

Memoria Anual 2021

DE TRIPLE IMPACTO. Somos B CORP.



Empresa



Certificada





Memoria Anual

DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL. Somos B CORP.



*Ser una empresa **B CORP** avala el poder transformador de nuestra forma de trabajar, que apoyada en nuestro **PLAN DE TRIPLE IMPACTO** nos permite dar cumplimiento a nuestro **PROPÓSITO** generando un **IMPACTO POSITIVO** a través del desarrollo de nuestra actividad teniendo en cuenta en la toma de decisiones a todas las **COMUNIDADES** que forman parte de nuestra **CADENA DE VALOR**.*





NUESTRO PROPÓSITO

*DAR FUTURO al socio ganadero,
ofreciendo **productos naturales**
y **servicios que mejoren la salud**
y **la calidad de vida**
de las personas,
en un **ENTORNO SOSTENIBLE***



PLAN DE TRIPLE IMPACTO CAPSA FOOD (SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL)



ÁREA DE IMPACTO	ACCIÓN	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
GOBERNANZA	GOBIERNO BASADO EN LA ÉTICA Y EL CUMPLIMIENTO	            
COMUNIDAD	COMPROMETIDOS CON EL SECTOR PRIMARIO	
CLIENTES Y COMUNIDAD	APOSTAMOS POR LA ALIMENTACIÓN NATURAL Y LA SALUD	
MEDIOAMBIENTE	PROTEGEMOS Y CUIDAMOS DEL ENTORNO NATURAL	
TRABAJADORES	CUIDAMOS A NUESTROS EMPLEADOS	

Carta del Presidente

Bertino Velasco Torre



“En CAPSA FOOD continuaremos trabajando y poniendo en marcha acciones e iniciativas que hagan que tengamos una empresa más fuerte, más líder y por supuesto más sostenible”.

*Como cada año, volvemos a reflejar en este documento el resumen de las acciones llevadas a cabo en el ejercicio y gracias a las cuales continuamos **dando cumplimiento al propósito de nuestra compañía** con el objetivo de continuar impactando de forma positiva en las comunidades que participan en la actividad de CAPSA FOOD, **tanto en el ámbito económico, como en el social y por supuesto también en el medioambiental.***

*El año 2021 ha sido convulso como consecuencia de la inflación que desde la segunda mitad del mismo comenzó a impactar en todos los sectores de forma importante, **generando grandes tensiones que por supuesto no han sido ajenas ni a CAPSA FOOD ni a todos los que forman parte de su cadena de valor**, y entre los que estamos los ganaderos, principales accionistas y proveedores de la empresa.*

Si nos ceñimos a la actividad llevada a cabo por CAPSA FOOD a lo largo de

*2021, comprobamos que nuestra hoja de ruta sigue marcada por nuestro Plan de Sostenibilidad Integral evolucionado hacia **Plan de Triple impacto**, alineado a los estándares del movimiento B CORP del cual formamos parte desde 2020.*

*Entre las acciones más destacadas del ejercicio está el **lanzamiento al mercado de la primera botella cero emisiones netas** a través del cálculo de la huella de carbono del envase de ésta, incorporando todos los elementos: primario, secundario y terciario. Continuamos apostando por el cuidado y el respeto del medioambiente, reduciendo el impacto de nuestros envases con el compromiso de compensar las emisiones que no se hayan podido evitar. Nuestra botella, cuenta además con la **certificación de AENOR Envase CARBONO Neutro**.*

*En este mismo ámbito, también **hemos lanzado los nuevos briks con tapones elaborados con caña de azúcar con el objetivo de reducir***

nuestra huella de carbono en nuestros envases. Además, el 100% de nuestros briks están compuestos de cartón que procede de cultivos responsables y sostenibles certificados por FSC.

Nuestra firme apuesta por el cuidado del entorno natural ha hecho que este 2021 hayamos sido **galardonados por segundo año consecutivo en los Premios Europeos de la Prevención de Residuos en la categoría de Empresas**, gracias a un proyecto vinculado al desperdicio alimentario cuyo objetivo es promover nuevas formas de hacer las cosas para reducirlo considerablemente. En definitiva, continuamos trabajando de manera firme y responsable en el terreno ambiental porque tenemos el claro compromiso de alcanzar la neutralidad en carbono en el año 2035.

También **nuestros productos han obtenido importantes reconocimientos.** A finales de 2021, nuestros quesos han recibido dos oros y dos bronce en los **“World Cheese Awards”** celebrados en esta edición en la ciudad de Oviedo, teniendo además la oportunidad de presentar en ese marco incomparable un libro de recetas creadas por los 50 chefs asturianos más relevantes.

Aunque **el mejor premio, sin duda, es el reconocimiento de nuestros consumidores**, algo con lo que seguimos contando ya que este año nuestra marca **Central Lechera Asturiana se ha convertido en la tercera**

marca más elegida de España y continúa siendo la primera láctea según el estudio Brand Footprint 2021, mejorando un puesto nuestra posición con respecto al ranking 2020. También **nuestra marca LARSA se posiciona por cuarto año consecutivo como la más elegida por los gallegos.**

Pero si hablamos de hitos del año, ha habido uno muy destacable que ha sido liderado por CAPSA FOOD desde el Instituto de Nutrición Personalizada “Central Lechera Asturiana”. Se trata de **la presentación del primer y único estudio del Mapa de Microbiota Española, mapa del microbioma español en el que participaron más de 500 personas y se validaron 70 millones de datos**, algo que merece todo nuestro reconocimiento y respeto por la importancia social que tiene para el cuidado de nuestra alimentación y por supuesto, de la salud de todos, una máxima para la compañía que represento.

Continuamos siendo una de las mejores empresas para trabajar, y así está avalado por **la renovación del certificado Top Employer España**, mejorando además nuestra puntuación con respecto a la última evaluación.

En CAPSA FOOD **continuaremos trabajando y poniendo en marcha acciones e iniciativas que hagan que tengamos una empresa más fuerte, más líder y por supuesto más sostenible.**



Bertino Velasco Torre
Presidente CAPSA



ÍNDICE

Propósito y plan de triple impacto CAPSA FOOD	04	Carta del Presidente	06
---	----	----------------------	----

01 Resumen 2021	11
-----------------	----

Principales magnitudes / Cuotas de mercado / Reconocimientos / Certificaciones.

02 Área de impacto: Gobernanza	21
--------------------------------	----

Gobierno basado en la ética y el cumplimiento teniendo en cuenta a la comunidad en nuestra toma de decisiones.

03 Área de impacto: Comunidad	31
-------------------------------	----

El método único de trabajo de nuestro accionista mayoritario, nuestros ganaderos.

04 Área de impacto: Clientes y comunidad	43
--	----

Productos naturales para una sociedad consciente. Apostamos por la alimentación natural y la salud.

05 Área de impacto: Medioambiente	101
-----------------------------------	-----

Avanzando hacia la neutralidad en carbono en 2035.

06 Área de impacto: Trabajadores	127
----------------------------------	-----

Respeto y honestidad con la comunidad.

07 Resultados Financieros	149
---------------------------	-----

Balance 2021 / Magnitudes Económicas 2021 / Cuentas.





Resumen 01 2021

Principales magnitudes

Cuotas de mercado

Reconocimientos

Certificaciones

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



Principales Magnitudes 2021

19

Millones de Euros
**BENEFICIO
NETO**

889,51

Millones de Litros
**RECOGIDA
DE LECHE**

758

Millones de Euros
FACTURACIÓN

1.128

EMPLEADOS



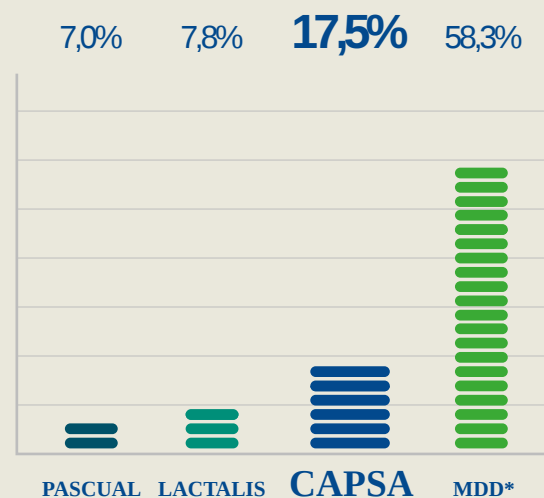
Cuotas de Mercado 2021

Cuotas de mercado cierre 2021:
leche líquida, nata, mantequilla.



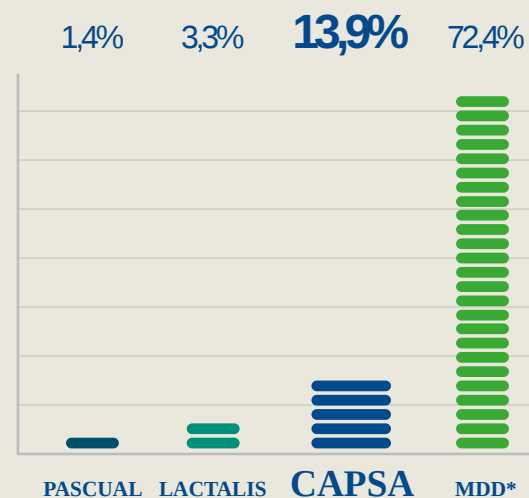
LECHE LÍQUIDA

Datos volumen a YTD s52 2021



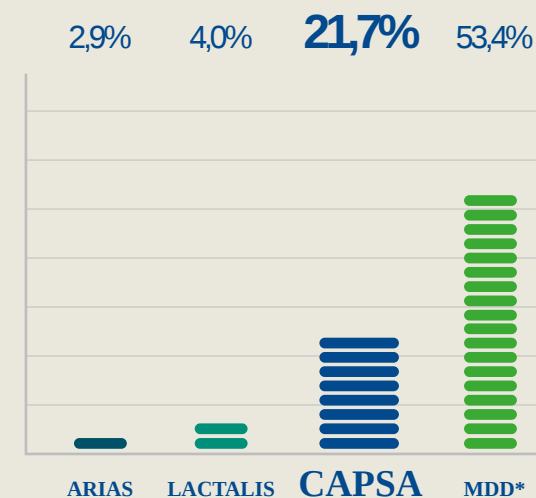
NATA

Datos volumen a YTD s52 2021



MANTEQUILLA

Datos volumen a YTD s52 2021



* Marca del Distribuidor + Marcas Baratas (Río, Cremosita, Xoia, La Campesina, La Vaquera, La Vaquita, Campobueno, Solar y Nova Azores).

Fuente: Nielsen

Reconocimientos 2021



**SABOR
DEL AÑO
2021**
Leche
Tradicional
UHT



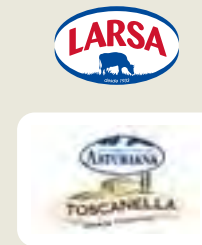
**MEDALLA
ORO
WCHA**

Queso Cabrales
Cueva del Molín
y Queso Tetilla Larsa



**PREMIO
EUROPEO DE
PREVENCIÓN
DE RESIDUOS**

Categoría
Empresas



**MEDALLA
BRONCE
WCHA**

Queso Bola Larsa
y Mascarpone
Central Lechera Asturiana
Toscanella

**COMPROMETIDOS
CON ASTURIAS**



**PREMIO A
LA INNOVACIÓN
EN EL SECTOR
ALIMENTARIO**

Categoría
Sostenibilidad



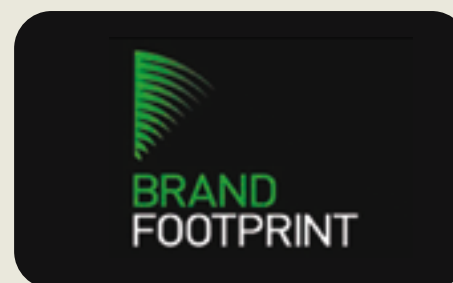
**PREMIOS
AVANZA
2021**

A la
Trayectoria



**PREMIO
CANTÁBRICO
EXCELENTE
2021**

Sostenibilidad



**BRAND
FOOTPRINT**

CENTRAL LECHERA
ASTURIANA

3ª marca más elegida de España
1ª marca láctea más elegida de España
1ª marca mas elegida en Asturias

LARSA

Marca más elegida en Galicia

Certificaciones 2021



**TOP
EMPLOYER
2021**



Esta empresa cumple con los más altos estándares de impacto social y ambiental

BCORP



**SELLO
GARANTÍA
GANADERA
CENTRAL
LECHERA
ASTURIANA**



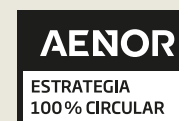
**AENOR EFR
CERTIFICADO
EN CONCILIACIÓN**

Centros de Granda (Asturias),
Lugo, Villagarcía,
Zarzalejo (Madrid) y Menorca



**AENOR
RESIDUO
CERO**

Centros de Granda (Asturias),
Lugo, Villagarcía
y Zarzalejo (Madrid)



**AENOR
ESTRATEGIA
100%
CIRCULAR**



**AENOR
NEUTRALIDAD
EN CARBONO**

Centros de Granda (Asturias),
Lugo, Villagarcía
y Zarzalejo (Madrid)



*ENVASE NEUTRO
EN CARBONO

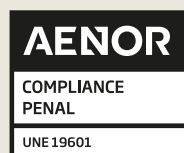
**AENOR
HUELLA DE
CARBONO
DE PRODUCTO
CALCULADA**

Envase de botella



**AENOR
SISTEMA DE
GESTIÓN DE
LA CALIDAD**

Granda (Asturias), Lugo,
Villagarcía de Arosa,
Zarzalejo (Madrid)
y Menorca



**AENOR
SISTEMA
DE GESTIÓN
COMPLIANCE PENAL**

Centro: Granda (Asturias)



**LECHE DE
PASTOREO
LARSA**



**GARANTÍA
"GALEGA 100%"
LARSA**



**GARANTÍA
GALICIA
CALIDADE
LECHE
Y YOGUR
LARSA**



**BIENESTAR
ANIMAL
WELFAIR
LECHE
ATO**



**CERTIFICACIÓN
ECOLÓGICO
ATO Y
ASANA**



**GLOBAL
STANDARD
FOR
FOOD SAFETY
BRCGS**

Centros de Lugo
y Zarzalejo (Madrid)



**GLOBAL
STANDARD
FOR
FOOD SAFETY
FSSC 22000**

Centro:
Granda (Asturias)



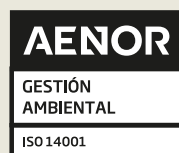
**IFS
FOOD**

Centros de Lugo,
Zarzalejo
y Cueva del Molín



ISO 45001
SISTEMA DE
GESTIÓN DE
SEGURIDAD
Y SALUD

Granda (Asturias) y Lugo



ISO 14001
SISTEMA DE
GESTIÓN AMBIENTAL

Centros de Granda (Asturias),
Lugo, Villagarcía,
y Zarzalejo (Madrid)



UNE 166002
SISTEMA DE
GESTIÓN
DE LA I+D+i

Centro:
Granda (Asturias)

sistema de
autocontrol específico
para la exportación

SISTEMA DE
AUTOCONTROL
ESPECÍFICO PARA
LA EXPORTACIÓN (SAE)

Centros de Granda (Asturias),
Lugo, Villagarcía, Zarzalejo
(Madrid) y Cueva del Molín



CERTIFICACIÓN
HALAL

Centros de Granda (Asturias),
Lugo y Villagarcía de Arosa



CERTIFICACIÓN
KOSHER

Centros de Granda (Asturias),
Lugo y Villagarcía de Arosa







Área de impacto: 02 Gobernanza

*Gobierno basado en la ética
y el cumplimiento teniendo
en cuenta a la comunidad
en nuestra toma de decisiones.*

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



Composición de Capital

Accionistas

Caja Rural
de Asturias

Liberbank

6,87%

10,90%

0,70%

Minoritarios

81,53%

Central Lechera
Asturiana SAT



Órganos de Gobierno

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Sr. D. Bertino Velasco Torre
PRESIDENTE

CONSEJEROS

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

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

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

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

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

Sr. D. Guillermo Castaño Rodríguez
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Javier Marcos Marcos
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Luis Mariano García Alonso
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Sr. D. Adolfo Luiña López
CLAS SAT (Central Lechera Asturiana)

Norteña Patrimonial, S.L. (Unicaja)
Rte. Sr. D. José Manuel Agüera Sirgo

Sierra del Acebo, S.L. (Unicaja)
Rte. Sr. D. Jesús Ruano Mochales

Sr. D. José Ramón Fernández Martínez (Caja Rural)

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Sr. D. José Armando Tellado Nogueira
DIRECTOR GENERAL

DIRECTORES

Sra. Dña. María García Fernández
Directora Comercial Gran Consumo y Exportaciones

Sra. Dña. Charo Suárez Fernández
Directora de Finanzas y Sistemas de la Información

Sr. D. Manuel Morales Zapata
Director de Servicios Jurídicos y Auditoría Interna

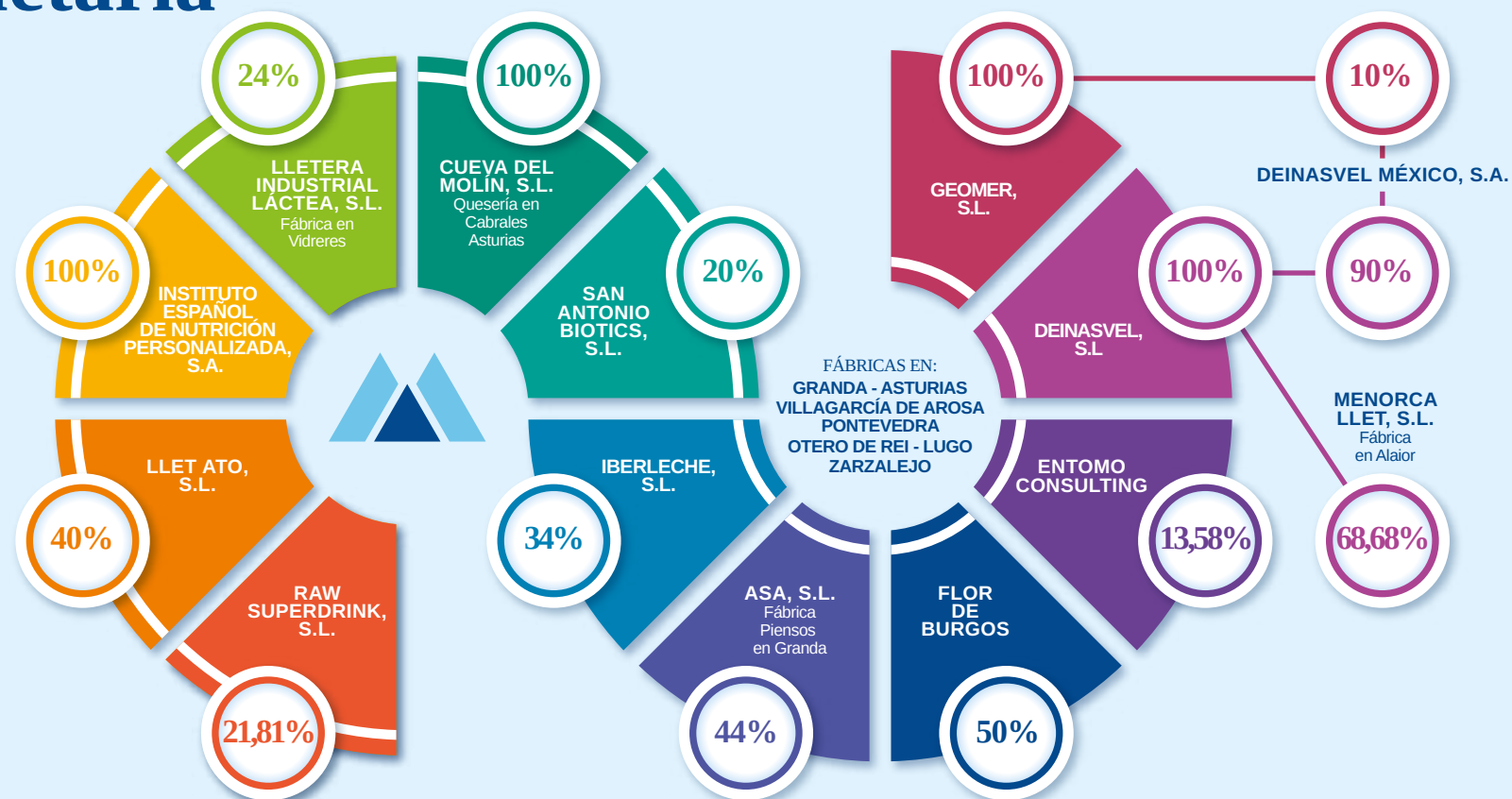
Sr. D. Juan Povedano Marcos
Director de Marketing

Sr. D. José Manuel Flórez
Director de Organización Industrial y Eficiencia

Sr. D. Andrés Vega Artime
Director de Recursos Humanos y Excelencia

Sr. D. Mariano Jiménez Braojos
Director Comercial Food Service

Estructura Societaria



NOMBRE

SAN ANTONIO BIOTICS, S.L.

