

MEMORIA  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL **2011**  
CORPORATIVA



*Tomás Pascual Gómez-Cuétara*  
*Presidente*

GRUPO  
LECHE PASCUAL, S.A.



AVDA. MANOTERAS, 24  
TELF. 91 203 55 33  
FAX 91 766 77 26  
28050 MADRID

**Red Pacto Mundial España**

C/ Núñez de Balboa, 116  
5ª Planta Puerta 27  
28006 Madrid

Noviembre de 2011

Estimados señores,

A pesar de los intensos cambios sociales y empresariales acaecidos en estos últimos años, Grupo Leche Pascual no ha cambiado un ápice su concepción social de la compañía. Frente al entorno de ralentización del crecimiento, continuamos trabajando con la mirada puesta en el largo plazo, con una legítima aspiración de sostenibilidad en el sentido más amplio. Seguimos entendiendo la empresa con vocación de perdurabilidad, alineada con su entorno, incluso con mayor intensidad en estos momentos de dificultad.

En este contexto, los principios recogidos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas entroncan perfectamente con nuestra filosofía empresarial, tanto en lo relativo al respeto de los derechos humanos y laborales, como en la lucha contra la discriminación en el empleo y la protección del medio ambiente. Como Empresa Familiarmente Responsable, seguimos apostando por las personas, transmitiendo un estilo de dirección acorde con las expectativas de nuestros empleados y fomentando la conciliación, la igualdad y la integración.

En 2010, la estrategia de Leche Pascual ha pasado igualmente por reforzar los valores que distinguen a nuestros productos, por redoblar los esfuerzos en innovación y por incidir en la excelencia y el cuidado del entorno medioambiental para mejorar la competitividad. Más concretamente, y en relación al principio 8, por el que las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental, incorporamos como objetivo del próximo año la extensión del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual a áreas no exclusivamente industriales de la compañía.

Por todo ello, me es grato comunicar la renovación de la adhesión al Pacto Mundial de Grupo Leche Pascual, para de esta forma seguir profundizando en las políticas de responsabilidad social que plantean los diez principios del Global Compact.

Atentamente,

# MEMORIA RESPONSABILIDAD SOCIAL **2011** CORPORATIVA



## Responsables de la realización de esta memoria:

- Consejo de Administración del Grupo Leche Pascual
- Comisión Delegada del Consejo de Administración de Responsabilidad y Acción Social
- Departamento de Personas, Excelencia y RSC
- Departamento de Comunicación Externa

# ÍNDICE

<b>01. Presentación</b>	<b>5</b>	<b>5. Dimensiones de la gestión responsable</b>	<b>97</b>
Carta del Presidente	6	<b>5.1 Calidad de vida de los consumidores</b>	<b>98</b>
Acerca de este informe	8	Objetivos 2011	99
Asuntos relevantes de Responsabilidad Social Corporativa en 2011	12	Desarrollo de la Estrategia NAOS en Grupo Leche Pascual	100
<b>2. Perfil de Grupo Leche Pascual</b>	<b>17</b>	Política de puertas abiertas en los centros productivos	121
Historia	18	<b>5.2 Sector primario y cadena de suministro</b>	<b>122</b>
Misión, Visión y Valores	20	Objetivos 2011	123
Plan estratégico 2011-2015	25	Proveedores agropecuarios	125
Marcas	26	Proveedores no agropecuarios	144
Organización y hechos relevantes	27	Sistema Integrado de Gestión en la cadena de suministro	148
Dimensiones principales	30	Otras acciones de mejora en la cadena de suministro	150
Reconocimientos en 2011	33	<b>5.3 Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio</b>	<b>152</b>
<b>3. Gestión Responsable</b>	<b>39</b>	Objetivos 2011	153
<b>3.1 Introducción</b>	<b>40</b>	Orientación al cliente	154
Nuestra aproximación	41	Alianzas y acuerdos de colaboración	156
Dimensiones de la gestión responsable	42	Servicio y satisfacción de clientes	157
<b>3.2 Enfoque de gestión</b>	<b>52</b>	Diálogo con clientes: participación en ferias sectoriales y patrocinios de certámenes hosteleros	161
Objetivos 2011	53	Proyectos de colaboración innovadores con clientes: conociendo al shopsumer (comprador – consumidor)	165
Despliegue del proyecto de empresa	54	<b>5.4 Atención prioritaria al factor humano</b>	<b>166</b>
Programas de Pascual Excelencia	56	Objetivos 2011	167
Organización y comunicación de la responsabilidad corporativa en Leche Pascual	61	Modelo de gestión de personas	169
Compromiso con iniciativas externas	64	Desarrollo y formación de los equipos	178
<b>3.3 Gestión económica</b>	<b>68</b>	Conciliación, igualdad e integración	183
Contexto	69	Seguridad y salud laboral	190
Resultados económicos	70	Comunicación interna	194
Impactos económicos en comunidades locales: zonas geográficas de implantación	73	<b>5.5 Compromiso con el medio ambiente</b>	<b>196</b>
<b>4. Gobierno Corporativo</b>	<b>81</b>	Objetivos 2011	197
Objetivos 2011	82	Plan de Sostenibilidad de Grupo Leche Pascual	199
Órganos de gobierno corporativo de la Corporación Empresarial Pascual	83	Eje 1: reducción de consumo de energía y agua	201
Transparencia económica y contable	90	Eje 2: reducción de emisiones	208
Autorregulación interna	92	Eje 3: minimización de residuos y vertidos	214
		Eje 4: implicación de toda la organización	220
		<b>5.6 Actuación responsable ante la sociedad y liderazgo en los sectores y mercados</b>	<b>224</b>
		Objetivos 2011	226
		Actuación responsable ante la sociedad	228
		Liderazgo en los sectores y mercados	258





