



ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION

PONEMOS
SABOR
A TU VIDA

Memoria de Sostenibilidad 2018 - 2019

ÍNDICE



Creando valor
y poniendo sabor a tu vida **3**



Quién es Ángel Camacho Alimentación	5
De Morón al mundo	6
Principales magnitudes 2018-2019	7
Hitos 2018-2019	10
Un poco de historia	11
Modelo de negocio	12
ACA y los ODS	13
Estructura organizativa	15
Misión, visión y valores	16
Buen gobierno	17
Visión del sector	18



Cada día en la vida de los consumidores	21
De la mano de los clientes	22
Calidad y seguridad	23
El consumidor en el centro	24
Catálogo de productos	25



La fuerza del equipo	32
Impulsando la igualdad	33
Apuesta por la formación	34
Salud y seguridad	36
Buen ambiente de trabajo	38



Foco en la sostenibilidad	40
Integrado en la gestión	41
Acciones de mejora/casos de éxito	42
Indicadores energéticos	45



Apuesta por el valor local	57
Compras y proveedores	58
Cadena de suministro responsable	59
Con las comunidades	61



Retos de futuro	65
-----------------	-----------



Alcance y cobertura	68
Análisis de materialidad	68
Índice contenido Estándares GRI	70
Correlación ODS/GRI/Principios	79
Pacto Mundial	79



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

CREANDO VALOR Y PONIENDO SABOR A TU VIDA

En momentos de crisis, de incertidumbre como los actuales, es muy importante ser fieles a nuestra misión, que es la que nos dice qué queremos hacer como compañía. La de Ángel Camacho Alimentación es **poner sabor en la vida** de todas las personas con las que nos relacionamos como empresa: agricultores, proveedores, empleados, accionistas, administraciones públicas, entidades financieras y, por supuesto, nuestros clientes y consumidores. Si lo logramos, la sostenibilidad de la compañía está garantizada.

La confianza y la transparencia son valores esenciales para minimizar el impacto de las situaciones adversas. Nosotros cultivamos ambas con todas las personas y los entes sociales con los que nos relacionamos. Esta Memoria de Sostenibilidad es un buen ejemplo y, a través de ella, rendimos cuentas de nuestras actividades de forma

transparente para seguir fortaleciendo dicha confianza.

Somos conscientes de la importancia del papel de la compañía en la sociedad y por ello presentamos esta cuarta Memoria de Sostenibilidad. Ahora más que nunca, las empresas de alimentación tenemos un papel esencial y el objetivo es poner en valor nuestro desempeño responsable y coherente en el ámbito económico, ambiental y social, con la generación de valor para todos nuestros grupos de interés.

Como compañía familiar con más de 120 años de vida, siempre hemos tenido **una orientación al largo plazo**, buscando la sostenibilidad de la empresa en todas sus operaciones. En los últimos meses, desafortunadamente, hemos aprendido que debemos incluir las pandemias en nuestros controles de riesgos. Es muy importante aprender de las experiencias.

En estos momentos tenemos la gran responsabilidad social de trabajar por mantener el empleo. Es el gran reto al que nos enfrentamos como sociedad, la **sostenibilidad del trabajo**. En este sentido, desde Ángel Camacho Alimentación estamos tomando las medidas necesarias para mantenernos competitivos y hacer que nuestro empleo sea sostenible.

No debemos tener miedo a los cambios y debemos adaptarnos con rapidez a las nuevas situaciones. Hay que trabajar en las soluciones, ya que podemos hacer muchas cosas y hacerlas bien. Exigirá anticipación, capacidad de adaptación, flexibilidad, realismo y, sobre todo, ser optimistas. Todo ello, cómo no, poniendo sabor a tu vida.

Ángel Camacho Perea
Director General





UNA EMPRESA
LOCAL CON VOCACIÓN
MULTINACIONAL

QUIÉN ES ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN

Grupo Ángel Camacho (en adelante GAC) es una **empresa de alimentación 100% familiar** que trabaja para ofrecer los mejores productos a consumidores de todo el mundo. Con la cuarta generación al frente, se ha posicionado como referencia en el sector por su **carácter innovador, su vocación global y su compromiso con el entorno**, especialmente en lo que a desarrollo local y medioambiental se refiere.

Desde su creación en 1897, ha experimentado un enorme crecimiento gracias a la adquisición de otras empresas y a la **diversificación** de sus actividades. En la actualidad, Grupo Ángel Camacho es una empresa multinacional que cuenta con **unidades de negocio internacionales** y que exporta sus productos a más de 90 países.

La principal unidad de negocio del Grupo es Ángel Camacho Alimentación (en

adelante ACA), que se ha convertido en **uno de los principales proveedores de aceitunas de mesa en todo el mundo** siendo fiel a sus raíces en la localidad sevillana de Morón de la Frontera. Ese arraigo local ha definido desde siempre las señas de identidad de la compañía, centradas en la cercanía, la calidad y la visión a largo plazo para que las próximas generaciones continúen generando riqueza.

Grupo Ángel Camacho produce y distribuye una **extensa gama de productos** entre los que destacan aceitunas de mesa, aceites de oliva y encurtidos, bajo las marcas Fragata y Mario; mermeladas, con las marcas La Vieja Fábrica y Stovit; e infusiones funcionales, a través de la marca Susarón. Todos ellos cuentan con el denominador común de la calidad y están destinados a satisfacer las necesidades de cada consumidor, poniendo sabor a su vida.

Mediante esta Memoria de Sostenibilidad, la compañía presenta la actividad integrada de su principal empresa, Ángel Camacho Alimentación, además de algunas iniciativas y datos del Grupo Ángel Camacho a nivel consolidado, durante los años 2018 y 2019.

El arraigo local ha definido las señas de identidad de la compañía: cercanía, calidad y visión a largo plazo



DE MORÓN DE LA FRONTERA AL MUNDO



Si hay una frase que define a Ángel Camacho Alimentación es la de una **'multinacional de pueblo'**. Su sede corporativa sigue en Morón de la Frontera, un pequeño pueblo sevillano con una gran tradición oliverera, donde nació la empresa hace ya más de 120 años. Desde

esta localidad, la empresa se ha expandido por el mundo y ahora cuenta con instalaciones y sucursales propias en sus principales mercados (España, Estados Unidos, Reino Unido y Polonia). Asimismo, dispone de delegaciones comerciales en Francia, Rusia y Malasia.

Países donde exporta el Grupo Ángel Camacho.

Exportaciones a más de **90** países



70%

ventas fuera de España

Empleados 2019 **787**



UNIDADES DE NEGOCIO

ESPAÑA

Ángel Camacho Alimentación: Morón de la Frontera y Espartinas (Sevilla)

Infusiones Susarón: Otero de las Dueñas (León)

REINO UNIDO

A. Camacho UK (Great Cambourne)

POLONIA

Stovit Group (Bydgoszcz)

MARRUECOS

Cartier Saada (Marrakech)*.

ESTADOS UNIDOS

Mario Camacho Foods (Plant City, Florida)

* Mario Camacho Foods entró en el accionariado de esta empresa en diciembre de 2019

OFICINAS COMERCIALES

Francia (Nantes)

Rusia (Moscú)

Malasia (Kuala Lumpur)



PRINCIPALES MAGNITUDES 2018-2019

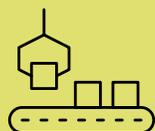
Por volumen de facturación y por centros de producción, Ángel Camacho Alimentación es el buque insignia del Grupo. Sus resultados en los años 2018 y 2019, con unas ventas de 157 y 176 millones de euros, respectivamente, reflejan la buena marcha de su actividad. Esta unidad de negocio supone más del **80% de la facturación** del GAC.

▼
MAGNITUDES ECONÓMICAS

	Ángel Camacho Alimentación		Grupo Ángel Camacho	
	2018	2019	2018	2019
Ventas	157,2	175,9	195	212,6
Ebitda	2,8	5,5	6,3	9,5
Inversiones	1,5	1,1	3,6	2,4
Resultados antes de impuestos	1,0	1,6	0,0	3,6
Total activos	141,8	140,3	188,6	182,1
Fondos propios	36,2	37,5	65,9	70,8

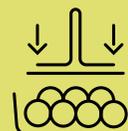


1^{er} envasador de
aceitunas
de mesa en España



Fabricante n° **133** por facturación
y n° **47** por cifra de negocio exterior

59.500 toneladas/año de
aceitunas comercializadas



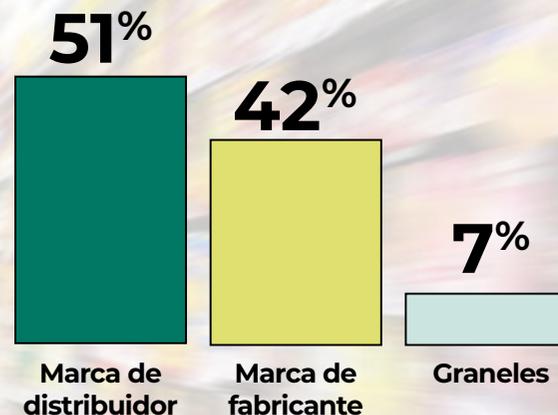
11.000
toneladas/año de
mermeladas
comercializadas

VENTA 2019

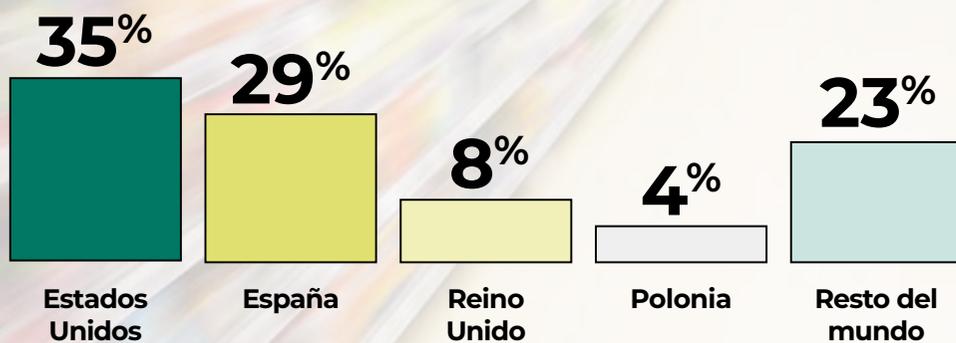
CATEGORÍA DE PRODUCTO



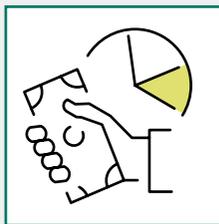
MARCA DE FABRICANTE O DE DISTRIBUIDOR



PAÍSES



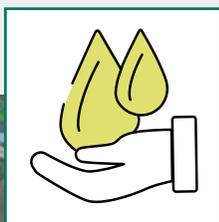
Las ventas de Grupo Ángel Camacho fueron de 212,6 millones de euros en 2019



MAGNITUDES ECONÓMICAS GAC

	2018	2019
Impuestos	3,26	5,37
Exportaciones	143,65	148,27
Proveedores	419	393
Sueldos	19,97	21,10

Datos en millones de €



IMPACTO AMBIENTAL ACA*

	2015-2019
Reducción emisiones de CO₂ por kilogramo de aceituna envasada	-28%
Reducción consumo de agua	-10%
Reducción consumo de electricidad	-3%
Reducción consumo de gasoil	-34%
Aumento consumo de biomasa	+29%
Reducción superficie suelo de fábrica ocupado	-2%

* Solo se recogen las cifras de ACA debido a que es la unidad de negocio del Grupo responsable de las principales fábricas.



IMPACTO SOCIAL GAC

	2018	2019
Empleados	773	787
Mujeres en plantilla	303	290
Inversión en formación (€)	177.311	130.860
Compras locales*	58%	53%
Sueldos (millones €)	19,97	21,10
Proveedores integrados (Programa Camacho Integra)	634	535

*ACA



HITOS



NEGOCIO

- **Entrada en el accionariado de Cartier Saada** al adquirir Mario Camacho Foods, el 10% de esta empresa marroquí.
- **Presentación del Plan Evolución**, nuevo marco estratégico del Grupo para el periodo 2019-2023.



MEDIOAMBIENTE

- **Desarrollo de la Guía de Buenas Prácticas Ambientales**, orientada a la protección del medioambiente.
- **Avance del proyecto Life Laser Fence**, cuyo objetivo es reducir el uso de raticidas y pesticidas y proteger los cultivos de la intrusión de animales.
- **Eliminación de plásticos** en los cajetines Susarón.
- **Optimización y reducción del uso de papel.**



PRODUCTOS

- **Novedades en todas las líneas de negocio** para seguir *poniendo sabor en la vida de los consumidores* y dar respuesta a sus necesidades y demandas. Destacan: La Vieja Fábrica Cero Azúcar Refinado, infusiones funcionales Susarón, aceitunas aliñadas Fragata, aceitunas orgánicas Mario y las nuevas mermeladas Stovit.
- **Obtención de la certificación Halal**, otorgado por el Instituto Halal de la Junta Islámica de España, por parte de ACA.
- **Implantación de un protocolo ‘Cero residuos pesticidas’** para producir alimentos seguros.
- **Participación en el programa de GSV**, *Global Security Verification*, obteniendo un 98 sobre 100.



PERSONAS

- **Nuevas campañas de seguridad** para afianzar la cultura preventiva y los hábitos saludables en la compañía.
- **Éxito del Proyecto InPULSA-t**, diseñado para conseguir una gestión del cambio efectiva.
- **Segundo estudio clima laboral.**
- **Prima por resultados** para toda la plantilla que está con condiciones superiores al convenio.



SOCIEDAD

- **Consolidación del Proyecto Camacho Integra**, que garantiza la trazabilidad de la cadena de suministro.
- **Más de 120.000 familias beneficiadas** gracias al impacto positivo de las donaciones de GAC.
- **Gran impacto en el desarrollo local**, el 75% de las compras realizadas a proveedores locales.



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- **Distintivo Landaluz a la Fidelidad**, de la Asociación Empresarial de Alimentos de Andalucía (Landaluz), por su apoyo a la organización (2018).
- **Reconocimiento Bandera de Andalucía**, concedida por la Delegación del Gobierno de la Junta, por su labor al desarrollo de la provincia de Sevilla (2018).
- La Vieja Fábrica, **Mejor Marca Andaluza** en los XVIII Premios Andalucía Económica (2019).

UN POCO DE HISTORIA 120 AÑOS DE CRECIMIENTO



1927
Registro de la marca



Comienzo de las exportaciones a Estados Unidos.

1897
Nace en Morón de la Frontera. Producción de aceite y cereales.

1977
Internacionalización: instalaciones propias y distribución fuera de España. Adquisición de Specialty Food Packing & Importing Co. (Chicago, EE.UU.).

1968
Innovación en el envasado al utilizar frascos de vidrio para las aceitunas.

1955
Desarrollo de **tecnología pionera:** primera máquina deshuesadora y rellenadora de aceitunas.

1996
Inauguración de la **nueva fábrica:** más de 100.000 m² con la última tecnología.

1994
Diversificación: adquisición de



1985
Constitución de **empresas agrícolas,** con más de 1.100 hectáreas de olivares.

1980
Nuevos procesos: movimiento de aceitunas por tubería.



2005
Referencia del sector: primer proveedor mundial de aceitunas con programa medioambiental certificado.

2002
Expansión: nace ANGEL CAMACHO UNITED KINGDOM

2001
Novedad mundial: presentación del 'Pouch Pack'.

2009
Innovación mundial: presentación del snack pack sin salmuera.

2007
Vertido cero: puesta en marcha de una innovadora planta depuradora de aguas industriales.

Crecimiento global: adquisición de Stovit en Polonia y creación de MARIO CAMACHO FOODS en Estado Unidos.