LLET ATO, S.L.

CUEVA DEL MOLÍN, S.L.

ASA. SOCIEDAD ASTURIANA DE SERVICIOS AGROPECUARIOS, S.L.

GEOMER. GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN FLUJOS MERCANCÍA, S.L.

DEINASVEL, S.L.

MENORCA LLET, S.L.

DEINASVEL MÉXICO S.A. DE CV

INSTITUTO ESPAÑOL DE NUTRICIÓN PERSONALIZADA, S.L.

LLETERA INDUSTRIAL LÁCTEA, S.L.

IBERLECHE, S.L.

RAW SUPERDRINK, S.L.

ENTOMO CONSULTING

FLOR DE BURGOS



ACTIVIDAD

Investigación, desarrollo y comercialización de micro orgánicos con actividades tecnológicas y/o funcionales

Comercialización de productos lácteos marca ATO

Fabricación de queso Cabrales

Fabricación y comercialización de piensos animales

Transporte de mercancías

Desarrollo de oportunidades de negocio y comercialización de productos lácteos

Fabricación de productos lácteos

Comercialización de productos lácteos

Investigación y desarrollo, científica, médica y tecnológica

Adquisición, recogida, transformación, tratamiento, fabricación, comercialización y exportación productos lácteos

Fabricación y comercialización de productos lácteos

Bebidas deportivas, isotónicas y refrescos bio

Investigación y Desarrollo Experimental en Biotecnología

Fabricación y Comercialización Productos Lácteos

Gobierno basado en la ética y el cumplimiento teniendo en cuenta a las comunidades en la toma de decisiones

GENERANDO IMPACTO POSITIVO A TRAVÉS DE LA CULTURA DEL CUMPLIMIENTO

Como empresa B Corp, hemos cambiado nuestros estatutos comprometiéndonos a considerar el impacto de las decisiones y actuaciones tomadas respecto a las comunidades con las que están vinculadas CAPSA FOOD, velando por el cuidado y protección ambiental, además de por los intereses de la sociedad en el tiempo.

Desde la obtención de la certificación de nuestro **Sistema de Gestión de Compliance Penal** en base a la norma **UNE 19.601**, en CAPSA hemos podido comprobar cómo la forma de llevar a cabo las diferentes operaciones dentro de nuestro modelo de negocio ha ido



calando y generando un impacto positivo en los trabajadores, comunidad y clientes, máxime cuando estas operaciones están respaldadas por los requisitos de transparencia y responsabilidad legal que deben guiar cualquier sistema de gestión en materia de **Compliance**.

Es por ello que, poco a poco, hemos ido notando como todos los esfuerzos realizados para conseguir la certificación en junio de 2020 y todas las actividades que con origen en la misma se han ido llevando a cabo para su renovación en este 2021, han dado como resultado un claro fortalecimiento de **nuestro compromiso con la ética profesional y el cumplimiento** de toda la normativa de aplicación a nuestra actividad para seguir trabajando en la estructuración, estudio y gestión de todos nuestros riesgos y en el establecimiento de controles que año a año se van reforzando y renovando.

El Sistema actual se estructura en base a una **clasificación de los riesgos penales** que, una vez identificados, se evalúan en base a criterios de impacto y probabilidad para obtener los iniciales valores de riesgo inherente (bajo, moderado, alto, crítico o extremo) a los que poder aplicar los controles de los que disponemos.

En el primer año de la certificación (2020) se identificaron 184 riesgos, entre todos los procesos de la compañía, de los cuales, tras la aplicación de los controles y obtención entonces del riesgo residual, un 87% resultaron riesgos clasificados como bajos y un 13% de riesgo moderado.

Habiéndonos establecido el **objetivo de reducir a bajo todos aquellos riesgos que tuvieran una clasificación superior**, tras la aplicación de las medidas y controles necesarios durante el primer año tras la certificación, en el informe de cumplimiento del año 2021 el porcentaje de riesgos moderados se ha reducido al 11%, aumentando de esta forma al 89% los riesgos clasificados como bajos.

Manteniendo como eje de nuestro sistema el **Código Ético**, como pilar fundamental en el desarrollo del Sistema, además





de la **Política de Cumplimiento**, desde el Departamento de Formación y Comunicación Interna, y de la mano de la Coordinación del Cumplimiento se han llevado a cabo en 2021 campañas de formación y comunicación, respectivamente, con resultados muy positivos para reforzar el conocimiento y comprensión de ambos documentos, así como del propio Sistema.

En cuanto a formación, el 96% de los más de 350 empleados que tenían ese curso disponible para su realización, lo finalizaron con éxito. Además, los responsables de Procesos, al entender que su nivel de conocimiento del Sistema debía ser mayor, recibieron un curso específicamente preparado para ellos, con el cual podían conocer a fondo los riesgos de su proceso y tener así más medios para la aplicación de los controles, trasladando a su vez ese mayor conocimiento a toda la cadena de mando participante del proceso.

En una clara apuesta por dar a conocer nuestro sistema, se lanzaron dos **campañas de comunicación** en los meses de marzo y mayo con las temáticas de “¿Sabes cómo relacionarte con los Aliados según nuestro modelo de Compliance?” y “¿Tienes dudas o preguntas sobre el Modelo de Compliance? ¡Te las resolvemos!”, las cuales fueron bien acogidas por los empleados y obtuvieron gran número de visualizaciones.

En 2021, con el sistema ya implantado y tras haber conseguido la certificación, dedicamos el trabajo a seguir fortaleciendo los controles ya existentes, sin dejar de lado la identifica-

ción de riesgos, pero dado que 2020 y 2021 han sido unos años atípicos por la incidencia del Covid en todo el tejido empresarial y económico, se decidió poner el foco en la gestión del control, y siempre que hubiera cabida, en la mejora del mismo.

En dichas tareas ha tenido la responsabilidad de la gestión continua, el **Comité de Cumplimiento**, como órgano colegiado en el que intervienen las áreas jurídica, financiera y de recursos humanos de la compañía, asistidos por la función de Coordinación, cuya composición le permite tener una visión muy amplia de la operativa habitual de la empresa por ser áreas que prácticamente están presentes en alguna de las partes de todos los procesos de la compañía, contando también con la colaboración de nuestros responsables de procesos, que, como interlocutores, nos están prestando la encomiable labor de ir extendiendo cada vez más el alcance del Sistema.

No se ha dejado de lado, tras el desdoblamiento de **nuestro anterior Canal Ético** para la presentación de consultas por un lado y de denuncias por otro, la importancia que tiene la

participación dentro de este sistema de todos los empleados, directivos y administradores de la compañía, así como de otros agentes externos como pudieran ser consumidores, clientes o proveedores; razón por la cual intentamos periódicamente reforzar el conocimiento acerca de estos canales para que cualquiera de ellos esté al tanto de las posibilidades que tiene de plantear sus dudas o posibles incumplimientos, informando igualmente de todas las medidas de seguridad y confidencialidad que este Canal tiene implementadas, para dotarlo de seguridad e igualmente dar confianza y credibilidad al empleado o tercero que quisiese acceder.







Área de impacto: 03 Comunidad

*El método único de trabajo
de nuestro accionista mayoritario,
nuestros ganaderos.*

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



03



Área de impacto: Comunidad

*Comprometidos con el sector.
El método único de trabajo de nuestros ganaderos.*

Estamos comprometidos con el sector primario desde nuestros orígenes. Somos una empresa que impacta positivamente en las comunidades con las que opera y principalmente en nuestros socios ganaderos, que son propietarios de Central Lechera Asturiana SAT, principal accionista de CAPSA FOOD.

Gracias a la actividad de la compañía, Central Lechera Asturiana SAT puede cumplir su propósito de garantizar el futuro de sus socios ganaderos dándoles el apoyo necesario para que sus ganaderías sean rentables, eficientes y sostenibles, a la vez que contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental del territorio.



Recogida de Leche 2021

Miles de litros



45,87%

ASTURIAS 408.016,67

38,84%

GALICIA 345.452,78

7,34%

CATALUÑA 65.298,83

6,49%

OTROS 57.744,09

1,46%

MENORCA 13.000,00

100,00%

TOTAL 889.512,37

 **CAPSA FOOD** 



















Factorías Capsa Food

7 factorías
5 comunidades

01 Fábrica de VILLAGARCÍA DE AROSA

Os Martices, s/n
Vilagarcía de Arousa
36600 Pontevedra
Tel. 664 43 53 26
GALICIA



02 Fábrica de LUGO

Robra, Outorio de Rei
27154 Lugo
Tel. 664 43 10 34
GALICIA



03 Fábrica de GRANDA

Sierra de Granda, s/n
Granda, 33199 Siero
Tel. 985 10 11 00
ASTURIAS



04 CUEVA DEL MOLÍN

Poo de Cabrales
33555, Asturias
Tel. 672 62 87 09
ASTURIAS



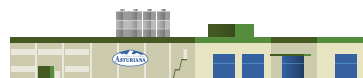
05 Fábrica de FLOR DE BURGOS

C/ Condado de Treviño, 27, 29
09001 Burgos
Tel. 947 29 89 99
CASTILLA Y LEÓN



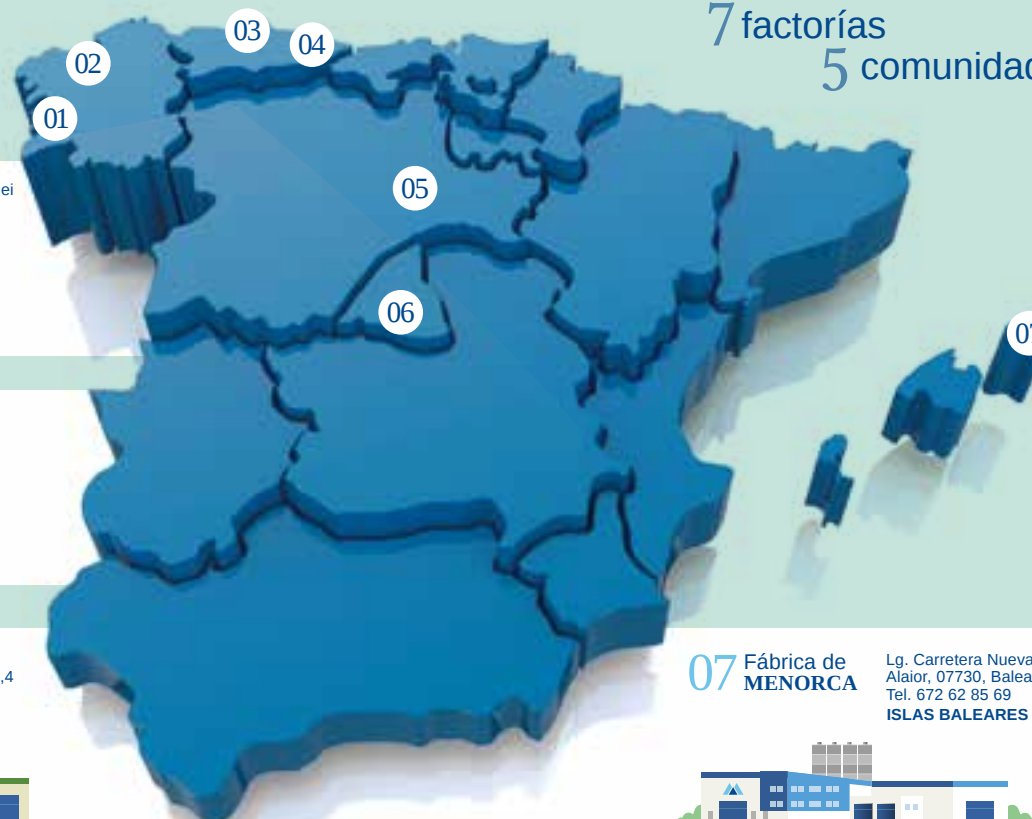
06 Fábrica de ZARZALEJO

Ctra. Zarzalejo a Fresnedilla, Km. 0,4
28293 Zarzalejo
Tel. 672 01 87 26
MADRID



07 Fábrica de MENORCA

Lg. Carretera Nueva, s/n
Alaior, 07730, Baleares
Tel. 672 62 85 69
ISLAS BALEARES



Garantía Ganadera

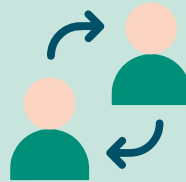
Esta certificación, obtenida en 2018, y que ha sido renovada y ampliada en 2019, 2020 y 2021, avala el método único de trabajo de los socios ganaderos de Central Lechera Asturiana SAT.

Servicios: SOSTENIBILIDAD y CALIDAD DE VIDA de nuestros ganaderos



Garantía de Compra y Precio en Origen

Mantenemos nuestro compromiso de recogida de toda la producción de leche de nuestros ganaderos socios.



Servicio de Sustituciones

Debido al trabajo diario y esfuerzo que supone la actividad de los ganaderos, Central Lechera Asturiana SAT les ofrece este servicio que les brinda la posibilidad de sustituirles y apoyarles para que puedan descansar o cubrir imprevistos con el objetivo de conciliar su actividad con su vida personal.



Servicios: SOSTENIBILIDAD y CALIDAD DE VIDA de nuestros ganaderos



Seguros Agrarios

Los ganaderos socios disponen de un seguro colectivo de accidentes gratuito.



Programa TAGEL: Tablero de la Gestión de Explotaciones Ganaderas

Apoyo al ganadero asesorándole y aconsejándole en la toma de decisiones y medidas empresariales.



Becas para sus Hijos

Todos los socios ganaderos tienen la oportunidad de obtener becas para los estudios de sus hijos, que además de ser una ayuda económica pueden aportar apoyo a la profesionalización de las explotaciones ganaderas a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos.



Distribución de Beneficios entre Socios

Central Lechera Asturiana SAT reparte los beneficios de la empresa entre los socios de forma proporcional a la participación social que ostentan, apoyándoles en la sostenibilidad de sus explotaciones.

Servicios: CUIDADO DEL GANADO y CONTROL DE CALIDAD de la leche



Programa de Nutrición

Destinado a ofrecer a los ganaderos asesoramiento personalizado en la nutrición de su ganado.



Programa de Defensa Sanitaria Ganadera

Asistencia a los ganaderos para la ejecución de un programa sanitario orientado a luchar contra las enfermedades previstas en la legislación para garantizar la salud de la cabaña.



Servicio de Podología

Está orientado a garantizar el bienestar animal. Central Lechera Asturiana SAT ofrece este servicio preventivo por el cual se realiza el cuidado de las pezuñas de las vacas, previniendo también el desarrollo de enfermedades.



Programa de Control de Calidad de la Leche

Orientado a mejorar los parámetros de calidad de la leche mediante la revisión de instalaciones y equipamientos y realización de análisis de la leche producida en las explotaciones.

Servicios: CUIDADO DEL GANADO y CONTROL DE CALIDAD de la leche



Programa de Control Reproductivo

Se basa en llevar a cabo por parte de los veterinarios un control de la reproducción y fertilidad del ganado cuando es solicitado por el socio ganadero.



Tanques de Frío

Central Lechera Asturiana adquiere estos equipos para cederlos gratuitamente a los socios ganaderos, ofreciéndoles también el servicio gratuito de mantenimiento y reparación.



Servicios: PROTECCIÓN y CUIDADO de nuestro entorno natural



Optimización y ahorro del Consumo Energético

Mediante este servicio se asesora al ganadero para conseguir una reducción del consumo eléctrico en su ganadería, con el consiguiente ahorro energético y minimización del impacto ambiental.



Optimización de Rutas de Recogida

Con la finalidad de reducir la contaminación y su impacto en el entorno, Central Lechera Asturiana trabaja para optimizar las rutas con el objeto de recoger el máximo volumen de leche invirtiendo el menor trayecto y tiempo posible.

Información más detallada de la certificación Garantía Ganadera en la Memoria Anual de Sostenibilidad 2021 de Central Lechera Asturiana SAT

Pastoreo LARSA

La esencia de la ganadería tradicional para lograr una materia prima excepcional.

LARSA es la primera marca de **Leche de Pastoreo Certificada por SGS**, una entidad líder en verificación e inspección que garantiza que nuestras vacas pacen un mínimo de horas diarias al aire libre, de acuerdo al manual de Pastoreo. **Leche Galega 100%, de vacas que pastan en libertad y disfrutan de una alimentación natural.**

Leche de Pastoreo certificada garantiza que las vacas salen a los prados para alimentarse a su ritmo. **Por eso las vacas de pastoreo Larsa viven mejor que las de una ganadería industrial.**

Nuestros ganaderos ordeñan el ganado dos veces al día y obtienen así una materia prima de altísima calidad y un sabor genuinamente tradicional del pastoreo de Galicia: La leche Larsa con la que elaboramos nuestros productos de pastoreo. En 2021 ha habido un incremento de ganaderías que se han unido al pastoreo como forma de trabajo y cuidado del ganado.



Granjas ATO Primeras certificadas en bienestar animal

ATO ha sido la primera marca láctea en obtener el Certificado de Bienestar Animal (Welfare Quality) en el año 2014, certificando sus granjas y garantizando la trazabilidad de su leche.



Los 4 pilares básicos de esta certificación son:



BONA ALIMENTACIÓ

Nuestras vacas cuentan con **nutriólogos especializados** que se encargan de velar por su alimentación, completa y equilibrada, para así garantizar la calidad de nuestra leche.



BON ALLOJAMENT



CONFORT TÉRMIC



BONA SALUT



BON DESCONS

Este certificado valora el confort durante el descanso, el confort térmico, la facilidad de movimiento y, por supuesto, la buena salud.

En ATO nos aseguramos que nuestras vacas estén cómodas. Cada una dispone de su espacio, de un sistema de climatización y de lechos especiales para favorecer su descanso.



