimiento del Código Ético. Su función principal es velar y controlar que todos los empleados de la compañía, incluidos los miembros directivos, ajusten su conducta a los principios de actuación definidos, para cumplir de forma rigurosa los parámetros establecidos en el Código Ético.

Formación

Con el fin de asegurar la correcta comprensión del Código Ético entre todos los empleados y colaboradores, se ha diseñado un plan anual de formación destinado a promover el conocimiento de los principios y de las normas éticas.

- En marzo de 2015, se celebró la II Convención de Filiales, reunión con periodicidad bianual que reúne a altos directivos de todas las filiales para tratar temas estratégicos. Allí se compartió con ellos el borrador del Código, y se adaptó en cada caso a la legislación y cultura del país respectivo en el que estuviera la filial.
- En octubre de 2015, se presentó formalmente el Código Ético ante más de 100 asistentes, en la VI Jornada "Poniendo Sabor a tu Vida," reunión interna de trabajo anual que se celebra en el Instituto San Telmo de Sevilla.
- En noviembre y diciembre, se realizaron 15 jornadas formativas sobre este mismo tema para todos los empleados de la compañía, a nivel nacional e internacional.

Corporate Compliance

Se realizó también una sesión informativa y de sensibilización con directivos y responsables de área sobre la política de Corporate Compliance, relativa al cumplimiento corporativo y la prevención de delitos.



Convención de Filiales, marzo 2015.

[3.2] Compromiso con la sostenibilidad

Ángel Camacho Alimentación define su orientación al desarrollo sostenible en tres ámbitos: económico, con una visión a largo plazo, social, a través de la aportación de valor a la comunidad y medioambiental, mediante una gestión eficaz e innovadora de los recursos.

La sólida capacidad comercial, la mejora continua de los productos y la eficiencia de sus procesos, así como unas relaciones estables y mutuamente provechosas con proveedores y clientes son la base del crecimiento rentable y equilibrado, que se apoya también en la política de reinversión de la compañía.



En lo social, ACA mantiene un compromiso con el empleo local y de contribución a la comunidad y a su cadena de aprovisionamiento. Además, a través de su actividad principal, la aceituna de mesa, confiere valor a un producto indiferenciado en su origen y territorialmente focalizado al introducirlo en un amplio rango de mercados internacionales.

Asimismo, la compañía apuesta por la mejora continua y la innovación para controlar el impacto ambiental en función de su actividad y el sector en el que opera. La protección, el respeto y el compromiso con el medioambiente son indispensables para garantizar la competitividad y el éxito. En especial, la reducción del consumo de agua, su reciclado y la gestión óptima de las aguas residuales son prioritarias por las condiciones climáticas de Andalucía, que provocan que el estrés hídrico de la vegetación sea una de las principales amenazas medioambientales.

Con todo, ACA trata de integrar la sostenibilidad como una característica propia del negocio, presente en todos los aspectos del mismo y como clave para su continuidad y proyección.

REORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

En agosto de 2015, ACA ha iniciado un proceso de reorganización y modernización industrial para aumentar aún más la eficiencia ambiental y energética. La primera fase la constituye la construcción de un nuevo almacén de 6.000 m², con una capacidad de hasta 10.000 pallets.

Reconocimientos



RECONOCIMIENTO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA

En 2014, reconocimiento por los Príncipes de Asturias como una de las empresas sevillanas que más han proyectado la imagen de la ciudad en el mundo. Este premio se enmarca dentro de la campaña “Gracias a la empresa sevillana”, impulsada durante seis meses por la Cámara de Comercio.



PREMIO ANDALUCÍA MANAGEMENT 2014 EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Estos premios reconocen a empresas y personalidades que han contribuido con su labor a mejorar la sociedad y economía andaluza y destacan por la innovación en su forma de actuar, por la continuidad de las empresas familiares o por su capacidad de desarrollo incluso en épocas de crisis. En 2014 se premió el compromiso del Grupo Ángel Camacho por sus políticas sociales, medioambientales, de seguridad laboral y producción sostenible.

PRINCIPIOS QUE GUÍAN LA ACTIVIDAD



La empresa está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde principios de 2013, por lo que cumple con su mandato y da cuenta de su desempeño anual en el Informe de Progreso.

La creación e implantación de la Guía de Proveedores en 2015 también ha supuesto un hito para transmitir los principios del Pacto Mundial entre los proveedores de la compañía y como criterio para la selección de estos.

[3.3] Retos y oportunidades del sector

Para comprender la actividad de la compañía en su totalidad, cabe tener en cuenta las particularidades de la industria de la alimentación en la que opera Ángel Camacho Alimentación y, concretamente, el sector de la aceituna de mesa, cuyo peso para la empresa es muy importante.

LA INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN

Se trata del primer sector industrial en España en facturación, con 90.168 millones de euros en 2014, 20,5% de las ventas netas del conjunto de la industria española, cuarta en facturación en Europa y octava a nivel mundial, según datos del Marco Estratégico para la Industria de Alimentación y Bebidas (FIAB y MAGRAMA, 2014) y la Encuesta Industrial de Empresas (INE, 2015).

Las exportaciones del sector alimentación y bebidas aumentaron en 2014 un 5,9%, hasta los 24.018 millones de euros, lo que supone el 10% del total de exportaciones de bienes de España.

Con todo ello, la industria alimentaria española es un importante generador de empleo: ocupa a alrededor de 480.000 personas y la tasa de paro en el sector se sitúa en el 21,1%, por debajo de la media del total de la economía del país.

EL SECTOR DE LA ACEITUNA DE MESA

Según datos publicados por la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (ASEMESA), en 2015 la producción de la aceituna de mesa ha supuesto el 22% del valor nacional del sector agroalimentario español, aportando al PIB alrededor de 1.200 millones de euros.

El sector de la aceituna de mesa opera en un entorno caracterizado por la complejidad de los procesos, la necesidad de aumentar la mecanización y la inversión en I+D, la fuerte competencia de España con otros países productores y el desafío de la gestión sostenible de los recursos. En este contexto, afronta varios retos clave:

- **Problemática con las variedades tradicionales:** las variedades de aceituna manzanilla y gordal pasan por una situación compleja, debido a su alto coste de producción. ACA colabora con ASEMESA para facilitar la mecanización de la recolección de estas variedades.
- **Promoción sectorial:** es necesario incrementar la visibilidad y promoción del sector para que España mantenga su liderazgo, no solo desde el ámbito asociativo sino también desde la Administración Pública. Desde Interaceituna, la Organización Interprofesional del Aceituna de Mesa, se están impulsando desde hace varios años ambiciosas campañas de promoción, tanto en España como en el extranjero, para incentivar el consumo y conocimiento de la aceituna española bajo la marca "Aceitunas de España". El objetivo es consolidar la posición de liderazgo mundial de nuestro país en este sector.



Liderazgo en el mercado

- España es el principal productor y exportador mundial de aceituna de mesa en el mundo.
- La producción nacional en 2015 asciende a 600.700 toneladas de aceituna, un 22% de la producción mundial.
- Existe un liderazgo español en los principales mercados importadores del mundo, con presencia de la aceituna española en más de 160 países.

Relevancia del sector

- El sector de la aceituna de mesa genera en España más de 8.000 empleos directos
- Aporta al PIB alrededor de 1.200 millones €
- El consumo nacional en 2015 fue de 180.000 toneladas, lo que significa un incremento del 4% respecto al año anterior

- **Recolección mecanizada:** la mecanización de la recogida de la aceituna es un factor clave para la competitividad del sector. Por ello es necesario el impulso público a los proyectos de recolección mecanizada, actualmente liderados por Interaceituna, de alto interés para el sector y con los cuales colabora estrechamente Asemesa y Ángel Camacho Alimentación, como asociado.

- **Problemática medioambiental:** un gran reto de la industria de la aceituna de mesa es el desarrollo de un plan medioambiental conjunto, que ya ha sido propuesto por el propio sector.

PARTICIPACIÓN ASOCIATIVA DE ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN



ASEMESA: Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de mesa. Carlos Camacho, Director de Estrategia de ACA, es actualmente el Presidente de esta entidad



FIAB: Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas. Carlos Camacho es miembro del Consejo de Dirección



ASOLIVA: Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo



FENAVAL: Federación Nacional de Asociaciones de Transformados Vegetales y Alimentos Procesados



AECOC: Asociación de Fabricantes y Distribuidores



APD: Asociación para el Progreso de la Dirección



AETI: Asociación Española de Tés e Infusiones



LANDALUZ: Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía



CEA: Confederación de Empresarios de Andalucía



CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA



CES: Confederación de Empresarios de Sevilla



ASEOGRA: Asociación Sevillana Empresarial del Olivo y de la Grasa



AEMORON: Asociación de Empresarios de Morón

[3.4] Hitos 2014 y 2015



Modelo de negocio

NUEVA ESTRATEGIA, PLAN 300

El plan estratégico 2014-2016 define las líneas estratégicas clave para la actividad empresarial de Ángel Camacho Alimentación, además de sus principales valores: Compromiso, Excelencia, Simplicidad, Trabajo en Equipo e Integridad.