---

## PRESENTACIÓN

---

Grupo Leche Pascual defiende una concepción de la empresa sostenible, con vocación de perdurabilidad y alineada con su entorno. Las iniciativas impulsadas en 2011 en esta materia han estado vinculadas a colectivos y sectores clave como los productores del campo, los hosteleros y el pequeño comercio, los clientes de distribución moderna, los sectores y competidores, los empleados, las asociaciones de comerciantes, los consumidores o las comunidades locales y regionales.

# CARTA DEL PRESIDENTE



En España la industria de alimentación y bebidas arrojó en 2011 una cifra de negocio de más de 80.000 millones de euros, contribuyendo a la economía nacional con cerca del 8% del producto interior bruto. Al mismo nivel, o por encima, que la automoción y las tecnologías de la información. El valor económico del sector agroalimentario español sólo se ve superado por el turístico. Pero no podemos olvidar que agroalimentación y turismo están fuertemente interrelacionados y tienen un punto en común multiplicador: la cultura gastronómica de nuestro país, mundialmente reconocida. Todos estos sectores combinados: agroalimentación, turismo, hostelería y gastronomía, que suponen alrededor del 17% del PIB y se complementan de forma natural, pueden resultar agentes revulsivos para superar la crisis y volver al crecimiento.

En momentos difíciles como el actual, ¿por qué no hablar también de responsabilidad social compartida?. ¿Por qué no abogar por una visión de la empresa en la sociedad basada, ya no únicamente en el análisis de su relación individual con los grupos de interés más cercanos, sino en una legítima aspiración de alcanzar compromisos conjuntos entre compañías y entre sectores en pos de un bien común?. Impulsemos la creación de riqueza desde una perspectiva más amplia, a partir de un modelo de búsqueda del bien colectivo, en el que la defensa de los

---

intereses corporativos no sea incompatible con la cooperación empresarial o sectorial.

Como fabricante y distribuidor de productos de alimentación, Grupo Leche Pascual tiene una responsabilidad en el impulso de este activo de nuestra economía que al principio citaba. Y lo hace preservando el crecimiento de la empresa pero, a la vez, considerando el impacto de su actividad en el entorno socioeconómico. Nos referimos siempre al hablar de responsabilidad corporativa a la apuesta por una gestión responsable, materializada en una relación equilibrada con los grupos que integran nuestra cadena de valor. Desde la sostenibilidad del sector primario trabajando mano a mano con ganaderos y agricultores, pasando por la contribución al mantenimiento del tejido empresarial minorista, hasta llegar al compromiso con la salud de los consumidores. Tanto la familia propietaria como la propia empresa Leche Pascual han seguido en 2011 vinculadas a colectivos y sectores clave como los productores del campo, los hosteleros, el pequeño comercio, los clientes de distribución moderna, los competidores, las asociaciones de comerciantes, las comunidades locales y regionales... Por supuesto, el consumidor es sujeto de especial atención, facilitándole un equilibrio entre los distintos factores en juego en la decisión de compra: precio, calidad, innovación y servicio. Pero no sólo relacionándonos con el consumidor, aspiramos asimismo a transmitir al ciudadano

hábitos de vida saludables y formación en valores a través de la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara.

