



Ponemos
sabor
a tu vida

Memoria
de Sostenibilidad

2016 - 2017



ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION

Sumario

[1] Mensaje del Director General

[2] Quienes somos

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Una multinacional de pueblo | 05 |
| 2.2 Principales magnitudes | 08 |
| 2.3 Marcas y productos | 10 |

[3] Visión de largo plazo

| | |
|--|----|
| 3.1 Modelo de negocio | 14 |
| 3.2 Compromiso con la sostenibilidad | 17 |
| 3.3 Retos y oportunidades del sector | 20 |
| 3.4 Hitos 2016 y 2017 | 22 |

[4] Compromisos para la creación de valor compartido

| | |
|--|----|
| 4.1 Clientes y consumidores: confianza, calidad e innovación | 24 |
| 4.2 Nuestras personas: motivación, formación y seguridad | 30 |
| 4.3 Medioambiente: sostenibilidad y responsabilidad | 41 |
| 4.4 Cadena de suministro: valor, responsabilidad y apoyo al desarrollo | 50 |
| 4.5 Comunidad: valor compartido y desarrollo local | 54 |

[5] Sobre la Memoria de Sostenibilidad

| | |
|---|----|
| 5.1 Alcance y cobertura | 58 |
| 5.2 Análisis de materialidad | 59 |
| 5.3 Índice de contenido GRI Standards | 61 |
| 5.4 Correlación de los ODS con GRI y los Principios del Pacto Mundial | 72 |

[1] Mensaje

del Director General

120 años creando valor para la sociedad

Cada día, los productos que se comercializan desde cualquier empresa del Grupo Ángel Camacho forman parte de la vida de miles de personas en todo el mundo. Las primeras son las personas que desempeñan su desarrollo profesional en nuestra compañía, pero también están los agricultores que cultivan las materias primas, los proveedores y especialmente los consumidores que han elegido nuestros productos y que los disfrutan. Como no puede ser de otra forma, también estamos presentes en las comunidades donde vivimos y trabajamos, y en el entorno natural donde estamos integrados.

Somos conscientes de la importancia del papel de la compañía en la sociedad y por ello presentamos esta tercera Memoria de Sostenibilidad. El objetivo es poner en valor nuestro desempeño responsable y coherente en el ámbito económico, ambiental y social, con la generación de valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés.

Desde que mi bisabuelo, Santiago Camacho Román, empezó a vender productos a granel en 1897, hace ya más de 120 años, hasta hoy, hemos trabajado siempre para cumplir con nuestro propósito de *poner sabor en la vida de las personas*, hacerles un poco mejor su día a día. Siempre hemos trabajado con unos valores muy sólidos, entre los que nos gusta destacar el Com-

promiso, la Excelencia, la Simplicidad, el Trabajo en Equipo y la Integridad. También hemos orientado nuestra visión de negocio, desde los inicios hasta hoy, cien por cien familiar, a una visión de largo plazo, basada en la sostenibilidad del negocio y de todas sus operaciones. Por ello, hemos cumplido ya 120 años.

El desarrollo local y rural es uno de los compromisos más firmes que tenemos con nuestros grupos de interés. Así, en este período 2016-2017, destaca principalmente la puesta en marcha y consolidación del innovador proyecto Camacho Integra, un sistema de evaluación que nos permite integrar a agricultores locales como agentes clave de la cadena de valor de nuestra empresa. En 2017 hemos conseguido que más del 75% de las compras de proveedores de aceitunas verdes provengan de estos proveedores locales integrados.

Cabe destacar también la apuesta de la compañía por el desarrollo tecnológico como una herramienta clave para un futuro más sostenible. Nuestra identidad de empresa familiar de larga tradición, nuestra gran presencia internacional y la vocación de crecimiento nos impulsan a participar en proyectos innovadores como *Life Laser Fence* que nos permitirá avanzar hacia nuevos modelos productivos más respetuosos con el entorno y con un menor impacto ambiental.



Además, desde hace cuatro años la compañía se compromete y orienta su actividad al cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), metas globales sobre las que enfocamos nuestra contribución. También respaldamos los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas siendo socios firmantes desde 2013, con lo cual reportamos nuestro desempeño de forma periódica en el Informe de Progreso.

En los próximos años el propósito continuará siendo desarrollar nuestra actividad de una forma cada vez más sostenible, eficiente y rentable. Toda la información recogida en esta Memoria de Sostenibilidad pretende responder a ese propósito y resultar de interés para aquellas personas que, como todo el equipo que forma parte del Grupo Ángel Camacho, están comprometidas con ser cada día más responsables.

Llevamos 120 años creando valor para la sociedad y conocemos el camino, ya estamos trabajando en los próximos 120 años.

Ángel Camacho Perea
Director General





2

Quiénes
somos

[2.1] Una multinacional de pueblo

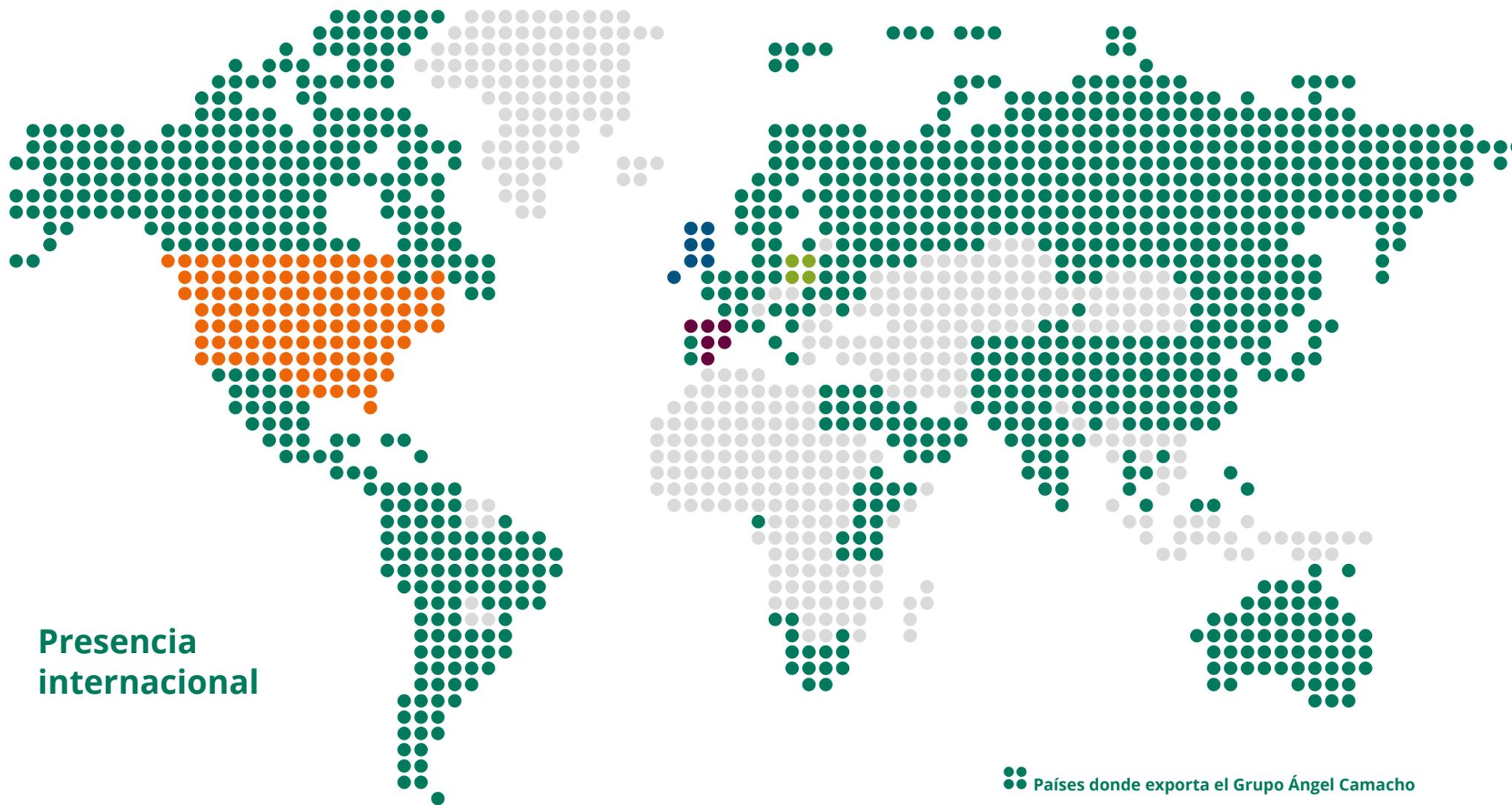
El Grupo Ángel Camacho (en adelante GAC) es una empresa familiar de alimentación, internacionalizada, con una clara vocación global desde sus inicios. Actualmente comercializa sus productos en más de 90 países y cuenta con unidades de negocio internacionales en mercados clave como Estados Unidos (Mario Camacho Foods), Reino Unido (A. Camacho UK) y Polonia (Stovit Group). La principal empresa del Grupo Ángel Camacho es Ángel Camacho Alimentación (en adelante ACA), compañía que se sitúa entre los principales proveedores de aceitunas de mesa en todo el mundo.

La empresa está situada en la localidad sevillana de Morón de la Frontera, una zona reconocida por su tradición olivarera, con el índice de producción de aceituna de mesa y volumen de exportaciones más importante de España. La ubicación de la sede central de la compañía y de sus principales fábricas en un pequeño pueblo sevillano, Morón de la Frontera, impregna la cultura de una empresa históricamente internacionalizada. El carácter local, el orgullo de pertenencia, el arraigo y la tradición, hacen que las personas que forman GAC se sientan orgullosas de sus orígenes y de haberlos mantenido durante más de 120 años. A pesar de ser desde hace décadas una empresa multinacional, internacionalizada, sus directivos siguen recordando en muchos foros que son “una multinacional de pueblo”.

GAC produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios entre los que destacan las aceitunas de mesa, aceites de oliva, encurtidos, mermeladas e infusiones funcionales. Comercializa los productos bajo un amplio paraguas de marcas, las más reconocidas en España son La Vieja Fábrica, Fragata y Susarón; en Estados Unidos, Mario; y en Polonia, Stovit.

La presente Memoria de Sostenibilidad recoge e integra la actividad de Ángel Camacho Alimentación (ACA), así como algunas iniciativas y datos globales del Grupo Ángel Camacho (GAC), que engloba a todas las empresas del grupo, incluida ACA, durante el periodo 2016 y 2017.





Presencia internacional

● Países donde exporta el Grupo Ángel Camacho

Unidades de negocio del Grupo Ángel Camacho



ESTADOS UNIDOS



Plant City (Florida)



ESPAÑA



Morón de la Frontera, Espartinas (Sevilla)



Otero de las Dueñas (León)



REINO UNIDO



Great Cambourne



POLONIA



Bydgoszcz

Datos 2017

Ventas en más de

90
países

78%
ventas

fuera de España

+53.600
tns. / año

aceitunas
procesadas

+14.000
tns. / año

mermelada
envasadas

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Tradición e innovación

1897

Inicio **Actividad** aceites y cereales (Morón de la Frontera).

ANGEL CAMACHO S.A.

1927

Registro **marca:**



Inicio **Exportación** EE.UU.

1955

Nueva tecnología en sector.

Primera máquina deshuesadora y rellenadora.



1968

Inicio del **envasado** de aceitunas en frascos de vidrio.

1977

Internacionalización. Instalaciones propias y distribución fuera de España.

Adquisición **Specialty Food Packing & Importing Co.** (Chicago, EE.UU.).

1980

Desarrollo del movimiento de aceitunas por tubería.



1985

Constitución empresas agrícolas. Explotación de más de 1.100 ha de olivares.

1994

Mermeladas. Adquisición:

LA VIEJA FÁBRICA Desde 1934



2007

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



Mermeladas. Adquisición



Internacionalización: Creación en EE.UU.

MARIO CAMACHO FOODS

2005

Primer proveedor a nivel mundial de aceitunas con un programa medioambiental certificado.



2002

Internacionalización. Constitución de



2001

Innovación. Lanzamiento mundial "Pouch Pack".



1999

Infusiones funcionales. Adquisición:

SUSARÓN



1996

Nueva fábrica 100.000 m² importantes innovaciones.

2009

Lanzamiento **snack pack** sin salmuera.



2013

Cálculo huella de carbono de aceitunas y mermeladas.

Adhesión al **Pacto Mundial de Naciones Unidas.**

2014

Elaboración **Primera Memoria de Sostenibilidad.**



2015

Lanzamiento

LA VIEJA FÁBRICA Cremosa



2016

Inicio **reorganización y modernización industrial.**

Compra del 100% de **MARIO CAMACHO FOODS**

SUSARÓN

2017

Proyecto **"Camacho Integra"** para la homologación e integración de agricultores en la cadena de valor.

CAMACHO INTEGRA

2018

Lanzamiento

LA VIEJA FÁBRICA Peques

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

[2.2] Principales magnitudes

Ángel Camacho Alimentación es la principal unidad de negocio del Grupo Ángel Camacho debido a su mayor volumen de facturación y a que en ella se integran las principales unidades fabriles de la compañía. En 2016 la empresa obtuvo unos ingresos de 165,7 millones de euros y consolidó su crecimiento en 2017 con unos ingresos de 170,7 millones de euros, posicionándose como una compañía destacada de la industria agroalimentaria.

| | ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN | | GRUPO ÁNGEL CAMACHO | |
|-------------------------------|----------------------------|-------|---------------------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| Ventas | 165,7 | 170,7 | 206,8 | 209,9 |
| EBITDA | 6,5 | 4,8 | 13 | 10,2 |
| Resultados antes de impuestos | 2,9 | 2,2 | 6,9 | 4,6 |
| Total activos | 126,5 | 138,2 | 179,1 | 184,2 |
| Fondos propios | 36 | 36,7 | 65,1 | 67,9 |

Cifras en millones de euros



Aceitunas comercializadas en 2017 por valor de **128,8 M€**
(92% PRODUCTO ENVASADO)

53.628 toneladas



Mermeladas comercializadas en 2017 por valor de **32,9 M€**

14.044 toneladas

Mensaje

[1]

Quiénes somos

[2]

Visión

[3]

Compromisos

[4]

Memoria

[5]

Impacto económico, ambiental y social

Las siguientes magnitudes corresponden a datos consolidados del Grupo Ángel Camacho, a excepción de la información relativa al impacto ambiental que hace referencia únicamente a Ángel Camacho Alimentación, debido a que es la unidad de negocio del grupo responsable de las principales fábricas. Hay algún otro dato que solo hace referencia a ACA, en ese caso, se indica con un asterisco.




| 2016 | Impacto Económico | 2017 |
|----------|-------------------|----------|
| 206,8 M€ | Ventas | 209,9 M€ |
| 2,3 M€ | Impuestos | 1,7 M€ |
| 120,5 M€ | Exportaciones* | 121 M€ |
| 480 | Proveedores | 459 |
| 25,5 M€ | Sueldos | 25,6 M€ |

Impacto Ambiental 2010-2017

- 32% Reducción emisiones CO₂ € por kg de aceitunas envasadas
- 8,5% Reducción consumo agua
- 5,4% Reducción consumo electricidad
- 80% Reducción consumo gasoil
- +112% Aumento consumo biomasa
- 29,5% Superficie suelo ocupada






| 2016 | Impacto Social | 2017 |
|----------|---|----------|
| 780 | Empleados | 797 |
| 137.511€ | Inversión en formación | 164.123€ |
| 305 | Mujeres en plantilla | 292 |
| 38,6 | % Mujeres en plantilla | 36,7 |
| 68,8% | Compras locales* | 74,5% |
| 294 | Proveedores integrados A través de Camacho Integra | 788 |

*Datos correspondientes a ACA



[2.3] Marcas y productos

El Grupo Ángel Camacho cuenta con un amplio abanico de marcas para comercializar su diversificada cartera de productos. Con una personalidad y un posicionamiento propio, cada una de ellas busca transmitir confianza y satisfacer las necesidades de los distintos clientes y consumidores.

A continuación, se detallan las cinco principales marcas:



Marca bandera con un carácter absolutamente internacional. Desde 1925 ofrece aceitunas, aceites y otras especialidades mediterráneas. En 2016 ha actualizado la imagen de todo el *packaging*.



Su carácter artesanal ha convertido a La Vieja Fábrica en una marca líder en mermeladas en España, con la tradición, la calidad y la confianza como valores centrales.



La marca insignia en Estados Unidos, comercializa aceitunas y otras especialidades mediterráneas.



Tradicional marca de mermeladas y conservas de fruta reconocida en el mercado polaco.



Marca española de infusiones funcionales y productos saludables que ayudan a las personas a cuidar su organismo.



“

Aunque también fabricamos para las marcas de la gran distribución, nuestra empresa tiene una clara vocación marquista. Fragata es una marca absolutamente global que se puede encontrar en las estanterías de las principales cadenas de supermercados del mundo. Además, adaptamos el surtido de los productos Fragata a los gustos y necesidades de los consumidores en todo el mundo”.

— **Juan Carlos Sánchez Herrera**
Director de Marketing y Comunicación



Mensaje

[1]

Quiénes somos

[2]

Visión

[3]

Compromisos

[4]

Memoria

[5]



Aceitunas, aceites, encurtidos y otros productos mediterráneos

Fragata es la marca insignia con la que ACA quiere hacer llegar los mejores sabores mediterráneos a consumidores de todo el mundo. Las aceitunas, aceites, encurtidos y otras especialidades de Fragata se elaboran a partir de una selección de los mejores ingredientes y mediante un cuidado proceso de elaboración.

En 2016, la imagen de todos los envases de los productos Fragata –latas, frascos y bolsas– se ha renovado de una forma muy notoria, resultando mucho más atractiva para los consumidores. De esta forma, Fragata se consolida como una marca moderna, sólida, avalada por sus más de 90 años de historia, e innovadora, capaz de adaptarse y satisfacer las expectativas de los consumidores más exigentes.



Las mermeladas de siempre y mucho más

La Vieja Fábrica elabora sus productos a partir de una receta original y un proceso de fabricación artesanal que permite conservar la textura, el color y el aroma natural de las selectas frutas empleadas. Es precisamente su sabor casero lo que diferencia a las mermeladas de La Vieja Fábrica y las hace tan reconocibles para los consumidores.

Durante el periodo 2016-2017 se han integrado las cremas de avellanas dentro de la gama de La Vieja Fábrica Cremosa y se ha renovado su imagen, fruto de un reposicionamiento estratégico que pretende destacar la característica más diferencial del producto: su cremosa textura.



Cremosa cacao y avellana, ahora sin aceite de palma

La Vieja Fábrica Cremosa cacao y avellana es un producto elaborado con avellanas de la mejor calidad y cacao con certificado de seguridad UTZ que permite apoyar la agricultura sostenible del cacao. Además, como respuesta a las exigencias de los clientes, este producto no contiene colorantes, conservantes, grasas hidrogenadas, ni aceite de palma.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



Nuevas infusiones funcionales y un endulzante 100% natural

Susarón cuenta con una amplia variedad de infusiones funcionales y un endulzante de origen natural que ayudan a las personas a cuidar su organismo, a sentirse mejor. Saborear el bienestar y enriquecer la calidad de vida de los consumidores son el ADN de todos los productos Susarón.

Como parte de su compromiso con el bienestar, se ha mejorado sustancialmente la gama de infusiones poniendo el foco en la mejora del sabor, sin descuidar la óptima mezcla de plantas beneficiosas para la salud. De esta forma, se han reformulado las dos referencias estrella de la gama mejorándolas organolépticamente, Adelgasana sabor cítricos y Laxsana sabor ciruela. Además, se ha ampliado la gama con el lanzamiento de tres novedosas referencias: Antiox con té verde y cúrcuma sabor piña; Detox con cola de caballo sabor frutos rojos; y Quemagrassa con cola de caballo y té verde sabor fresa.



