

Informe de Sustentabilidad 2018

Buenos de Origen

1. Buenos de Origen.....	2
• En palabras de nuestro líder del campo	3
• Desde la semilla.....	4
• La cosecha de este año	6
• El origen de nuestro mundo orgánico.....	7
• Esquema Buenos de Origen	8
2. Guardianes del Campo.....	9
• Juntos en el camino	9
• Del campo a tu mesa	11
3. Embajadores del Campo	13
• Así somos	13
• Lo bueno de ser embajador.....	14
• Los Gurús del Campo	15
• La importancia de dialogar	15
• Sin planeta no hay campo.....	17
4. Amigos del Campo	19
• Una amistad que perdura	19
• Nuestras manos amigas.....	19
• Lo bueno que hacemos para ti.....	20
5. El origen de este informe	¡Error! Marcador no definido.
• Lo que nos importa contarte.....	23
• Datos que debes saber	26

1. Buenos de Origen

Cuando se quiere contar una historia, hay que hacerlo bien, desde el principio, para que la gente logre conectar con ella. Por ejemplo: el cuento de “La gallina de los huevos de oro” no puede entenderse si no se explica cómo llegó la gallina a las manos de aquel granjero.

Lo mismo sucede con la historia de una marca porque, la fidelidad de los consumidores se da cuando estos logran conectar con la razón de ser de la marca y sentirse parte de ella.

La semilla, la planta que germina, el sol, las flores, la tormenta, los campesinos que cuidan la siembra, los que la cosechan, quienes llevan los productos hasta su punto de venta y finalmente quienes los ponen en su mesa para disfrutarlos, cada uno juega un papel vital en el origen de la historia que queremos contarles:

La historia detrás de Aires de Campo.

• En palabras de nuestro líder del campo

102-14

Es un honor compartir un año más nuestro reporte de Sustentabilidad. En esta ocasión incluimos por primera vez nuestra alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, lo que nos permite relacionar el aporte de Aires de Campo a los principales desafíos globales, e impulsar la prosperidad de la humanidad.

Lo que más nos motiva es trabajar con y para el Campo Mexicano y el impacto que podemos lograr fomentando un consumo responsable y consciente. Estamos seguros de que día a día, más hogares mexicanos se convencerán de este esfuerzo y adoptarán un estilo de vida saludable y en armonía con el planeta.

En 2018 hemos logrado un mayor impacto con todas las partes relacionadas a Aires de Campo:

- Hemos crecido 21% con respecto a 2017 promoviendo un consumo consciente.
- Crecimos un 23% la cantidad de empleos directos y ayudamos a la creación de más de 8 mil empleos indirectos, a través de nuestra Red de Productores.
- Incrementamos el número de hectáreas que se conservan de manera sustentable.
- Hemos nombrado a nuestros aliados como Guardianes del Campo ya que creemos en la importancia de salvaguardar nuestros ecosistemas.
- Mejoramos nuestro impacto reduciendo la huella ambiental de nuestros productos, específicamente incrementamos en un 38% el uso de materiales reciclables en los empaques.

Tenemos el firme compromiso de ofrecer la mejor oferta de productos orgánicos. Continuaremos midiéndonos y mejorando con la idea de crecer el triple impacto de Aires de Campo y ser un referente para la sustentabilidad de otras empresas en México y el Mundo.

Enrique Hernández-Pons Méndez
Director General de Aires de Campo

• Desde la semilla

102-10, 102-16

Desde que iniciamos y a lo largo de 17 años en el mercado hemos tenido grandes logros y retos que nos han dejado aprendizajes importantes pero, sobre todo, que nos han permitido crecer e impulsar la industria orgánica en México a través de nuestros productos, que son *buenos de origen*.

2001

- Nos constituimos formalmente bajo el nombre de “Aires de Campo”.

2002

- Integramos a los 5 primeros productores orgánicos a nuestra red.

2004

- Comenzamos la apertura de Biocentros, en donde comercializamos nuestros productos.
- Convocamos a nuestros productores a la primera reunión de la Red de Productores Orgánicos, que realizamos en Rancho El Castillo, Celaya, Guanajuato.

2005

- Comenzamos a expandir el alcance de nuestros productos con la entrada en tiendas de autoservicio y departamentales.

2006

- Ingresamos a tiendas de autoservicio con un catálogo de 20 productos.
- Aires de Campo formó parte del consejo para que se publicara la Ley Nacional de Producción Orgánica.
- Realizamos nuestra primera exportación de productos a Estados Unidos, Francia y España.

2007

- Expandimos nuestra red de clientes institucionales.
- Participamos en los foros nacionales para elaborar los lineamientos de la producción orgánica nacional.

2008

- Fundamos el Consejo Nacional de Producción Orgánica.
- Creamos Impulso Orgánico, asociación que agrupa a productores mexicanos de alimentos orgánicos certificados.
- Fuimos distinguidos con el *Galardón PYME Empresa Gacela*, otorgado por la Secretaría de Economía.

2009

- Firmamos una alianza con *Organic Alliance* para exportar a USA.

2010

- Fuimos parte de los 25 finalistas en *Iniciativa México*, de un total de 47,049 propuestas.

2011

- Recibimos el reconocimiento de *Empresa Impacto Social: Foro Latinoamericano: "Inversión de Impacto"*, en Mérida, Yucatán.
- Nos integramos a Grupo Herdez.

2012

- Fuimos reconocidos como *Mejor Empresa Social Entrepreneur*.
- Iniciamos el proyecto de producción de pollo orgánico.

2013

- Recibimos el *Premio Grupo Imagen: Mejor Empresa*.
- Participamos en la corrección de los lineamientos técnicos de la Norma de Producción Orgánica e iniciamos el trámite para obtener el Distintivo Nacional Orgánico.

2014

- Implementamos el primer banco de germoplasma comunitario en la Zona Mazahua del Estado de México.
- Establecimos un herbario y un jardín botánico en la comunidad El Huizache, San Felipe del Progreso, Estado de México (Zona Mazahua).

2015

- Comenzamos la construcción de una nueva tienda en Querétaro.
- En alianza con nuestro productor de pollo, iniciamos el proyecto para la construcción de una granja propia de huevo orgánico.
- Creamos el área de Vinculación y Desarrollo de Proveedores.

2016

- Concluimos la construcción de nuestra nueva Boutique Aires de Campo en Querétaro.
- Realizamos por primera vez un estudio de materialidad para enfocar nuestros esfuerzos de sustentabilidad.

2017

- Nos postulamos para ser parte del Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO) y trabajamos con ellos para la actualización y mejora del marco regulatorio orgánico.
- Apoyamos en la capacitación e implementación de los lineamientos orgánicos y en la instalación de las granjas de producción de huevo y pollo de Incubadora Orgánica, para lograr obtener la certificación TIF en 2018.

2018

- Realizamos toda la estrategia para el establecimiento de la tienda en línea o e-commerce que se lanzará en 2019.
- Trabajamos en la nueva estrategia de posicionamiento que se implementará en 2019.