SENSE POR

Para nuestros ganaderos, sus vacas son un miembro más de su familia. Por eso cuidan de ellas, garantizando su estado emocional positivo.





Área de impacto: 04 Clientes y comunidad

*Productos naturales
para una sociedad consciente.
Apostamos por la alimentación
natural y la salud.*

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



04



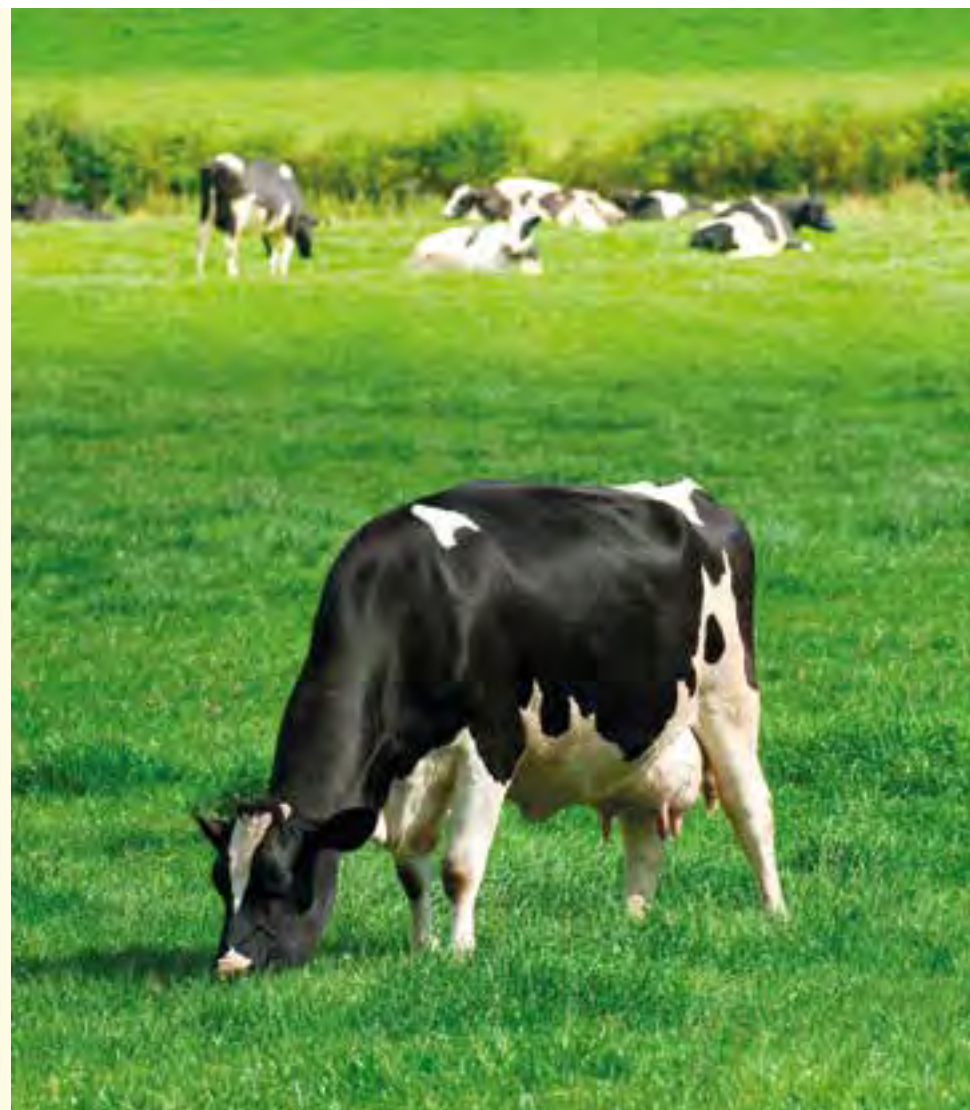
Área de impacto: Clientes y Comunidad

*Productos naturales para una sociedad consciente.
Apostamos por la alimentación natural y la salud.*

Continuamos apostando firmemente por la alimentación natural y la salud a través de los productos y servicios que ponemos a disposición de la sociedad para fomentar un estilo de vida saludable que impacte positivamente en el cuidado de la alimentación de todos.

Comunicación

Nuestra comunicación en todos los canales refleja la realidad de lo que somos, transmitiendo lo que hacemos de una manera honesta y transparente llevando a cabo un estilo de marketing ético.





Campañas CENTRAL LECHERA ASTURIANA

01 / CAMPAÑA DE MARCA *Mensaje SOSTENIBILIDAD*

Seguimos **un camino propio en la comunicación de la sostenibilidad, basados en la labor de nuestras familias ganaderas**, en su forma de producir leche respetando el entorno natural y también en su contribución al cuidado de los paisajes como “*jardineros*” de Asturias.

Implicamos también a los espectadores, lanzándoles un pequeño reto que les haga **reflexionar sobre su contribución a la sostenibilidad a través de sus decisiones de consumo**.



02 / CAMPAÑA NATA

Mensaje *SALUD y NATURALIDAD*

Utilizando la Nata de Cocina como eje conductor se comunicó el mensaje “*Sin aditivos artificiales*”, que refleja la naturalidad y salud que caracteriza a los productos de Central Lechera Asturiana, ya que están elaborados solo con ingredientes de origen natural, sin E’s artificiales.

También se destacaba en la comunicación el hecho de que **los ingredientes se muestran en el frontal de los envases** como muestra de transparencia y honestidad.





03 / CAMPAÑA PROMOCIONES

Mensaje ACCESIBILIDAD

En un contexto económico que empezaba a ser dificultoso para los hogares, la marca puso en marcha diferentes acciones de apoyo que transmitiesen un mensaje de accesibilidad a los consumidores como formatos ahorro, precios redondos, precios en promoción, etc.

Todo ello se plasmó en una campaña de comunicación que buscaba empatía con los espectadores a través de un gesto tan cotidiano como arremangarse: tú te arremangas en tu día a día y Central Lechera Asturiana se arremanga para ayudarte. Porque lo natural es ayudarnos.





04 / CAMPAÑAS DE NAVIDAD

Club de GUISANDERAS DE ASTURIAS

Central Lechera Asturiana quiso **felicitar la Navidad de una forma muy especial, a través de la colaboración con el Club de Guisanderas de Asturias.**

Así, se creó una **campaña de felicitación muy centrada en las personas que ponen todo su cariño y su esfuerzo en cocinar para los demás** en estas Fiestas.

Con el mensaje ***“Feliz Navidad a todos y especialmente a quien cocina”*** y de la mano de las Guisanderas, Central Lechera Asturiana cerró la comunicación del año 2021.





Redes Sociales

Nuestras redes sociales son **un canal clave, de hecho, en este último año hemos trabajado una comunicación muy cercana y con un mensaje alineado**, lo que nos ha convertido en la marca láctea más seguida en España.

En 2021, nuestros perfiles nos han permitido **acercar aún más a la sociedad nuestros valores a través de contenidos sobre nuevos lanzamientos y productos, pero también recetas y estilo de vida**. Con la colaboración de nuestras nutricionistas, hemos continuado **trasladando mensajes alineados a nuestro propósito** centrados en la salud a través de la alimentación saludable, resolviendo todas las dudas sobre nuestros productos, pero también de aspectos como el etiquetado o la conservación de los alimentos.

Además, en **nuestra apuesta por nuestro entorno y por Asturias**, hemos recorrido junto a nuestros seguidores la ubicación de nuestras ganaderías y puesto en marcha acciones como **#Eljardíndetodos**, en la que gracias a la participación de los usuarios compartieron con nosotros su forma de contribuir a cuidar del planeta.

Lanzamiento de productos 2021: CENTRAL LECHERA ASTURIANA

SUPREMA semidesnatada

En 2021 se amplia la gama de **Suprema** con una nueva variedad.



YOGURES DESNATADOS CON FRUTAS sin edulcorantes y sin azúcares añadidos

Se trata de los primeros yogures del mercado con estas características. La gama está compuesta por una amplia variedad de frutas: melocotón, pera, fresa y cereza; además del clásico yogur desnatado natural.



YOGUR VAQUEIRO

En este año también recuperamos la receta de nuestro clásico yogur Vaqueiro: un yogur natural y muy cremoso que nos lleva a los pastos de alta montaña.



QUESO EN LONCHAS Especial para Cachopo

En Junio 2021 se lanzó el queso en lonchas XXL, más largas y más gruesas, para cocinar un Auténtico Cachopo Asturiano junto con Ternera Asturiana I.G.P., colaborando para dar proyección local y nacional al Auténtico Cachopo Asturiano.



Central Lechera Asturiana FLOR DE BURGOS

Lanzamiento de 3 referencias en uno de los segmentos de mayor crecimiento de los quesos frescos, el FRESCO BATIDO QUARK.



Central Lechera Asturiana TOSCANELLA

Lanzamiento de 3 referencias en la gama de quesos frescos italianos.

MOZZARELLA 50% leche de vaca 50% leche de Búfala 100g

Una **receta única en el mercado**, con un sabor diferencial y una propuesta de precio atractiva.



Burratinas 200g

Central Lechera Asturiana Toscanella es **pionero en el mercado lanzando un formato diferente y diferencial**.



Medallones de Mozzarella 250g

Un nuevo formato para disfrutar de una **deliciosa mozzarella**. Más funcional, ya que viene cortada.





Productos sanos y naturales que REDUCEN EL IMPACTO AMBIENTAL

- ▷ Cambio en los envases de brik utilizando tapón de origen vegetal y se comunica a través de un flash en los envases.



- ▷ Se comienzan a utilizar pajitas de papel en los formatos de 200ml de leche y batidos.



- ▷ Los plásticos de las agrupaciones pasan a ser de 50% origen reciclado.



- ▷ Botella Cero Emisiones Netas certificada por AENOR.



*Excepto el opérculo de aluminio y asas.



- ▷ Como marca Waste Warrior del movimiento Too Good To Go contra el desperdicio alimentario, apoyamos sus campañas incorporándolas en nuestros envases de leche tradicional.



OTRAS ACCIONES destacadas en 2021

Central Lechera Asturiana en su compromiso con el sector lácteo se integra en el Asturias Paraíso Natural International Cheese Festival como socio preferente.

Durante el certamen la marca láctea tuvo una **amplia presencia en las principales actividades del Festival**: maridajes de queso con sidra, la final del Campeonato amateur del auténtico cachopo asturiano o la presentación de un libro de recetas con queso con los principales chefs de la región, fueron algunas de las acciones especiales que llevó a cabo la marca láctea. Además **varias de sus referencias han sido galardonadas en esta edición**.





En 2021 Central Lechera Asturiana y el Club de Guisanderas de Asturias firmaron un acuerdo de colaboración para defender y promover la cocina natural asturiana.

Nuestra marca lleva muchos años presente en las cocinas de las Guisanderas, por ello nos unimos de manera oficial para **desarrollar conjuntamente diversas iniciativas** con el objetivo de difundir y salvaguardar el gran legado de la cocina natural desde Asturias.

Diseños especiales en los envases de leche y nata Central Lechera Asturiana, promociones, eventos y la creación de una página web conjunta son algunos de los proyectos en marcha.

Además, las Guisanderas fueron las protagonistas del vídeo de Navidad de Central Lechera Asturiana, felicitando las fiestas a todos y, muy especialmente, a aquellos que cocinan en esas fechas tan señaladas.





LARSA. Un camino propio: el PASTOREO

Defender el patrimonio natural de nuestra tierra para poder seguir disfrutando de sus paisajes y sabores, esencia de nuestro estilo de vida.

Comunicación

Campaña: “Aquí facémolo así... e las vacas pastando”

Con una creatividad notoria y un estilo desenfadado, esta campaña transmite la esencia de Larsa a través del Pastoreo y también su forma diferente de hacer las cosas, anclándose en la autenticidad, en la tradición y en el sabor de siempre, ignorando las modas pasajeras.





Ediciones especiales de los envases: #PaisaxesdePastoreo

El Pastoreo y en concreto los paisajes que modela, han protagonizado los envases de la Leche Larsa durante el año 2021, con ediciones especiales como **#PaisaxesdePastoreo no Camiño** o **#PaisaxesdePastoreo no Nadal**, que conmemoraban el **Año Xacobeo** y la **Navidad** con los paisajes de los pastos de Galicia como testigos de ambos acontecimientos.





Lanzamientos

Yogures de flores de nuestros pastos

A través del concurso «*Impulsando Galicia*» en colaboración con la USC, lanzamos una **nueva gama de yogures de flores de nuestros pastos**; sabor Toxo y Verbena, inspirado en «*la flor de los gallegos*». El de Saúco, una de las 7 hierbas de San Juan, y el de Violeta con un aroma con personalidad y un sabor muy característico de esta flor autóctona tan típica del clima atlántico.

LARSA Máis

Larsa Máis es una leche pensada para personas a las que les gusta cuidarse sin renunciar al sabor único de los productos de Pastoreo Larsa.

Un vaso de Larsa Máis **contiene el 100% de la vitamina D, un 50% del calcio y el 25% de la proteína que necesitas cada día**, pero los incorporamos en un proceso de ultrafiltrado sin alterar su sabor ni las propiedades naturales de nuestra leche 100% gallega.



Reduciendo
el impacto ambiental
**TAPÓN DE
ORIGEN VEGETAL**



**FILM 50% RECICLADO
Y 100% RECICLABLE**





Reducción de plástico
en un 9% el último año
y un 23% desde 2014.



Resultados LARSA año 2021 mercado Galicia:

- ▷ *Marca de fabricante líder segmento Leche Brik.*
- ▷ *Marca de fabricante líder segmentos Yogur Natural, Sabores, Desnatados y Frutas.*
- ▷ *Marca de fabricante líder en Queso Barra y Lonchas.*

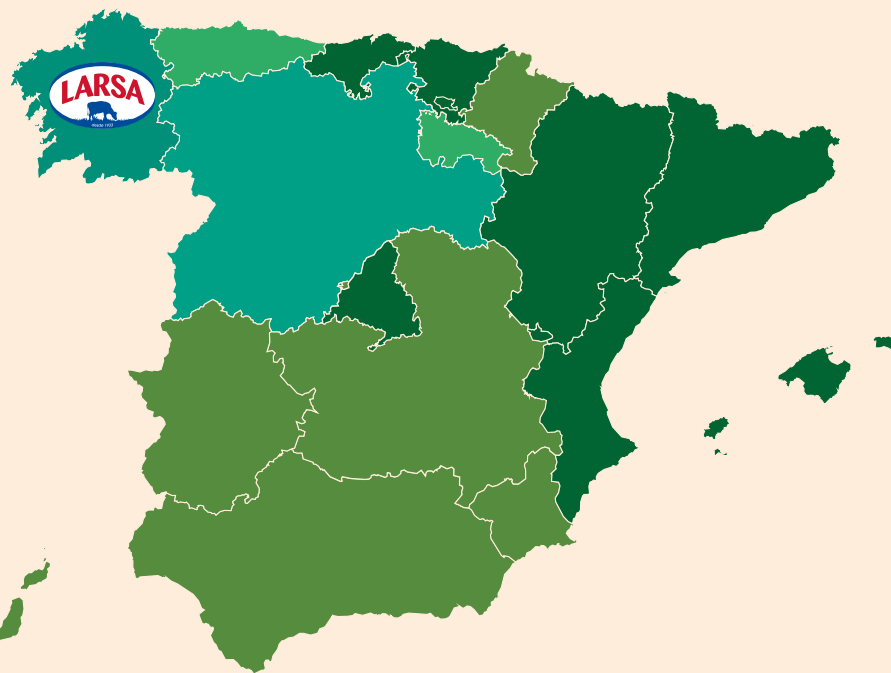
Fuente: Nielsen, 2021 CCAA Galicia



Marca más elegida de Galicia por cuarto año consecutivo. Única marca regional que posee una primera posición

Marca #1 2021

●		Nº 1 en 7 CCAA
●		Nº 1 en 6 CCAA
●		Nº 1 en 2 CCAA
●		Nº 1 en 1 CCAA
●		Nº 1 en 1 CCAA



Marcas regionales en el Top 10 CCAA

	# 1 en Galicia
	# 2 en Cataluña
	# 4 en País Vasco # 6 en Navarra
	# 5 en Andalucía
	# 6 en Aragón
	# 7 en Andalucía
	# 8 en Galicia
	# 10 en Cataluña

Fuente: "Brand Footprint 2021" Kantar

ATO

Comunicación

En 2021 ATO centra su comunicación en la gama de leche ECOLÓGICA 100% catalana procedente de su granja Mas La Coromina. La gama de leche ecológica ATO es diferencial ya que es la única leche ecológica 100% catalana del mercado.



Envases que reducen el impacto ambiental

Botellas ATO
Emisiones ZERO



Film de Botella ATO
y de brik es 50% reciclado
y 100% reciclable



Brik 200ml leche
nueva pajita de papel
(sustituyendo a la de plástico)



LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS FOODSERVICE

En 2021 se lanzan al mercado 21 nuevas referencias con las que da el salto a la categoría de Queso Fresco y Variedades Italianas, ampliando además la gama actual de loncheados, rallados y crema de queso.

Este lanzamiento se acompaña también con **nuevas referencias de Yogur y Leche fermentada** en gran formato: Griego, Natural 2% MG, sabor fresa y sabor melocotón.



Reduciendo el impacto ambiental



*Excepto el opérculo de aluminio y asas.



Reforzando el vínculo con nuestros clientes. Renovación de acuerdos

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

IBEROSTAR ★
HOTELS & RESORTS

SANTAGLORIA®
Coffee & Bakery

Barceló
HOTELS & RESORTS

quirónsalud

PALLADIUM
HOTEL GROUP

FIESTA
HOTELS & RESORTS

serunion

mediterránea
de catering

A Y R E
H O T E L S

aramark

PARADORES
Hoteles & Restaurantes 1928

**Only
YOU**
HOTELS

BEER & FOOD

Airfoods

EXPORTACIÓN

Según los datos obtenidos del Informe de comercio exterior del sector lácteo - año 2021 (Informe Sice-lact dic 2021) y considerando la venta desde España a países extracomunitarios en los mercados de leche líquida y nata envasadas en pequeño formato, CAPSA FOOD, a cierre de 2021, exporta el 16 % de la leche de vaca en pequeños envases y el 16 % de la nata en pequeños envases fuera de la UE.

Dato Exportaciones desde España en Volumen **2021**

	PESO CAPSA (EC) 2021
LECHE DE VACA EN PEQUEÑOS ENVASES	16,0%
NATA EN PEQUEÑOS ENVASES	16,0%



EXPORTACIÓN Gran Consumo

OBJETIVOS 2021

CONSOLIDAR EL CRECIMIENTO

BUSCAR NUEVAS OPORTUNIDADES
CON RENTABILIDAD

RESULTADOS 2021

NUEVOS CLIENTES	37
NÚMERO TOTAL CLIENTES	75

NUEVOS MERCADOS	10
TOTAL MERCADOS	33
NUEVOS PRODUCTOS	25

VENTAS POR ÁREAS



Vega de Oro

LAGISA

MIBE

Cántaro



LATINOAMÉRICA Y CARIBE

Vol. 21%
Valor 19%

ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

Vol. 34%
Valor 16%

EUROPA

Vol. 3%
Valor 7%

ASIA

Vol. 41%
Valor 57%

EXPORTACIÓN Gran Consumo NUESTROS PRODUCTOS POR EL MUNDO







INNOVA FOOD INGREDIENTS **Productos Industriales y de Base Láctea**

En lo que se refiere al negocio de ingredientes industriales, Innova Food Ingredients continúa desarrollando su actividad industrial suministrando sus productos en todo el mercado nacional, europeo e internacional con especial enfoque en Asia y Latam.



innova
FOOD INGREDIENTS

INDUSTRIAL E INGREDIENTES CAPSA FOOD

Oferta de un amplio rango de ingredientes de base láctea para la industria alimentaria, empleados como bienes intermedios en la elaboración de otros alimentos:

- > Leche en Polvo 1% y 26%
- > Leche en Polvo sin Lactosa
- > Leche en Polvo entera con alto contenido MG Libre
- > Leches en Polvo Instantáneas
- > Leches y Sueros reengrasados con MGV y MGB
- > Lactorremplazantes para helados, yogures bebidas y postres
- > Sueros desmineralizados
- > Yogur en Polvo
- > Natas y Mantequillas
- > Otros productos a medida



FORMATOS

CISTERNAS / BIG BAG
SACOS DE 25 KG.
BOLSAS DE 1 KG.
BOLSAS DE 825 GRS,
450 GRS y 60 GRS.