Gran variedad de aceitunas y especialidades mediterráneas para el mercado norteamericano

Desde principios de los años 90, Mario es la marca con la que la unidad de negocio estadounidense, Mario Camacho Foods, comercializa sus productos en Norteamérica. La marca Mario ofrece una amplia gama de aceitunas de mesa, así como otros productos de origen mediterráneo. Su estrategia de desarrollo de productos, basada en la innovación y la calidad, ha convertido a Mario en una marca muy reconocida por los consumidores norteamericanos.

Bajo la marca Mario puede encontrarse una gran variedad de aceitunas: negras, verdes y rellenas; de origen español o griego; en diferentes formatos –lata, frasco y bolsa–; así como otras especialidades mediterráneas: aceite de oliva, encurtidos, alcachofas, etc.



Auténticas mermeladas y conservas de fruta

El origen genuino y natural son las dos cualidades que han convertido a Stovit en una gran marca en Polonia. Stovit, cuyo nombre surge de la combinación de dos palabras en polaco y significa “cien vitaminas”, comercializa mermeladas, confituras y conservas de fruta, entre otros productos.



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5



3

Visión
de largo plazo

[3.1] Modelo de negocio

Grupo Ángel Camacho apuesta por un modelo de negocio a largo plazo, con la visión de “Estar cada día, de forma especial, en la vida de los consumidores”. Para ello, todas las personas que integran la compañía están alineadas bajo unos valores que aseguran la solidez y sostenibilidad en el tiempo y la confianza de todos sus grupos de interés.



Estrategia definida, el Plan 300

Grupo Ángel Camacho trabaja desde el año 2014 bajo el Plan 300, un ambicioso plan estratégico que está asentando las bases del futuro de la compañía. En este marco se establecen ocho líneas estratégicas orientadas al negocio sobre las cuales se han desarrollado planes de acción e indicadores de medición para asegurar el cumplimiento de los objetivos corporativos. Aunque el plan fue diseñado inicialmente para Ángel Camacho Alimentación, el resto de unidades de negocio se han ido integrando en él, y asumen esas líneas estratégicas como propias.

Durante el periodo 2016-2017 se han llevado a cabo múltiples acciones, entre las que destaca el proceso de modernización y reorganización industrial para producir de forma cada vez más eficiente y respetuosa con el medioambiente.



Además, ha diversificado la cartera de productos, ampliando las gamas existentes y entrando en nuevas categorías.

Para promover la alineación de todas las áreas con el Plan 300, se desarrolló un Manifiesto que durante 2016 y 2017 se ha difundido en todos los espacios de la empresa. Además, se tradujo al inglés y se distribuyó en las distintas unidades de negocio –Reino Unido, Estados Unidos y Polonia–. Así, se ha convertido en un documento de referencia dentro de la organización que permite comprender y trabajar siempre con orientación al cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Desde principios de 2018, GAC trabaja en un nuevo plan estratégico para el periodo 2019-2023.

Gobierno Corporativo

El Grupo Ángel Camacho es una empresa familiar, en la que el 100% de la estructura accionarial pertenece, actualmente, a la tercera y cuarta generación de la familia Camacho. Desde 2014, el gobierno del GAC está gestionado por un Administrador Único y se rige por los más exigentes estándares de transparencia.

Durante el periodo 2016-2017 no se han producido cambios relevantes en el tamaño, la estructura o la propiedad accionarial de la compañía.

Protocolo familiar

Al tratarse de una empresa familiar, GAC cuenta con un protocolo específico para la regulación, la organización y la gestión interna de las relaciones entre la familia, la compañía y sus propietarios, orientado a dar continuidad a las futuras generaciones. Este protocolo familiar regula aspectos como la incorporación de familiares a puestos ejecutivos, la formación y motivación de los descendientes o la política de dividendos.

Comité de Dirección

El Comité de Dirección tiene la misión de asegurar la visión de largo plazo de la compañía y proyectarla hacia el futuro, así como, impulsar la consecución de los objetivos corporativos. Está presidido por el Director General, Ángel Camacho Perea.

Entre sus principales funciones destacan:

- **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.**



De izquierda a derecha, y de arriba abajo:

1. Juan Carlos Sánchez Herrera
Director de Marketing y Comunicación

2. Ignacio José Martín Rodríguez
Director Administrativo Financiero

3. Beatriz Camacho Cruz-Auñón
Directora de Unidades de Negocio

4. Ignacio Martínez Escribano
Director de Sistemas de Información

5. Jaime Millán Verdugo
Director de Operaciones

6. Jorge Mañas Avisbal
Director Comercial

7. Ángel Camacho Perea
Director General

8. Juan Camacho Bilbao
Director de Compras



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Código Ético

Grupo Ángel Camacho valora la honestidad, la integridad y el cumplimiento de los más altos estándares éticos. Cada una de las personas que forman la compañía tiene la responsabilidad de respetar estos valores y mantener un compromiso con los principios básicos de ética comercial y buen juicio.

El Código Ético vela por garantizar el riguroso cumplimiento del marco regulatorio tanto nacional como internacional, así como el comportamiento ético y responsable de todo el equipo que representa al GAC.

Los empleados siempre deben guiarse por los siguientes principios básicos:

- Evitar cualquier conducta que pueda dañar la reputación de GAC.
- Actuar legal y honestamente, velando por el interés de la compañía.
- Respetar el Código Ético establecido.

El Código Ético es una herramienta que permite promocionar una cultura de empresa fuerte con unos valores y criterios de actuación compartidos. Además, permite generar relaciones de confianza entre accionistas, empleados, clientes y consumidores, proveedores, y con la sociedad en general.

En el periodo 2016-2017 se han llevado a cabo una serie de acciones en concordancia con los estándares que defiende nuestro Código Ético:

Implantación de la Política de Regalos.

Esta normativa regula y controla posibles conflictos de intereses al recibir cualquier obsequio por parte de un proveedor, cliente real o potencial. Así, durante el periodo navideño de 2016 y 2017, en ACA se recogieron aquellos regalos que los empleados recibieron y se prepararon más de 50 lotes que fueron sorteados de forma aleatoria entre todos los empleados.

Cumplimiento del marco regulatorio en Protección de Datos.

En el GAC se trabaja para llevar a cabo un adecuado tratamiento de los datos mediante el cumplimiento de los protocolos, los procedimientos establecidos y la legislación vigente.

Promoción de la cultura preventiva.

El Código Ético contempla también la seguridad y la salud de los trabajadores como objetivo fundamental para conseguir un ambiente de trabajo seguro y saludable. En este sentido, se han llevado a cabo numerosas acciones formativas y correctivas que intentan evitar o minimizar las causas de los accidentes y de las enfermedades profesionales.

Seguridad de los sistemas y de la información.

Se han emitido varios comunicados explicativos tanto internos como externos con el fin de informar y formar sobre las frecuentes operaciones fraudulentas cibernéticas que afectan por igual a clientes, proveedores y empleados.

Comunicación interna y con medios, accionistas y autoridades.

Se ha trabajado para mantener y mejorar los canales de comunicación tanto internos como externos, promoviendo con ello la confianza y el diálogo de los actores de nuestro entorno (consumidores, clientes, empleados, accionistas). Convocatorias extraordinarias de comités de cumplimiento. Para trabajar sobre las denuncias recibidas y resolver los conflictos buscando siempre el pleno cumplimiento del Código y la alineación de clientes, proveedores, empleados y accionistas con éste.

“

Con la aplicación de nuestro código ético, velamos cada día para que todos trabajemos en un entorno seguro, comunicativo, libre de coacciones, fraudes y con altos estándares éticos”.

— Beatriz Camacho Cruz-Auñón
Directora de Unidades de Negocio



Auditoría interna.

Se ha realizado una auditoría interna sobre el cumplimiento del Código para detectar riesgos y oportunidades de mejora, saliendo como consecuencia, planes de acción que se han puesto de inmediato en marcha para adaptar nuestro Código a las circunstancias actuales.

Para promover el conocimiento de este código entre los empleados de forma continuada, además de la formación, en 2017 se ha comenzado a informar a través de la *newsletter* corporativa de las distintas acciones llevadas a cabo para asegurar su cumplimiento.

También, se realizan regularmente acciones de comunicación como cartelera o comunicados, y en todas las comunicaciones internas de la compañía se recuerdan los canales disponibles para informar sobre posibles incumplimientos del código.

Comité de Cumplimiento

GAC se compromete a la aplicación del Código Ético en todas las áreas de la empresa. Para conseguirlo, se convocan tres Comités de Cumplimiento al año en los que se comprueba que todas las decisiones, procesos y objetivos estratégicos del grupo se integran dentro de los principios establecidos en el Código Ético.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

3.2 Compromiso con la sostenibilidad

La compañía apuesta por el desarrollo sostenible como un enfoque clave para la creación de valor compartido a largo plazo con sus grupos de interés, y que asegure el futuro del propio negocio.

Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, ACA trabaja cada día para minimizar el impacto ambiental generado por su actividad y por la del principal sector en el que opera –la aceituna de mesa–, a través de una filosofía de innovación y de mejora continua.

La sostenibilidad de la compañía sería imposible sin el compromiso de todas las personas que forman parte de ACA, por ello, se cuenta con diferentes herramientas y recursos que lo facilitan. Un claro ejemplo es la Guía de Buenas Prácticas Ambientales y Energéticas orientada a motivar a empleados y colaboradores a promover la mejora continua y el respeto al medioambiente. Además, se ha aplicado un programa de buenas prácticas ambientales que permitirá el ahorro en el consumo de recursos y una adecuada gestión de los residuos.

En ese convencimiento de mejorar día tras día, se ha adoptado un modelo de gestión basado en la introducción de mejoras en las distintas actividades del negocio a través del perfeccionamiento de procesos, productos y servicios, siempre desde el conocimiento de las necesidades de los clientes.



Adhesión al Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla

En 2016 Ángel Camacho Alimentación formalizó su adhesión al Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla. Esta iniciativa, promovida por la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES) y ENDESA, comparte con ACA el convencimiento de que la mejor contribución que una empresa puede hacer a la sociedad es la creación de riqueza y empleo para contribuir al desarrollo social y económico.

Con la firma de este Decálogo se puso en marcha un programa de actividades en el que las más de veinte empresas adheridas promoverán buenas prácticas en áreas como los recursos humanos, la gestión de clientes, la relación con proveedores, el respeto al medioambiente, el buen gobierno y la transparencia, y la contribución a la comunidad para la generación de valor compartido.

Reorganización industrial

En su esfuerzo por continuar desarrollando la actividad de forma sostenible, rentable y eficiente, ACA inició en 2015 una reorganización y modernización industrial para maximizar la eficiencia ambiental y energética. Esta reorganización afecta especialmente a su principal fábrica de aceitunas situada en Morón de la Frontera.

En el período 2016-2017 ha continuado el proceso de implantación de una plataforma de distribución más moderna, que tiene el objetivo de optimizar el almacenamiento y flujo de materiales y productos. La meta final es minimizar el impacto medioambiental causado por la principal actividad de la compañía, la aceituna de mesa.

Participación en la Estrategia Española de Responsabilidad Social

La Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020 tiene el objetivo de desarrollar un marco nacional de referencia en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial que permita homogeneizar y armonizar las distintas actuaciones que se están llevando a cabo tanto en el ámbito público como en el privado.

ACA, a través de la iniciativa MERMSE, plataforma que permite subir las Memorias de Sostenibilidad e Informes Integrados a un fichero público, publicó su Memoria de Sostenibilidad 2014-2015. Esta iniciativa contribuye a promocionar la responsabilidad social en España y permite a cualquier ciudadano e institución conocer el compromiso de Ángel Camacho Alimentación con la sostenibilidad. La Memoria de Sostenibilidad 2014-2015 puede consultarse, además de en la página web de Ángel Camacho, en la plataforma MERMSE en el enlace: <https://expinterweb.empleo.gob.es/memrse/aplicacion>



Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

Principios que guían la actividad del Grupo Ángel Camacho

GAC está adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas y sus diez principios desde 2013. De esta forma, responde a su compromiso y reporta su desempeño anual en el Informe de Progreso anual. Además, se incorporan estos principios en la gestión en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En su firme compromiso con el desarrollo sostenible, Grupo Ángel Camacho apoya con su actividad la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por las Naciones Unidas como parte de su Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Estos 17 objetivos globales, de aplicación universal, tienen una concepción integral del desarrollo sostenible que aborda desde causas como la pobreza y la igualdad hasta la producción y el consumo responsables.

GAC contribuye de manera directa a la consecución de los siguientes objetivos a través del desarrollo de su actividad, proyectos y alianzas estratégicas.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Contribución a los ODS



Objetivo 1: Fin de la pobreza

Colaboración con bancos de alimentos y otras ONG. Esfuerzo por reducir el desperdicio alimentario, aumentar el peso de las compras locales y fomentar el empleo local.



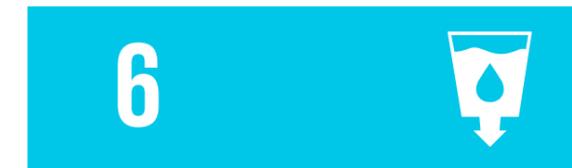
Objetivo 3: Salud y bienestar

Desarrollo de productos saludables en todos los ámbitos, que buscan la salud y el bienestar de las personas. Especial atención al bienestar con la producción y comercialización de una amplia gama de infusiones funcionales, así como de un endulzante 100% natural o una nueva crema de avellanas sin aceite de palma.



Objetivo 5: Igualdad de género

Apuesta por la igualdad en la plantilla con el compromiso de incorporar una mayor proporción de mujeres en todos los niveles de la organización así como también en puestos de producción, tradicionalmente ocupados por hombres.



Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento

El agua es un recurso esencial para la compañía. La principal fábrica es vertido cero y en ella se recicla toda el agua que se procesa.



Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante

La empresa influye de forma relevante en este objetivo gracias a la biomasa que produce a partir de huesos de aceituna.



Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico

La protección, la formación y la seguridad de las personas son los pilares básicos de la relación con los empleados y se fomentan a través del Código Ético.



Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura

La reorganización industrial y modernización de la principal fábrica para aumentar la eficiencia y reducir las emisiones.



Objetivo 12: Producción y consumo responsable

Son muchas las iniciativas en este ámbito: la Guía de Proveedores, la fabricación por pedidos (reduciendo stocks y mermas), la integración de proveedores con el proyecto Camacho Integra, etc.



Objetivo 13: Acción por el clima

Medición de la huella de carbono y de la huella hídrica con un compromiso constante por reducir el impacto y frenar el cambio climático.



Objetivo 15: Vida de ecosistemas terrestres

Participación en iniciativas como el Proyecto *Life Laser Fence*, para salvaguardar la vida de los animales.



Objetivo 16: Paz, justicia e instituciones éticas

Promover la conducta ética y responsable con la implantación de un Código Ético y de cumplimiento, así como la Guía de Buenas Prácticas Ambientales.



Objetivo 17: Alianzas para lograr los objetivos

Adhesión al Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla para la creación de riqueza y empleo que contribuya al desarrollo social y económico local.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

[3.3] Retos y oportunidades del sector

Las características de la industria de la alimentación en la que opera Ángel Camacho Alimentación y, concretamente, el sector de la aceituna de mesa, son cruciales para comprender de forma global la actividad de la compañía.

La industria de la alimentación

Con una facturación de 94.427 millones de euros en 2016, la industria de la alimentación es el primer sector industrial en España y representa el 16,6% de las ventas netas del conjunto de la industria nacional, según datos de la *Encuesta Industrial de Empresas* (INE, 2016). A nivel europeo, como indica el estudio *Data and Trends EU Food and Drink Industry 2017*, alimentación y bebidas es el mayor sector manufacturero de la Unión Europea.

En 2016, las exportaciones del sector representaron más del 11% del total de bienes exportados en España, lo que supone un aumento del 8,4% con respecto a 2015, según datos del *Informe Económico 2016* de FIAB.

De esta forma, la industria alimentaria española se consolida como un importante generador de empleo ya que ocupa a alrededor de 337.097 personas en todo el país.

El sector de la aceituna de mesa

Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos de 2017 (ESYRCE), España cuenta con 2.650.801 hectáreas de olivar, de las que 154.978 (5,85%) se dedican a la aceituna de mesa. Éstas últimas se concentran principalmente en Andalucía y Extremadura, que cuentan con un 84,50% y un 13,32% del total, respectivamente, es decir, el 97,82% de estos cultivos se dan en estas dos comunidades.

España es el primer país productor de aceitunas de mesa del mundo, seguido a mucha distancia de otros países como Egipto, Turquía, Argelia, Grecia, Siria y Marruecos. La producción media mundial de las últimas cinco campañas asciende a 2.661.800 toneladas, de las cuales 543.780 se produjeron en España, es decir, el 21% del total.

Según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), en la campaña 2016/2017 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 596.110 toneladas.

Impacto y relevancia del sector

El sector de la aceituna es de gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su volumen de producción y exportación, liderando España el mercado mundial en ambos conceptos.

Genera más de 8.000 empleos directos, más de seis millones de jornales por la recolección y el cultivo del olivo, a los que hay que añadir los creados por las empresas y fábricas auxiliares como las de vidrio, hojalata, cartonaje, maquinaria, transportes, etc.

Supone el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales, participando con un 22% en el valor nacional de este sector y aportando al PIB más de 1.000 millones de euros.

Según datos de la Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de mesa, ASEMESA, el sector de la aceituna de mesa aporta alrededor de 1.000 millones de euros al PIB nacional.

Según el Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA, en 2017 el consumo nacional de los hogares aumentó un 6,7%. Este consumo supone alrededor del 75% del consumo nacional de aceitunas de mesa.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Participación asociativa

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|
|  |  |  |  |  |  |
| <p>ASEMESA: Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de mesa. Carlos Camacho Álvarez, Director de Estrategia de GAC, es actualmente el presidente de esta entidad</p> | <p>FIAB: Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas. Carlos Camacho es miembro del Consejo de Dirección</p> | <p>ASOLIVA: Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo</p> | <p>AECOC: Asociación de Fabricantes y Distribuidores</p> | <p>APD: Asociación para el Progreso de la Dirección</p> | <p>AETI: Asociación Española de Tés e Infusiones</p> |
|  |  |  |  |  |  |
| <p>LANDALUZ: Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía. Ángel Camacho Perea, Director General de GAC, es actualmente vicepresidente 1º de esta entidad</p> | <p>CEA: Confederación de Empresarios de Andalucía</p> | <p>CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA</p> | <p>CES: Confederación de Empresarios de Sevilla</p> | <p>ASEOGRA: Asociación Sevillana Empresarial del Olivo y de la Grasa</p> | <p>AEMORON: Asociación de Empresarios de Morón</p> |



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

3.4 Hitos 2016 y 2017



Modelo de negocio

Modernización y reorganización industrial

En el periodo 2016-2017 ha culminado la segunda fase del proceso de modernización y reorganización industrial que permitirá a ACA gestionar de forma más eficiente sus recursos y reducir su impacto medioambiental.



Clientes y consumidores

Nuevos productos

Para satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores, en el periodo 2016-2017, las empresas del grupo han lanzado nuevos productos al mercado, destaca La Vieja Fábrica Cremosa, Cacao y Avellana sin aceite de palma, o Quemagrasa Susarón.

Nuevos canales de venta online

En septiembre de 2016 comenzó la venta online de los productos de ACA: aceitunas, encurtidos, mermeladas e infusiones funcionales, principalmente en las plataformas Ulabox y Amazon, ofreciendo así una alternativa cómoda y rápida para los consumidores.



Nuestras personas

Primer estudio de Clima de Seguridad

Entre los últimos meses de 2016 y el primer trimestre de 2017 se ha llevado a cabo un estudio de clima para conocer la percepción colectiva sobre la importancia de la seguridad y la salud laboral en ACA. Los resultados han permitido establecer una serie de acciones de mejora y formación.

Negociación con los Comités de Empresa

Durante la segunda fase de la reorganización industrial se ha negociado con los comités de empresa para la recolocación de los empleados en los centros de Morón de la Frontera y Espartinas.



Gobierno corporativo

Política de Regalos

En 2016-2017 se ha implantado esta normativa para la regulación y control de posibles conflictos de intereses al recibir cualquier obsequio por parte de proveedores o clientes. Durante el periodo navideño de 2016 y 2017, ya se ha implantado un reparto aleatorio de los obsequios recibidos.