Nuestros orígenes se remontan al año 2001, cuando nacimos como una empresa comprometida con llevar a los hogares mexicanos productos extraídos del campo a través de técnicas de agricultura respetuosas con el medio ambiente.

La razón de ser de Aires de Campo constituye hoy la filosofía de la organización y se ha convertido en la base de cada una de nuestras acciones; lo cual transmitimos a todos nuestros Embajadores.

- **Misión:** fungir como un canal especializado en productos orgánicos y sustentables en un esquema de comercio justo, creando valor mediante la oferta de beneficios claros tanto a productores como a los consumidores.
- **Visión:** consolidarnos como la mejor opción para la comercialización y abasto familiar de productos orgánicos sustentables certificados, distinguiéndonos por su diversidad, funcionalidad y precio, creando y fomentando una cultura de consumo alimenticio más sana y nutritiva.

• La cosecha de este año

102-10

Nuestra cosecha 2018 fue muy buena:

- ✓ Tuvimos un crecimiento del 21% con relación a 2017.
- ✓ Realizamos toda la estrategia para la implementación de la tienda en línea o e-commerce que se lanzará en 2019.
- ✓ Tuvimos una tasa de retención de colaboradores del 90%; nuestro nivel más alto desde 2014.
- ✓ Gracias a nuestros Guardianes del Campo (Red de Productores) aportamos para la generación de más de 8 mil empleos indirectos.

• El origen de nuestro mundo orgánico

102-12, 102-13, 102-14

Nuestros productos son resultado de un proceso de agricultura sustentable que concebimos como una forma de reconectarnos con nuestros orígenes; de trabajar la Madre Tierra desde un enfoque respetuoso, tal y como se hacía en los comienzos de la civilización humana.

Por ello fomentamos la conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales, como el agua y el suelo, a través de prácticas de rotación de cultivos, la no utilización de pesticidas, fertilizantes y organismos genéticamente modificados, entre otras acciones.

Nuestras prácticas agropecuarias se han convertido en la piedra angular de nuestra estrategia por tres razones, a las que llamamos los **3 ejes del consumo consciente**:

1. **Salud personal:** generamos conciencia en los consumidores acerca de la importancia de tener una alimentación balanceada y sana, respetando el medio ambiente y teniendo una relación equilibrada con él.
2. **Salud social:** somos la fuente de empleo y crecimiento de pequeños productores, al propiciar el desarrollo económico de las comunidades mexicanas bajo un esquema de comercio justo.
3. **Salud planetaria:** cuidamos y respetamos los recursos naturales y el medio ambiente, fomentando la conservación de la biodiversidad y asegurando la productividad agropecuaria a largo plazo, a través de prácticas biológicamente efectivas.

La agricultura sustentable trae al ecosistema innumerables ventajas y los productos orgánicos que comercializamos son buenos de origen porque ofrecen **3 grandes beneficios a nuestros consumidores**:

1. **Valor nutrimental:** gracias a que respetamos el proceso natural de crecimiento y elaboración, nuestros productos adquieren del suelo todos los nutrientes naturales, tales como: vitaminas, minerales y antioxidantes.
2. **Son saludables:** se ha comprobado que los pesticidas o fertilizantes afectan la salud humana y pueden provocar enfermedades. Los productos de Aires de Campo no utilizan químicos en sus procesos de cultivo y elaboración, por lo que no representan ningún riesgo para la salud.
3. **Sabor auténtico:** nuestros productos conservan sus sabores, aromas y colores auténticos, debido a que su elaboración y cultivo es completamente natural y sin modificaciones genéticas (GMO).

A fin de potenciar el alcance de nuestras acciones a favor del mundo orgánico, formamos parte de organizaciones nacionales e internacionales que buscan la conservación, el crecimiento y el reconocimiento del sector, participando activamente en ellas.

- Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO), el cual es presidido por el Secretario de la SAGARPA. Participamos en 5 de los grupos de trabajo del consejo: marco regulatorio, investigación, ganadería, fomento y comercialización.
- *International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*.
- Impulso Orgánico Mexicano, A.C

• Esquema Buenos de Origen

102-9

El esquema Buenos de Origen es la forma en que representamos el proceso que se realiza para que los productos orgánicos lleguen del campo a la mesa de los hogares mexicanos y quiénes son los actores que intervienen en él. Así es como hemos contribuido a que el sector de los productos orgánicos crezca de manera sostenible.

Aquí podemos identificar también los 5 grupos de interés más importantes para Aires de Campo: Productores, Colaboradores, Consejo de Administración, Clientes y Consumidores.



2. Guardianes del Campo

Piernas hinchadas, piel tostada, flores en la piel, sol que se impone; lluvia anunciada, lluvia que duele, lluvia en los ojos; frío de madrugada, frío que arde; tierra, tierra bajo los pies, tierra entre las uñas; chillidos de aves, bramidos, vientos, sequía. Para descubrir el origen de lo bueno, hay que llegar a la raíz de todas las raíces: el campo.

Pero por muy generoso que sea el campo, son las manos las que saben sacarle el mayor provecho. Por lo que siembran, por lo que recolectan, por lo que cuidan, reposa en ellas la entera responsabilidad de hacer crecer de la forma más natural posible los productos que comercializamos, sin fertilizantes ni químicos. Del campo vienen, por sus manos pasan, a nuestros platos llegan.

• Juntos en el camino

102-11, 203-2, 308-1

Los *Guardianes del Campo* son todos aquellos agricultores y ganaderos que hacen posible que contemos con la materia prima necesaria y de la calidad requerida para elaborar nuestros productos. Con su trabajo han impulsado el crecimiento del sector orgánico y nos han ayudado a posicionarnos como empresa líder en México.

Ellos son nuestra Red de Productores, con quienes hemos generado un vínculo de confianza que impacta positivamente a sus familias y comunidades, gracias a la creación de empleos y concientización del cuidado al ambiente, entre otros beneficios.

Al cierre de 2018 trabajamos con **40 Guardianes del Campo**, compartiendo con ellos una misma visión de calidad, sustentabilidad y crecimiento compartido. La relación comercial que mantenemos con ellos está enmarcada en el respeto, la honestidad y el comercio justo, en otras palabras, en ser buenos de origen; por lo tanto buscamos que cuenten con ciertas características que consideramos fundamentales:

- **Certificaciones orgánicas:** nos aseguramos de que los productores operen dentro del marco de la ética y la responsabilidad social, y que todos los productos que comercializan a través de nosotros sean elaborados mediante proceso natural, sin alteraciones químicas o genéticas.
- **Impacto medioambiental:** promovemos la utilización de técnicas sustentables bajo procesos que no dañen el medio ambiente, tales como: policultivos, pastoreo, elaboración de compostas, uso de energías alternativas, no uso de agroquímicos ni fertilizantes, entre otras.
- **Buenas prácticas comunitarias y laborales:** nos preocupamos porque en la red se realicen acciones en materia laboral que promuevan en todo momento el respeto a la integridad y a los derechos humanos de quienes trabajan con ellos, como son: el impulso a la equidad de género, la implementación de políticas que prohíben el trabajo forzoso y la contratación de menores de edad.