Gobierno corporativo

CÓDIGO ÉTICO

En 2015, se ha implantado el Código Ético para toda la compañía. Todos los profesionales recibieron formación y se creó el Comité de Cumplimiento como mecanismo de control.



Clientes y consumidores

NUEVOS PRODUCTOS

Fruto de la innovación y la escucha activa de los consumidores, en el periodo 2014-2015 se han lanzado nuevos productos, como la nueva gama de mermeladas La Vieja Fábrica Cremosa, las cremas de avellanas La Vieja Fábrica o el endulzante natural Endulsana Susarón.



Nuestras personas

PRIMERA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

En 2014, se realizó por primera vez una encuesta de clima laboral. Los resultados obtenidos han permitido definir planes de mejora y potenciar los aspectos mejor valorados.

LANZAMIENTO 2ª FASE DEL MAPA DEL TALENTO

A finales de 2014 se puso en marcha una 2ª fase de este proyecto, que persigue desarrollar las habilidades de cada profesional de la compañía.

CERTIFICACIÓN SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

En 2015 Ángel Camacho Alimentación ha obtenido la certificación OHSAS 18001: 2007 de Seguridad y Salud Laboral, que la convierte en referente en este ámbito dentro del sector.

Medio ambiente



MÁXIMA PUNTUACIÓN EN EL CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP) DE WALMART

ACA, con su filial Mario Camacho Foods al frente, obtuvo la mayor puntuación como proveedor de Walmart, en el proyecto de medición de la sostenibilidad de su cadena de suministro.

CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ENERGÉTICA

En 2015, la compañía obtuvo la certificación ISO 50001:2011 de su Sistema de Gestión Energética, con el objetivo de la mejora continua del desempeño.

REFERENTES EN HUELLA HÍDRICA Y HUELLA DE CARBONO

Ángel Camacho Alimentación es un referente mundial como primera empresa del mundo en calcular y verificar la huella hídrica de las aceitunas envasadas y la huella de carbono de aceitunas y mermeladas.

Proveedores



ELABORACIÓN DE LA GUÍA DE PROVEEDORES

En 2015, la compañía ha elaborado esta Guía que define los requisitos mínimos a cumplir de forma obligatoria por todos los proveedores, para asegurar una cadena de suministro sostenible.

Comunidad



APOYO A MÁS DE 200.000 FAMILIAS

En colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla, ACA ha donado entre 2014 y 2015 alrededor de 208.000 kilos de alimentos, que han beneficiado a 200.000 familias andaluzas.

PATROCINADOR DE VALORES DEPORTIVOS

La compañía apoya el deporte y los valores que transmite como superación, trabajo en equipo y esfuerzo, a través del patrocinio del equipo de baloncesto local de Morón de la Frontera (Sevilla) y de La Vuelta Ciclista a España.



SUSARON
Infusiones y Tisanas

ANGEL C
La S...

[4]

Compromisos
para aportar

Valor

Fragata



[4.1] Cientes y consumidores innovación y diversificación

Ángel Camacho Alimentación trabaja con más de 2.000 clientes, distribuidos entre los más de 90 países en los que comercializa sus productos. Como consecuencia de esta vocación exportadora e internacional, el perfil de cliente de la compañía es muy diverso, desde las pequeñas tiendas de barrio a grandes operadores a nivel mundial como Walmart, Tesco o Carrefour.

Por parte de los clientes globales hay un creciente interés y requerimiento, en especial en el ámbito medioambiental. Por ello, en los dos últimos años la empresa ha incrementado los esfuerzos en comunicación y difusión de su gestión sostenible.

En ese sentido, la elaboración de la primera Memoria de Sostenibilidad de 2013 fue un hito en materia de divulgación de información relevante del enfoque sostenible de ACA. Con la presente memoria, de carácter bianual, la compañía continúa esforzándose para cumplir ese objetivo.



LA RELEVANCIA DEL ETIQUETADO

Todo el etiquetado utilizado cumple con la normativa vigente del país al que se exporta, o en el que se comercializa. De igual modo, se envían pruebas del etiquetado a cada cliente, antes de utilizarlo, para que sea revisado y aprobado; si es necesario se presenta a las autoridades locales.

Durante 2014 y 2015, la compañía ha revisado y actualizado todo el etiquetado de las distintas marcas con destino a países de la Unión Europea, como consecuencia de la entrada en vigor de la nueva normativa europea recogida en el Reglamento (UE) N° 1169/2011.

Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria

La compañía dispone de un Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria muy exigente, que supone una total garantía para clientes y consumidores. Está basado en las siguientes directrices:

- **Satisfacer los requisitos implícitos y explícitos de los productos, de calidad, legales y de seguridad, así como de auditorías de terceras partes requeridas por los clientes.**
- **Identificar de manera permanente y sucesiva todos los procesos necesarios para el mejor desarrollo de nuestras diferentes actividades.**
- **Establecer objetivos de gestión de la calidad y seguridad alimentaria dirigidos a la consecución de sus preferencias estratégicas, de forma consecuente y dinámica.**
- **Implicar y hacer participe a todo el equipo humano en el proceso de mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria implantado.**
- **Asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios para la consecución de los objetivos marcados.**

CERTIFICACIONES DE EXCELENCIA

Ángel Camacho Alimentación dispone de las certificaciones más exigentes y prestigiosas a nivel internacional para acreditar el sistema de calidad implantado como garantía de seguridad alimentaria.

Las certificaciones ISO, IQ Net, BRC e IFS rubrican los sistemas de calidad de los productos y aseguran el cumplimiento de los requisitos de dichas normas. Esto supone una total garantía para los clientes de la compañía.



En el plano medioambiental, tan importante para la compañía, ACA adopta todas las medidas necesarias para que los procesos involucrados en el desarrollo de su actividad sean respetuosos con el medioambiente.

En el apartado "Medioambiente: gestión sostenible de los recursos" de la presente memoria, se desarrolla de forma exhaustiva el sistema de gestión ambiental y las certificaciones obtenidas en la elaboración y envasado de todos los productos.

LA SATISFACCIÓN Y ESCUCHA DEL CLIENTE

Para medir la satisfacción de los clientes, ACA realiza periódicamente cuestionarios online de seguimiento, donde se recogen las cuestiones básicas del modelo de negocio:

- **Comunicación:** facilidad en la comunicación, resolución de consultas en general, resolución de reclamaciones.
- **Productos:** gama, calidad, envase, etiquetado, embalaje.
- **Servicio:** cumplimiento de plazos de entrega, calidad de la carga y transporte, atención al cliente.
- **Documentación:** cumplimiento en los plazos de envío, claridad y conformidad.

ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION

**Su OPINIÓN cuenta ...
participe y ayúdenos a
Poner sabor a su vida**

**Your OPINION counts ...
participate and help us to
Add flavour to your life**

ENCUESTA SATISFACCIÓN CLIENTES
Nuestro objetivo es proporcionarle la experiencia de cliente más positiva posible. Si no está satisfecho con nuestro actual servicio en cualquiera de sus aspectos, estaríamos encantados de realizar los ajustes apropiados. Por favor, tome un momento para completar nuestro breve cuestionario y evalúe su nivel de satisfacción con las áreas clave de nuestro servicio al cliente. Si necesita asistencia adicional, por favor póngase en contacto con info@acamacho.com.

CUSTOMER SATISFACTION SURVEY
Our goal is to deliver the most positive customer experience possible. If you are dissatisfied with our current performance in any way, we would be happy to take the appropriate adjustments. Please take a moment to complete our brief questionnaire and rate your satisfaction level with the key areas of our customer service. If you need any additional assistance, please contact info@acamacho.com.

**Para empezar, haga clic aquí
To get started just click on the link**
<https://goo.gl/XTbLHd>

o copiar el enlace y pegarlo en su navegador de Internet / or copy and paste the link in your internet browse.

**Gracias por tomarse el tiempo para compartir sus comentarios.
Thanks for taking the time to share your input.**

Fragata LA VIEJA FÁBRICA SUSARÓN Stovit MARIO

Los clientes pueden puntuar las cuestiones consultadas con una escala del 1 (decepcionado) al 5 (muy satisfecho).

En 2015 la valoración en los distintos aspectos analizados ha sido muy positiva, con una media de 4,2 sobre 5. Este resultado confirma la tendencia de los últimos años, que muestra una línea ascendente.

SERVICIO Y TRATO DIFERENCIAL

Para ACA el servicio al cliente, su fidelización y la respuesta ante sus dudas o reclamaciones son vitales. Por ello, la empresa dispone de un protocolo para la gestión de reclamaciones, en el que se establecen las responsabilidades, la sistemática y los criterios para tratar y controlar las reclamaciones y las devoluciones de productos vendidos, así como la disconformidad originada en el desempeño de los proveedores.