2015
Crecimiento: compra del 100% de MARIO CAMACHO FOODS y de SUSARON

2014
Elaboración de la primera **Memoria de Sostenibilidad.**

2013
Compromiso visible: cálculo de la huella de carbono de aceitunas y mermeladas. Adhesión al pacto Mundial de Naciones Unidas.

2019
Nuevo negocio: entrada en el accionariado de Cartier Saada (Marruecos).



2017
Lanzamiento del **Proyecto** CAMACHO INTEGRA para la homologación e integración de agricultores en la cadena de valor.

2016
Nuevos tiempos: inicio de la reorganización y modernización industrial.

1897-1929 1950-1979 1980-1999 2000-2009

2010-2019



MODELO DE NEGOCIO

La compañía desarrolla su actividad pensando en el presente pero, sobre todo, en el futuro. Así, centra su modelo de negocio en el largo plazo, convencida de que su misión debe perdurar en el tiempo con el fin de **seguir generando valor para las próximas generaciones** y ofreciendo los mejores productos a los consumidores.

El **Plan Evolución**, nombre que recibe el Plan Estratégico 2019-2023, será clave para conseguir los objetivos definidos. La máxima de esta hoja de ruta es continuar con la evolución de compañía iniciada hace unas décadas, un proceso que está permitiendo **pasar de ser una empresa eminentemente aceitunera a una de alimentación global**. El objetivo es mejorar los niveles de rentabilidad, pero siempre manteniendo un equilibrio entre Propiedad, Familia y Empresa, tres pilares en los que se sustenta el Grupo Ángel Camacho.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN EVOLUCIÓN 2019-2023

-  Orientación al **consumidor**
-  **Personas** motivadas y comprometidas
-  **Mejora continua** en todas las operaciones
-  **Una sola compañía** con unidades de negocio

La compañía, siempre alineada con la innovación, la mejora continua y el crecimiento sostenible, sigue apostando por una **actividad que favorezca el retorno de las inversiones** no solo para la organización, también para el entorno local en el que está presente y la sociedad en general. Y siempre, por supuesto, con el máximo respeto por el medioambiente para minimizar su huella en el entorno.



El objetivo es evolucionar y seguir creciendo, pero siempre protegiendo los principios y valores fundacionales de la compañía

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN Y LOS ODS

El desarrollo sostenible está implícito en la gestión de la compañía, un elemento esencial para la **creación de valor compartido** con todos los grupos de interés a corto, medio y largo plazo. Fruto de este compromiso, Grupo Ángel Camacho se adhirió en 2013 al Pacto Mundial de Naciones Unidas, asumiendo como propios e incorporando en la gestión sus diez principios y reportando cada año su desempeño en el Informe de Progreso anual.

En un ámbito más local, Ángel Camacho Alimentación se sumó en 2016 a Decálogo de Empresas Responsables de Sevilla, una iniciativa que promueve la creación de riqueza y empleo como vehículo para contribuir al desarrollo social y económico.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Con su actividad, Grupo Ángel Camacho apoya y contribuye de manera directa a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promovidos por Naciones Unidas como parte de su Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.



**La compañía se
adhirió en 2013 al
Pacto Mundial de
Naciones Unidas**

CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA



Colaboración con bancos de alimentos y ONG; implantación de medidas destinadas a reducir el desperdicio alimentario, aumentar el peso de las compras locales y fomentar el empleo local.

3 SALUD Y BIENESTAR



Desarrollo de productos saludables en todos los ámbitos para promover la salud y el bienestar de las personas; puesta en marcha del protocolo 'Cero residuos' en las empresas agrícolas para producir alimentos seguros.

5 IGUALDAD DE GÉNERO



Apuesta por la igualdad en la plantilla con el compromiso de aumentar la proporción de mujeres en todos los niveles de la organización.

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



Elaboración de programas para cuidar los recursos hídricos; reciclado de toda el agua que se procesa en la fábrica principal ('Vertido cero').

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



Producción de biomasa a partir de los huesos de aceituna, que se utiliza en las instalaciones como fuente de energía. El 89% del consumo energético y el 100% del consumo eléctrico procede de fuentes renovables.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Impulso de la protección, la formación y la seguridad de las personas; Código Ético como base de las relaciones con los empleados.

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



Más eficiencia y menos emisiones a través de la reorganización industrial y la modernización de la principal fábrica de aceitunas.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



Puesta en marcha de iniciativas como la elaboración de la Guía de Proveedores, la fabricación por pedidos o la integración de proveedores con el proyecto Camacho Integra.

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



Medición de la huella de carbono y de la huella hídrica con el compromiso de reducir el impacto y frenar el cambio climático. Eliminación de plástico en el retráctil de los cajetines de infusiones Susarón.

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



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

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



Promoción de una conducta ética y responsable a través del Código Ético y de Cumplimiento y la Guía de Buenas Prácticas Ambientales.

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. Participación en los programas 'La alimentación no tiene desperdicio', de AECOOC, y 'Andaluces compartiendo', de Landaluz.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Grupo Ángel Camacho es una empresa 100% familiar cuya estructura accionarial pertenece a la tercera y cuarta generación de la familia Camacho. El gobierno está gestionado por un **Administrador Único** y se rige por los más exigentes estándares de transparencia.

PROTOCOLO FAMILIAR

Por su condición de empresa familiar, la compañía 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, y está 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

Es el encargado de definir la estrategia de la compañía y asegurar su visión de largo plazo a través del **cumplimiento de los objetivos corporativos**. Sus funciones principales son:

-  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.



COMITÉ DE DIRECCIÓN DE GRUPO ÁNGEL CAMACHO

Ángel Camacho Perea	Director general
Ignacio José Martín Rodríguez	Director Administrativo Financiero
Beatriz Camacho Cruz-Auñón	Subdirectora general División Mermeladas y directora Unidades de Negocio
Jaime Millán Verdugo	Director de Operaciones
Juan Camacho Bilbao	Subdirector general División Aceitunas y director de Compras
Juan Carlos Sánchez Herrera	Director de Marketing y Comunicación
Ignacio Martínez Escribano	Director de Sistemas de Información
Jaime Zubiría de Castro	Director de Personas

REFUERZO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Con la puesta en marcha del Plan Evolución, se han creado dos nuevas subdirecciones generales: la División de Aceitunas y la División de Mermeladas. A través de ellas,

GAC refuerza el seguimiento de los proyectos y agiliza la toma de decisiones, además de impulsar la transformación hacia una empresa de alimentación.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Estar cada día de forma especial en la vida de los consumidores



VISIÓN

Poner sabor a tu vida



MISIÓN



COMPROMISO

Nos entregamos con pasión en todas las cosas que hacemos. El compromiso tiene connotaciones de **esfuerzo, respeto, vinculación personal** con la empresa y sobre todo mejora en la productividad y los resultados. Con el compromiso aportamos responsabilidad, iniciativa y creatividad.



INTEGRIDAD

Somos honestos, transparentes y respetamos a las personas. **Cumplimos con nuestras promesas y nuestros compromisos.** Actuar de forma íntegra no es solo hacer las cosas bien, es también hacer las cosas correctas.



SIMPLICIDAD

Queremos hacer sencillas las cosas, buscando **soluciones claras y concisas.** Si hacemos las cosas simples, lo haremos de forma excelente.



TRABAJO EN EQUIPO

Coordinamos e integramos nuestros esfuerzos para **lograr los resultados.** El trabajo en equipo exige saber compartir, ser solidarios con una vocación de respeto, responsabilidad, participación y diálogo.



EXCELENCIA

Buscamos la mejora continua en todo lo que hacemos. La excelencia **nos impulsa a ser mejores cada día** y no por competir con otros sino como un reto personal para crecer. Es hacer las cosas de forma óptima e intentar hacerlas mejor la próxima vez.

VALORES



BUEN GOBIERNO



Uno de los valores de la compañía es la **integridad** y, en consecuencia, se esfuerza para que su desempeño y el de todas las personas que la integran sea honesto, transparente y respetuoso, siempre velando por el cumplimiento de los más altos estándares éticos.

Para que esto sea una realidad, desde 2015 GAC cuenta con un **Código Ético** que promueve el estricto cumplimiento del marco regulatorio tanto nacional como internacional, así como el comportamiento ético y responsable de todo el equipo humano. Este debe guiarse por **tres principios básicos**:

- evitar cualquier conducta que pueda dañar la reputación del Grupo.
- actuar legal y honestamente, velando por el interés de la compañía.
- respetar el Código Ético establecido.

El Código Ético sirve como herramienta de **gestión de riesgos** para la prevención de delitos y deja constancia por escrito de que todas las acciones individuales y grupales dentro de la empresa han de estar alineadas con su misión, visión y valores. Asimismo, permite generar **relaciones de confianza** con todos los grupos de interés.

Se trata de un **documento vivo** que se revisa de forma continuada para actualizarlo e incorporar todas aquellas materias de interés. Además, con el fin de promover su conocimiento, el Grupo imparte formación específica y desarrolla iniciativas de divulgación a través de diversos soportes de comunicación. Algunas de las últimas acciones llevadas a cabo son:

- Implantación de la **política de regalos**.

- Cumplimiento del marco regulatorio en materia de **protección de datos y secretos comerciales**.
- Promoción de la **cultura preventiva**.
- **Seguridad de los sistemas** y de la información.
- **Comunicación** interna y con medios, accionistas y autoridades.
- **Auditoría interna**.

COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Este órgano vela por la **vigencia del Código Ético** y controla que todos los miembros de la compañía, al igual que todas sus unidades de negocio, actúen de acuerdo con él.

BUZÓN DE DENUNCIAS

Creado en 2016, está abierto a todas las personas que tienen relación

con Grupo Ángel Camacho para que puedan realizar, de forma confidencial, cualquier consulta, comunicación o denuncia relacionada con el cumplimiento del Código Ético. Existen dos **canales de contacto**:



Correo ordinario
Avda. del Pilar,
nº 6, Morón de la
Frontera,
41530, Sevilla.



Correo electrónico

comitedecumplimiento@acamacho.com

VISIÓN DEL SECTOR



La compañía opera en el sector de alimentación y bebidas, uno de los principales motores económicos de España y de la Unión Europea (UE). De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la alimentaria es la principal industria manufacturera en la UE, con más de 294.000 empresas implicadas que dan empleo a casi 4,6 millones de personas.

La industria alimentaria española ocupa el quinto puesto en valor de cifra de negocios (8,7%), por detrás de Francia (16,2%), Alemania (15,4%), Italia (12,0%) y Reino Unido (10,7%). Es la primera rama manufacturera del sector industrial en el país, con más de 107.000 millones de euros de ventas de productos, cifra que representa el 24,3% del sector industrial, además del 18% de las personas ocupadas y del 15,5% del valor añadido.

ACEITUNA DE MESA



En el mundo hay unos 850 millones de olivos que ocupan una superficie de diez millones de hectáreas, de las que más de un millón se dedica a la producción de aceitunas de mesa, según datos del Consejo Oleícola Internacional. En España, cerca de más de 2,77 millones de hectáreas se dedican al olivar y, de ellas, casi el 7% a la aceituna de mesa, de acuerdo con los datos de encuesta sobre superficies y rendimiento de cultivos de 2019 (ESYRCE). De estas últimas, casi el 87% se encuentran en Andalucía y el 11% en Extremadura.

España es el primer país productor de aceitunas de mesa del mundo, seguido de países como Egipto, Turquía, Argelia, Grecia, Siria, Marruecos y Argentina. Marruecos. La producción media mundial de las últimas cinco campañas asciende a 2.661.800 tone-

ladas, de las cuales 543.780 se produjeron en España, es decir, el 21% del total. El sector es de gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional. Genera más de 8.000 empleos directos y más de seis millones de jornales por la recolección y el cultivo del olivo, a los que hay que sumar los puestos de trabajo creados por las empresas auxiliares.

RETOS DEL SECTOR

Aranceles con Estados

Unidos: en 2019, por tercer año consecutivo, los problemas arancelarios con este país han marcado la agenda del sector. A los aranceles impuestos a la aceituna negra, a finales de año se sumaron también los de la aceituna verde.

Brexit: el mercado del Reino Unido representa el 3,8% de las exportaciones españolas de aceitunas de

mesa, por lo que el sector ha seguido trabajando para adecuarse a todos los escenarios.

■ **Complicada recolección:** debido a circunstancias climatológicas, la cosecha de 2019 ha sido menor de la esperada, lo que dificultará la campaña de comercialización de 2020.

■ **Norma de calidad:** el sector ha seguido trabajando para conseguir una norma que obligue a indicar en el etiquetado la variedad y el país de origen de la aceituna.

■ **Coadyuvantes tecnológicos:** en 2019 se han iniciado las gestiones con la Administración para que se autorice el uso de hidróxido sódico, lo que permitiría incrementar las ventas de aceituna ecológica de España en la UE.



PARTICIPACIÓN ASOCIATIVA

Ángel Camacho Alimentación está presente y participa muy activamente en numerosos organismos, entidades y asociaciones. De esta forma, la compañía pone de manifiesto su compromiso con el desarrollo e impulso del sector, fomentando las buenas prácticas corporativas y potenciando la colaboración en diversos ámbitos en beneficio de la sociedad.