Nos ocupamos de nuestra Red, pero también de quienes se relacionan con ella. Por eso nos aseguramos de que sus proveedores también sean buenos y cuenten con las certificaciones necesarias que avalen que sus procesos y productos cumplen con los lineamientos de producción orgánica y/o ecológica. Algunas de las principales certificaciones son:

- Certificación Anual, otorgada por el organismo de certificación AGRICERT, filial de la italiana BIOAGRIACERT, la cual a su vez es acreditada por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).
- *National Organic Program* (NOP) de USDA, del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América.

A fin de asegurarnos que estas normas orgánicas se cumplan rigurosamente, nuestro equipo del área de Calidad realiza auditorías internas con los productores de manera periódica.

Puesto que uno de nuestros 3 ejes del consumo consciente es la salud planetaria, estas certificaciones no solo avalan la calidad de nuestros productos, sino que las operaciones de los productores no generan daños al medio ambiente. Actualmente, el 87% de nuestra Red cuenta con alguna certificación.

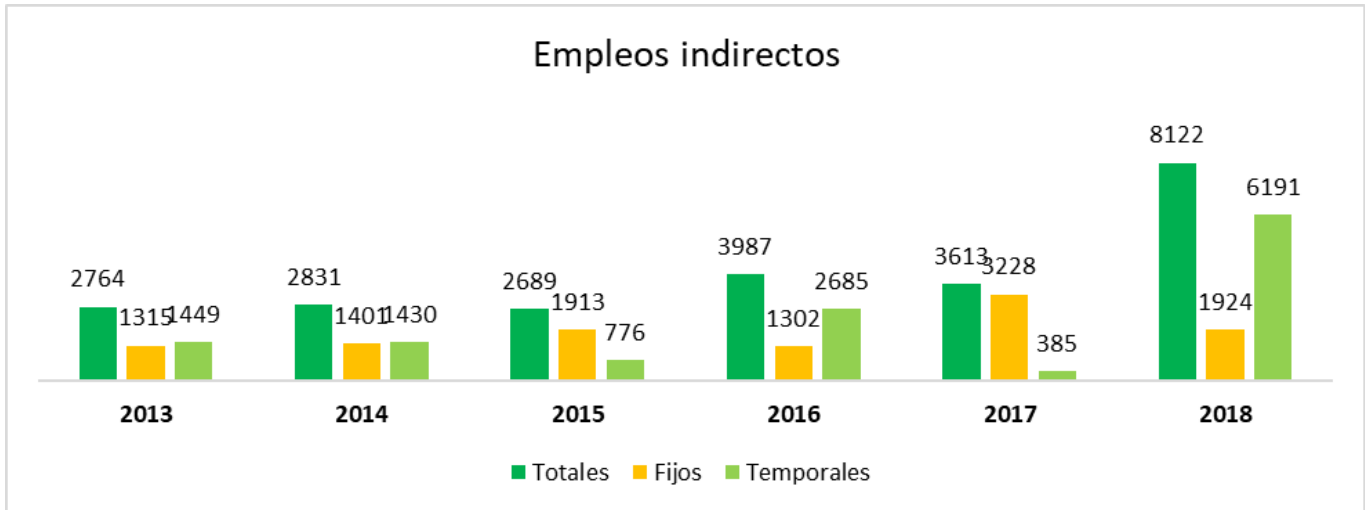
Estas son las principales certificaciones:



La alianza de trabajo que mantenemos con nuestros **Guardianes del Campo** no sólo los beneficia a ellos directamente, sino que ha permitido generar empleos indirectos y desarrollo económico en las comunidades donde los productores tienen operaciones, con lo cual contribuimos al desarrollo del país.

Este año ampliamos el alcance en la medición de indicadores con nuestros productores. Derivado de esto, y como consecuencia de las actividades agrícolas que realizan, la cantidad de empleos temporales tuvo un incremento en comparación con los registrados en 2017.

En 2018 los **Guardianes del Campo** emplearon a más de 8 mil personas, de las cuales 45% son mujeres; de esta forma, no sólo contribuyen a la generación de trabajo en sus comunidades, sino también fomentan la reducción de la brecha de género a nivel laboral.



• **Del campo a tu mesa**

416-1

Nos mantenemos en proceso de mejora continua, por lo que además de las certificaciones mencionadas, durante 2018 comenzamos a trabajar en la planeación y negociación con NSF Internacional, una certificación que realizaremos con la Red de Productores para 2019 y que consistirá en lo siguiente:

✓ **Auditoría Diagnóstico por NSF**

Nos permitirá conocer el estado actual de la empresa y los proveedores en cuanto al sistema de inocuidad, esté o no esté implementado.

✓ **Capacitación**

Una vez hecho el diagnóstico, se detectan las necesidades de capacitación, las cuales pueden ser presenciales y/o vía webinar para la red de proveedores de Aires de Campo.

✓ **Implementar Acciones Correctivas**

Un elemento indispensable para la mejora es la implementación de acciones correctivas de las no conformidades que se levanten en las auditorías, por lo que se deben realizar en tiempo y forma como lo indique NSF.

✓ **Auditoría Interna**

Esta se realiza al interior de Aires de Campo con nuestro equipo de auditores, una vez que los productores hayan reforzado sus programas e implementado las acciones correctivas, considerando también los resultados de la capacitación recibida.

✓ **Auditoría de Seguimiento NSF**

Tiene como objetivo verificar el avance logrado e impulsar y acelerar el desarrollo. La auditoría se deberá aprobar con calificación mayor o igual a 80 puntos.

✓ **Acreditación GFSI**

Esta acreditación GFSI, Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria, se logra de acuerdo con el tipo de producción. Los productores podrán certificarse en los diferentes estándares, por ejemplo:

- Estándar Global BRC (British Retail Consortium) de seguridad alimentaria.
- FSSC 22000 (Certificación del Sistema de Seguridad Alimentaria).
- Global GAP (Buenas Prácticas Agrícolas).
- IFS Food (Estándar Internacional por Características).
- SQF (Alimentos de Calidad Segura).

