

PONEMOS

SABOR

A TU VIDA

Memoria de
Sostenibilidad
2020- 2021

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

3

UNA EMPRESA LOCAL CON VOCACIÓN MULTINACIONAL

4

Cerca del consumidor desde hace 125 años

5

Una compañía global

6

Principales magnitudes 2020-2021

7

Ventas 2021

8

Hitos 2020-2021

10

Modelo de negocio

12

Estructura de la organización

13

Misión, visión y valores

14

Buen gobierno

15

Grupo Ángel Camacho y los ODS

16

Contribución del Grupo Ángel Camacho a los ODS

17

Visión del sector

18

Alianzas que fortalecen

20

ÁNGEL CAMACHO Y LA COVID-19

21

Ángel Camacho y la COVID-19

22

Las personas, nuestra prioridad

23

El valor de la solidaridad

27

POR Y PARA LOS CONSUMIDORES

29

Un líder de confianza

30

Hacia la excelencia

31

Siempre al lado de los clientes

32

Pensando en los consumidores

33

Nuestros productos

35

EL MEJOR EQUIPO HUMANO

41

Las personas, nuestro principal valor

42

Apuesta por la igualdad y la diversidad

44

Formamos equipo

46

Priorizamos la salud y seguridad

48

En la mejor compañía

50

GUIDAMOS EL ENTORNO

52

Creando valor sostenible

53

Vigilantes en la mejora medioambiental

54

Sumando por el planeta

55

Indicadores ambientales 2020-2021

59

APORTAMOS VALOR A LA SOCIEDAD

67

Compromiso con el desarrollo local

68

Proveedores con garantía

69

Proveedores que suman

70

Con las comunidades

72

RETOS DE FUTURO

75

La sostenibilidad como meta

76

ACERCA DE ESTA MEMORIA

78

Alcance y cobertura

79

Análisis de materialidad

79

Índice de contenido estándares GRI

81

Correlación de los ODS con GRI y los Principios del Pacto Mundial

90

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL



**Ángel
Camacho Perea**
Director General

SIEMPRE PODEMOS HACERLO MEJOR

Hace dos años, cuando escribía el mensaje de bienvenida para nuestra Memoria de Sostenibilidad 2018-2019, empezábamos a tomar conciencia de que tendríamos que convivir con momentos de incertidumbre. Sin embargo, la realidad a la que nos hemos enfrentado desde marzo de 2020 ha superado con creces cualquier presagio.

El mundo está viviendo momentos muy exigentes, caracterizados por la inestabilidad y la rapidez a la que se suceden los cambios. La pandemia, las crisis geopolíticas, el encarecimiento de la energía, las tensiones en la cadena de suministro o la espiral inflacionista son claros ejemplos de ello. En este contexto, la sostenibilidad debe seguir siendo el faro que guíe la estrategia de las organizaciones.

En Ángel Camacho Alimentación somos muy conscientes de ello y cada vez estamos más convencidos de que será el único camino que asegure la viabilidad de nuestro negocio y nos permita construir un futuro sostenible. La sostenibilidad y la estrategia

de nuestra empresa son lo mismo, no van por caminos separados. Lo mismo ocurre con la rentabilidad y sostenibilidad, dos conceptos estrechamente relacionados. Sabemos también que es un largo trayecto, por eso empezamos a recorrerlo hace ya muchas décadas.

Como empresa familiar, desarrollamos una visión de largo plazo con el objetivo de dejar a la siguiente generación una compañía mejor que la que nos encontramos nosotros. Una compañía que genere y cree valor compartido para todos sus grupos de interés y el conjunto de la sociedad. Y una compañía que sea capaz de 'poner sabor a tu vida' con productos de alimentación de la máxima calidad.

Todo ello con el foco en el medioambiente. Nos esforzamos por reducir el impacto en el entorno a través de la reducción de nuestra huella hídrica y de carbono, recurriendo a la innovación, la tecnología y a la mejora continua de nuestros procesos para favorecer una cadena de valor más sostenible. Esto se

traduce en un mejor uso de los recursos, la eliminación de desperdicios, la reducción de gastos y la inversión en soluciones, cerrando así un círculo virtuoso.

Nada de esto sería posible sin las personas, a las que en Ángel Camacho Alimentación siempre hemos puesto en el centro de todo lo que hacemos. Para nosotros es prioritario fomentar el empleo estable y de calidad, la formación, el desarrollo, la seguridad, la igualdad y la diversidad. Queremos contar con personas comprometidas, con talento, y nada mejor que ofrecer el mejor entorno laboral posible para hacerlo realidad.

Me gusta preguntar a mis colaboradores *¿podemos hacer mañana las cosas mejor que las hacemos hoy?* La respuesta siempre es sí. Con esta actitud enfocamos los retos de la sostenibilidad, porque ser sostenibles no requiere explicarlo, sino hacerlo. Nadie nos puede acusar por no ser perfectos, pero sí nos pueden señalar si no avanzamos. Y en Ángel Camacho Alimentación estamos decididos a llegar mucho más lejos.



ANGEL CAMACHO
ALIMENTACION

UNA

EMPRESA

LOCAL CON VOCACIÓN
MULTINACIONAL

CERCA DEL CONSUMIDOR DESDE HACE 125 AÑOS

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN ES LA PRINCIPAL UNIDAD DE NEGOCIO DEL GRUPO ÁNGEL CAMACHO.

ASENTADA EN MORÓN DE LA FRONTERA DESDE SU NACIMIENTO, SIGUE SIENDO UNA EMPRESA 100% FAMILIAR.

La historia de la compañía comienza a finales del siglo XIX, cuando la familia Camacho decide empezar a producir aceite de oliva en la localidad sevillana de Morón de la Frontera. Hoy, 125 años después, y con la cuarta generación de la familia al frente, ese pequeño negocio se ha convertido en **Grupo Ángel Camacho** (en adelante GAC), una compañía de alimentación 100% familiar que trabaja para ofrecer los mejores productos alimenticios a consumidores de todo el mundo.

Desde sus orígenes las señas de identidad de la compañía son su profundo arraigo local, su vocación global, su carácter innovador y su fuerte compromiso con la sostenibilidad. Todo ello es lo que ha propiciado su crecimiento hasta convertirse en un **grupo multinacional de referencia**, con exportaciones a más de 90 países y unidades de negocio internacionales. La principal unidad de negocio del grupo es **Ángel Camacho Alimentación** (en adelante ACA), uno de los mayores proveedores mundiales de aceitunas de mesa, su producto más importante.

Además de aceitunas de mesa, el grupo elabora y distribuye una amplia y variada gama de productos de alimentación entre los que destacan aceites de oliva, encurtidos, mermeladas e infusiones funcionales.

Comercializa su catálogo de productos bajo un amplio paraguas de marcas: **Fragata, La Vieja Fábrica y Susarón** referentes en España, **Mario** en Estados Unidos y **Stovit** en Polonia. Cada una de ellas cuenta con personalidad y posicionamiento propio para dar respuesta y satisfacer las necesidades de los exigentes consumidores, y con la misión de 'poner sabor en sus vidas'.

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 2020 y 2021.

Arraigo local, vocación global, carácter innovador y fuerte compromiso con la sostenibilidad son las señas que definen la empresa



UNA COMPAÑÍA GLOBAL

La **sede corporativa** de Ángel Camacho Alimentación se mantiene en el lugar de origen de la empresa, **Morón de la Frontera** (Sevilla), un pequeño pueblo con larga tradición olivarera. Además, cuenta con unidades de negocio e instalaciones propias en sus principales mercados (España, Estados Unidos, Reino Unido y Polonia), así como con delegaciones comerciales en Francia, Rusia y Malasia, para responder de forma rápida y eficiente a la demanda de sus clientes y consumidores. Cabe destacar también la reciente participación del grupo en dos empresas con gran experiencia en el sector de la aceituna, la compañía marroquí Cartier Saada y en la empresa griega Mani Foods. Ambas empresas completan la oferta de Ángel Camacho Alimentación, lo que le ha permitido convertirse en un **proveedor global** de aceitunas de mesa.



EN DATOS



5 unidades de negocio



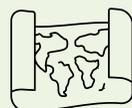
3 oficinas comerciales



2 empresas participadas



Exportaciones a **90** países



+ del 75% de ventas fuera de España



720 empleados: **581** en España y **139** en el resto del mundo



UNIDADES DE NEGOCIO DEL GRUPO ÁNGEL CAMACHO

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)

ESTADOS UNIDOS

Mario Camacho Foods (Plant City, Florida)

OFICINAS COMERCIALES

FRANCIA (Nantes)

RUSIA (Moscú)

MALASIA (Kuala Lumpur)

EMPRESAS PARTICIPADAS

CARTIER SAADA (Marrakech, Marruecos)

MANI FOODS (Kalamata, Grecia)

PRINCIPALES MAGNITUDES 2020-2021

Las ventas consolidadas del Grupo Ángel Camacho en 2020 fueron 198,6 millones de euros, y ascendieron hasta los 206,2 millones de euros en 2021. De estas cifras, el mayor porcentaje **corresponde a la facturación de Ángel Camacho Alimentación**, la principal unidad de negocio, cuyas ventas en los citados ejercicios alcanzaron los 156,8 y 149,9 millones de euros, respectivamente.



MAGNITUDES ECONÓMICAS (MILLONES DE €)

	Ángel Camacho Alimentación		Grupo Ángel Camacho	
	2020	2021	2020	2021
Ventas	156,8	149,9	198,6	206,2
EBITDA	3,9	2,8	10,2	10,8
Inversiones	2,1	3,0	3,2	3,4
Resultados antes de impuestos	0,2	-1,3	5,2	5,1
Total activos	123,9	123,8	179,3	194,3
Fondos propios	27,6	26,6	74,6	79,8



1^{er} envasador de **aceitunas** de España

Fabricante nº **121** por facturación y nº **47** por cifra de negocio exterior



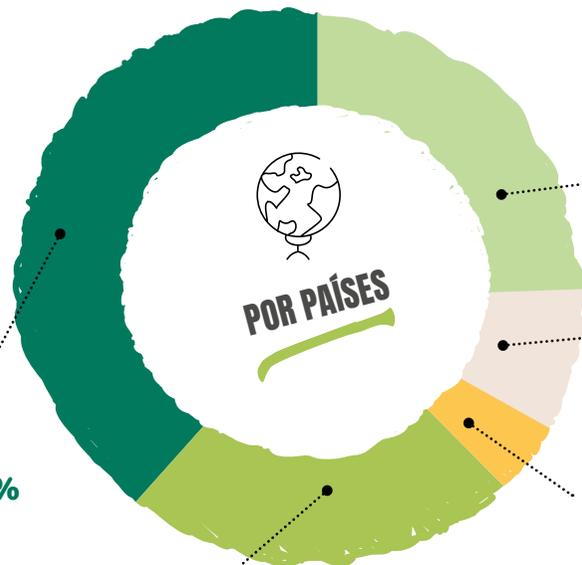
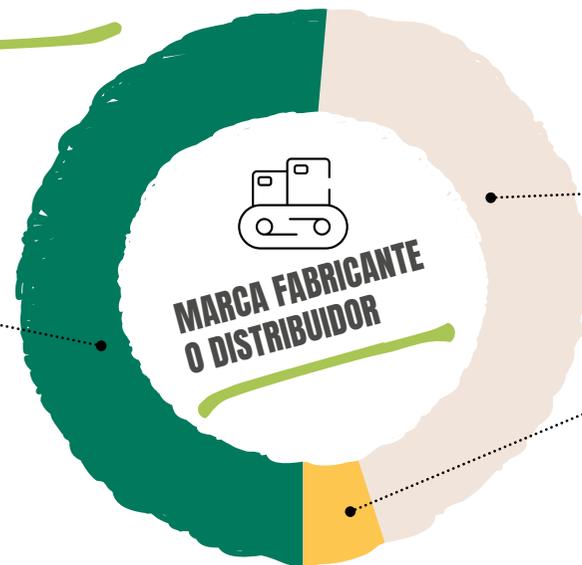
49.400 toneladas/año de aceitunas comercializadas

10.700 toneladas/año de **mermeladas** comercializadas



VENTAS 2021

Las **ventas** del Grupo Ángel Camacho fueron de **206,1 millones de euros** en **2021**





MAGNITUDES ECONÓMICAS GAC (MILLONES DE €)

	2020	2021
Impuestos*	6,68	6,81
Exportaciones	147,20	155,69
Proveedores	375	366
Sueldos	21,14	21,20

* Incluyen: impuesto sobre sociedades, seguridad social y otros tributos.



MAGNITUDES AMBIENTALES ACA**

	2020-2021
Emissiones de CO ₂ por kilogramo de aceituna envasada	-0,7%
Consumo de agua	-2,6%
Consumo de electricidad	-11,7%
Consumo de gasoil	-6%
Consumo de biomasa	33%

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



MAGNITUDES SOCIALES GAC



	2020	2021
Empleados (promedio anual)	749	720
Mujeres en plantilla (promedio anual)	265	248
Inversión en formación (€)	92.660	85.685
Compras locales (%)	50,67	49,73
Proveedores integrados (Programa Camacho Integra)	481	334

HITOS 2020-2021



COMPAÑÍA

- ◆ Adquisición del **15%** de la empresa griega **Mani Foods**.
- ◆ ACA se mantiene como **primer envasador de aceitunas** en España.
- ◆ Compromiso renovado con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** de Naciones Unidas.
- ◆ Adhesión a **FENAVAL** (Federación Nacional de Asociaciones de Transformados Vegetales y Alimentos Procesados).



ACTIVIDAD Y COVID-19

- ◆ La rápida respuesta ante los acontecimientos a comienzos de 2020 permitió **proteger a la plantilla y continuar con la actividad productiva en todo momento desde el inicio de la pandemia**.
- ◆ Desarrollo de un **Plan de Contingencia** para velar por la seguridad de las personas.
- ◆ No se ha producido **ningún brote de COVID-19** en las instalaciones de la empresa.
- ◆ **Más de 60 iniciativas solidarias** en beneficio de las comunidades locales.
- ◆ Publicación del **libro '2020: un año que recordaremos siempre'**.



PRODUCTO/NEGOCIO

- ◆ Refuerzo del e-commerce con **nuevos canales de venta online**: tiendas virtuales propias de Susarón y La Vieja Fábrica, y comercialización en Amazon Europa.
- ◆ Aceitunas y mermeladas **más saludables y naturales** gracias a la apuesta por la I+D+i.
- ◆ Renovación **certificaciones de calidad** BRC/IFS/FSMA/Halal.
- ◆ Actualización del catálogo de productos en todas las marcas de ACA para **seguir poniendo sabor a tu vida**.
- ◆ **Reducción del uso del plástico** en diferentes aspectos del negocio: eliminación del retráctil en cajetines Susarón, reducción film transparente en envasado de palets, reducción de plástico en bandejas, entre otras medidas.



HITOS 2020-2021

PERSONAS

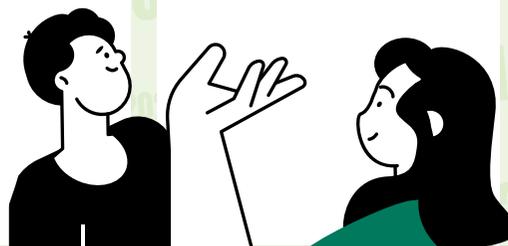
- ◆ Refuerzo del **área de Personas** y promoción de tres procesos clave: evaluación del desempeño, liderazgo orientado a valores e impulso del modelo de gestión por competencias.
- ◆ Eficaz instauración del **teletrabajo como jornada laboral** para las personas de administración, incluso desde antes del Estado de Alarma.
- ◆ Publicación del **'Libro Verde de Estilo de Liderazgo'**.

MEDIOAMBIENTE

- ◆ La revisión de procesos y los proyectos de I+D permiten **mejorar el desempeño ambiental**, logrando una reducción efectiva de las emisiones.
- ◆ Desarrollo de **acciones de eficiencia energética** para hacer un uso responsable de los recursos.
- ◆ Inicio proyecto **instalación de placas fotovoltaicas** para reducir el consumo de energía.
- ◆ **Traslado** de parte de la actividad de la fábrica de Espartinas a la de Morón para favorecer la eficiencia de los procesos y **minimizar el impacto ambiental**.
- ◆ Inicio de **ensayos de cultivo** de aceituna de mesa en alta densidad en condiciones de secano.

SOCIEDAD

- ◆ El programa **Camacho Integra** continúa reforzando la cadena de valor.
- ◆ Más del **75%** de las compras son realizadas a **proveedores locales**.
- ◆ Donación en 2020 de más de **200 toneladas de alimentos** a la comunidad.



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



-  Reconocimiento a la **'Excelencia Operacional'** de la compañía en los Premios del Club de la Excelencia, organizados anualmente por la empresa Sisteplant.
-  La Junta de Andalucía incluyó en su Boletín de Educación Ambiental para la Sostenibilidad, de diciembre de 2021, una reseña que pone en valor el **compromiso con la sostenibilidad ambiental de ACA**.
-  La mermelada de naranja amarga La Vieja Fábrica Cero Azúcar Refinado fue galardonada como **'Mejor Desayuno'** en la edición 2021 de los 'Premios Clara al consumo inteligente: Belleza & Alimentación y Hogar'.
-  Fragata, La Vieja Fábrica y Susarón obtuvieron sendos **'Certificados de Renombre'** por parte de la Cámara de Comercio de Sevilla.