En esta línea trabajamos desde siempre en Grupo Leche Pascual, agrupando señas de identidad muy diversas: inversión en innovación para una alimentación sana y saludable; materia prima de calidad; tecnología en los procesos; formación de los consumidores en hábitos de vida saludables... La excelencia en la gestión, el desarrollo de los compromisos como Empresa Familiarmente Responsable y el respeto medioambiental han jalonado igualmente en 2011 nuestra estrategia de responsabilidad corporativa.

El presente y el futuro de Leche Pascual pasa, además, por el desarrollo de proyectos de internacionalización, con socios locales de reconocido prestigio, para ir más allá de la simple exportación. El objetivo es desarrollar nuevos negocios de productos que Pascual conoce bien, como los yogures de larga vida y la soja.



**Tomás Pascual Gómez-Cuétara**  
Presidente del Grupo Leche Pascual

**IMPULSAMOS UN MODELO  
DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL COMPARTIDA,  
CONTRIBUYENDO AL  
DESARROLLO DE COLECTIVOS  
Y SECTORES CLAVE DE  
NUESTRA ECONOMÍA**

---

**ESTE INFORME DESCRIBE  
LAS ACTIVIDADES DE LA  
COMPAÑÍA DESDE LA  
VISIÓN MÁS AMPLIA DE  
LA SOSTENIBILIDAD Y EL  
CRECIMIENTO EMPRESARIAL  
A LARGO PLAZO**

# ACERCA DE ESTE INFORME

## Período cubierto

**Enero-Diciembre 2011**

## Alcance y cobertura

Este informe describe las principales actividades relacionadas con la responsabilidad social corporativa de Grupo Leche Pascual en 2011. Los contenidos se presentan con una nueva estructura para facilitar su lectura y maximizar su valor de acuerdo al marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

### 1. Presentación

- Carta del Presidente
- Acerca de este informe
- Principales magnitudes
- Asuntos relevantes de responsabilidad social corporativa en 2011

### 2. Perfil de Grupo Leche Pascual

- Misión, Visión y Valores
- Orígenes
- Marcas
- Estructura y organización
- Dimensiones principales
- Reconocimientos en 2011

### 3. Gestión Responsable

- 3.1 Introducción
- 3.2 Enfoque de gestión
- 3.3 Gestión económica

### 4. Gobierno Corporativo

- Órganos de gobierno corporativo
- Transparencia económica y contable
- Autorregulación interna

### 5. Dimensiones de la gestión responsable

- 5.1 Calidad de vida de los consumidores
- 5.2 Sector primario y cadena de suministro
- 5.3 Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio
- 5.4 Atención al factor humano
- 5.5 Compromiso con el medio ambiente
- 5.6 Actuación responsable ante la sociedad y liderazgo en los sectores y mercados





**SE CONTEMPLAN  
LAS PRINCIPALES  
INICIATIVAS, PROYECTOS Y  
ACONTECIMIENTOS SOCIALES,  
MEDIOAMBIENTALES Y  
ECONÓMICOS DE 2011**

# ACERCA DE ESTE INFORME

## Principios seguidos para su elaboración

Para la elaboración de la memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Grupo Leche Pascual 2011 se ha seguido la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, versión 3.1, del Global Reporting Initiative (GRI). Asimismo, los contenidos de la memoria 2011 se han confeccionado de acuerdo al Suplemento del Sector de Alimentación del GRI (Sustainability Reporting Guidelines & Food Processing Sector Supplement).

El [principio de materialidad](#) se contempla en la memoria al recoger el documento las principales iniciativas, proyectos y acontecimientos sociales, medioambientales y económicos de Leche Pascual en 2011. La memoria también incluye referencias a la sociedad matriz, la Corporación Empresarial Pascual, con el objetivo de ayudar a explicar y poner en contexto determinadas estrategias de Grupo Leche Pascual, perteneciente a este holding familiar, vinculadas al gobierno corporativo, el medio ambiente, la organización o la acción social de la familia propietaria.