3. Embajadores del Campo

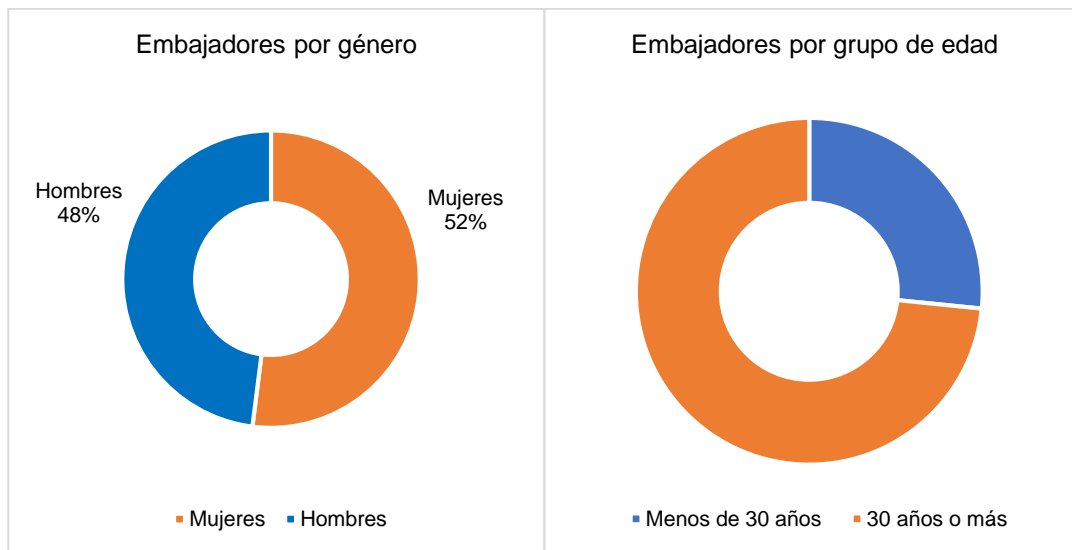
El campo, sus manos, sus caras y sus flores son un humo sagrado para aquel que está dispuesto a ir tierra adentro; ir al origen. Por fortuna, Aires de Campo hizo justo eso: atravesar senderos, valles y faldas de volcanes para encontrar productores con un profundo amor por lo que hacen y entrelazarlos en una red de distribución capaz de llevar sus creaciones más allá de donde les permite ver el sol.

• Así somos

102-7, 102-8, 102-41, 401-1, 405-1

La familia de Aires de Campo está formada actualmente por **93 Embajadores del Campo** con contrato permanente, que son muestra de que lo bueno empieza desde casa.

Nos enorgullece distinguirnos por ser una empresa inclusiva y promotora de la equidad de género, muestra de ello es que nuestra plantilla la conforman el 52% mujeres y el 48% hombres. Además abrimos las puertas a la experiencia que aportan las personas de la tercera edad, contando con 2 Embajadores de este grupo.

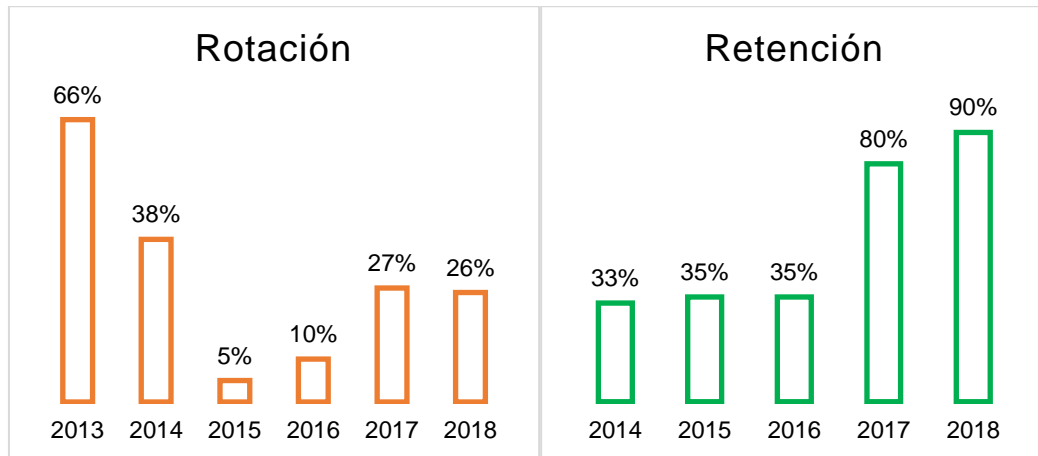


En 2018 se incorporaron a la familia 27 nuevos *Embajadores del Campo*.

Actualmente, nuestros colaboradores no forman parte de asociaciones colectivas o sindicatos.

Nos interesa que la familia de Aires de Campo permanezca unida y satisfecha con su trabajo, por lo cual consideramos un gran logro haber podido mantener nuestra tasa de

rotación en un nivel menor al 30% desde 2014; y que nuestra tasa de retención haya sido del 90% en 2018.



• Lo bueno de ser embajador

401-2, 401-3, 404-1, 404-3

Nuestros *Embajadores del Campo* permanecen en la empresa no sólo por amor a lo que hacen, sino porque aquí encuentran beneficios superiores a los que podría haber en otros lugares. No nos limitamos a lo que establece la Ley Federal del Trabajo, sino que buscamos darles más a quienes trabajan para que nuestros productos lleguen cada día a más hogares mexicanos:

- ✓ 30 días de aguinaldo.
- ✓ 30% de prima vacacional.
- ✓ 5 días de vacaciones iniciales con goce de sueldo.
- ✓ Ayuda para gastos de transportación (traslado del domicilio del colaborador a la empresa y viceversa).
- ✓ Bonos trimestrales de acuerdo con la evaluación de desempeño profesional.
- ✓ Aumento del sueldo anual con relación al porcentaje de inflación.

En Aires de Campo formamos una familia, por ello fomentamos la integración de los equipos de todas las áreas a través de dinámicas que permitan la convivencia y el conocimiento mutuo en un ambiente relajado, como el desayuno semanal (realizado desde años anteriores), en el que los propios Embajadores preparan los alimentos utilizando nuestros productos.

Porque creemos en el aprendizaje continuo y el desarrollo de nuestros Embajadores, durante 2018 brindamos capacitación en diversos temas, como: *empaques sustentables y buenas prácticas de almacenamiento y manufactura, global market, control de plagas y desarrollo de proveedores.*

Consideramos también importante medir los avances y retos de cada colaborador, por lo cual realizamos cada año una evaluación de desempeño profesional, en la que éste es evaluado de forma perceptiva por su jefe inmediato en estos rubros:

- Conocimiento del trabajo.
- Calidad del trabajo.
- Iniciativa.
- Cooperación.
- Juicio y sentido común.
- Capacidad para aprender nuevas tareas.

Durante 2018, una de nuestras colaboradoras tuvo periodo de incapacidad por maternidad, sin embargo, al término de su periodo de maternidad ya no se reincorporó a sus actividades laborales.

• Los Gurús del Campo

102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23

Nuestro Consejo de Administración, a quien decidimos denominar los *Gurús del Campo*, está compuesto por 1 Presidente y 5 Consejeros. Los miembros del Consejo fueron elegidos desde la fundación de Aires de Campo y sus principales actividades consisten en:

- Analizar los riesgos y oportunidades de la empresa.
- Atender situaciones de relevancia corporativa.
- Supervisar que se cumplan los estatutos internos.

Existe además un Comité Técnico (compuesto por 5 colaboradores), creado con el objetivo de analizar temas como el desarrollo de nuevos productos y la implementación de estrategias.