MODELO DE NEGOCIO

La estrategia de negocio tiene como eje central el **desarrollo sostenible de la empresa a largo plazo** con el objetivo de crear valor para todos los grupos de interés de la compañía, asegurando además la viabilidad del propio negocio. Como empresa familiar, el Grupo trabaja para dejar a las siguientes generaciones un legado de valor, convencidos de que la visión de 'Estar cada día de forma especial en la vida de los consumidores', debe perdurar en el tiempo.

Este modelo promueve, en primer lugar, el cuidado de los profesionales, garantizando su trabajo y ofreciéndoles un entorno laboral de calidad. También impulsa el desarrollo de la actividad empresarial siempre orientada a la excelencia, tanto en los procesos internos como en los resultados de éstos, es decir, los productos, dando respuesta a las necesidades de todos los consumidores. Por supuesto, **el respeto y la protección del entorno son claves en el progreso de la compañía**, así como el desarrollo económico y social en los ám-

bitos local y rural donde la empresa tiene sus principales instalaciones.

Para tener éxito en estos propósitos la empresa ha desarrollado el **Plan Evolución 2019-2023**, un plan estratégico de compañía diseñado para continuar la evolución hacia una empresa de alimentación global más fuerte y consolidada. El plan tiene como objetivo mejorar la rentabilidad y favorecer el retorno de las inversiones, pero siempre manteniendo el equilibrio entre Propiedad, Familia y Empresa, los tres pilares en los que se sustenta el Grupo Ángel Camacho.



PLAN EVOLUCIÓN 2019-2023 - LÍNEAS ESTRATÉGICAS



Orientación al consumidor



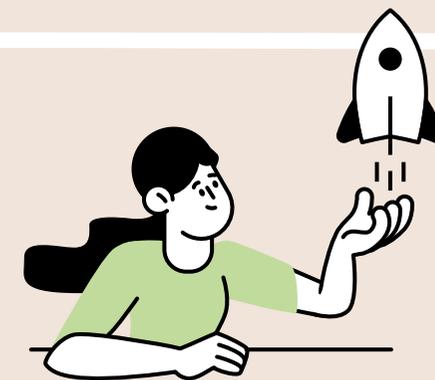
Mejora continua en todas las operaciones



Personas motivadas y comprometidas



Una sola compañía con unidades de negocio



ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

La **tercera y cuarta generación de la familia Camacho** están al frente de la estructura accionarial del Grupo Ángel Camacho, una empresa orgullosa de ser 100% familiar desde su nacimiento. El gobierno está gestionado por un **Administrador Único** y se rige por los más exigentes estándares de transparencia.

PROTOCOLO FAMILIAR

La compañía, dada su condición de empresa familiar, dispone de un protocolo específico para la **regulación, la organización y la gestión interna** de las relaciones entre la familia, la compañía y sus propietarios, además de estar orientado a dar continuidad a las futuras generaciones. Dicho protocolo 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 se detallan en el siguiente destacado:



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**



MIEMBROS COMITÉ DE DIRECCIÓN

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



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



NUESTRA VISIÓN

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



NUESTROS VALORES



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.



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.



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 dialogo.



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.

NUESTRA MISIÓN

Poner **Sabor** a tu **Vida**



BUEN GOBIERNO

Los valores determinan las prioridades del Grupo y son la referencia a la hora de tomar decisiones, orientando los comportamientos individuales y como compañía para que la forma de hacer negocio sea siempre honesta, transparente, íntegra y respetuosa.

Este compromiso se recoge en el **Código Ético del Grupo Ángel Camacho**, una guía que define las directrices de actuación que deben cumplir todas las personas de la compañía, asentadas en **tres principios básicos**.



PRINCIPIOS BÁSICOS DEL CÓDIGO ÉTICO

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

El Código Ético promueve un estricto cumplimiento del marco regulatorio nacional e internacional, sirviendo también como herramienta de **gestión de riesgos** para la prevención de delitos. Asimismo, 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, favoreciendo así **relaciones de confianza** con los grupos de interés.

Además de ser revisado y actualizado de forma continuada, la compañía imparte formación específica, y lleva a cabo acciones de divulgación para favorecer el conocimiento del Código Ético entre toda la plantilla.

COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Es el órgano encargado de velar por la **vigencia del Código Ético** y controla que todas las personas de la compañía y todas las unidades de negocio actúen de acuerdo con él.



BUZÓN DE DENUNCIAS

A través de este canal de comunicación, cualquier persona que tenga relación con Grupo Ángel Camacho puede realizar una **consulta, comunicación o denuncia** relacionada con el cumplimiento del Código Ético, garantizando la confidencialidad. Existen dos vías de contacto:



Correo ordinario

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

Correo electrónico

comitedecumplimiento@acamacho.com



GRUPO ÁNGEL CAMACHO Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Fiel a su compromiso con el desarrollo sostenible y la creación de valor compartido con sus grupos de interés, desde 2013 Grupo Ángel Camacho está adherido al **Pacto Mundial de Naciones Unidas**. De este modo, asume como propios e incorpora en la gestión sus diez principios, reportando cada año el desempeño en el Informe de Progreso.

La compañía apoya y contribuye con su actividad de manera directa a la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, promovidos por Naciones Unidas como parte de su Agenda 2030.

En un ámbito más local, Ángel Camacho Alimentación se sumó en 2016 al **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.

CAMPAÑA #APOYAMOSLOSODS

Grupo Ángel Camacho se adhiere a la campaña #apoyamoslosODS, promovida por Pacto Mundial de Naciones Unidas España para celebrar la aprobación del sexto aniversario de la Agenda 2030 con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.



INICIATIVA #TENEMOSUNPACTO

También forma parte de la iniciativa #TenemosUnPacto, diseñada con el objetivo de dar forma al nuevo acuerdo de compromiso adquirido entre más de 900 empresas para impulsar el respeto a los derechos humanos, el cuidado del medioambiente, el trabajo decente y la transparencia. En definitiva, un pacto por la sostenibilidad.



CONTRIBUCIÓN DEL GRUPO ÁNGEL CAMACHO 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.



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.



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.



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.



3 SALUD Y BIENESTAR
Desarrollo de productos saludables en todos los ámbitos para promover la salud y el bienestar de las personas. También se ha puesto en marcha el protocolo 'Cero residuos' en las empresas agrícolas para producir alimentos seguros.

Para los empleados que quieran dejar de fumar, se ha desarrollado un programa de sensibilización e información sobre las distintas posibilidades terapéuticas que existen para abandonar este hábito.



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.

Desarrollo de un proyecto de inserción de personas con discapacidad con el objetivo de favorecer sus oportunidades laborales, además de concienciar a todos y hacerles partícipes de esta iniciativa.



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.



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD
Promovemos la formación y el desarrollo profesional de nuestros empleados. Así, vacantes del Grupo se han cubierto de forma interna.



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').



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.

Se ha implantado un nuevo Sistema de Gestión de Ideas de Mejora para aprovechar el conocimiento colaborativo de todas las personas de la compañía.



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 AECOC, y 'Andaluces compartiendo', de Landaluz.

VISIÓN DEL SECTOR

SECTOR DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

La actividad de Ángel Camacho Alimentación se enmarca 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 289.000 empresas implicadas que dan empleo a casi 4,52 millones de personas.

La industria alimentaria española ocupa el cuarto puesto en valor de cifra de negocios (10,9%), por detrás de Francia (19,5%), Alemania (16,9%), Italia (13,3%) y Reino Unido (10,7%). Es la primera rama manufacturera del sector industrial en el país, con cerca de 140.000 millones de euros de ventas de productos, cifra que representa el 23,3% del sector industrial, además del 22,1% de las personas ocupadas y del 19,2% del valor añadido.

Fuente: MAPA, Informe anual Industria 2020-21.

LA 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 2,75 millones de hectáreas se dedican al olivar** y, de ellas, casi el 7,17% a la aceituna de mesa, de acuerdo con los datos de encuesta sobre superficies y rendimiento de cultivos de 2020 (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, Perú y Argentina. Según datos de la Agencia de Información y Control Alimentario, la producción nacional en la campaña 2020/2021 fue de 545.950 toneladas aproximadamente. El 84,1% de ellas proceden de las producciones de Andalucía, siendo Sevilla la provincia con mayor volumen productivo.

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.

Fuente: ASEMESA.



En el mundo hay cerca de **850 millones de olivos**



En España, más de **2,75 millones de hectáreas se dedican al olivar**



De ellas, el **7,17%** se destinan a la **aceituna de mesa**

El **11%** en **Extremadura**

El **87%** se encuentran en **Andalucía**



RETOS DEL SECTOR

Aranceles con Estados Unidos: El sector de la aceituna de mesa ha recibido con alivio la moratoria alcanzada entre la Unión Europea y Estados Unidos para la retirada temporal de los aranceles del 25% a los productos agroalimentarios españoles. Esta medida no afecta a los aranceles a las aceitunas negras, aranceles que siguen en vigor y por los cuales Ángel Camacho Alimentación junto a ASEMESA siguen peleando para lograr su retirada.



asemesa

Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa

Cosecha: La climatología y la vecería marcaron la campaña de 2021 de aceituna de mesa. La producción de variedades andaluzas como la manzanilla, la gordal y la hojiblanca se vio reducida respecto a anteriores ejercicios, mientras aumentó la de otras como la cacereña y la carrasqueña. Con todo, la producción total de aceituna de mesa en España fue mayor que en 2020. Estos elementos, como es lógico, seguirán determinando la capacidad productiva del país.



ACTIVIDAD Y COVID-19

Según el Informe Económico Anual de la FIAB, el sector de la alimentación y bebidas redujo el 5,3% su producción en 2020, debido al impacto del coronavirus. A pesar de ello, los datos lo situaron como el sector industrial que mejor soportó dicho año el envite de la pandemia, como mostró el repunte de la actividad exterior en un 4,4%. La perspectiva mejoró notablemente en 2021, ya que, de acuerdo con los datos de FIAB, la producción del sector se elevó un 5,3%, quedándose a solo un 0,1% de los registros prepandémicos. Las exportaciones, por su parte, aumentaron un 6,7%. En términos de empleo, el sector registró un incremento del 2% en el número de afiliados hasta alcanzar los 440.600 trabajadores, confirmando a la industria de la alimentación y bebidas como un sector estratégico y de gran estabilidad para España.



ALIANZAS QUE FORTALECEN

Grupo Ángel Camacho trabaja para ser un actor de referencia en el sector, en línea con su compromiso con la generación de valor compartido, impulsando el desarrollo en busca de un beneficio común. Por ello, pertenece y participa activamente en numerosos organismos, entidades y asociaciones, con los que comparte experiencia y conocimiento y colabora para **favorecer el desarrollo social** en diversos ámbitos.



La compañía se asoció, en septiembre de 2021, a **FENAVAL**, la Federación Nacional de Asociaciones de Transformados Vegetales y Alimentos Procesados, para aunar fuerzas en la defensa de los intereses del sector.

ALIANZAS



asemesa

Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa

Asociación de Exportadores e Industriales de Aceituna de mesa. Juan Camacho Bilbao, subdirector general División Aceitunas y director de Compras, es vicepresidente de su órgano de dirección.



Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas.

AECOC

Asociación de Fabricantes y Distribuidores.

apd

Asociación para el Progreso de la Dirección.



Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo.



Asociación Española de Tés e Infusiones.



Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía. Ángel Camacho Perea, director general de GAC, es su vicepresidente 1º.



Cámara de Comercio de Sevilla.



Confederación de Empresarios de Andalucía.



Confederación de Empresarios de Sevilla.

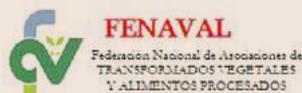
Aseogra

Asociación Sevillana Empresarial del Olivo y de la Grasa.



ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE MORÓN

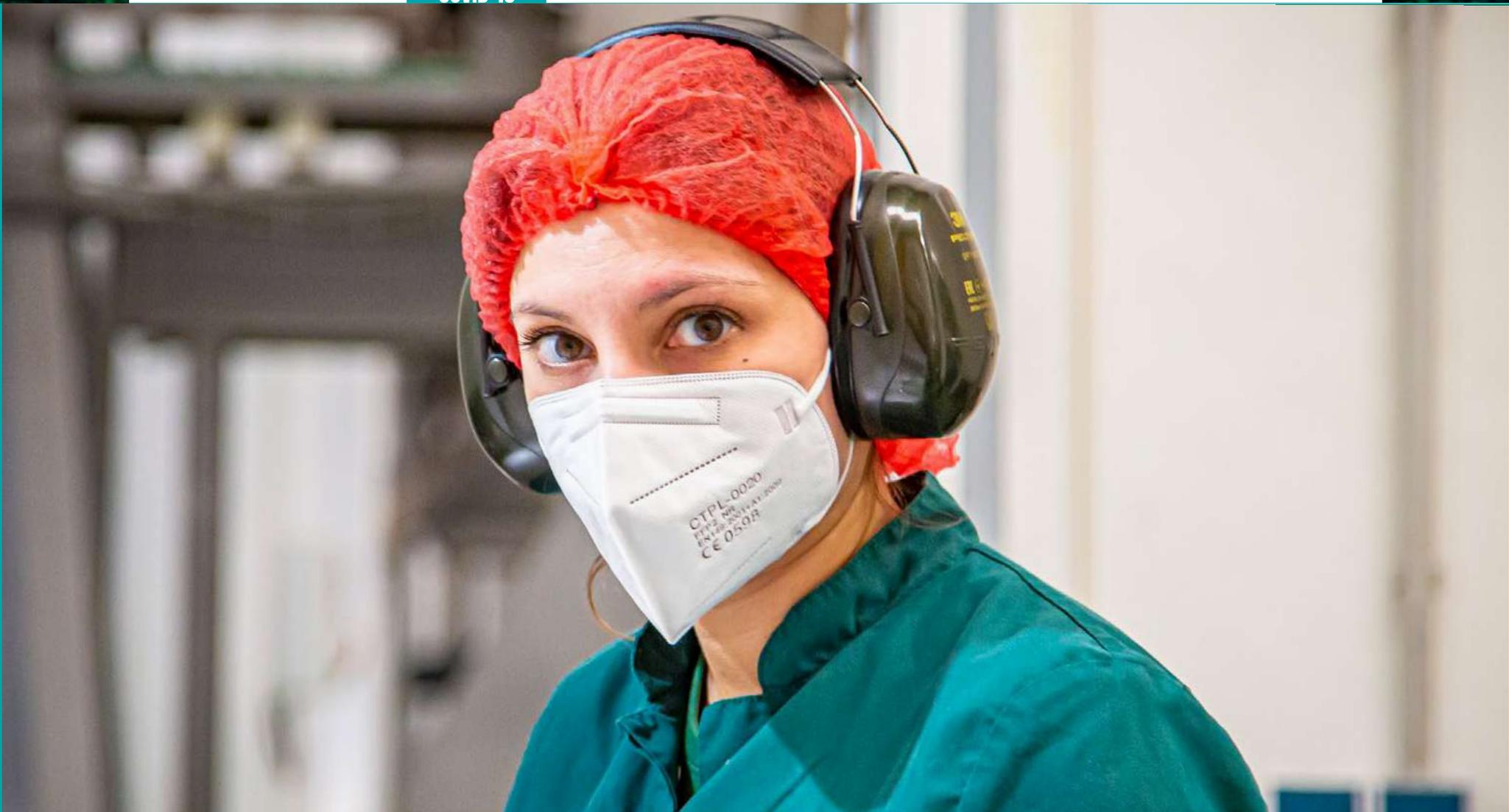
Asociación de Empresarios de Morón.



Federación Nacional de Asociaciones de Transformados Vegetales y Alimentos Procesados.



COVID-19



ÁNGEL CAMACHO Y LA COVID-19



COVID-19

ÁNGEL CAMACHO Y LA COVID-19

LA COMPAÑÍA VOLVIÓ A MOSTRAR SU FUERTE COMPROMISO CON LAS PERSONAS EN LOS PEORES MOMENTOS DE LA PANDEMIA.

No cabe duda de que la COVID-19 ha marcado un antes y un después para toda la humanidad. Casi de un día para otro, la pandemia alteró nuestras vidas de un modo extraordinario, teniendo que enfrentarnos a un escenario de gran incertidumbre.

En Ángel Camacho Alimentación, como en la gran mayoría de industrias y en el conjunto de la sociedad, se notó con fuerza la crisis sanitaria. A comienzos de 2020, y debido principalmente a ser una empresa con actividades a nivel global, la compañía se percató de la gravedad y excepcionalidad de la situación. Llegaron noticias muy negativas desde los clientes de Italia y eso ayudó a **tomar medidas valientes desde mediados de febrero**. La anticipación fue clave para tratar de mantener la actividad y, sobre todo, para proteger a las personas de ACA.

Del mismo modo, el profundo arraigo local y la vocación social de la compañía impulsaron **su carácter más solidario**, colaborando desde el primer

momento con las administraciones y organizaciones de los municipios en los que está presente. El objetivo, en los peores momentos, fue intentar ayudar a aquellos que más lo necesitaban.