Presencia en
mercados internacionales
22,5% DEL VOLUMEN
DE VENTAS



CAPSA VIDA (Vehículo de inversión para el desarrollo de la alimentación)

CAPSA VIDA ha cerrado diferentes acuerdos y colaboraciones a lo largo de 2021 y también ha desarrollado proyectos con clientes y proveedores con el objetivo de poner a disposición de CAPSA las últimas innovaciones para que pueda aplicarlas a lo largo de su cadena de valor con el objetivo de hacerla más sostenible en todos los ámbitos.



Acciones 2021

Scouting de más de 200 proyectos

De innovación, de impacto a lo largo de la cadena de valor alimentaria **actuando sobre los principales retos de la sociedad: sostenibilidad ambiental, envejecimiento saludable y prosperidad del medio rural.**

Union al proyecto de NUCAPS NANOTECHNOLOGY

Continuando con la generación de alianzas con empresas innovadoras para acceder y ayudar a mejorar mercados, en este caso el de los **ingredientes saludables e ingredientes constituidos por microorganismos vivos (probióticos)**. Con esta operación, la compañía continúa la consolidación de su presencia en nuevos mercados.



BOLSA SOCIAL

A través de esta alianza se analizan propuestas de valor e impacto. También se llevó a cabo el lanzamiento de una **convocatoria de Alimentación de Impacto a través de la inversión y del acompañamiento estratégico** con el objetivo de impulsar empresas pioneras e innovadoras del sector alimentario para maximizar su impacto.



KM ZERO

Es una alianza para el **desarrollo de un programa de mentoring, innovación e inversión corporativa** con el objetivo de apoyar y formar a emprendedores, así como buscar sinergias entre los participantes.



NACIÓN EMPRENDEDORA

Se trata de otra alianza para el **impulso de la transformación digital, transición ecológica y la cohesión social y territorial a través de la innovación, el emprendimiento y el impulso del talento a largo plazo.**



LEYTON

Consultoría especializada en I+D+i que da soporte a **CAPSA VIDA**.



INNVIERTE (CDTI)

CAPSA VIDA (Vehículo de Inversión para el Desarrollo de la Alimentación), como vehículo de inversión de CAPSA FOOD, ha sido **homologada dentro del programa INNVIERTE de CDTI**. En pleno proceso de recuperación de la pandemia generada por la covid-19, CAPSA VIDA refuerza su apuesta por el emprendimiento de impacto en el objetivo por promover la actividad del medio rural, que fije talento, desarrollando proyectos que supongan un avance en la lucha contra el cambio climático y una mejor salud y condiciones de vida para todas las personas.



Acciones/campañas de marketing ecológico y social llevadas a cabo durante 2021

PROYECTOS PILOTOS

DELECTATECH

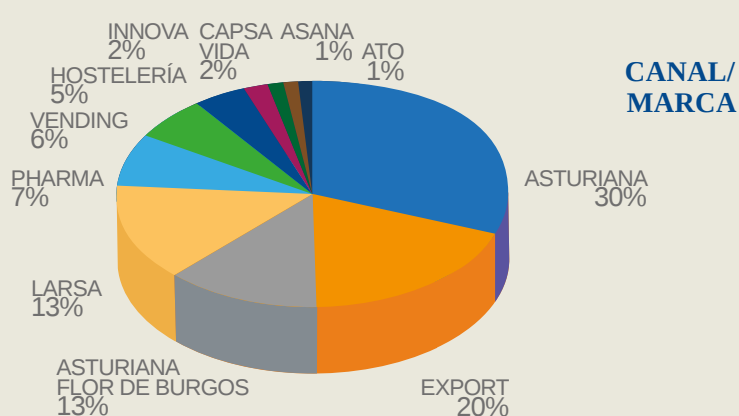
Es una plataforma de Big Data para Foodservice.



INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO 2021

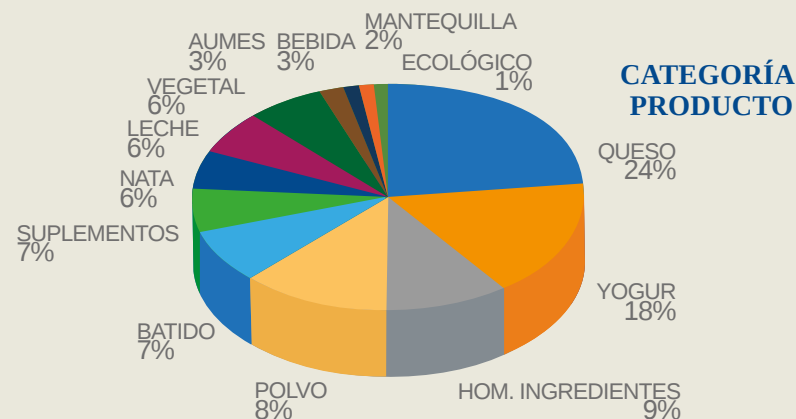
PROYECTOS DE DESARROLLO DE PRODUCTO

A lo largo del año 2021 se trabajó en el desarrollo de 109 productos con el objetivo de cubrir aquellas oportunidades de negocio detectadas y así poder incorporar al mercado productos naturales y sanos para la sociedad española.



El canal retail, con las primeras marcas de CAPSA sigue acumulando la mayor parte de los desarrollos, con casi un **60% de los proyectos** del año.

Fruto de estos desarrollos son los **lanzamientos que las marcas de la compañía** y que reflejamos en las distintas áreas de esta memoria. Por supuesto, habrá otros productos que previsiblemente verán la luz a lo largo del año 2022.



Destacan los nuevos desarrollos de **queso (24%)** y de **yogur (18%)**, fundamentalmente proyectos para la marca Asturiana-Flor de Burgos.

DELIKIA

Tras el acuerdo de **colaboración con DELIKIA** (primer operador de vending a nivel nacional con capital 100% español), se inician las actividades para **impulsar la innovación y el desarrollo de nuevos productos lácteos en el sector del vending**.

Entre los productos desarrollados por CAPSA FOOD durante este año, está la **leche semidesnatada para máquinas de vending**, en bolsa de medio kilo. Primeros en conseguir el auténtico SABOR de leche en las máquinas VENDING, rompiendo con el tradicional concepto del “*café de máquina*”.



PHARMA

Tercer lanzamiento de esta gama NMCLA, **NMCLA HIGH PRO**, una dieta líquida hiperproteica e hipercalórica, especialmente diseñada para pacientes con necesidades nutricionales especiales, que requieren una ingesta concentrada de nutrientes y energía en una sola toma.

Con 16g de proteína, incorpora además Omega 3, triglicéridos de cadena media (MCT's), arginina, 13 vitaminas y 13 minerales.



La familia de complementos alimenticios **39ytú** crece con el lanzamiento de **MultiPro**, una combinación de 4 probióticos, que aporta 15.000 millones de bifidobacterias y lactobacilos por cápsula, destinado a mejorar el equilibrio de la microbiota intestinal.



PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Dentro de la estrategia del plan de Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación (PCTI) 2018-2022 del Gobierno de Asturias, a través del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA), se desarrollan los siguientes proyectos de I+D.

PROHELP: Investigación en nuevas cepas probióticas frente a infecciones del aparato digestivo y su evaluación clínica en pacientes con terapias farmacológicas recurrentes.

CAPSA investiga sobre nuevos probióticos para mejorar la eficacia del tratamiento en las infecciones por *Helicobacter pylori*, causante de la mayoría de las úlceras de estómago, y principal factor de riesgo para la aparición de cáncer gástrico.

Se han evaluado distintas cepas probióticas y seleccionado el mejor candidato, optimizando su producción a escala piloto. En colaboración con la Universidad Católica de Murcia (UCAM) y el Servicio Digestivo del Hospital Santa Lucía (Cartagena), se valorará la eficacia del probiótico para mejorar la evolución y alargar los tiempos de reaparición de síntomas de úlcera de pacientes tratados con terapia combinada de antibióticos y omeprazol.



METASENIOR: Estudio metagenómico de la población senior en Asturias, para la identificación de especies bacterianas de la microbiota intestinal asociadas a un envejecimiento saludable.

PROLONG: Selección y caracterización de nuevas cepas probióticas productoras de metabolitos asociados a longevidad y su aplicación en el desarrollo de alimentos funcionales para una población senior activa y saludable.





PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Incorporación de dos técnicos de I+D.

Mediante las “Ayudas a empresas para la incorporación de personal para el desarrollo de actividades de I+D+i en el marco del **programa Jovellanos**”, dentro del plan **Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación (PCTI) 2018-2022 del Gobierno de Asturias**.



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS

FICYT
FUNDACIÓN PARA EL FOMENTO EN ASTURIAS
DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADA
Y LA TECNOLOGÍA

PCTI
ASTURIAS
Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de Asturias

AREA DE NUTRICIÓN Y SALUD

Lejos de mejorar, el año 2021 no ha sido un año fácil. Ha estado marcado por la pandemia de la Covid y por la vacunación masiva que ha permitido salvar miles de vidas. Todo ello, ha provocado, no solo consecuencias en la salud física de las personas, sino que ha tenido otras importantes también en los ámbitos social y económico, tanto a nivel mundial como local. España ha sufrido cuatro olas de contagios de coronavirus y finalizó el año con la esperanza de que después de la variante Ómicron, menos letal que las anteriores, pueda estar llegando el final de la pandemia.

Nuestra actividad como **Área de Nutrición** se ha visto una vez más mermada en muchos aspectos. Pero, aún así, **hemos conseguido adaptarnos**, a la transformación digital tan necesaria para el desarrollo de nuestra actividad. Por otro lado, hemos retomado, discretamente, algunas de las actividades presenciales.

Pusimos todo nuestro empeño en la **labor de ayuda para el cuidado de la salud de la comunidad** a través de las distintas actividades.

Nutrición & Salud

A) Sociedad:

Una de las actividades desarrolladas encaminadas al **fomento de hábitos saludables**, fue la **“Campaña Actívate”** en colaboración con la **concejalía de Deportes del Ayuntamiento de Oviedo**. El objetivo fue concienciar a la población sobre la importancia de desarrollar un estilo de vida saludable, a través de la práctica deportiva y de una alimentación sana. El programa se presentó en un acto coincidiendo con el *Día Mundial de la Actividad Física*, en el que intervinieron: la concejala de Deportes, Concepción Méndez, acompañada por Laura Sánchez, dietista nutricionista de CAPSA; María Miranda, técnico de nutrición y calidad de CAPSA, José Ramón Villa, coordinador municipal de Deportes y Pedro Vega, gerente del campo de golf municipal de Las Caldas.

Esta campaña incluyó **charlas sobre nutrición de diferentes temáticas** de interés distribuidas en dos bloques:

Abril (formación on-line): se celebró a través del canal de Facebook Deportes Oviedo que cuenta con más de **4.000 seguidores**. Los destinatarios fueron los usuarios de las actividades físico-deportivas que se organizan desde la concejalía de Deportes, que oscilan entre los 30 a 70 años. Mayo (formación presencial): este mes las charlas fueron dirigidas a los representantes de los Clubes Deportivos. Tuvieron lugar en la sala de Prensa del Palacio de los Deportes. **Asistieron personas de más de 30 clubes diferentes consiguiendo trasladar el mensaje de la necesidad de adoptar unos hábitos saludables a un número de deportistas muy superior a 10.000** (de entre los 6 a los 18 años), además de a los cuerpos técnicos de cada uno de los clubes. A todos ellos se les entregó material didáctico elaborado por el departamento.

Mayo (formación presencial): este mes las charlas fueron dirigidas a los **representantes de los Clubes Deportivos**. Tuvieron lugar todos los miércoles del mes en la sala de Prensa del Palacio de los

Deportes. Asistieron personas de más de **30 clubes diferentes** consiguiendo trasladar el mensaje de la necesidad de adoptar unos hábitos saludables a un número de deportistas muy superior a 10.000 (de entre los **6 a los 18 años**), además de a los cuerpos técnicos de cada uno de los clubes. A todos ellos se les entregó material didáctico elaborado por el departamento.



Colaboramos con la **Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética (FES-NAD)** en la celebración del **Día Nacional de la Nutrición**. Esta edición se realizó bajo el lema: *“Dieta Mediterránea en tiempos de pandemia”*, con el objetivo de promover una alimentación y un estilo de vida saludable en unos momentos más necesarios que nunca.



B) Entorno científico:

Apoyamos la **labor de investigación nutricional y divulgación** de la evidencia científica con el patrocinio del **“Premio Internacional Hipócrates sobre Nutrición Humana”**, del Instituto Central Lechera Asturiana de Nutrición Personalizada. El premio se otorgó al trabajo titulado: *“Efecto diferencial de la dieta de tipo occidental y mediterránea sobre la microbiota intestinal: Estudio metagenómico y metabolómico”* representado en primera persona por Fernando Azpiroz Vidaur, perteneciente a la Unidad de Investigación del Aparato Digestivo del Hospital Universitario Vall d'Hebron y al Centro de Investigación Biomédica en Red de Enfermedades Hepáticas y Digestivas (Ciberehd).



En noviembre de 2021, se publicó en la **revista Nature** (Latorre-Pérez A, Hernández M, Iglesias JR, Morán J, Pascual J, Porcar M, et al. *The Spanish gut microbiome reveals links between microorganisms and Mediterranean diet. Sci Rep. 2021; 11:21602*) el primer y único estudio del **Mapa del Microbioma del Español sano**. El estudio, realizado por el **Instituto Central Lechera Asturiana de Nutrición Personalizada** en colaboración con la **Cátedra Central Lechera Asturiana de la Universidad Complutense de Madrid**, proporciona información muy relevante. Sus resultados, suponen un gran paso en el conocimiento del papel de la microbiota de cada individuo. Sin duda se trata de un Proyecto pionero que abrirá nuevas líneas en el desarrollo de la Medicina y de la Nutrición de precisión, que nos permitirá individualizar las actuaciones médicas y nutricionales para cada una cada uno de nosotros.

C) Profesional sanitario:

Hemos podido retomar las **visitas médicas realizadas a Profesionales de la Salud**. Debido a la complicada situación en el ámbito de la sanidad primaria, ha sido un logro poder realizar esta actividad. Todas se realizaron con grupos reducidos cumpliendo estrictamente con las medidas de

seguridad establecidas. La campaña se desarrolló en la segunda mitad del año y con ella se reforzó el valor de la leche como alimento fundamental en todas las etapas de la vida. Además, como novedad y, sólo en las provincias de Asturias y Madrid, hemos aumentado los recursos para potenciar el **proyecto de 39ytú**. **Nuestro objetivo** fue dar a conocer al colectivo de Atención Primaria el **Instituto Central Lechera Asturiana para la Nutrición Personalizada** y la gama de **Soluciones Bioactivas**: PROFIBRA, GASTRICPRO, COLESPRO, PROINTESTINO, PROINMUNO y GLUCOPRO así como su impacto sobre la salud de la microbiota. Finalmente, hemos logrado visitar **9.260 profesionales de la salud en 23 provincias españolas**. La **satisfacción de los profesionales visitados con relación a la atención prestada y la exposición del contenido expuesto** se midió a través de una encuesta, y el resultado promedio fue de **9,13 y 9,13** respectivamente.

Realizamos un total de **22 formaciones técnicas en el ámbito médico-farmacéutico** sobre el papel de la microbiota en la salud y las bondades de la gama de **Soluciones activas de la marca 39ytú** apoyadas por la evidencia científica de los ingredientes que conforman los 6 productos.

Recuperamos la asistencia a los **congresos**, participando en un total de ocho a nivel nacional y autonómico.

- ▷ *Reunión Anual Cardiología Clínica de la SEC. Octubre 2021, Granada.*
- ▷ *43º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN). Octubre 2021, Zaragoza.*
- ▷ *X Congreso de salud y medicina de la mujer (SAMEN) 2021. Octubre, Madrid.*
- ▷ *XXIII Congreso SEMERGEN Comunidad Valenciana. Noviembre 2021, Valencia.*
- ▷ *X Jornada de la Sociedad de Enfermería Familiar y Comunitaria de Asturias (SEAPA). Noviembre 2021, Avilés.*
- ▷ *8º Congreso Andaluz de Medicina Familiar y Comunitaria SAMFyC. Noviembre 2021, Sevilla.*
- ▷ *9º Congreso Autonómico de SEMERGEN Aragón. Noviembre 2021, Aragón.*
- ▷ *V Jornadas de Residentes y Médicos de Familia SEMERGEN. Noviembre 2021, Vitoria.*



El más importante el **43º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)**, celebrado en Zaragoza con más de 3.000 asistentes. La Cátedra Extraordinaria Universidad Complutense de Madrid-Central Lechera Asturiana en Investigación y Formación en Nutrición y Educación para la Salud junto con el Instituto Central Lechera Asturiana de Nutrición Personalizada estuvo presente con la mesa redonda: *“Microbioma Español: desvelando sus relaciones con la dieta y la salud en la población española”*. Como ponentes participaron: el Dr. Luis Collado, director del Departamento de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y director de la Cátedra UCM/CLAS de Formación e Investigación en Nutrición y Educación para la Salud, la Dra. Marta Hernández, directora de Calidad y Nutrición de Central Lechera Asturiana y el Dr. Adriel Latorre Pérez, director Departamento Genómica Darwin Bioprospecting Excellence.



D) Entorno laboral:

Celebramos el **día Nacional de la Nutrición** con nuestros empleados. El lema en esta campaña fue la dieta mediterránea. Se elaboró un dossier y se puso a disposición de todos los empleados en el portal, para que todos conocieran las particularidades de esta dieta. Para ello, elaboramos un dossier puesto a disposición de los empleados en el portal para que todas las personas conocieran un poco más sobre las particularidades de esta dieta. A su vez, animamos a todos a participar en el reto del **“Rosco de la Nutrición”**, un sencillo y divertido juego para poner en práctica los conocimientos adquiridos.