La explicación de las políticas, cuadros, gráficos, resúmenes e indicadores de la memoria reflejan los impactos sociales, ambientales y económicos más relevantes, siguiendo el [principio de exhaustividad](#) del GRI para permitir a los grupos de interés evaluar el desempeño de la organización. También se observa el [principio](#)

[de equilibrio](#) al reflejarse los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización, así como de [comparabilidad](#), mostrando con gráficos los cambios experimentados con el paso del tiempo en diversos ámbitos de la responsabilidad social corporativa.

Igualmente, se halla integrado el [principio de participación de los grupos de interés](#) a través de la descripción detallada de las relaciones con los principales stakeholders de la compañía como clientes, proveedores, tanto del sector primario como de bienes y servicios, empleados, administraciones públicas, asociaciones empresariales y sectoriales, consumidores y comunidades locales.

La memoria 2011 ofrece una visión de la actividad de la compañía dentro del contexto más [amplio de la sostenibilidad](#), plasmada en el compromiso con valores de crecimiento a largo plazo, perdurabilidad de la empresa familiar y respeto medioambiental.

Otros principios del G3 tenidos en cuenta han sido los principios de precisión, periodicidad, fiabilidad y claridad.

SCUAL

Yogur  
post-fermentado después de la fermentación

LECHE  
PASCUAL  
nuestro modo de ver

### Principales Magnitudes

<b>Facturación:</b>	764 millones € (Corporación Empresarial Pascual: 811)
<b>EBITDA:</b>	75,9 millones €
<b>Ratio EBITDA/ventas:</b>	9,9% ratio
<b>Deuda financiera neta:</b>	289,1 millones €
<b>BAI:</b>	19,1 millones €
<b>Recursos propios:</b>	268 millones €
<b>Plantilla media</b>	2.317 empleados (Corporación Empresarial Pascual: 2.765 empleados)
<b>Facturación internacional:</b>	27 millones €



# ASUNTOS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN 2011



ÁREA O DIMENSIÓN DE LA GESTIÓN RESPONSABLE	ASUNTOS RELEVANTES	INDICADORES
GOBIERNO CORPORATIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supervisión de la estrategia de RSC en la Comisión de Responsabilidad y Acción Social del Consejo.</li> <li>Incremento de la <b>transparencia</b>: contable y auditoría interna.</li> <li>Vigencia del <b>Código de Conducta</b> de los empleados y de <b>Pascual Directo</b>: el canal abierto de Leche Pascual.</li> <li>Autorregulación externa: renovación de la adhesión al <b>Pacto Mundial</b> en 2011.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>56% de los consejeros</b> son independientes en el consejo de administración de Grupo Leche Pascual.</li> <li><b>5 reuniones</b> de la Comisión de Responsabilidad y Acción Social del Consejo.</li> <li><b>85 auditorías internas</b> completadas en los centros de trabajo y sobre los sistemas y procesos.</li> </ul>
DESARROLLO DEL MODELO DE GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulso al proyecto <b>Pascual Excelencia</b>, basado en el modelo EFQM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.155 personas</b> involucradas de <b>43 áreas</b> en el programa Excelente.</li> <li><b>40 líderes y 375 participantes</b> en el programa Lidera.</li> <li><b>Programa Procesa</b>: redefinición del mapa de procesos de la compañía.</li> </ul>
CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo en Leche Pascual de la <b>Estrategia NAOS</b>.</li> <li>Política de <b>puertas abiertas</b> de las instalaciones industriales.</li> <li><b>Innovación de productos</b> orientados a la comodidad y la salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Lanzamientos</b>: Pascual Omega 3, nuevos formatos de Mantequilla Ligera Pascual, Bifrutas en lata y Pascual Fresh.</li> <li>Adhesión al <b>Código PAOS</b> (Autorregulación de la publicidad dirigida a menores).</li> <li><b>3,7 millones</b> de euros invertidos en programas y entidades para la <b>promoción deportiva</b>: olímpico y base.</li> <li><b>Deporte en la empresa</b>: 767 participantes en 13 deportes.</li> <li><b>18.500 consumidores formados</b>: comunicación directa para orientar hacia la dieta sana y equilibrada.</li> <li><b>14.930 visitantes</b> a los centros productivos.</li> </ul>