Medio ambiente

Participación en proyectos innovadores para el desarrollo sostenible

En el periodo 2016-2017 ACA ha comenzado a participar en proyectos de investigación para la aplicación de nuevas tecnologías al desarrollo sostenible. Destaca el proyecto internacional *Life Laser Fence* para la creación de una cerca virtual que permite evitar la intrusión de animales en las tierras de cultivo, respetando la biodiversidad.



Proveedores

Integración de agricultores locales

ACA en su compromiso con los proveedores locales ha puesto en marcha el proyecto Camacho Integra, un sistema de evaluación de agricultores, que tiene como objetivo integrar a todos los agricultores locales como parte activa de la cadena de valor de la empresa, asegurando la trazabilidad y la seguridad alimentaria de las aceitunas. En 2017, más del 75 % de las compras de proveedores de aceitunas verdes provienen de proveedores integrados.



Comunidad

Adhesión al Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla

En 2016, ACA formalizó su adhesión a esta iniciativa, promovida por la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES) y ENDESA. Con la firma de este Decálogo se pone en marcha un programa de actividades para promover buenas prácticas en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5



4

Compromisos
para la creación de un
**valor
compartido**

4.1 Clientes y consumidores: confianza, calidad e innovación



Ángel Camacho Alimentación cuenta, a cierre del año 2017, con más de 1.000 clientes y comercializa su amplia variedad de productos en más de 90 países. Esta importante presencia internacional obliga a tener una gran capacidad de adaptación a los distintos mercados. Por una parte, habilidad para entender las exigencias de los diferentes tipos de clientes, que abarcan desde las grandes cadenas de distribución mundial, hasta pequeñas cadenas de supermercados que operan a nivel local. Por otra parte, también es imprescindible conocer los gustos y preferencias de cada tipo de consumidor.

Aunque todos los clientes son importantes, se apuesta por el desarrollo de alianzas globales con clientes estratégicos con quienes se establecen relaciones de confianza a largo plazo. Este tipo de cliente es necesario para potenciar el reconocimiento y crecimiento de las marcas del grupo en los distintos mercados.

La estrecha relación con los clientes es clave para conocer y satisfacer sus necesidades y poder así crecer y evolucionar con ellos. La empresa cuenta con un nutrido número de clientes históricos, con más de 20 años de relación comercial.

Como consecuencia de esta amplia cartera de clientes, los productos del grupo están presentes en el mercado tanto en el canal *foodservice*, adquiridos para ser reprocesados o utilizados como ingredientes, como en el canal *retail*, para ser distribuidos directamente al consumidor final. En menor medida, también se comercializan algunos productos para el sector industrial, donde el producto es reprocesado o envasado para terceras empresas. Entre los principales clientes destacan Wal-Mart, Tesco, Carrefour, Aldi, Pizza Hut, Subway y Domino's Pizza, entre otros.



Clientes reconocidos internacionalmente

Actualmente, las empresas del Grupo Ángel Camacho tienen entre sus clientes a más del 50% de las grandes compañías de *retail* mundial de alimentación, que figuran en el Top 25 del ranking que anualmente publica Deloitte, *Global Powers of Retailing 2017*. Si nos centramos únicamente en las 10 empresas de distribución más importantes del mundo, 8 de ellas comercializan en estos momentos algún producto fabricado por el grupo.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Calidad y seguridad alimentaria

Las empresas del Grupo Ángel Camacho apuestan por la calidad en sus productos como bandera de reconocimiento de sus marcas.

La compañía cuenta con una política de calidad que tiene como objetivo la mejora continua del producto, aplicando requisitos implícitos y explícitos en temas relativos a la seguridad alimentaria y al cumplimiento de las exigencias legales.

Como garantía para clientes y consumidores se establece el sistema de gestión de la calidad y seguridad alimentaria en base a múltiples directrices.

Trazabilidad completa

Como parte del sistema de gestión de la calidad y seguridad, se ha implantado un sistema de trazabilidad que permite conocer toda la trayectoria de los productos a lo largo de la cadena de suministro.

Este sistema proporciona información detallada sobre el origen de la materia prima con la que se elabora el producto, la composición del mismo, así como las especificaciones de los clientes a los que se ha enviado cada lote de producto. Todo esto permite un mayor control de cualquier partida, una mayor eficiencia en los procesos productivos, una reducción de costes ante posibles incidencias y, especialmente, mejorar el servicio a los clientes.

Sistema de gestión de la calidad y seguridad alimentaria

Objetivos dinámicos de gestión de la calidad y seguridad alimentaria.

Asegurar la disponibilidad de recursos para la consecución de los objetivos.

Mejora continua de procesos.

Satisfacer los requisitos implícitos y explícitos de los productos, en calidad, legalidad y seguridad, y los requisitos de auditorías de terceras partes clientes.

Implicar a todo el equipo humano en el proceso de mejora continua.



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Transparencia en el etiquetado

El trabajo continuado con los clientes para actualizar los cambios que se producen en la legislación de cada país, garantiza que el etiquetado de todos los productos cumpla con la normativa de los distintos países donde se comercializan.

En el etiquetado se especifican claramente los ingredientes, la información nutricional, así como advertencias sobre componentes que pongan en riesgo a personas que sufren alergias o intolerancias alimentarias. Asimismo, se cumple con la normativa vigente en cada país al que se exporta el producto. Los clientes revisan el etiquetado antes de que el producto sea envasado, así se asegura que éste sea el correcto.

Etiqueta de aceitunas Fragata en Brasil



** % Valores Diários de Referencia base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas. *** Não é obrigatório.

*** Referente a parte oleosa e contida no produto.



Etiqueta de aceitunas Fragata en Polonia

“La confianza que depositan en nuestra empresa nuestros clientes y consumidores es una motivación diaria. Nos incentiva y nos obliga a estar comprometidos con la mejora continua de los procesos de gestión de calidad y seguridad alimentaria”.

— Myriam Espuny Gómez
Directora de Calidad

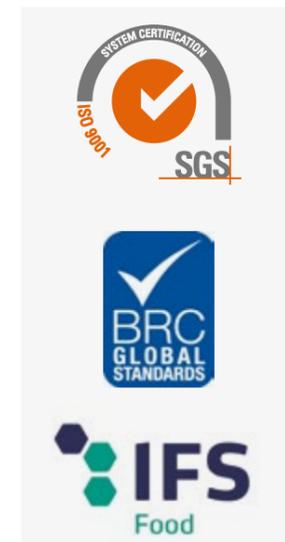


Reconocimiento a la excelencia

La compañía dispone de las certificaciones más exigentes del mercado, establecidas por normas de reconocido prestigio internacional, que acreditan que el sistema de calidad implantado garantiza la seguridad alimentaria.

Todas las áreas de calidad y de seguridad alimentaria, I+D+i, medioambiental, contable, financiera o de prevención laboral, son auditadas de manera interna y por entidades externas con el fin de mantener los más altos estándares nacionales e internacionales.

Estas certificaciones suponen una total garantía para los clientes y consumidores de la compañía y su ámbito de reconocimiento es tanto nacional como internacional. Las certificaciones ISO, BRC e IFS rubrican la gestión de la calidad y seguridad alimentaria de los productos y aseguran el cumplimiento de los requisitos de dichas normas.



Supervisión de alta exigencia

Por otra parte, la empresa es supervisada de manera periódica por sus principales clientes nacionales e internacionales como es el caso de Woolworths (Australia), Subway (USA), Tesco, Waitrose, Morrisons (Inglaterra) y Carrefour (Francia y España), entre otros. Es imprescindible superar de manera muy satisfactoria estas exigentes auditorías sobre procesos y productos, de forma que cumplan con los requisitos legales y con las disposiciones previamente establecidas en los acuerdos de negocio.

Ángel Camacho Alimentación cuida también el medioambiente y éste se integra como uno de sus principios estratégicos. Por ello, se adoptan las medidas necesarias para que todos los procesos que se realicen sean respetuosos con el entorno. Desde el año 2005, el sistema de gestión ambiental está certificado por la norma ISO 14001:2004, para las actividades de elaboración y envasado de todos los productos.

Comunicación y escucha activa

La comunicación fluida y constante con los clientes es una fuente de conocimiento fundamental, tanto de sus necesidades como de la evolución del mercado en general.

Se pone a disposición de clientes y consumidores diferentes canales de comunicación, destacando la página web corporativa y las de las distintas marcas. Además, también se dispone de un canal de YouTube con información relevante y actualizada, y de vías de comunicación directa a través de las redes sociales de las marcas.



Para fomentar la fidelidad, se han creado sistemas de comunicación flexibles que permiten responder a las posibles dudas y reclamaciones de los clientes.

De esta forma, también se ha llevado a cabo un plan de formación para los responsables de atención al cliente, proporcionando herramientas, habilidades y técnicas que mejoren y refuercen esa relación con el cliente.

Desde 2015 existe un protocolo específico para la gestión de reclamaciones, donde se establecen las responsabilidades, la sistemática y los criterios para tratar y controlar las no conformidades originadas en el desempeño de los proveedores, las reclamaciones de los clientes y las devoluciones de productos.

Con el fin de reforzar las herramientas que permiten a Ángel Camacho Alimentación estar más cerca del cliente y poder ofrecer productos de mayor valor, a finales de 2017, se implantó un CRM (*Customer Relationship Management*), herramienta de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes.

Grupo Ángel Camacho en redes sociales



+48,000
SEGUIDORES EN FACEBOOK



+8,800
SEGUIDORES EN TWITTER



+5,300
SEGUIDORES EN INSTAGRAM



70
VÍDEOS SUBIDOS A YOUTUBE
ENTRE 2016 Y 2017

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Nuevos formatos y accesibilidad

Las nuevas tecnologías de comunicación también son muy activas en las empresas del grupo. A través de la web y de las redes sociales se informa de todas las novedades, colaboraciones y noticias de interés sobre la empresa, marcas y productos.

Se dispone tanto de web corporativa como de páginas web específicas para cada una de las marcas: Fragata, La Vieja Fábrica, Susarón, Mario y Stovit, donde se facilita información detallada de los productos.



Páginas web de las marcas del Grupo Ángel Camacho

Además, desde el área de comunicación se realiza el envío de una *newsletter* trimestral, llegando a más de 2.500 suscriptores, entre clientes, proveedores, asociaciones y empleados. La *newsletter* incluye las principales noticias relacionadas con la empresa, las diferentes actividades en las que participa, así como los nuevos lanzamientos y la actividad promocional.

Este canal de comunicación permite informar de las principales novedades y logros de la empresa a todos los grupos de interés. La transparencia y comunicación se considera clave para evolucionar y dar repuestas a las demandas y necesidades del mercado.



Protección de datos

Ángel Camacho Alimentación es consciente de la relevancia de la protección de datos de sus clientes, por ello se ha establecido un protocolo para el cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).

El cumplimiento de esta legislación es auditado periódicamente por una consultora externa, realizándose un seguimiento semestral y auditorías bianuales para revisar que todo se está haciendo dentro de las directrices de esta ley.

Desde el 2017 se trabaja para adaptarse al nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que entró en vigor en España en mayo de 2016 y que es aplicable a partir de mayo de 2018.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



Innovación y diversificación

Grupo Ángel Camacho trabaja en la innovación y diversificación de productos para satisfacer los gustos de un consumidor cada día más exigente.

Explorar nuevas necesidades del mercado o buscar sabores que sorprendan a sus consumidores, constituyen las señas de identidad de la compañía. GAC considera que potenciar el lanzamiento de nuevos productos es vital para estar cerca de sus consumidores.

Trabajando en este sentido, entre 2016 y 2017, ha lanzado bajo la marca Fragata, originales aliños de aceitunas: con hierbabuena, al estilo provenzal, con pimienta natural, con tomillo o a las finas hierbas, así como, dos exquisitos rellenos -aceitunas rellenas de chorizo y aceitunas rellenas de pimienta del piquillo-.

En 2017, bajo su marca de mermeladas La Vieja Fábrica, lanzó "Dúo de Sabores", dos novedosas combinaciones de frutas: "piña con mango" y "arándano con fresa".

Compromiso con el consumidor

Como respuesta a un cambio en los hábitos del consumidor, a una creciente demanda por alimentos funcionales, bajos en sal o azúcar, sin gluten o aptos para personas diabéticas, la empresa innova de manera continua para integrar en su catálogo de productos esta demanda de productos saludables.

Un ejemplo de adaptación al consumidor ha sido el reciente lanzamiento de La Vieja Fábrica Cremosa, Cacao y Avellana, sin aceite de palma. Han sido muchos los consumidores que han solicitado a ACA la creación de una crema de avellanas sin este ingrediente.

Asimismo, el lanzamiento continuado de nuevas infusiones funcionales Susarón, ha supuesto una clara apuesta de la compañía para mejorar el bienestar de todos sus consumidores.

“

El desarrollo de productos saludables responde a nuestro compromiso con la salud de los consumidores. Trabajamos cada día para lanzar al mercado productos innovadores que sean capaces de sorprender al consumidor, satisfacer sus necesidades y que, además, formen parte de una dieta equilibrada”.

— Jorge Gómez Carretero
Director I+D+i



Más cerca del cliente cada día

Ángel Camacho Alimentación acerca sus productos cada día más a sus consumidores y se adapta a los nuevos estilos de vida y de compra.

En septiembre 2016 se inició la venta online de aceitunas, encurtidos, mermeladas e infusiones funcionales a través de las plataformas Ulabox y Amazon, ofreciendo así una alternativa cómoda y rápida para que los consumidores puedan disfrutar de todos los productos del grupo donde quiera que se encuentren.

Aunque actualmente las ventas online todavía no tienen un impacto relevante en la cuenta de resultados, se prevé un constante crecimiento en este canal de venta en los próximos años.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

4.2

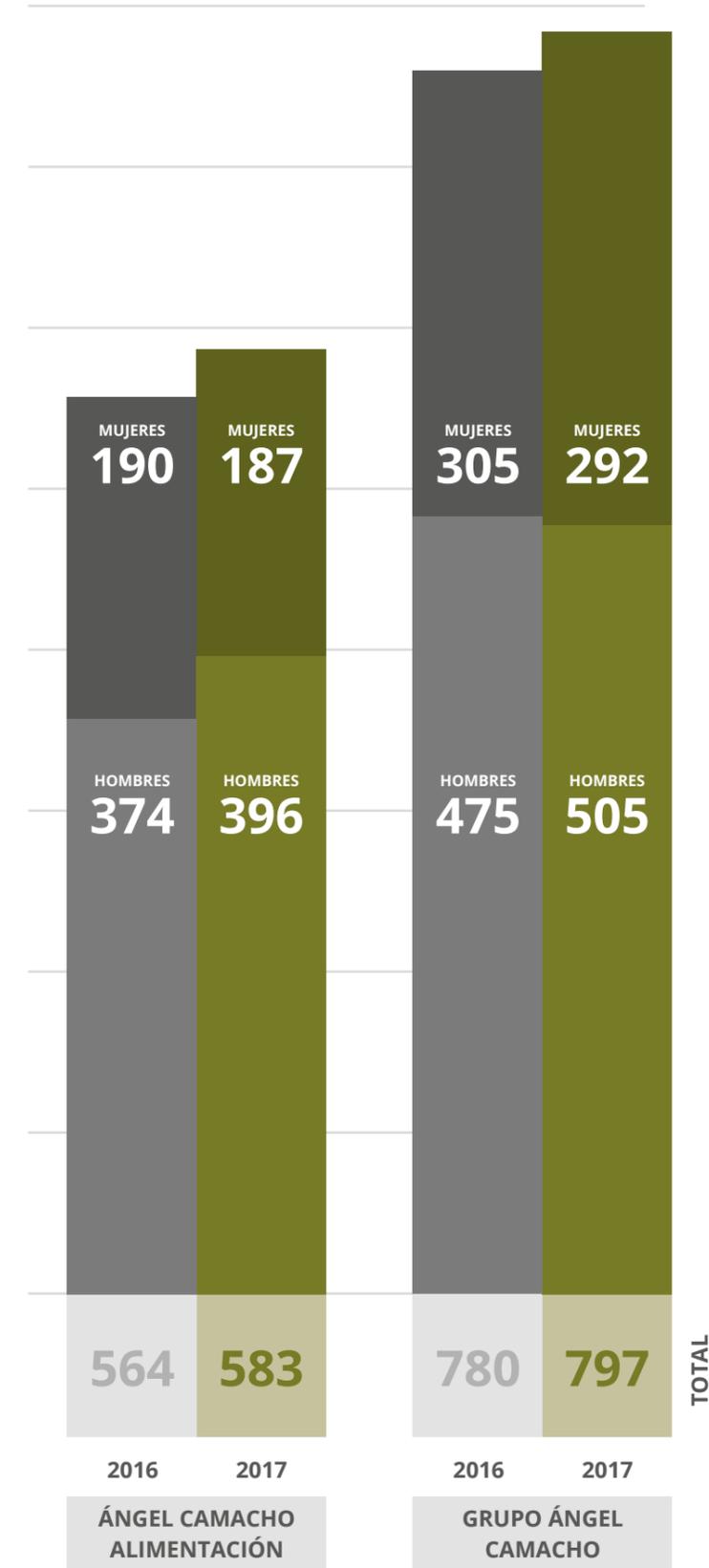
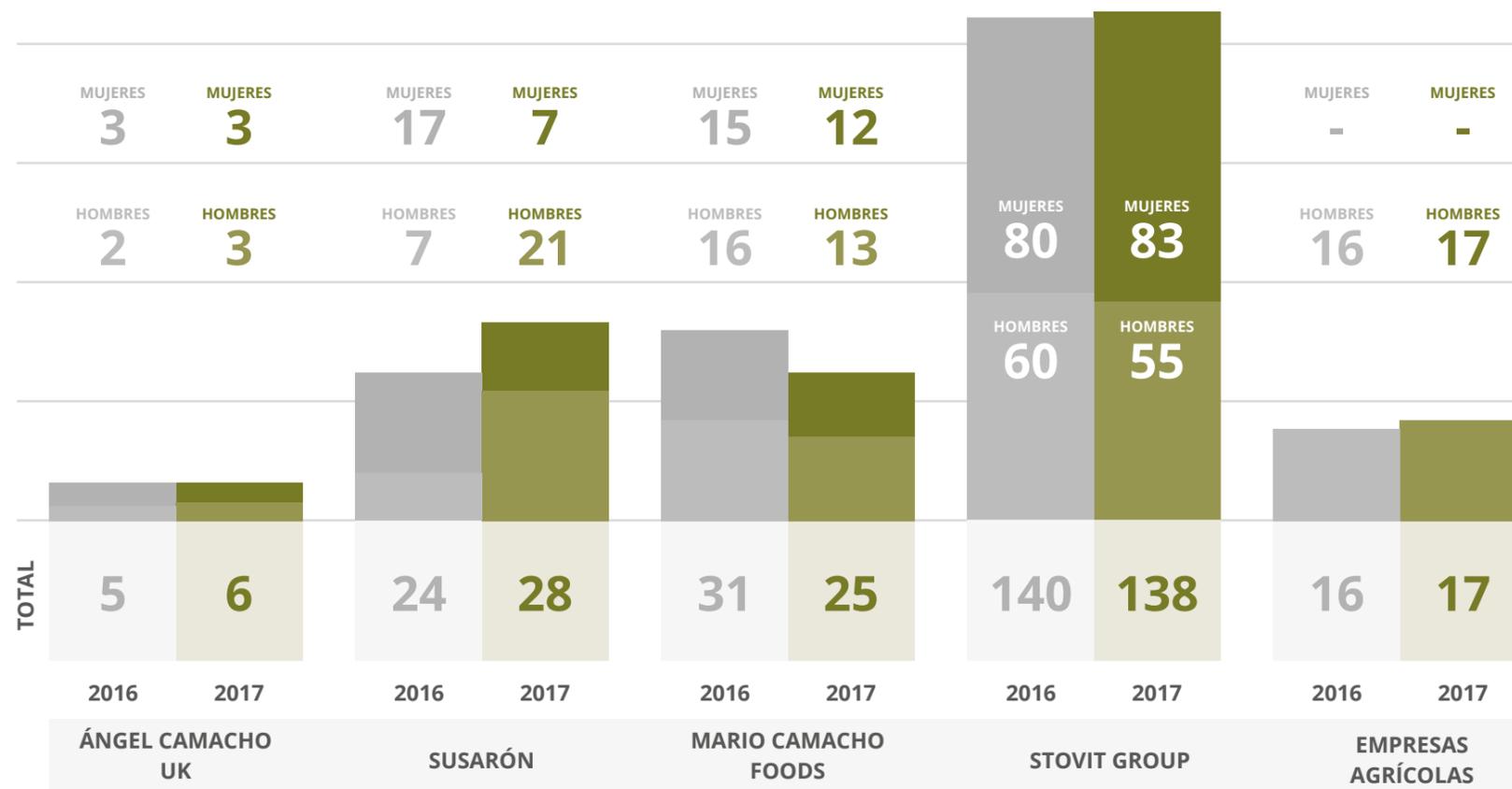
Nuestras personas: motivación, formación y seguridad



El cuidado de las personas es un objetivo clave dentro de las políticas del Grupo Ángel Camacho. Por ello, la gestión del Área de Personas se enfoca en los proyectos que tienen como objetivo fomentar el compromiso y la motivación de las personas, así como su seguridad y formación.