El Consejo de Administración delega las actividades relacionadas a todos los aspectos económicos, sociales y ambientales a través de la Dirección General y 4 gerencias:

- Gerencia de Investigación y Desarrollo (temas ambientales y sociales).
- Gerencia de Operaciones (temas ambientales).
- Gerencia de Administración y Finanzas (temas económicos).
- Gerencia Comercial (temas económicos).

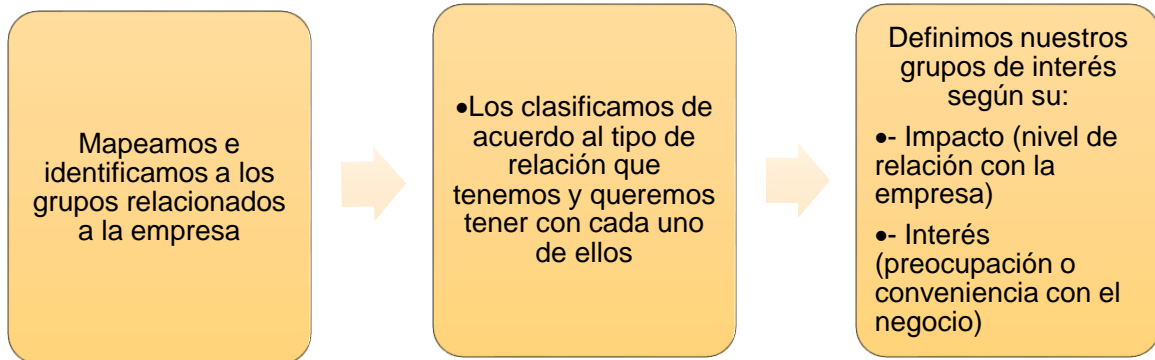
La Presidenta del Consejo es Guadalupe Latapí García, Fundadora de Aires de Campo, quien actualmente ocupa una posición estratégica dentro de la empresa mediante el cargo de Gerente de Investigación y Desarrollo.

• La importancia de dialogar

102-17, 102-40, 102-42, 102-43

Con el objetivo de poder identificar a los principales grupos de interés con los que mantenemos relación, realizamos en 2016 un proceso de priorización y mapeo con el apoyo de una empresa de consultoría de sustentabilidad.

Este fue el proceso que seguimos: *(se sugiere hacer un gráfico para representar este proceso)*:



Los resultados arrojaron que los grupos más cercanos a Aires de Campo y a quienes nos interesa involucrar más en nuestras operaciones, para sensibilizarlos respecto a lo que significa ser buenos de origen, son:

- Clientes
- Consumidores
- Empleados
- Proveedores (productores, emprendedores, comunidades agrarias, etc.)

Por otro lado, existen grupos con quienes también nos relacionamos continuamente y que tienen interés y ejercen influencia en el negocio, pero de forma indirecta, como son:

- Accionistas
- Gobierno
- Junta Directiva
- Instituciones financieras

Es relevante identificar a nuestros grupos de interés, no sólo para enfocar los esfuerzos de mejor forma, sino para lograr establecer estrategias de diálogo más efectivas que nos ayuden a conocer a profundidad sus expectativas y cómo podemos responder a ellas. Mantener el diálogo con estos grupos refuerza además nuestro compromiso por promover la transparencia hacia el interior y exterior de la empresa; por hacer bien las cosas.

Un diálogo efectivo es posible mediante la implementación de canales de comunicación bidireccional específicos para cada uno de nuestros grupos de interés identificados.

(Aquí sugiero hacerlo como una tabla donde cada grupo de interés se identifique con un ícono)

Cientes:

- Juntas quincenales y mensuales, en las cuales se revisa el estatus de las ventas, indicadores de crecimiento, presentación de nuevos productos y negociación de términos comerciales.

Productores:

- Cuestionario anual, a través del cual los productores detallan sus actividades, comparten cómo les ha beneficiado en su actividad comercial y también a la comunidad la relación que mantienen con Aires de Campo y expresan también sugerencias de mejora.
- Contacto con la Red de Productores, gestionado a través del área de Compras, para atender y dar seguimiento a temas relacionados con pagos, órdenes de compra y cualquier otra situación que pueda llegar a afectar la relación comercial que se tiene con ellos.
- Reunión anual (Día del Proveedor) entre los productores y Aires de Campo, cuya finalidad es presentarles las novedades y cambios en la empresa, así como mantenerlos al día en materia de certificaciones orgánicas.

Gobierno

- Junta de Directiva (Consejo), la cual se realiza 2 veces al año para revisar el crecimiento y los temas más relevantes relacionados con la operación, ventas, administración y sostenibilidad de la empresa.

Consumidores

- Medios masivos y redes sociales, a través de los cuales damos información acerca de las novedades, promociones, lanzamientos de nuevos productos y resultados; y a la vez atendemos las dudas o comentarios de cualquier público interno o externo que se ponga en contacto con nosotros.
 - Línea de atención telefónica: 53 57 60 00
 - Twitter: @aires_de_campo
 - Facebook: Aires de Campo
 - YouTube: Aires de Campo
 - Instagram: airesdecampo
 - Sitio Web: www.airesdecampo.com
 - Reporte Anual de sustentabilidad

Estos canales de comunicación también están abiertos para denunciar cualquier tipo de acto que transgreda nuestro Código de Ética al interior de la organización.

Damos cumplimiento a la Ley Federal de Protección de Datos Personales mediante la publicación del Aviso de Privacidad correspondiente en nuestro sitio web, comprometiéndonos con nuestros usuarios a no hacer uso indebido de la información que proporcionan a través de cualquiera de nuestros medios de comunicación.

- **Sin planeta no hay campo**

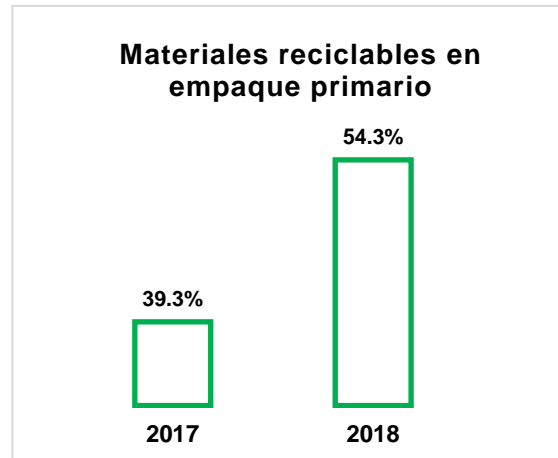
102-29, 301-1, 301-2, 305-1, 306-2, 308-2

En consistencia con nuestro compromiso de promover la sustentabilidad en todos sentidos, el 54.3% de los productos que comercializamos tienen ya un empaque primario (que está en contacto directo con el producto) hecho de materiales reciclables, como:

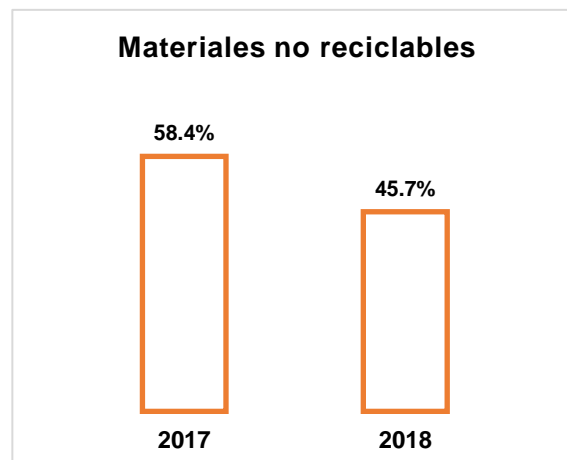
- Envase de vidrio: 25.5%

- Plástico reciclable: 15%
- Envase de cartón (pulpa de cartón): 8.5%
- Envase de cartón laminado (Tetrapak): 5.3%

Esto representa un aumento del 38% en nuestros empaques reciclables.