**Programa CUIDA TU SALUD
APRENDIENDO A ALIMENTARTE**

Formato digital 100%



Siguiendo con las actividades a nivel interno, y a pesar de las dificultades provocadas por la pandemia y que han impactado en la presencia de personal de oficina en las fábricas, conseguimos desarrollar como novedad el **“Programa de Nutrición para empleados y familiares- versión on- line”**. Esto supuso un reto a nivel organizativo en muchos aspectos, pero a su vez, presentó ciertas ventajas:

- ▷ *Permitió llegar a todos los empleados: todas las plantas de la compañía y a toda la red comercial.*
- ▷ *Contacto más directo con nutricionista (entorno de mayor confianza).*
- ▷ *Coaching nutricional vía Whatsapp o Teams.*
- ▷ *Flexibilidad de horarios, ahorro de tiempo.*
- ▷ *Crear comunidad entre los empleados con propuesta de actividades conjuntas para estar más en contacto con el resto de los compañeros.*



Todas las actividades **se desarrollaron a través de las plataformas digitales (Whatsapp o Teams)** y tuvo una duración de dos meses y medio. Constó de las siguientes partes:

- ▷ ***Seguimiento nutricional personalizado:** con periodicidad quincenal, en función del objetivo.*
- ▷ ***Show-cooking (1,15 h):** cada participante pudo ejecutarlo “in situ” (desde sus casas), o en diferido ya que se realizó la grabación del evento y fue compartido posteriormente. El reto para este año fue realizar un batchcooking sencillo y conseguir reducir desperdicios de alimentos.*
- ▷ ***Actividad física:** se realizaron clases on -line en directo, 1h/semana. Además, quedaron grabadas para que cada persona pudiera escoger en qué momento realizarlas.*

Un total de **97 personas** se registraron en las distintas actividades comentadas anteriormente. En concreto, en la parte de **seguimiento nutricional se contó con 86 personas** y más del 70% lograron su objetivo de **reconducir hábitos saludables**.

E) Consumidores:

Seguimos centrando gran parte de nuestro esfuerzo en el desarrollo digital, y en concreto, en el desarrollo de la **nueva web de Nutrición** de la que estrenamos **nueva imagen en febrero de 2021**. Nuestro objetivo era aumentar las visitas al site y lo conseguimos al cerrar 2021 con **227.702 visitas** frente a las 87.096 del año 2020. Durante este ejercicio hemos trabajado en la creación de un contenido nuevo: guías prácticas, noticias de actualidad, newsletters, etc, enfocado a crear esa comunidad de suscriptores interesados por la salud. Al final de año conseguimos captar 3.533 suscriptores.



En cuanto al Servicio de Atención Nutricional durante el año 2021 aumentaron de manera significativa las **consultas nutricionales de nuestros consumidores**, siendo este el año de mayor número de consultas desde la puesta en marcha del servicio. Hemos dado respuesta a **1.920 consumidores** en relación a temas relacionados con la salud y la nutrición. Continúa destacando el volumen de consultas recibidas acerca de los alérgenos, en concreto, gluten y sobre el tratamiento térmico de la leche de cara a la seguridad enfocada a las embarazadas.

► **La satisfacción de los consumidores 2021 con respecto al Servicio de Atención Nutricional fue de 9.75 sobre un total de 10 puntos.**

► **El tiempo medio de respuesta en el 2021 fue de 0,93 días mejorando el dato considerablemente con respecto al 2020.**

DANDO RESPUESTA A NUESTROS CLIENTES

Continuamos con el **compromiso de mejorar** en todo lo que tiene que ver con nuestros clientes.

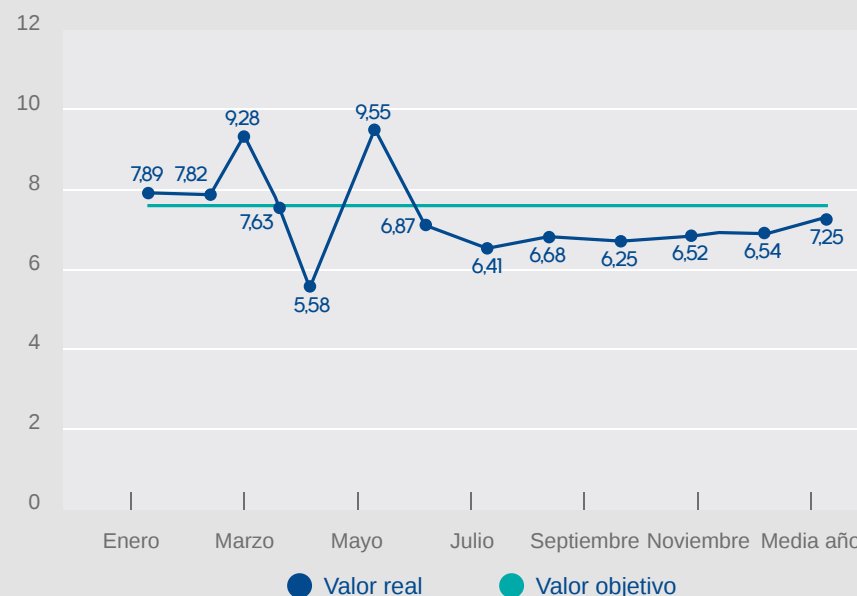
Servicio Integral de Atención al Cliente (SIAC)

Contamos con un modelo de **Servicio Integral de Atención al Cliente (SIAC)** con objeto de conseguir un punto de contacto único con cada cliente englobando todo el proceso desde el pedido al cobro y adecuando nuestra organización a una visión por procesos con una clara orientación al mismo, lo que nos permitirá alcanzar los siguientes objetivos:

- ▷ *Conocer mejor las expectativas de nuestros clientes.*
- ▷ *Ofrecerles una **atención integral** que nos permita incrementar su satisfacción.*
- ▷ *Mejorar nuestro servicio a través del análisis de nuestros elementos de fallo.*

El plazo medio de resolución de incidencias continúa siendo el indicador más importante para nosotros porque **nos permite fijar-nos un objetivo** que intentamos mejorar cada día.

Plazo medio resolución de incidencias



El plazo de resolución individual es un indicador establecido para cada cliente según su segmento y del tipo de incidencia.

Clasificación de clientes según el segmento

Plazo de **resolución de incidencias** por segmento de Clientes.

Clientes A:

Incidencias de servicio: En el mismo día.

Incidencias Administrativas: En las 24 horas siguientes.

Solicitudes de Información: En el mismo día.

Clientes B:

Incidencias de servicio: En el mismo día.

Incidencias Administrativas: En las 48 horas siguientes.

Solicitudes de información: En las 24 horas siguientes.

Clientes C:

Incidencias de servicio: En las 24 horas siguientes.

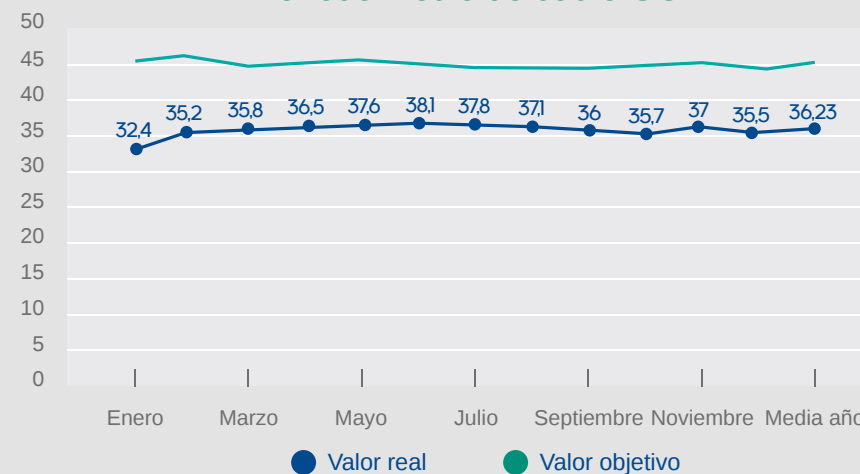
Incidencias Administrativas: en las 72 horas siguientes.

Solicitudes de información: En las 48 horas siguientes.

Los **objetos de servicio** englobados dentro del servicio son:

- > Gestión de incidencias económicas y cobro.
- > Gestión de incidencias de servicio.
- > Gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- > Gestión de duplicados.
- > Gestión de pedidos y devoluciones.
- > Actualización de datos maestros.

Período medio de cobro GC



Nivel de servicio SIAC

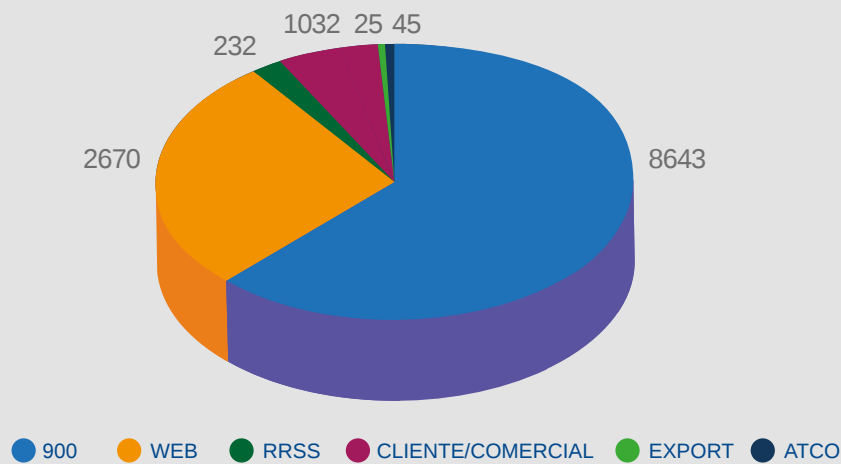


Dando respuesta a nuestros consumidores

Los consumidores son claves para CAPSA FOOD y por eso su grado de satisfacción cuando contactan con nosotros a través de los cuatro teléfonos de atención al consumidor lo evaluamos mediante encuestas realizadas a las personas que han contactado previamente con el servicio. **Queremos conocer la valoración que los consumidores hacen del servicio recibido durante la gestión de las reclamaciones y consultas**, además de valorar la percepción sobre la calidad nuestros productos.

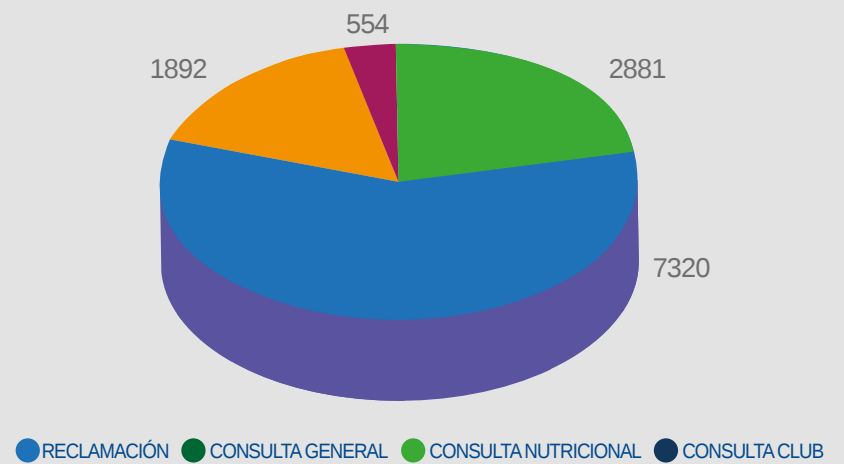
Durante 2021, de todos los casos registrados en la base de datos de Salesforce con **un total de 12.647** y que incluyen reclamaciones, consultas y consultas nutricionales, el 68% fue a través de las líneas gratuitas 900 del Servicio telefónico de atención al consumidor y el 21% a través de las diferentes páginas web de la Compañía.

2021: Expedientes BBDD ATCO según CANAL DE ENTRADA



En lo que se refiere a la naturaleza de las llamadas, **más del 77% son consultas y casi el 23% reclamaciones.**

2021: EXPEDIENTES BBDD ATCO según TIPO DE CASO

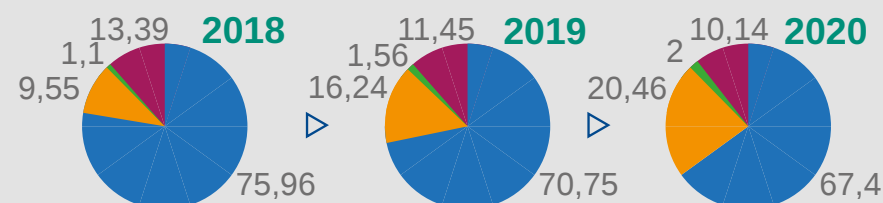
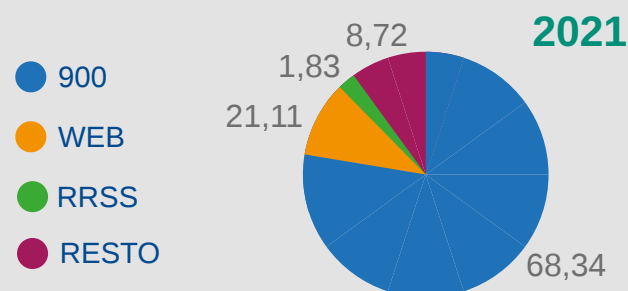


Se encuesta sobre la base de datos de contactos realizados por consumidor final vía telefónica, pues continúa siendo el canal más importante. Esta encuesta se realiza también vía telefónica, constituyendo uno de los indicadores de proceso para la gestión de ATCO.

El indicador es mensual y se construye con las encuestas realizadas a, al menos, el **50% de los consumidores que en ese mes aceptaron que se les encuestara**.

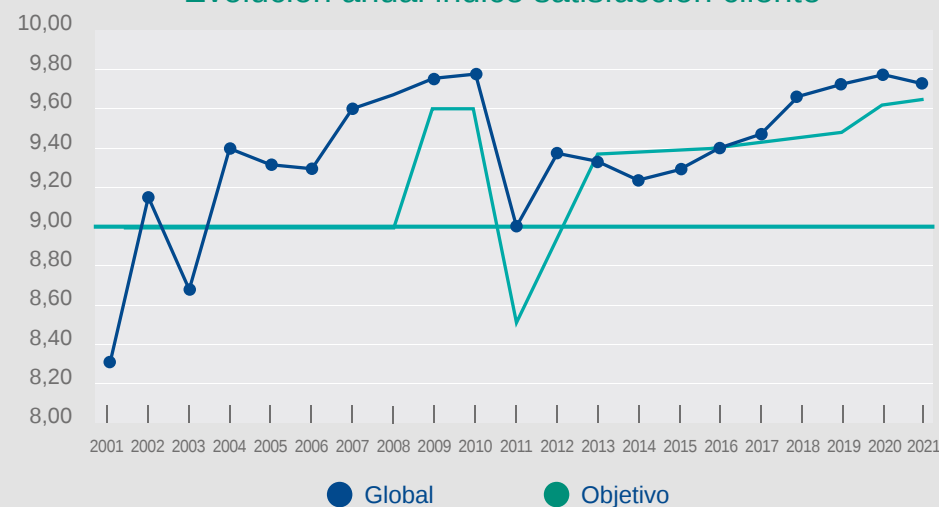
En concreto, en 2021, de los 2.821 casos que aceptaron ser encuestados, **se realizaron 1.598 encuestas**, lo que supone un 56,65%.

Continuamos con la tendencia de años anteriores aunque las líneas 900 continúan siendo la vía principal de contacto por parte de nuestros consumidores, aunque continúan incrementándose los contactos a través de nuestras webs y redes sociales. Es cierto que esta tendencia en 2021 se ha ralentizado.



La evolución es positiva en este período con **una valoración sostenida en el tiempo mayor o igual a 9 sobre 10**.

Evolución anual índice satisfacción cliente



El objetivo para 2021 se situaba en **una valoración media anual mínima de 9,65 y el resultado ha sido de 9,74**, alcanzando el objetivo anual y consiguiendo ese objetivo también mensualmente, con una **valoración mínima de 9,65 en el mes de abril**.



 **EL OBJETIVO MARCADO PARA ESTE EJERCICIO LO SUPERAMOS AMPLIAMENTE CONTINUANDO CON LA TENDENCIA POSITIVA INICIADA EN 2014**

Si analizamos las valoraciones según el motivo del contacto, se valora de forma ligeramente superior el servicio dado a los consumidores que llaman para reclamar o para consultas nutricionales, con un 9,75-9,76 de media, frente a las consultas generales, con una nota de 9,73.

El tiempo de resolución de los expedientes que se generan por sus contactos es otro de los indicadores claves en el proceso de atención al consumidor. En este indicador, además de los contactos a través de los servicios telefónicos de atención al consumidor se tienen en cuenta el resto de canales de entrada (web, cliente, gestor comercial, redes sociales, etc). Su cálculo se lleva a cabo mensualmente.

El objetivo para 2021 era que **la media acumulada del tiempo de tramitación hasta cierre fuera menor o igual a 2,0 días**, si bien la primera respuesta se dé siempre en **24 horas**.



 **SE CUMPLIÓ EL OBJETIVO MARCADO ALCANZANDO UNA MEJORA CON RESPECTO AL AÑO 2020.**

El resultado en 2021 fue de 1,42 días de media acumulada y 1,64 de media mensual. Por tipos de contacto, para consultas fue de 0,50 días, mientras que para reclamaciones fue de 3,97 días.

Se confirma así mismo la **evolución positiva en este indicador en los últimos años**, con un salto sustancial en 2019 y que se mantiene, a pesar de las circunstancias adversas asociadas a la pandemia.

Monitorización

Además de los indicadores de tiempo y satisfacción **es fundamental la monitorización y soporte continuo de los agentes que responden en nombre de las marcas de CAPSA FOOD**, por ello, el soporte a estos agentes es continuo y online por parte de los técnicos de ATCO y del Servicio Nutricional.

Con el objetivo de mejorar este proceso de control sobre el call center y también de dar flexibilidad a los agentes y técnicos en la gestión telefónica de los contactos de nuestros consumidores durante el primer semestre de 2021 se implantó **Service Voice**.

Los objetivos fundamentales de Service Voice son **dotar al Servicio de Atención al Consumidor de una herramienta para grabar las llamadas recibidas y emitidas en un segundo nivel**, por los técnicos de Calidad y Nutrición y mejorar el acceso y almacenamiento a las grabaciones de primer nivel (Call Center).

La conversación no solo se graba y se anexa al caso, sino que **se transcribe de modo que mejora de forma sustancial la percepción sobre la calidad del servicio y la necesidad de un segundo nivel** (sin subjetividad ni valoraciones por parte del agente). Facilita así mismo una revisión rápida de una llamada.



Acción social

Estamos comprometidos con las comunidades con la que operamos y también con aquellas actividades y asociaciones que a través de su actividad desarrollan labores sociales importantes para el país.

Donaciones de productos:

BANCO DE ALIMENTOS

A través del acuerdo suscrito hace más de diez años con el Banco de Alimentos, continuamos aportando nuestros productos mensualmente a esta organización para que puedan alimentar a las familias más desfavorecidas. En 2021 hemos donado más de 350.000 kilolitros de alimentos lácteos.



CARRERA DE LA MUJER CENTRAL LECHERA ASTURIANA

En 2021 la Carrera de la Mujer Central Lechera Asturiana ha logrado recaudar más de 85.000 euros para los distintos proyectos solidarios y reivindicativos con los que colabora a pesar de las complicaciones que toda la sociedad y, especialmente, el sector de los eventos deportivos continuaba atravesando en este año debido a la pandemia del Coronavirus. **El circuito se desarrolló en las ocho ciudades** en las que tiene lugar habitualmente pero con condiciones de aforo reducido para garantizar la seguridad sanitaria de las participantes.



NINGÚN NIÑO SIN CENAR

Donación de 13.781 KL de producto a la Asociación Ningún Niño Sin Cenar fruto de diferentes iniciativas.