ASEMESA: Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de mesa. Juan Camacho Bilbao, Subdirector general División Aceitunas y director de Compras, es actualmente su vicepresidente

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

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

AECOC: Asociación de Fabricantes y Distribuidores

APD: Asociación para el Progreso de la Dirección

AETI: Asociación Española de Tés e Infusiones

LANDALUZ: Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía. Ángel Camacho Perea, Director General de GAC, es actualmente vicepresidente 1º de esta entidad

CEA: Confederación de Empresarios de Andalucía

CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA

CES: Confederación de Empresarios de Sevilla

ASEOGRA: Asociación Sevillana Empresarial del Olivo y de la Grasa

AEMORON: Asociación de Empresarios de Morón



La compañía impulsa la colaboración para beneficio de la sociedad





PONIENDO
SABOR
A TU VIDA

CADA DÍA EN LA VIDA DE LOS CONSUMIDORES

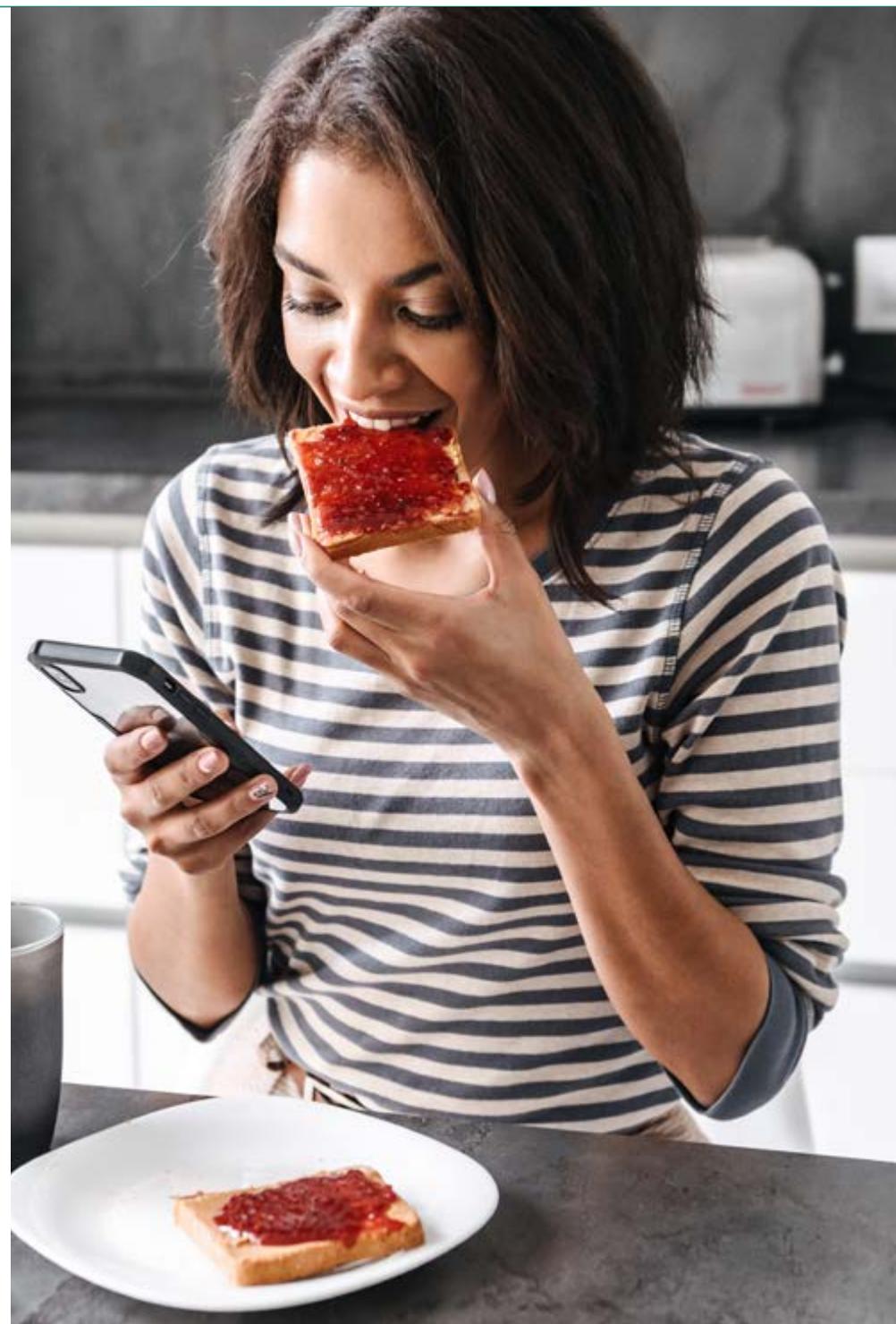
Todas las personas que forman Grupo Ángel Camacho trabajan para cumplir con la misión de 'poner sabor en la vida de los consumidores'. Para ello, se elaboran y comercializan productos de la máxima calidad y con el mejor sabor, siempre con la mejor materia prima y siguiendo los procesos más eficientes.

Igualmente, la compañía busca de forma constante nuevos caminos para ofrecer productos más saludables y sostenibles a lo largo de todo el proceso productivo, en línea con las demandas de un consumidor preocupado cada vez más por una alimentación más sana, beneficiosa para su salud y con menor impacto en el entorno.

Con esta filosofía, el objetivo es lograr que las marcas de la compañía generen la máxima confianza en el

mercado y en los clientes, reforzando su posicionamiento para que estén siempre en la mente del consumidor y se conviertan en la principal opción de compra.

**Toda la
estrategia de
la compañía
se realiza para
'poner sabor en
la vida de los
consumidores'**



DE LA MANO DE LOS CLIENTES

A finales de 2019, Ángel Camacho Alimentación contaba con un millar de clientes, a los que vendía sus productos a más de 90 países. Esta actividad, tan internacionalizada, implica una enorme **capacidad de adaptación** para satisfacer las demandas de mercados muy distintos, cada uno definido por las exigencias de los diferentes clientes, entre los que se incluyen desde grandes cadenas de distribución mundial hasta cadenas de supermercados locales. Por otra parte, también es imprescindible adaptar los productos a los gustos y preferencias de los consumidores.

En este escenario tan complejo y heterogéneo, la estrategia se centra en desarrollar alianzas globales con los clientes más importantes del mundo para generar **relaciones estables** que se prolonguen en el tiempo. Con muchos de ellos, la colaboración se mantiene desde hace más de 20 años, favoreciendo

el crecimiento de la compañía y el de todas sus marcas.

Ángel Camacho Alimentación cuenta con más de mil clientes, desde pequeños supermercados locales hasta las principales cadenas de distribución mundial

Más de la mitad de los clientes de Grupo Ángel Camacho son grandes compañías de *retail* a nivel internacional. Dentro de las diez empresas de distribución más importantes del mundo, incluidas en el Top 25 del ranking que anualmente publica Deloitte (*Global Powers of Retailing 2017*), ocho de ellas son clientes de la compañía.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Ángel Camacho Alimentación desarrolla una oferta completa para el canal *retail* y *foodservice*, así como para la industria alimentaria con todas sus marcas o incluso con marca del cliente o distribuidor (MDD). El objetivo es siempre ofrecer una calidad excepcional a un precio competitivo, acompañado de un *packaging* elegante e innovador.



Canal *retail*

Los productos se distribuyen directamente al consumidor final.



Canal *foodservice*

Los productos son adquiridos para ser reprocesados o utilizados como ingredientes.



Industria alimentaria

El producto es reprocesado o envasado en distintos formatos o a granel para terceras empresas.

La compañía garantiza un servicio responsable y un suministro continuado a todos sus clientes



CALIDAD Y SEGURIDAD



La calidad es una seña de identidad de todas las marcas y productos de la compañía. Para alcanzar los más altos estándares en este ámbito, aplica su exigente **Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria**, que se basa en:

- **Satisfacer los requisitos implícitos y explícitos de los productos**, de calidad, legales y de seguridad, así como de auditorías de terceras partes.
- **Mejorar de forma continua**, identificando los procesos necesarios para optimizar el desarrollo de las actividades.
- **Establecer objetivos de gestión** de la calidad y seguridad alimentaria, dirigidos a la consecución de sus preferencias estratégicas.
- **Implicar y hacer partícipe a todo el equipo humano** en el proceso de mejora continua.

■ **Asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios** para la consecución de los objetivos marcados.

VIGILANCIA DURANTE TODO EL PROCESO

La compañía tiene implantado un **sistema de trazabilidad** que permite conocer toda la trayectoria de los productos a lo largo de la cadena de suministro, desde el origen de las materias primas hasta las especificaciones de los clientes a los que se ha enviado cada lote. Toda esta información, además de mejorar la vigilancia de los procesos, sirve para aumentar la eficiencia y mejorar el servicio a los clientes.

INNOVACIÓN CONTINUA

Además de la calidad, Ángel Camacho Alimentación apuesta por la innovación como herramienta de mejora en todas sus actividades. En este sentido, dispone de un **Sistema de Gestión de I+D+i**, certificado bajo los criterios de la norma UNE 166.002, a través del que canaliza el

desarrollo de nuevos proyectos y productos. Asimismo, cuenta con una **Política de I+D+i** que favorece el avance en este ámbito.

EXCELENCIA CERTIFICADA

La compañía dispone de las certificaciones más exigentes y prestigiosas a nivel internacional:



Primera empresa del sector de la aceituna de mesa en certificar sus procesos de innovación: UNE 166002

SEGURIDAD GLOBAL

Desde 2015, la compañía participa de forma voluntaria en el **Programa de GSV (Global Security Verification)**, una auditoría que analiza de forma exhaustiva la cadena de suministro y certifica el cumplimiento de las medidas de seguridad requeridas por la Oficina de Aduanas de Estados Unidos, así como de otras normas internacionales de seguridad.

- En 2018, el resultado de la verificación de ACA fue de 98 sobre 100, superando la media de 82 obtenida por otras empresas del sector. La auditoría se centró, entre otros aspectos, en procesos, procedimientos e infraestructura existentes relacionados con áreas de seguridad de la cadena de suministro, tales como, logística, seguridad física, controles de información de envío, personal de seguridad, almacenamiento y distribución, controles de acceso a la información, registro y documentación.

EL CONSUMIDOR EN EL CENTRO

Ángel Camacho Alimentación se esfuerza para **satisfacer las necesidades** de los consumidores, pero también para **superar sus expectativas**. Lo consigue a través de la innovación continua, respondiendo a sus demandas con productos más saludables y con menor impacto en el entorno.

Igualmente, **involucra al consumidor** en el desarrollo de los productos, realizando consultas y test para conocer sus opiniones a través de investigaciones cualitativas y cuantitativas, catas, encuestas y seguimiento de procedimientos. Las sugerencias recibidas ayudan a definir futuros lanzamientos o mejorar productos ya existentes.

Desde mediados de 2019, el proceso habitual de catas se ha reforzado con la creación de un **panel de catadores interno**. Este grupo ha recibido formación y entrenamiento específi-

co para ser capaz de definir y evaluar de manera objetiva y fiable los productos actuales y en desarrollo.

Por otra parte, cuenta con un protocolo para la **gestión de reclamaciones**, donde se establece la responsabilidad, 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 vendidos.

También se atienden las reclamaciones a través de canales directos con el consumidor, como el servicio de atención al cliente (vía telefónica o correo electrónico) o la escucha activa en las redes sociales a través de los perfiles sociales de las diferentes marcas. Esto, además de **fomentar una relación cercana y cómplice con el consumidor**, permite a la compañía convertir las reclamaciones en oportunidades de mejora.



COMPROMISO VISIBLE

Obtención de la certificación Halal

Ángel Camacho Alimentación ha obtenido la certificación Halal, que otorga el Instituto Halal de la Junta Islámica de España, necesaria para la exportación de productos a países musulmanes.



Envases libres de BPA

Se ha eliminado el bisfenol A (BPA) en todas las tapas y latas utilizadas en el envasado. Esta sustancia química se utiliza, entre otras cosas, en la elaboración de envases y desde hace años está prohibida en productos de uso infantil, como biberones.



Reducción y eliminación del plástico

La compañía ha creado un equipo de trabajo, el cual desde 2018 está trabajando en reducir o eliminar el consumo de plástico.



'Cero residuos pesticidas'

Implantación de un protocolo que persigue la eliminación de pesticidas en las empresas agrícolas para producir alimentos seguros.



CATÁLOGO DE PRODUCTOS

A través de un nutrido grupo de marcas, el Grupo Ángel Camacho comercializa una amplia variedad de productos, cada vez más diversificada, para dar respuesta a las necesidades y gustos de los consumidores. Cada marca ha ido definiendo con los años una personalidad propia que le ha permitido mejorar su posicionamiento en el mercado, siempre con la **garantía de calidad** que ofrece la compañía en todo lo que hace.



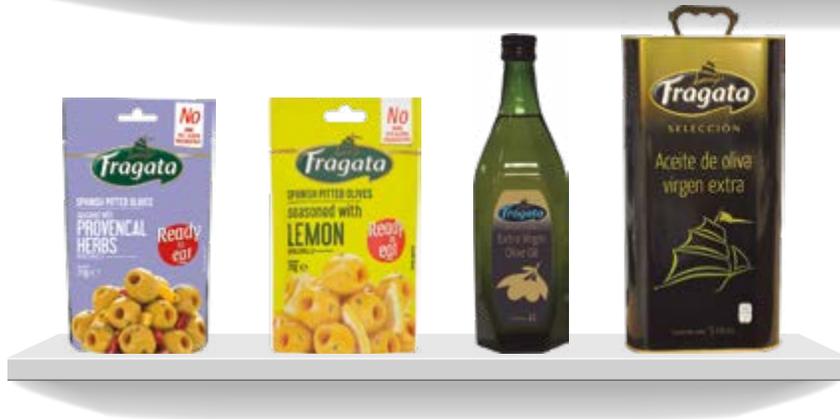
ORIGEN 1925

PRODUCTOS aceitunas, aceites, encurtidos y condimentos

WEB www.fragata.es

Desde su nacimiento hace casi un siglo, Fragata se ha convertido en el motor de la compañía y en todo un referente internacional gracias a la excelencia de sus aceitunas, aceites, encurtidos y otras especialidades mediterráneas, que adapta a los gustos de cada mercado.

Fragata cuenta con un amplísimo catálogo de productos, todos ellos elaborados a partir de los mejores ingredientes y mediante un cuidado proceso de elaboración. A lo largo de su trayectoria, la marca se ha consolidado como líder en innovación gracias a las diferentes variedades que pone en el mercado, pero también a los avances logrados en materia de embalaje, formatos y presentación.



Nuevo catálogo digital: valiosa herramienta de comunicación multimedia para presentar de forma visual la amplia variedad de productos de la marca



Aceitunas rellenas de anchoa "Sin Potenciador del Sabor": en su elaboración, se sustituye el glutamato por un extracto de levadura que conserva el gusto original del producto

Amplia gama de aceitunas aliñadas: siete nuevos sabores de aceitunas verdes aliñadas con distintas especias y condimentos

Relanzamiento de encurtidos y condimentos: elaborados con una nueva fórmula que potencia y mejora su sabor



LA VIEJA FÁBRICA
Desde 1834

ORIGEN **1834**

PRODUCTOS mermeladas y crema de avellanas

WEB www.laviejafabrica.com

La marca La Vieja Fábrica elabora mermeladas con un marcado carácter artesanal que ha conquistado desde hace décadas al consumidor. Su tradición y calidad se combinan con la innovación, que le permiten ofrecer nuevas gamas adaptadas a las tendencias de los consumidores.

La Vieja Fábrica ha hecho de la experiencia y saber hacer su principal valor, ofreciendo a los consumidores productos con personalidad propia que se distinguen claramente por su calidad, textura y sabor.

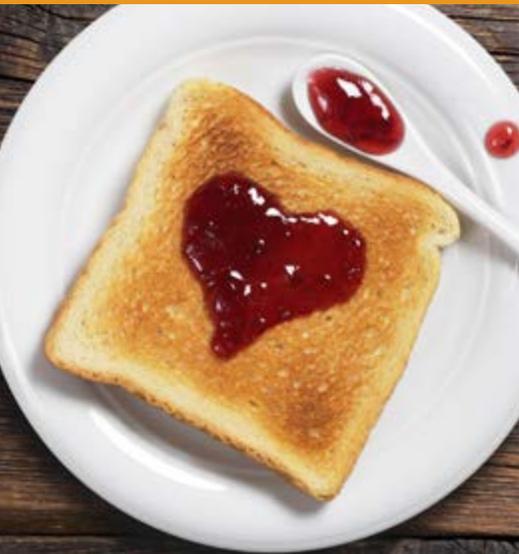


La Vieja Fábrica Sin Trozos: con seis deliciosos sabores (fresas, fresa y plátano, melocotón, frutas del bosque, mandarina y mango), esta nueva gama es ideal para consumidores que buscan una mermelada de textura más fina, sin trozos ni semillas.

La Vieja Fábrica Cacao y Avellana, sin aceite de palma: la variedad de cacao y avellanas se reformula para eliminar el aceite de palma, además no utiliza materias primas genéticamente modificadas ni contiene grasas hidrogenadas ni colorantes o conservantes. En su elaboración se utiliza cacao con certificado UTZ (que certifica la seguridad de una producción agrícola sostenible) apoyando así la agricultura sostenible de cacao.