De igual forma, hubo una disminución del 20% en la utilización de materiales no reciclables para la elaboración de empaques primarios.



En lo que respecta a la estrategia de distribución de Aires de Campo, contamos con 10 unidades de transporte propias, que durante 2018 recorrieron 173,344 km; lo que equivale a 43.33 toneladas de CO₂.

Respecto al manejo de residuos, tanto de oficina como de almacén, estos se clasifican para después ser entregados a la empresa ASECA S.A de C.V, por el servicio de recolección y tratamiento de residuos peligrosos y no peligrosos.

4. Amigos del Campo

Tras enfrentar el diluvio, los periodos de sequía, las semillas que no germinaron, las que crecieron sin medida, las gallinas que se despidieron, las manos que se cansaron y las voces que negociaron, un producto de la más alta calidad, con todas las certificaciones necesarias para ser considerado orgánico, logra concluir su camino y llegar hasta la mesa de miles y miles de mexicanos que quieren llenar sus platos de sabores reales y nutrientes sin alteración. A todos los que hacen posible que nuestros productos puedan ser adquiridos por quienes prefieren lo bueno de origen, nuestro mayor agradecimiento para que nuestro trabajo pueda continuar y hallar un propósito lejos del campo.

- Una amistad que perdura
- Nuestras manos amigas

102-4, 102-6

Extendimos el alcance geográfico de Aires de Campo a través de nuestros *Amigos del Campo*, nuestros clientes, quienes cumplen la función de intermediarios entre nosotros y los consumidores. Gracias a esto, podemos llevar a todo México productos buenos de origen, pues se enfocan a diferentes sectores.

Actualmente, tenemos 6 canales de venta: Autoservicio, *Foodservice*, Centro de Atención Telefónica (CAT), Biocentro Querétaro, Tiendas especializadas y Centros de Consumo.

Autoservicio

Nacional, a través de clientes de retail:

- Soriana y Mega Soriana
- City Club
- Sam's
- Farmacia San Pablo
- Chedraui
- H.E.B
- La Comer
- Superama
- Super San Francisco de Asís
- Calimax
- Alsuper
- Tiendas Garcés
- Nutrisa
- Casa Ley
- Arteli

***Foodservice* y Centro de Atención Telefónica (CAT):**

Nacional, con alcance directo a CDMX, Estado de México, Puebla y Toluca. Las entregas son por medio del Centro de Distribución de Querétaro en plazas como Querétaro, Guanajuato, Michoacán y San Luis Potosí; las entregas foráneas diferentes a las localidades mencionadas son a través de líneas transportistas externas.

Biocentro Querétaro

Su venta es únicamente en Querétaro.

Tiendas especializadas

- Tiendas naturistas
- Tiendas orgánicas (Green Corner, entre otras).

Centros de consumo

- Restaurantes
- Cafeterías
- Hoteles

• Lo bueno que hacemos para ti

102-2, 102-7, 416-1, 416-2, 417-1, 417-2, 419-1

Autoservicio

Contamos con 82 productos agrupados en 6 categorías:

- Abarrotes
- Huevo
- Carnes
- Bebidas
- Lácteos
- Varios (infusiones, pasta, vinagres, etc.)

El 95% de la venta se concentra en las 3 primeras categorías.

En 2018 lanzamos tres nuevos productos: Caldo de Pollo, Granolita y Palanqueta.

Foodservice

Existen 98 productos agrupados en 5 categorías:

- Abarrotes
- Carnes
- Bebidas
- Lácteos
- Varios

El 97.4% de las ventas se concentra en las 2 primeras categorías.

En 2018 integramos 15 productos cuya presentación se modificó: Arroz Blanco e Integral Morelos, Huevo Orgánico y a granel, y se lanzaron nuevas presentaciones de infusiones.

Centro de Atención Telefónica (CAT)

Contamos con 208 productos agrupados en 9 categorías:

- Carnes
- Abarrotes
- Lácteos
- Bebidas
- Lácteos-Sustitutos
- Panadería
- Varios
- Frescos
- Salud

El 81.4% de las ventas se concentra en las 2 primeras categorías.

Biocentro Querétaro

Tenemos un catálogo de más de 600 productos, agrupados en 13 categorías:

- Carnes
- Abarrotes
- Bebidas
- Salud
- Lácteos
- Hogar
- Varios
- Panadería
- Lácteos-Sustitutos
- Congelados
- Frescos
- Material de empaque
- Refrigerados

Nuestra marca Aires de Campo se asegura que todos sus productos estén etiquetados con base en el marco jurídico aplicable:

- Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.
- Norma NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados).
- Ley de Productos Orgánicos (Reglamento y los lineamientos de la mencionada ley, así como la normatividad específica a cada producto).

Cuidamos a detalle que el etiquetado incluya toda la información referente a la denominación orgánica del producto, que es nuestra oferta de valor, así como el resto de los datos obligatorios:

- Nombre o denominación del alimento.
- Contenido neto; marca.
- Etiquetado frontal de exhibición.
- Lista de ingredientes.
- Información nutrimental.

- País de origen.
- Condiciones de conservación.
- Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del responsable del producto.
- Fecha de caducidad y lote.

La Ley de Productos Orgánicos establece además que estos deben declarar su estatus orgánico, por lo que todos nuestros productos incluyen en el etiquetado:

- Distintivo nacional.
- Número de certificado orgánico.
- Número de identificación del organismo de certificación.
- Lista de ingredientes orgánicos debidamente identificados.
- Mención de que el producto se encuentra libre de OGMs.

Todos los diseños de etiquetas, bolsas, latas, etc. de los productos que comercializamos bajo nuestra marca Aires de Campo pasan estrictamente por la revisión y/o actualización bajo este marco jurídico antes de irse a impresión.

Es importante mencionar que también distribuimos productos de otras marcas, en este caso, es responsabilidad del fabricante realizar el etiquetado. Sin embargo, nosotros hacemos una validación para asegurar que la información contenida cumpla con la normatividad vigente.

Uno de los 3 grandes beneficios que ofrecemos a nuestros consumidores es que nuestros productos son saludables, por ello solicitamos siempre una muestra al proveedor antes de enviar un lote completo o al momento de recibirlo por parte del productor, con la finalidad de realizar análisis microbiológicos, bromatológicos y fisicoquímicos, así como sensoriales, con lo cual garantizamos que cada producto es seguro para el consumo humano.