Motivado por la voluntad de mejora continua de la compañía, se ha llevado a cabo un plan de formación de Atención al Cliente a los empleados. Esta formación ha consistido en una serie de cursos sobre herramientas y habilidades para lograr una mayor satisfacción del cliente.

Comunicación y cercanía



Con carácter trimestral, la compañía realiza un envío masivo de su newsletter a todos los clientes, proveedores y empleados, que incluye las principales noticias de la empresa, así como novedades, promociones y lanzamientos. A través de la web y de las redes sociales, también se publican noticias, colaboraciones y actividades de la empresa.

En las reuniones y visitas periódicas con los clientes se realizan, asimismo, presentaciones corporativas y de los productos e instalaciones, y se analizan las necesidades y sugerencias planteadas.

EL CONSUMIDOR INTEGRADO EN LOS PROCESOS

Para satisfacer las nuevas necesidades del consumidor actual y superar sus expectativas, ACA innova de manera continua para integrar sus demandas tales como productos más saludables, con menos grasas, bajos en sal o azúcar, sin gluten y aptos para personas diabéticas, entre otras.

Regularmente la empresa realiza consultas y tests para incorporar estos requerimientos, gustos y tendencias en el proceso de producción e innovación, a través de investigaciones cualitativas y cuantitativas, catas, encuestas y seguimiento de procedimientos.

Como parte de ello, Ángel Camacho Alimentación trabaja con un partner académico, en un análisis sensorial mensual con los consumidores, para conseguir ese testado continuo en el que los propios consumidores validan los nuevos lanzamientos, así como las innovaciones y las mejoras en los productos actuales.

A partir de las sugerencias que se realizan, la empresa define el lanzamiento de nuevos productos, modificaciones o mejoras en los ya existentes. A través de las diferentes marcas se trabaja a diario para que el consumidor pueda apreciar la mejora constante.



NUEVOS PRODUCTOS EN 2014 Y 2015

Fruto del diálogo y la escucha de los consumidores, ACA ha lanzado entre 2014 y 2015, bajo la marca La Vieja Fábrica, dos nuevas gamas de productos orientados a satisfacer las demandas y necesidades identificadas.

Uno de ellos es la primera mermelada cremosa del mercado, con una textura especial, sin trozos de fruta ni semillas, que responde a la necesidad de un 36% del público consultado.

Asimismo, tras la respuesta positiva en los test realizados, se ha lanzado una nueva propuesta de crema de avellanas para untar en tres variedades.

[4.2] Nuestras personas: protección y desarrollo profesional

La protección de los empleados y su desarrollo profesional son los principales objetivos en la gestión de las personas de Ángel Camacho Alimentación. A través del impulso a la formación, la conciliación y la cultura de prevención se busca proteger el bienestar e incrementar la satisfacción de quienes forman parte de la compañía.



Asistentes a la VI Jornada Poniendo Sabor a tu Vida, octubre 2015.

Hitos 2014

- Realización primera Encuesta de Clima Laboral
- Proyecto desarrollo de Liderazgo y Comunicación para el equipo directivo
- Prueba piloto del proyecto de teletrabajo
- Puesta en marcha del Portal del Empleado
- Incremento de la inversión en formación un 60%
- Puesta en marcha de la campaña "Conoce tus Riesgos"

Hitos 2015

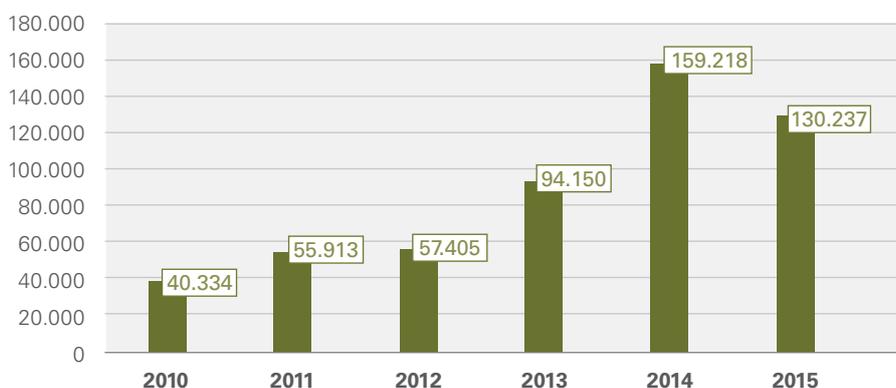
- Certificación OHSAS 18001: Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo
- Formación en habilidades de liderazgo preventivo
- Proyecto de desarrollo de Liderazgo y Comunicación de los mandos intermedios
- Desarrollo de la 2ª fase del Mapa del Talento
- Realización, aprobación y formación sobre el Código Ético
- Publicación resultados de la primera Encuesta de Clima Laboral y plan de acción

COMPOSICIÓN DE LA PLANTILLA

Dentro del Grupo, la plantilla de Ángel Camacho Alimentación es la más numerosa. En ACA los trabajadores tienen principalmente una contratación indefinida de trabajo discontinuo, por la temporalidad de su actividad.

PLANTILLA GRUPO ÁNGEL CAMACHO						
Sede / filial	2014			2015		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Ángel Camacho Alimentación	193	318	511	188	335	523
Grupo Ángel Camacho	26	35	61	31	34	65
Filial Reino Unido	2	3	5	3	2	5
Filial Sanor	20	5	25	16	5	21
Filial Mario	13	16	29	12	13	25
Filial Stovit	94	49	143	82	53	135
Empresas agrícolas	4	16	20	4	17	21
TOTAL	352	442	794	336	459	795

INVERSIÓN EN FORMACIÓN ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN



IMPULSO A LA FORMACIÓN

En Ángel Camacho Alimentación el aprendizaje y conocimiento son primordiales. Durante los dos últimos años la compañía ha incrementado la inversión en formación. La inversión en formación realizada entre los años 2014 y 2015 ha superado al total de los cuatro años precedentes.

23,27

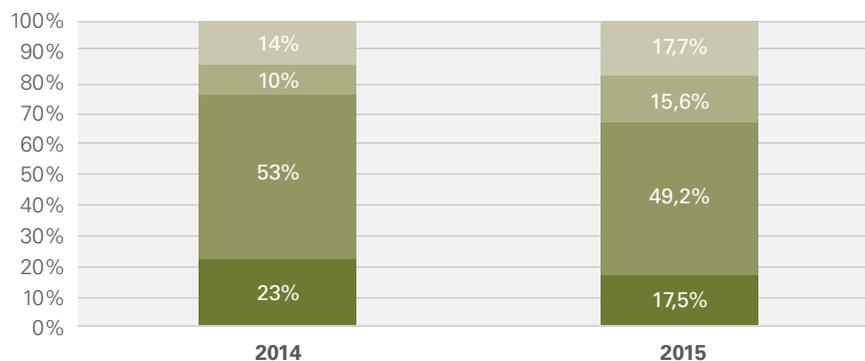
Horas de formación por empleado en 2014

17,54

Horas de formación por empleado en 2015

La formación técnica, en idiomas y en prevención es clave. Asimismo, en estos dos años se ha incrementado la formación en competencias, para la mejora del liderazgo y comunicación en el equipo de dirección y mandos intermedios.

TIPOS DE FORMACIÓN



■ Formación Idiomas ■ Formación Prevención ■ Formación Técnica ■ Formación Competencias

FORMACIÓN EN LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN DE MANDOS INTERMEDIOS

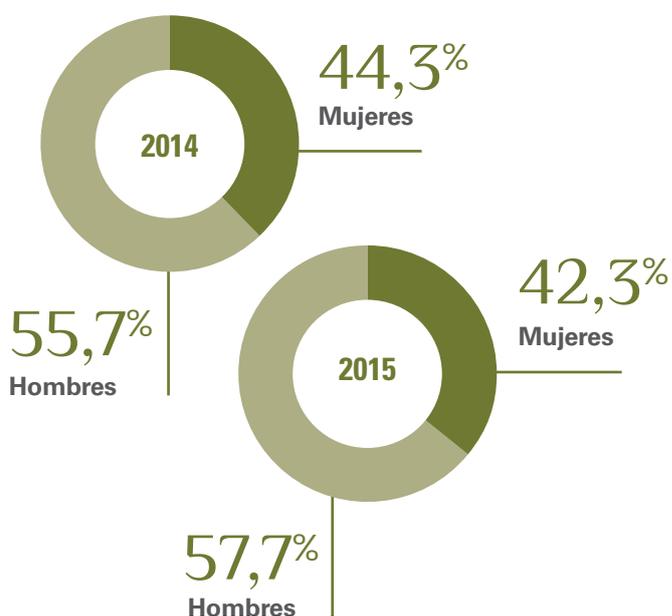
En 2015, los empleados han recibido también formación en el nuevo Código Ético de la compañía y en *Lean Manufacturing*, para su implantación en los procesos productivos. Ambos proyectos se impartieron con metodología vivencial, como *coaching* y gamificación, con el objetivo de mejorar su comprensión y aportar mayor atractivo a los contenidos.