La Vieja Fábrica Cero Azúcar Refinado: gama dirigida a aquellos consumidores que quieren eliminar o reducir el consumo de sacarosa (azúcar común) o azúcar refinado añadido. Estas mermeladas han eliminado el azúcar refinado y lo ha sustituido por un endulzante 100% natural, a base de un concentrado de manzana y algarroba, obtenido mediante un proceso físico de prensado. Están disponibles en sabor fresa, frambuesa, arándanos y fresas, naranja amarga, melocotón y frutas del bosque.

NOVEDADES





La marca de infusiones Susarón, de gran tradición, se ha posicionado como referente en el segmento bienestar con sus infusiones funcionales y su endulzante de origen 100% natural. Susarón se ha convertido en un aliado de la salud, ayudando a las personas a cuidarse y a sentirse mejor. Todo ello poniendo el foco en el sabor para que la experiencia de consumo sea inmejorable.

Recientemente ha renovado su imagen corporativa y de marca, buscando una identidad visual que potencie sus valores y transmita todo aquello que significa y representa. También ha estrenado nueva página web para acercar al público toda la información relacionada con la marca.



Amplia variedad de Infusiones funcionales: bajo el paraguas de dos nuevas gamas que internamente engloban los conceptos 'salud de la mujer' y 'adultos jóvenes', Susarón ha lanzado en dos oleadas (junio 2018 y junio 2019) 9 nuevas referencias. Esta amplia variedad ha incrementado su posicionamiento como marca referente en productos saludables.

Endulzante Natural: acorde con las nuevas tendencias, Susarón lanzó una alternativa natural y saludable al azúcar y otros edulcorantes. Dirigido a aquellos consumidores que buscan sustituir el azúcar y/o los edulcorantes por un endulzante 100% natural y con beneficios para la salud. Procede 100% de frutas (manzana, uva y algarroba) y está elaborado mediante un proceso físico de prensado, sin ninguna modificación química y sin conservantes.



1937



aceitunas, aceites, encurtidos y condimentos



www.mariocamachofoods.com

Mario es la principal marca del GAC en Estados Unidos, su principal mercado. Orientada al mercado norteamericano, comercializa aceitunas y otros productos típicamente mediterráneos con la calidad y la innovación por bandera, lo que ha permitido a la marca ser muy reconocida por los consumidores.

El catálogo de Mario es muy amplio e incluye distintos tipos de aceitunas por variedad, origen y formato, además de otras especialidades mediterráneas como son el aceite de oliva, los encurtidos y condimentos, las cebolletas, los pimientos, las alcaparras o las alcachofas.



Aceite de oliva Virgen Extra orgánico: un aceite de alta calidad elaborado con aceitunas procedente de cultivo ecológico.

Snax by Mario: deliciosas aceitunas envasadas sin salmuera en atractivos envases reciclables. Son un snack saludable para llevar y consumir en cualquier lugar.



ORIGEN 1970



PRODUCTOS mermeladas, confituras y conservas de frutas



WEB www.stovit.com.pl

A partir de la mejor materia prima, la marca Stovit, cuyo nombre significa 'cien vitaminas', elabora, entre otros productos, mermeladas y conservas de fruta muy demandadas en el mercado polaco, país de nacimiento de Stovit, que se incorporó al Grupo Ángel Camacho en 2007.

A través de sus distintas gamas de productos, la marca busca satisfacer las necesidades de los amantes de los sabores frutales y estar presente en sus mesas en todas las ocasiones de consumo.



NOVEDADES



Amplia gama de mermeladas y conservas de fruta: la marca actualiza su catálogo de productos permanentemente con nuevas variedades. Entre los últimos lanzamientos están mermeladas sin azúcares refinados y endulzadas con azúcar de abedul y mermeladas aromatizadas con menta un ingrediente muy novedoso. También ha ampliado su gama de postres de manzana.





PERSONAS

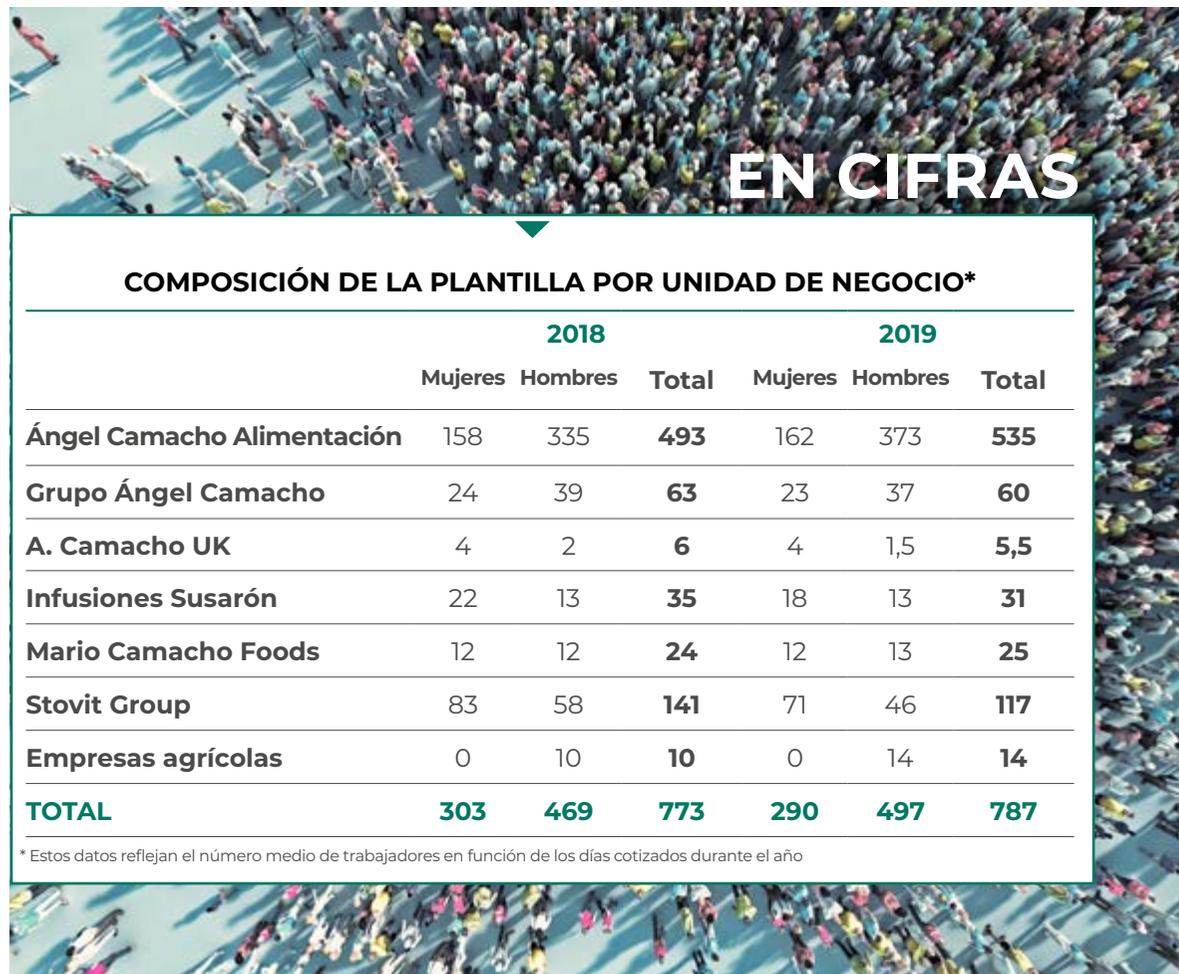
COMPROMETIDAS Y MOTIVADAS

LA FUERZA DEL EQUIPO

Las personas son el motor que mueve y hace crecer el Grupo Ángel Camacho. A cierre de 2019, la plantilla a nivel global estaba formada por casi 800 hombres y mujeres que, en su desempeño diario, demuestran un enorme compromiso con el negocio.

La compañía se esfuerza por ofrecer a todos sus profesionales el mejor lugar para trabajar, poniendo en marcha continuas iniciativas para que pue-

dan desarrollar todo su talento y potencial, y siempre velando por su salud y seguridad. Igualmente, impulsa políticas que favorecen la igualdad y la no discriminación, además de poner el foco en aspectos tan relevantes como la formación, la comunicación interna, la conciliación y el bienestar. Todo ello con el objetivo de aumentar su motivación y lograr su completa integración en las estrategias corporativas.



La principal unidad de negocio reúne el **68%** de las personas de la compañía

Plantilla
63% hombres  **37%** mujeres 

IMPULSANDO LA IGUALDAD



La compañía cuenta con diversos instrumentos para **garantizar los principios de igualdad, diversidad y no discriminación** entre todas las personas que la integran. Así se recoge tanto en su Código Ético como en políticas y planes corporativos específicos.

IGUALDAD DE GÉNERO

Desde 2016, Ángel Camacho Alimentación cuenta con un **Plan de Igualdad** que garantiza el mismo trato y oportunidades a los trabajadores independientemente de su género. De este modo se favorece la contratación por **criterios exclusivamente profesionales** y no existen diferencias significativas en materia de retribución, a pesar de que se trata de un sector con mayor presencia histórica de hombres. A finales de 2019, el porcentaje de mujeres en la compañía rozaba el 37 por ciento.

NO DISCRIMINACIÓN

En cumplimiento de la legislación vigente, la compañía dispone de mecanismos para garantizar la no discriminación de sus empleados por cualquier cuestión (sexo, edad, raza, religión o convicciones, ideas políticas...).

INTEGRACIÓN

Del mismo modo, ofrece oportunidades laborales a personas con algún tipo de discapacidad y favorece su **integración en el mundo laboral** a través de la subcontratación de servicios a centros especiales de empleo.

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

CONCILIACIÓN

Para favorecer el equilibrio entre la vida personal y profesional de los empleados, la compañía fomenta medidas que se traducen en una conciliación efectiva e inciden en una **mayor motivación y compromiso con la organización**.

ACA tiene muy en cuenta los derechos ligados a la maternidad/pater-

nidad y a las responsabilidades familiares. Asimismo, establece distintos horarios y jornadas de trabajo en función de las áreas de cada empleado con objeto de impulsar la flexibilidad y, con ella, la conciliación. También, siempre que el puesto lo permita, ofrece la **posibilidad de teletrabajo**, aportando los medios técnicos necesarios para ello.

CONCILIACIÓN TRABAJADORES

	2018			2019		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Con maternidad/paternidad	24	26	50	19	16	35
Con reducción de jornada	14	17	31	18	8	26
Con excedencias por cuidados familiares	17	2	19	8	30	38

APUESTA POR LA FORMACIÓN

Uno de los pilares de la cultura corporativa de la compañía es el fomento del conocimiento y el aprendizaje. En este sentido, son muchos los recursos que se destinan cada año a **mejorar las capacidades y competencias de la plantilla** a través de su Plan de Formación, el vehículo perfecto para desarrollar el talento y sacar todo el potencial de los empleados. Este crecimiento profesional redundará en el éxito de la compañía.

En 2018 y 2019, el Plan de Formación se ha centrado en diferentes ámbitos:

- **Idiomas**, como consecuencia de la internacionalización.
- **Coaching directivo y apreciativo**, orientado a la mejora de habilidades como la comunicación, la coordinación y el trabajo en equipo.
- **Área técnica**, con programas específicos sobre electricidad, mecánica y neumática.
- **Sistema Lean Manufacturing**, impartido a mandos intermedios (nivel Yellow Belt) y al equipo de mejora

continua (nivel Green Belt).

- **Código Ético**, para mejorar sus conocimiento y aplicación.

HORAS DE FORMACIÓN

	2018	2019
Horas/empleado	14,15	13,79
TOTAL	7.869	8.214



INVERSIÓN EN FORMACIÓN (en euros)

	2018	2019
ACA	115.569	91.227
Susarón	1.750	13.418
Stovit	59.992	26.215
TOTAL	177.311	130.860



Más de **300.000** euros invertidos en formación en 2018 y 2019

En el mismo periodo, se han impartido más de **16.000** horas en total



Programa inPULSA-t para la gestión del cambio

Este programa se ha diseñado para generar espacios de crecimiento y de liderazgo de servicio que impulsen el talento de la compañía. Para ello, se imparten sesiones de formación, mentorización y acompañamiento en liderazgo, competencias y habilidades transversales que se deben poner en práctica durante el desempeño diario. El objetivo es **favorecer el cambio cultural** a través de herramientas sencillas para avanzar hacia la excelencia y la mejorar de resultados.



Importancia de la ciberseguridad

La compañía puso en marcha esta acción de comunicación para concienciar a todos los empleados de las posibles consecuencias de un uso indebido de los equipos informáticos y de la información. Mediante mensajes visuales y muy gráficos, la campaña aportaba recomendaciones y consejos para **minimizar los riesgos relacionados con la ciberseguridad** en el ámbito profesional y personal.



Aprender del talento interno

Cada año, el Grupo Ángel Camacho reúne a los responsables de **todas sus unidades de negocio en un encuentro** enfocado a estrechar lazos entre las personas, fortalecer el espíritu de equipo y alinear estratégicamente a todas las filiales. Durante dos intensas jornadas de trabajo, cada unidad tiene la oportunidad de comunicar las novedades de su negocio, además de identificar y compartir las mejores prácticas.

En España, Ángel Camacho Alimentación celebra, con carácter anual, la **jornada 'Poniendo Sabor a tu Vida'**, un gran evento de comunicación interna que permite compartir con unas 150 personas la situación actual de la compañía, los principales proyectos en los que se está trabajando y las líneas estratégicas que marcarán el futuro. Igualmente, es un marco inmejorable para favorecer la cohesión y reforzar el orgullo de pertenencia. El evento tiene lugar en el Instituto Internacional San Telmo de Sevilla, la décima edición se celebró en noviembre de 2019.

SALUD Y SEGURIDAD

Ángel Camacho Alimentación está fuertemente comprometida con la seguridad y la salud de sus profesionales, trabajando de forma constante e incansable para mejorar todos los aspectos relacionados con este ámbito y **reducir la siniestralidad**. Desde 2015 cuenta con la certificación OHSAS 18001:2007 de seguridad y salud laboral, que pone de manifiesto dicho compromiso y convierte a la compañía en referente dentro del sector.

De la misma forma, desde hace años impulsa una **cultura preventiva** que persigue involucrar y concienciar a todas las personas de la importancia de mantener un comportamiento seguro y pasar del control de los riesgos al compromiso preventivo. Solo de esta forma se podrá alcanzar en un futuro cercano la meta de **'cero accidentes'**.

La compañía ha logrado una reducción del 41% en su índice de incidencias desde 2016



SINIESTRALIDAD		
	2018	2019
Índice de incidencias*	58,7	42,7
Número de jornadas perdidas	558,6	587
Número de accidentes con baja	23	18
Número de incidentes	58	60

* Número de accidentes por cada mil trabajadores

Cultura Preventiva



Hacia una cultura preventiva

Para llevar a la práctica su apuesta por la seguridad, ACA puso en marcha en 2016 el **Proyecto Q-Safely**, que impulsaba un cambio cultural para sustituir el modelo de control de riesgos por el compromiso preventivo. En este camino, involucró a todas las personas de la compañía y comenzó a aplicar una filosofía basada en la mejora continua para intensificar todos los aspectos relacionados con la seguridad.

El proyecto se encuentra en su segunda fase, denominada **'La transformación a través de la acción'**, en la que se está aplicando el **Programa 5* Safely**, que tiene como punto

de partida el liderazgo de los mandos intermedios. Estos dedican cinco minutos diarios a realizar una observación, una conversación o alguna gestión para la mejora real de las condiciones de seguridad en el trabajo y en la forma de llevarlo a cabo. De esta forma, se promueve la **participación de los trabajadores** mediante su aportación en las reuniones de trabajo y la elaboración de sugerencias de riesgos observados, como canal de comunicación y de innovación en seguridad.