Además realizamos testeos durante la fase de almacenamiento, de acuerdo con nuestro plan de muestreo. El objetivo de estos análisis es asegurar la calidad e inocuidad de nuestros productos; asegurar que efectivamente son buenos de origen.

Adicionalmente, en algunos productos, como granos y cereales, hacemos análisis para identificar metales pesados, aflatoxinas y residuos de plaguicidas.

Si se presenta la situación de que algún producto no cumple con las especificaciones de calidad o inocuidad, en función de la etapa de la cadena de suministro en que se detecta la irregularidad, este puede ser rechazado y no entrar en nuestros procesos; o bien, ser enviado directamente a destrucción, que es un acto regulado fiscalmente por considerarse un producto no apto para el consumo humano.

En caso de que un producto contenga un nivel aceptable de calidad e inocuidad, es decir, que sea apto para consumo humano, pero no cumpla con las especificaciones de calidad para entrar a la venta, entonces se envía a donación.

En este sentido, en 2018 realizamos la donación de producto por un valor de \$417,626 MXN a dos organizaciones:

- Fundación Nutrición y Vida, A.C.
- La Tablée des Chefs, A.C.

En Aires de Campo estamos comprometidos con que todos nuestros productos contengan los más altos estándares de calidad, para que nuestros *Amigos del Campo*, nuestros consumidores, queden satisfechos con su compra. Sin embargo, al trabajar con productos elaborados manualmente, sin producción en masa, existe siempre cierto margen de fallo.

Durante 2018 recibimos un total de 38 quejas, relacionadas, mayormente con: Huevo, Arroz, Pollo, Lácteos, Frijoles y Granos (Avena, Granola, etc.).

El 50% de las quejas fueron por cuestiones de calidad (Sabor, Caducidad y Deterioro del producto), 26% por presencia de plaga, 16% por contener materia extraña y el 8% restante por otras razones (el producto no coincidía con su pedido, entre otras).

Atendimos el 100% de las quejas, investigando las causas, haciendo reposición del producto al cliente, otorgando notas de crédito y kits de productos.

Asimismo, realizamos pláticas informativas con los productores de los artículos que recibieron quejas para reducir al mínimo este tipo de situaciones.

En 2016, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) nos realizó una auditoría, como resultado recibimos una sanción administrativa por incumplimiento a la NOM-251 de Prácticas de Higiene para el Proceso de Alimentos, Bebidas o Suplementos Alimenticios. Con relación a esto, para 2018 este organismo resolvió que la empresa debía pagar una multa. Actualmente, el área Legal de Aires de Campo se encuentra en el proceso de impugnación de dicha multa.

De igual forma, durante el año realizamos lo siguiente para dar solución y cumplimiento a la norma:

1. Comenzamos con la modificación y reemplazo de etiquetas de la Sal de Mar. Durante 2019 se continuará corrigiendo esto en todos los puntos de venta.
2. Corregimos las etiquetas de nuestras infusiones y las reemplazamos en todos los puntos de venta.
3. Entregamos a COFEPRIS información relacionada con el arroz blanco. En 2019 se dará seguimiento a esta investigación.

• Lo que nos importa contarte

102-46, 102-47, 103-1, 103-2

A fin de cumplir puntualmente con los estándares establecidos por el *Global Reporting Initiative* (GRI), realizamos el Análisis de Materialidad de la empresa. El objetivo de este es identificar los temas que reflejan nuestras necesidades como negocio, las de nuestros grupos de interés y del sector al que pertenecemos; y que consideramos esenciales para garantizar la sustentabilidad de Aires de Campo.

Análisis Externo

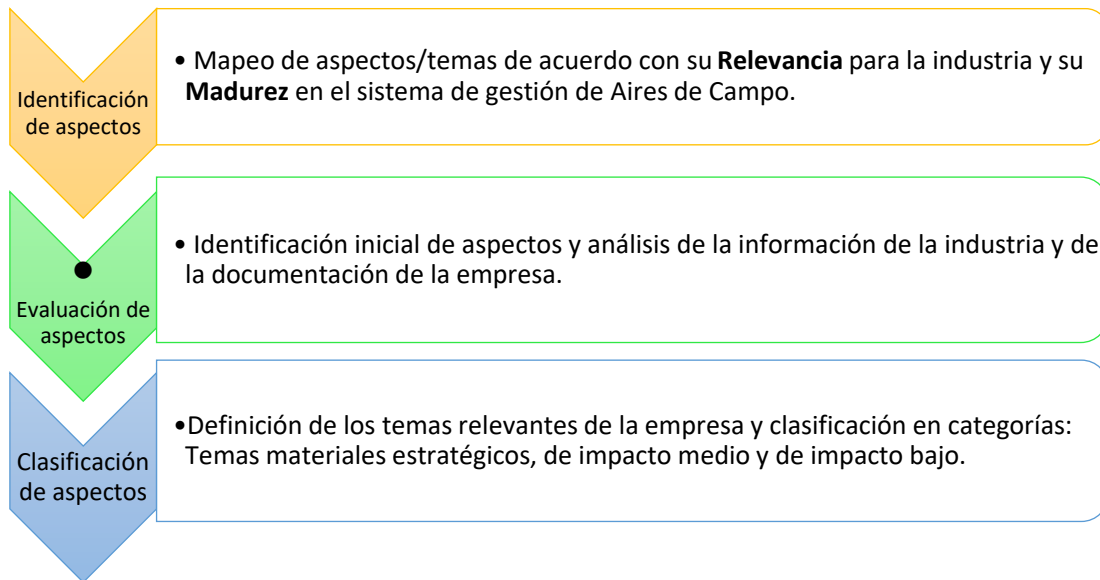
- Análisis de enfoque de temas especializados en sustentabilidad en el sector de alimentos y bebidas (DJSI, GRI)
- Análisis de enfoque de sustentabilidad de empresas del sector de productos orgánicos
 - Referentes Internacionales

Análisis Interno

- Análisis documental de:
 - Sistema de gestión
 - KPIs relacionados
 - Estrategia de sustentabilidad
 - Filosofía organizacional
- Mesa de trabajo con actores clave internos para:
 - Definición de temas estratégicos
 - Establecimiento de objetivos y compromisos por tema de enfoque estratégico
 - Generación de DMA

Definimos nuestros temas materiales bajo la siguiente metodología:

(se sugiere realizar un gráfico con las etapas del proceso):



Como resultado de este análisis identificamos 14 temas materiales estratégicos y 4 de impacto medio. Para ubicar cada uno de los temas en la matriz de materialidad dividimos la gráfica en dos partes, a fin de observar claramente los temas de mayor relevancia en el sector, así como la necesidad de fortalecer la gestión de estos; con miras a incrementar su grado de madurez y convertirlos paulatinamente en temas materiales estratégicos.