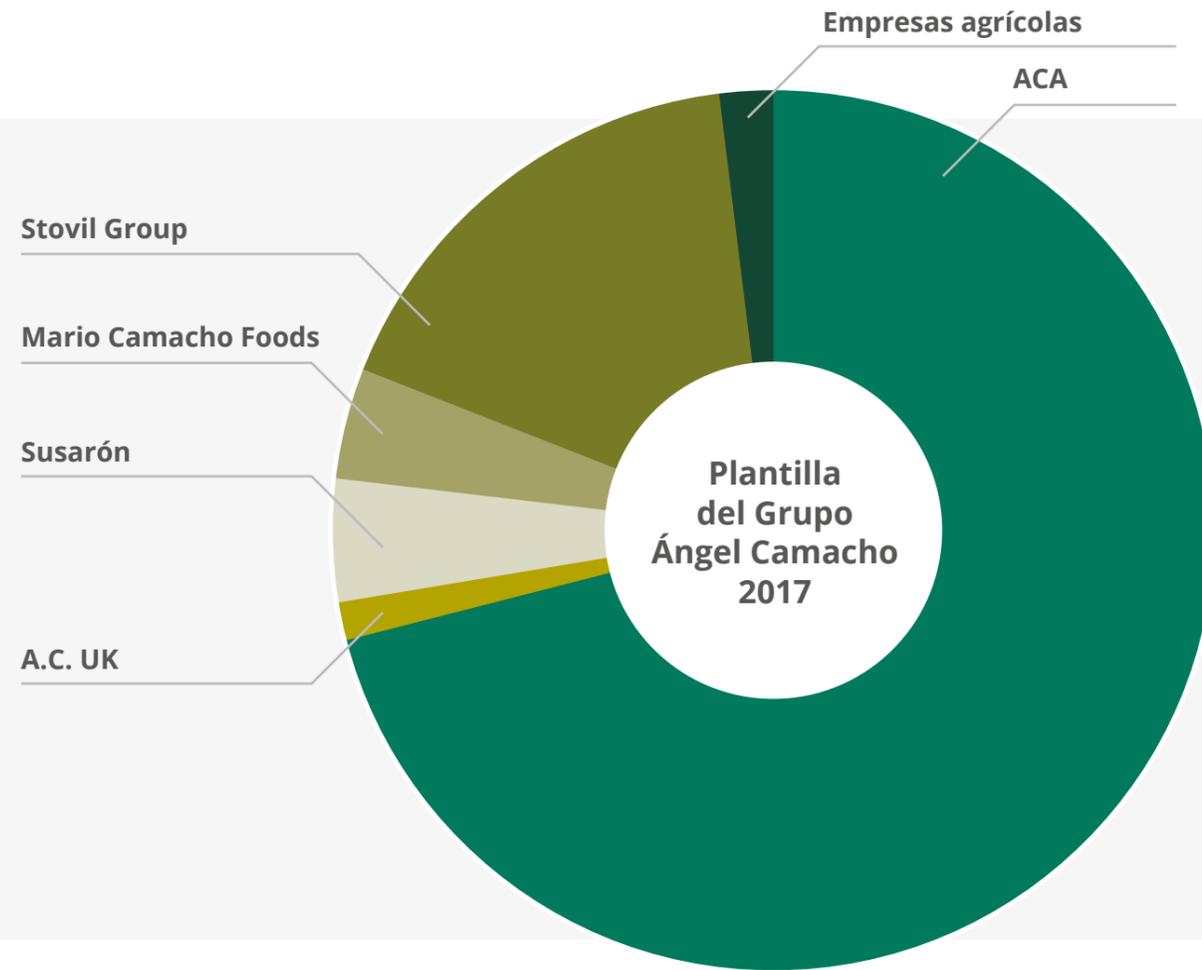
Composición de la plantilla

Dentro del grupo, la plantilla de Ángel Camacho Alimentación es la más numerosa, representando más del 87% del total en el año 2017.



Estos datos reflejan el número medio de trabajadores en función de los días cotizados durante el año. Por las peculiaridades del negocio muchos empleados son trabajadores fijos discontinuos y eventuales. Según esta media, solo cuenta como un trabajador si trabajó durante todo el año completo. Si, por ejemplo, una persona trabajó solo 6 meses en el año, contaría como 0,5 trabajador.

Mensaje [1]
Quiénes somos [2]
Visión [3]
Compromisos [4]
Memoria [5]



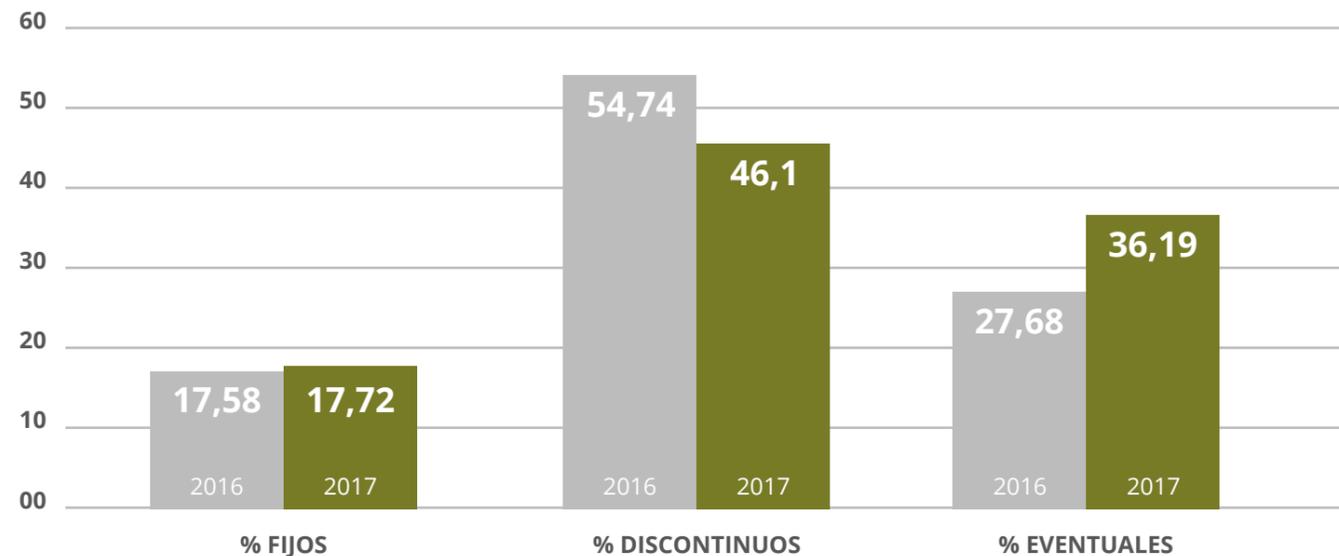
En ACA los trabajadores tienen principalmente una contratación indefinida de trabajo discontinuo debido a la estacionalidad de su actividad. En el periodo 2016-2017 han aumentado los contratos fijos y eventuales, disminuyendo de manera notable los discontinuos.

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]



Evolución del tipo de contratación



Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Motivación y compromiso

La encuesta de clima laboral realizada en 2014 permitió evaluar la opinión de los trabajadores sobre la compañía y proponer acciones correctoras. Durante el periodo que abarca este informe se han puesto en marcha iniciativas con el fin de fomentar el compromiso de las personas con la empresa, y una empresa comprometida con las personas.

Las áreas de mejora detectadas en la última encuesta de clima laboral fueron motivación, comunicación, liderazgo y determinados aspectos del trabajo.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Fruto de ello, se ha desarrollado un plan de acción de mejora en estos puntos que comprende una batería de 40 medidas. Las principales acciones desarrolladas en el periodo 2016-2017 han sido las siguientes:

| MEDIDA | OBJETIVO | DESCRIPCIÓN |
|---|--|---|
| Desayunos con la Dirección General | Facilitar el intercambio de ideas, información, preguntas e inquietudes con el Director General. | Se han celebrado 10 desayunos, con 61 asistentes. Realización de encuesta de satisfacción con un resultado general de 8,05 sobre 10. |
| Instalar buzones de sugerencias y consultas del Departamento de Personas (Campaña "Escuchándonos") | Gestionar la comunicación ascendente. Su objetivo es recoger todas las opiniones, ideas, propuestas y consultas de los empleados con la finalidad de lograr una mejora continua. | Puesta en marcha en octubre 2017. |
| Visitas guiadas de los familiares de los empleados | Acercar a las familias de los empleados a su lugar de trabajo. | Se ha definido el proyecto, recorrido de la visita, etc. Previsión inicio actividad a la finalización de obras de la planta. |
| Implantar un Sistema de Gestión del Desempeño. | Potenciar y reconocer el desempeño de las personas. | Pendiente implantación. |
| Proyecto visita de los Directores a Fábrica | Acercar el equipo directivo al equipo de fábrica, facilitar la comunicación ascendente y descendente e impactar en el compromiso y motivación de las personas. | Se han realizado diferentes visitas por partes del equipo de dirección. |
| Estudios retributivos del personal de fábrica | Estudio de las primas que actualmente se dan en fábrica Establecer la banda retributiva de los mecánicos dentro de marco retributivo. | Pendiente implantación. |

Estas y otras medidas han contribuido a minimizar el impacto del proceso de reorganización industrial en el personal de los centros de trabajo afectados.

Lo más satisfactorio:
La Compañía y el Trabajo



Lo más satisfactorio:
La Compañía y el Trabajo
+80%

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

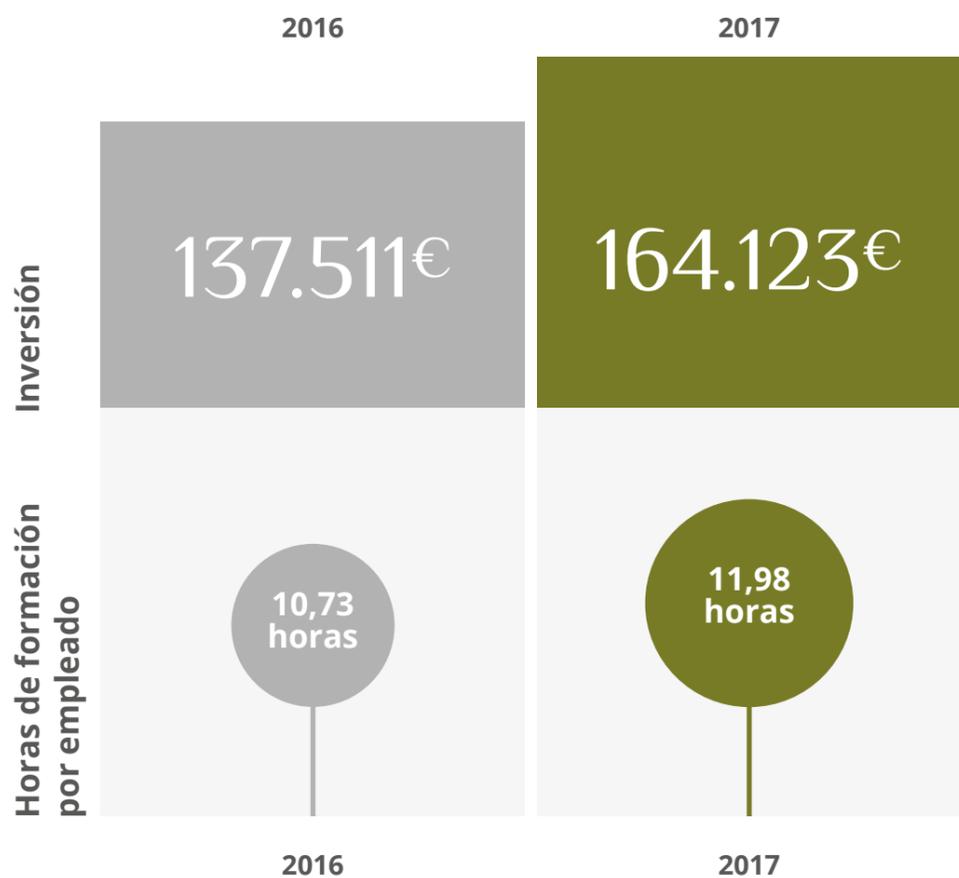
Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Impulso a la formación

En Grupo Ángel Camacho el aprendizaje y conocimiento son primordiales. Durante los dos últimos años la compañía ha invertido más de 300.000€.



Las principales iniciativas formativas en 2016-2017 han sido:



Idiomas:

Debido a la internacionalización y vocación global de GAC, es imprescindible un equipo multilingüe. Se apuesta por la formación en idiomas, con programas presenciales, online e intensivos.



Coaching directivo y coaching apreciativo:

Herramientas para impulsar proyectos comunes con una visión compartida para mejorar las competencias de comunicación, coordinación y trabajo en equipo.



Plan de desarrollo para el equipo de electromecánicos:

Proyectos formativos en las áreas de electricidad, mecánica y neumática.



Plan formativo para la certificación en el sistema Lean Manufacturing:

se ha formado a mandos intermedios en el nivel Yellow Belt y a personas del equipo de mejora continua en el nivel Green Belt.



Plan formativo sobre Código Ético:

Se realizan acciones de formación de forma continua.

Tipo de formación

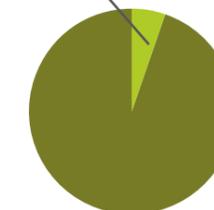
95,57 %

Áreas técnicas



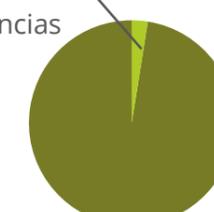
5,31 %

Idiomas



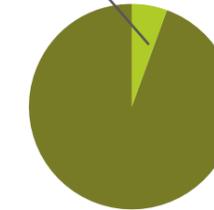
2,65 %

Competencias



5,66 %

Código ético



Los técnicos de prevención del departamento de seguridad y salud laboral, han impartido formación preventiva inicial, de acuerdo con el Art. 19 de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, a todas las personas que se incorporan a la empresa, incluidas aquellas que desarrollan prácticas de estudio. En 2017, se ha impartido formación interna en esta materia a 77 trabajadores y a 5 trabajadores en prácticas.

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



Formación de equipos de autoprotección

Ángel Camacho Alimentación da un paso más allá en la implantación del plan de autoprotección con la elaboración, nombramiento y formación de los diferentes equipos de intervención para los tres centros de trabajo. Sólo los miembros de estos equipos están autorizados para actuar ante cualquier situación de emergencia que se pueda producir en las instalaciones.

En 2017 estos equipos se han integrado al organigrama del equipo de emergencias ambiental y se ha ofrecido formación a un equipo de intervención en la empresa EBT Formación, especializada en formación de lucha contra incendios y primeros auxilios. Éstos se desplazan hasta las instalaciones de ACA con una unidad móvil donde llevan a cabo diferentes actividades prácticas relacionadas con la extinción de fuegos, prácticas en situaciones de calor, procedimientos a seguir para abrir puertas en caso de un incendio y, uso y aprendizaje del manejo de extintores, entre otras.

Cultura preventiva

Ángel Camacho Alimentación tiene un sólido compromiso con la prevención de riesgos laborales. Desde hace más de 15 años se llevan a cabo importantes actuaciones preventivas para mejorar continuamente las condiciones de trabajo y reducir la siniestralidad. El esfuerzo comienza a dar sus frutos ya que en 2017 el índice de siniestralidad se ha visto reducido un 5% con respecto al año 2016.



Certificación OHSAS 18001:2007 de seguridad y salud laboral

Desde el año 2015, esta valiosa certificación refuerza el compromiso de la compañía con la seguridad y salud laboral y la convierte en referente en esta materia dentro del sector. Se destaca, en la auditoría de seguimiento realizada en 2017, el trabajo desarrollado a través del proyecto de cultura preventiva.



“

Nuestros objetivos para alcanzar una cultura preventiva son motivar a las personas hacia comportamientos preventivos y seguros, mantener el compromiso de mejora de las condiciones de trabajo y hacer de nuestra cultura preventiva una práctica sostenible en el tiempo”.

— **Mónica Ariza Pertiñez**
Directora de Personas



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Trabajar sin peligro: Metodología Q-SAFELY

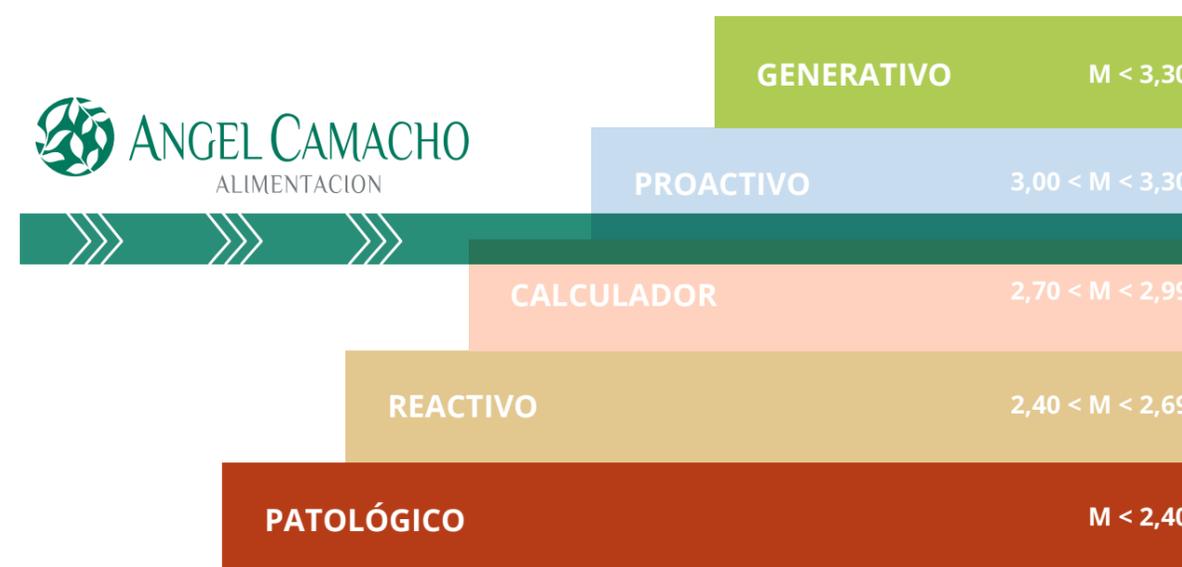
En 2016, ACA junto con la consultora QUALE han puesto en marcha un proyecto para la transformación positiva de la cultura preventiva. El objetivo de esta iniciativa es conseguir un trabajo sin peligro, con el fomento de actitudes proactivas para evolucionar del control de riesgos al compromiso preventivo. Esta nueva forma de trabajar en seguridad se basa en el liderazgo y la participación de la dirección, los mandos, los trabajadores y sus representantes.