Reconocimiento a los centros más seguros

Con el fin de reconocer el compromiso con la seguridad y la prevención, la compañía premia a aquellos centros de trabajo que **no han registrado accidentes** de trabajo durante el año.



Instalaciones cardioprotegidas

Para proteger la salud y el bienestar de las personas, ACA ha instalado **desfibriladores automáticos** en las plantas y oficinas de Sevilla, dando formación sobre su uso a los empleados.



La comunicación es prevención

Como complemento al programa 5* Safely, en 2019 se puso en marcha la **campaña 'La Comunicación es Prevención'**, cuyo objetivo es reforzar el compromiso y la implicación en el cumplimiento de las normas de seguridad y buenas prácticas preventivas. A través de mensajes positivos, la compañía pone el foco en temas relevantes, como riesgos existentes, causas de accidentes o actitudes seguras.





BUEN AMBIENTE DE TRABAJO

Las políticas e iniciativas de la compañía relacionadas con las personas, además de favorecer la igualdad, el desarrollo y la seguridad de la plantilla, tienen como objetivo lograr el mejor ambiente de trabajo posible para **augmentar la satisfacción de los empleados y reforzar su orgullo de pertenencia** a la organización.



Prima por resultados

Con el fin de vincular a las personas que forman ACA con los objetivos generales de la compañía, en 2019 se llevó a cabo la implantación de un **nuevo sistema de retribución** que complementa el salario anual de las personas que están con condiciones superiores al convenio colectivo. Consiste en una **prima cuatrimestral del 1%** del sueldo fijo bruto anual, vinculada a resultados.



Segundo estudio de clima laboral

Conocer la opinión y el grado de satisfacción de las personas es primordial para la compañía. Por ello, en el último trimestre de 2019, se desarrolló la segunda encuesta de clima laboral con el fin de **evaluar la percepción de la plantilla** sobre determinadas cuestiones de interés para el desarrollo profesional en la empresa.

El estudio también ha permitido conocer elementos que ayuden a **mejorar el entorno laboral**, favoreciendo las relaciones interpersonales, la comunicación, la confianza y la motivación.

Apuesta por la comunicación interna

En su empeño por promover la confianza y el diálogo, la compañía ha adquirido un **fuerte compromiso con la transparencia en materia de comunicación**.

Durante 2018 y 2019 se ha incrementado el envío de comunicados con información de cualquier índole con el fin de **compartir la realidad económica y financiera de GAC**, así como la situación sectorial, cambios organizativos o estratégicos. Los soportes de comunicación interna son muchos y variados: comunicados generales, comunicados de la dirección general, newsletter corporativa, noticia semanal...

Asimismo, como consecuencia del nuevo plan estratégico, el **Plan Evolución**, a lo largo de 2018 y 2019 se ha llevado a cabo un **ambicioso proyecto de comunicación** para extenderlo al mayor número posible de personas de la compañía.





COMPROMISO CON EL
MEDIOAMBIENTE



FOCO EN LA SOSTENIBILIDAD

Por la naturaleza de sus actividades, Ángel Camacho Alimentación mantiene desde su nacimiento una relación muy estrecha con el entorno natural, ya que de él obtiene las materias primas esenciales para elaborar sus productos. De esta manera, el cuidado y la protección del medioambiente se convierten en una parte fundamental de su desempeño, **integrando siempre criterios de sostenibilidad y responsabilidad** en todas sus actuaciones.

La compañía cuenta con una Política Ambiental y Energética, respaldada e impulsada por la Dirección, que recoge los principios que deben regir su gestión en el ámbito medioambiental. Este compromiso es asumido por todas las personas que integran ACA con el objetivo de promover y desarrollar el mejor comportamiento posible en la materia, además de extenderlo a la ca-

dena de valor para alinear a todas las partes implicadas.

El fin último es **controlar y reducir el impacto de sus actividades** a través de la mejora continua en aspectos tan relevantes como la adecuada gestión de los recursos naturales, la reducción de emisiones o la mejora de la eficiencia. Para ello, se apoya en las nuevas tecnologías y en la actualización constante de sus procesos, así como en la verificación interna y externa de los logros conseguidos.

Política Ambiental y Energética



Declaración medioambiental
Siguiendo su compromiso con la transparencia, ACA publica anualmente su Declaración Medioambiental, un documento que recoge los **resultados del desempeño en la gestión sostenible** de la compañía y que se encuentra disponible para todos los grupos de interés.

El fin último es controlar y reducir el impacto de las actividades a través de la mejora continua

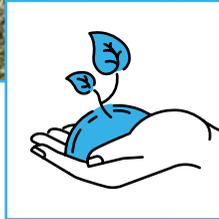




INTEGRADO EN LA GESTIÓN

Con el propósito de alcanzar y cumplir sus objetivos medioambientales, la compañía tiene implantado un **Sistema de Gestión Ambiental** que vela por la mejora continua del desempeño. Esta herramienta se ha adaptado en 2018 para cumplir con la nueva norma ISO 14001:2015, garantizando que cumple con los más altos estándares de calidad ambiental.

Del mismo modo, cuenta con un **Sistema de Gestión Energético** propio, adaptado a la norma ISO 50001:2011 y supervisado por el Comité de Eficiencia para vigilar que se logran las metas fijadas en materia de energía. Dicho comité es el encargado de hacer cumplir el **Plan de Acciones de Eficiencia Energética** (PAEE), llevando a cabo, entre otras tareas, la verificación de la correcta puesta en marcha de iniciativas energéticas y el seguimiento de los logros conseguidos. Entre 2018 y 2019 se han estudiado 75 acciones.



Procesos respetuosos con el medioambiente

Certificados en gestión ambiental y energética



ANTE CUALQUIER INCIDENTE

La compañía trabaja para conseguir que sus procesos y actividades sean lo más seguros posible. Esto incluye la previsión de cualquier tipo de incidente que pueda afectar al medioambiente, como derrames de combustibles o vertidos de productos químicos. **ACA realiza periódicamente simulacros y prácticas de seguridad** con el fin de mejorar su respuesta ante un incidente de esas características, además de impartir formación a las personas y dotar a los centros de los medios técnicos necesarios.



ACCIONES DE MEJORA Y CASOS DE ÉXITO

OPTIMIZACIÓN Y REDUCCIÓN DEL USO DE MATERIALES PLÁSTICOS



Alineado con el Plan Evolución, a finales de 2018 se puso en marcha un plan para identificar, optimizar y **reducir la cantidad de plástico utilizado y generado en las instalaciones** de la compañía, acorde al proceso productivo y a los requerimientos de los clientes. El proyecto se centra en los dos grandes grupos de plásticos que gestiona la compañía:



1 Plásticos procedentes de fuentes externas, utilizados principalmente para el embalaje de la mercancía primaria y que se recicla en contenedor amarillo, junto con otros añadidos.

En 2018 se depositaron 98.000 kilos de plásticos en el contenedor amarillo.

2 Plásticos comprados a proveedores especializados, utilizados como elemento auxiliar de embalaje de producto fabricado para poder ponerlo en el mercado. Principalmente, hacen referencia a:

- **Film para retractilar bandejas.** Hasta 2019, se utilizaba uno de 250 galgas de espesor, y ha sido sustituido por otro de 190 galgas en las líneas productivas donde técnicamente ha sido factible. Este cambio ha supuesto un **ahorro en kilos de film cercano al 24%**, con un ahorro económico del 18%.
- **Film de enfardado de pallets de producto terminado.** Hasta 2019, todos los pallets eran enfardados utilizando un film de 23 micras, al que no se le aplicaba pre-estiro. Este se ha cambiado por otro de menor espesor y con posibilidad de someterlo a un pre-estiro de hasta el 180%, logrando un **ahorro en material próximo al 40%** en cada pallet y una reducción de costes del 30%



ACCIONES DE MEJORA Y CASOS DE ÉXITO

Edición de la Guía de Buenas Prácticas

En su esfuerzo por integrar una cultura de mejora continua en el ámbito medioambiental y reforzar su contribución al desarrollo sostenible, Ángel Camacho Alimentación ha editado la Guía de Buenas Prácticas, una herramienta orientada a motivar a sus empleados y colaboradores, y **mejorar su conciencia con el respeto y cuidado del entorno.**

Este manual, disponible en la web corporativa, recoge medio centenar de recomendaciones y consejos útiles, de fácil aplicación y centrados en la **preservación del medioambiente.** Medidas para ahorrar recursos, impulsar el reciclaje o favorecer la reutilización son algunos ejemplos.

Eliminado el plástico de las infusiones Susarón

Con el fin de crear un futuro más sostenible, la compañía ha eliminado los plásticos de los cajetines en el envasado de las infusiones Susarón, una medida que supone la **reducción de 9.000 kilos** de este material. Para llevar a cabo el proyecto, se diseñó un nuevo cajetín con pestaña para el cierre por encolado, se modificaron las máquinas existentes para el uso de los nuevos troqueles y se implantó un nuevo equipo de encolado. A lo largo del año 2020 se desplegará la misma tecnología en las diferentes líneas de envasado hasta la eliminación total del plástico de los cajetines de la marca.



Menos papel, más responsabilidad

ACA apuesta desde hace años por reducir el consumo de papel. Para ello, ha implementado diversas medidas destinadas a hacer un uso más racional de este recurso cuyos resultados ya son visibles. En la misma línea a finales de 2018 inició un proyecto para eliminar el precinto en el *packaging* de los frascos de los clientes en Inglaterra (Tesco, Waitrose y Morrisons), lo que ha supuesto un **ahorro de más de dos toneladas de papel al año.**





El Proyecto Life Laser Fence sigue avanzando

La compañía participa en esta **iniciativa pionera** que tiene por objeto mantener a los animales lejos de las áreas de cultivo por medio de vallas láser virtuales, garantizando su seguridad.

Semestralmente, los integrantes del proyecto se reúnen para poner en común sus avances y los de ACA son cada vez más alentadores. Las pruebas llevadas a cabo en terrenos propios a finales de 2019 han conseguido un **éxito del 95%** en el caso de los pájaros y un porcentaje ligeramente inferior en relación con mamíferos. También destaca el nuevo color del láser, rojo, que ha logrado los mejores resultados hasta la fecha. Los siguientes pasos se centrarán en aumentar la eficacia del sistema con pequeños mamíferos y roedores, los principales causantes de daños en los cultivos.



Un almacén sostenible

El almacén más moderno de la compañía en Morón de la Frontera, construido en 2016, fue seleccionado como finalista por el Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla (COAS) en los 'Premios COAS Arquitectura y Sociedad 2019'. El edificio fue considerado como una **positiva aportación sobre la actividad que día a día se realiza por y para la sociedad**, así como su integración en el entorno.



Mario Camacho Foods, compromiso con recompensa

La unidad de negocio volvió a obtener en 2017 unos excelentes resultados en el **proyecto medioambiental CDP de Walmart**, siendo incluida en la *Supplier Climate & Water A-List*, que distingue a sus 100 proveedores más eficientes en el ámbito medioambiental. La cadena de distribución, la más grande del mundo, reconoce así el **compromiso de Mario Camacho Foods con el entorno natural** en los procesos de elaboración de sus productos y en su cadena de suministro. Solo el 2% del total de los proveedores que participaron en el proyecto CDP durante el 2017 fueron incluidos en la Lista A.



INDICADORES AMBIENTALES (2015-2019)

La valoración del COMPORTAMIENTO AMBIENTAL de Ángel Camacho Alimentación se realiza sobre aspectos como:



Consumo de agua y energía



Consumo de materias primas



Consumo de material de envase y embalaje



Generación de residuos y vertidos

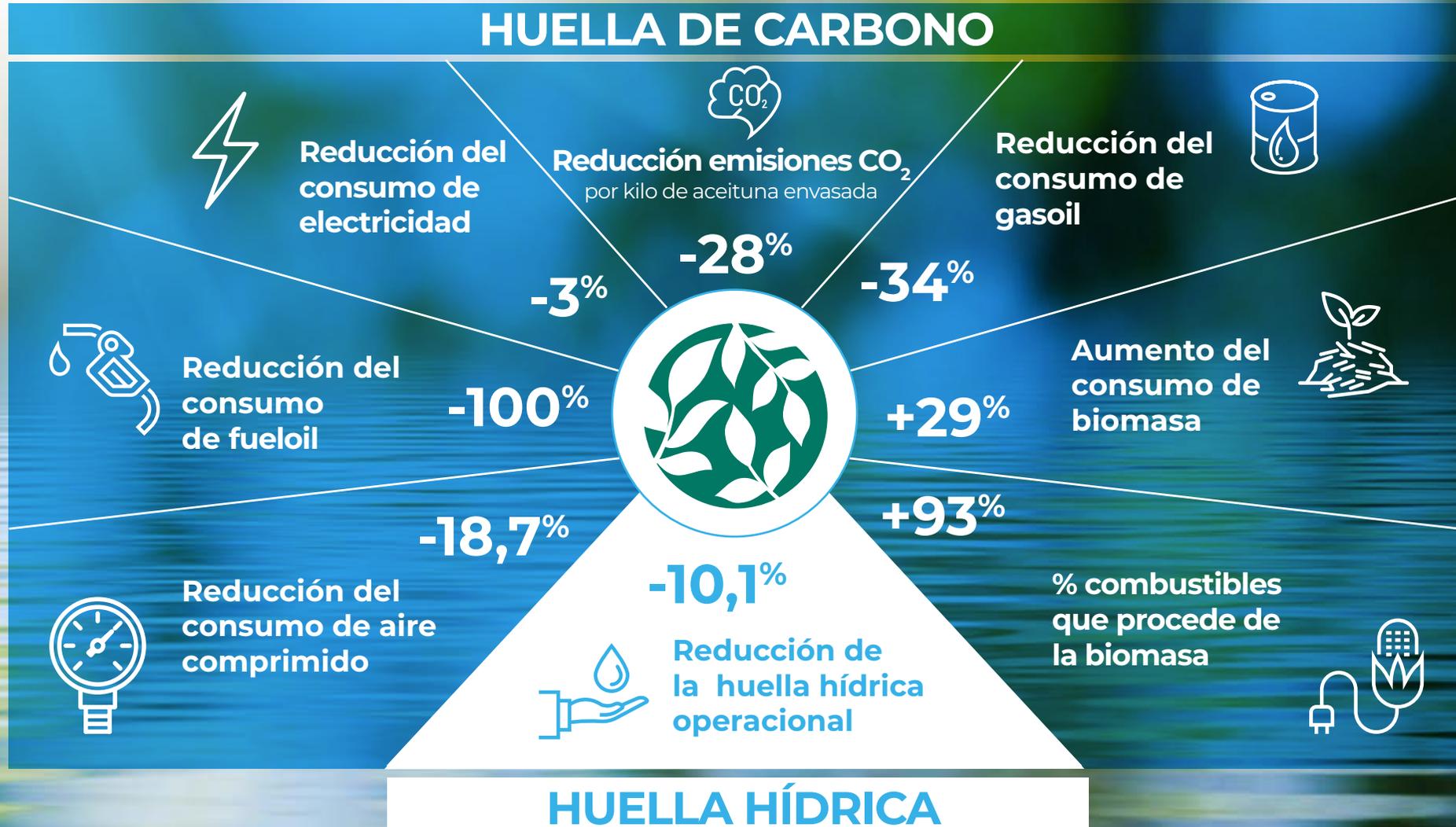


Emisiones a la atmósfera



Biodiversidad

INDICADORES AMBIENTALES (2015-2019)





INDICADORES AMBIENTALES (2015-2019)

RESIDUOS Y VERTIDOS



Reducción generación de vertidos

-8,4%

PRODUCCIÓN DE RESIDUOS:



No peligrosos **+35%**



Peligrosos **-7,5%**

MATERIAS PRIMAS ENVASES Y EMBALAJES BIODIVERSIDAD

REDUCCIÓN DE



Consumo materias primas
por tonelada de producto envasado (sal, sosa...)