La COVID-19 ha interferido notablemente en el desempeño de la compañía durante 2020 y 2021. De hecho, sigue intentando recuperar una **normalidad que ya nunca será igual**. Por eso se mantiene alerta, sin bajar la guardia, aplicando su **Plan de Contingencia** puesto en marcha en los primeros meses de la pandemia y adaptándolo a

La **anticipación** fue clave para proteger a las personas

la evolución de la pandemia, para asegurar en todo momento un **entorno de trabajo lo más seguro posible**. Ahora, como ha sucedido desde el comienzo de la crisis sanitaria, la colaboración y el compromiso de todos serán decisivos para salir adelante.





COVID-19

LAS PERSONAS, NUESTRA PRIORIDAD

La principal preocupación de la compañía se definió desde el inicio de una forma muy sencilla: **“proteger la salud de las personas que forman parte de la empresa, así como velar por la continuidad del negocio”**.

Desde el comienzo de la pandemia, Ángel Camacho Alimentación fue consciente de que se enfrentaba a un escenario desconocido, lo que llevó a tomar medidas incluso antes de que lo hiciera el Gobierno. Como empresa de alimentación, debía **cumplir con su función de servicio público**, con su carácter de actividad esencial, y seguir produciendo para abastecer a todos los clientes y, en consecuencia, los supermercados e hipermercados nacionales e internacionales.

Ya en febrero de 2020 el Comité de Dirección trataba la evolución de los acontecimientos en sus

reuniones. El 2 de marzo se creó un **Comité de Seguimiento** y el día 6 se puso en marcha un **Plan de Prevención y de Actuación**. Entre otras medidas se cancelaron todos los viajes, se restringieron las visitas externas, se reforzaron las medidas de higiene y, sobre todo, **se inició el teletrabajo o trabajo a distancia**. Así, antes de que entrara en vigor el Estado de Alarma en España, más de 130 personas de la empresa ya estaban trabajando desde sus hogares.

El Comité de Seguimiento pasó a ser un **Comité de Crisis** con la llegada del confinamiento, gestionando la situación interna y externa de la compañía de forma diaria y en estrecha relación con las diferentes unidades de negocio y, por supuesto, con los Comités de Empresa, con los que se consensuaban todas las decisiones que se tomaban para crear un **entorno de trabajo seguro**.

La evolución de la pandemia, con la llegada de sus diferentes olas y variantes,

hizo que se tuviera que realizar una **adaptación continua a las circunstancias** durante todo 2020 y también en 2021. La clara actitud preventiva, así como la eficacia de las medidas de control adoptadas y puestas en marcha, junto al teletrabajo generalizado para las personas de oficinas, permitió en todo momento **continuar con las actividades empresariales de forma segura**, siempre velando por la integridad del equipo humano.

Proteger la salud de las personas que forman parte de la empresa, así como velar por la continuidad del negocio





COVID-19

MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA DURANTE LA PANDEMIA



Protección de nuestras personas

Se instauró el **teletrabajo** como principal modalidad en todos aquellos casos posibles y se cancelaron todos los eventos y reuniones presenciales. Se repartieron mascarillas y pantallas como **medios de protección personal**. Se revisaron los horarios de entrada de cada turno y se instalaron más equipos de fichaje de entrada y salida para evitar aglomeraciones y que, en todo momento, se pudiera **cumplir con la distancia de seguridad**. Se llevó a cabo una limpieza y desinfección continua y muy exhaustiva en cada cambio de turno. Estas y otras medidas impidieron que algún brote de coronavirus llegase a producirse.



Foco en los casos sensibles

Se realizó una protección especial a todas las personas que, por diferentes motivos, eran sensibles al coronavirus. Así, **se reorganizaron sus tareas o se facilitó el teletrabajo** y, en determinados casos, se les permitió aislarse en su hogar.

Asimismo, se llevó a cabo un **estudio individualizado** de las personas de mayor riesgo al virus SARS-CoV-2. El estudio fue certificado por el Servicio de Vigilancia de la Salud y detectó a las personas susceptibles de pasar a incapacidad temporal, las cuales fueron inmediatamente protegidas.



Prima de reconocimiento

Desde el inicio del Estado de Alarma hasta finales del mes de agosto de 2020, se amplió el sueldo de todo el personal de fábrica con una **prima máxima de 100 euros brutos al mes** en reconoci-

miento al esfuerzo, compromiso y profesionalidad mostrados por toda la plantilla.



Refuerzo preventivo en las plantas

Se restringió toda entrada de personal externo y **se limitó el movimiento** de personas entre los centros propios de trabajo. Se eliminaron las zonas de fumadores y se colocaron **mamparas de seguridad** en los puestos de envasado y en las oficinas de almacén, además de **dividir los vestuarios** en distintas salas. Se identificó un aseo y vestuario exclusivo para el personal externo.





Se señaló el aforo máximo para cada oficina y para los diferentes comedores. **Se intensificó la comunicación**, reforzando la cartelería informativa de las medidas preventivas en las distintas plantas. Se tomaba la temperatura corporal a las personas en las entradas de cada centro de trabajo. También se contrató un autobús para un grupo de trabajadores y, así, garantizar un **desplazamiento seguro**.



Plan de Contingencia

Se elaboró un plan de actuación para **reaccionar con la mayor agilidad** ante posibles cambios como casos positivos entre los trabajadores o nuevas directrices del Gobierno. El plan, junto con muchas otras iniciativas, fue **validado en abril de 2020 por la Junta de Andalucía** y, desde entonces, ha seguido desarrollándose con la implantación de todo tipo de medidas.

Se redactó un **Decálogo de Normas COVID-19** como herramienta soporte para los responsables de los equipos.

A finales de marzo se entregó un lote de productos de la empresa a todos los tra-

bajadores de fábrica como recompensa al esfuerzo realizado en la primera semana de trabajo, tras la declaración del Estado de Alarma.



Refuerzo de la comunicación

Lo primero que se hizo, incluso previamente al Estado de Alarma (los días 12 y 13 de marzo) fue, impartir **charlas informativas** en las diferentes plantas. La dirección de operaciones y los responsables de Seguridad y Salud Laboral, junto con los responsables del Comité de Empresa, informaron en ellas de las **medidas preventivas de higiene** que había que adoptar frente al contagio por coronavirus, así como de las primeras **medidas organizativas** que la empresa implantaba para garantizar las medidas de protección.

Con el lema **‘Entre todos lo superaremos’**, se implementó una campaña de comunicación interna para **ofrecer información continua** sobre las medidas preventivas, la situación de la compañía y recomendaciones, entre otros muchos temas. Asimismo, se pusieron en marcha **nuevos canales de comunicación**, como una lista de distribución corporativa de WhatsApp o la instalación de pantallas de televisión en los comedores de las fábricas, favoreciendo una comunicación directa y ágil. Además, durante el confinamiento se generaron incontables mensajes e iniciativas entre las personas que trabajaban en la empresa y sus familiares: concursos, vídeos didácticos, comunicados de agradecimiento y motivacionales, etc.



La comunicación se convirtió en una gran aliada de la prevención





COVID-19



Creación de los Coordinadores COVID-19

En marzo de 2021 se creó la figura del Coordinador COVID-19, puestos ocupados por personal interno con la finalidad de **garantizar el cumplimiento efectivo de las medidas** de seguridad anti-COVID.



Medidas de control del estado de salud

Desde que empezaron a comercializarse los test serológicos que detectaban la COVID-19, la empresa los incorporó como medida preventiva. Se realizaban aleatoriamente, de forma previa al inicio de la actividad o tras la incorporación de los trabajadores de un periodo de baja o vacaciones. El objetivo era **valorar el estado inmunológico de la plantilla**, así como prevenir posibles activaciones de potenciales focos de transmisión. Se llegaron a hacer casi 1.800 test serológicos.



Se llegaron a hacer casi 1.800 test serológicos

UN LIBRO PARA RECORDAR

Con el objetivo de recopilar y compartir todo lo vivido durante los peores momentos de la pandemia, así como, hacer un homenaje a todas las personas que hicieron posible que la actividad de la compañía no parase en ningún momento, se creó el libro **'2020, un año que recordaremos siempre'**.

De una forma muy visual, este libro recoge momentos y recuerdos como los dibujos realizados por los peques de los empleados, las recetas preparadas en familia con los productos que la empresa comercializa, la participación en los concursos organizados, las muestras de cariño recibidas, así como el destino de las 100 toneladas de producto aportado a distintas entidades sociales.

El libro, en versión digital y también impresa, se regaló junto a un lote de productos a todos los empleados de Ángel Camacho Alimentación en las navidades de 2020.





COVID-19

EL VALOR DE LA SOLIDARIDAD

Fieles al compromiso de la empresa con el entorno local, desde el comienzo de la pandemia ésta se esforzó por estar al lado de los que más lo necesitaban. De este modo, se puso en contacto con las autoridades de los municipios en los que tiene instalaciones, así como organizaciones con las que habitualmente colabora para ofrecerles ayuda. Se donó una gran cantidad de productos a los Servicios Sociales municipales, así como

a otras entidades y organizaciones, en función de sus necesidades.

Por supuesto, también se quiso apoyar y reconocer el trabajo de los 'héroes' que, con su trabajo y compromiso, velaban por la salud y la seguridad de toda la población. Hablamos del **personal sanitario, al que se quiso hacer un poco más agradable su vida** repartiendo lotes de alimentos en ambulatorios, centros de atención primaria y hospitales, entre otros destinos. También fue significativo el envío de productos realizado desde Infusiones Susarón, en León, a la UME (Unidad Militar de Emergencia) para distribuir entre varios hospitales de la ciudad de Madrid.



Se reconoció el trabajo de los 'héroes'



DATOS

Donación de más **+100 toneladas de alimentos**



+ de **60 iniciativas solidarias**



Principales **municipios beneficiados:** Morón del Frontera, Sevilla, Otero de la Dueñas, Madrid...

Principales **organizaciones beneficiadas:**



Bancos de Alimentos y Servicios Sociales de Ayuntamientos, entre otros muchos



COVID-19



DONACIÓN DE ALIMENTOS PARA LOS MÁS NECESITADOS

Desde el comienzo de la pandemia, en línea con el compromiso social, ACA se volcó en reforzar su labor solidaria. En concreto, se centró en la donación de alimentos, a través de **Cáritas** y de **Bancos de Alimentos**, a los colectivos más afectados por la crisis sanitaria, especialmente en aquellos municipios más vinculados con el grupo, como son **Morón de la Frontera** y **Espartinas**, en la provincia de Sevilla, y **Otero de las Dueñas**, en León. Asimismo, se hizo entrega de lotes de productos a otros colectivos protagonistas en la crisis, como el sanitario, las fuerzas de seguridad local y nacional, y el ejército. En total fueron más de 100 toneladas de alimentos donados a lo largo del año 2020 con el fin de colaborar y aportar un granito de arena con la sociedad en los peores momentos.

La compañía se volcó en ayudar a los municipios en los que está presente



CON LA HOSTELERÍA

ACA fue una de las compañías participantes en el plan **'Todos con la hostelería'**, promovido por la organización empresarial Hostelería de España, AECOC y la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). Su objetivo fue impulsar la reactivación del sector y recuperar cuanto antes, en condiciones de máxima seguridad, la actividad paralizada por la crisis sanitaria.



APORTACIÓN ECONÓMICA PARA MORÓN

En verano de 2020, de la mano de varias personas de la empresa, se puso en marcha una iniciativa solidaria para ayudar a familias de Morón. Así, **Junto a la asociación MAS+, Movimiento y Acción Solidaria**, se desarrolló una **campana de recogida de dinero** destinado a la compra de alimentos, medicamentos, etc, en establecimientos de la localidad para repartirlos entre los más necesitados. **La compañía se unió a la iniciativa aportando la misma cantidad** recogida por los empleados.



CONSUMIDORES



POR Y PARA LOS **CONSUMIDORES**

UN LÍDER DE CONFIANZA

LA COMPAÑÍA PONE SUS CINCO SENTIDOS EN SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES A TRAVÉS DE PRODUCTOS DE GRAN CALIDAD QUE AÚNAN TRADICIÓN E INNOVACIÓN.



CONSUMIDORES

La misión de Ángel Camacho Alimentación es 'poner sabor en la vida de los consumidores'. Es una declaración de intenciones sencilla que, a la vez, entraña un desafío mayúsculo, como es ofrecer **productos capaces de satisfacer las demandas y necesidades de un público cada vez más exigente.**

Para lograrlo, las personas que forman parte de la compañía ponen el **foco en la calidad**, una característica protagonista en todos y cada uno de los productos elaborados por ACA, tanto en lo que se refiere a materia primas e ingredientes como en los procesos productivos. La calidad **se traduce en confianza y esta, a su vez, en seguridad**, valores que definen a la compañía y que se reflejan en todas sus actividades.

La innovación es otro valor diferencial. ACA revisa y actualiza de forma constante su amplio catálogo de pro-

ductos para adaptarse a los gustos del consumidor, lanzando al mercado gamas cada vez más variadas destinadas a **conseguir la mejor experiencia de consumo.** Todo ello cuidando siempre el sabor para que los productos, además de nutritivos, saludables y sostenibles, sean apreciados y deseados.

El carácter innovador de la compañía también se refleja en su capacidad de adaptación a los cambios y a las nuevas realidades del mercado. En este sentido, ha puesto en marcha **nuevos canales de venta online** que ofrece a los consumidores una alternativa rápida y sencilla para adquirir sus productos más demandados.

Esta visión del negocio **refuerza la reputación de la compañía** y favorece el posicionamiento de las marcas de Ángel Camacho Alimentación en la mente del consumidor convirtiéndose en su opción preferida de compra.



Calidad, seguridad e innovación, características que definen a todos los productos de la compañía





CONSUMIDORES

HACIA LA EXCELENCIA

La calidad es una parte inherente de Ángel Camacho Alimentación, siendo un valor diferencial de todas sus marcas y productos. A través de su **Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria**, la compañía se asegura de alcanzar los más altos estándares en este ámbito, suponiendo una garantía para la confianza de clientes y consumidores.

Además de controlar los procesos internos, la compañía cuenta también con un **sistema de trazabilidad** que permite conocer al detalle la trayectoria de los productos a lo largo de la cadena de suministro, desde el origen de las materias primas hasta la distribución final de cada lote vendido. Este mecanismo de control **aumenta la eficiencia de las operaciones** y mejora el servicio a los clientes.

Por supuesto, la innovación es una herramienta protagonista en el camino hacia

la excelencia y la mejora continua. Para integrarla en el día a día de la compañía y canalizar los proyectos innovadores, dispone de un **Sistema de Gestión de I+D+i**, certificado según la norma UNE 166.002, que se complementa con una política corporativa específica.

Asimismo, la compañía se somete periódicamente a exhaustivas auditorías externas para verificar el adecuado cumplimiento de las exigencias legales y particulares de las diferentes certificaciones y acreditaciones con las que cuenta, así como los requerimientos específicos establecidos por determinados clientes en materia de calidad y seguridad de los alimentos.

Este enfoque estratégico ha llevado a Ángel Camacho Alimentación a lograr las **certificaciones internacionales más prestigiosas**:

Certificaciones



Premio a la excelencia operacional

La compañía obtuvo en 2020 el galardón a la 'Excelencia Operacional' de los **Premios del Club de la Excelencia**, que organiza anualmente la empresa Sis-teplant, especializada en ayudar a compañías del sector industrial y de servicios en la mejora de su competitividad.



Reconocimiento para La Vieja Fábrica

La mermelada de naranja amarga La Vieja Fábrica Cero Azúcar Refinado fue reconocida como '**Mejor Desayuno**' en la pasada edición 2021 de los '**Premios Clara al consumo inteligente: Belleza & Alimentación y Hogar**'. Estos galardones anuales reconocen, gracias a los votos de los lectores de la publicación, la labor en I+D que hacen las marcas de gran consumo.



Fragata, La Vieja Fábrica y Susarón, 'marcas renombradas'

Las marcas insignia de Ángel Camacho Alimentación, Fragata, La Vieja Fábrica y Susarón, han obtenido sendos '**Certificados de Renombre**' por parte de la **Cámara de Comercio de Sevilla**. Esto supone para las tres enseñas poseer un título de un organismo oficial que acredita su importancia y (re) conocimiento en el mercado español.





CONSUMIDORES

SIEMPRE AL LADO DE LOS CLIENTES

Como empresa de alimentación, ACA desarrolla una **actividad esencial para la sociedad**. Su vocación de servicio público ha quedado más patente que nunca durante los años 2020 y 2021 como consecuencia de la pandemia, un periodo en el que ha llevado a cabo importantes esfuerzos para mantener su producción y **continuar suministrando alimentos a la población**.

En este escenario, la capacidad de adaptación para ofrecer **respuestas ágiles y eficientes** a todos sus clientes ha sido clave para que la distribución de productos no se viera afectada. Todo un hito teniendo en cuenta que la compañía suma **más de un millar de clientes de cerca de 90 países**, entre los que se encuentran desde grandes cadenas de distribución hasta pequeños supermercados loca-

les, cada uno con sus necesidades y requerimientos particulares.