La iniciativa consta de tres fases, una primera etapa de lanzamiento; una segunda fase en la que se ha puesto en marcha el proceso de transformación y una última fase de evaluación y mejora.

| FASE I. LANZAMIENTO (2016 - primer trimestre 2017) | FASE II. PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN (A partir del segundo semestre 2017) |
|--|--|
| <p>Acción: Realización de un estudio de clima de seguridad y proceso de capacitación de los mandos.</p> | <p>Acción: Se trabaja con los mandos en un programa de actividades denominado "5* Safely" que tienen por objeto la transformación de la cultura preventiva de la organización.</p> |
| <p>Objetivo: Conocer la percepción colectiva sobre la importancia de la seguridad y salud laboral en Ángel Camacho Alimentación.</p> | <p>Objetivo: Practicar todo lo trabajado en el programa de capacitación "Líderes de Seguridad", crear el hábito "mira por la seguridad".</p> |
| <p>Procedimiento: Se ha ofrecido a todo el personal la cumplimentación del cuestionario definido por la metodología NOSACQ-50, de forma presencial o en línea, siendo, en ambos casos, voluntaria la participación y absolutamente anónima en relación con el tratamiento de los datos obtenidos.</p> | <p>Procedimiento: El programa se basa en 10 semanas, 10 temas, 10 retos por la seguridad. Cada semana se lanza un tema y los mandos dedican 5 minutos diarios al mismo. Se realizan reuniones mensuales del grupo de trabajo para hacer un seguimiento de la actividad realizada por los mandos y desarrollar acciones de puedan suponer una mejora o impulso del proyecto.</p> |

Como resultado de la primera fase, el valor obtenido para la cultura preventiva ha sido de 2,99 sobre 4,00, lo cual posiciona a ACA en un nivel "Calculador" límite, dentro de la Escalera de Parker.

Nivel de cultura preventiva. Escalera de Parker



Aunque se entiende que se ha obtenido un buen nivel de partida, Ángel Camacho Alimentación aspira a lograr una cultura preventiva "Generativa", que tenga por objetivo la creación de puestos de trabajo "sin peligro", pasando del control de los riesgos a su identificación y abordaje anticipado mediante la mejora continua en seguridad.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Acciones de mejora

- Mayor implicación de todos los miembros de la organización**, mediante la definición de una estrategia que promueva el cambio de comportamientos individuales y colectivos hacia la seguridad a través del liderazgo, el convencimiento y el compromiso. Se busca pasar del control de riesgos al compromiso preventivo.
- Capacitación mandos “líderes de seguridad”**: se trabaja, además de en procedimientos internos de seguridad, la escucha, la observación, la comunicación, generando un proceso de compromiso para la mejora, activando el liderazgo y poniéndolo en marcha para llegar a una nueva forma de hacer el trabajo seguro.
- Promoción de la jornada **“Liderando. Mi compromiso con la seguridad”** en la que los directivos de la compañía se reunieron para intercambiar conocimiento y debatir formas de implicar a todo el equipo de GAC en la creación de una cultura preventiva.

Siniestralidad

En 2017 ACA ha registrado un índice de incidencias de 3,9 puntos menos que en 2016, registrándose 3 accidentes menos. Además, se ha mantenido el número de incidencias con baja en los dos años del periodo. Los incidentes que no llegaron a causar baja médica, han sido 56 en 2017 y 59 en 2016 lo que constituye una disminución del 5%.

| INDICADORES DE SINIESTRALIDAD | | |
|-------------------------------|-------|-------|
| Indicadores | 2016 | 2017 |
| Índice de incidencia | 73,53 | 69,63 |
| Número jornada perdidas | 329 | 544 |
| Número accidentes con bajas | 30 | 30 |
| Número incidentes | 59 | 56 |

Salud y Seguridad en el entorno laboral

ACA es consciente de la importancia de proporcionar un entorno laboral seguro, por este motivo se realizan acciones de mejora continua relacionadas en las políticas de seguridad y salud de la empresa.

Para la gestión del bienestar de los empleados en sus puestos de trabajo, existen dos comités de seguridad y salud laboral, uno en el centro de Espartinas y otro en el centro de trabajo de Morón.

Con el fin de involucrar a todas las personas que forman parte de ACA en cuestiones relacionadas con seguridad y salud, en 2017 se ha celebrado una campaña de concienciación preventiva en colaboración con la Mutua Fremap, dirigida a los trabajadores accidentados durante el año anterior.

Además, en 2016 se lanzó un vídeo informativo, “Poniendo Seguridad a tu Vida. Reto Cero Accidentes”, que se presentó en la Jornada Poniendo Sabor a tu Vida de 2016. En este vídeo los protagonistas fueron los hijos de los empleados, quienes explicaron a sus padres y madres consejos para poder desempeñar sus labores de forma más segura.



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Comunicación interna

Entre 2016 y 2017 se aumentó la frecuencia de envío de comunicaciones, principalmente en comunicados internos, enviando 44 comunicados sobre los 37 enviados en el periodo 2014-2015.

Además de la habitual *newsletter* trimestral que publica GAC desde hace años entre sus empleados y clientes, también hay que destacar que en 2017 se ha puesto en marcha una nueva *newsletter* "What's New", dirigida a las unidades de negocio, con dos envíos realizados en el último año.



La nueva *newsletter* centra principalmente su información en las diferentes unidades de negocio del GAC y recoge las principales novedades de la empresa. Se envía por email y va dirigida a los diferentes directivos de todas las unidades de negocio.

Por otra parte, anualmente, el GAC organiza la Jornada "Poniendo Sabor a tu Vida" en las instalaciones del Instituto San Telmo de Sevilla. Sin lugar a duda, el evento de comunicación interna y formación más importante que se celebra durante el año. En 2017 se realizó la octava edición con una asistencia de más de 130 personas.



Octava Jornada de comunicación interna y formación en el Instituto San Telmo de Sevilla.

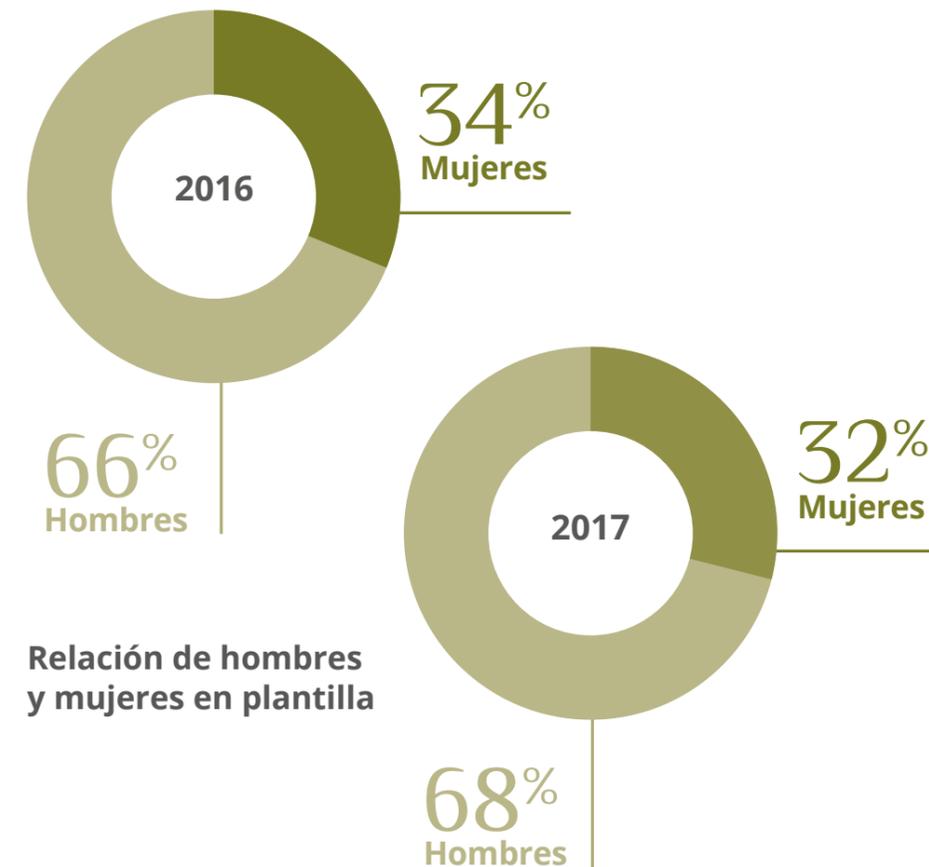
Conciliación y diversidad

La política laboral y de desarrollo de personas de ACA está presidida por el principio de no discriminación e igualdad. En ese sentido, se ha firmado el primer Plan de Igualdad el 21 de abril de 2016.

Teniendo en cuenta que el sector en el que opera ACA ha tenido, tradicionalmente, una mayor presencia de hombres, el Área de Personas trabaja para continuar con la incorporación de la mujer en todas las áreas funcionales.

Anualmente se realiza un diagnóstico en el que se analiza la situación de la empresa en materias tales como acceso al empleo, la clasificación profesional, la promoción y la formación, las retribuciones y la ordenación del tiempo de trabajo para favorecer la conciliación laboral, personal y familiar.

En estos diagnósticos de situación se pone de manifiesto que no existe desigualdad entre hombres y mujeres, sino que las diferencias existentes están relacionadas con los puestos que ocupan dentro de la empresa



| PRINCIPALES INDICADORES DE CONCILIACIÓN | | | | | |
|---|----------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| 2016 | | | 2017 | | |
| Trabajadores con maternidad y paternidad | | | | | |
| 5 | 14 | 19 | 10 | 18 | 28 |
| Trabajadores con reducción de jornada | | | | | |
| 6 | - | 6 | 7 | - | 7 |
| Trabajadores en excedencia por cuidados familiares | | | | | |
| 1 | - | 1 | 1 | - | 1 |
| MUJERES | HOMBRES | TOTAL | MUJERES | HOMBRES | TOTAL |

Nuevo sistema de gestión del desempeño

En 2016, ACA ha puesto en marcha un sistema de gestión del desempeño para movilizar una faceta del liderazgo importante: la influencia y el desarrollo que un jefe es capaz de ejercer en sus colaboradores.

El objetivo del proyecto es establecer planes de desarrollo de las personas, contando con la máxima involucración tanto de la dirección como de los mandos intermedios.

Para enfocar este proyecto, estratégico para la empresa, se han realizado durante 2017 unas jornadas de diagnóstico a través de cuatro grupos de discusión realizados de la mano de una consultora especializada.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Diálogo con representantes de los empleados

En Ángel Camacho Alimentación el 100% de los empleados está cubierto por el convenio colectivo.

Desde finales de 2015 y hasta 2016 se ha llevado a cabo un importante proceso de negociación con los comités de empresa como parte de la reorganización industrial. Ha afectado a 40 trabajadores de la planta de frascos y aceitunas negras, motivado por el traslado de una línea de producción de envasado de la fábrica de Espartinas a la fábrica de Morón.

Como resultado de la negociación se ha propuesto la recolocación en otros puestos de 25 personas, bajas incentivadas por IPT (Incapacidad Permanente Total) y prejubilaciones. A pesar de que en esta primera fase sólo se veía afectado el centro de Morón, se acordó con el comité de empresa y los trabajadores del centro de Espartinas la incorporación de personas a ésta última planta para suplir los puestos de trabajo generados por las bajas por IPT y prejubilaciones.

En 2017, la culminación de la segunda fase de la reorganización industrial y el traslado de la línea de producción de envasado del centro de trabajo de Espartinas al centro de trabajo de Morón ha afectado a 24 trabajadores. La solución ha sido la recolocación en otros puestos de 21 personas, la jubilación parcial de una persona, bajas incentivadas por IPT de 5 personas y la prejubilación de 9 empleados.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

4.3

Medioambiente: sostenibilidad y responsabilidad



Ángel Camacho Alimentación mantiene un sólido compromiso con el entorno ambiental debido al impacto directo de su actividad en el medioambiente. Desde hace décadas se trabaja para controlar y reducir el impacto ambiental a través de la mejora continua en la gestión de los recursos naturales, apoyada por las nuevas tecnologías, y un seguimiento sistemático de los procesos que son verificados y certificados de forma externa.

Para ampliar la información, Ángel Camacho Alimentación publica anualmente su Declaración Medioambiental que recoge los resultados del desempeño en la gestión sostenible de la compañía y que se encuentra disponible para todos los grupos de interés.

Política Ambiental y Energética

La Política Ambiental y Energética recoge los principios de sostenibilidad en la gestión de la compañía. A principios de cada año se publica una actualización de estos compromisos, con la intención de promover el consumo eficiente de los recursos entre sus empleados, sus proveedores y otros prestadores de servicios.

La Política Ambiental y Energética, que se impulsa desde la Dirección, es asumida por todas

las personas que forman parte de la empresa e implica un claro compromiso con los principios que recoge. De esta manera las personas que forman Ángel Camacho Alimentación trabajan persiguiendo siempre la eficacia, la eficiencia y la mejora continua en el uso de los recursos, minimizando los impactos medioambientales y energéticos. Para garantizar su cumplimiento se revisan periódicamente los objetivos, programas, y medidas implementadas.



POLÍTICA AMBIENTAL Y ENERGÉTICA

La Dirección del Grupo Ángel Camacho. S.L., 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 conozcan 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 compromisos ambientales y energéticos adquiridos con clientes, proveedores y asociaciones.
- **Compromiso de cumplimiento de los 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 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.

En Morón de la Frontera, a de 15 de marzo de 2018

Fdo.: D. Ángel Camacho Perea
Director General



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Sistema de gestión

Los Sistemas de Gestión Ambiental y Energéticos son una herramienta clave para la mejora continua y el uso eficiente de la energía. Por ello, Ángel Camacho Alimentación cuenta, desde 2005, con su propio Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma ISO 14:001:2004 y, desde 2015, con un Sistema de Gestión Energética adaptado a la norma ISO 50:001:2011. Todo ello supervisado por el Comité de Eficiencia Energética.

Este comité, que se reúne periódicamente, gestiona el Plan de Acciones de Eficiencia Energética (PAEE) y tiene como funciones principales la identificación y evaluación de proyectos, la justificación de inversiones, los ahorros estimados, la verificación de la correcta implantación de medidas energéticas y el seguimiento de los logros conseguidos.

Durante el periodo 2016 y 2017 se han abordado 68 acciones, clasificándolas en acciones en curso, en estudio, implantadas o desestimadas.

Reducción consumo aire comprimido

Entre las acciones realizadas en este periodo cabe destacar aquellas acciones que han ido encaminadas a reducir el consumo de aire comprimido en fábrica.

El aire comprimido es uno de los consumos de electricidad más significativo de la actividad de la empresa, a finales de 2015 suponía el 15% del total. Motivado por la implantación de acciones para la eficiencia energética, el consumo eléctrico para la producción de aire comprimido se redujo al 12% a finales de 2017. Esto se traduce en un ahorro, durante esos dos años, de 138 Tn. de CO2 que se han dejado de emitir por este concepto.

Indicadores clave

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



Mensaje [1]

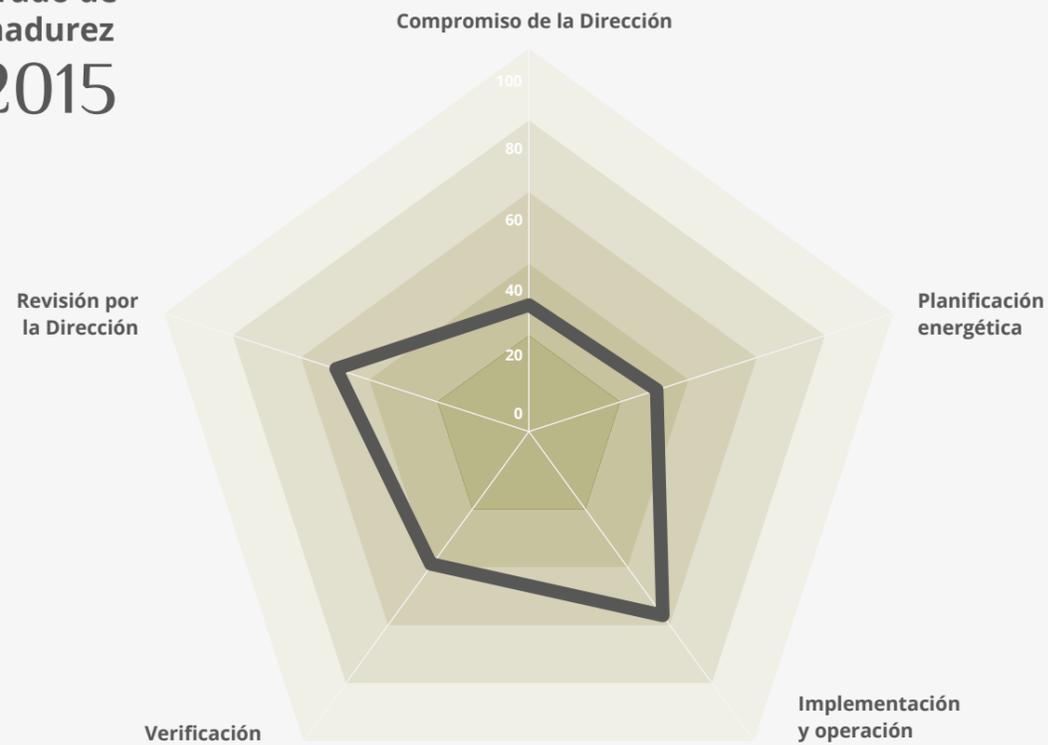
Quiénes somos [2]

Visión [3]

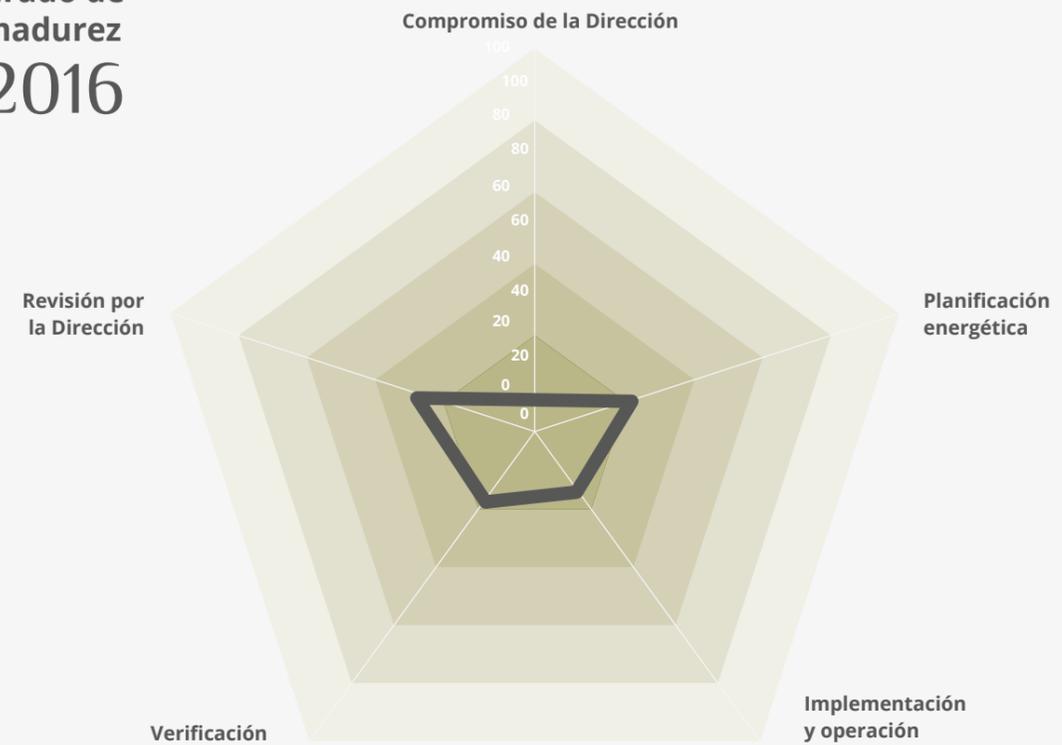
Compromisos [4]