ÁREA O DIMENSIÓN DE LA GESTIÓN RESPONSABLE	ASUNTOS RELEVANTES	INDICADORES
SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolidación del <b>Sistema Integrado de Gestión</b> en la cadena de suministro según las normas de Calidad (ISO 9000), Medio Ambiente (ISO 14001), Seguridad Alimentaria (ISO 22000), BRC y OHSAS 18001.</li> <li>Promoción de un marco estable con el sector ganadero a través de una <b>correcta gestión del aprovisionamiento</b>.</li> <li>Mantenimiento de la apuesta por la <b>seguridad alimentaria en origen</b>.</li> <li><b>Enfoque sostenible</b> en la producción primaria de leche basado en el cuidado de su impacto medioambiental y en criterios de eficiencia productiva.</li> <li>Extensión del programa <b>Proveedores Responsables a los proveedores no agropecuarios</b>.</li> <li>Plan de acción del área de Aseguramiento de la Calidad para mejorar el <b>grado de satisfacción</b> del consumidor, en coordinación con el departamento de Atención al Consumidor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>97% de la recogida de leche recogida bajo contrato homologado.</li> <li>225 ganaderos proveedores, el 42% del total, <b>certificados en el Programa de Seguridad Garantizada</b>.</li> <li>900.000 gallinas ponedoras acogidas a la legislación de bienestar animal.</li> <li>1.000 hectáreas, 40 agricultores y una repetición de cultivo del 85% en el proyecto agronómico de cultivo de soja.</li> <li>50 Verificaciones de Calidad a más proveedores críticos en sus propias instalaciones.</li> <li>Disminución del 46,33% en el indicador de <b>reclamaciones por millón de envases</b>.</li> </ul>
ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Refuerzo de la <b>red comercial propia</b>.</li> <li>Continuación de las <b>alianzas para generar negocio</b> distribuyendo nuevas marcas de prestigio.</li> <li>Incremento de la <b>satisfacción de clientes</b>.</li> <li>Mejora en el <b>servicio y atención a los clientes</b>.</li> <li>Intensificación del <b>diálogo con clientes y consumidores</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 nuevas delegaciones comerciales en Bilbao y Pamplona.</li> <li><b>Proyecto Diversia:</b> incorporación de Helados Farggi.</li> <li><b>Puesto 14 en el top 20</b> de <i>Advantage Group</i> de satisfacción de clientes de distribución moderna.</li> <li>17% <b>ratio positivo</b> en la proporción entre las opiniones favorables, medias y des favorables de los encuestados.</li> <li>83,34% de percepción favorable en la encuesta de satisfacción de clientes de <b>hostelería organizada</b>.</li> <li>Desarrollo del Comité de Servicio sobre Incidencias de clientes originadas en la entrega de mercancía.</li> <li>Aplicación del concepto de <b>"pedido perfecto"</b>.</li> <li>8 ferias y certámenes de hostelería con presencia de Leche Pascual en Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana, Castilla y León.</li> </ul>



97% de la recogida de leche recogida bajo contrato homologado



Proyecto Diversia: incorporación de Helados Farggi



# ASUNTOS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN 2011



ÁREA O DIMENSIÓN DE LA GESTIÓN RESPONSABLE	ASUNTOS RELEVANTES	INDICADORES
ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantación de un <b>modelo de gestión de personas</b> basado en tres pilares:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Valores corporativos.</li> <li>Sistema de Competencias.</li> <li>Pilares del Líder Excelente.</li> </ul> </li> <li>Desarrollo del <b>modelo Empresa Familiarmente Responsable</b>: apuesta por la formación, la conciliación y la igualdad.</li> <li>Impulso de la <b>formación de los empleados</b> y de la <b>prevención de riesgos</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El <b>83%</b> de los centros de trabajo mejoran sus percepciones en la encuesta <b>Great Place to Work</b>.</li> <li>457 personas sometidos al <b>Sistema de Gestión del Desempeño</b> con un grado de calidad del 90%.</li> <li><b>17% de aumento de la inversión en formación</b> por empleado y año.</li> <li>Auditoría de renovación de la certificación EFR: de <b>empresa comprometida a empresa proactiva</b>.</li> <li>Más de 50 compañeros celebraron sus <b>bodas de plata en la empresa</b>.</li> <li>2,14% de la plantilla con <b>discapacidad</b>.</li> <li><b>92% de contratación indefinida</b></li> <li>4 pilares del <b>Plan Estratégico de Comunicación Interna</b>.</li> </ul>
COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo del <b>Plan de Sostenibilidad Ambiental</b> que tiene como objetivos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>» Reducir el consumo de energía y recursos.</li> <li>» Reducir las emisiones.</li> <li>» Minimizar la generación de residuos y vertidos.</li> <li>» Implicar a toda la organización.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>500 vehículos comerciales híbridos</b> para la red comercial.</li> <li>Cogeneración: ahorro de 91,4 millones de kWh y reducción de 18.460 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.</li> <li>Ahorro de energía 2010-2011: más de 12 mill kWh/año.</li> <li>Grupos de trabajo de ahorro de agua.</li> <li>Minimización de residuos: entre el 85 y el 90% de los residuos totales son valorizados.</li> </ul>