Y esta confianza depositada en ACA por los clientes ha tenido recompensa. Es el resultado de favorecer **relaciones estrechas y estables**, basadas en la transparencia y en la honestidad, que se prolongan en el largo **plazo con el objetivo de generar valor compartido**. Con ellas, la compañía busca asegurar su crecimiento y, más importante, la sostenibilidad de futuro.



+ de **1.000** clientes

Presente en **+50%** de las grandes compañías retail mundial Top25*

+ de **20** años de relación con muchos de los clientes



* Top 25 del ranking que anualmente publica Deloitte (Global Powers of Retailing 2020)

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los productos de la compañía llegan al consumidor final a través de diferentes canales, bien comercializados con sus marcas propias o bien con las marcas de los distribuidores. En todos ellos se busca encontrar el **mejor equilibrio entre una calidad excelente y un precio competitivo**.



Industria alimentaria

Productos adquiridos para ser reprocesados o envasados en distintos formatos o a granel para terceras empresas.



Canal retail

Productos que se distribuyen con marcas propias o de distribuidores directamente al consumidor final.



Canal foodservice

Productos adquiridos para ser reprocesados o utilizados como ingredientes.



PENSANDO EN LOS CONSUMIDORES

Sin duda, los consumidores son la razón de ser de Ángel Camacho Alimentación. Por ellos se **impulsa la mejora continua de la compañía**, que busca permanentemente nuevos caminos y productos para satisfacer sus demandas y, sobre todo, sorprenderles con referencias más variadas y saludables para que sigan 'poniendo sabor a su vida' a través de las marcas del grupo.

De este modo, las opiniones y demandas del consumidor son la base sobre la que ACA trabaja para mejorar sus productos o definir nuevos lanzamientos, involucrándole en el proceso de desarrollo por medio de encuestas o con su participación en investigaciones de mercado y catas. Asimismo, **adapta su actividad a las necesidades del mercado**, siendo un claro ejemplo de ello la puesta en marcha de la venta en canales online.

Fiel a su compromiso con la ética y la transparencia, la compañía pone a disposición de sus diferentes públicos **canales**

directos de contacto, como el servicio de atención al cliente o las redes sociales, donde poder escuchar sus sugerencias, solucionar sus dudas y, ante todo, atender sus **reclamaciones**, para lo que se cuenta con un protocolo específico. Durante 2021 se recibieron una media de 30 reclamaciones por cada 10 millones de unidades fabricadas, realizando un seguimiento exhaustivo de cada una de ellas.

La confianza es clave para fortalecer las relaciones con los consumidores

La **comunicación**, por tanto, es una parte esencial de la actividad de ACA ya que fortalece una relación sincera y estrecha con los consumidores que, además, **favorece el desarrollo de la organización**.



INICIATIVAS DESTACADAS

Venta online: productos a un 'click'

Con el objetivo de favorecer la venta de sus productos para poner sabor en la vida de cada vez más consumidores, ACA ha inaugurado nuevos canales de venta online. Así, desde 2020 **La Vieja Fábrica y Susarón cuentan con tienda virtual propia.**

Además, los productos de ambas marcas junto con los de Fragata también están disponibles en **Amazon Europa** (para los mercados de España, Alemania, Francia e Italia) y en la web de productos de origen español 'Foods & Wines from Spain', asociada a Amazon. Con estas iniciativas, la compañía ratifica su apuesta por el e-commerce, una prioridad a corto y medio plazo.



Con certificado de confianza.

Desde la puesta en marcha de la tienda online de Susarón, la compañía ha trabajado para dotarla de la **mayor transparencia en las transacciones** y el mejor de los servicios. Por ello, colabora con la empresa de certificación digital alemana Trusted Shops, que verifica las opiniones publicadas por los clientes tras sus compras.



Salud y bienestar gracias a la I+D+i

ACA cuenta con un Sistema de Gestión I+D+i, certificado bajo los criterios de la norma UNE 166.002, a través del cual canaliza los desarrollos de **nuevos productos y proyectos innovadores.** En este contexto, dos de las últimas iniciativas llevadas a cabo han tenido a la salud y al bienestar como protagonista.



Aceitunas más saludables: se ha sustituido el potenciador de sabor (glutamato monosódico, inosinato disódico y guanilato disódico) en las aceitunas rellenas de anchoa por un



extracto de levadura totalmente natural, reforzando las características nutricionales del producto final. Se sigue trabajando en estos nuevos extractos de levadura para que sean más compa-

tibles con los aliños a base de especias, con el objeto de utilizarlos en la familia de aliños Fragata que actualmente está en el mercado, así como en otros productos como la manzanilla lisa sabor anchoa y el cocktail de encurtidos.



Mermeladas más naturales: gracias a un tratamiento térmico de pasteurización se ha conseguido

eliminar el conservante utilizado en algunas mermeladas.



Impulso a la campaña #somosNutrisensatos

El sector de alimentación y bebidas, de la mano de FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas), a la que pertenece Ángel Camacho Alimentación, puso en marcha la campaña #somosNutrisensatos, un movimiento que nace para impulsar y defender el modelo de nutrición sensata, basada en una **dieta variada, equilibrada y suficiente, y en hábitos de vida saludables,** además de actuar contra los bulos y la desinformación en alimentación.





CONSUMIDORES

NUESTROS PRODUCTOS

El catálogo de productos de Ángel Camacho Alimentación se caracteriza por su **variedad**, ya que pone al alcance de los consumidores una oferta diversificada capaz de satisfacer cualquier necesidad, y, especialmente, por su **calidad**, contando siempre con las mejores materias primas e ingredientes.

A través de sus **marcas de referencia**, como son Fragata, La Vieja Fábrica, Mario, Stovit y Susarón, la compañía pone en el mercado una **amplia gama de productos de las siguientes categorías:**



Aceitunas



Mermeladas

Encurtidos



Aceites



Infusiones



Endulzantes



Condimentos



CONSUMIDORES



PRODUCTOS



Desde 1925, **Fragata** es sinónimo de calidad e innovación. Es la marca más importante de la compañía y un referente a nivel mundial por la excelencia de sus numerosos productos y variedades, que adapta a los gustos de cada mercado. Todos tienen el nexo común de la calidad, poniendo el foco tanto en las materias primas como en los procesos de elaboración.



Nueva imagen para los aceites de oliva

Actualización y modernización de la imagen y del packaging de todas las referencias de la gama para favorecer su diferenciación y presencia en el mercado.

Aceite de oliva virgen extra premium monovarietal 'Arbequina'

Disponible en botella de vidrio 'Argos' de 500 ml.

Gamas de aceitunas Ecológicas y Griegas

La gama Fragata Ecológicas, con cuatro referencias, se distingue por su carácter saludable y nutritivo, además de apoyar las prácticas de una agricultura sostenible. Por su parte, la gama Fragata Griegas incluye diez referencias con variedades y sabores únicos.

Nuevas referencias de la novedosa gama 'Listas para picar'

Aceitunas deshuesadas y aliñadas en un nuevo formato de bolsa que se sostiene de pie y proporciona un tamaño ideal para compartir (120g). El envase incorpora además un abre-fácil y una ventana transparente que permite ver el producto. Las aceitunas se envasan sin líquido con atmósfera protectora, lo cual garantiza una vida útil de 18 meses (sin abrir) a temperatura ambiente.



NOVEDADES



LA VIEJA FÁBRICA
Desde 1834

PRODUCTOS



Explorar nuevas necesidades del mercado y buscar sabores que sorprendan tanto a los actuales consumidores como a los nuevos constituyen las señas de identidad de **La Vieja Fábrica**. La marca ha hecho de la tradición y la autenticidad sus principales valores, elaborando una extensa gama de mermeladas para todos los gustos.



NOVEDADES

Sabores sorprendentes

Mermelada de naranja amarga y limón, una exquisita mezcla de cítricos, y mermelada de melocotón, mango y jengibre, una combinación de frutas fusionadas con aromático y ligeramente picante jengibre.

Gama de 'conserves' en el mercado inglés

Tangerina y Blood Orange.





CONSUMIDORES

SUSARÓN

PRODUCTOS



Susarón ha conquistado a los consumidores gracias a una larga trayectoria de compromiso con la salud y el bienestar. A través de su amplia gama de infusiones funcionales y su endulzante 100% natural, la marca ayuda a las personas a cuidarse y a sentirse mejor, siempre velando por el sabor de sus productos para disfrutar al máximo cada momento de consumo.



Línea Bondades del Mundo

La marca entra en la categoría de té saludables con una cuidada selección de sabores que apuestan por favorecer el bienestar de los consumidores: Japón, equilibrio interior; Brasil, energía vital; Sudáfrica, desconexión; e India, armonía espiritual.

Pelo fuerte y Defensas

Dos nuevas referencias que se suman a la gama de infusiones funcionales con foco en el cuidado de la salud, el refuerzo del sistema inmune y el cuidado personal.

NOVEDADES





CONSUMIDORES

MARIO

PRODUCTOS



Mario es una marca orientada al mercado norteamericano, en el que goza de gran prestigio y reconocimiento gracias a productos innovadores y de la máxima calidad. En su gama de productos se incluyen aceitunas, aceites y otros alimentos típicamente mediterráneos, como las cebolletas, los pimientos o las alcachofas.



NOVEDADES

‘Mario on the go’

Práctica y deliciosa gama de snacks de aceitunas aliñadas envasadas en bolsas o ‘pots’, sin salmuera, con fácil apertura, ideales para llevar y consumir en cualquier lugar.

Aceite de oliva Virgen Extra de Grecia

Un aceite de alta calidad elaborado con aceitunas de la variedad Kalamata.





CONSUMIDORES



PRODUCTOS



mermeladas, confituras y conservas de frutas

Stovit es toda una referencia en el mercado polaco, donde sus mermeladas, confituras y conservas de frutas son muy demandadas. Su variado catálogo de productos tiene el denominador común de la calidad, utilizando las mejores materias primas para conseguir una experiencia de consumo insuperable.

Nueva gama de postres 'Deser Superfood'

Preparados con deliciosos trozos de fruta y enriquecidos con los beneficios de los superalimentos, sin aditivos ni conservantes y con solo 26% de azúcar: fresa con semillas de lino, cereza con cáñamo, cocktail de cuatro frutas con semillas de girasol, melocotón con bayas de goji y frutas del bosque con semillas de nigella.

Mermeladas sin azúcar añadido

Endulzadas con xilitol, endulzante natural procedente del árbol del abedul, que contiene propiedades antibacterianas que ayudan a prevenir infecciones, alergias y asma.

Gama de mermeladas BIO

Endulzadas con azúcar de caña.

NOVEDADES





EQUIPO



EL MEJOR EQUIPO HUMANO



EQUIPO



LAS PERSONAS, NUESTRO PRINCIPAL VALOR

LAS PERSONAS SON EL MEJOR Y MÁS VALIOSO ACTIVO DE ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN. CONSCIENTE DE ELLO, LA COMPAÑÍA SE ESFUERZA POR OFRECER EL MEJOR ENTORNO DE TRABAJO POSIBLE Y POR IMPULSAR EL EMPLEO DE CALIDAD.

Sin duda, el éxito del Grupo Ángel Camacho corresponde al equipo humano que compone su amplia plantilla, tanto a nivel nacional como internacional. Personas comprometidas que trabajan para **seguir haciendo crecer este proyecto común**. Así lo han demostrado siempre, pero ha sido durante 2020 y 2021 cuando han sacado lo mejor que llevaban dentro, haciendo un esfuerzo enorme para que la compañía pudiera seguir con su actividad, incluso en los peores meses de la pandemia. En todo momento han **cumplido con la responsabilidad de abastecer de alimentos** los mercados nacionales y extranjeros.

COMPOSICIÓN PLANTILLA POR UNIDAD DE NEGOCIO*

	2020			2021		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Ángel Camacho Alimentación	149	372	521	142	354	495
Grupo Ángel Camacho	22	36	59	21	35	56
A. Camacho UK	3	3	6	3	3	6
Infusiones Susarón	9	13	22	6	12	17
Mario Camacho Foods	12	12	24	15	10	25
Stovit Group	61	42	103	62	46	108
Empresas agrícolas	0	14	14	0	13	13
TOTAL	265	492	749	248	472	720

* Estos datos reflejan el número medio de trabajadores en función de los días cotizados durante el año.





EQUIPO

Conscientes de que las personas son el motor de la compañía, **en 2021 se ha fortalecido en el área de Personas los aspectos técnicos y de procesos**, con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a los empleados y optimizar la organización. Entre otros proyectos, destacan la creación y promoción de tres procesos clave:

- ◆ **Evaluación de desempeño:** para analizar las políticas de desarrollo de personas, la digitalización de la compañía enfocada a optimizar procesos y para proponer expectativas de comportamientos excelentes.
- ◆ **Liderazgo orientado a valores:** para reconocer el rol de las personas que dirigen equipos. Se ha desarrollado un amplio programa para identificar los comportamientos alineados a los valores de la compañía y que son los que conducen al éxito, como el sentido de pertenencia, la vocación de servicio o ser reconocibles.

En esta línea se ha creado el **'Libro Verde Estilo de Liderazgo' de Ángel Camacho Alimentación**, para explicar, identificar y promover los valores que identifican a la compañía interna y externamente.

- ◆ **Impulso y apuesta por el Modelo de Gestión por Competencias:** para unificar el lenguaje interno de la compañía y que se convierta en el sistema de referencia en todos los procesos de Recursos Humanos, desde los modelos de retribución hasta los de atracción de talento.

Se ha reforzado el área de Personas para ofrecer un mejor servicio a los empleados





EQUIPO

APUESTA POR LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD

El respeto a todas las personas que trabajan en la compañía es uno de los principios que rigen el negocio. Por eso, desde hace seis años, Ángel Camacho Alimentación cuenta con un **Plan de Igualdad** para impulsar la igualdad de oportunidades, la diversidad en todos sus ámbitos (cultural, geográfica, sexual, edad...), la conciliación, la no discriminación y la integración a través de diferentes políticas y actuaciones. El objetivo del Plan de Igualdad es crear el mejor ambiente de trabajo y la posibilidad de crecimiento en la empresa.

Sin duda, este enfoque no solo enriquece la compañía, también impulsa su desarrollo y asegura su futuro.



IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



Plantilla

65%
hombres



35%
mujeres



Ángel Camacho Alimentación garantiza que las personas que integran su plantilla reciben un **trato igualitario** y disponen de las **mismas oportunidades**. Entre otros aspectos, se establece la contratación por motivos exclusivamente profesionales, al igual que la retribución. Para ello, se implantan criterios que aseguren el reconocimiento de los méritos y capacidades demostrados en el desempeño del trabajo. El **Comité de Seguimiento del Plan de Igualdad** se encarga de comprobar anualmente el cumplimiento de todas las acciones puestas en marcha.

En 2020 y 2021 el porcentaje de mujeres en el Grupo era del 35%, una cifra considerable teniendo en cuenta que se trata de un sector mayoritariamente masculino. En este sentido se están desarrollando medidas específicas a favor de las mujeres y hombres en el acceso a determinados puestos de trabajo y departamentos ocupados mayoritariamente por personas de un sexo, cuando no exista presencia equilibrada.

Uno de los focos en los que más se ha trabajado desde la compañía es **asegurar la igualdad de trato en materia retributiva** entre hombres y mujeres. Por eso, se han implementado diferentes acciones para garantizar que la **retribución** se determine **en función del cargo, las aptitudes, habilidades y logros profesionales** de cada trabajador en particular.



ANA MARÍA RAMÍREZ NEGRETE
primera mujer carretillera
en Ángel Camacho Alimentación



EQUIPO



DIVERSIDAD

Ángel Camacho Alimentación apuesta por la diversidad como pilar esencial para convivir en una sociedad diversa y cambiante. Son muchas las líneas de actuación que se llevan a cabo para gestionar la diversidad en todos sus ámbitos, como la igualdad, el desarrollo profesional, la conciliación y la discapacidad, entre otros.

Respecto a esta, la compañía ha puesto el foco en la inserción de personas con capacidades especiales, una medida que precisa de la implicación de todos para crear un entorno de trabajo cooperativo e inclusivo. A través de un **Plan de Reconocimiento de la Declaración Administrativa de Discapacidad**, se analizan los beneficios, ventajas fiscales, accesibilidad, empleo, prestaciones económicas, prestaciones asistenciales y ayudas para la educación con el fin de informar y asesorar a estos empleados.

Es un hecho que las personas con capacidades especiales son un ejem-



plo de superación e inspiración para abordar retos, mejorar el ambiente de trabajo y conectar con la realidad social. En los últimos años ACA ha aumentado su plantilla de trabajadores con discapacidad con un **incremento de 50% de 2019 a 2020, y 150% de 2020 a 2021**. Además, se han implementado medidas adicionales, como la contratación de un Centro Especial de Empleo, que lleva a cabo el servicio de limpieza industrial y auxiliares de servicio, **generando empleo por valor de más de un millón de euros anuales**.

Para ACA construir una empresa socialmente responsable genera un **entorno más justo** que favorece la pluralidad entre personas, conocimientos, experiencias y géneros.