Área de impacto: 05 Medioambiente

*Avanzando hacia la neutralidad
en carbono en 2035.*

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



05



Área de impacto: Medioambiente

Avanzando hacia la neutralidad en carbono en 2035

A través de nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental continuamos avanzando para ser neutrales en carbono en el año 2035 a través de la gestión medioambiental, optimizando el impacto directo de las acciones llevadas a cabo por la compañía dentro de nuestra cadena de suministro y distribución. Además, estamos innovando nuestros procesos productivos en todos los ámbitos para alcanzar los objetivos ambientales fijados.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



GESTIÓN AMBIENTAL

La política del sistema de gestión ambiental se apoya en la **estrategia de triple impacto** definida por la compañía y que se sustenta en:

▷ *Defender al sector primario y al mundo rural.*

▷ *Promover la salud a través de la nutrición y hábitos de vida saludables.*

▷ *Proteger el entorno natural y respetar el medio ambiente.*

▷ *Seguir siendo el empleador ejemplar.*

En CAPSA FOOD incorporamos la **sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de suministro** como uno de los pilares básicos de futuro en nuestro desarrollo empresarial, comprometiéndonos a optimizar nuestra productividad minimizando los impactos sobre el entorno y las personas y dando respuesta a las necesidades de todos nuestros grupos de interés.

La **Política de Sostenibilidad** de CAPSA FOOD resalta este compromiso, concretándose en las siguientes directrices:

01

Conocer y cumplir en todo momento la legislación y reglamentación, así como, todos los requisitos subscritos por la Organización en materia de protección ambiental y energética.

02

Desarrollar, a través de la formación, la sensibilización y la comunicación interna, la cultura corporativa que permita que todos los empleados ejerzan sus actividades, dentro y fuera de la empresa, con el máximo respeto por el medio ambiente.

03

Implantar un modelo energético y ambiental basado en la prevención de la contaminación y la optimización de consumos de recursos integrados en la gestión general, que permita establecer y revisar continuamente los objetivos de mejora, anticipándonos a los retos futuros.

04

Fomentar la innovación desde el diseño de productos y procesos que minimicen el impacto sobre el medio ambiente partiendo del consumo eficiente de energía y de recursos renovables y cuyos efluentes ambientales serán reutilizados, reciclados o eliminados con la mínima afección al entorno.

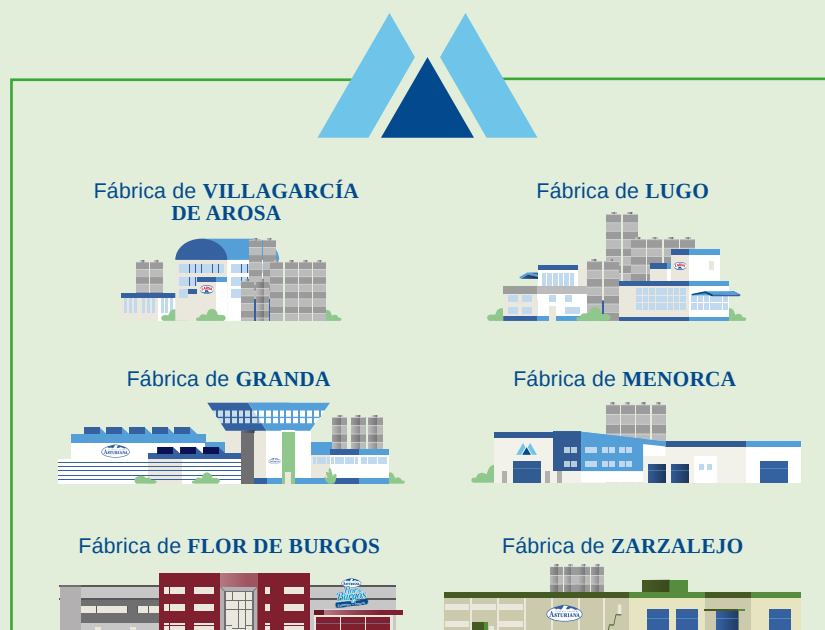
05

Definir un plan de comunicación y colaboración con nuestros grupos de interés que permita dar respuesta a sus necesidades, promoviendo la adopción de políticas de sostenibilidad similares a la expuesta.

06

Proporcionar a los grupos de interés la información disponible sobre los aspectos e impactos ambientales y energéticos de los procesos, difundiendo la política del Grupo y su cumplimiento, y poniéndola a disposición del público.

Todas las fábricas de CAPSA FOOD se rigen por un **sistema de gestión ambiental según la norma ISO 14001**, en el que se basa la optimización de sus procesos para desarrollar su actividad protegiendo y cuidando el medio ambiente.



En el año 2021, se han invertido 4,8 millones de euros en instalaciones y equipos para optimizar la eficiencia energética y proteger el medio ambiente. (2,5 millones de euros en el ejercicio 2020).

En el Grupo disponemos de un **procedimiento de homologación de proveedores**. Entre los criterios de evaluación existe un cuestionario de RSE que los proveedores cumplimentan obteniendo una puntuación en función de la cual se da un valor que se considera en la fórmula final.

La **economía circular** es un pilar estratégico dentro del Plan de Triple Impacto de CAPSA FOOD, siendo la primera en empresa española en certificar su “**Estrategia de Economía Circular**” con AENOR, modelo en el que basa su gestión empresarial en toda la cadena de valor.



CAPSA FOOD tiene como objetivo minimizar el impacto en el entorno, para ello a lo largo de los años se han realizado **múltiples proyectos para reducir el consumo de los recursos y sus impactos ambientales asociados** y para que las emisiones y residuos se conviertan en nuevos recursos, bien incorporándolos al propio proceso, o bien como nuevas materias para otros procesos. **Contribuimos a través nuestra estrategia a la consecución de algunos de los ODS adoptados por Naciones Unidas**, en concreto:



ODS 6.- Agua limpia y saneamiento.



ODS 7.- Energía asequible y no contaminante.



ODS 12.- Producción y consumo responsable.



ODS 13.- Acción por el clima.



ODS 14.- Vida submarina.



ODS 15.- Vida de ecosistemas.



ODS 17.- Alianzas para lograr los objetivos.

*Prueba de este compromiso con el medioambiente y el cuidado del entorno, es que ha sido la **primera empresa española en conseguir la certificación de Neutralidad en Carbono (alcance 1 y 2)** y la **primera empresa láctea en obtener la certificación Residuo Cero de AENOR en todas sus fábricas en el año 2020.***

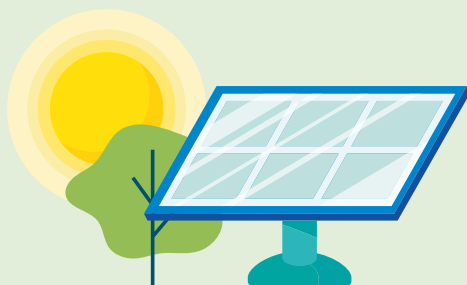


GANADERÍAS SOSTENIBLES

Así, mismo, a través de **Central Lechera Asturiana SAT (CLAS SAT)**, accionista mayoritario, los ganaderos disponen de **servicios de asesoría y colaboración para la mejora ambiental de sus explotaciones**, encaminados a la reducción del consumo energético en las ganaderías y sus costes derivados (**programa CLAS Energía**), la reducción de combustibles en las rutas de recogida de leche a través de la optimización de las mismas y se destaca la incorporación de otra **cisterna**; así como programas de formación y sensibilización en mejoras prácticas agrarias.



En el año 2021, **el 72% de las ganaderías de Central Lechera Asturiana SAT están adheridas al programa CLAS Energía, consumiendo estas el 100% de energías renovables evitando la emisión de 2.005 tn de CO₂.** Además, CLAS SAT mantiene un **acuerdo con EDP Solar para poner a disposición de sus ganaderías familiares soluciones fotovoltaicas innovadoras**, con el objetivo de favorecer la sostenibilidad integral y el ahorro energético. Actualmente siete ganaderías ya tienen hecha la instalación de fotovoltaica con una potencia total de 84kW y otras 45 ganaderías están pendientes de instalación.



Además se han formado alianzas estratégicas para contribuir a mitigar el cambio climático y a proteger la biodiversidad cuidando el patrimonio natural. En este sentido, se ha realizado un primer análisis exhaustivo de las huellas de carbono e hídrica de una muestra representativa de las ganaderías de **CLAS SAT en colaboración con el Centro de excelencia BC3** (Basque Center for Climate Change) para estudiar las posibles medidas de reducción en el corto, medio y largo plazo. Dicho análisis se ampliará a más ganaderías a lo largo de 2022.



A mayores, se ha trabajado en un primer estudio con la **Fundación Global Nature** para sentar la base de ir implementando las mejores prácticas agroambientales en sus procesos pues aspectos como la fertilización, la biodiversidad, el paisaje agrícola y ganadero o la energía, son elementos clave para la diferenciación de su leche y para crear valor en sus ganaderías.

Durante el año 2021 se desarrolló un proyecto en colaboración con el grupo de investigación “*Producción agrícola sostenible*” del **Departamento de Biología de Organismos y Sistemas de la Universidad de Oviedo** para evaluar la salud del suelo en prados y en la rotación anual de cultivos forrajeros invernales-maíz forrajero, con el fin de evaluar el efecto del manejo de los mismos sobre la salud del suelo.

Como parte de su estrategia de descarbonización, Central Lechera Asturiana SAT (CLAS SAT), ha firmado un convenio con la **Consejería de Medio Rural del Principado de Asturias y el Centro tecnológico de los bosques y la madera CETEMAS**, para poner en valor la importante labor de sus ganaderos, como gestores de sumideros de carbono.

A través de **Biogastur**, planta de biogás agroindustrial que tiene la capacidad para gestionar 400.000 toneladas de purines y residuos al año, CLAS SAT gestiona parte de sus residuos orgánicos transformándolos en biogás y en biofertilizantes.



CAPSA FOOD contribuye a impulsar la ganadería sostenible del futuro a través de **LaGranja**, un laboratorio para la innovación alimentaria, en colaboración con el Centro Europeo de Empre-



sas e Innovación del Principado de Asturias y el SERIDA para implementar las mejores prácticas agroganaderas y participar en varios consorcios de investigación para alcanzar la neutralidad en carbono en su cadena de valor.

Además, CAPSA FOOD forma parte del **Consortio Agroalimentación Cero Emisiones: Misiones Científicas de Asturias**, cuyo objetivo es la coordinación y orientación de las capacidades de I+D+i agroalimentaria hacia la circularidad y la sostenibilidad. A través de este Consorcio se persiguen tres grandes objetivos: reducir la huella ambiental en la cadena de valor, mejorar el equilibrio ecosistémico y la sostenibilidad de la producción agroalimentaria y aplicar las tecnologías digitales que permitan ser más eficientes y avanzar en la lucha contra el cambio climático.



A través de un convenio establecido con el **LIGAL (Laboratorio Interprofesional Gallego de Análisis de Leche)**, CAPSA FOOD forma parte del **proyecto LEME** con el objetivo de tratar de desarrollar una tecnología de análisis de emisiones de metano para poder tomar las mejores soluciones en el futuro.



También en CAPSA FOOD participaremos mediante una colaboración con **AGACAL (Agencia Gallega de Calidad Alimentaria)** en el **proyecto Horizon 2020 Clienfarms- Climate Neutral Farms**, que tiene como objetivo desarrollar e implementar soluciones para lograr la neutralidad de emisiones en las producciones agrarias europeas, **combinando técnicas que reduzcan las emisiones junto con otras que incrementen el secuestro de carbono que serán clave para alcanzar los objetivos de la Agenda Europea 2030 de desarrollo sostenible.**

01 / Residuos

En el ejercicio 2021 se han generado 17.550 toneladas de residuos, habiendo sido capaces de reciclar más del 96% dándoles una nueva vida, de modo que han servido de materia prima para otros productos.

A continuación, se indican los **usos** que se le han dado a los residuos:

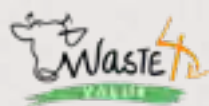
%	2021	2020
Generación de Biogás	47,40%	39,80%
Nuevos fertilizantes (Compostaje)	39,80%	38,09%
Reciclado destinado a nuevos materiales	9,20%	16,17%
RNP's No reciclado	3,00%	5,56%
RP's	0,60%	0,38%
TOTAL	100%	100%

Destacamos que **se ha reducido en un 43% la cantidad de residuos destinados a eliminación**, esta reducción se debe a que se continúa mejorando la segregación de los residuos en las diferentes plantas, lo que ha permitido valorizar mayor cantidad de residuos dándoles una segunda oportunidad.



Además, en **CAPSA FOOD** impulsamos y fomentamos la **economía circular del futuro** a través de alianzas estratégicas y proyectos de innovación. Se destacan los proyectos:

► **Waste4Value**



En CAPSA FOOD nos embarcamos en un **proyecto de investigación para desarrollar nuevos procesos avanzados de valorización de biorresiduos de la industria láctea** empleando tecnologías sostenibles y de bajo impacto medioambiental, fomentando así la economía circular.

► **Proyecto de valorización de efluentes residuales con la fundación CETAQUA**



En colaboración con la fundación CETAQUA, llevaremos a cabo un **proyecto de investigación de economía circular con el objetivo de valorizar uno de los subproductos del proceso de elaboración de yogur y queso**. Obteniendo ácidos grasos volátiles (AGVs) siendo estos un producto de alto valor añadido y con grandes expectativas de mercado.



02 / Uso sostenible de los recursos y cambio climático

Han sido múltiples los proyectos realizados durante los últimos años para reducir y optimizar el consumo de agua, el consumo de combustible, el consumo de energía eléctrica, y también, reducir sus impactos ambientales en todas nuestras fábricas.



AGUA

El ratio de consumo de agua en 2021 ha sido de 2,48 m³ agua/ton de producto (2020: 2,62 m³) lo que ha supuesto una reducción del 5,5% respecto al año anterior.

El total de m³ consumidos en los ejercicios 2021 y 2020 es el siguiente:

m ³	2021	2020
TOTAL	2.150.835	2.291.476



Trabajamos también con los recursos hídricos en una economía circular para alargar su ciclo de vida de modo que estén el mayor tiempo posible en la cadena de suministro; disminuyendo su consumo y optimizando los procesos de depuración de modo que se consiga devolver un agua de mayor calidad al entorno.

El objetivo es **mejorar la calidad del vertido, reducir los consumos de productos químicos y disminuir riesgos potenciales de vertidos incontrolados** maximizando la seguridad del proceso de depuración.

Con ello, se consigue que los vertidos tengan una calidad superior a la autorizada, emitiendo únicamente el 22,4% de la contaminación autorizada en el año 2021 (expresado en kg DQO vertida/kg DQO autorizada).



MATERIALES AUXILIARES

Se trabaja en el ecodiseño de nuestros envases para que sean más sostenibles, reduciendo el consumo de recursos, introduciendo materiales más respetuosos con el medio ambiente y para que sean 100% reciclables.

Todos los films para agrupar los productos cuentan con un 50% de plásticos reciclados y el 95% del cartón de los embalajes de sus productos procede de material reciclado, incorporando así materiales reciclados siempre que la seguridad alimentaria lo permita.

Se introducen materiales más sostenibles, por ejemplo, **sus nuevos briks de leche contienen materiales de origen vegetal**, lo que implica que el plástico del tapón y el de parte de las capas que aseguran su conservación se elaboran a partir de la caña de azúcar. Además, el **100% del cartón de los briks procede de fuentes sostenibles y está acreditado por FSC**, lo que implica que procede de bosques sostenibles, gestionado para garantizar la biodiversidad, la rentabilidad y el bienestar de las comunidades locales implicadas en su producción y mantenimiento.

Desde CAPSA FOOD impulsamos nuestro modelo de gestión basado en la economía circular de forma transparente al consumidor para que los envases puedan tener una segunda vida.



CONSUMO DE COMBUSTIBLE

El combustible empleado en todas las fábricas para generar energía térmica ha sido **gas natural**.

Del 100% del gas natural que se consumió, en el ejercicio 2021 un 35% se destinó para generar energía eléctrica en un proceso de trigeneración de alta eficiencia. En 2021 se generaron 78.453 MWh de energía eléctrica certificada con garantía de origen de alta eficiencia por la CNMC. (2020 se generaron 79.787 MWh).

El total de gas consumido en 2021 ascendió a 420.264 MWh (2020: 436.379 MWh).



El ratio de consumo de gas natural a producto **se redujo un 8,3% respecto al año anterior**, los ratios de consumo de gas natural destinado al proceso productivo de productos lácteos son los siguientes:

MWh gas natural a producto/ton producto

	2021	2020
Gas Natural	0,29	0,31
TOTAL	0,29	0,31

En el año 2021 **se sigue optimizado el proceso de esterilización de leche en la fábrica de Lugo y Zarzalejo** reduciendo el consumo de vapor y en consecuencia el consumo de gas natural empleado para la generación de este. Además, en la fábrica de Granda se comenzó a desarrollar la **segunda fase del proyecto de economía circular “NO ENERGY WASTE”** que está basado en la mejora del modelo energético, la prevención de la contaminación y la optimización de recursos, y consiste en la implementación de un sistema de recuperación y aprovechamiento de la energía térmica residual.

ENERGÍA ELÉCTRICA

El total megavatios consumidos en el ejercicio 2021 ha sido de 77.723 (2020: 80.840). El 100% del consumo de energía eléctrica tiene certificado de origen renovable; evitando las emisiones a la atmosfera de 16.322 tn de CO₂ y contribuyendo así a luchar contra el cambio climático.

El ratio de consumo de energía eléctrica de 2021 ha sido de 0,092 MWh energía eléctrica/ton de producto final (2020: 0,093 MWh energía eléctrica/tn producto final), habiéndose reducido un 1% en ratio.

El proyecto de **sustitución de las luminarias por una instalación de iluminación eficiente (LED)** en las zonas de mayor consumo energético se ha continuado implantando en las fábricas de Zarzalejo y Villagarcía. Además, **CAPSA FOOD en nuestra apuesta por impulsar las energías renovables vamos a llevar a cabo una primera instalación de paneles fotovoltaicos en cubierta para la autogeneración de energía eléctrica en nuestra fábrica de Villagarcía.**



HUELLA DE CARBONO (alcance 1 y 2)

En cuanto a la lucha contra el cambio climático, en 2021 CAPSA FOOD seguimos siendo neutral en nuestras emisiones directas (alcance 1 y 2) en todas sus plantas, obteniendo la certificación “Neutros en Carbono” de AENOR. Habiendo calculado y verificado nuestra Huella de Carbono (alcance 1 y 2) en base al GHG Protocol, desarrollando programas de reducción de emisiones y compensando las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) según la norma PAS 2060 que no se han podido reducir, respaldando proyectos de descarbonización que impulsan el uso de energías renovables.

En nuestras plantas, son múltiples los proyectos de eficiencia energética desarrollados que contribuyen a reducir las emisiones directas (optimización de consumos energéticos en procesos, apuesta por las energías renovables...). **Se han reducido en un 3,8% las emisiones en valor absoluto respecto al año anterior**, lo que ha supuesto que **se ha evitado la emisión de 3050 tCO₂e a la atmosfera**.