Memoria [5]

Grado de madurez 2015



Grado de madurez 2016



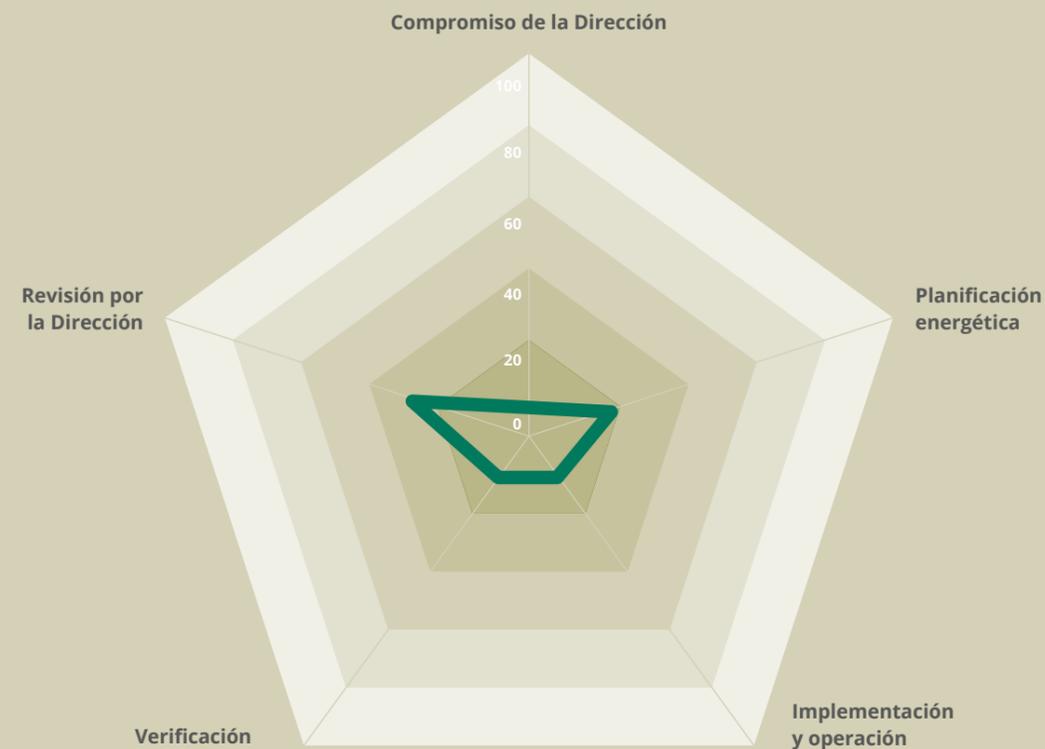
Evolución del grado de madurez en gestión energética

En cuanto a la evolución de los sistemas de gestión, en 2017, el Informe de Auditoría ISO 50001, acredita que ACA es una organización con experiencia en sistemas de gestión. Este reporte evalúa el grado de desarrollo de la compañía en los 5 pilares de una Gestión Energética Efectiva: compromiso de la dirección, planificación energética, implementación y operación, verificación y revisión por la dirección.

Como se aprecia en los gráficos, el potencial de mejora se va reduciendo año tras año, el objetivo es alcanzar el 0%.

Mientras que en 2015 algunos aspectos como la implantación y operación se situaba con un gran potencial de mejora, en 2017 ya se aprecia que los 5 pilares de la Gestión Energética Efectiva se sitúan muy cerca del objetivo. Todo ello refleja que el grado de madurez energética mejora año tras año.

Grado de madurez 2017



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

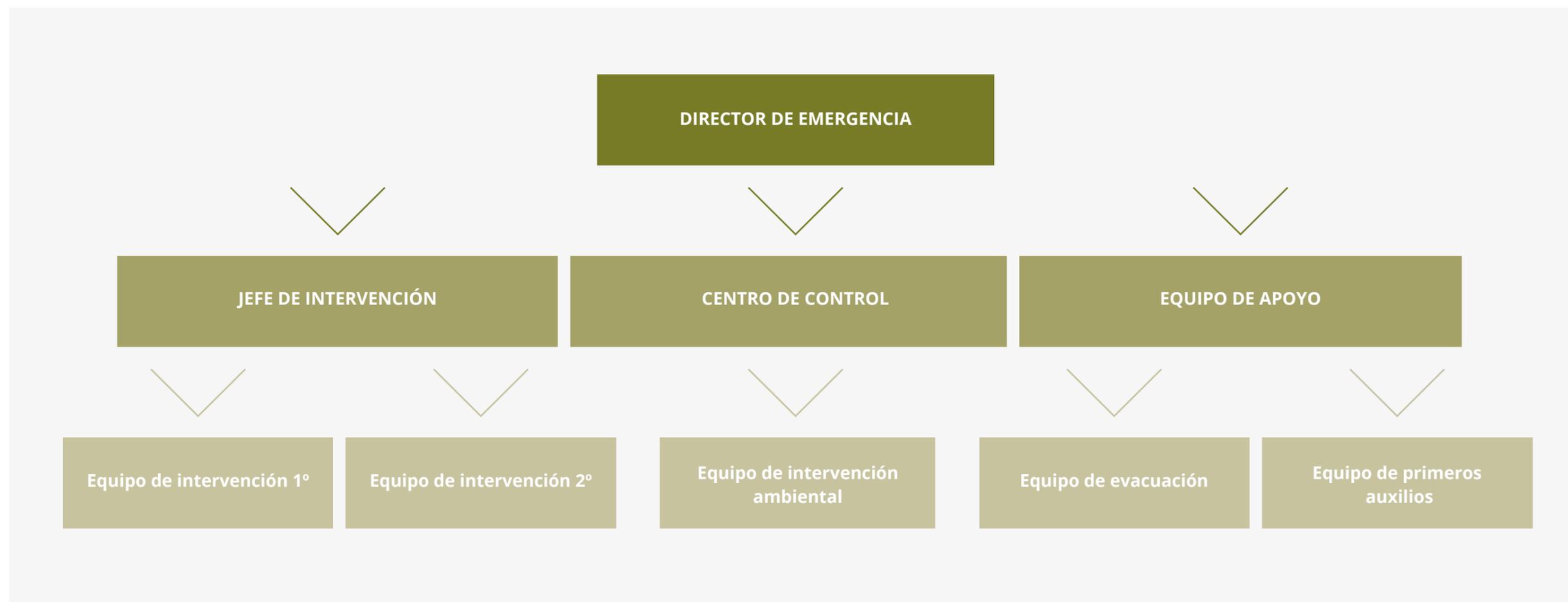
Equipos de emergencia ambiental

Durante el periodo 2016-2017 se ha trabajado para mejorar la organización de los procedimientos y la formación en casos de emergencias ambientales. Para ello, se han organizado tres equipos de emergencia y se han llevado a cabo cinco simulacros relacionados con posibles riesgos como derrames de gasoil, incendios, vertidos y derrames de productos químicos.

Los simulacros son claves para la empresa ya que reducen de forma importante el impacto que esas situaciones imprevistas puedan ocasionar.



Organigrama de los equipos de emergencia



Indicadores ambientales

Huella de carbono

En el periodo 2016-2017 destaca la consolidación del proyecto de envasado de aceitunas verdes con el traslado de la actividad de envasado de la fábrica de Espartinas a la de Morón de la Frontera. Esta iniciativa permite sustituir las calderas de fueloil utilizadas en la anterior fábrica por las de las instalaciones de Morón que emplean energía de biomasa como combustible. De esta forma, hoy en día, el consumo de fueloil es cero y los combustibles fósiles suponen ya menos del 15% del consumo total.

Huella hídrica

La apuesta por la gestión sostenible del agua mediante la aplicación de nuevas tecnologías y procesos de producción más eficientes, las acciones dirigidas a la concienciación y formación de los empleados, las inspecciones de las instalaciones para detectar fugas, la instalación de grifos temporizados y sistemas de corte, entre otras iniciativas, han permitido reducir de forma significativa la huella hídrica. Además, el proyecto de envasado de aceitunas verdes ha supuesto una disminución del consumo de agua de un 3,2%.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| Otros indicadores destacados | 2010-2017 |
|--|-----------|
| MATERIAS PRIMAS | |
| Reducción del consumo de materias primas (sal, sosa cáustica, etc.), por tonelada de producto envasado | -19,3% |
| ENVASES Y EMBALAJES | |
| Reducción del consumo de envases y embalajes por tonelada de producto envasado | -3,4% |
| RESIDUOS Y VERTIDOS | |
| Aumento de la producción de residuos no peligrosos, por tonelada de producto envasado | +18,1% |
| Reducción de la producción de residuos peligrosos por tonelada de producto envasado | -5,8% |
| Reducción de la generación de vertidos por tonelada de producto envasada | 1,4% |
| BIODIVERSIDAD | |
| Reducción de superficie de suelo de fábrica ocupado | -29,5% |

| Certificaciones obtenidas | |
|---|---|
|  | <p>EMAS – Eco-Management and Audit Scheme</p> <p>Normativa voluntaria de la Unión Europea, de gran prestigio internacional, que reconoce a organizaciones que han implantado un 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 pertenecer al registro de Centros Ecoauditados de Andalucía, cumpliendo con los requisitos del Reglamento 1221/2009 del Parlamento Europeo.</p> |
|  | <p>The Water Footprint Network – Huella hídrica</p> <p>ACA ha sido la primera empresa del mundo que ha calculado y verificado la huella hídrica de las aceitunas envasadas. La metodología seguida es la establecida por <i>The Water Footprint Network 2011</i>.</p> |
|  | <p>Huella de carbono</p> <p>ACA es un 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 <i>Green House Gases Protocol</i>.</p> |
|  | <p>ISO 50001- Sistema de Gestión Energética</p> <p>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.</p> |
|  | <p>ISO 14001-Sistema de Gestión Ambiental</p> <p>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.</p> |
|  | <p>Junta de Andalucía – Distintivo de Calidad Ambiental</p> <p>En 2014, ACA fue la primera compañía del sector de la alimentación en obtener dicho reconocimiento de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.</p> |
| | <p>Durante el 2018, la compañía va a renovar las certificaciones ISO 14001 y ISO 50001, y en el caso de la certificación ISO 14001:2004, se llevará a cabo la adaptación a la ISO 14001:2015.</p> |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Tecnología e innovación para el desarrollo sostenible

Proyecto *Life Laser Fence*: Cerca virtual y protección animal

Ángel Camacho Alimentación apuesta por el uso de las nuevas tecnologías como una herramienta para potenciar el desarrollo sostenible a través de la investigación de nuevas soluciones. Como muestra de este compromiso, las empresas agrícolas del grupo, Cucanoche, Cuarterola y Eoloarroz participan en el proyecto internacional *Life Laser Fence*, que en el periodo 2016-2017 ha evidenciado sus primeros resultados favorables.



lizan videoconferencias mensuales para compartir los resultados obtenidos en las pruebas de campo semanales, que permiten una recogida de datos exhaustiva.

En noviembre de 2017, los socios del proyecto, junto con el responsable de seguimiento de la Unión Europea, Neil Wilkie, se reunieron en El Fontanal, una finca agrícola de Ángel Camacho, para evaluar el desarrollo de la iniciativa. Durante

dos jornadas se debatió el estado de las diferentes acciones del proyecto *Life Laser Fence*, especialmente su preparación e implementación. En estas reuniones también se evaluaron los obstáculos potenciales y se discutieron detalles financieros relativos a la implantación de esta nueva tecnología. Finalmente, se realizaron varias visitas a las fincas del Grupo Ángel Camacho para observar el funcionamiento de los láseres instalados y los primeros resultados que ya se están obteniendo.

Esta iniciativa se está llevando a cabo en distintas empresas en España, Holanda e Inglaterra y propone una tecnología innovadora, no invasiva y no perjudicial que, a través del uso del láser, permite evitar la intrusión de animales en las tierras de cultivo, creando una cerca virtual.

De esta forma, la aplicación de estas prácticas pretende reducir el uso de productos químicos, dañinos para la fauna. Con ello, se consigue mejorar los servicios de los ecosistemas gracias al aumento de la diversidad, también permite disminuir en un 50% las pérdidas de cosechas causadas por la intromisión de animales en las tierras de cultivo. Asimismo, esta tecnología tendrá un impacto positivo a largo plazo en la huella de carbono, debido a la reducción de emisiones de CO2 como consecuencia de un menor uso de raticidas.

Además de estas ventajas, la participación en el proyecto permite un contacto constante con los integrantes a nivel europeo, con los que se rea-



Objetivos del Proyecto *Life Laser Fence*

- Reducir en un 100% el uso de raticidas (raticidas), pesticidas que se utiliza para matar roedores.
- Demostrar que la tecnología Agrilaser (tecnología láser para el control de aves, sin dañaras) permite una reducción del 80% de la exposición de los pájaros a herbicidas y pesticidas.
- Mejorar los servicios de ecosistema, incluyendo un incremento en la biodiversidad.
- Reducir en un 50% las pérdidas de cultivo causadas por la intrusión de animales en los campos.
- Concienciar en la necesidad de reducir el uso de productos químicos en el campo, y dar a conocer efectos de estos productos sobre el medioambiente.

Reunión de los socios del proyecto con el responsable de seguimiento de la UE, Neil Wilkie, en la finca agrícola de ACA, El Fontanal.



Proyecto para la regeneración y reutilización del agua

Ángel Camacho Alimentación, el Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) y la Universidad de Córdoba firmaron en diciembre de 2016 un acuerdo de colaboración para el desarrollo de un innovador proyecto para el estudio científico de la regeneración de aguas industriales y su posterior reutilización en el cultivo del olivar. Este proceso de reutilización permitirá en el futuro a la compañía reducir su huella hídrica y hacer un uso más eficiente y sostenible del agua.

Las actividades que se desarrollen en el marco de este proyecto formarán parte de una tesis doctoral, y la gestión y los procedimientos implantados cumplirán con las directrices marcadas por la nueva norma internacional ISO 16075-2015 *Guidelines for treated waste water use for irrigation projects*.

Mensaje

1

Somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Fomento del comportamiento responsable

En línea con las directrices de la Política Ambiental y Energética, Ángel Camacho Alimentación promueve los comportamientos responsables y sostenibles entre sus empleados, proveedores y otros prestadores de servicios.

En el periodo 2016-2017 se han realizado diferentes acciones de comunicación entre los empleados de ACA, por ejemplo, con la colocación de carteles para potenciar la concienciación sobre el ahorro energético bajo la idea: "Ahorrar es tarea de todos". Concretamente, se han orientado en promocionar un uso más responsable del aire comprimido e informar sobre los ahorros que supone la parada de equipos cuando éstos no están siendo utilizados.

Como parte de este compromiso, expertos en medioambiente de ACA participan puntualmente en jornadas y eventos que promueven la sostenibilidad:

- En noviembre de 2016, el Director de Ingeniería y Medioambiente de la compañía participó como ponente en la VII Jornada Poniendo Sabor a Tu Vida, que organiza ACA en la que se habló de la sostenibilidad como una responsabilidad compartida.
- También en 2016 se participó en las VI Jornadas Internacionales de la Aceituna de Mesa, compartiendo el conocimiento de ACA en el ámbito de la certificación de las huellas de carbono y huella hídrica en la aceituna de mesa como reconocimientos a la calidad ambiental.
- Asimismo, el presidente del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) de Córdoba, organismo adscrito a la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía visitó las instalaciones de ACA en 2016.



Participación en las VI Jornadas Internacionales de la aceituna de mesa

Ángel Camacho Alimentación participó como ponente en las VI Jornadas Internacionales de la Aceituna de Mesa celebradas en 2016. Pedro Cruces Camacho, Director de Ingeniería y Medioambiente, realizó una ponencia sobre el importante papel que tienen las certificaciones de huella de carbono e hídrica en el ámbito de la aceituna de mesa como avales de la calidad ambiental de las compañías productoras y de los productos.

“La reorganización y modernización industrial que hemos llevado a cabo estos dos últimos años nos ha permitido mejorar considerablemente nuestra eficiencia y ser una empresa aún más sostenible. Producimos más consumiendo menos”.

— Pedro Cruces Camacho
Director de Ingeniería y Medioambiente



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Proyectos destacados con grandes clientes

Máxima puntuación en el CDP de Walmart

Tanto en 2016 como en 2017, la unidad de negocio norteamericana de la compañía, Mario Camacho Foods, ha sido la única compañía en la categoría de bienes de consumo incluida en la lista A de los 100 proveedores más eficientes en medioambiente, por el proyecto de evaluación de proveedores que lleva a cabo Walmart en colaboración con *Carbon Disclosure Project* (CDP).



Esta iniciativa, de la que es la mayor cadena de distribución a nivel mundial, consiste en analizar y puntuar anualmente las respuestas de los proveedores de Walmart según la solicitud de información realizada sobre el cambio climático. Se sigue la metodología de puntuación del CDP, evaluando las respuestas de las empresas en cuatro niveles: divulgación, sensibilización, gestión y liderazgo. De esta forma los clasifica en 6 categorías: A, B, C, D, E y F.

Así, la categoría A, obtenida por la filial del grupo, es la mejor posición, solo alcanzada por un 2,5% de los proveedores aspirantes en 2016. Esta puntuación significa que la compañía mide, verifica y gestiona su huella de carbono, aplicando metas y programas para reducir las emisiones directas y de su cadena de suministro. Se trata de un reconocimiento a las acciones y al compromiso de esta unidad de negocio, extensible a todo el grupo, con el respeto al entorno natural en todos los procesos de producción, así como en la cadena de suministro.

Objetivo 2020 en el *Carbon Capture Tool* de Tesco

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

Hitos en la gestión medioambiental 2016-2017

- **Ampliación de las salinas de evaporación.** El modelo de gestión de vertidos de ACA contempla este innovador sistema que simula la evaporación natural de las salinas, empleando la energía más económica que existe como es la del sol. La ampliación realizada permite garantizar la correcta gestión de los vertidos que generará el crecimiento futuro de la actividad de la compañía.
- **Acuerdo con el Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) y la Universidad de Córdoba para la investigación en la regeneración de aguas industriales y su reutilización en el cultivo del olivar.**
- **Reorganización Industrial. Proyecto de consolidación de envasado de aceitunas verdes.**
- **Mario Camacho Foods es la única compañía en el área de bienes de consumo que forma parte de la lista A de los 100 proveedores más eficientes de Walmart y Carbon Disclosure Project (CDP).**
- **Mejora y modernización del sistema contraincendios.** Durante los últimos dos años se han ampliado las instalaciones de protección contra incendios de los establecimientos industriales de ACA, dotándolos de recursos superiores a los exigidos por la normativa actual.
- **Reducción del consumo de aire comprimido.** A finales de 2015 el consumo eléctrico para la producción de aire comprimido suponía el 15%, reduciéndose al 12% a finales de 2017.