CONCILIACIÓN

Dentro del Plan de Igualdad, la conciliación es uno de los aspectos clave y cada año se establecen nuevas medidas para favorecer el equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados. Además de la flexibilidad horaria, con diferentes opciones según el puesto o en función de las circunstancias personales, una de las acciones más relevantes en este ámbito ha sido la **instauración del teletrabajo como jornada laboral** para el personal de administración, con un modelo de trabajo de dos días en la oficina y tres días en casa. Esta medida no solo es un impulso efectivo a la conciliación, también es una respuesta que atiende a las demandas de las personas y que está en línea con la realidad laboral derivada de la pandemia.

En el caso de la **maternidad/paternidad**, la compañía ofrece múltiples opciones para favorecer la conciliación, conscientes de la necesidad de los empleados en esta etapa de la vida. Así, durante el periodo de lactancia, siempre que no haya sido acumulado, la persona tiene flexibilidad en la elección de horarios de trabajo dentro de su jornada. También garantiza que aquellas con jornada reducida o con excedencia por motivos familiares puedan participar en los cursos de formación.

Todas estas medidas inciden muy positivamente en la **satisfacción y compromiso de las personas** que forman parte de Ángel Camacho Alimentación.

CONCILIACIÓN

Trabajadores	2020			2021		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Con maternidad/paternidad	1	19	20	5	13	18
Con reducción de jornada	9	0	9	11	7	18
Con excedencia por cuidados familiares	0	0	0	0	0	0
TOTAL	10	19	29	16	20	36



FORMAMOS EQUIPO

La retención y atracción de talento, así como el desarrollo de los profesionales que forman parte de Ángel Camacho Alimentación, es clave para conseguir un **equipo fuerte, preparado y capaz** de guiar a la compañía hacia la consecución de nuevos retos.

Entre 2020 y 2021 se han invertido casi 180.000 euros en formación de la plantilla.

	INVERSIÓN EN FORMACIÓN (€)	
	2020	2021
ACA + GAC	86.295	76.918
SUSARÓN	54	2.679
STOVIT	4.246	4.338
MCF	2.065	1.749
TOTAL	92.660	85.685

A pesar de la pandemia y de las dificultades que ha supuesto en el ámbito laboral, Ángel Camacho Alimentación ha

seguido desarrollando su **Plan de Formación Anual**, con diversas iniciativas dedicadas a promover el conocimiento y el talento de sus empleados. Entre otras, se han llevado a cabo acciones relacionadas con:



Coaching directivo y apreciativo

Formación para mejorar las competencias de comunicación, coordinación y trabajo en equipo.



Idiomas

El carácter internacional de la compañía requiere un equipo multilingüe.

Área técnica

Programas formativos específicos en torno a ámbitos como la electricidad, la mecánica y neumática, etc.



Prevención de riesgos laborales

El compromiso con la seguridad es firme y se ofrece formación continua en este ámbito para los empleados y las nuevas incorporaciones.



INICIATIVAS DESTACADAS



Sistema de Gestión por Competencias

La pandemia ha traído asociado un nuevo entorno de trabajo, en el que la digitalización, la conexión en remoto o las nuevas formas de relacionarse tanto con clientes como con proveedores son habituales en el día a día. Por ello, la compañía ha lanzado un nuevo proyecto de Gestión por Competencias, liderado por el Área de Personas, con el objetivo de poner el **foco en las personas, aumentando los niveles de conexión entre ellas**, dotándolas de herra-

mientas de gestión y ayudando a todas, desde la primera a la última, a trazar su propio **camino hacia la mejora continua profesional**.

El Sistema de Gestión por Competencias está integrado en el **Proyecto de Gestión del Desempeño**. Busca destacar los comportamientos concretos y observables que están relacionados con un trabajo excelente, los cuales permiten poder avanzar en la **mejora profesional de los empleados**, reforzando sus niveles de desarrollo y motivación.

El objetivo es poner el foco en las personas para su desarrollo profesional



Un libro para impulsar el liderazgo

La empresa está focalizando sus esfuerzos en desarrollar un 'liderazgo orientado a valores', cuyo objetivo es **identificar los comportamientos excelentes** que conducen al éxito a los líderes en la organización. Por este motivo se crea el

'**Libro Verde Estilo de Liderazgo**' de Ángel Camacho Alimentación, un documento que ofrece un marco de referencia sobre los comportamientos que se deben poner en práctica por parte de los responsables de equipos, así como aquellos que se deben eliminar al ir en contra del correcto funcionamiento de la empresa.





EQUIPO

PRIORIZAMOS LA SALUD Y SEGURIDAD

La salud y la seguridad de las personas son aspectos prioritarios en Ángel Camacho Alimentación. La situación de crisis sanitaria ha sido todo un reto para la compañía, que siempre se ha puesto como principal objetivo **proteger la salud de las personas**.

En este sentido, desde antes de que se decretara el Estado de Alarma se tomaron todas las medidas necesarias para velar por la protección de los trabajadores, instaurando el teletrabajo para los comerciales y personal de oficina, y dotando de la protección necesaria al personal de fábrica, además de otras medidas como la flexibilización de turnos, la limpieza exhaustiva, el distanciamiento social, etc.

A través de un **Plan de Prevención y de Actuación**, se pudieron agilizar las acciones necesarias para proteger a los empleados, crear un entorno de trabajo seguro y poder seguir con una actividad que en esos momentos era vital para poder abastecer los puntos de venta de

alimentación y dar servicio a la población. Todas las decisiones se tomaron de forma consensuada entre el Comité de Crisis y los Comités de Empresa.

Esta situación es una muestra de la posición de la compañía en relación con la seguridad y salud laboral, que aboga **por pasar del control de los riesgos al compromiso preventivo**. Por eso, promueve políticas encaminadas a la prevención, reducción e incluso la eliminación de los accidentes, alcanzando el **‘Reto Cero Accidentes’**, que impulsa el compromiso y la implicación en el cumplimiento de las normas de seguridad y buenas prácticas preventivas.

Gracias a la sensibilización y concienciación de todas las personas de la compañía en materia preventiva, **en 2020 se ha conseguido alcanzar la meta de cero accidentes en nueve secciones de la empresa**. Más de 90 empleados han sido los artífices de este gran logro, aunque se siguen dando pasos para ampliar este éxito a todo el Grupo.



Se ha pasado del control de riesgos al compromiso preventivo



EQUIPO

PROGRAMA Q-SAFELY

Formación en seguridad y salud en el trabajo con el fin de conseguir un entorno laboral sin peligro, fomentando actitudes proactivas para evolucionar del control de riesgos al compromiso con la prevención.



PREMIO A LA SEGURIDAD

Para promover el compromiso con la salud y seguridad de los empleados, y conseguir el **'Reto Cero Accidentes'**, la compañía premia a aquellos centros de trabajo que no han registrado accidentes de trabajo durante el año. En 2020 y 2021 obtuvieron este reconocimiento los almacenes en Morón y Espartinas, las secciones de clasificado y patio de fermentadores, patio de bombonas, cubetos, molino, depuradora y mantenimiento servicios exteriores de la planta de Morón, y la sección de relleno y preparación de pasta, en la planta de Espartinas.



Instalaciones más seguras para seguir protegiendo a las personas



CERTIFICACIÓN ISO 45001

Ángel Camacho Alimentación está certificado en ISO 45001. Esta certificación preventiva garantiza que la compañía cuenta con un sistema de gestión preventivo que va más allá del cumplimiento de la ley 31/95 de prevención de riesgos laborales, y que es un valor añadido para reducir la siniestralidad.





EN LA MEJOR COMPAÑÍA

Ángel Camacho Alimentación pone a **las personas en el centro** de todas sus actividades con el objetivo de ofrecer el mejor entorno laboral posible. Esto incluye el mantenimiento del empleo a largo plazo, la formación continuada y el desarrollo personal y profesional de la plantilla, además de trabajar de forma permanente para **garantizar la salud, la seguridad y el bienestar de todos**.

PROMOCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Ángel Camacho Alimentación avanza en su proceso de digitalización con el lanzamiento de la **plataforma de comunicación y colaboración interna para empleados AC@Net**. Esta nueva herramienta de trabajo de uso diario es, además, punto de encuentro de todas las personas de la organización, ofreciendo información de valor para los trabajadores. Con un diseño responsive y versiones en distintos idiomas, permite optimizar y digitalizar procesos de trabajo diarios que involucren a distintos departamentos y compartir en tiempo real las actualizaciones de contenidos de valor.



ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

A finales de 2020 se realizó una nueva encuesta de clima laboral en los centros de trabajo de Morón de la Frontera, Espartinas y León para conocer el nivel de satisfacción de los empleados y la evolución respecto a encuestas anteriores. En esta última edición se ha incorporado el formato online, además del clásico en papel, para garantizar la confidencialidad de las respuestas.

La **participación alcanzó el 77% de la plantilla**, 3 puntos más que en la edición previa. Los resultados también han sido me-

jores, aumentando el nivel de satisfacción medio general hasta los 7,6 puntos sobre 10, frente a los 7,1 puntos de 2019. Las mejores puntuaciones fueron para aspectos corporativos como el orgullo de pertenencia, prestigio de la organización, empresa donde crecer y desarrollarse, y trabajo de calidad. También fueron muy positivas las respuestas relacionadas con aspectos laborales como el cumplimiento de la normativa de seguridad y salud, claridad en las responsabilidades y en lo que se espera en los puestos de trabajo, valoración positiva del liderazgo (jefe directo) y mejora de la valoración del equipo directivo.





EMPLEADOS BIEN INFORMADOS



La comunicación interna es una palanca para el desarrollo de la compañía y de las personas que la integran. El objetivo es **construir una relación honesta, cercana y transparente** para que todo el equipo humano tenga conocimiento directo de la actualidad de la organización. El envío de newsletters y comunicados periódicos, las reuniones cuatrimestrales con el director general o la actividad de los 'embajadores de marca' son algunas de las iniciativas llevadas a cabo en este sentido.



REFUERZO DE LA CIBERSEGURIDAD

El refuerzo de la seguridad en relación con la tecnología ha sido protagonista en ACA en los últimos años. Además de asignar cada vez más recursos al departamento de Sistemas de la Información, la compañía ha puesto el foco en aumentar el conocimiento de la plantilla sobre los riesgos comunes y responsabilidades individuales en materia de ciberseguridad. Así, ha creado un espacio específico dentro de la intranet con el objetivo de ofrecer información útil que ayude a minimizar los riesgos asociados al uso de sistemas informáticos.



FLEXIPLAN: SISTEMA DE RETRIBUCIÓN FLEXIBLE

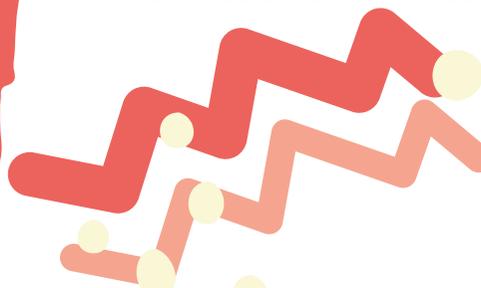
Ángel Camacho Alimentación pone a disposición de sus empleados un sistema de retribución flexible denominado Flexiplan. Esta fórmula permite elegir qué parte de retribución percibir como salario y qué parte en productos/servicios a un precio inferior al del mercado.

Utilizando este sistema los empleados pueden **aumentar su poder adquisitivo** gracias al ahorro fiscal de estos bienes y servicios. Los servicios que ACA incluye en su sistema de retribución flexible son: seguro de salud, guardería, comida, formación, renting y leasing de vehículos.

A través de este plan la compañía busca la **mejora de la motivación y bienestar**, así como la retención de las personas.

“¡TENGO UNA GRAN IDEA!” SIGUE SUMANDO PREMIOS

Desde hace 14 años la compañía premia las mejores ideas, propuestas y sugerencias aportadas por los profesionales a través del concurso '¡Tengo una Gran Idea!' A pesar de que la participación se ha reducido por la situación sanitaria en 2020 y 2021, se han seguido presentando grandes ideas para mejorar procesos, procedimientos y productos, dejando patente la **apuesta por la I+D+i y por la mejora continua.**





ENTORNO



CUIDAMOS
EL

ENTORNO

CREANDO VALOR SOSTENIBLE

LA COMPAÑÍA DEDICA MUCHOS ESFUERZOS Y RECURSOS A MEJORAR PERMANENTEMENTE SU DESEMPEÑO AMBIENTAL PARA MINIMIZAR SU HUELLA EN EL ENTORNO.

Ángel Camacho Alimentación tiene un claro compromiso con el cuidado del entorno, por eso pone el foco en el **desarrollo sostenible de su actividad** desde todos los ámbitos. La protección del medioambiente es un aspecto estratégico para la compañía, que tiene implementados **distintos Sistemas de Gestión Ambiental y Energética** con un triple objetivo:



TRIPLE OBJETIVO



La **mejora** continua en la gestión de los recursos naturales



La **reducción** de los consumos hídricos y energéticos



La **reducción** de las emisiones, los residuos y el desperdicio alimentario

El **Sistema de Gestión Ambiental** está avalado por la certificación **ISO 14001:2015**, que garantiza el cumplimiento por parte de la empresa de los más altos estándares de calidad ambiental. Por su parte, el **Sistema de Gestión Energética** está adaptado a la norma **ISO 50001:2018** y es supervisado por el Comité de Eficiencia para vigilar su correcto cumplimiento. También cuenta con certificaciones como **EMAS, Huella de Carbono** y **Huella Hídrica**, y en 2020 la certificación **Zerya** por su protocolo 'cero residuos pesticidas' en sus fincas de olivar.

Además, la compañía forma parte del **Programa de Global Security Verification (GSV)**, que verifica la seguridad en todos sus procesos y en la cadena de suministro.

Todas estas herramientas permiten mejorar los procesos, optimizando los recursos y consumos, para de esta forma conseguir que ACA sea cada año una empresa más sostenible. Para

cumplir con los objetivos marcados, cuenta con el compromiso de todas las personas que forman parte del Grupo, tanto empleados como colaboradores y proveedores. Este compromiso es fruto de la **cultura sostenible que está en el ADN de la compañía**, que cuenta con una Declaración de Política Ambiental y Energética (bianual), así como con una guía de Buenas Prácticas Ambientales y Energéticas.



VIGILANTES EN LA MEJORA MEDIOAMBIENTAL

El compromiso con la sostenibilidad lleva asociada la responsabilidad de dar cuenta de la actividad en materia medioambiental de forma transparente, precisa y comparable. Por eso, desde la compañía se realiza anualmente una **Declaración Medioambiental**, con todos los datos relacionados con consumos (de agua, energía, materias primas), emisiones y residuos derivados de su actividad. Además, en la Declaración Medioambiental se recogen los **objetivos ambientales de la compañía**, su plazo de consecución

y de revisión periódica, las metas y acciones para su consecución, los responsables de las acciones puestas en marcha y los recursos necesarios para conseguirlas.

En 2021 Ángel Camacho Alimentación renovó su compromiso con los Principios del **Pacto Mundial de Naciones Unidas** y con la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** realizando su **Informe de Progreso**, correspondiente al ejercicio 2020, que recoge todo el trabajo en materia medioam-

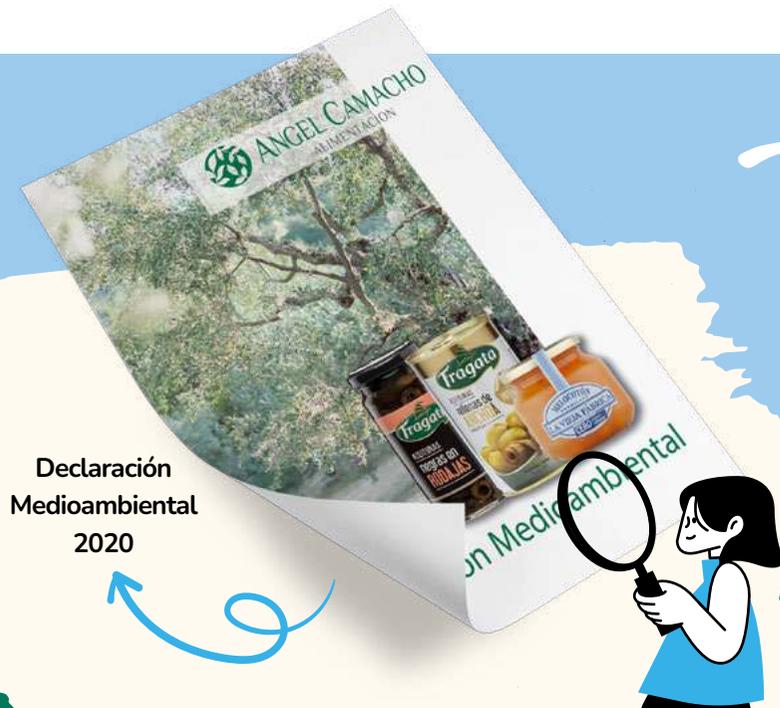
biental. Estos compromisos dejan patente la apuesta por el desarrollo sostenible como un enfoque clave y estratégico del negocio.