-3,8%



Consumo envases y embalajes
por tonelada de producto envasado

-5,6%



Superficie suelo de fábrica ocupado

-2%



AGUA

Reducción huella hídrica 2015-2019: **-10,1%**

La compañía promueve la reducción y la eficiencia en el consumo de agua y, por tanto, de su huella hídrica mediante la **aplicación de nuevas tecnologías** y la **optimización de los procesos de producción**.

Solo la parte agronómica, es decir el riego para el cultivo de la aceituna, supone el 85% de la huella hídrica. El empleo de biomasa como combustible, aunque reduce la huella de carbono, supone el 10% de la hídrica debido a las necesidades de riego para su producción.

Medidas para reducir la huella hídrica:

- Campañas de información, formación y concienciación entre los empleados.
- Usar el agua a la presión adecuada.
- Inspecciones de las instalaciones para detectar posibles fugas o derrames.
- Instalación de grifos temporizados y sistemas de corte que eviten la posibilidad de que se queden abiertos.
- No usar agua cuando existan otras alternativas más eficientes y eficaces.
- Reducir, recuperar y reutilizar el agua, siempre que los protocolos de higiene y seguridad alimentaria lo permitan.
- Limpieza de zonas de almacén con barreadoras mecánicas.
- Mejoras de la eficiencia en el uso del agua de los procesos productivos.

En las explotaciones agrarias, que ocasionan la mayor parte del consumo de agua, se han instalado balsas para el aprovechamiento del agua de lluvia y riego por goteo para una mayor eficiencia





ENERGÍA



Consumos:

Reducción
electricidad:

-3%

Reducción aire
comprimido:

-18,7%



ACA utiliza como principales fuentes de energía la electricidad, para el accionamiento de los equipos, y los combustibles, para la generación del vapor necesario en los procesos de esterilización y pasteurización.

En el año 2018 el **100%** de la electricidad consumida procedía de **fuentes renovables**. En 2019 el empleo de **biomasa supone ya el 93%** del consumo total los combustibles.



Medidas para reducir el consumo **eléctrico**:

- Campañas internas de información, formación y promoción del ahorro y uso eficiente de la energía.
- Auditorías energéticas de las instalaciones para optimizar el consumo.
- Aprovechar al máximo la iluminación natural.
- Uso de equipos y combustibles de alta eficiencia energética.
- No usar aire comprimido cuando existan otras alternativas más eficientes y eficaces.
- Apagar las luces y parar los equipos en funcionamiento cuando no sean necesarios ("la mejor energía es la que no se usa").
- Instalación de elementos de marcha, paro automático de equipos y maquinaria en las líneas de producción.
- Sustituir las luminarias por otras que sean más eficientes (lámparas de bajo consumo, led, etc.).
- Uso de interruptores con temporizador y sensores de presencias en zonas de servicios, vestuarios o áreas poco transitadas.
- Uso de termostatos en los sistemas de calefacción central.
- Mejoras de la eficiencia en el uso de la electricidad de los procesos productivos.

En el año 2018 el 100% de la electricidad consumida procedía de fuentes renovables



ENERGÍA

Consumos:

Reducción
gasoil:
-34%



Reducción
fueoil:
-100%



Aumento
biomasa:
+29%



Medidas para reducir el uso de **combustibles**:

- Sustitución de carretillas de Gas Licuado de Petróleo (GLP) por otras eléctricas.
- Contar con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y los equipos, y cumplir con los plazos establecidos de realización de las revisiones reglamentarias.
- Traspaso del envasado de la planta de Espartinas a Morón para sustituir el fueoil por biomasa.
- Aprovechamiento de calores residuales.
- Alimentación y controles automáticos de las calderas existentes.
- Mejoras en los sistemas de aislamiento de las instalaciones de vapor.
- Mejoras de la eficiencia en el uso de vapor de los procesos productivos.

Gracias al proyecto de “Consolidación de Envasados”, el gasoil y fueoil se han sustituido por biomasa, un combustible más sostenible con emisiones netas cero de CO₂



MATERIAS PRIMAS



Reducción consumo materias primas por tonelada de producto envasado

-3,8%

La compañía adquiere sus materias primas priorizando la calidad, pero también criterios medioambientales para que su impacto sea el menor posible. En este sentido es un **requisito que los materiales, equipos, productos y suministradores cuenten con certificación ambiental**. Asimismo, centra sus compras en proveedores locales.

Buenas prácticas en la adquisición de materias primas:

- Compra de productos con huella de carbono e hídrica calculada y certificada.
- Selección, en la medida de lo posible, de materias y productos provenientes de la agricultura ecológica (acreditados como tales) y otros productos 'verdes' que garanticen un menor impacto ambiental durante su ciclo de vida.
- Uso de productos químicos con certificación de baja agresividad ambiental.
- Compra de productos a granel y con el menor volumen posible de envases y embalajes.
- Compra a proveedores locales que minimicen los desplazamientos.

En la medida de lo posible, se seleccionan materias y productos provenientes de la agricultura ecológica (acreditados como tales) y otros productos 'verdes' que garanticen un menor impacto ambiental durante su ciclo de vida



ENVASES Y EMBALAJE DE PRODUCTOS



Reducción consumo envases y embalajes, por tonelada de producto envasado **-5,6%**

La mejora en la eficiencia de los procesos productivos ha conseguido una optimización en el uso de envases y embalajes. Además de **reducir la cantidad de recursos**, también se ha logrado un avance significativo en la **eliminación de materiales plásticos**.

Buenas prácticas en la adquisición de material de envase y embalaje:

- Emplear envases de un tamaño adecuado, fabricados con materiales reciclados, biodegradables y que puedan ser restituidos.
- Diseño eficiente del material de envase y embalaje de los productos.
- Comprar considerando el criterio ambiental y energético mediante la elección de materiales, equipos, productos, suministradores y subcontratas con certificación ambiental y energética.
- Optar por productos hechos a partir de materiales biodegradables o reciclados.
- Simplificar y reducir los diferentes tipos de repuestos, material de envase y embalaje (frascos, tapas, etiquetas, cajas, pallets). De esta forma se reducen los stocks y rechazos.



El 87% del material empleado para el envase y embalaje de productos lo componen materiales reciclables: frascos, latas y cartón



EMISIONES



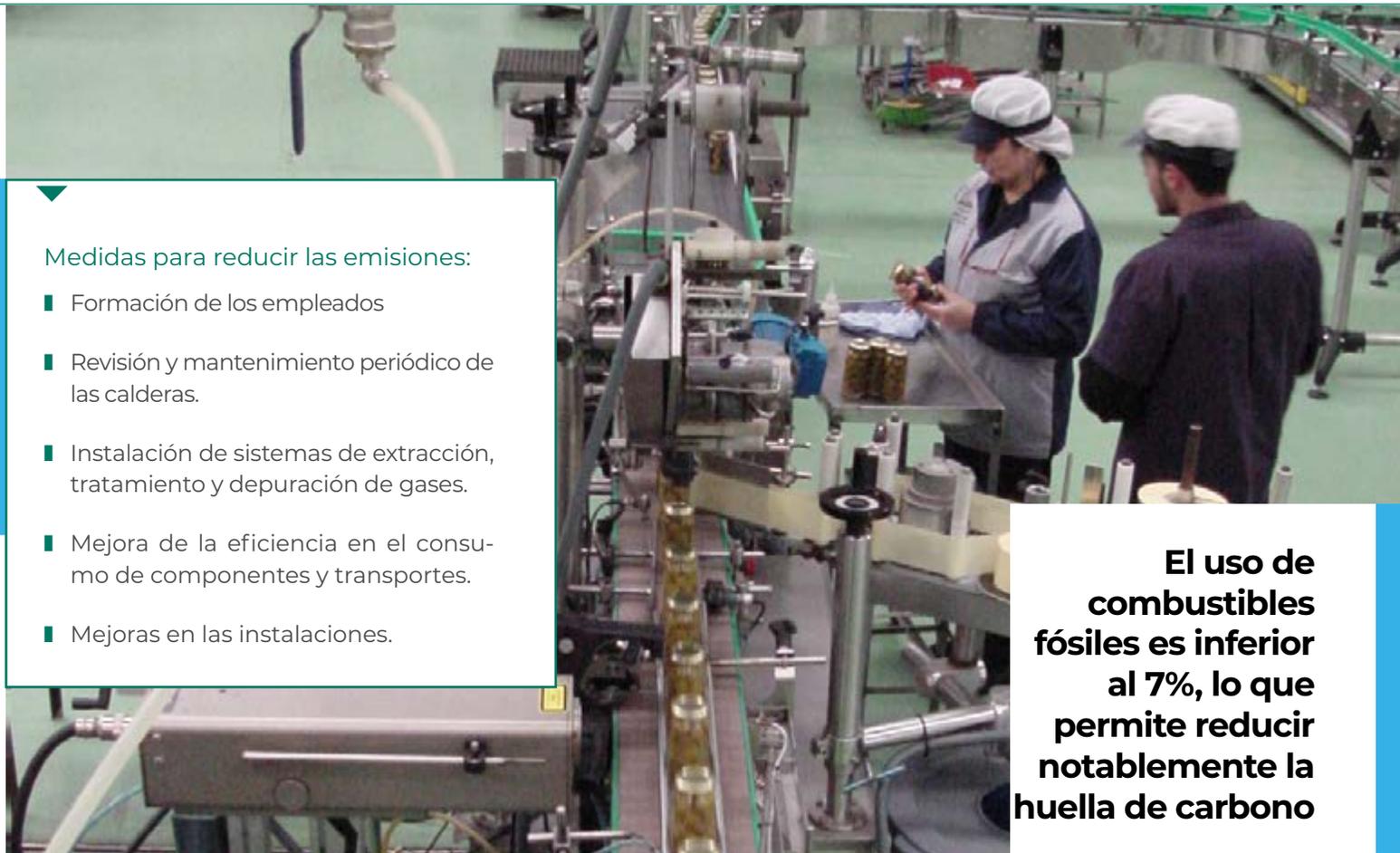
Reducción emisiones CO₂ por kilogramo de aceituna envasada

-28%

La fuente principal de emisión directa (alcance 3) de gases de efecto invernadero generada por la actividad de la compañía es la derivada del **consumo de materias primas y material de envase y embalaje**, que supone el 85% de la huella de carbono.

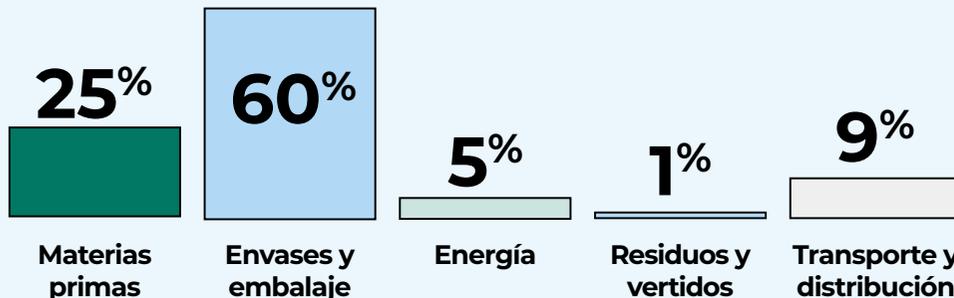
Medidas para reducir las emisiones:

- Formación de los empleados
- Revisión y mantenimiento periódico de las calderas.
- Instalación de sistemas de extracción, tratamiento y depuración de gases.
- Mejora de la eficiencia en el consumo de componentes y transportes.
- Mejoras en las instalaciones.



El uso de combustibles fósiles es inferior al 7%, lo que permite reducir notablemente la huella de carbono

HUELLA DE CARBONO (POR KILO DE ACEITUNA ENVASADA)



- El **transporte de todos los componentes** (aceitunas, materias primas, envases, residuos...) representa el **2,8%**.
- La **energía** consumida supone el **5%**, destacando que todo su peso tiene origen en la electricidad.
- Es sorprendente que el **60%** es consecuencia del **envasado** y llama aún más la atención que el **30%** de la huella que dejan las aceitunas de la Compañía en el planeta se debe al **consumo de envases** de frascos de cristal.

GENERACIÓN DE RESIDUOS

Aumento producción residuos no peligrosos:

+35%

Reducción producción residuos peligrosos:

-7,5%

Los residuos se clasifican en:

- **no peligrosos, reciclables y no reciclables**
- **peligrosos**

Todos los residuos se clasifican y almacenan correctamente antes de su entrega a un gestor final autorizado.

Ángel Camacho Alimentación es un **pequeño productor** de residuos peligrosos, con una producción anual inferior a 2,5 toneladas. El 54% de esos residuos son envases plásticos que contienen alguna sustancia peligrosa como aceites lubricantes, tintas, disolventes, etc.

Buenas prácticas relacionadas con los residuos:

- Análisis de riesgos ambientales como medida de prevención de impactos.
- Adquisición de equipos y maquinaria que tengan los efectos menos negativos para el medio (fluidos refrigerantes no destructores de la capa de ozono, bajo consumo de energía y agua, baja emisión de ruido, etc.).
- Reducción del tiempo de almacenamiento de materias primas para evitar su caducidad y generar residuos.
- Gestión adecuada de los recipientes de productos peligrosos para evitar riesgos.
- Segregación correcta de los residuos.
- Almacenamiento adecuado antes de ser entregados a un gestor autorizado.
- Segregación de residuos orgánicos para elaborar compost como fertilizante.
- Adquirir productos y equipos que cuando estén funcionando representen menor peligrosidad o agresividad con el medioambiente y que al final de su vida útil no se conviertan en residuos tóxicos.
- Negociar con los proveedores la devolución del material sobrante y de envases vacíos para reutilizarlos.
- Utilizar papel y plásticos reciclados y de menor gramaje.
- Imprimir a doble cara y, en blanco y negro, siempre que sea posible. Reutilizar el papel impreso por una sola cara.
- Depositar los residuos en el recipiente adecuado. No mezclar los residuos reciclables (vidrio, cartón, hojalata, etc.) con los no reciclables (basura) o residuos peligrosos (combustibles, aceites usados, disolventes, pinturas, baterías, etc.).

En los últimos años se ha aumentado considerablemente el volumen generado de residuos reciclables gracias a la correcta segregación y la mejora de la productividad

VERTIDOS

Reducción generación de vertidos

- 8,4%

A pesar del aumento de producción experimentado en los últimos años, la compañía ha reducido su volumen de vertidos como consecuencia de las inversiones realizadas para **mejorar los procesos y los equipos utilizados**.

La adecuada separación de las distintas aguas ha permitido optimizar su gestión y posterior tratamiento

Medidas para reducir los vertidos:

- Formar e informar al personal en los planes para la reducción de vertidos.
- Realizar análisis de riesgos ambientales como medida de prevención de impactos ambientales por accidentes (incendios, vertidos descontrolados, derrames, etc).
- Evitar los derrames innecesarios.
- Segregar correctamente las aguas evitando las mezclas de salmueras o lejías con agua limpia que impidan la correcta depuración.
- Evitar el consumo innecesario de agua.
- No verter a la red de colectores materias que impidan el correcto funcionamiento o el mantenimiento de estos, ni elementos que sean inflamables, explosivos, irritantes, corrosivos o tóxicos, como son los aceites usados.