CONCILIACIÓN Y DIVERSIDAD

La compañía impulsa la igualdad y la diversidad en el seno de la plantilla. Su política laboral y su política de desarrollo de Recursos Humanos están presididas por el principio de no discriminación.

RELACIÓN DE HOMBRES Y MUJERES EN PLANTILLA



El último diagnóstico de composición de plantilla realizado, indica que hay una presencia equilibrada de hombres y mujeres, si se considera que la mayoría de las actividades han sido realizadas tradicionalmente por hombres. En esa línea, el Departamento de Personas trabaja para continuar la incorporación de mujeres en el área de producción.

Buena práctica: proyecto de trabajo a distancia

En septiembre de 2014 ACA puso en marcha el programa piloto de teletrabajo en el área comercial, con un año de duración. Una vez finalizado, tanto los teletrabajadores como sus superiores han valorado la experiencia de manera muy positiva. Las principales ventajas señaladas han sido el ahorro de tiempo en los desplazamientos, una mayor concentración al tener menos interrupciones, y una mejora en la conciliación de la vida profesional y personal.

CULTURA PREVENTIVA

Ángel Camacho Alimentación tiene un fuerte compromiso con la seguridad y la salud laboral. Desde hace más de 10 años, lleva a cabo importantes actuaciones preventivas para mejorar continuamente las condiciones de trabajo y reducir la siniestralidad.



Hitos en prevención

2014

- Campaña "Conoce tus Riesgos"
- Adecuación de la maquinaria con base en el Real Decreto 1215/1997

2015

- Certificación OHSAS 18001
- Plan de autoprotección, formación de equipos de emergencias
- Formación en liderazgo preventivo para mandos intermedios
- Evaluación de los riesgos psicosociales
- Evaluación de riesgos de las máquinas

Siniestralidad

En 2015 ACA ha registrado un índice de incidencia de 4,46 puntos, superior al año anterior (3,47 puntos) pero inferior a la media de su sector, de 5,9 puntos. En 2014 se registraron 18 accidentes con baja y 23 en 2015. Los incidentes que no llegaron a causar baja médica, han sido 84 en 2014 y 70 en 2015.

SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS

En diciembre de 2014 se realizó por primera vez una Encuesta de Clima Laboral, con el objetivo de evaluar la opinión de los trabajadores sobre la compañía. Se obtuvo un alto índice de participación y más del 80% de los empleados la respondieron, lo que demuestra el alto compromiso de las personas.

Tras analizar en 2015 los resultados de la encuesta, se ha impulsado un plan de acción para trabajar en aquellos aspectos en los que se ha detectado necesidad de mejora, como la comunicación, liderazgo y motivación.

La puesta en marcha del plan se ha organizado a través de grupos de trabajo, para involucrar a las personas de la compañía y hacerles partícipes de la elaboración y aplicación de los cambios.

Acciones de mejora en 2015:

- Programa focalizado en el desarrollo de las habilidades de Liderazgo y Comunicación para los jefes de departamento.
- Entrega de productos nuevos a todos los empleados del área de producción.
- Participación en eventos deportivos y sorteo de invitaciones para asistir a La Vuelta Ciclista España, a partidos del equipo de baloncesto Aceitunas Fragata Morón y a diferentes obras en el Teatro de la Maestranza.
- Organización desde la compañía de la lotería de Navidad (aspecto solicitado por los empleados).
- Fomento del trabajo en equipo: participación de empleados en *The Mud Day*, una prueba deportiva de obstáculos que se disputa por equipos y cuyo objetivo es probar los límites de los deportistas y superarlos.

Resultados encuesta de CLIMA LABORAL

Realizada en diciembre de 2014



Índice de satisfacción



Conclusión

Lo más satisfactorio:
La Compañía y el Trabajo

+80%

Lo más insatisfactorio:
La Motivación

57%

(considera que no se están haciendo los esfuerzos necesarios en motivación)

La empresa ha analizado en profundidad los resultados y ya está trabajando en mejorarlos. Si alguien quiere más información sobre esta encuesta puede solicitarlo al departamento de Recursos Humanos. Agradecemos vuestra participación.

ANGEL CAMACHO
Lo hacemos por ti

60%

de empleados satisfechos

85%

valoración positiva en Seguridad y Salud

82%

se siente orgulloso de trabajar en la empresa

80%

de participación

69%

de los participantes son empleados del área de producción

MAPA DEL TALENTO

Consciente del valor del capital humano y su aportación para el desarrollo del negocio, ACA puso en marcha el Mapa del Talento. Los objetivos han sido disponer de información actualizada sobre las funciones y los puestos en la empresa; además de conocer más a las personas que forman parte de la organización, su perfil profesional, sus inquietudes y motivaciones para identificar las necesidades de formación y desarrollo.

El año 2015 se ha enfocado hacia un proceso de desarrollo de cada participante, a través de planes de acción individualizados y guiado por sus superiores, quienes realizan labores de acompañamiento y supervisión. El objetivo final, tras la finalización de este proyecto, es implantar un sistema de gestión del desempeño.

COMUNICACIÓN INTERNA

En 2014 y 2015 la compañía aumentó la frecuencia de envío de la *newsletter* interna, que recoge las principales novedades de la empresa. Se envía por email y se entrega en papel a los trabajadores de las distintas plantas de fabricación. Además, se coloca también en los diferentes tableros de anuncios.

Nueva Intranet

ACA dispone desde 2014 de una nueva intranet para la comunicación interna, que permite compartir información útil y acceder a contenidos corporativos, como políticas, procedimientos, noticias y fotografías.

Newsletter 14/2015

2016 FELIZ NAVIDAD

Lo hacemos por ti

ANGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN

Entrevista

El reto es hacer de La Vieja Fábrica y Susarón marcas más internacionales.

Entrevista a Antonio de Novales, Área Manager Exportación

En una interesante entrevista, Antonio nos cuenta como ha evolucionado el trabajo de los área manager, las distintas vías con las que cuenta el departamento de exportación para captar clientes, así como los nuevos proyectos y mercados donde se está actuando.

> Leer entrevista completa

Noticias destacadas

VI Jornada "Poniendo Sabor a tu Vida"

Ángel Camacho celebró el pasado 30 de octubre su ya tradicional encuentro anual, la VI Jornada "Poniendo Sabor a tu Vida". Este evento se celebró en el Instituto Internacional San Telmo en Sevilla, y reunió a 110 empleados de la compañía. > Leer noticia completa

Mario Camacho obtiene unos excelentes resultados en el proyecto medioambiental de Walmart

Desde septiembre de 2007, Walmart está asociada con el Carbon Disclosure Project.

> Leer noticia completa

MARIO

[4.3] Medioambiente: gestión sostenible de los recursos



Ángel Camacho Alimentación tiene un firme compromiso con el entorno ambiental. Desde hace décadas, el control del impacto medioambiental que conlleva su actividad es una prioridad. Fruto de ello, lleva a cabo una mejora continua en la gestión de los recursos naturales con el apoyo de las nuevas tecnologías y realiza un seguimiento sistemático con verificación y certificación externa.

A continuación se presenta una síntesis del enfoque global y principales resultados en este ámbito. Para ampliar la información puede consultarse el Informe Medioambiental que se elabora anualmente, con el resultado del desempeño en la gestión sostenible de la compañía.

Política Ambiental y Energética

Los principios de sostenibilidad en la gestión se recogen en la Política Ambiental y Energética de la compañía. Se impulsa desde la Dirección y es asumida por toda la organización, así como por proveedores y prestadores de servicios. Para garantizar su cumplimiento se revisan periódicamente los objetivos, programas, y medidas implementadas.



Declaración de Política Ambiental y Energética

La Dirección del Grupo Ángel Camacho, empresa que produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios, entre los que se incluyen aceitunas de mesa, aceites de oliva, mermeladas e infusiones, está plenamente comprometida con la mejora continua del medioambiente y el uso de la energía, y convencida de que los Sistemas de Gestión Ambiental y Energético son la mejor herramienta para lograrlo, basando su Política Ambiental y Energética en las siguientes directrices:

- Responsabilidad de todos los empleados de la empresa respecto a una correcta gestión ambiental y energética de las actividades y procesos en los que participa.
- Actualización continua de la capacitación de las personas para asegurar que los miembros de la organización conocen la importancia ambiental y energética de sus operaciones y las consecuencias de una realización defectuosa.
- Promover el consumo eficiente del agua, la electricidad y los combustibles.
- Compromiso de cumplimiento de la normativa ambiental y energética, así como otros com-

promisos ambientales y energéticos adquiridos con clientes, proveedores y asociaciones.

- Compromiso de cumplimiento de requisitos ambientales y energéticos en la adquisición de productos y servicios, y así como en el diseño de nuevas instalaciones.
- Definición e implementación de pautas de control operacional tanto para el personal propio como para el personal subcontratado, que puedan generar un impacto ambiental y energético significativo.
- Mejora continua a través del mantenimiento de unos Sistemas de Gestión Ambiental y Energético eficaces.
- Compromiso de divulgación de nuestra Política Ambiental y Energética a todos los niveles.