En cuanto a la relación con sus **proveedores**, para garantizar que realizan su actividad bajo unos parámetros sostenibles, se solicita la **firma de las cláusulas ambientales** de Ángel Camacho Alimentación, y se requiere que dispongan de sistemas de gestión propios, principalmente certificados por ISO 14001.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



La sostenibilidad es un aspecto estratégico para la compañía



Declaración Medioambiental 2020



SUMANDO POR EL PLANETA

RECONOCIMIENTO REGIONAL

La Junta de Andalucía, y en concreto la **Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible**, incluyó en su Boletín de Educación Ambiental para la Sostenibilidad de diciembre de 2021 una reseña sobre Ángel Camacho Alimentación y su compromiso con la sostenibilidad ambiental. Esta publicación pone en valor el esfuerzo de la compañía en **mantener el bajo impacto ambiental de su actividad**, además de destacar la adopción de diversas certificaciones de calidad y medio ambiente, así como otras buenas prácticas en materia de sostenibilidad.



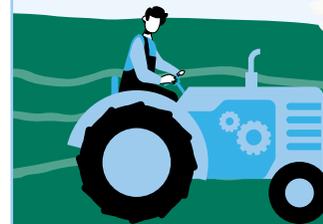
LA SOSTENIBILIDAD COMO RETO

Ángel Camacho Perea, director general del Grupo Ángel Camacho, participó en el encuentro digital **Sostenibilidad, retos y oportunidades para el sector primario**, organizado por BBVA, en el que puso en valor la vocación familiar y local de la compañía, así como los logros conseguidos en materia de sostenibilidad. Para el directivo, *“la sostenibilidad consiste en actuar bien, ser transparentes y contarlo”*.



PROYECTO LIFE LASER FENCE

En marzo de 2020 ACA presentó en la Universidad de Liverpool los trabajos finales de su participación en 'Life Laser Fence', proyecto realizado en colaboración con empresas europeas para **controlar la presencia de roedores, aves y otros animales salvajes en los campos de cultivo** a través del uso de la tecnología láser. De ese modo, se reduce el uso de químicos, disminuyendo así la contaminación en la cadena alimenticia y la muerte por envenenamiento de las diferentes especies. Los resultados del proyecto muestran la **alta efectividad del sistema** en la prevención de la presencia de aves y la mejora continuada en la de pequeños mamíferos, además de la mayor eficiencia de un nuevo color de láser, el rojo.



ENSAYOS DE CULTIVOS DE ACEITUNAS SUPERINTENSIVO DE SECANO



Con el objetivo de hacer un **uso más sostenible de los recursos**, Ángel Camacho Alimentación inició en 2017 el proyecto 'Adaptación al cultivo de alta densidad y en secano de variedades tradicionales de aceituna de mesa', **en colaboración con la Universidad de Sevilla**. La iniciativa, a la que se sumó en 2021 Interaceituna, tiene una duración de seis años y se está realizando en la finca 'El Fontanal', donde se estudia la **viabilidad de cultivar en superintensivo de secano variedades de aceituna** como la manzanilla cacereña, manzanilla sevillana y hojiblanca, históricamente plantadas en marcos tradicionales. Los primeros informes indican que la plantación tiene un **desarrollo óptimo**, aunque será en los próximos años cuando se verifique qué variedad se adapta mejor. En paralelo, el proyecto estudia el desarrollo de genotipos creados por la Universidad de Sevilla y plantados en 2019 en la misma finca.





LABOR DE I+D CON RESULTADOS

Gracias al trabajo en el campo de la investigación y el desarrollo, se ha conseguido optimizar la eficiencia de los procesos y reducir la huella ambiental de la compañía:

Nuevo proceso de enfardado, que lleva asociado una reducción del espesor del film empleado, consiguiendo un **ahorro** de hasta el **35%** del **plástico utilizado**, además de mejorar la estabilidad de los pallets al trabajar con un film que soporta mejor la tensión y da un mayor prestireo en esta operación de enfardado.



Reducción del gramaje del plástico retráctil en las bandejas, para lo que se han tenido que adaptar tanto la maquinaria retráctiladora como los hornos. Esta medida ha supuesto un ahorro de un **24%** del **material plástico** usado para este fin.



Se está trabajando en la sustitución de todos nuestros doy-packs multicapa para las aceitunas sin salmuera por **envases flexibles elaborados con un material 100% reciclable**. Estos envases están basados en un diseño sostenible y monocapa que permite reducir los residuos no reciclables y el impacto ambiental del proceso de fabricación. En los próximos meses estos envases reciclables estarán a disposición de nuestros clientes.



ACCIONES DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Energía

- ◆ Nueva **planificación de la actividad del molino** para intensificar su uso en los periodos de menor coste de la energía.
- ◆ **Instalación de un variador** en el motor de aspiración de polvo en las instalaciones de Infusiones Susarón, mejorando el rendimiento y minimizando el consumo eléctrico. También se ha puesto en marcha un **compresor variable de alta eficiencia**, logrando un consumo eléctrico más ajustado.
- ◆ Instalación de un **nuevo secador de envases**, más eficiente contra la corrosión y con menores gastos de operación.
- ◆ **Proyecto de instalación de placas fotovoltaicas para el almacén de ACA**. Colocadas en la cubierta, aportarán casi el **20% de la energía** consumida en la instalación.
- ◆ **Nuevo método de aporte discontinuo de aire** para mover y oxidar las aceitu-

nas que ha permitido reducir cerca del **40%** la energía necesaria para este proceso. Esta mejora rebaja también las emisiones y los costes de operación.

- ◆ Sustitución del aire comprimido por **agua reutilizada en las máquinas deshuesadoras**, logrando un ahorro eléctrico superior a los **130.000 kWh** al año.

Agua

- ◆ **Modificación del tratamiento antiincrustante** para el agua de refrigeración, reduciendo así el consumo al año de **agua** en **1.585 m³** y de **salmuera** en **812 m³**.
- ◆ **Recuperación del agua procedente del proceso de oxidación** para su reutilización, logrando un menor consumo de este recurso, la reducción de vertidos y la generación de menos emisiones.
- ◆ **Uso directo del agua de la red en las instalaciones de Espartinas y Morón de la Frontera** que ha permitido una reducción del consumo energético es-

timado de **7.971 kWh** al año en la planta de **Espartinas** y **35.000 kWh** al año en la planta de **Morón**.

- ◆ Se está trabajando en la **mejora del circuito de refrigeración** para garantizar la demanda actual y futura de agua en los procesos de esterilización y pasteurización, además de mejorar la seguridad y eficiencia del proceso. Esta iniciativa permitirá reducir el consumo de agua anual en **30.000 m³**.

Residuos

- ◆ Instalación en todos los centros de **contenedores específicos para el reciclaje de envases**, lo que permite una mejor segregación y reducir el volumen de residuos generados.

Emisiones

- ◆ **Optimización de la gestión de la masa procedente del molino**, que supone cerca de **7.000 toneladas** anuales, minimizando los trayectos de camiones y, en consecuencia, reduciendo las emisiones.

El objetivo es hacer un uso más responsable de los recursos



TRASLADO DE LA ACTIVIDAD DE ESPARTINAS A MORÓN

Como parte del compromiso de ACA con el desarrollo sostenible de su actividad, en el último trimestre de 2021 comenzó a **trasladar parte de la actividad de su centro de Espartinas a la fábrica de Morón de la Frontera**. El objetivo de esta iniciativa ha sido **centralizar las operaciones** en el centro más moderno, tecnológico y eficiente de la compañía, favoreciendo la calidad de todos los procesos y **minimizando el impacto ambiental** de los mismos.

Este traslado, que **se enmarca en el Plan Estratégico** que está ejecutando ACA, el Plan Evolución, forma parte del programa de modernización industrial en el que se encuentra trabajando la compañía. Este movimiento tiene el claro objetivo de **optimizar los procesos industriales**, mejorar la productividad y hacer a la empresa más competitiva. Una parte de la actividad estaba muy penalizada por el continuo

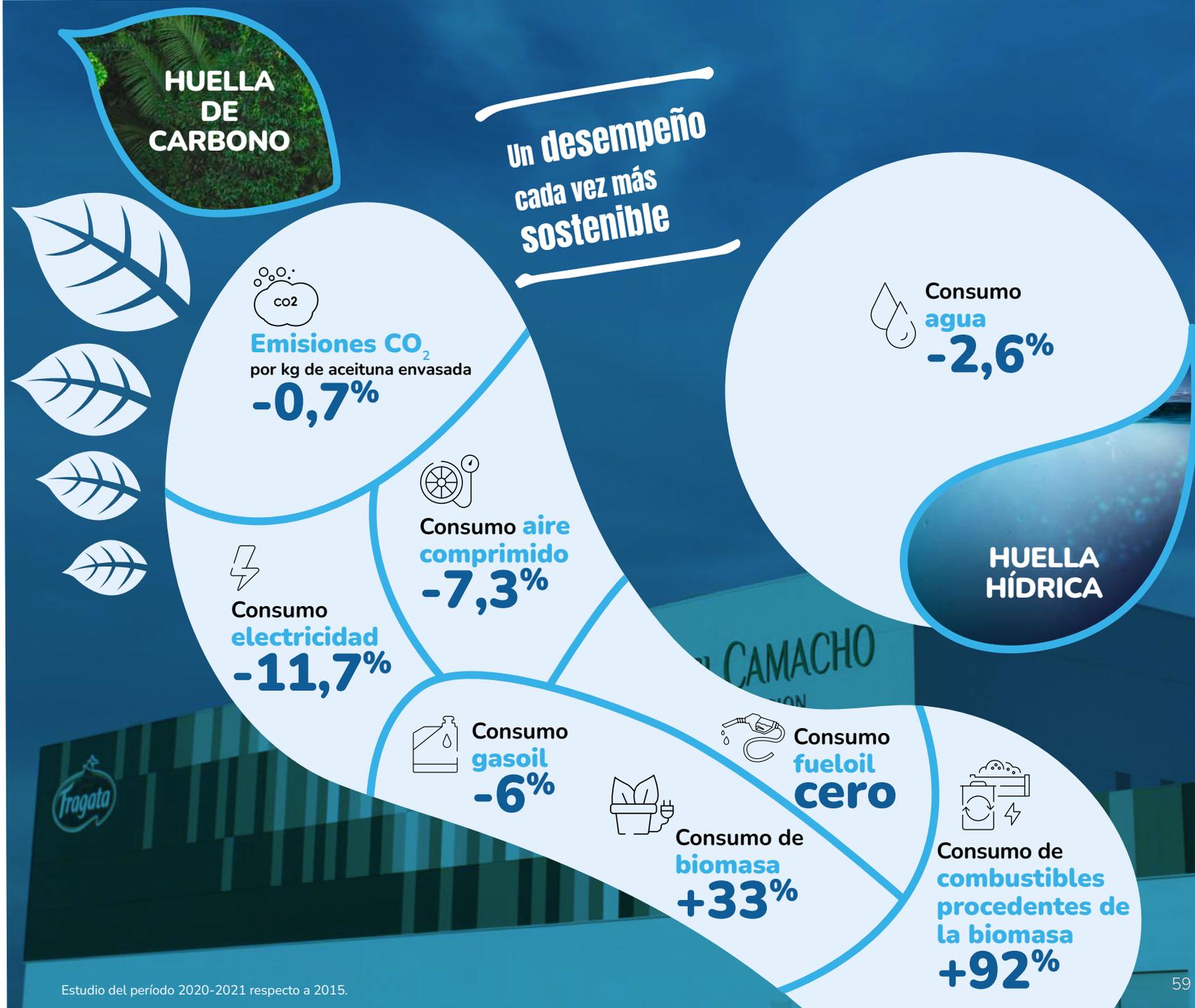
traslado en camiones de aceitunas de las instalaciones de Espartinas a la fábrica de Morón de la Frontera.

La **planta de Espartinas sigue funcionando** y mantendrá su actividad durante la recolección y todos los procesos posteriores vinculados al tratamiento de las aceitunas de campaña. El traslado finalizó a principios de 2022.



INDICADORES AMBIENTALES 2020-2021

Los principales impactos ambientales derivados de la actividad de Ángel Camacho Alimentación están relacionados con los consumos de agua y energía, consumo de materias primas y de material de envase y embalaje, con la generación de residuos y vertidos, con las emisiones de gases de efecto invernadero y con la biodiversidad de los entornos en los que opera. Por eso, centra las iniciativas medioambientales en estos aspectos, con el objetivo de reducir al máximo tanto su huella hídrica como la de carbono.



INDICADORES AMBIENTALES 2020-2021



Un **compromiso** cada vez mayor con el uso responsable de recursos

CONSUMOS MATERIAS PRIMAS Y ENVASES

Consumo **envases y embalajes**, por Tn producto envasado
-5,3%

Consumo **materias primas** por Tn producto envasado (sal, sosa, etc.)
-4,7%

RESIDUOS Y VERTIDOS

peligrosos
-7,5%

no peligrosos
-8,8%

Generación de **vertidos**
-17,4%



AGUA

REDUCCIÓN HUELLA HÍDRICA

2015-2021

-2,6%

El consumo de agua en Ángel Camacho Alimentación está destinado, en su gran mayoría, al **riego de las explotaciones agrícolas**. También los procesos productivos en las fábricas requieren consumir agua. Conscientes de que el agua es un bien escaso pero necesario, la compañía enfoca sus esfuerzos en la reducción de su consumo, aplicando **nuevas tecnologías** en los procesos productivos y promoviendo un **consumo responsable**. La instalación de grifos temporizados, los sistemas de detección de fugas o de corte, entre otras iniciativas, han dado como resultado la reducción del consumo de agua.

Además, **ACA desarrolla medidas en todos los ámbitos de la empresa** destinadas a seguir reduciendo la huella hídrica, como:

MEDIDAS

- ◆ **Campañas de información, formación y concienciación** entre los empleados destinadas al ahorro y uso eficiente del agua en el proceso de producción.
- ◆ Utilizar **métodos secos** como la vibración o aire comprimido para el deshuesado o transporte del hueso.
- ◆ Usar **agua a la presión y temperatura adecuada** en los procesos industriales y en la limpieza.
- ◆ **Reducir, recuperar y reutilizar el agua** siempre que los protocolos de higiene y seguridad alimentaria lo permitan.
- ◆ Priorizar la limpieza de las zonas asfaltadas mediante **barredoras mecánicas**.
- ◆ Instalar **dispositivos limitadores de presión** y difusores en los servicios higiénico-sanitarios
- ◆ Utilizar aparatos sanitarios con **sistemas de ahorro de agua**.
- ◆ **Mecanizar los sistemas de limpieza**, evitar el uso del agua mediante el barrido, usar sistemas de limpieza a presión y, si es posible, **recuperar el agua** mediante circuitos cerrados con depuración.

Reducir la huella hídrica es uno de los grandes objetivos de la compañía

ENERGÍA

CONSUMOS



Electricidad **-11,7%**



Gasoil **-6%**



Fueloil **cero**



Aire comprimido **-7,3%**



Consumo de biomasa **+33%**

Para el desarrollo de su actividad productiva, Ángel Camacho Alimentación utiliza la energía eléctrica para el accionamiento de los equipos y combustibles para la generación del vapor necesario en los procesos de esterilización y pasteurización de los productos.

Respecto a la energía eléctrica, el consumo eléctrico ha disminuido un 11,7%, pero teniendo en cuenta que **la producción en las instalaciones ha aumentado un 9,6%**, analizándolo en términos

relativos, significa un aumento del 9% del consumo relativo de electricidad.

En cuanto a los combustibles, la compañía emplea principalmente la biomasa en forma de orujillo o cáscaras de almendra y el gasoil. La utilización de **biomasa como combustible va en aumento** y está sustituyendo de forma progresiva a otros combustibles de origen fósil como el gasoil o el fueloil, **que ha dejado de utilizarse en la compañía**. Se trata de aprovechar un residuo como subproducto, lo que supone un importante impacto positivo en la reducción de la huella de carbono de la compañía. **En 2021 el 92% del combustible total consumido procedía de la biomasa.**

Son muchas las medidas que la compañía ha puesto en marcha para **reducir los consumos energéticos**, tanto de electricidad como de combustible:

Las energías sostenibles son cada vez más protagonistas

MEDIDAS

- ◆ Realizar **auditorías eléctricas y energéticas** de las instalaciones para optimizar el consumo.
- ◆ Instalar **elementos de paro automático** y parar los equipos y luces que estén en funcionamiento cuando no sean necesarios.
- ◆ Mejorar los sistemas de aislamiento de las instalaciones de vapor y la **eficiencia en el uso de vapor** en la producción.
- ◆ Instalar **interruptores con temporizador y sensores** de presencias en zonas de servicios, vestuarios, zonas exteriores o áreas poco transitadas.
- ◆ Realizar **campañas de información, formación y promoción** del ahorro y uso eficiente de la energía entre los empleados.
- ◆ Colocar **termostatos** en los sistemas de calefacción central para reducir el consumo.
- ◆ Utilizar equipos y combustibles de **alta eficiencia energética**.
- ◆ Realizar un buen **mantenimiento de los circuitos de refrigeración y de las cámaras** frigoríficas para evitar pérdidas de energía, procurando que cierren herméticamente y regulando su termostato interno a temperaturas adecuadas.
- ◆ Aprovechar al máximo la **iluminación natural** y sustituir los dispositivos de alumbrado incandescente por **sistemas de bajo consumo**.