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

4.4

Cadena de suministro: valor, responsabilidad y apoyo al desarrollo

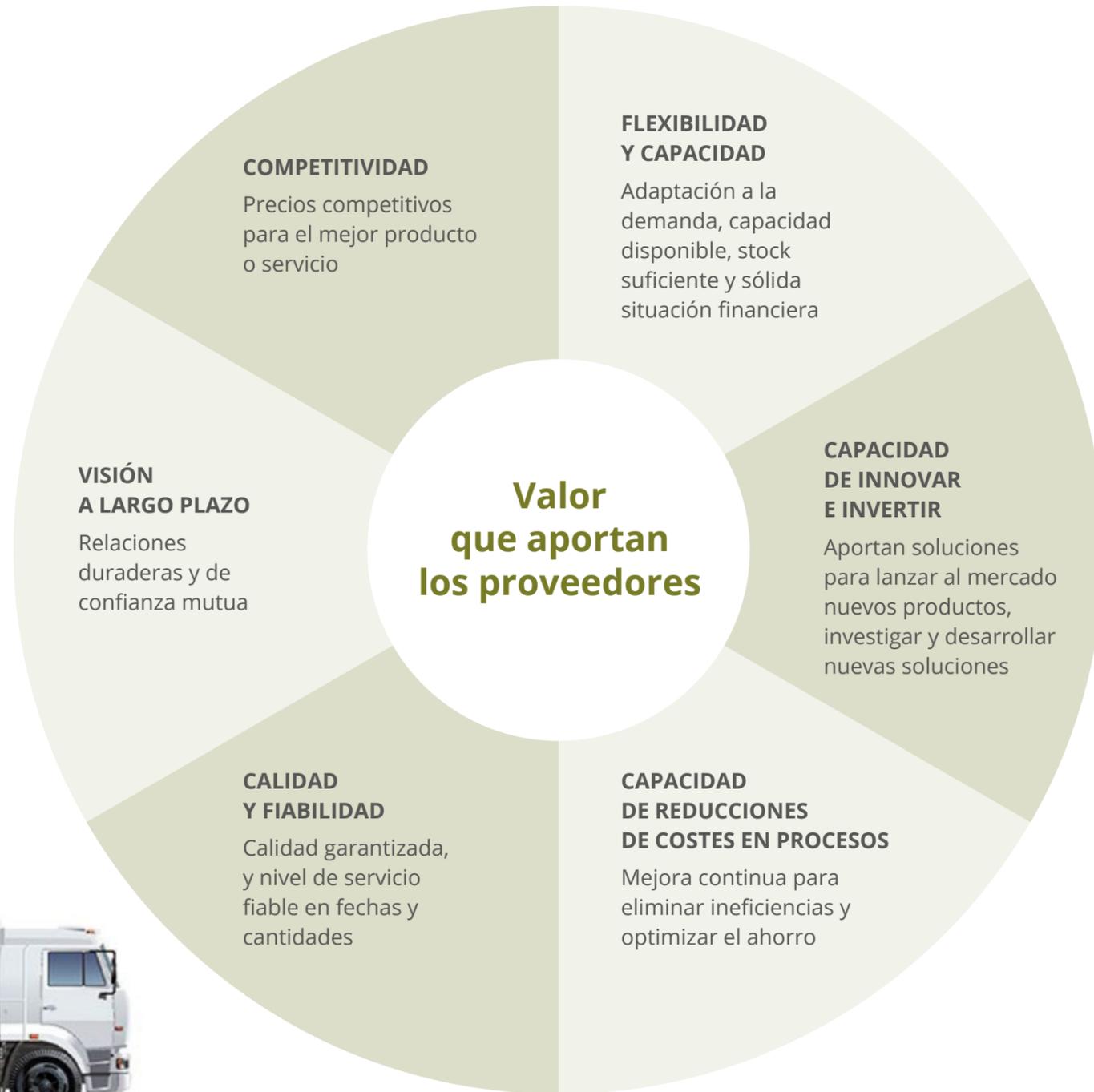


El objetivo de Ángel Camacho Alimentación es asegurar el suministro de las mejores materias primas, así como del resto de ingredientes o componentes necesarios para la producción de los productos, tanto en términos de calidad como de seguridad alimentaria. Por ello, es fundamental contar con proveedores del máximo nivel, que aporten su calidad y excelencia a la compañía.

El panel de proveedores es muy diverso ya que lo forman desde grandes empresas multinacionales a pequeñas empresas locales o cooperativas de agricultores de la comarca.

Todo ello, además, bajo una dimensión global, debido a que todos los productos se comercializan a nivel internacional. Este marco aplica a un creciente número de empresas proveedoras certificadas en las normas más exigentes de calidad y seguridad alimentaria del mercado (ISO, BRC e IFS) y no sólo para empresas suministradoras de materia prima, sino también para el resto de los proveedores.

En 2016 y 2017 el total de proveedores de GAC ascendió a 459. De ellos, un 80% son proveedores de materia prima, 18% de envases y embalajes, y 2% de combustible. Las compras representaron más del 60% del gasto del ACA, la partida con mayor impacto en el negocio. La compra de materia prima engloba, por orden de importancia, la aceituna de mesa, el aceite, la fruta y los encurtidos.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



Evaluación de Proveedores

Durante el periodo 2016-2017 se ha consolidado la apuesta por los proveedores responsables. Desde la puesta en marcha en 2015 de la Guía de Proveedores, la compañía exige el cumplimiento de los requerimientos obligatorios de seguridad alimentaria, trabajando con proveedores comprometidos que son auditados periódicamente y que han obtenido las diversas certificaciones exigidas en la misma guía.

El proceso de evaluación de proveedores es transparente y cuenta con la colaboración tanto de la empresa como de los propios proveedores. A todos los colaboradores se les envía la Guía de Proveedores y el Código Ético que tienen que aceptar y firmar como condición indispensable para trabajar con Ángel Camacho Alimentación.

A finales de 2017, el 40% de los proveedores de ACA cumplían con todos los requisitos de obligado cumplimiento de esta guía. Por otra parte, el 40% de los proveedores cumplían con el 50% de los requisitos. Los responsables de compras trabajan para seguir incrementado estos porcentajes.

Gracias a este compromiso de aceptación de principios clave en desarrollo profesional no solo se formalizan los contratos de compra-venta, también se fomentan las relaciones a largo plazo que han permitido a la compañía contar con proveedores históricos con los que se trabaja desde hace más de 25 años.

Ángel Camacho Alimentación comparte con sus proveedores inquietudes tan relevantes como el apoyo a los principios del Pacto Mundial, a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU y a la Organización Internacional del Trabajo.

Clasificación de proveedores

ACA ha desarrollado una metodología de clasificación de proveedores por categorías:



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Camacho Integra, una gran innovación en el sector

En línea con el compromiso de innovar para ser cada día más responsables, Ángel Camacho Alimentación puso en marcha el ambicioso proyecto "Camacho Integra".

Se trata de un novedoso sistema de evaluación de agricultores que tiene como objetivo principal integrar a todos los agricultores como parte activa de la cadena de valor de la compañía, asegurando la trazabilidad y la seguridad alimentaria de las aceitunas desde el campo hasta la mesa del consumidor.

En el periodo 2016-2017, se ha realizado un gran esfuerzo en la integración de los proveedores en la cadena de valor. De esta forma, en 2017, más del 75% de las compras de proveedores de aceitunas verdes provienen ya de proveedores totalmente integrados.



Trabajando de manera conjunta, y gracias a los desarrollos técnicos, se homogenizan las aceitunas consiguiendo que se ajusten a los más altos estándares de calidad establecidos por los mercados internacionales, y así dar respuesta a las diferentes legislaciones en materia de residuos fitosanitarios.

Fases del proyecto

FASE 1:

CLASIFICAR Y SELECCIONAR LOS MEJORES AGRICULTORES

Recursos facilitados al proveedor para adaptarse a los requerimientos del proyecto: técnicos de apoyo por zona, estaciones fitopatológicas y foros técnico-agrícolas. También información relevante en materias activas recomendadas por plaga y enfermedad.

FASE 2:

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Apuesta por la trazabilidad, la seguridad alimentaria, la eficiencia y el control de la cadena de suministro, así como garantizar la sostenibilidad de los proveedores.

FASE 3:

PUESTA EN MARCHA DE PRUEBA PILOTO CON PROVEEDORES CLAVE

El 2016 se inició el proyecto con la realización de una prueba piloto con algunos proveedores estratégicos, cooperativas agrarias y centros de compras.

Tras los resultados satisfactorios se decidió poner en marcha el proyecto.

FASE 4:

EXTENSIÓN DEL PROYECTO A UN GRAN NÚMERO DE PROVEEDORES

En 2017, ampliación del proyecto a un gran número de agricultores.

Control técnico de la totalidad de las necesidades de compras de aceitunas de la compañía.

Adhesión de los mejores agricultores.

“

Camacho Integra es un proyecto pionero. Además de controlar técnicamente la totalidad de las necesidades de compras de aceitunas de nuestra empresa, conseguimos tener con nosotros a los mejores agricultores y asesorarlos para que tengan una mayor eficiencia en sus fincas, alcanzando ahorros muy significativos”.

— Felipe Pizarro Ruíz
Jefe de Integración y Desarrollo de Agricultores




CAMACHO INTEGRA

Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5

Fomento de la sostenibilidad con los proveedores

ACA trabaja de forma proactiva para sensibilizar a sus proveedores en la importancia de optimizar el uso de recursos y hacer una gestión sostenible de éstos.



Desde el año 2016 ACA ha trabajado con sus proveedores en la eliminación del Bisfenol-A de todas las tapas usadas en el envasado en vidrio y en las latas metálicas.

El BPA (Bisfenol-A) es una sustancia química que se utiliza para hacer una gran variedad de productos comerciales, como envases de alimentos o productos de higiene. Desde hace años ha habido cobertura negativa sobre su potencial migración a los productos alimenticios. Su uso está prohibido en productos de uso infantil como biberones y en algunos países, como Francia, está totalmente prohibido.

Aunque no hay evidencias científicas definitivas de que la exposición a materiales que contengan BPA represente un riesgo para la seguridad humana, ACA ya ha eliminado el Bisfenol-A, por lo que utiliza BPA-Ni (Bisfenol Non Intended) en todas las tapas usadas en el envasado en vidrio y en las latas metálicas.

Con estas medidas la compañía responde a la demanda de muchos clientes y va más allá del cumplimiento estrictamente legal, pues no es hasta septiembre de 2018 cuando entre en vigor la nueva regulación de la UE 2018/13, que reduce el nivel permitido de esta sustancia.

Además, Ángel Camacho Alimentación extiende a todos sus proveedores los compromisos de la empresa con el entorno, promoviendo diversas iniciativas conjuntas, principalmente vinculadas a la responsabilidad con el medioambiente:



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

[4.5]

Comunidad: valor compartido y desarrollo local

Ángel Camacho Alimentación, a través de su actividad, se compromete a contribuir y colaborar con la comunidad para potenciar el desarrollo del entorno local en el que opera.

Entre sus principales contribuciones se encuentra la generación de empleo, la compra de productos a proveedores locales, la inversión social, la prevención del desperdicio de recursos alimentarios, el patrocinio deportivo y la colaboración con entidades académicas.

Fomento del empleo

Colaborar con el crecimiento económico, empresarial y cultural de la comunidad en la que opera es crucial para Ángel Camacho Alimentación. La empresa, que desarrolla su actividad en la provincia de Sevilla, apuesta por el desarrollo del empleo local con una plantilla en la que más del 90% de los empleados son naturales de la localidad sevillana de Morón de la Frontera. En esta localidad nació la empresa hace más de 120 años, y hoy sigue situándose su sede central, así como las principales unidades fabriles.

+90%
EMPLEADOS DE
LA LOCALIDAD DE MORÓN
DE LA FRONTERA

Compras locales

El mismo compromiso con el desarrollo y la economía local se mantiene en la estrategia de compras, mediante la cual se priorizan las relaciones con proveedores locales. En 2017 las compras de materia prima y materias auxiliares a proveedores locales supusieron casi el 75% de las compras realizadas por Ángel Camacho Alimentación.

74,5%
DE LAS COMPRAS
REALIZADAS A PROVEEDORES
LOCALES EN 2017



Gestión sostenible de recursos alimentarios

La prevención del desperdicio y la gestión sostenible de los recursos alimentarios es un compromiso clave para ACA, que está estrechamente relacionado con su negocio. Por este motivo integra en su actividad diaria una serie de medidas que contribuyen con el objetivo de sensibilizar para reducir el desperdicio de alimentos.

Desde 2013 ACA participa en el programa “La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala”, de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores, AECOC. Esta iniciativa se orienta a sensibilizar a la sociedad sobre la problemática del desperdicio de alimentos y a promover prácticas de prevención y eficiencia, así como maximizar el aprovechamiento del excedente producido por empresas del sector.

Además, colabora con la iniciativa de carácter autonómico “Andaluces Compartiendo”, de la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía Landaluz, y la Fundación Cajasol. Esta campaña de acción social realiza una gran cantidad de actividades a lo largo del año con el objetivo de recoger alimentos para ayudar a las familias más desfavorecidas de Andalucía. Desde 2013 se ha logrado ayudar a más de 80.000 familias con la donación de más de 2 millones de kilos de alimentos.





Fabricación por pedidos



Donaciones a bancos de alimentos y ONG locales



Participación en proyectos para la reducción del desperdicio de alimentos

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

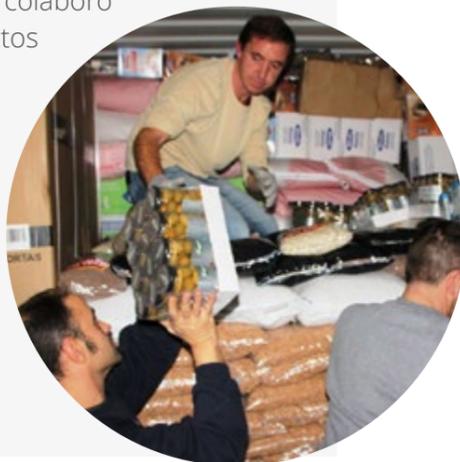
Memoria [5]

Donación de alimentos

ACA mantiene su colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla desde hace más de 20 años, entregando periódicamente importantes cantidades de alimentos. También colabora con donaciones a otras entidades locales de Morón o en actos benéficos de forma puntual. Entre 2016 y 2017, se han donado aproximadamente 200 toneladas de alimentos, que han recibido alrededor de 200.000 familias de la región.

Compromiso social más allá de nuestras fronteras

Por su marcado carácter global, ACA busca también ampliar su compromiso social fuera de su entorno más cercano, a través de la aportación de alimentos a otras regiones más desfavorecidas del mundo. En 2016 colaboró donando productos a la Fundación Bangassou, que trabaja para el desarrollo de las comunidades de dicha localidad de la República Centroafricana.



Patrocinio deportivo

Ángel Camacho Alimentación apuesta por el deporte y los valores de superación, trabajo en equipo, compromiso y esfuerzo que éste promueve. Por ello, se enorgullece de patrocinar las siguientes iniciativas vinculadas al deporte:

Club Baloncesto Morón

Desde 2014, la marca Fragata de Ángel Camacho Alimentación es el principal patrocinador del equipo de baloncesto de Morón de la Frontera. En este pueblo, del que es originaria la familia Camacho, se ubica la sede central de la compañía y es donde residen la mayoría de sus empleados. Durante las navidades de 2017, se organizó un partido solidario para ayudar al banco de alimentos local, en ese acto se recogieron más de 700 kilos de alimentos.



La Vuelta ciclista a España

La marca Fragata es también patrocinador oficial de La Vuelta. Con esta contribución, se quiere promover el deporte al aire libre, no contaminante, alineado con los compromisos medioambientales y de gestión sostenible de la compañía.

Carrera de la mujer

En 2017, a través de la marca Susarón, Ángel Camacho Alimentación participó en 8 carreras en distintas ciudades españolas como entidad colaboradora de del XIII Circuito nacional de La Carrera de la Mujer, el evento deportivo de mujeres más grande de Europa, que promueve el deporte y la lucha contra el cáncer.



Carrera del corazón

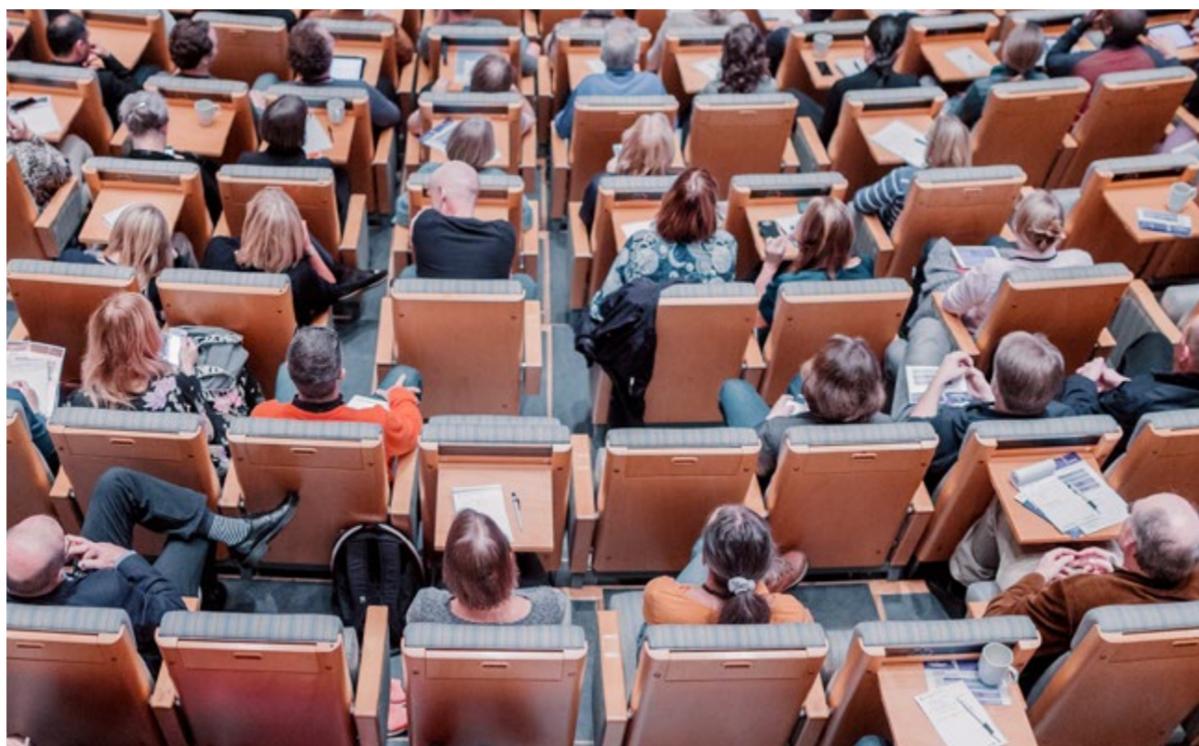
También en 2017, la marca Susarón fue proveedor oficial en la VIII Carrera popular del Corazón, evento deportivo solidario organizado por la Fundación Española del Corazón (FEC) con el apoyo de la Sociedad Española de Cardiología (SEC) y que promueve la concienciación sobre la importancia de practicar ejercicio físico como medida de prevención de enfermedades cardiovasculares.

El apoyo continuado al deporte fue reconocido en la 6ª Gala del Deporte de Morón, en la que se recibió el premio a mejor empresa por su contribución y apoyo al deporte y al desarrollo del entorno local. En esta gala, celebrada en enero de 2017, en la que participaron deportistas, instituciones y clubes deportivos de Morón de la Frontera, se reconoce los méritos y éxitos conseguidos, así como la función social que cubre cada actividad deportiva en la localidad.



Beatriz Camacho,
Directora de Unidades
de Negocio.





Colaboración con instituciones académicas

La formación del talento joven y la generación de conocimiento son también compromisos de Ángel Camacho Alimentación con la comunidad.

En la actualidad la empresa colabora con la Universidad de Sevilla y centros de formación profesional de grado medio y grado superior de Morón de la Frontera y localidades cercanas, para la realización de las prácticas académicas y formativas de sus alumnos y alumnas en la empresa.

Por otra parte, el director general, Ángel Camacho Perea, es patrono de la Fundación del Instituto Internacional San Telmo de Sevilla, prestigiosa escuela de negocios, en la que la empresa realiza diferentes cursos directivos y, de forma anual, la jornada de trabajo y formación interna "Poniendo Sabor a tu Vida", en la que participan más de 130 personas.

Además, algunos directivos de la empresa colaboran puntualmente con universidades, escuelas de negocio, asociaciones empresariales y otras entidades académicas impartiendo ponencias, participando en debates y formando parte de consejos asesores, entre otras actividades.

Patrocinio de jornadas sectoriales

ACA apuesta por el desarrollo de actividades y actuaciones que potencien la profesionalidad, la formación o la innovación, imprescindibles para el desarrollo social y económico local.

En este sentido, desde hace varios años participa como patrocinador en las Jornadas del Sector de la Distribución de la Alimentación y Perfumería, que anualmente organiza la Confederación Andaluza de Empresarios de la Alimentación y Perfumería (CAEA) en distintas ciudades andaluzas. Estas jornadas constituyen un foro de encuentro de referencia para las empresas locales que interactúan en la cadena alimentaria y supone una oportunidad única para poner en común el aprendizaje de las compañías y potenciar la creación de valor compartido.