La Dirección y el resto de la organización asumen el compromiso de trabajar dentro de esta filosofía de respeto medioambiental y energético, proporcionando los recursos necesarios y para ello, buscando la eficacia, la eficiencia y la mejora continua dentro de la empresa, así como la minimización de los impactos ambientales y energéticos.

SISTEMA DE GESTIÓN

Para la eficiencia en los procesos y operaciones se dispone del Sistema de Gestión Ambiental, establecido en 2005 conforme a la norma ISO 14:001:2004, y el Sistema de Gestión Energética, certificado en 2015 de acuerdo a la norma ISO 50:001:2011.

Se ha creado el Comité de Eficiencia Energética. Este grupo multidisciplinar es el encargado del control del Sistema de Gestión Energética. Sus funciones son la identificación y evaluación de proyectos, la justificación de la inversión y los ahorros estimados, la verificación de la implantación correcta de las medidas y el seguimiento de los logros.

Indicadores clave

La valoración del comportamiento ambiental de ACA se realiza sobre aspectos como:



Sin embargo la evaluación muestra que los únicos aspectos con un impacto ambiental significativo son el consumo de recursos como el agua, la energía eléctrica y los combustibles sólidos, así como la generación de vertidos y una pequeña producción de residuos peligrosos. Es destacable que el consumo de biomasa, como principal combustible, es uno de los aspectos con un impacto ambiental positivo.

Los datos mostrados son relativos, en función de la producción en los últimos cinco años, e indican una notable mejora de la eficiencia de los procesos productivos.

INDICADORES AMBIENTALES

Huella Carbono 2010-2015

ACCIONES

Uno de los proyectos más importantes ha sido el reemplazo de las calderas de gasoil por otras de biomasa. La biomasa es producida principalmente en las instalaciones de la compañía a partir del hueso de sus propias aceitunas. Las mejoras de eficiencia en la caldera de biomasa generan un importante ahorro en el consumo de orujillo por tonelada de producto envasado. Las acciones dirigidas a reducir el consumo de electricidad han supuesto también una importante reducción de la huella.



SISTEMAS DE GESTIÓN

Cada vez más comprometidos en superarnos y diferenciarnos de la competencia





ACCIONES

El sistema de depuración y regeneración del agua permite gestionar las aguas en origen, evitando mezclas que dificulten su clasificación y gestión final para reducción de la huella hídrica. También la reducción del consumo de agua en los procesos de producción, permite disminuir la huella hídrica operacional.

Huella Hídrica 2010-2015

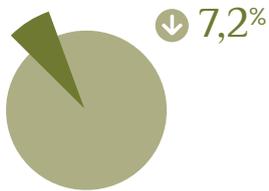


Empresa Certificada por:

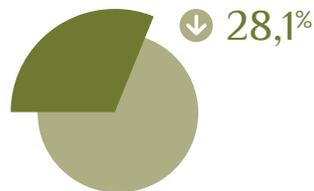


OTROS INDICADORES DESTACADOS

PRODUCTOS



Disminución del consumo de sal (% por Tn. de producto envasado).

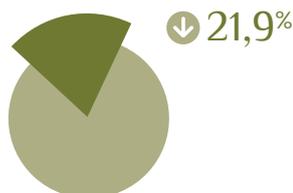


Reducción del consumo de sosa cáustica (% por Tn. de producto envasado).

RESIDUOS Y VERTIDOS



Reducción de la producción de residuos no peligrosos (% por Tn. de producto envasado).



Reducción de la generación de residuos peligrosos (% por Tn. de producto envasado).

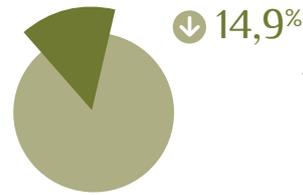


Reducción de vertidos (% por Tn. de producto envasado).



Recuperación de residuos orgánicos para la elaboración biodiesel y biogás.

ENVASES Y EMBALAJES



Reducción del consumo de envases (% por Tn. de producto envasado).



Reducción del consumo de material de embalaje (% por Tn. de producto envasado).

Buena práctica



Elaboración de la **Guía de Buenas Prácticas Ambientales y Energéticas en 2015**, dirigida a empleados y colaboradores con el objetivo de promover la mejora continua y el respeto al medio ambiente.

CERTIFICACIONES OBTENIDAS



EMAS – Eco-Management and Audit Scheme

Se trata de una normativa voluntaria de la Unión Europea y de gran prestigio internacional. Reconoce a aquellas organizaciones que han implantado un SGA (Sistema de Gestión Ambiental) y han adquirido un compromiso de mejora continua, verificado mediante auditorías independientes.

Ángel Camacho Alimentación es, además, la primera empresa alimentaria en lograr pertenecer al registro de Centros Ecoauditados de Andalucía, cumpliendo con los requisitos del Reglamento 1221/2009 del Parlamento Europeo.



The Water Footprint Network – Huella hídrica

ACA es un referente mundial, al ser la primera empresa del mundo que ha calculado y verificado la huella hídrica de las aceitunas envasadas. La metodología seguida es la establecida por The Water Footprint Network 2011.



Huella de carbono

ACA también se ha convertido en referente mundial al calcular y verificar la huella de carbono de aceitunas y mermeladas siguiendo la metodología establecida por la guía PAS 2050:2011 y el Green House Gases Protocol.



ISO 50001- Sistema de Gestión Energética

Obtenida en 2014. Norma internacional que certifica el control y seguimiento sistemático de la gestión energética y el compromiso de mejora continua en el desempeño.



ISO 14001-Sistema de Gestión Ambiental

En 2005, ACA fue la primera empresa del sector en obtener la certificación del sistema de gestión ambiental cumpliendo con los requisitos de esta norma internacional.



Junta de Andalucía – Distintivo de Calidad Ambiental

En 2014, primera empresa del sector de la alimentación que tuvo el honor de obtener dicho reconocimiento de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

PROYECTOS DESTACADOS CON GRANDES CLIENTES

Máxima puntuación en el CDP de Walmart

La filial norteamericana Mario Camacho Foods, junto al departamento de medioambiente de la compañía, participó como proveedor de Walmart en un proyecto de evaluación de la cadena estadounidense con *Carbon Disclosure Project* (CDP). El estudio consistió en el análisis de distintos ratios en cada uno de los proveedores que forman su cadena de suministro. Mario Camacho Foods obtuvo el nivel A, categoría que solo han alcanzado el 1,8% de los proveedores participantes en el proyecto, además de máximas puntuaciones en el resto de indicadores, duplicando la media del resto de proveedores participantes.

Categoría	Puntuación obtenida	Media resto de proveedores
Global	Nivel A	
Evaluación de la calidad y exhaustividad de las respuestas dadas por las empresas	99 sobre 100	60
Categoría de estrategia, riesgos y oportunidades	98 sobre 100	52
Categoría de gestión de las emisiones	100 sobre 100	55

Objetivo 2020 en el *Carbon Capture Tool* de Tesco

ACA participa con la cadena de supermercados del Reino Unido en un significativo proyecto para reducir las emisiones de carbono de sus productos en un 30% en el año 2020.

PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

Adhesión al Mandato del Agua en 2015

La compañía se adhirió en 2015 a esta iniciativa única lanzada para ayudar a las empresas en el desarrollo, la implementación, y la divulgación de las políticas de sostenibilidad del agua y buenas prácticas.



The CEO Water Mandate

Colaboración para la sostenibilidad de sector

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) seleccionó a ACA para participar en un equipo de trabajo, junto a otras empresas españolas de alimentación y bebidas, con el objetivo de testar la nueva herramienta e-SIAB de evaluación de la sostenibilidad en el sector agroalimentario. Con este sistema busca dar soporte a las empresas para analizar su estrategia de sostenibilidad, detectar puntos de mejora, controlar su evolución y realizar comparativas sectoriales.

Participación en proyecto de la Comisión Europea

La compañía participó como experta en el estudio de la Comisión Europea "El nexo entre agua, energía y seguridad alimentaria: investigación e innovación en el contexto del cambio climático". El objetivo de este análisis es ofrecer recomendaciones para el Proyecto Horizonte 2020 programa marco de investigación e innovación de la Unión Europea.

VIII Congreso Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental

ACA participó en 2015 en el CONEIA celebrado en Madrid. Pedro Cruces Camacho, Director de Ingeniería y Medio Ambiente, presentó la trayectoria y logros de la compañía en materia medioambiental, con especial énfasis en el análisis de la huella de carbono y la elaboración de la memoria de sostenibilidad.

[4.4] Proveedores:

cadena de suministro responsable

Por su dimensión global, Ángel Camacho Alimentación está representado en múltiples países a través de los productos que comercializa, así como por las relaciones que mantiene con los diferentes proveedores que conforman la cadena de valor de la compañía.