**MATERIAS PRIMAS,
ENVASES Y EMBALAJES**



**CONSUMO
MATERIAS PRIMAS**



por Tn producto envasado
-4,7%



Consumo envases y embalajes,
por Tn producto envasado
-5,3%

Ángel Camacho Alimentación prioriza la compra de suministros, entre los que se encuentran las materias primas y otros como los envases y embalajes, a empresas de cercanía. Así, en 2021 **más del 70% de las compras se realizaron a proveedores del entorno**, principalmente de la zona de Andalucía y Extremadura.

El porcentaje de estas compras se distribuye en un 53% para la adquisición de materia prima y en un 25% para envases y embalajes. El resto se destina a adquirir otros productos como combustibles, materias auxiliares, etc.

Las **materias primas principales** que se adquieren son la **aceituna** para el negocio de aceituna de mesa, y la **fruta** y el **azúcar** para la producción de mermeladas.

**Las materias primas
suponen el 53%
de las compras**

En cuanto a **envases y embalajes**, los principales materiales adquiridos por la compañía son los frascos, latas y cartón, sumando el 83% de las compras en este ámbito.

Las acciones e iniciativas promovidas por la compañía para **optimizar el consumo** de materias primas y envases son, entre otras:

MEDIDAS

- ◆ Adquirir materiales, equipos, productos y suministradores con **certificación ambiental**.
- ◆ Conocer el **significado de las distintas etiquetas y certificaciones ecológicas**.
- ◆ Priorizar la **compra a proveedores locales** para evitar gastos innecesarios por desplazamiento, y elegir productos con huella de carbono e hídrica calculada y certificada y, en lo posible, materias y productos provenientes de la agricultura ecológica acreditados.
- ◆ Comprar **productos a granel** y con el menor volumen posible de envases y embalajes.
- ◆ Utilizar **envases fabricados con materiales reciclados**, biodegradables y que puedan ser restituidos.
- ◆ **Diseño eficiente** del material de envase y embalaje de los productos.
- ◆ **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**.



RESIDUOS

PRODUCCIÓN DE RESIDUOS



no peligrosos **-8,8%**



peligrosos **-7,5%**

Los residuos que genera la actividad de Ángel Camacho Alimentación se dividen en dos tipos: **residuos no peligrosos y peligrosos**. Entre los primeros se encuentran a su vez los **no reciclables**, que se entregan a gestores finales, y los **reciclables**, que se entregan a gestores para su reciclado o valorización (cartón, plástico, vidrio, hojalata, equipos eléctricos, chatarra metálica, cajas, tóner, etc.). En términos relativos estos residuos han aumentado un 12,5% por tonelada de producto envasado.

Entre los residuos considerados peligrosos se encuentran los envases contaminados, aerosoles, tinta sólida,

disolventes no halogenados, aceites usados, papel y absorbentes contaminados, filtros, restos de combustibles, etc. En este sentido, ACA produce **menos de 10 toneladas/año de residuos peligrosos**, lo que sitúa a la compañía como 'pequeño productor'. En términos relativos se ha aumentado un 15,60% la generación de residuos peligrosos por tonelada de producto envasado, como consecuencia de la **mejora en la segregación de residuos y productividad**.

Con el objetivo de reducir y **mejorar la gestión de los residuos**, la compañía pone en marcha medidas como:

El volumen de residuos peligrosos ha descendido en más del 12%

MEDIDAS

- ◆ Formar e informar al personal en los **planes para la minimización de los residuos** y la disminución del potencial contaminador de la empresa.
- ◆ Emplear **envases de un tamaño adecuado**, de materiales reciclados, biodegradables y valorizables.
- ◆ Adquirir **equipos y maquinaria que tengan menos efectos negativos para el medio** (fluidos refrigerantes no destructores de la capa de ozono, bajo consumo de energía y agua, baja emisión de ruido, etc.).
- ◆ Negociar la **devolución de las materias primas rechazadas** o caducadas al proveedor, así como los envases de productos una vez utilizados
- ◆ **Segregar correctamente los residuos** evitando las mezclas entre ellos, y almacenarlos correctamente antes de su entrega a un gestor autorizado. Segregar los residuos orgánicos para la elaboración de compost como fertilizante.
- ◆ **Minimizar el tiempo de almacenamiento** de las materias primas, gestionando los 'stocks' de manera que se evite la producción de residuos debido a la caducidad de los productos.



VERTIDOS

GENERACIÓN DE VERTIDOS

-17,4%

La correcta gestión de los residuos y la mejora de los procesos productivos ha conseguido, en términos relativos, que **solo haya aumentado un 2% la generación de vertidos por tonelada de producto envasado.**

Desde Ángel Camacho Alimentación se está trabajando para reducir aún más esta cifra, implantando medidas que consigan **mejorar la huella de la producción en su entorno:**

Se siguen dando pasos para disminuir la generación de vertidos

MEDIDAS

- ◆ Formar e informar al personal en los **planes para la reducción de vertidos** y la disminución del potencial contaminador de la empresa.
- ◆ **Segregar correctamente las aguas residuales** evitando las mezclas con agua limpia que impidan la correcta depuración.
- ◆ Realizar **análisis de riesgos** para **prevenir impactos ambientales** como incendios, vertidos incontrolados, derrames, etc.
- ◆ **Prohibición de verter a la red** de colectores públicos materias que impidan su correcto funcionamiento, ni elementos que sean inflamables, explosivos, irritantes, corrosivos o tóxicos, como son los aceites usados.





EMISIONES

**EMISIONES CO₂
POR KG DE
—ACEITUNA ENVASADA—
-0,7%**

La elaboración y distribución de los productos de Ángel Camacho Alimentación genera emisiones directas e indirectas, siendo la fuente principal de emisión directa los camiones utilizados en el transporte de mercancías, y la de emisión indirecta las derivadas del consumo eléctrico y de combustible en las instalaciones.

En 2021 las emisiones de CO₂ han ascendido a un total de 53.127 toneladas. En los últimos años se ha producido una **reducción del 2,7% de emisiones de CO₂ equivalente por kilogramo de aceituna envasada**. Una de las causas es la utilización de la biomasa como combustible para la generación de energía, lo que ha llevado a que desde 2017

el consumo de fueloil sea cero y la biomasa suponga el 93% del consumo total de combustible. Además, una **gran parte del consumo eléctrico procede de fuentes renovables**, medidas todas ellas que contribuyen a reducir las emisiones y, por tanto, la huella de carbono de la compañía.

Pero se sigue insistiendo en medidas que conlleven a **reducir el impacto medioambiental en materia de emisiones**, como:

Desde 2017, el consumo de fueloil es cero y el de biomasa supone el 92% del total de combustible

MEDIDAS

- ◆ Formar e informar al personal de la **disminución del potencial contaminador de la empresa**.
- ◆ Realizar un **correcto mantenimiento** de las calderas.
- ◆ Emplear los **equipos de extracción con filtros adecuados** y mantenerlos en condiciones óptimas de funcionamiento.
- ◆ Instalar **sistemas de extracción, tratamiento y depuración de gases**.
- ◆ Reducir las emisiones de ruido, manteniendo los **equipos en funcionamiento el tiempo estrictamente necesario** y realizando un mantenimiento adecuado.



SOCIEDAD



**APORTAMOS
VALOR A LA** **SOCIEDAD**

COMPROMISO CON EL DESARROLLO LOCAL

LA ESTRATEGIA CORPORATIVA INTEGRAR UN FIRME COMPROMISO CON EL DESARROLLO RURAL, CONVIRTIENDO LA COMPAÑÍA EN UN MOTOR ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA COMARCA.

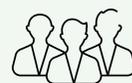
Desde su nacimiento en 1897, Ángel Camacho Alimentación, mantiene un **fuerte arraigo local** con la provincia de Sevilla y, más especialmente, con Morón de la Frontera, donde concentra buena parte de su actividad.

Este vínculo es un orgullo, pero también una responsabilidad, ya que la compañía se ha convertido en uno de los **principales motores económicos de la zona**. En su búsqueda de valor compartido, ACA impulsa el empleo local y favorece la economía de proximidad, priorizando sus compras a proveedores de los alrededores. Asimismo, este compromiso con el desarrollo se extiende también a ámbitos como la formación, el deporte o las iniciativas solidarias, colaborando con numerosas entidades y organizaciones para tratar de construir un mundo más justo y equitativo.

SOCIEDAD



UN MOTOR PARA
LA COMUNIDAD



Empleo
+ del **90%** de
la plantilla es
natural de Morón
de la Frontera



Deporte
impulso a
través de
patrocinios y
colaboraciones



Compra local
+ del **75%** de las
compras se realizan
en el ámbito local



Formación y empleo
acuerdos con
instituciones
académicas



Inversión social
toneladas de alimentos donadas
anualmente, además de colaborar con
diferentes proyectos solidarios

PROVEEDORES CON GARANTÍA

En el desarrollo de sus actividades, Ángel Camacho Alimentación trabaja para **asegurarse el suministro de las mejores materias primas** y del resto de ingredientes o componentes necesarios para la producción de los productos que comercializa, tanto en términos de calidad como de seguridad alimentaria.

Para lograrlo, mantiene **relaciones comerciales con cerca de 400 proveedores** del máximo nivel para que puedan aportar su excelencia a la compañía. Como garantía complementaria, a todos ellos, independientemente de su tamaño y condición, les exige los mismos estándares de ética, gobernanza, calidad, seguridad y compromiso con el medioambiente que define para sí misma. Además, **prioriza el componente local** a la hora de seleccionar a sus proveedores, como demuestra el hecho de que más del 75% de sus compras anuales tienen su origen en Andalucía y Extremadura.

Con esta estrategia, la compañía consigue relaciones comerciales de confianza, pero también **estables en el largo pla-**

zo, extendiéndose alguna de ellas durante más de 25 años. Ambos factores son clave en el crecimiento y desarrollo de la organización.



EL 75% DE LAS COMPRAS ANUALES DE ACA SON DE ÁMBITO LOCAL



Materias primas
53%



Envases y embalajes
25%



Materias auxiliares
22%

PROVEEDORES DE CERCANÍA CON IMPACTO POSITIVO



Refuerzo de la **confianza**



Impulso del **empleo local**



Apuesta por el **desarrollo sostenible**, protegiendo los entornos



Menos emisiones en transporte, mayor **protección del medioambiente**



Optimización del coste energético relacionado con la elaboración de productos

PROVEEDORES QUE SUMAN

Para cumplir con su compromiso de elaborar y comercializar productos excelentes, la compañía debe **vigilar y controlar todos los factores** que intervienen en el proceso, tanto internos como externos. En este sentido, asegurar la trazabilidad de toda la cadena ayuda a conocer desde el estado de las materias primas en la fase de cultivo en el campo hasta la distribución final de los productos terminados, una información vital para garantizar la calidad.

De esta forma, ACA **promueve iniciativas constantes de colaboración con los proveedores** para impulsar la mejora continua en ámbitos como la reducción

de residuos y eficiencia energética, uso de materiales respetuosos con el entorno o la promoción de la **economía circular** como vehículo para favorecer una sociedad y un futuro más sostenibles.

Uno de los muchos ejemplos en este sentido está relacionado con la **reducción de plástico en nuestros envases** de aceitunas sin salmuera, concretamente las bolsas 'doypack' 70 gramos y 'pouches' 30 y 20 gramos. Junto con el proveedor, se trabajó para reducir de 80 a 60 micras el espesor de la última capa del envase, logrando un **ahorro de plástico cercano a los 5.500 kilos al año**.



CAMACHO INTEGRA: DEL OLIVO A LA MESA



Esta iniciativa surge en 2017 con el objetivo de involucrar a los proveedores de aceituna (agricultores) en la cadena de valor de Ángel Camacho Alimentación, pudiendo así controlar técnicamente sus necesidades de compras y asesorarles para obtener una mayor eficiencia en sus fincas. De este modo, compañía y proveedores comparten visión y estrategia, reforzando además la calidad y seguridad tanto de las materias primas como de los productos finales. Para favorecer una comunicación fluida y un mayor conocimiento, la compañía edita un **boletín informativo** en el que recoge datos extraídos de 19 estaciones de control colocadas en distintas parcelas, una valiosa información que permite conocer datos sobre plagas y enfermedades que van aconteciendo a lo largo de la campaña.



Proveedores integrados

481 en 2020

334 en 2021

Cada año se exigen más especificaciones a los proveedores, trabajando solo con aquellos que cumplen con ellas



+ del **75%** de las compras de aceitunas verdes provienen de **proveedores totalmente integrados**





MECANISMOS QUE AYUDAN A CUMPLIR OBJETIVOS

Guía de Proveedores

Este documento, creado en 2015, define los requerimientos mínimos e indispensables que cualquier proveedor debe cumplir, antes de establecer alguna relación de negocios con Ángel Camacho Alimentación. Incluye desde la seguridad alimentaria que deben cumplir los proveedores, así como los mecanismos de control establecidos por ACA para garantizarlos.

Evaluación de proveedores en aspectos de RSE

ACA cuenta con las certificaciones BRC e IFS, que exigen a la compañía realizar evaluaciones de los proveedores al menos una vez al año.

Programa GSV

La compañía participa de forma voluntaria en el Programa GSV (*Global Security Verification*), una exhaustiva auditoría que analiza la cadena de suministro con el fin de certificar el cumplimiento de las medidas de

seguridad requeridas por la Oficina de Aduanas de Estados Unidos, además de otras normas internacionales en este ámbito.

Sistema de clasificación de proveedores

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

- ◆ **A:** cumplen todos los requisitos técnicos y de calidad para ser suministradores de ACA.
- ◆ **B:** 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 2021, el 95% de los proveedores contaba con la clasificación A, mientras que el 5% disponía de la B.

CON LAS COMUNIDADES

Para Ángel Camacho Alimentación, colaborar con las comunidades en las que está presente es un asunto prioritario, una palanca para el desarrollo social que refuerza su estrategia de crear **valor compartido con todos sus grupos de interés**. De este modo, son muchas las iniciativas en las que participa cada año para seguir impulsando la igualdad de oportunidades, la educación, el empleo y el deporte. Todo ello con un **marcado carácter local**.

CON LOS QUE MÁS LO NECESITAN

Donación de alimentos

Desde hace más de 25 años, Ángel Camacho Alimentación colabora con el Banco de Alimentos de Sevilla a través de la donación de productos de sus principales marcas. El objetivo es favorecer a las familias más necesitadas de la provincia de Sevilla, a las que durante 2020 y 2021 ha hecho llegar cerca de 200 toneladas de alimentos.

La compañía también trabaja estrechamente con otros bancos de alimentos y organizaciones como **Cáritas**

o, en un ámbito más local, el convento de la Hermanas de la Compañía de la Cruz, una labor que se ha visto reforzada y que ha tenido más impacto que nunca tras el comienzo de la pandemia en 2020.



Compromiso renovado con 'Andaluces compartiendo'

Ángel Camacho Alimentación ha estado unida a este proyecto, impulsado por Fundación Cajasol, la Fundación La Caixa y de Landaluz, desde su creación en 2013. Se trata de una cadena solidaria de andaluces para andaluces que une a más de 50 marcas locales solidarias y comprometidas, permitiendo la donación de alimentos para las familias más desfavorecidas de Andalucía. En 2021, 'Andaluces compartiendo' recogió 4.000 toneladas de alimentos que sirvieron para ayudar a más de 130.000 familias.



Evitar el desperdicio alimentario

Desde 2013, ACA forma parte del programa 'La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala', iniciativa de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) que trabaja para evitar el desperdicio de alimentos a través de la sensibilización de la sociedad y la colaboración de las empresas productoras para aprovechar los excedentes. Así, se contempla el modelo de fabricación por pedidos con el objetivo de optimizar los suministros.



Traspassando fronteras

La compañía colabora con la **Fundación Signos Solidarios**, que subvenciona proyectos de promoción humana en España y América Latina.



DEPORTE

Fragata, 10 años con La Vuelta

La marca se ha convertido ya en un compañero de viaje inseparable de la carrera ciclista, sin duda una de las más prestigiosas del calendario mundial. A pesar de todas las dificultades derivadas de la pandemia, Fragata siguió apostando por la prueba en 2020, mientras que en la edición de 2021 cumplió diez años de patrocinio, una relación de éxito que le ha permitido fortalecer su posicionamiento internacional.



Impulso a la 'Peñón Xtreme'

La compañía estuvo presente en la 'Peñón Xtreme', una de las pruebas que integran el circuito nacional de carreras de montaña-trail FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada). La carrera tuvo lugar en la localidad sevillana de Algámitas y estuvo organizada por el Club de Montaña Sierra Sur, con sede en Morón de la Frontera, al que ACA aportó productos de las marcas Fragata y Susarón, así como merchandising, para la 'bolsa del corredor'.



Campusur, deporte para los más pequeños

Por medio de la marca Fragata, la compañía colabora con este campus deportivo organizado por el Club Baloncesto Morón para trabajar en la educación de los más pequeños a través del deporte.



Producto Susarón en la 'Carrera de la mujer'

La marca colaboró en 2020 y 2021 con este evento nacional a través de la donación de producto para la 'mochila del corredor' que se entregó a los participantes de ambas ediciones.