Temas materiales estratégicos identificados:

● **Económicos**

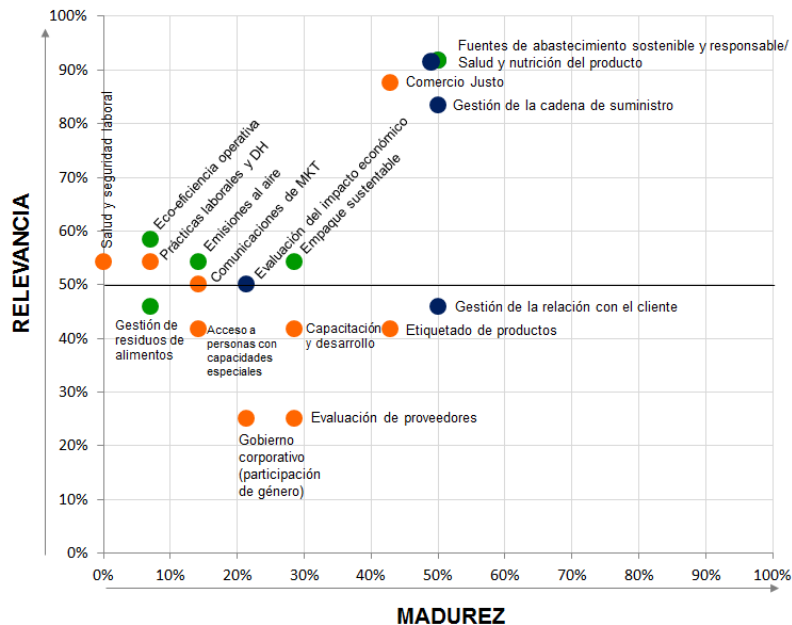
- Gestión de la cadena de suministro.
- Salud y nutrición del producto.
- Gestión de la relación con el cliente.

● Ambientales

- Fuentes de abastecimiento sostenible y responsable (químicos, maquinaria y GMO).
- Empaque sustentable.
- Eco - eficiencia operativa.
- Emisiones al aire.
- Gestión de residuos de alimentos.

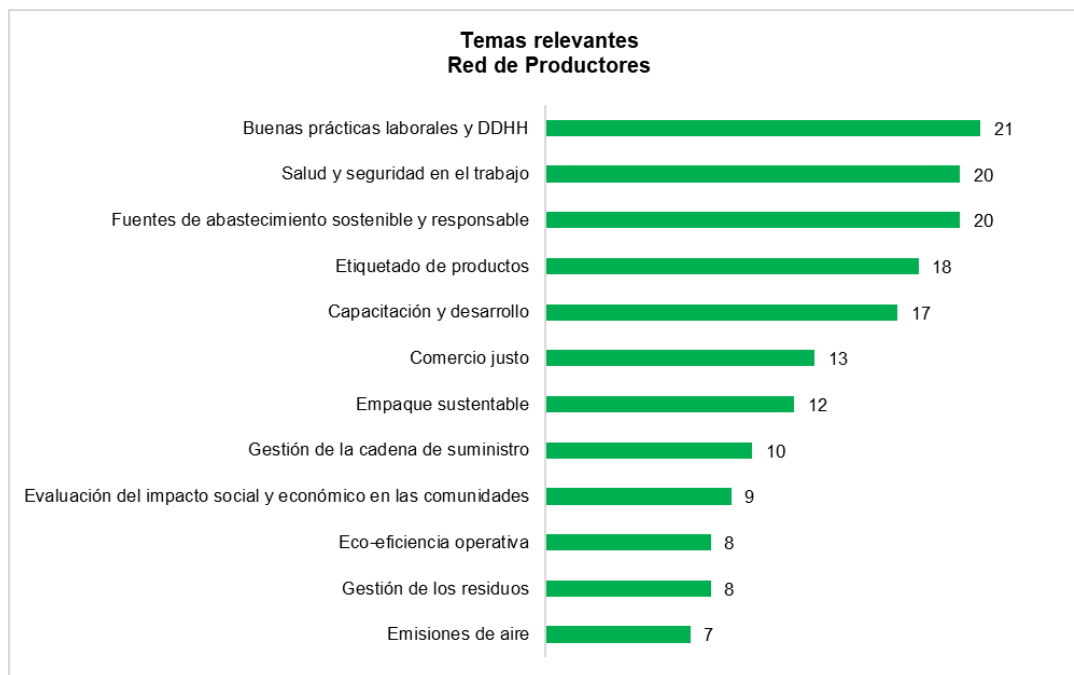
● Sociales

- Salud y seguridad laboral.
- Prácticas laborales y DDHH.
- Comercio justo.
- Etiquetado de productos.
- Comunicaciones de MKT.
- Capacitación y desarrollo.



Estos temas materiales aplican para todo el interior de la organización y sus entidades (Tiendas o Biocentro).

De manera adicional y con la finalidad de validar los temas relevantes con algunos de nuestros principales grupos de interés, aplicamos de forma periódica un cuestionario a nuestra Red de Productores para conocer el nivel de importancia que daban a cada uno de los temas materiales dentro de su negocio y en sus distintas actividades. Estos fueron los resultados:



- Datos que debes saber**

102-1, 102-3, 102-5, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-55

Es el 7° año consecutivo que en Aires de Campo S.A de C.V presentamos nuestro Informe Anual de Sustentabilidad, el cual da cuenta de las acciones que realizamos de enero a diciembre de 2018 en materia medioambiental, social y económica, así como los beneficios derivados de nuestras actividades de producción orgánica, que nos permiten ofrecer una gama de productos con la garantía de ser buenos de origen.

Para conocer el alcance de las acciones generadas por toda la cadena de suministro de Aires de Campo, nos dimos a la tarea de recopilar información de las distintas actividades realizadas en este periodo por cada una de las áreas internas del corporativo.

Hicimos también una consulta de las operaciones realizadas durante 2017 y 2018 por 23 productores de nuestra Red, que representan el 58% del total.

Toda la información contenida en este informe fue revisada y validada por la Gerencia de Investigación y Desarrollo, en conjunto con la Dirección General de Aires de Campo, y es presentada con base en los Estándares GRI, de conformidad esencial, que incluye matriz de materialidad. Reportamos en total 75 indicadores.

Este año, como parte de nuestra estrategia y compromiso con la sustentabilidad, también nos alineamos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que forman parte de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y que busca reducir las problemáticas globales para generar un impacto positivo en el mundo.

Los objetivos que abordamos están enfocados en el impacto directo e indirecto que generamos como parte de nuestras actividades empresariales.

Impacto Directo



Impacto Indirecto



Para información adicional sobre este informe, contactar al:

Área de Investigación y Desarrollo

Teléfono: 53 57 60 16

Correo: reportedesustentabilidad@airesdecampo.com

Oficina sede Aires de Campo: Prolongación Ingenieros Militares no.316, Col. San Lorenzo Tlaltenango, Delegación Miguel Hidalgo, Ciudad de México.

Tabla de contenidos Estándares GRI (en archivo Excel)