En 2014 y 2015 el total de proveedores ascendió a 284, y la mitad de ellos suministraron materias primas. En el ámbito de las aceitunas de mesa, el 25% han sido cooperativas. El resto, proporcionaron envases y embalajes y diversos servicios como transporte, mensajería, etiquetado, consultoría, lavandería, limpieza, etc.

GUÍA DE PROVEEDORES

Frente a esta diversidad, en 2015 la compañía ha elaborado una Guía de Proveedores, de obligado cumplimiento, que regula y proporciona los requisitos mínimos e indispensables que todos los colaboradores deben cumplir para trabajar con ACA.

La Guía de Proveedores regula y define los requisitos indispensables que cualquier proveedor de Ángel Camacho Alimentación debe cumplir

El objetivo final de este documento es trasladar la visión a largo plazo de la compañía, ya que se considera a los proveedores como un eslabón fundamental de la cadena de producción.

La aceptación de las directrices y principios de la guía implica el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos de las materias primas que se adquieren en los distintos países. Además, establece los nexos de unión basados en los principios de integridad, equidad, conducta ética y confianza mutua. De igual modo, están recogidas las diversas certificaciones y auditorías que deben cumplir los proveedores.

El cumplimiento de este marco redundará en una mayor competitividad en los mercados, con una garantía de respeto a los principios de sostenibilidad, calidad, seguridad alimentaria y política medioambiental.

¿Qué esperamos de nuestros proveedores?

VISIÓN A LARGO PLAZO

Un proveedor es un eslabón de la cadena de producción. Las relaciones a corto plazo no llevan a nada, es necesaria una relación duradera.

CALIDAD Y FIABILIDAD

Bajo ningún concepto se admitirán proveedores que no ofrezcan una calidad garantizada, el nivel de servicio debe ser fiable en fechas y cantidades.

FLEXIBILIDAD Y CAPACIDAD

Cualquier proveedor tiene que adaptarse a las variaciones de la demanda, contar con capacidad disponible, stock suficiente y una sólida situación financiera.

COMPETITIVIDAD

Muy buenos precios o, mejor dicho, buenos costos totales.

CAPACIDAD DE INNOVAR E INVERTIR

Para poner en el mercado nuevos productos, investigar y desarrollar nuevas soluciones.

CAPACIDAD DE PROPONER REDUCCIONES DE COSTES

Exploración constante del mercado y de la cadena de valor con el fin de eliminar ineficiencias y optimizar el ahorro.

INICIATIVAS PARA PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD EN LOS PROVEEDORES

ACA promueve diversas iniciativas con sus proveedores, principalmente vinculadas a la responsabilidad con el medioambiente.



Buena práctica: El *packaging* de las mermeladas La Vieja Fábrica

En 2015 la compañía realizó un proyecto de mejora en el impacto medioambiental del *packaging* de mermeladas La Vieja Fábrica, que permitió un ahorro importante de plástico y papel, así como la reducción del consumo energético en la planta.

RESULTADOS OBTENIDOS

MEDIDA

Disminución del grosor de la bandeja



- Se reduce a la mitad el número de movimientos de palets tanto en transporte interno como en externo
- Se reduce el peso de la bandeja en un 13,5%

Reducción del peso del plástico retráctil en un 26,3%



- Ahorro anual de 7 toneladas de plástico
- Menor consumo energético en la planta de mermeladas

Sustitución de los intercaladores de cartón desechables por intercaladores de plástico reutilizables



Ahorro de 90.000 kg. de papel al año

Recuperación del embalaje de plástico utilizado para el transporte y protección de los elementos consumidos en la planta



- El plástico no se tira: es reciclado por el gestor de residuos de la empresa, para la fabricación de nuevo material retráctil
- Recuperación de aproximadamente 39.500 kg. de plástico

[4.5] Comunidad: impulso al desarrollo local

A través de su actividad, Ángel Camacho Alimentación busca contribuir con la comunidad por medio de diferentes vías de colaboración y apoyo al desarrollo del entorno local.

Principales impactos y contribuciones

GENERACIÓN DE EMPLEO



Conciencia del origen y compromiso con el empleo local.

COMPRA LOCAL



Política de compras (materia prima, envases, etiquetas) en el entorno más cercano.

INVERSIÓN SOCIAL



Donación de alimentos a varias entidades locales y provinciales.

PATROCINIO DEPORTIVO



Apoyo al equipo de baloncesto local de Morón de la Frontera (Sevilla) y a La Vuelta Ciclista a España.

ACUERDOS ACADÉMICOS



Colaboración con la Universidad de Sevilla y con la Fundación del Instituto Internacional San Telmo de Sevilla.

EMPLEO LOCAL

Andalucía y, en especial la provincia de Sevilla, donde está localizada la compañía, es la principal zona productora de la aceituna de mesa, producto originario y clave para ACA. Mantener la sede y los centros de producción en esa zona es una decisión y una apuesta por el desarrollo local en todos los niveles, siendo el empleo una pieza fundamental para la sostenibilidad del entorno. Las fuentes de trabajo mantienen la dinamización de la economía local, el bienestar y calidad de vida, así como el crecimiento profesional que se logra a partir de la formación en el trabajo.

COMPRAS

De igual manera, la mayor parte de las compras, tanto de materia prima como de otros productos (envases, etiquetas...), se produce en el entorno más cercano, prioritariamente en la provincia de Sevilla, con el mismo objetivo de aportar a la economía local y al desarrollo de la zona.

INVERSIÓN SOCIAL

Desde hace 20 años, se colabora con la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla y otras entidades locales de Morón de la Frontera, a las que periódicamente se hace entrega de grandes cantidades de alimentos. Entre 2014 y 2015, la compañía ha donado aproximadamente 208.000 kilos y 300.000 unidades de consumo que han recibido unas 200.000 familias de la zona. Por esta iniciativa, en 2014 la Fundación premió a ACA como agradecimiento a su histórica colaboración.



200.000

familias de la zona beneficiadas



Otras iniciativas:

“LA ALIMENTACIÓN NO TIENE DESPERDICIO, APROVÉCHALA”

ACA colabora con esta iniciativa coordinada por la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) y suscrita por más de 250 compañías. El objetivo es reducir el desperdicio en los distintos eslabones de la cadena de valor.



“ANDALUCES COMPARTIENDO”

Se trata de una iniciativa impulsada por la Fundación Cajal y la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) en la que actualmente 27 grandes empresas y marcas aportan alimentos a los más desfavorecidos.



Andaluces Compartiendo®

Marcas Andaluzas Solidarias

PATROCINIO DEPORTIVO

El deporte supone y representa valores como la superación, el trabajo en equipo, el compromiso y el esfuerzo; valores que ACA busca promover y con los que trabaja cada día.

Así, la empresa se enorgullece de patrocinar las siguientes iniciativas vinculadas al deporte:



EQUIPO DE BALONCESTO MORÓN DE LA FRONTERA.

Fragata es el patrocinador principal del equipo de baloncesto local desde 2014. Esta localidad acoge la sede central de la compañía y varias de sus fábricas y es, por lo tanto, el lugar de residencia de la mayoría de los empleados y del que es originaria la familia Camacho.



VUELTA CICLISTA A ESPAÑA.

Fragata también es patrocinador oficial de La Vuelta Ciclista a España. ACA quiere apoyar el ciclismo ya que concentra valores como el esfuerzo, el compromiso y la superación y, de modo ejemplar, representa un modelo de vida no contaminante, al que la compañía trata de contribuir en su gestión sostenible del medioambiente, los recursos e impactos.

ACUERDOS CON INSTITUCIONES ACADÉMICAS

La formación y generación de conocimiento son cuestiones clave para la compañía. En este sentido, la empresa colabora con la Universidad de Sevilla, así como con centros de formación profesional de Grado Medio y Grado Superior (de Morón de la Frontera y de otras localidades cercanas) para que los alumnos de dichos centros realicen sus prácticas académicas formativas en la empresa.

Asimismo, Ángel Camacho Perea, Director General, es patrono de la Fundación del Instituto Internacional San Telmo de Sevilla, prestigiosa escuela de negocios con la que se colabora y realizan diferentes cursos a directivos, jornadas de trabajo y formación interna anual.

[4.6] Contribución

a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Ángel Camacho Alimentación mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad que se vincula con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por Naciones Unidas en su “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son de aplicación universal y se basan en los anteriores Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), de lucha contra la pobreza que el mundo se comprometió a alcanzar en 2015. Los nuevos ODS son objetivos globales para el desarrollo sostenible y van mucho más allá de los ODM, abordando las causas fundamentales de la pobreza y la necesidad universal de desarrollo para todas las personas.

La compañía contribuye directamente a los siguientes objetivos, a partir del desarrollo de su actividad y a través de proyectos estratégicos.



Objetivo 3: Salud y bienestar

Desarrollo de productos saludables en todos los ámbitos, que buscan la salud y el bienestar de las personas. Foco especial en el aspecto bienestar, con la producción y comercialización de una amplia gama de infusiones funcionales, así como de un endulzante 100% natural.



Objetivo 5: Igualdad de género

Impulso a la igualdad en la plantilla con una apuesta decidida para incorporar a la mujer en tareas de producción, más tradicionales de los hombres.



Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento

Recurso capital para la compañía, cuya principal fábrica es vertido cero y se recicla toda el agua que se procesa.



Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante

Punto fuerte de la compañía gracias a la biomasa que produce a partir de huesos de aceituna.



Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico

La preocupación por las personas, la formación y prevención, además de sus pautas de comportamiento a través del Código Ético de reciente implantación.



Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura

Actualmente en proceso de modernización y reorganización industrial de la principal fábrica para hacerla más eficaz y menos contaminante.



Objetivo 12: Producción y consumo responsable

Definición de principios en este ámbito con iniciativas como la Guía de Proveedores.



Objetivo 13: Acción por el clima

Consideración del estrés hídrico de Andalucía como condicionante de la actividad donde se sitúan las principales fábricas de la compañía.



ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION



[04]

Sobre la
Memoria
de sostenibilidad

[5.1] Análisis de materialidad

En la elaboración de la presente Memoria de Sostenibilidad se han seguido las pautas de *Global Reporting Initiative* (GRI) en su versión G4, con la elaboración del análisis de temas relevantes para reportar de acuerdo a la estrategia, grupos de interés y el contexto en el que opera la compañía.

Para la identificación de los temas relevantes se ha llevado a cabo un proceso que comienza con la consulta y el análisis de diferentes fuentes de información. En base a ello, se obtuvo una lista de temas a priorizar.

Los temas se jerarquizaron en base a dos aspectos críticos en sostenibilidad: el impacto en nuestro negocio y el impacto en nuestros grupos de interés.

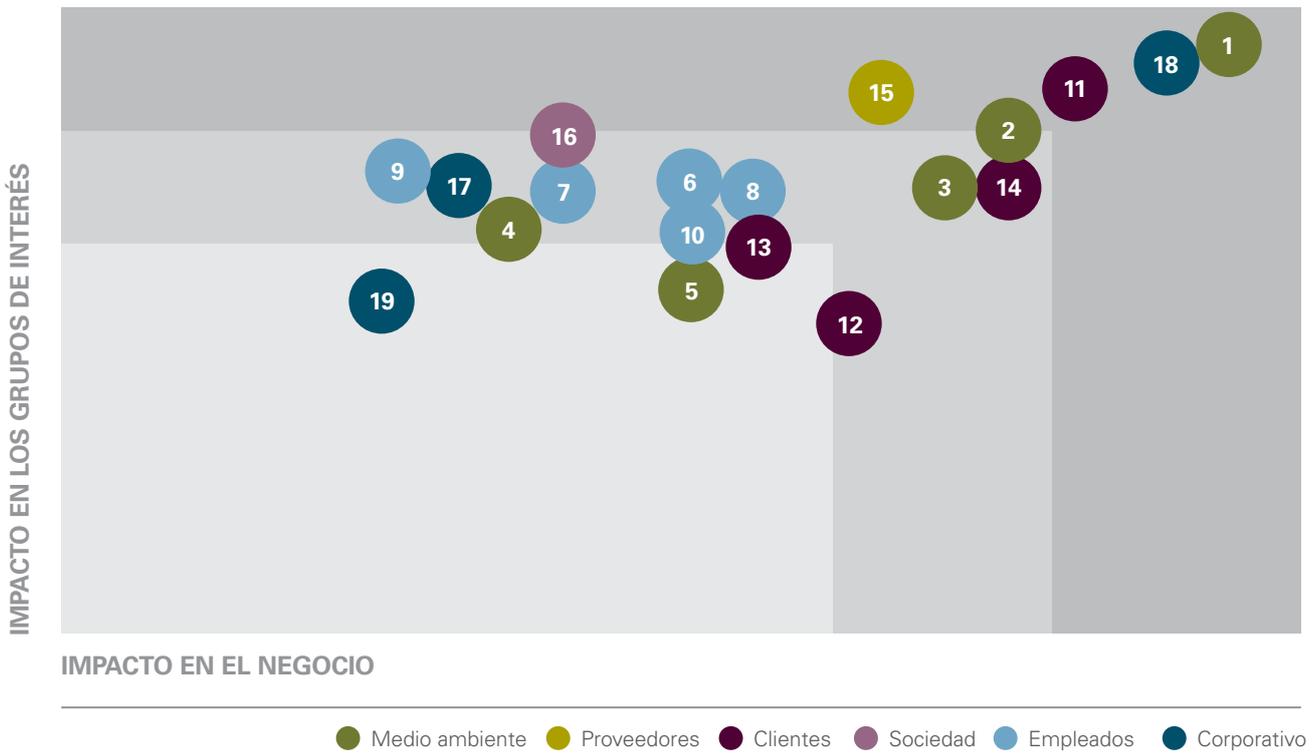
El resultado se refleja en la matriz de temas relevantes expuesta a continuación. Los temas se ordenan según su relevancia en alta, intermedia y media.

Proceso de identificación

FUENTES ANALIZADAS

- **Misión y valores de la compañía**
- **Plan Estratégico 2014-2016 (Plan 300)**
- **Informe Anual de Medio Ambiente, Mandato del Agua, Mapa Sostenibilidad, Sistema de Gestión Energética**
- **Código Ético**
- **Plan de Acción Gestión del Desempeño, Resultados Encuesta Clima laboral, Política de Viajes**
- **Certificaciones recibidas**
- **Guía de Proveedores**
- **Guía de buenas prácticas en redes sociales**
- **Contenidos publicados en la Memoria de Sostenibilidad 2013**
- **Web corporativa (contenidos, notas de prensa publicadas, etc.)**

MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES



TEMAS DE RELEVANCIA ALTA	
1	Gestión sostenible del agua y la huella hídrica
18	Visión de largo plazo
11	Innovación y diversificación en productos
2	Consumo energético y huella de carbono
15	Cadena de suministro responsable
TEMAS DE RELEVANCIA INTERMEDIA	
14	Escucha del cliente (sostenibilidad y consumidores)
3	Reutilización del residuo orgánico para combustible
8	Cultura preventiva
13	Liderazgo tecnológico
6	Motivación y compromiso de los empleados
10	Formación y desarrollo profesional
7	Gestión del desempeño
12	Calidad de los productos
16	Impulso al desarrollo local
4	Ecoeficiencia en envases y embalajes
17	Ética Corporativa
9	Conciliación de la vida personal y profesional
TEMAS DE RELEVANCIA MEDIA	
5	Formación a empleados en gestión ambiental
19	Sensibilización sectorial sobre sostenibilidad

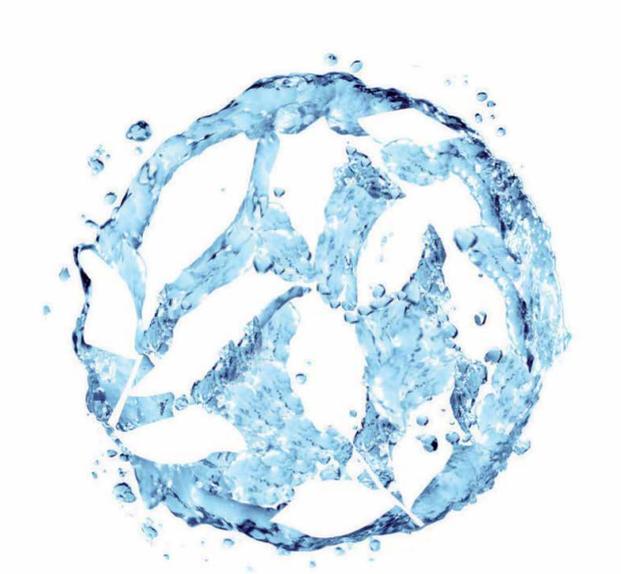
[5.2] Alcance y cobertura del reporte

La presente es la segunda memoria de sostenibilidad que se publica, correspondiente al ejercicio 2014-2015 de la empresa Ángel Camacho Alimentación. En el apartado de desempeño medioambiental se incluyen datos relativos al periodo 2010-2015 ya que permiten visualizar la evolución en el medio plazo de la gestión sostenible de la compañía. En determinados indicadores se reportan también datos del Grupo Ángel Camacho, para ofrecer el marco global del negocio y sus resultados. En todos los casos, se indica la referencia correspondiente.

Para la elaboración del documento se han tenido en cuenta los principios clave de comparabilidad, precisión y equilibrio con el objetivo de ofrecer datos significativos del desempeño de forma trazable y coherente.

La memoria incluye los indicadores de sostenibilidad propios de la compañía, que cubren la totalidad de las actividades productivas y que proceden de las mediciones y registros realizados durante el proceso productivo (consumos de energía, agua, materiales y otros), de los datos económicos consolidados y de los registros de personal, así como de información verificada por terceras partes (huella hídrica y huella de carbono).

Se ha seguido la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, opción "esencial" con el reporte de los indicadores requeridos.