IMPULSO AL
DESARROLLO
SOSTENIBLE

APUESTA POR EL VALOR LOCAL

Desde su nacimiento hace más de 120 años, Ángel Camacho Alimentación ha ido **fortaleciendo sus lazos con la provincia de Sevilla y, en especial, con Morón de la Frontera**, localidad donde se ubica su sede y sus principales centros de producción.

Este firme compromiso con el desarrollo local y rural es uno de los pilares de la compañía, que año tras año colabora para **impulsar el crecimiento económico, empresarial y social** de la comunidad en la que opera.

Lo hace a través del **empleo**, integrando en su estructura preferentemente profesionales de la zona. Con las **compras a proveedores locales**, adquiriendo las materias primas y otros elementos indispensables, como los envases, en el entorno más cercano. Manteniendo la **inversión social**, aportando recursos a numerosas entidades locales. A través del **patrocinio deportivo**, apoyando al equipo de baloncesto de Morón y otros eventos nacionales como La Vuelta Ciclista a España. Y también por medio de **acuerdos académicos** y colaboraciones con instituciones como la Universidad de Sevilla.

Esta filosofía, integrada en la estrategia corporativa, ha llevado a la compañía a ser uno de los principales motores económicos y sociales de la provincia

EMPLEADOS LOCALES

Más del **90%** de las personas que forman parte de la plantilla de Ángel Camacho Alimentación son naturales de **Morón de la Frontera**, lo que favorece el desarrollo y la prosperidad de la zona.

COMPROMISO LOCAL DE ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN



Empleo



Inversión social



Compras y proveedores



Patrocinios deportivos



Acuerdos académicos

COMPRAS Y PROVEEDORES

El compromiso con el desarrollo local de ACA se plasma también en su estrategia de compras, **priorizando las relaciones con proveedores locales**, especialmente con aquellos más alineados con las políticas de la compañía. De esta forma, además de asegurarse el suministro de las mejores materias primas en calidad y seguridad para la producción de sus productos, vela porque las empresas con las que trabaja desarrollen sus actividades con una **visión sostenible** similar a la de Ángel Camacho Alimentación.

La compañía mantiene relaciones comerciales con una gran variedad de proveedores, desde pequeños agricultores y cooperativas locales hasta las multinacionales más destacadas del sector. A todos, con independencia del tamaño, les aplica los mismos parámetros y requisitos, puesto que los productos de la compañía se comercializan a escala global.

A cierre de 2019, ACA cuenta con cerca de 400 proveedores, el 80% de ellos de materias primas

▼
MÁS DEL 70% COMPRAS ANUALES SON LOCALES*

DISTRIBUCIÓN DE LAS COMPRAS

53%



Materias primas

20%



Envases y embalajes

27%



Materias auxiliares

* Andalucía y Extremadura son las dos zonas donde predominantemente se realizan las compras.



RELACIÓN DE CONFIANZA Y BENEFICIO MUTUO

ACA busca mantener acuerdos de **largo plazo** con sus proveedores con el objetivo de lograr beneficios comunes. Prueba de ello es que trabaja con algunos de ellos desde hace más de 25 años. Esta relación se asienta en conceptos como calidad, flexibilidad, competitividad o innovación. El **valor local** es igualmente destacado, ya que:

- Fomenta el **empleo** y la economía colaborativa.
- Cuida el **medioambiente** (menos emisiones), al ser las compras de proximidad.
- Impulsa un **desarrollo sostenible**, buscando el equilibrio con la naturaleza.
- Minimiza el **coste energético** asociados a la elaboración de productos.
- Aumenta la transparencia y la **confianza**.

La colaboración con los proveedores es clave para generar valor y asegurar la sostenibilidad de la compañía y de la sociedad

CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE

ACA se esfuerza por ser una compañía excelente en todos sus ámbitos de actuación, lo que incluye una estricta **vigilancia de su cadena de suministro**. El fin es controlar todos los procesos y garantizar así la calidad de sus productos, desde que se cultivan en el campo las materias primas hasta que llegan a los consumidores.

En 2015 puso en marcha la **Guía de Proveedores**, en la que se definen los requerimientos de seguridad alimentaria que deben cumplir los proveedores y los mecanismos de control de la compañía para garantizarlos, como las auditorías periódicas que realiza. Asimismo, ACA promueve **iniciativas formativas** para mejorar el desempeño sostenible de los proveedores, fortaleciendo aspectos como la reducción de residuos y gasto energético, el fomento del uso de materiales respetuosos

con el medioambiente o la reutilización de residuos.

Se ha definido un exhaustivo **método de evaluación** que clasifica a los proveedores en tres grupos:

A cumplen todos los requisitos tanto técnicos como de calidad para ser suministradores de ACA.

B aquellos que no cumplen al 100% los requisitos y se les proporciona un plazo para adecuar y adaptar sus procesos para lograrlo.

C no cumplen los requisitos y no se prevé que lo hagan.

A finales de 2019, el **95% de los proveedores contaba con la clasificación A**, mientras que el 5% disponía de la B.



Los proveedores, al igual que la compañía, deben cumplir con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas



AGRICULTORES CON VALOR AÑADIDO

El proyecto 'Camacho integra' se desarrolla desde 2017 con el objetivo de **involucrar a los agricultores en la cadena de valor** para que la compañía pueda controlar técnicamente sus necesidades de compras y asesorarles para obtener una mayor eficiencia en sus fincas. Así, además de alinear a ACA con sus proveedores, se **garantiza la seguridad alimentaria y el correcto proceso de producción de la aceituna**, libre de residuos, para su perfecta comercialización: del olivo a la mesa.

Un proyecto integral

-  Sistema de evaluación exigente
-  Garantía de seguridad alimentaria
-  Control de la calidad
-  Auditorías continuadas

Proveedores integrados en el programa

634 en 2018

535 en 2019

Comunicación mejorada

Una de las últimas novedades de 'Camacho Integra' es la difusión de un **boletín informativo** destinado a los agricultores integrados en el programa, que recoge datos extraídos de 19 estaciones de control colocadas en distintas parcelas, supervisadas por los Servicios Técnicos de Opracol y Ángel Camacho Alimentación. Se trata de una útil herramienta para **aumentar el conocimiento** sobre las distintas plagas y enfermedades que van aconteciendo a lo largo de la campaña.



PROYECTO TOP PROCESS: PROCESOS MÁS EFICIENTES

Ángel Camacho Alimentación ha concluido en 2019 el desarrollo del proyecto TOP PROCESS, diseñado para **optimizar el proceso de producción** de la aceituna de mesa. Como parte de este, desde 2016 ha desarrollado nuevas técnicas de procesado, ha introducido innovaciones y mejoras en las técnicas ya existentes y, junto con los agricultores, ha explorado acciones en campo que repercutan positivamente en la calidad de la materia prima en fábrica. La iniciativa ha sido cofinanciada por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

CON LAS COMUNIDADES

Cada año, Ángel Camacho Alimentación colabora con las comunidades en las que está presente para **impulsar la mejora social**, aportando esfuerzos y recursos para potenciar ámbitos como el deporte o la educación, pero también para **ayudar a los que más lo necesitan**.

SOLIDARIDAD

Fundación Banco de Alimentos de Sevilla

Desde 1995, la compañía coopera con esta entidad para paliar las necesidades de las personas más necesitadas en la provincia de Sevilla mediante la donación de productos. En 2018 y 2019 la compañía ha entregado a la Fundación más de 200.000 kilos de alimentos.



Colaboración con la Fundación Auténticos

A través de sus marcas La Vieja Fábrica y Fragata, ACA ha colaborado en la I Gala Benéfica de la Fundación Auténticos, creada por un grupo de padres de niños con necesidades especiales para favorecer su integración en la sociedad y mejorar su calidad de vida. La gala sirvió para recaudar fondos para la investigación científica de enfermedades raras y la realización de talleres formativos enfocados a los profesionales que intervienen en la educación de alumnos con necesidades especiales.



Proyecto 'Andaluces Compartiendo'

En 2019, por séptimo año consecutivo, ACA ha renovado su acuerdo con esta iniciativa de la Fundación Cajasol y de Landaluz, que se inició en 2013. Se trata de una cadena de solidaridad de 'andaluces para andaluces' que ha unido a las marcas locales más solidarias y comprometidas, permitiendo la donación de alimentos para las familias más desfavorecidas de Andalucía. La campaña ha conseguido donar más de 1.650.000 kilos de productos, ayudando a más de 65.000 familias.



Lucha contra el cáncer de mama

La marca Fragata ha participado en la campaña solidaria #Rosaenelmar, celebrada en Cádiz y organizada por la Asociación Gaditana de Mujeres con Cáncer de Mama (AGAMAMA), con el fin de aportar su granito de arena en la lucha contra el cáncer. Los beneficios de este evento se destinan a los programas de atención de las mujeres con cáncer de mama, centrados en la salud física y emocional para este colectivo y en el empleo para mujeres.



Fundación Bangassou

ACA colabora desde hace años con esta entidad, a la que realiza aportaciones de alimentos para que pueda distribuirlos posteriormente la República Centroafricana, país en el que desarrolla sus actividades.



DEPORTE

Apoyo al deporte local

Desde 2014, aceitunas Fragata es el principal patrocinador del Club de Baloncesto Morón, poniendo de manifiesto su compromiso con el deporte local. El equipo compite desde 2015 en la liga LEB Plata.



Y al deporte base

Fragata también apoya al baloncesto base y en 2019 ha patrocinado el IV Campus de baloncesto Campusur, organizado por el Club Baloncesto Morón en la localidad onubense de Cartaya, para niños y niñas de entre 8 y 18 años. Con el impulso de este programa, la marca apuesta por promover los valores de superación, trabajo en equipo, compromiso y esfuerzo representados por este deporte entre los más jóvenes.

Con la media maratón 'La Cal y el Olivo'

Fragata también ha estado presente en una nueva edición de la media maratón solidaria 'La Cal y el Olivo', que se disputa entre las localidades de Morón de la Frontera y Arahál.

Patrocinio de La Vuelta Ciclista a España

La compañía, a través de su marca Fragata, comparte con el ciclismo valores como el trabajo en equipo, el espíritu de superación y el compromiso, por eso patrocina La Vuelta Ciclista a España desde 2012. Y lo seguirá haciendo hasta 2021 tras renovar su acuerdo con Unipublic, la empresa organizadora de la carrera. De este modo, continuará creciendo y consolidando la marca no solo en el país, también en todo el mundo dado que La Vuelta tiene una amplia repercusión mediática a nivel internacional.



Fundación Signos Solidarios

Desde 2018, colabora con esta asociación que subvenciona proyectos de promoción humana en España y América Latina.

Campeonato de Andalucía de Duatlón

La empresa ha colaborado con este evento deportivo, organizado por el Club Triatlón Morón, proporcionando muestras de nuestras aceitunas Fragata e infusiones Susarón a los participantes.



Circuito nacional de la Carrera de la Mujer

En 2018, Susarón colaboró con el XIV Circuito nacional de La Carrera de la Mujer, el evento deportivo femenino más grande de Europa, que lleva ya 14 años de campañas de sensibilización hacia la práctica deportiva y la lucha contra el cáncer. Los valores de Susarón se identifican con los objetivos de esta iniciativa: conseguir el bienestar diario de las personas, saborear y disfrutar de momentos únicos y promover hábitos de vida saludable.



Carrera del Corazón

Susarón también ha sido proveedor oficial, un año más, en la X Carrera popular del Corazón, organizada por la Fundación Española del Corazón con el apoyo de la Sociedad Española de Cardiología (SEC) con el fin de concienciar sobre la importancia de practicar ejercicio físico como medida de prevención de enfermedades cardiovasculares.



FORMACIÓN

Integración en el mundo laboral

Ángel Camacho Alimentación colabora con la **Universidad de Sevilla**, así como con centros de formación profesional de Grado Medio y Grado Superior (de Morón de la Frontera y de otras localidades cercanas) para que los alumnos de dichos centros realicen sus prácticas académicas formativas en la compañía.

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



ENCUENTROS

Jornadas del Sector de la Distribución de la Alimentación y Perfumería para empresas andaluzas

En 2018, ACA participó como patrocinador de las X 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).



Vulcan Owners Club Spain

En julio de 2019 tuvo lugar en Almuñécar (Málaga) el *XXI Weekend Vulcan Owners Club Spain*, una concentración que reúne a casi 200 motos Kawasaki procedentes de distintos puntos de España. Ángel Camacho Alimentación, a través de su marca Fragata, colaboró en este evento entregando los 'Welcome Pack' a los asistentes.

A background image showing a group of diverse people's hands stacked in a circle, symbolizing unity and teamwork. A large, semi-transparent maroon diamond shape is overlaid on the center of the image.

RETOS DE FUTURO

RETOS DE FUTURO

Ángel Camacho Alimentación desarrolla su actividad pensando en el largo plazo, con el convencimiento de que su misión debe perdurar en el tiempo y, así, seguir generando valor para las próximas generaciones. En este camino, el desarrollo local, la protección del medioambiente y la sostenibilidad de la compañía continúan siendo prioritarios.



Desarrollar el **Plan Evolución**, la hoja de ruta definida **para evolucionar de una empresa eminentemente aceitunera a una empresa de alimentación global**. Las líneas estratégicas de este proceso son orientación al consumidor, personas motivadas y comprometidas, mejora continua y unidad como compañía.

Crecer en todas las unidades de negocio para ser una compañía referente en el sector, cada vez más fuerte y con mayor presencia internacional, asegurando su viabilidad y rentabilidad para continuar aportando valor desde el desarrollo sostenible.



Avanzar en el objetivo de *poner sabor en la vida de los consumidores*. Para ello, continuar elaborando **productos capaces de satisfacer las necesidades y gustos de todas las personas**, siempre con la máxima calidad y ofreciendo alternativas cada vez más saludables y sostenibles.

Involucrar al consumidor en las decisiones corporativas para que tengan cada vez más relevancia en las iniciativas de futuro. Una relación más cercana y directa, mayor participación en el desarrollo de nuevos productos y atender sus reclamaciones y demandas son clave en este proceso.



Garantizar la **sostenibilidad del trabajo** a todas las personas que integran Ángel Camacho Alimentación. Además, ofrecer el **mejor entorno laboral posible**, favoreciendo la formación y el desarrollo personal y profesional de cada empleado para contar con un equipo más preparado, motivado y comprometido. Todo ello en un entorno de

igualdad de oportunidades que, además, refuerce y potencie el buen ambiente de trabajo.

Mejorar la seguridad en todos sus ámbitos para proteger la salud y la integridad de los profesionales, así como optimizar la fiabilidad de los procesos y la prevención de cualquier tipo de incidente, ya sea personal, industrial o medioambiental. La meta sigue siendo **minimizar riesgos y reducir al máximo los accidentes** hasta que formen parte del pasado.



Reforzar el compromiso con el cuidado y la protección del medioambiente para **desarrollar todas las actividades de un modo cada vez más sostenible y respetuoso**, minimizando el uso de

recursos, utilizando energías más limpias y reduciendo las emisiones a la atmósfera. La optimización de procesos y la innovación serán la clave para conseguirlo.