En 2021 en CAPSA FOOD mantenemos nuestra apuesta por el cuidado y respeto con el medio ambiente extendiendo la neutralidad en carbono también a nuestros envases, lanzando al mercado

la primera botella Cero Emisiones Netas con el certificado de AENOR Envase Carbono Neutro. Para ello, se ha calculado la huella de carbono del envase siguiendo las directrices del GHG Protocol, incluyendo todos sus elementos (primario, secundario y terciario) con un alcance de “cuna a la puerta”, implantando medidas para reducir el impacto del envase y asumiendo el compromiso de compensar las emisiones que no se han podido evitar.

También trabajamos en mejoras de la movilidad sostenible para reducir las emisiones asociadas al transporte. Dentro de nuestra estrategia de proteger el entorno natural cuidando del medio ambiente, y reafirmando nuestra lucha contra el cambio climático, en la política de Logística. A lo largo de 2021 se han incorporado 4 nuevos camiones de gas natural licuado a sus rutas de transporte (2020: 19 camiones). Este combustible permite reducir la emisión de partículas sólidas en su totalidad y disminuir las emisiones de CO₂ y NO_x hasta un 20% y 60% respectivamente, contribuyendo a mantener un aire más limpio para todos. También, creamos alianzas y colaboraciones para optimizar las rutas de transporte y compartir flujos de carga en mega camiones haciendo el transporte más eficiente y eliminando kilómetros en vacío.

05 / Alianzas para lograr los ODS

ALIANZA STEPBYWATER



Nos unimos a la primera alianza española en torno al Decenio de Naciones Unidas, agua para el desarrollo sostenible, que le ayudará a seguir avanzando para afrontar las metas y desafíos que plantea relativa a los recursos hídricos. Esta alianza tiene como compromiso, desarrollar acciones encaminadas a preservar el agua como derecho humano, a impulsar acciones para hacer óptima su gestión, a mejorar su calidad reduciendo la contaminación y a impulsar el apoyo y la cooperación.

Las entidades se comprometen a:

01. *Impulsar y promover los principios y objetivos del Decenio del Agua para la Acción como adalid del progreso y del desarrollo sostenible.*
02. *Impulsar, concienciar, formar y educar acerca de la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y en particular, del ODS 6 como objetivo transversal para la consecución del resto de objetivos.*
03. *Favorecer espacios de cooperación y diálogo para promover la búsqueda de soluciones globales a los retos del agua y la crisis climática, en un entorno de sinergias y alianzas con todos los agentes implicados.*
04. *Interpelar a las Administraciones Públicas, entes supranacionales, empresas, asociaciones y sociedad civil en general a unirse a la “Revolución Cultural del Agua” y pasar a la acción por el clima con actividades de difusión, comunicación y divulgación.*
05. *Apoyar a los gobiernos municipales y provinciales en la consolidación de planes tendentes a la consecución de los objetivos y metas de la Agenda 2030.*

06. Actuar con una perspectiva global sobre lo local.

07. Proveer de espacios de reflexión y transferencia de conocimiento e investigación sobre el ODS6 y la óptima gestión del agua como elemento vital en el desarrollo sostenible, facilitando el intercambio de buenas prácticas.

08. Apoyar procesos de innovación tendentes al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y especialmente los relacionados con el agua y la acción por el clima.

09. Promover en su cadena de valor el conocimiento del Decenio del Agua para la Acción, los principios de este Manifiesto y su adhesión, así como el impulso de las acciones que puedan desarrollarse.

10. Trabajar para que los objetivos propuestos por Naciones Unidas se conviertan en una auténtica realidad, paso a paso, incluso más allá del horizonte temporal fijado por la ONU.

FORÉTICA

En CAPSA FOOD formamos parte de los más de 200 socios que componen **Forética**, siendo esta la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios.



MARCA WASTE WARRIOR

Nos hemos unido a **“Marcas Waste Warrior” de Too Good To Go**, una comunidad de grandes marcas reunidas bajo el compromiso de dar un paso más en la lucha contra el desperdicio alimentario, creando conciencia en la sociedad, tomando acciones y buscando soluciones para evitarlo.

Sus **objetivos principales** son:

01. Inspirar y sensibilizar sobre el problema del desperdicio alimentario.

02. Formar y empoderar para lograr un cambio.

03. Tomar acción para evitar el desperdicio de forma directa.

04. Sumar esfuerzos para multiplicar el impacto.



Too Good To Go

PARTICIPACIÓN EN LA “SEMANA EUROPEA DE PREVENCIÓN DE RESIDUOS”

En este ejercicio, desde CAPSA FOOD hemos vuelto a participar en la Semana Europea de Prevención de Residuos, cuya temática principal era las comunidades circulares. Para ello, desde el grupo hemos llevado a cabo el **proyecto “El poder de las segundas oportunidades”** buscando concienciar y sensibilizar sobre un consumo responsable a los trabajadores y consumidores con el objetivo de impulsar la minimización, reutilización y reciclaje de los residuos.

Se llevaron a cabo varias acciones como la elaboración de una infografía para su difusión **“Buenas Prácticas de Consumo Responsable”**, se lanzó una campaña de recogida de ropa y juguetes para donarlos y darles una segunda oportunidad, además de comunicar a nuestros empleados las diferentes acciones realizadas por CAPSA FOOD en materia de economía circular en la cadena de valor.



PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO “LA HORA DEL PLANETA”

Un año más hemos participado en la **iniciativa la hora del planeta promovida por WWF**, iniciativa simbólica para la concienciación social sobre el problema del cambio climático.

ALIANZA COMUNIDAD #PORELCLIMA

Desde CAPSA FOOD formamos parte de la alianza de empresas líderes, innovadoras e inspiradoras que actúan “**Por el clima**”. La alianza ha sido impulsada por organizaciones líderes en la lucha contra el cambio climático de la talla del **Pacto Mundial de Naciones Unidas, Fundación Biodiversidad, FORÉTICA, ECODES o el propio Ministerio de Transición Ecológica** y cuenta con la colaboración de empresas comprometidas. Nuestro objetivo es contribuir decisivamente a la **implementación ambiciosa del Acuerdo de París en España**, contribuyendo con sus acciones al proceso de transición hacia una economía baja en carbono y lucha contra el Cambio Climático.

A través de su perfil climático, comunican las acciones y proyectos que realizan en línea con su **compromiso y contribución a la consecución del ODS 13**, promoviendo la difusión de la Agenda 2030 y liderando la transformación de su sector empresarial.



EXTENDIENDO NUESTRO COMPROMISO A OTRAS INDUSTRIAS Y ORGANIZACIONES

Durante el ejercicio 2021, **hemos participado en varios foros**, entre ellos a destacar:

01. *La reducción del desperdicio en entornos productivos, Congreso Alimentando soluciones contra el desperdicio alimentario - AECOC.*
02. *Estrategia de Economía Circular: un nuevo modelo para la certificación de tu empresa, Factor CO₂ y AENOR.*
03. *Los retos para un futuro sostenible en el sector alimentario gallego - CLUSAGA.*
04. *Sostenibilidad en la cadena valor - LaGranda.*

PREMIOS

En 2021, **como reconocimiento a nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente**, CAPSA FOOD ha sido galardonada con los siguientes premios:

- ▷ *Premio en los Premios de la Semana Europea de Prevención de Residuos 2020 en la categoría empresas.*
- ▷ *Premio a la Innovación en el sector alimentario en la categoría de sostenibilidad, convocados por la Cátedra Caja Rural de Industrias y Procesos Agroalimentarios (Cátedra IPA) de la Universidad de Oviedo, con la colaboración de LA NUEVA ESPAÑA y el Instituto de Desarrollo Económico del Principado (IDEPA).*
- ▷ *VI Edición de Premios Cantábrico Excelente en la categoría sostenibilidad.*





Premio a la Innovación en el sector alimentario en la categoría de sostenibilidad.



VI Edición de Premios Cantábrico Excelente en la categoría sostenibilidad.







Área de impacto: 06 Trabajadores

*Respeto y honestidad
con la comunidad.*

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



06



Área de impacto: Trabajadores

*Respeto y Honestidad con la comunidad.
Cuidamos a nuestros empleados*

En CAPSA FOOD promovemos el Talento a través de una cultura de desarrollo continuo en la que generamos entornos de trabajo saludables, orientados a la innovación, mejora y agilidad con el objetivo de cuidar a nuestros empleados.



Trabajamos para **crear las mejores condiciones laborales**, a través de **políticas, procedimientos y planes** que permitan a la plantilla **alcanzar su máximo desarrollo profesional y personal**.

Favorecemos una Experiencia de Empleado Integral, acompañándolos en todos los momentos su **trayectoria profesional y vital**. Y todo esto, con la ayuda de las **Nuevas Tecnologías**, poniéndolas al servicio de las personas.

En CAPSA FOOD estamos convencidos que la contribución de la plantilla es clave para lograr el **Propósito** de Compañía “*Dar futuro al socio ganadero, ofreciendo productos naturales y servicios que mejoren la salud y la calidad de vida de las personas en un entorno sostenible*”. Solo seremos **capaces de lograrlo a través de las personas** que trabajan en CAPSA FOOD. Ellas son los verdaderos embajadores de nuestra Compañía, ejemplo de nuestros valores corporativos, que nos han permitido ser desde 2016 empresa Top Employers España.



VALORES



Nuestro decálogo

01 Empleo estable y de calidad



Ofreciendo unas **condiciones laborales excelentes** basadas en un modelo de compromiso y confianza mutuo.

02 Adquisición e incorporación del talento



Incorporando en la Organización a **los mejores profesionales**, facilitando su integración desde el primer día.

03 Desarrollo del talento



Formación, promoción, desarrollo para que los empleados puedan **alcanzar su máximo desarrollo profesional y personal**.



04 Entorno motivador

Facilitando la **participación**, la **colaboración** y el **reconocimiento**.



05 Liderazgo ejemplarizante

Promoviendo que los líderes de CAPSA sean el **espejo** en el que quieran reflejarse los **colaboradores**.



06 Igualdad de oportunidades, inclusión, diversidad y conciliación

Para alcanzar el **desarrollo profesional** y **personal** deseado.



07 Seguridad, salud y bienestar

Favoreciendo programas, iniciativas y actividades que nos permitan **trabajar en condiciones de seguridad, salud y bienestar**, promoviendo su desarrollo más allá del ámbito laboral.



08 Comunicación fluida y transparente

Para hacer **partícipes a los empleados del propósito, estrategia, valores...** y que dispongan de la información necesaria para desempeñar su trabajo en un entorno en el que se fomenta la participación y el reconocimiento.



09 Siendo responsables y comprometidos con los que más lo necesitan

Canalizando y poniendo en marcha **iniciativas de RSC** en materia de alimentación, sostenibilidad, salud, impacto social, etc.



10 Compensación total atractiva

Ofreciendo un **paquete retributivo** que **garantice la competitividad externa** y la **equidad interna**.

01 / Empleabilidad

*Contribuimos a la **Empleabilidad** en el marco de actuación de la Responsabilidad Social Corporativa a través de distintas iniciativas:*

Participamos en **Foros de Empleo** virtuales como los de Asturias, el de Acción Contra el Hambre o Fundación Mujeres, colaborando en la difusión de nuestras vacantes y charlas sobre orientación laboral y RR.HH. para favorecer la empleabilidad y también de colectivos con dificultades de inserción laboral.



Favorecemos la inserción de los jóvenes al mercado laboral a través de programas de **becas y prácticas**, colaborando con distintas universidades, centros de formación profesional, escuelas de negocios, etc.



Formamos parte del **Pacto de Empleabilidad AECOC** para el favorecimiento del empleo juvenil en el marco del sector Gran Consumo.



02 / Adquisición de talento

Nuestro propósito es conseguir el mejor equipo de profesionales para la Compañía a través de la incorporación y desarrollo de las personas con la mejor adecuación o potencial para cada posición.

El 66% de nuestros procesos son de **promoción, cambio de puesto y desarrollo interno**, mientras que los de **selección externa** suponen el 33%. La satisfacción media con las incorporaciones de todos los procesos ha sido de 4,28 (sobre 5).

De los procesos de adquisición de talento externo, cerramos el **83% con servicio propio**, sin costes de terceros.

Nuestro portal CAPSA EMPLEO, ya cuenta con más de 52.000 currícula, y nos posibilita la publicación de vacantes y un reclutamiento ágil, interactivo y eficaz.

Nuestros perfiles corporativos de redes sociales nos permiten difundir las ofertas de empleo, así como nuestras buenas prácticas corporativas, contribuyendo a la atracción de talento y **employer branding**.

Cuidamos la **experiencia del candidato** a través de tecnología innovadora para la gestión de videoentrevistas en directo/diferido, realización de pruebas psicotécnicas on line y de videojuegos, así como recabando su feedback de participación en el proceso.

Gestionamos el **proceso de acogida** facilitando la integración del talento incorporado, transmitiendo nuestra cultura corporativa, favoreciendo una pronta autonomía de trabajo y fomentando las relaciones interpersonales.





03 / Desarrollo de talento

*Evaluamos y potenciamos el talento de los empleados involucrando a sus mandos con el **objetivo de lograr la mejor adecuación al puesto y así enriquecer su desempeño competencial a través de planes de desarrollo.***

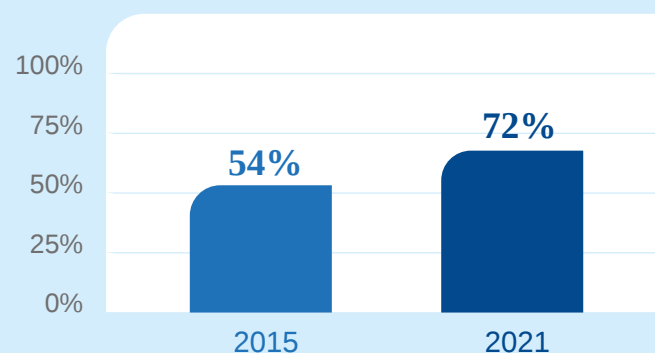
Management Review es el proceso clave para la gestión del desempeño y con el que evaluamos competencias, objetivos de negocio y fijamos planes de desarrollo individualmente; a través de un proceso de ciclo anual, con revisión semestral, soportado en una plataforma tecnológica para recogida y explotación de datos e información.

En 2021 culminamos un nuevo proyecto vinculado a los planes de desarrollo, incorporando a la plataforma de Management Review la posibilidad de seleccionar **acciones de desarrollo**, es decir, actividades asociadas a cada competencia de nuestro modelo, para realizar en el ámbito laboral y favorecer la mejora de la competencia seleccionada. Hemos confeccionado 220 acciones, que en todo caso constituyen propuesta abierta, adaptable y susceptible de personalizar en cada caso.

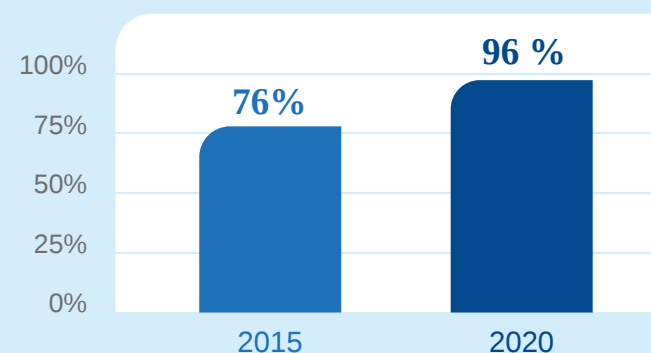
A través de **CAPSA Careers** gestionamos la adecuación de empleados a los puestos, la cobertura de puestos, la identificación del talento y recorridos profesionales.

Continuamos la senda de la **Mejora Continua**, confirmada por los resultados más altos en nuestros principales indicadores de Desarrollo de personas:

Crecimiento indicador COMPETENCIAL



Crecimiento indicador RESULTADOS



La mejora del desempeño (competencias) y rendimiento (objetivos individuales) de las personas por un lado y los positivos resultados de la Compañía por el otro, corroboran objetivamente una **alineación de la estrategia del talento con la estrategia corporativa**.

Mantenemos anualmente el sistema interno de **descripciones de puestos de trabajo y perfiles** como base para políticas organizacionales, retributivas, auditorías y certificaciones oficiales de sistemas de gestión, así como para planes de desarrollo.

PLANTILLA

	FIJOS			EVENTUALES						
SOCIEDAD	HOMBRES	MUJERES	TT FIJOS	HOMBRES	MUJERES	TT EVENT	TT H	T M	T PLANT	MUJ/HOM
CLAS SAT	9	5	14		1	1	9	6	15	40,0%
CAPSA	694	239	933	66	36	102	760	275	1035	25,57%
ASA	42	3	45	4		4	46	3	49	6,12%
C. MOLÍN	3	2	5	2		2	5	2	7	28,57%
MEN LLET	12		12		1	1	12	1	13	7,69%
GEOMER	5	2	7				5	2	7	28,57%
IEN P	1		1		1	1	1	1	2	50,0%
TOTAL	766	251	1017	72	39	111	838	290	1128	25,71%

A lo largo de 2021 **se ha incrementado el % de mujeres en plantilla** respecto al ejercicio anterior, así mismo, la compañía ha hecho un esfuerzo en **la consolidación del empleo con un incremento de la contratación fija** respecto del total.

04 / Organización del trabajo

A partir de la experiencia y resultados del sistema de trabajo flexible (combinando trabajo presencial y trabajo en remoto) puesto en marcha como una medida más de contención sanitaria frente a la pandemia del COVID, se ha decidido su continuidad para aquellas posiciones susceptibles de ser realizadas en remoto en un 20% de la jornada semanal.

La consolidación de este modelo de trabajo, que **se apoya en las tecnologías de la información y la comunicación**, ha permitido sistematizar la práctica de trabajo remoto y flexible, para todos aquellos puestos con tareas identificadas por los mandos como susceptibles de poder realizarse en otra ubicación diferente a las instalaciones de CAPSA FOOD.

Este sistema de trabajo flexible, **ha proporcionado beneficios para los empleados**: facilitando la conciliación familiar y laboral, incorporando una mayor flexibilidad en la gestión de los tiempos de trabajo y descanso, ahorrando costes en los desplazamientos con el impacto que supone en el medioambiente, etc , **y beneficios para la empresa**: atracción y retención de talento, mejora en el compromiso y experiencia del empleado, digitalización, mejora de la competitividad y de la productividad, a lo que se añade contribuir a la minimización de riesgos sanitarios para la población en su conjunto.



05 / Formamos a nuestros empleados

En CAPSA FOOD seguimos entendiendo la formación como una inversión y por este motivo, pese a que 2021 ha seguido siendo un año atípico por la pandemia del COVID, hemos mantenido la intensidad formativa en línea con los años anteriores.