[5.3] Indicadores

GRI G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
G4-1 Mensaje del Director General	Págs. 4-5 Mensaje del Director General
PERFIL DE LA EMPRESA	
G4-3 Nombre de la organización	Ángel Camacho Alimentación, S.L.
G4-4 Marcas, productos y servicios.	Págs. 14-19 Nuestras marcas y productos
G4-5 Sede	Pág. 67 Datos de contacto
G4-6 Países con operaciones	Págs. 8-9 Una empresa con vocación global
G4-7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Pág. 23 Gobierno Corporativo
G4-8 Mercados a los que se sirve	Págs. 8-9 Una empresa con vocación global
G4-9 Dimensiones de la organización	Pág. 12 Principales magnitudes Pág. 38 Composición de la plantilla
G4-10 Empleo	Pág. 38 Composición de la plantilla Pág. 39 Conciliación y diversidad
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por una convenio colectivo	El 100% de los empleados están cubiertos por el convenio colectivo con vigencia de 2013 a 2017
G4-12 Cadena de suministro de la organización	Págs. 51-52 Proveedores: cadena de suministro responsable
G4-13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	Pág. 23 Gobierno Corporativo Pág. 26 Reorganización industrial
G4-14 Planteamiento o principio de precaución	Pág. 26 Compromiso con la sostenibilidad
G4-15 Principios e iniciativas sociales, ambientales y económicos externos que la organización suscribe	Pág. 27 Principios que guían la actividad Pág. 50 Participación en iniciativas externas
G4-16 Principales asociaciones a las que pertenece	Pág. 29 Participación asociativa de Ángel Camacho Alimentación

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	PÁGINA
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA	
G4-17 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Pág. 12 Principales magnitudes
G4-18 Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar	Págs. 60-61 Análisis de materialidad Pág. 62 Alcance y cobertura del reporte
G4-19 Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	Págs. 60-61 Análisis de materialidad
G4-20 Cobertura. Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización	Págs. 60-61 Análisis de materialidad
G4-21 Cobertura. Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización	Págs. 60-61 Análisis de materialidad
G4-22 Consecuencia de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores	No ha habido reexpresiones al respecto
G4-23 Cambios significativos con respecto a memorias anteriores	No ha habido cambios significativos al respecto
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
G4-24 Lista de los grupos de interés vinculados a la organización	Págs. 26-27 Compromiso con la sostenibilidad
G4-25 Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés	Págs. 26-27 Compromiso con la sostenibilidad Págs. 60-61 Análisis de materialidad
G4-26 Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Págs. 26-27 Compromiso con la sostenibilidad
G4-27 Principales preocupaciones y temas que hayan surgido del diálogo con los grupos de interés	Págs. 60-61 Análisis de materialidad
PERFIL DE LA MEMORIA	
G4-28 Periodo cubierto por la información incluida en el informe	Pág. 62 Alcance y cobertura del reporte
G4-29 Fecha del informe anterior	2013
G4-30 Ciclo de reporte	Pág. 62 Alcance y cobertura del reporte
G4-31 Contacto para cuestiones relativas al reporte	Pág. 67 Datos de contacto
G4-32 Índice de contenidos GRI	Págs. 63-66 Indicadores GRI G4
G4-33 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	PÁGINA
GOBIERNO	
G4-34 Estructura de gobierno de la organización	Pág. 23 Gobierno Corporativo
ÉTICA E INTEGRIDAD	
G4-56 Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización	Pág. 25 Nuevo Código Ético

ASPECTOS MATERIALES	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES GRI	OMISIONES
Gestión sostenible del agua y la huella hídrica	G4-EN9 y G4-EN10: págs. 46 y 47 Indicadores Ambientales G4-EN10: pág. 49 Certificaciones obtenidas	-
Visión de largo plazo	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 22 Modelo de negocio G4-2: págs. 28-29 Retos y oportunidades del sector	-
Innovación y diversificación en productos	ENFOQUE DE GESTIÓN: págs. 14-19 Nuestras marcas y productos G4-EC7, G4-EN7, G4-EN27 y G4-EN28: págs. 46 y 47 Indicadores Ambientales G4-PR3: pág. 34 La relevancia del etiquetado	-
Consumo energético y huella de carbono	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 43 “Medioambiente: gestión sostenible de los recursos” G4-EC2: págs. 28-29 Retos y oportunidades del sector y pág. 46 Huella de carbono G4-EN19: Págs. 46 y 47 Indicadores Ambientales G4-EN22 y G4-EN23: pág. 48 Otros indicadores destacados	-
Cadena de suministro responsable	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 51 “Proveedores: cadena de suministro responsable” G4-EN33: pág. 52 Iniciativas para promover la sostenibilidad en los proveedores G4-LA15 y G4-HR9: pág. 51 Guía de proveedores	-
Escucha del cliente (sostenibilidad y consumidores)	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 34 “Clientes y consumidores: innovación y diversificación” G4-PR1: pág. 36 El consumidor integrado en los procesos G4-PR5: pág. 35 La satisfacción y escucha del cliente	-
Reutilización del residuo orgánico para combustible	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 43 “Medioambiente: gestión sostenible de los recursos” G4-EN19: págs. 46 y 47 Indicadores Ambientales G4-EN22 y G4-EN23: pág. 48 Otros indicadores destacados	-

ASPECTOS MATERIALES	ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES GRI	OMISIONES
Cultura preventiva	ENFOQUE DE GESTIÓN y G4-LA6: pág. 40 Cultura preventiva	-
Liderazgo tecnológico	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 43 “Medioambiente: gestión sostenible de los recursos” G4-2 y G4-EC2: pág. 28 Retos y oportunidades del sector y pág. 46 Huella de carbono	-
Motivación y compromiso de los empleados	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 37 “Nuestras personas: protección y desarrollo profesional” G4-LA12: pág. 39 Conciliación y diversidad G4-LA10: pág. 42 Mapa del talento y pág. 48 Guía de Buenas Prácticas	-
Formación y desarrollo profesional	ENFOQUE DE GESTIÓN y G4-LA9: pág. 38 Impulso a la formación G4-LA10: pág. 42 Mapa del talento y pág. 48 Buena Práctica	-
Gestión del desempeño	G4-LA 11: Pág. 40 Satisfacción de las personas	-
Calidad de los productos	ENFOQUE DE GESTIÓN: págs. 14-19 Nuestras marcas y productos y pág. 35: Certificaciones de excelencia G4-PR3: pág. 34 La relevancia del etiquetado G4-PR5: pág. 35 La satisfacción y escucha del cliente	-
Impulso al desarrollo local	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 53 “Comunidad: impulso al desarrollo local” G4-SO1: págs. 53-55 Principales impactos y contribuciones	-
Ecoeficiencia en envases y embalajes	ENFOQUE DE GESTIÓN: págs. 14-19 Nuestras marcas y productos y pág. 35: Certificaciones de excelencia G4-PR3: pág. 34 La relevancia del etiquetado	-
Ética corporativa	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 25 Nuevo Código Ético G4-36: pág. 45 Sistema de gestión G4-38 y G4-39: pág. 24 Comité de dirección G4-49: pág. 25 Nuevo Código Ético G4-56: pág. 27 Modelo de negocio G4-57 y G4-58: pág. 25 Nuevo Código Ético G4-SO4: pág. 23 Gobierno Corporativo	-
Conciliación de la vida personal y profesional	ENFOQUE DE GESTIÓN y G4-LA12: pág. 39 Conciliación y diversidad	-
Formación a empleados en gestión ambiental	ENFOQUE DE GESTIÓN: pág. 43 “Medioambiente: gestión sostenible de los recursos” G4-LA10: pág. 48 Buena práctica	-
Sensibilización sectorial sobre sostenibilidad	G4-57: pág. 25 Nuevo Código Ético	-

La información relativa a determinados indicadores (huella hídrica y huella de carbono) ha sido verificada por terceros, no así de manera concreta para este reporte.

DATOS DE CONTACTO

Ángel Camacho Alimentación
Dirección de Marketing y Comunicación
Juan Carlos Sánchez Herrera

Avda. del Pilar 6
41530 Morón de la Frontera (Sevilla), España
jcsh@acamacho.com



Avda. del Pilar 6
41530 Morón (Sevilla), España
Tel. +34 95 585 47 00
info@acamacho.com // www.acamacho.com



Unit 8 - Caxton House
Broad Street, Great Cambourne
Cambs. CB23 6JN - England
Tel. +44 19 54 71 50 85
info@acamacho.co.uk // www.fragata.com.uk



2502 Walden Woods Drive
Plant City, FL-33566, Estados Unidos
Tel. +813 305 45 34
info@mariocamachofoods.com //
www.mariocamachofoods.com



Polígono Industrial Los Avezales, Parcela 1
24123 Otero de las Dueñas (León), España
Tel. +34 987 58 14 02
info@susaron.com // www.susaron.com



ul. Transportowa 4
85-790 Bydgoszcz, Polonia
Tel. +48 523 47 11 25
stovit@stovit.com.pl // www.stovit.com.pl



Puedes consultar la Memoria
de Sostenibilidad completa
en www.acamacho.com