EVENTOS Y VISITAS

Participación en el IX Foro de la Empresa Agroalimentaria y la Distribución

Ángel Camacho Alimentación fue una de las empresas participantes en este encuentro organizado por Landaluz (Asociación Empresarial de Alimentos de Andalucía) y CAEA (Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería). Bajo el título 'Impacto y tendencias en los lineales de las cadenas de distribución', el evento permitió analizar el complejo contexto en el que se desenvuelven los canales de gran consumo.



Visita del consejero de la Presidencia de la Junta de Andalucía

En marzo de 2021 Elías Bendodo visitó las instalaciones de la compañía en Morón de la Frontera, concretamente la fábrica de aceitunas y la Hacienda El Fontanal, donde pudo conocer de cerca los ensayos y proyectos de investigación que se están realizando en olivares de verdeo. Bendodo estuvo acompañado por el secretario general de Aseme-sa, Antonio de Mora; por el consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal; y por Ángel Camacho Perea, director general de GAC.



INSTITUCIONES ACADÉMICAS

Apuesta por la formación y el empleo

En su empeño por impulsar la formación y generar conocimiento, además de favorecer el empleo y las oportunidades profesionales, la compañía mantiene un fuerte vínculo con la **Universidad de Sevilla** y con otros **centros de formación profesional** de Grado Medio y Grado Superior, tanto de Morón de la Frontera como de otras localidades cercanas, para que sus alumnos puedan realizar sus prácticas formativas en la empresa.

Por otra parte, el director general de la compañía, Ángel Camacho Perea, es patrono de la **Fundación del Instituto Internacional San Telmo de Sevilla**, prestigiosa escuela de negocios con la que la compañía colabora en diferentes actividades, como cursos a directivos, jornadas de trabajo y formación interna anual.



RETOS DE FUTURO

LA SOSTENIBILIDAD COMO META

LA COMPAÑÍA ESTÁ CONVENCIDA DE QUE SOLO UNA ESTRATEGIA SOSTENIBLE LE PERMITIRÁ AFRONTAR CON GARANTÍAS DE ÉXITO LOS RETOS DE FUTURO QUE ESTÁN POR LLEGAR.



En su objetivo de seguir creciendo, generando valor compartido y 'poniendo sabor en la vida de los consumidores', Grupo Ángel Camacho es consciente de que la sostenibilidad debe ser el principio y el fin de todas sus actividades. Una estrategia que aplica desde hace años y que le lleva a mejorar su desempeño global con el fin de garantizar su futuro y el de las comunidades en las que opera.

COMPAÑÍA



La ética, la responsabilidad y la visión a largo plazo deben seguir siendo los pilares que sustenten la compañía, siempre poniendo el foco en el consumidor y en la generación de valor para la sociedad.

Los años 2020 y 2021 han puesto de manifiesto la agilidad de la organización para responder con rapidez y adaptarse a las circunstancias más exigentes. Su sólida cultura corporativa y, sobre todo, el compromiso de todas las personas que la integran lo hicieron posible, dos valores que seguirán siendo cruciales en el futuro para alcanzar los objetivos definidos y superar cualquier desafío que se presente.

FUTURO

NEGOCIO



Al reto de mantener viva una tradición de 125 años de historia se une el de reinventarse para ser capaz de dar respuesta a las necesidades y demandas de los consumidores. El camino de la innovación lleva a la compañía a evolucionar su catálogo de productos con referencias más sanas, saludables y variadas, con la calidad como denominador común.

Esa evolución se traslada también al ámbito comercial. Los tiempos cambian y los canales de venta también, por lo que es necesario seguir aprovechando las oportunidades que permiten mejorar la experiencia de compra a los consumidores, como el e-commerce.

La cultura corporativa y el compromiso de las personas serán claves para alcanzar los objetivos





FUTURO

PERSONAS



Las personas han convertido a Grupo Ángel Camacho en la empresa de referencia que es actualmente. Son el motor que mueve la compañía y el alma que le da vida. El compromiso con todas ellas obliga a ofrecer el mejor entorno de trabajo posible, apostando por el empleo de calidad a través de la estabilidad, la igualdad de oportunidades, el desarrollo del talento y, por encima de todo, la seguridad y protección de la salud.

Sin duda, el equipo humano es clave en el desarrollo futuro de la empresa, por lo que contar con profesionales más preparados, motivados y felices ayudará a seguir avanzando por la senda marcada.

MEDIOAMBIENTE



La compañía se esfuerza por hacer mejor mañana las cosas que hace hoy. La innovación y la mejora continua permiten reducir el impacto de las actividades, minimizando las emisiones y haciendo un uso más responsable de los recursos. El objetivo es seguir reduciendo la huella ambiental de la organización.

Para lograrlo, continuará optimizando sus procesos para favorecer la eficiencia energética, sustituyendo materiales contaminantes por otros más respetuosos con el entorno y llevando a cabo proyectos de I+D que favorezcan un desempeño más sostenible, como por ejemplo la instalación de placas fotovoltaicas en el almacén de ACA para generar buena parte de la energía consumida.

SOCIEDAD



El compromiso de Grupo Ángel Camacho con las comunidades locales ha sido, es y será una de sus principales señas de identidad. Como consecuencia de la pandemia, su contribución al desarrollo ha quedado más patente que nunca, desarrollando numerosas iniciativas en favor de los más desfavorecidos.

Esa vocación de impulsar la prosperidad de los territorios en los que está presente seguirá marcando la actividad de la compañía en el futuro. Y lo hará, como ha venido haciendo hasta ahora, a través del fomento del empleo local, del mantenimiento de relaciones estables y de confianza con proveedores locales y de la colaboración con los que más lo necesitan.



La innovación y la mejora continua deben seguir impulsando el crecimiento sostenible de la compañía





MEMORIA



ACERCA
DE ESTA

MEMORIA

ALCANCE Y COBERTURA

Fiel a su compromiso con la ética y la transparencia, Ángel Camacho Alimentación publica su Memoria de Sostenibilidad con la finalidad de compartir con todos sus **grupos de interés** (clientes, empleados, proveedores y colaboradores, sociedad y socios) los **principales hitos y resultados de su desempeño**, con especial atención a los ámbitos económico, medioambiental y social.

Esta memoria, **la quinta que publica la compañía**, abarca la actividad de ACA, la principal unidad de negocio de Grupo Ángel Camacho, durante los **años 2020 y 2021**, si bien puede incluir datos consolidados de la matriz, indicándose en los casos que correspondan. La información recogida

en este documento se presenta de tal modo que facilita la comparación con la publicada en anteriores ediciones de la memoria, pudiendo trazar de forma sencilla y coherente la **trayectoria de la compañía en los últimos años**. Asimismo, 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

Para elaborar su Memoria de Sostenibilidad, la compañía se ha basado en los resultados de su análisis de materialidad, **una herramienta esencial para la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa**, con objeto de alinear la información presentada con los **temas identificados como más relevantes por sus grupos de interés**. El análisis se ha llevado a cabo siguiendo 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"> Motivación y compromiso de los empleados Eficiencia y rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes
		MODERADA	MEDIA	ALTA

RELEVANCIA PARA EL NEGOCIO

- 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			
GRI 102: Contenidos Generales	102-1 Nombre de la organización		Ángel Camacho Alimentación, S.L.
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	5, 35-40	Cerca del consumidor desde hace 125 años, Nuestros productos
	102-3 Ubicación de la sede	6	Morón de la Frontera (Sevilla)
	102-4 Ubicación de las operaciones	6	Una compañía global
	102-5 Propiedad y forma jurídica	13	Estructura de la organización
	102-6 Mercados servidos	6	Una compañía global
	102-7 Tamaño de la organización	7-9	Principales magnitudes 2020-2021
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	42	Las personas, nuestro principal valor
	102-9 Cadena de suministro	69-71	Proveedores con garantía, Proveedores que suman
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	11, 69-71	Hitos 2020-2021, Proveedores con garantía, Proveedores que suman
	102-11 Principio o enfoque de precaución	12	Modelo de negocio
	102-12 Iniciativas externas	16-17	Grupo Ángel Camacho y los ODS
	102-13 Afiliación a asociaciones	20	Alianzas que fortalecen
ESTRATEGIA			
GRI 102: Contenidos Generales	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	Mensaje del Director General

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
ÉTICA E INTEGRIDAD			
GRI 102: Contenidos Generales	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	12, 15	Modelo de negocio, Buen gobierno
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	15, 80	Buen gobierno, Matriz de temas relevantes
GOBERNANZA			
GRI 102: Contenidos Generales	102-18 Estructura de gobernanza	13	Estructura de la organización
	102-19 Delegación de autoridad	13	Estructura de la organización
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	13	Estructura de la organización
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	13	Estructura de la organización
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	13	Estructura de la organización
	102-25 Conflictos de intereses	15	Buen gobierno
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
GRI 102: Contenidos Generales	102-40 Lista de grupos de interés	79	Alcance y cobertura
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	44	Apuesta por la igualdad y la diversidad
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	79	Análisis de materialidad
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	79	Análisis de materialidad
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	80	Matriz de temas relevantes

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	6	Una compañía global
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	79	Alcance y cobertura, Análisis de Materialidad
	102-47 Lista de temas materiales	80	Matriz de temas relevantes
	102-48 Reexpresión de la información		No hay reexpresión de la información respecto al anterior informe
	102-49 Cambios en la elaboración de informes		No hay cambios significativos respecto al anterior informe
	102-50 Periodo objeto del informe	79	Alcance y cobertura
	102-51 Fecha del último informe		La Memoria de sostenibilidad 2018-2019 se publicó en el año 2020
	102-52 Ciclo de elaboración de informes		Bienal
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		Datos de contacto en página 93
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	79	Alcance y cobertura
	102-55 Índice de contenidos GRI	81-89	Índice de contenido Estándares GRI
	102-56 Verificación externa		No se ha realizado verificación externa

TEMA MATERIAL: ÉTICA CORPORATIVA Y TRANSPARENCIA

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	15	Buen gobierno
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	15	Buen gobierno
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	15	Buen gobierno
Indicadores propios de ACA	Porcentaje de empleados formados en Código Ético	46	Formamos equipo

ANTICORRUPCIÓN

GRI 205: Anticorrupción	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	15	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, 12	Hitos 2020-2021, Modelo de negocio

CONTENIDOS ESPECÍFICOS - TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
TEMA MATERIAL: EFICIENCIA Y RENTABILIDAD			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	12, 53	Modelo de negocio, Creando valor sostenible
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	12, 53	Modelo de negocio, Creando valor sostenible
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	54, 59-66	Vigilantes en la mejora ambiental, Indicadores ambientales 2020-2021
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	7	Principales magnitudes 2020-2021
TEMA MATERIAL: SENSIBILIZACIÓN SECTORIAL SOBRE SOSTENIBILIDAD			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	53	Creando valor sostenible
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53	Creando valor sostenible
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	55-58	Sumando por el planeta
TEMA MATERIAL: RESPETO AL MEDIOAMBIENTE EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	53	Creando valor sostenible
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53	Creando valor sostenible
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	54, 59-60	Vigilantes en la mejora ambiental, Indicadores ambientales 2020-2021
Indicadores propios de ACA	Reducción de la producción de residuos peligrosos por tonelada de producto envasado de 2015 a 2019	60	Indicadores ambientales 2020-2021
	Reducción de la producción de vertidos por tonelada de producto envasado	60	Indicadores ambientales 2020-2021
	Reducción relativa del consumo de envases y embalajes	60	Indicadores ambientales 2020-2021
	Reducción de superficie de suelo ocupado		No significativa respecto al anterior informe

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
TEMA MATERIAL: GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA Y REDUCCIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA			
	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	59, 61	Indicadores ambientales 2020-2021)
AGUA			
GRI 303: Agua	303-3 Agua reciclada y reutilizada	61	Indicadores ambientales 2020-2021
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	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	59	Indicadores ambientales 2020-2021
ENERGÍA			
GRI 302: Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	62	Indicadores ambientales 2020-2021 (Energía)
	302-4 Reducción del consumo energético	62	Indicadores ambientales 2020-2021 (Energía)
EMISIONES			
GRI 305: Emisiones	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	66	Indicadores ambientales 2020-2021 (Emisiones)
TEMA MATERIAL: ECOEFICIENCIA EN ENVASES Y EMBALAJES			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	53, 54	Creando valor sostenible, Vigilantes en la mejora ambiental
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	63	Indicadores ambientales 2020-2021 (Materias primas, envases y embalajes)

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
TEMA MATERIAL: CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	69-71	Proveedores con garantía, Proveedores que suman
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	69-71	Proveedores con garantía, Proveedores que suman
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69-71	Proveedores con garantía, Proveedores que suman
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	68	Compromiso con el desarrollo local
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	69-71	Proveedores con garantía, Proveedores que suman
TEMA MATERIAL: FOMENTO DEL DESARROLLO DE PROVEEDORES Y AGRICULTORES			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	69	Proveedores con garantía
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	69	Proveedores con garantía
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	71	Proveedores que suman
Indicadores propios de ACA	Agricultores integrados por el proyecto Camacho Integra	70	Proveedores que suman
TEMA MATERIAL: INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	30, 31	Un líder de confianza, Hacia la excelencia
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	30, 31	Un líder de confianza, Hacia la excelencia
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35-40	Catálogo de productos
TEMA MATERIAL: CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	31	Hacia la excelencia
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	31	Hacia la excelencia
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	31	Hacia la excelencia

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINAS	RESPUESTA DIRECTA
TEMA MATERIAL: CONOCER Y SATISFACER LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	32, 33	Siempre al lado de los clientes, Pensando en los consumidores
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	32, 33	Siempre al lado de los clientes, Pensando en los consumidores
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	32, 33	Siempre al lado de los clientes, Pensando en los consumidores
TEMA MATERIAL: RELACIÓN DURADERA Y DE CONFIANZA CON LOS CLIENTES			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	33	Pensando en los consumidores
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33	Pensando en los consumidores
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33	Pensando en los consumidores
TEMA MATERIAL: MOTIVACIÓN Y COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	42, 43	Las personas, nuestro principal valor
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	42, 43	Las personas, nuestro principal valor
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50, 51	En la mejor compañía
EMPLEO			
GRI 401: Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	42	Las personas, nuestro principal valor
TEMA MATERIAL: CULTURA DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la salud y seguridad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la salud y seguridad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la 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	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
Indicadores propios de ACA	Principales indicadores de conciliación en 2020 y 2021	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
TEMA MATERIAL: FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	46, 47	Formamos equipo
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	46, 47	Formamos equipo
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	46, 47	Formamos equipo
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA			
GRI 404: Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	46, 47	Formamos equipo
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	46, 47	Formamos equipo
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	46, 47	Formamos equipo
TEMA MATERIAL: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	44, 45	Apuesta por la igualdad y la diversidad

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	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la salud y seguridad, Sumando por el planeta
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la salud y seguridad, Sumando por el planeta
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22-26, 48, 49	Ángel Camacho y la COVID-19, Priorizamos la salud y seguridad, Sumando por el planeta

TEMA MATERIAL: IMPULSO A LA ECONOMÍA Y AL DESARROLLO LOCAL

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	68	Compromiso con el desarrollo local
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	68	Compromiso con el desarrollo local
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	68	Compromiso con el desarrollo local

COMUNIDADES LOCALES

GRI 413: Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	27, 28, 67-74	El valor de la solidaridad, Aportamos valor a la sociedad
------------------------------	---	---------------	---

TEMA MATERIAL: CREACIÓN DE VALOR PARA LA COMUNIDAD

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	27, 28, 72-74	El valor de la solidaridad, Con las comunidades
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	27, 28, 72-74	El valor de la solidaridad, Con las comunidades
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27, 28, 72-74	El valor de la solidaridad, Con las comunidades

CORRELACIÓN DE LOS ODS CON GLOBAL REPORTING INITIATIVE Y LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

ODS	ESTÁNDAR GRI	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p>	<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
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>404-1 Media de horas de formación al año por empleado</p>	<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
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités</p> <p>102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno</p> <p>401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal</p> <p>404-1 Media de horas de formación al año por empleado</p> <p>404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional</p> <p>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p>	<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
 <p>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	<p>303-3 Agua reciclada y reutilizada</p>	<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
 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>302-1 Consumo energético dentro de la organización</p> <p>302-4 Reducción del consumo energético</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>102-41 Acuerdos de negociación colectiva</p> <p>302-1 Consumo energético dentro de la organización</p> <p>302-4 Reducción del consumo energético</p> <p>401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal</p> <p>404-1 Media de horas de formación al año por empleado</p> <p>404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición</p> <p>404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional</p> <p>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p>	<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
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>201-1 Valor económico</p>	<ul style="list-style-type: none"> 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente

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>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>302-1 Consumo energético dentro de la organización</p> <p>302-4 Reducción del consumo energético</p> <p>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p> <p>204-1 Proporción de gasto en proveedores locales</p>	<p>7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente</p> <p>8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental</p> <p>9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente</p>
 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>302-1 Consumo energético dentro de la organización</p> <p>302-4 Reducción del consumo energético</p> <p>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p>	<p>7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente</p> <p>8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental</p> <p>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</p> <p>8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental</p> <p>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</p> <p>2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos</p> <p>3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva</p> <p>4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción</p> <p>5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil</p> <p>6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación</p> <p>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
juancarlos.sanchez@acamacho.com

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



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