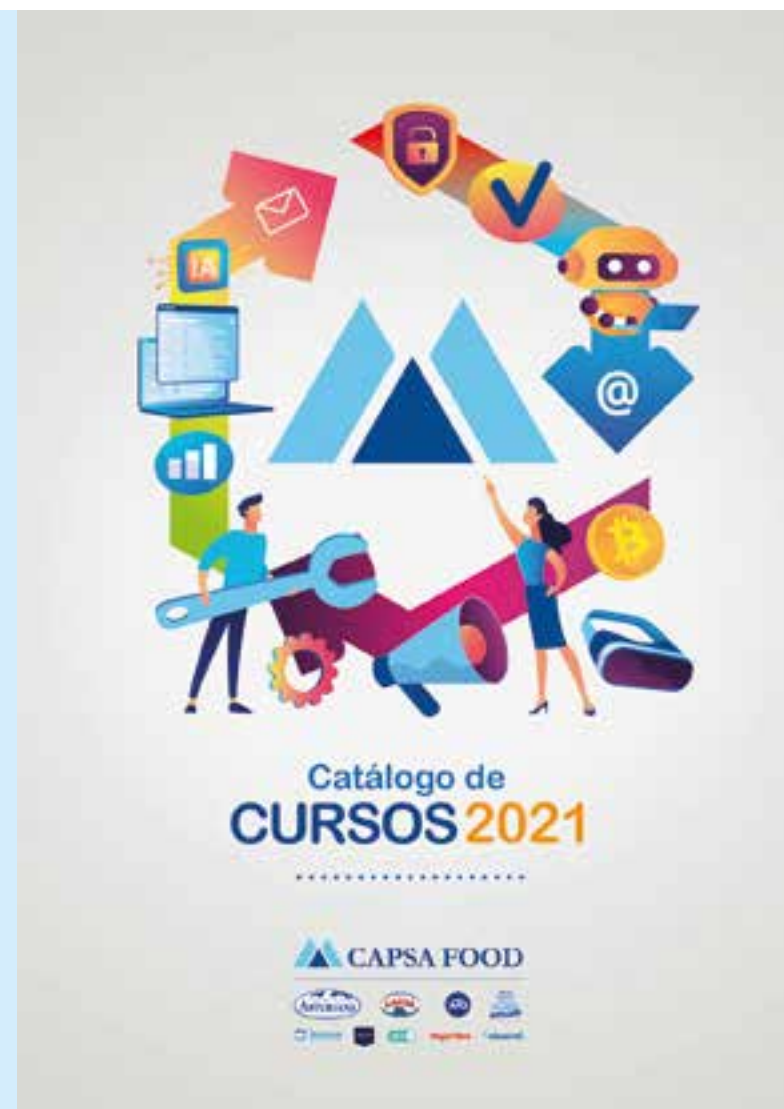
Impartimos un total de **24.745 horas de formación, formando al 85% de la plantilla**, dando preferencia a la formación en *remoto* y la *e-learning*, manteniendo la presencial en aquellas formaciones en las que fuera imprescindible.

Esto ha sido posible, gracias a la puesta en marcha de **CAMPUS CAPSA**, nuestra plataforma digital de aprendizaje y conocimiento corporativo, donde disponemos de un **Catálogo con más de 170 cursos** organizados en diferentes temáticas o escuelas de conocimiento: Seguridad Alimentaria, Prevención de Riesgos Laborales, Sostenibilidad, Ciberseguridad, Compliance, Habilidades, etc.

Además, desde CAMPUS CAPSA, fomentamos los **aprendizajes breves y de impacto**, a través de contenidos gamificados que invitan a la participación. En este sentido unimos acciones de comunicación y sensibilización, en torno a días mundiales y efemérides que tienen impacto en alguno de los ejes de RSC de CAPSA FOOD.

En 2021 hemos completado la digitalización de todo el proceso de formación, desde la detección de necesidades, pasando por la elaboración del plan y seguimiento, continuando con el expediente digital (firmas, diplomas, evaluaciones) y finalizando con la actualización en el historial de formación personal.





06 / Nuestra apuesta por la igualdad y conciliación

*CAPSA FOOD está comprometida con la Igualdad y la Conciliación, y prueba de ello es que desde 2009 somos **Empresa Familiarmente Responsable** (empresa B+ y formamos parte del TOP efr 25).*

Disponemos de un **amplio abanico de medidas de conciliación**, que elaboramos atendiendo a las necesidades de los empleados, para que puedan tener una **vida profesional y personal equilibrada**. Las iniciativas que ponemos en marcha se basan en criterios de objetividad, equidad y transparencia, evitando cualquier tipo de discriminación.

En 2021, para dar cumplimiento a los RD 901 y 902/2020 de 13 de octubre, constituimos **nueva Comisión de Igualdad**, y comenzamos con la negociación del **Plan de Igualdad de CAPSA**, que ha sido aprobado por la parte social.

El Plan de Igualdad consolida y amplía el compromiso que ya existía en CAPSA FOOD en materia de igualdad y conciliación. Incorpora nuevas medidas que se unirán a las del modelo efr. Dentro del nuevo Plan de Igualdad, hemos procedido a la revisión y actualización del **Protocolo de Prevención de Acoso** del año 2009.



07 / Comunicación

La comunicación interna desempeña un papel fundamental para conseguir un pleno desarrollo profesional y personal, que nos permita alcanzar un correcto desempeño de nuestro trabajo.

Con el objetivo de acercar la comunicación a la plantilla y que esta fluya en ambas direcciones, en 2021 hemos puesto en marcha el **Proyecto Corresponsales**. Forman parte de este equipo 18 personas de diferentes áreas de negocio de CAPSA FOOD.

Combinamos **diferentes canales de comunicación** con el objetivo de llegar al mayor número de empleados: *reuniones formales, boletín interno digital, tabloncillos informativos, pantallas, cartelería digital, televisión corporativa, folletos...* así como el **portal del empleado “MI CAPSA”**, que está accesible tanto desde una red interna como externa. En él se pueden realizar gestiones profesionales, personales, y también tiene cabida la innovación. Gracias a su formato responsive es accesible desde cualquier dispositivo.





En 2021, hemos desarrollado una actividad muy intensa en comunicación vinculada con el **COVID** (cartelería, folletos, dípticos...) relacionada con todas las medidas implantadas en CAPSA FOOD, así como contenidos de sensibilización en la faceta personal.

Ponemos a disposición de los empleados y sus familiares un amplio **Catálogo de Beneficios Sociales** con más de 40 beneficios.

En CAPSA generamos entornos de trabajo y relación que favorecen la comunicación, la colaboración y la eficiencia.



08 / Nuestra faceta más humana

Favorecemos la acción social entre nuestros empleados, bien facilitando la organización de iniciativas o eventos surgidos a través de sugerencias, como organizándolas a iniciativa de la Compañía.

En 2021, aquellas actividades susceptibles de realizar en digital o remoto se trasladaron a esta modalidad y otras planificadas tuvimos que anularlas como consecuencia del COVID. **Podemos destacar:**

- ▷ *Recogida de Tapones: colaboramos con la Fundación Seur en su programa "Tapones para una vida", y con la Asociación ASPNAIS, entregando más de 2.150 Kilogramos de tapones.*
- ▷ *Acciones de sensibilización social sobre Medioambiental, Prevención de Riesgos Laborales, Nutrición saludable.*



Desplegamos varios retos, como, por ejemplo:

¿Y tú, cómo interaccionas con los ecosistemas? con motivo del **Día del Medioambiente**, animando a la plantilla a compartir **cómo disfrutan de los ecosistemas** (río, playa, lago, jardín urbano, bosque, pradera...) así como invitándoles a reflexionar sobre lo valioso que es nuestro entorno y sobre los pequeños gestos que podemos hacer en nuestro día a día para cuidarlo, **porque lo natural es ayudarnos**.

¿Nos ayudas a cuidar del Medioambiente? con motivo de **Semana Europea de la Prevención de Residuos**, organizando campañas de recogida de ropa y juguetes en diferentes centros de trabajo.

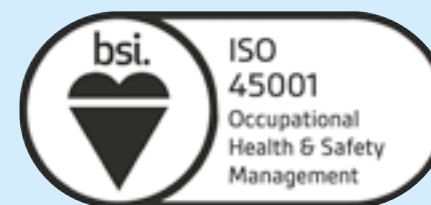
09 / Certificados y reconocimientos



10 / Seguridad, salud y bienestar

Auditoría del sistema certificado ISO 45001:2018

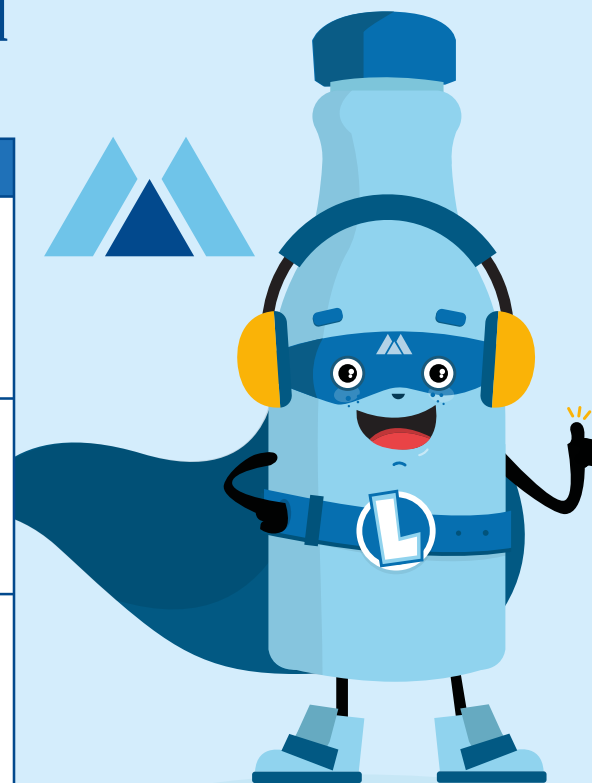
Durante el ejercicio 2021 se realizó la **auditoría de renovación al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo de CAPSA**, donde se comprobó la implantación del sistema respecto a los requisitos especificados en la norma de referencia ISO 45001:2018. Esta certificación está alineada con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS)** y demuestra el compromiso de la Organización para garantizar condiciones de trabajo éticas, seguras y saludables en condiciones de igualdad.



11 / Indicadores de seguridad y salud laboral

INDICADOR	EMPRESA	SECTOR(*)	DESCRIPCIÓN
Índice de Incidencia	27,38 	66,80	$I_i = \frac{\text{Accidente con baja}}{\text{Trabajadores}} \times 1.000$ Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada 1.000 trabajadores expuestos al riesgo.
Índice de Frecuencia	15,65 	37,23	$I_f = \frac{\text{Accidente con baja}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 1.000$ Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada millón de horas trabajadas de los trabajadores expuestos al riesgo.
Índice de Gravedad	0,43	0,93	$I_g = \frac{\text{Jornadas perdidas en período}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 1.000$ Número de días por cada 1.000 horas de trabajo. Se incluyen las recaídas y se excluyen procesos in itinere.

(*): Fuente IBERMUTUA. Índice sector Lácteo



12 / Mejora de la gestión y digitalización en seguridad y salud

Durante el año 2021 se materializa la implantación del proyecto ASSEGURATE que supone iniciar la gestión de la PRL e integración de la misma con los mandos en situación de movilidad. Para ello se habilitó a la línea de mando de dispositivos smartphone que permiten el uso de la aplicación en campo y mejorar así la detección de riesgos, el control operacional y la adopción de medidas.



Con la implantación de este proyecto **hemos conseguido:**

- ▶ **Facilitar la conexión de las personas a las nuevas tecnologías y la implantación real de procesos, eliminando el papel en un 100%.**
- ▶ **Realizar una gestión de PRL 100% en movilidad, al ser usada desde teléfonos móviles y garantizar una comunicación inmediata de alertas e incidencias.**

13 / Modelo de empresa saludable

El modelo de gestión de Empresa Saludable se despliega a través de programas anuales, que tienen como objetivo dar continuidad al modelo de gestión a través de la mejora continua y consolidar a CAPSA como empresa líder en buenas prácticas en seguridad, salud, bienestar y promoción de la salud.



Somos Empresa Saludable desde 2014, por lo que seguimos realizando diferentes iniciativas vinculadas con la Salud y el Bienestar de nuestros empleados.

Realizamos un **seguimiento de la salud de la plantilla basada en indicadores** y tomando como criterio el estudio epidemiológico de CAPSA para adaptar las campañas de promoción de la salud a las necesidades reales de nuestros trabajadores.

En 2021 **se ha continuado con las medidas específicas de prevención del COVID 19**. CAPSA FOOD dispone de más de 100 medidas, que han sido objeto de reconocimiento por parte de AENOR, contando desde junio de 2020 con nuestro **Protocolo de Actuación frente al COVID certificado** y convirtiéndonos así en la primera empresa láctea en conseguirlo.

Tampoco hemos descuidado la comunicación en otras áreas vinculadas con la salud como alimentación, deporte, bienestar emocional, que han seguido siendo ejes de trabajo en **CAPSA LIFE, nuestra plataforma de salud y bienestar corporativo**.

CAPSA LIFE continúa siendo nuestra plataforma corporativa para **fomentar hábitos de vida saludable**. Programas, contenidos y retos en materia de Alimentación Saludable, Deporte, Salud y Bienestar emocional.







Resultados 07 Financieros

Balance 2021

Magnitudes Económicas 2021

Cuentas

Memoria Anual CAPSA FOOD 2021



Balance 2021

Evolución y Resultados

CAPSA FOOD, a pesar de la complejidad que ha caracterizado el ejercicio 2021, **ha sido capaz de seguir creciendo**, por séptimo año consecutivo, **en volumen y cuota de mercado** en los mercados de leche líquida, nata y mantequilla, bebidas vegetales y quesos, **afianzando su liderazgo y ampliando el mismo** en relación a sus competidores.

A nivel de resultados, hay que **destacar las cifras conseguidas tanto en EBITDA** (calculado a partir del resultado de explotación sin incorporar los gastos por intereses o impuestos, ni las disminuciones de valor por depreciaciones o amortizaciones ni otros resultados) que se sitúa en **37.369 miles de euros** (2020: 45.058 miles de euros), **como en el Resultado del ejercicio que alcanza la cifra de 19.044 miles de euros** (2020: 25.126 miles de euros), estando la actividad muy afectada por la fuerte subida de los precios en energía, materiales para envases y embalajes y materias primas.

Finalmente, señalar, que la posición financiera se mantiene firme con un importe de **Posición Financiera Neta a favor de la sociedad de 28.582 miles de euros** y un **Fondo de Maniobra de 91.931 miles de euros**.



Magnitudes Económicas 2021

Valores en miles de euros

	2019	2020	2021
Importe neto de la cifra de negocios	720.877	750.427	758.042
Patrimonio neto	228.703	243.035	254.782
Resultado de explotación	27.836	30.525	23.102
EBITDA	39.495	45.058	37.369
Resultado antes de impuestos	30.183	33.096	24.125
BENEFICIO NETO	23.123	25.126	19.044

Balances Consolidados

Al 31 de diciembre de 2021 y 2020 (Expresado en miles de euros)

ACTIVO	2020	2021
ACTIVO NO CORRIENTE	176.163	175.956
Inmovilizado intangible	25.356	24.997
Fondo de comercio de consolidación	24.501	23.656
Investigación y desarrollo	37	-
Patentes, licencias, marcas y similares	35	14
Aplicaciones informáticas	783	1.327
Inmovilizado material	116.712	119.953
Terrenos y construcciones	53.325	53.752
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	56.112	57.350
Inmovilizado en curso y anticipos	7.275	8.851
Inversiones inmobiliarias	949	949
Terrenos	949	949
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	15.202	14.156
Participaciones puestas en equivalencia	7.318	7.391
Instrumentos de patrimonio	646	581
Créditos a empresas	7.238	6.184
Inversiones financieras a largo plazo	3.779	3.771
Instrumentos de patrimonio	326	468
Créditos a terceros	300	150
Otros activos financieros	3.153	3.153
Activos por impuesto diferido	14.165	12.130

ACTIVO	2020	2021
ACTIVO CORRIENTE	225.327	237.976
Activos no corrientes mantenidos para la venta	250	255
Existencias	57.382	57.739
Comerciales	9.869	9.689
Materias primas y otros aprovisionamientos	16.766	18.556
Productos en curso	950	934
Productos terminados	29.797	28.560
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	116.352	125.590
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	96.849	102.705
Clientes, empresas del grupo y asociadas	6.997	7.429
Deudores varios	1.934	3.630
Personal	13	47
Otros créditos con las Administraciones Públicas	10.559	11.779
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.064	3.664
Créditos a empresas	1.064	3.664
Inversiones financieras a corto plazo	23.524	24.128
Instrumentos de patrimonio	23.422	24.042
Otros activos financieros	102	86
Periodificaciones a corto plazo	2.073	1.700
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	24.682	24.900
TOTAL ACTIVO	401.490	413.932

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2020	2021
PATRIMONIO NETO	243.035	254.782
Fondos propios	237.264	243.869
Capital	92.317	92.317
Prima de emisión	7.938	7.938
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	107.961	120.151
Reservas en sociedades consolidadas	(122)	8
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	4.122	4.479
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	25.083	19.011
Acciones y participaciones de la sociedad dominante	(35)	(35)
Ajustes por cambio de valor	35	24
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	4.899	10.049
Socios externos	837	840
PASIVO NO CORRIENTE	12.564	13.105
Provisiones a largo plazo	5.962	5.663
Provisiones por reestructuración	1.094	795
Otras provisiones	4.868	4.868
Deudas a largo plazo	4.707	3.842
Deudas con entidades de crédito	4.213	3.526
Otros pasivos financieros	494	316
Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	4	4
Pasivos por impuesto diferido	1.891	3.596

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2020	2021
PASIVO CORRIENTE	145.891	146.045
Provisiones a corto plazo	19.842	17.810
Deudas a corto plazo	17.936	16.604
Deudas con entidades de crédito	4.324	3.028
Otros pasivos financieros	13.612	13.576
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	4.125	650
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	102.812	109.714
Proveedores	67.069	80.973
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	23.986	16.770
Acreedores varios	2.388	2.762
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	7.065	7.053
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.304	2.156
Periodificaciones a corto plazo	1.176	1.267
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	401.490	413.932

Cuentas de pérdidas y Ganancias consolidadas

Al 31 de diciembre de 2021 y 2020
(Expresado en miles de euros)

OPERACIONES CONTINUADAS	2020	2021
Importe neto de la cifra de negocios	750.427	758.042
Ventas	744.575	746.037
Prestaciones de servicios	5.852	12.005
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	4.080	(1.253)
Aprovisionamientos	(489.967)	(492.664)
Consumo de mercaderías	(72.118)	(68.939)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(417.450)	(423.877)
Trabajos realizados por otras empresas	(177)	(137)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos	(222)	289
Otros ingresos de explotación	6.332	6.383
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	6.226	6.138
Subvenciones de explotación incorporada al resultado del ejercicio	106	245
Gastos de personal	(55.468)	(54.272)
Sueldos, salarios y asimilados	(41.577)	(40.499)
Cargas sociales	(13.891)	(13.773)
Otros gastos de explotación	(171.721)	(180.648)
Servicios exteriores	(168.250)	(177.284)
Tributos	(1.994)	(1.896)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(23)	(43)
Otros gastos de gestión corriente	(1.454)	(1.425)

OPERACIONES CONTINUADAS	2020	2021
Amortización del inmovilizado	(14.907)	(14.715)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	1.375	1.781
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	1.064	900
Deterioros y pérdidas	(175)	5
Resultados por enajenaciones y otras	1.239	895
Otros resultados	(690)	(452)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	30.525	23.102
Ingresos financieros	107	145
Gastos financieros	(243)	(164)
Variación en el valor razonable de instrumentos financieros	2.279	910
Diferencias de cambio	9	(3)
RESULTADO FINANCIERO	2.152	888
Participación en beneficios / (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	419	135
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	33.096	24.125
Impuestos sobre beneficios	(7.970)	(5.081)
RESULTADO DEL EJERCICIO	25.126	19.044
Resultado atribuido a la sociedad dominante	25.083	19.011
Resultado atribuido a socios externos	43	33



dúocomunicación



Empresa



Esta empresa cumple con
los más altos estándares de
impacto social y ambiental

Certificada



CAPSA FOOD



capsafood.com