Jorge Mañas Avisbal, Director Comercial de ACA durante las VI Jornadas del Sector de Distribución de Alimentación y Perfumería.



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5



5

Sobre la
Memoria
de Sostenibilidad

[5.1] Alcance y cobertura

La presente Memoria de Sostenibilidad es la tercera publicada por Ángel Camacho Alimentación, y corresponde al ejercicio 2016-2017.

Incluye la actividad y principales resultados del desempeño económico, ambiental y social de la principal unidad de negocio de la compañía, Ángel Camacho Alimentación. En determinados indicadores se reportan también datos consolidados del Grupo Ángel Camacho –que incluyen a todas sus unidades de negocio–, 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 información significativa del desempeño de forma trazable y coherente.

Los contenidos de la Memoria incluyen indicadores de sostenibilidad propios de la compañía, procedentes de las mediciones y registros de consumos, de los datos económicos consolidados, de los registros de personal y de información verificada por terceras partes en aquello referente a la huella hídrica y la huella de carbono. Esta información permite reportar sobre la totalidad de las actividades productivas de Ángel Camacho Alimentación durante el periodo 2016-2017.

Se ha seguido la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de los estándares de *Global Reporting Initiative (GRI)* en su opción "esencial" (*core*), con el reporte de los indicadores requeridos por la edición 2016 de la Guía.

Además, se incorpora la correlación entre los contenidos GRI, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los 10 principios del Pacto Mundial.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

[5.2] Análisis de materialidad

El análisis de materialidad es esencial en la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa ya que permite definir los temas a reportar de acuerdo con la estrategia, los grupos de interés y el contexto en el que opera la compañía. En el periodo 2016-2017, se ha actualizado la materialidad del Grupo Ángel Camacho para definir los contenidos de la presente Memoria de Sostenibilidad.

El proceso de análisis de los temas relevantes para los grupos de interés y para el negocio se ha llevado a cabo en tres fases:

1 Identificación

Los temas materiales o asuntos relevantes se han identificado a partir de un análisis de diferentes fuentes de información internas y externas. Este análisis ha permitido definir un listado preliminar de temas relevantes para el negocio de la compañía y para sus grupos de interés.

Posteriormente, se ha realizado una revisión semántica de los temas para vincular conceptos o ámbitos afines entre sí e integrarlos en términos propios del enfoque de negocio y del sector en el que opera.

| Estrategia y prioridades para el Grupo Ángel Camacho | Prescriptores sectoriales | Tendencias en RSC |
|--|---|--|
| <p>Memoria de Sostenibilidad y materialidad de Ángel Camacho Alimentación 2014-2015</p> <p>Informe de Progreso Pacto de las Naciones Unidas 2016</p> | <p>Principales rasgos del sector de la aceituna de mesa 2016 (ASEMESA)</p> <p>Adaptación al cambio climático en la estrategia de negocio 2016 (FIAB)</p> <p>Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla</p> <p><i>Sustainability Yearbook 2018</i> de RobecoSAM</p> <p>Benchmarking de materialidad a seis empresas competidoras</p> | <p>Tendencias sociales y en RSC en el ámbito internacional y en España</p> |

2 Priorización

El listado preliminar de asuntos identificados se ha priorizado y jerarquizado según dos variables:

Relevancia para el negocio

En base a:

- Estrategia de negocio de Grupo Ángel Camacho.
- Valoración de la dirección de la empresa.
- Tendencias del sector.
- Prescriptores del sector en asuntos relacionados con el desarrollo sostenible.

Relevancia para los grupos de interés

En base a:

- Información disponible sobre los grupos de interés.
- Tendencias y preocupaciones sociales
- ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) en el sector agroalimentario.



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

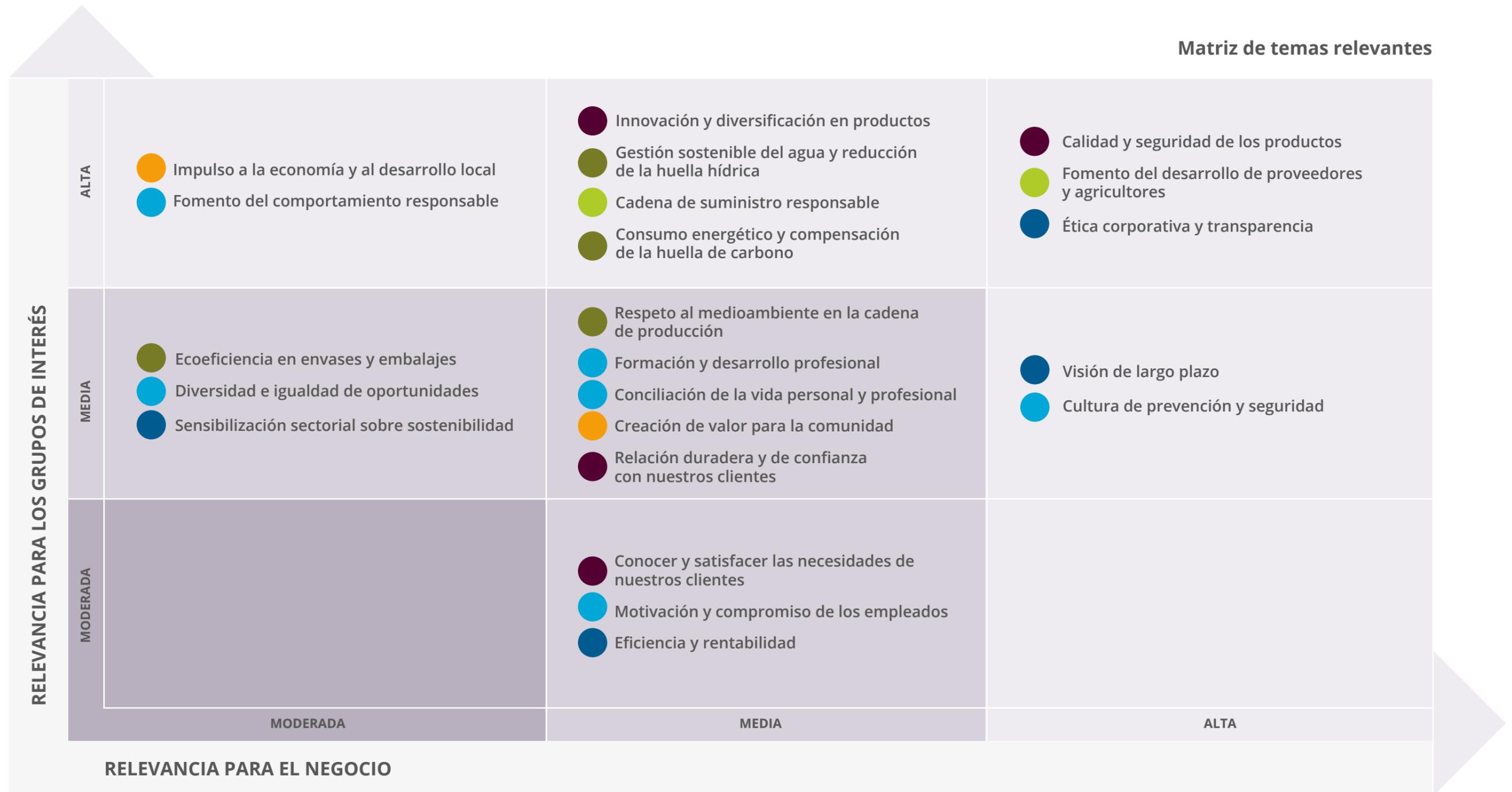
Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

3 Matriz de materialidad

Como resultado de este análisis se ha elaborado la matriz de materialidad para el periodo 2016-2017 que se presenta a continuación. Los temas se ordenan según su relevancia, en alta, media y moderada, y según los dos ejes de relevancia, para la actividad del Grupo Ángel Camacho y para sus grupos de interés.



- MEDIOAMBIENTE
- PROVEEDORES
- CLIENTES
- COMUNIDAD
- EMPLEADOS
- CORPORATIVO

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

[5.3]

Índice de contenido

GRI Standards

Esta memoria se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción esencial (core).

Contenidos generales

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA |
|----------------------------------|---|--|
| Perfil de la organización | | |
| GRI 102: Contenidos Generales | 102-1 Nombre de la organización | Ángel Camacho Alimentación, S.L. |
| | 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios | Págs. 10-12 Nuestras marcas y productos |
| | 102-3 Ubicación de la sede | Datos de contacto/contraportada |
| | 102-4 Ubicación de las operaciones | Pág. 5 Una empresa local con vocación global |
| | 102-5 Propiedad y forma jurídica | Pág. 15 Gobierno Corporativo |
| | 102-6 Mercados servidos | Pág. 6 Presencia internacional - Unidades de negocio |
| | 102-7 Tamaño de la organización | Pág. 9 Impacto económico, ambiental y social |
| | 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores | Pág. 30 Composición de la plantilla |
| | 102-9 Cadena de suministro | Pág. 50 Cadena de suministro: valor, responsabilidad y apoyo al desarrollo |
| | 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | Pág. 51 Evaluación y Clasificación de proveedores |
| | 102-11 Principio o enfoque de precaución | Pág. 14 Modelo de negocio |
| | 102-12 Iniciativas externas | Págs. 17-19 Compromiso con la Sostenibilidad |
| | 102-13 Afiliación a asociaciones | Pág. 21 Participación asociativa |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|----------------------------------|---|----------------------------|---|
| Estrategia | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales | 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | Pág. 3 | Mensaje del Director General |
| Ética e integridad | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales | 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta | Pág. 14 Pág. 16 | Modelo de negocio Código Ético |
| | 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas | Pág. 16 | Código Ético |
| Gobernanza | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales | 102-18 Estructura de gobernanza | Pág. 15 | Gobierno Corporativo; Comité de Dirección |
| | 102-19 Delegación de autoridad | Pág. 15 | Comité de Dirección |
| | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités | Pág. 15 | Gobierno Corporativo; Comité de Dirección |
| | 102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno | Pág. 15 | Gobierno Corporativo; Comité de Dirección |
| | 102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno | Pág. 15 | Gobierno Corporativo; Comité de Dirección |
| | 102-25 Conflictos de intereses | Pág. 16 | Código Ético |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|--|--|----------------------------|---|
| Participación de los grupos de interés | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales | 102-40 Lista de grupos de interés | Pág. 22 | Hitos 2016 y 2017 |
| | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva | Pág. 22 | Negociación con los Comités de Empresa |
| | 102-42 Identificación y selección de grupos de interés | Pág. 17 | Compromiso con la sostenibilidad |
| | 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés | Pág. 17 | Compromiso con la sostenibilidad |
| | 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados | Pág. 59-60 | Análisis de Materialidad |
| Prácticas para la elaboración de informes | | | |
| | 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados | Pág. 5 | Una multinacional de pueblo |
| | 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema | Pág. 58 | Alcance y cobertura |
| | 102-47 Lista de temas materiales | Pág. 60 | Matriz de Materialidad |
| | 102-48 Reexpresión de la información | | No hay reexpresión de la información respecto al informe anterior |
| | 102-49 Cambios en la elaboración de informes | | No se han realizado cambios significativos respecto al informe anterior |
| | 102-50 Periodo objeto del informe | Pág. 58 | Alcance y cobertura |
| | 102-51 Fecha del último informe | | En 2016 se publicó el Informe bienal 2014-2015 |
| | 102-52 Ciclo de elaboración de informes | | Ciclo bienal |
| | 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe | | Datos de contacto/Contraportada |
| | 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI | Pág. 58 | Alcance y cobertural |
| | 102-55 Índice de contenidos GRI | Pág. 61 | en adelante Índice de Contenidos GRI StandardsI |
| | 102-56 Verificación externa | | No se ha realizado verificación externa |

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

Contenidos específicos – Temas materiales

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|---|---|----------------------------|----------------------------------|
| Tema material: Ética corporativa y transparencia | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 16 | Código Ético |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 16 | Código Ético |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 16 | Código Ético |
| Indicadores propios de ACA | Porcentaje de empleados formados en Código Ético | Pág. 34 | Impulso a la formación |
| ANTICORRUPCIÓN | | | |
| GRI 205: Anticorrupción | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | Pág. 16 | Código Ético |
| Tema material: Visión a largo plazo | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 14 | Modelo de Negocio |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 14 | Modelo de Negocio |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 22 | Hitos 2016 y 2017 |
| Tema material: Eficiencia y rentabilidad | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 17 | Compromiso con la sostenibilidad |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 17 | Compromiso con la sostenibilidad |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 17 | Compromiso con la sostenibilidad |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | |
| GRI 201: Desempeño económico | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | Pág. 8 | Principales magnitudes |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|---|--|----------------------------|---|
| Tema material: Sensibilización sectorial sobre sostenibilidad | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 47 | Tecnología e innovación para el desarrollo sostenible |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 47 | Tecnología e innovación para el desarrollo sostenible |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 47 | Tecnología e innovación para el desarrollo sostenible |
| Tema material: Respeto al medioambiente en la cadena de producción | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 41 | Medioambiente sostenibilidad y responsabilidad |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 41 | Medioambiente sostenibilidad y responsabilidad |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 42 | Sistema de gestión |
| Indicadores propios de ACA | Reducción de la producción de residuos peligrosos por tonelada de producto envasado de 2010 a 2017 | Págs. 45-46 | Indicadores ambientales |
| | Reducción de la producción de vertidos por tonelada de producto envasado de 2010 a 2017 | Págs. 45-46 | Indicadores ambientales |
| | Reducción relativa del consumo de envases y embalajes de 2010 a 2017 | Págs. 45-46 | Indicadores ambientales |
| | Reducción de superficie de suelo ocupado de 2010 a 2017 | Págs. 45-46 | Indicadores ambientales |



Mensaje

1

Quiénes somos

2

Visión

3

Compromisos

4

Memoria

5



| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA |
|--|---|--------------------------------------|
| Tema material: Gestión sostenible del agua y reducción de la huella hídrica | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 42-44 Sistema de gestión |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 42-44 Sistema de gestión |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 45 Huella hídrica |
| AGUA | | |
| GRI 303: Agua | 303-3 Agua reciclada y reutilizada | Págs. 45- 46 Indicadores ambientales |
| Tema material: Consumo energético y compensación de la huella de carbono | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 42-44 Sistema de gestión |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 42-44 Sistema de gestión |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 45 Huella de carbono |
| ENERGÍA | | |
| GRI 302: Energía | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | Pág. 45 Indicadores ambientales |
| | 302-4 Reducción del consumo energético | Pág. 45 Indicadores ambientales |
| EMISIONES | | |
| GRI 305: Emisiones | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | Pág. 45 Indicadores ambientales |

Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|--|---|----------------------------|--|
| Tema material: Ecoeficiencia en envases y embalajes | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 42 | Sistema de gestión |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 42 | Sistema de gestión |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 46 | Otros indicadores destacados |
| Tema material: Cadena de suministro responsable | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 50 | Cadena de suministro: valor, responsabilidad y apoyo al desarrollo |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 53 | Fomento de la sostenibilidad con los proveedores |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 51 | Evaluación de proveedores |
| PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN | | | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | Pág. 52 | Camacho integra |
| EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES | | | |
| GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales | Pág. 51 | Evaluación de proveedores |
| Tema material: Fomento del desarrollo de proveedores y agricultores | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 53 | Fomento de la sostenibilidad con los proveedores |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 53 | Fomento de la sostenibilidad con los proveedores |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 53 | Fomento de la sostenibilidad con los proveedores |
| Indicadores propios de ACA | Agricultores integrados por el proyecto Camacho Integra | Pág. 52 | Camacho integra |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|---|---|----------------------------|--|
| Tema material: Innovación y diversificación de productos | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 29 | Innovación y diversificación |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 29 | Innovación y diversificación |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 29 | Innovación y diversificación |
| Tema material: Calidad y seguridad de los productos | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 25 | Calidad y seguridad alimentaria |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 25 | Calidad y seguridad alimentaria |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 25 | Calidad y seguridad alimentaria |
| Tema material: Conocer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 27-28 | Comunicación y escucha activa |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 27-28 | Comunicación y escucha activa |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 27-28 | Comunicación y escucha activa |
| Tema material: Relación duradera y de confianza con los clientes | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 24 | Clientes: confianza calidad e innovación |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 24 | Clientes: confianza calidad e innovación |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 26 | Transparencia, reconocimiento, supervisión |



Mensaje

[1]

Quiénes somos

[2]

Visión

[3]

Compromisos

[4]

Memoria

[5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|--|---|----------------------------|--|
| Tema material: Motivación y compromiso de los empleados | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 32-33 | Motivación y compromiso |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 32-33 | Motivación y compromiso |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Págs. 32-33 | Motivación y compromiso |
| EMPLEO | | | |
| GRI 401: Empleo | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | Pág. 30-31 | Nuestras personas |
| Tema material: Cultura de prevención y seguridad | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 35-37 | Cultura preventiva |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 35-37 | Cultura preventiva |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Págs. 35-37 | Cultura preventiva |
| Conciliación de la vida personal y profesional | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| Indicadores propios de ACA | Principales indicadores de conciliación en 2016 y 2017 | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| Tema material: Formación y desarrollo profesional | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 34-35 | Impulso a la formación |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 34-35 | Impulso a la formación |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Págs. 34-35 | Impulso a la formación |
| FORMACIÓN Y ENSEÑANZA | | | |
| GRI 404: Formación y enseñanza | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado | Págs. 34-35 | Impulso a la formación |
| | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | Págs. 34-35 | Impulso a la formación |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | Pág. 39 | Nuevo sistema de gestión del desempeño |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA | |
|---|--|----------------------------|--|
| Tema material: Diversidad e igualdad de oportunidades | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | | | |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | Pág. 38 | Conciliación y diversidad |
| Tema material: Fomento del comportamiento responsable | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Pág. 48 | Fomento del comportamiento responsable |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Pág. 48 | Fomento del comportamiento responsable |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Pág. 48 | Fomento del comportamiento responsable |
| Tema material: Impulso a la economía y al desarrollo local | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |
| COMUNIDADES LOCALES | | | |
| GRI 413: Comunidades locales | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | Pág. 54 | Fomento del empleo, Compras locales |
| Tema material: Creación de valor para la comunidad | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Págs. 54-55 | Comunidad: valor compartido y desarrollo local |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



[5.4] Correlación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible con Global Reporting Initiative y los Principios del Pacto Mundial

| ODS | ESTÁNDAR GRI | PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL |
|---|--|---|
| 3 SALUD Y BIENESTAR  | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas |
| 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD  | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 1 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos |
| 5 IGUALDAD DE GÉNERO  | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités 102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal 404-1 Media de horas de formación al año por empleado 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 1 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación |
| 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO  | 303-3 Agua reciclada y reutilizada | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 1 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ODS | ESTÁNDAR GRI | PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL |
|---|---|--|
| 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE  | 302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-4 Reducción del consumo energético | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |
| 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO  | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva 302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-4 Reducción del consumo energético 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal 404-1 Media de horas de formación al año por empleado 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación |
| 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA  | 201-1 Valor económico | <ul style="list-style-type: none"> 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]

| ODS | ESTÁNDAR GRI | PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL |
|--|---|--|
| 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES  | 302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-4 Reducción del consumo energético 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | <ul style="list-style-type: none"> 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |
| 13 ACCIÓN POR EL CLIMA  | 302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-4 Reducción del consumo energético 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | <ul style="list-style-type: none"> 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |
| 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES  | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | <ul style="list-style-type: none"> 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente |
| 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS  | 102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno 102-25 Conflictos de intereses 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | <ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas |

● DERECHOS HUMANOS
 ● NORMAS LABORALES
 ● MEDIOAMBIENTE
 ● LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN



Mensaje [1]

Quiénes somos [2]

Visión [3]

Compromisos [4]

Memoria [5]



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



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



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

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