Integrar a toda la cadena de valor para que todos los actores que tienen relación con el negocio asuman como propias las políticas medioambientales y energéticas de ACA. Para ello, se seguirán desarrollando acciones formativas y proyectos conjuntos, así como una exhaustiva tarea de vigilancia.



Aumentar la colaboración con los grupos de interés y, especialmente, con las comunidades en las que ACA está presente, impulsando así el **desarrollo económico y social en los ámbitos local y rural**. En este objetivo, continuar la apuesta por el fomento del deporte, la formación y la contribución con los colectivos menos favorecidos.

En la misma línea, **priorizar y fortalecer las relaciones con los mejores proveedores locales**, promoviendo acuerdos de largo plazo que favorezcan la estabilidad comercial y el beneficio mutuo, además de la consecución de objetivos comunes.



**ACERCA DE ESTA
MEMORIA**




ALCANCE Y COBERTURA

Ángel Camacho Alimentación publica su Memoria de Sostenibilidad con el objetivo de **compartir con sus grupos de interés (clientes, empleados, proveedores y colaboradores, sociedad y socios) su actividad global y principales resultados** de forma cercana y transparente, poniendo el foco en su desempeño económico, medioambiental y social.

Esta cuarta edición cubre los **años 2018 y 2019** y centra su contenido en ACA, la principal unidad de negocio de la compañía, si bien en determinados indicadores se incluyen datos consolidados

del Grupo, indicándolo así en los casos que corresponden. La información presentada es precisa y comparable para poder **trazar de forma coherente la trayectoria de Ángel Camacho Alimentación** a lo largo de los últimos años.

Para su elaboración, se ha tenido en cuenta la **Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad** de los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI) en su opción 'esencial' (core). Además, se recoge la correlación entre los contenidos GRI, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los 10 principios del Pacto Mundial.

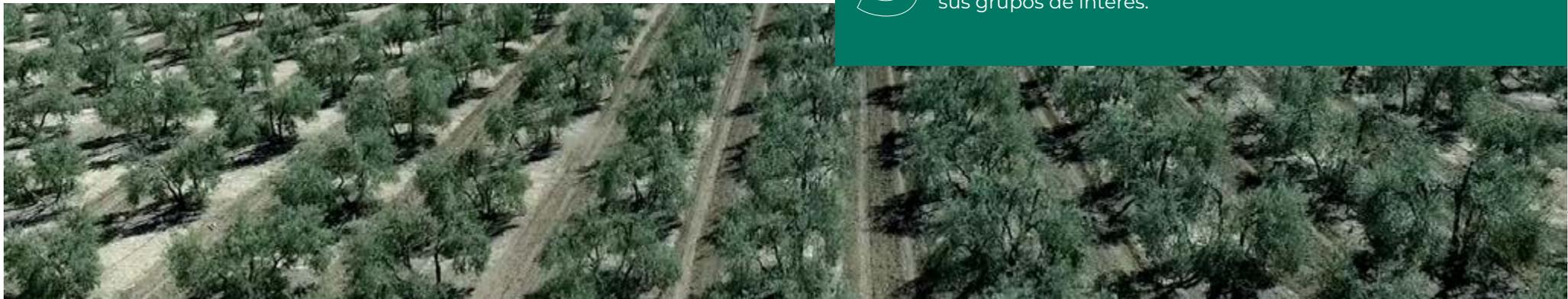


ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Con objeto de conocer los **temas más relevantes** para los grupos de interés y actuar sobre ellos, ACA ha actualizado su análisis de materialidad, una herramienta esencial para la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. Dicho análisis ha contado con **tres fases**:

Con objeto de conocer los **temas más relevantes** para los grupos de interés y actuar sobre ellos, ACA ha actualizado su análisis de materialidad, una herramienta esencial para la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. Dicho análisis ha contado con **tres fases**:

- 1** **Identificación de temas materiales** y asuntos relevantes a partir del estudio de diferentes fuentes de información, tanto internas como externas.
- 2** **Priorización de los asuntos identificados** de acuerdo con dos variables: relevancia para el negocio de la compañía y relevancia para sus grupos de interés.
- 3** **Elaboración de la Matriz de Materialidad** con el fin de ordenar los temas según su relevancia para la organización y sus grupos de interés.



MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES

RELEVANCIA PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Impulso a la economía y al desarrollo local ■ Fomento del comportamiento responsable 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Innovación y diversificación en productos ■ Gestión sostenible del agua y reducción de la huella hídrica ■ Cadena de suministro responsable ■ Consumo energético y compensación de la huella de carbono 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Calidad y seguridad de los productos ■ Fomento del desarrollo de proveedores y agricultores ■ Ética corporativa y transparencia
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ecoeficiencia en envases y embalajes ■ Diversidad e igualdad de oportunidades ■ Sensibilización sectorial sobre sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Respeto al medioambiente en la cadena de producción ■ Formación y desarrollo profesional ■ Conciliación de la vida personal y profesional ■ Creación de valor para la comunidad ■ Relación duradera y de confianza con nuestros clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Visión de largo plazo ■ Cultura de prevención y seguridad
	MODERADA		<ul style="list-style-type: none"> ■ Conocer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes ■ Motivación y compromiso de los empleados ■ Eficiencia y rentabilidad 	
		MODERADA	MEDIA	ALTA
RELEVANCIA PARA EL NEGOCIO				
<ul style="list-style-type: none"> ■ MEDIOAMBIENTE ■ PROVEEDORES ■ CLIENTES ■ COMUNIDAD ■ EMPLEADOS ■ CORPORATIVO 				



ÍNDICE DE CONTENIDO ESTÁNDARES GRI

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

CONTENIDOS GENERALES

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
GRI 102: Contenidos Generales	102-1 Nombre de la organización		Ángel Camacho Alimentación, S.L.
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	5, 25-30	Quién es ACA, Catálogo de productos
	102-3 Ubicación de la sede		Morón de la Frontera (Sevilla)
	102-4 Ubicación de las operaciones	6	De Morón de la Frontera al mundo
	102-5 Propiedad y forma jurídica	15	Estructura organizativa
	102-6 Mercados servidos	6	De Morón de la Frontera al mundo
	102-7 Tamaño de la organización	7-9	Principales magnitudes 2018-2019
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	32	La fuerza del equipo
	102-9 Cadena de suministro	56-57	Cadena de suministro responsable
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	10, 56-57	Hitos, Cadena de suministro responsable
	102-11 Principio o enfoque de precaución	12	Modelo de negocio
	102-12 Iniciativas externas	13-14	Ángel Camacho Alimentación y los ODS
	102-13 Afiliación a asociaciones	19	Participación asociativa



Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
ESTRATEGIA			
GRI 102: Contenidos Generales	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	Mensaje del Director General
ÉTICA E INTEGRIDAD			
GRI 102: Contenidos Generales	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	12, 17	Modelo de negocio, Buen gobierno
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	17	Buen gobierno
GOBERNANZA			
GRI 102: Contenidos Generales	102-18 Estructura de gobernanza	15	Estructura organizativa
	102-19 Delegación de autoridad	15	Estructura organizativa
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	15	Estructura organizativa
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	15	Estructura organizativa
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	15	Estructura organizativa
	102-25 Conflictos de intereses	17	Buen gobierno
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
GRI 102: Contenidos Generales	102-40 Lista de grupos de interés	68	Alcance y cobertura
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	33	Impulsando la igualdad
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	65	Análisis de materialidad
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	65	Análisis de materialidad
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	66	Análisis de materialidad



Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES

	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	6	De Morón de la Frontera al mundo
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	65-66	Alcance y cobertura, Análisis de Materialidad
	102-47 Lista de temas materiales	66	Análisis 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	65	Alcance y cobertura
	102-51 Fecha del último informe		La Memoria de sostenibilidad 2016-2017 se publicó en el año 2018
	102-52 Ciclo de elaboración de informes		Bienal
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		Datos de contacto en la contraportada
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	65	Alcance y cobertura
	102-55 Índice de contenidos GRI	67-75	Estándares GRI
	102-56 Verificación externa		No se ha realizado verificación externa

CONTENIDOS ESPECÍFICOS – TEMAS MATERIALES

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: ÉTICA CORPORATIVA Y TRANSPARENCIA

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	17	Buen gobierno
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	17	Buen gobierno
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	17	Buen gobierno
Indicadores propios de ACA	Porcentaje de empleados formados en Código Ético	34	Apuesta por la formación
ANTICORRUPCIÓN			
GRI 205: Anticorrupción	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	17	Buen gobierno

TEMA MATERIAL: VISIÓN A LARGO PLAZO

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	12	Modelo de Negocio
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	12	Modelo de Negocio
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	10	Hitos

TEMA MATERIAL: EFICIENCIA Y RENTABILIDAD

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	40	Foco en la sostenibilidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40	Foco en la sostenibilidad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41, 45	Integrado en la gestión, Indicadores ambientales
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	7	Principales magnitudes 2018-2019

TEMA MATERIAL: SENSIBILIZACIÓN SECTORIAL SOBRE SOSTENIBILIDAD

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	41	Integrado en la gestión
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	41	Integrado en la gestión
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42-44	Acciones de mejora y casos de éxito

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: RESPETO AL MEDIOAMBIENTE EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	40	Foco en la sostenibilidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40	Foco en la sostenibilidad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41, 45	Integrado en la gestión, Indicadores ambientales
Indicadores propios de ACA	Reducción de la producción de residuos peligrosos por tonelada de producto envasado de 2015 a 2019	45	Indicadores ambientales
	Reducción de la producción de vertidos por tonelada de producto envasado de 2015 a 2019	45	Indicadores ambientales
	Reducción relativa del consumo de envases y embalajes de 2015 a 2019	45	Indicadores ambientales
	Reducción de superficie de suelo ocupado de 2015 a 2019	45	Indicadores ambientales

TEMA MATERIAL: GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA Y REDUCCIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA

	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	46	Indicadores ambientales (Agua)
AGUA			
GRI 303: Agua	303-3 Agua reciclada y reutilizada	46	Indicadores ambientales (Agua)

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	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	49	Indicadores ambientales (Emisiones)
ENERGÍA			
GRI 302: Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	47	Indicadores ambientales (Energía)
	302-4 Reducción del consumo energético	47	Indicadores ambientales (Energía)
EMISIONES			
GRI 305: Emisiones	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	49	Indicadores ambientales (Emisiones)

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: ECOEFICIENCIA EN ENVASES Y EMBALAJES

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40, 41	Foco en la sostenibilidad, Integrado en la gestión
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51	Indicadores ambientales (Envases y embalaje de productos)

TEMA MATERIAL: CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	56-57	Cadena de suministro responsable
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	56-57	Cadena de suministro responsable
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56-57	Cadena de suministro responsable

PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	55	Compras y proveedores
--------------------------------------	--------------------------------------------------	----	-----------------------

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	56-57	Cadena de suministro responsable
-------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	----------------------------------

TEMA MATERIAL: FOMENTO DEL DESARROLLO DE PROVEEDORES Y AGRICULTORES

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	55	Compras y proveedores
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	55	Compras y proveedores
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56	Cadena de suministro responsable
Indicadores propios de ACA	Agricultores integrados por el proyecto Camacho Integra	57	Cadena de suministro responsable

TEMA MATERIAL: INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	23, 24	Calidad y seguridad, El consumidor en el centro
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	23, 24	Calidad y seguridad, El consumidor en el centro
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25-30	Catálogo de productos

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	23	Calidad y seguridad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	23	Calidad y seguridad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23	Calidad y seguridad

TEMA MATERIAL: CONOCER Y SATISFACER LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	22, 24	De la mano de los clientes, El consumidor en el centro
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22, 24	De la mano de los clientes, El consumidor en el centro
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22, 24	De la mano de los clientes, El consumidor en el centro

TEMA MATERIAL: RELACIÓN DURADERA Y DE CONFIANZA CON LOS CLIENTES

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	22	De la mano de los clientes
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22	De la mano de los clientes
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22	De la mano de los clientes

TEMA MATERIAL: MOTIVACIÓN Y COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	32	La fuerza del equipo
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	32	La fuerza del equipo
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	38	Buen ambiente de trabajo

EMPLEO

GRI 401: Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	32	La fuerza del equipo
-----------------	-----------------------------------------------------------------	----	----------------------

TEMA MATERIAL: CULTURA DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36-37	Salud y seguridad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36-37	Salud y seguridad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36-37	Salud y seguridad

Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	33	Impulsando la igualdad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33	Impulsando la igualdad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33	Impulsando la igualdad
Indicadores propios de ACA	Principales indicadores de conciliación en 2016 y 2017	33	Impulsando la igualdad

TEMA MATERIAL: FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	34-35	Apuesta por la formación
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34-35	Apuesta por la formación
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34-35	Apuesta por la formación

FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

GRI 404: Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	34-35	Apuesta por la formación
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	34-35	Apuesta por la formación
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	34-35	Apuesta por la formación

TEMA MATERIAL: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	33	Impulsando la igualdad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33	Impulsando la igualdad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33	Impulsando la igualdad

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	33	Impulsando la igualdad
-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	----	------------------------



Estándar GRI	Contenido	Páginas	Respuesta directa
--------------	-----------	---------	-------------------

TEMA MATERIAL: FOMENTO DEL COMPORTAMIENTO RESPONSABLE

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36-37, 42-44	Salud y seguridad, Acciones de mejora y casos de éxito
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36-37, 42-44	Salud y seguridad, Acciones de mejora y casos de éxito
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36-37, 42-44	Salud y seguridad, Acciones de mejora y casos de éxito

TEMA MATERIAL: IMPULSO A LA ECONOMÍA Y AL DESARROLLO LOCAL

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	54	Apuesta por el valor local
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	54	Apuesta por el valor local
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	54	Apuesta por el valor local

COMUNIDADES LOCALES

GRI 413: Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	54-60	Impulso al desarrollo sostenible
------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	----------------------------------

TEMA MATERIAL: CREACIÓN DE VALOR PARA LA COMUNIDAD

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	58-60	Con las comunidades
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	58-60	Con las comunidades
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	58-60	Con las comunidades

CORRELACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE CON GLOBAL REPORTING INITIATIVE Y LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

ODS	ESTÁNDAR GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
	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
	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
	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
	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

CORRELACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE CON GLOBAL REPORTING INITIATIVE Y LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

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	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
	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	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	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
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	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

CORRELACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE CON GLOBAL REPORTING INITIATIVE Y LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

ODS	ESTÁNDAR GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
<p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-4 Reducción del consumo energético 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p>	<p>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</p>
<p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p>	<p>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p>	<p>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</p>
<p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>		<p>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</p>
<p> ■ DERECHOS HUMANOS ■ NORMAS LABORALES ■ MEDIOAMBIENTE ■ LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN </p>		



DATOS DE CONTACTO

Ángel Camacho Alimentación
Dirección de Marketing y Comunicación

Juan Carlos Sánchez Herrera

Avda. del Pilar, 6
41530 Morón de la Frontera (Sevilla),
España

jcsh@acamacho.com



Avda. del Pilar, 6
41530 Morón (Sevilla),
España
Tel. +34 95 585 47 00

info@acamacho.com
www.angelcamacho.com



Unit 8 - Caxton House
Broad Street, Great Cambourne
Cambs. CB23 6JN
England
Tel. +44 19 54 71 50 85

info@acamacho.co.uk
www.fragata.co.uk



2502 Walden Woods Drive
Plant City, FL-33566,
USA
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,
Poland
Tel. +48 523 47 11 25

stovit@stovit.com.pl
www.stovit.com.pl