ÁREA O DIMENSIÓN DE LA GESTIÓN RESPONSABLE	ASUNTOS RELEVANTES	INDICADORES
ACTUACIÓN RESPONSABLE EN LA SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomento de la nutrición sana a través del Instituto Tomás Pascual para la Nutrición y la Salud.</li> <li>Desarrollo del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).</li> <li>Comunidad y empresa: mecenazgo y acción social en Grupo Leche Pascual.</li> <li>Compromiso con la comunidad de los empleados: Grupo de Voluntariado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 cátedras con universidades. 6 obras publicadas y colaboración con 15 entidades vinculadas a la investigación o la difusión de la salud por parte del Instituto Tomás Pascual Sanz.</li> <li>13 programas formativos impartidos por el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).</li> <li>1 millón de kilos de productos donados a 30 bancos de alimentos.</li> <li>2 millones de euros invertidos en patrocinios declarados de interés público.</li> <li>381.000 euros destinados a proyectos de mecenazgo y acción social.</li> <li>Participación en 14 asociaciones empresariales y profesionales con una aportación de 149.000 euros.</li> <li>14 campañas de voluntariado y 325 participantes de diferentes áreas.</li> </ul>
LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento de una relación fluida y equilibrada con las administraciones comunitarias, estatales, autonómicas y locales.</li> <li>Representación de la empresa ante todos los niveles de la Administración.</li> <li>Presencia en las principales asociaciones sectoriales.</li> <li>Fomento de la competitividad en el seno de los foros e instituciones sectoriales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 millones de euros en subvenciones públicas.</li> <li>Cortes Generales: participación en el Programa Empresa-Parlamentarios con 10 diputados y senadores adheridos en 2011.</li> <li>Castilla y León: el Vicepresidente Segundo y Consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León, Tomás Villanueva, visitó el complejo de Aranda de Duero.</li> <li>Andalucía: visitas a la planta de Palma de Río del Europarlamentario europeo Andrés Perelló y de la Comisión de Agricultura del Parlamento andaluz.</li> <li>Presidencia de 4 asociaciones sectoriales (Asozumos, AEAZN, Inovo y Asociación de Leche Líquida de FeNIL).</li> <li>221.000 euros aportados a 9 asociaciones sectoriales en los negocios en los que opera Leche Pascual.</li> <li>Seguimiento de las principales propuestas legislativas tanto nacionales como comunitarias.</li> </ul>



1 millón de kilos de productos donados a 30 bancos de alimentos



Presidencia de 4 asociaciones sectoriales



Foto ganadora concurso medioambiental.  
**Jaume Mos (Mocay, Girona).**



---

## PERFIL DEL GRUPO LECHE PASCUAL

---

Grupo Leche Pascual, empresa de capital cien por cien familiar, líder de la calidad e innovación en alimentación, inició su andadura en 1969 y cuenta ya con una gama de más de 200 productos, 9 plantas, 22 delegaciones y 2.300 empleados. Su principal actividad es la preparación y el envasado de leche, café, yogures y otros derivados lácteos, zumos, agua mineral, bebidas y otros productos a base de soja, huevo líquido ultra-pasteurizado y tortillas.

Desde 2008, complementando su portfolio con otros productos de valor añadido, Leche Pascual firma acuerdos de distribución con empresas como Agua Pedras Salgadas, Kellogg's, Heinz y Faggi, para atender especialmente la hostelería, sin olvidar el canal de alimentación tradicional, en el que Leche Pascual tiene acreditada e histórica implantación.

# HISTORIA

Tomás Pascual Sanz, que durante la posguerra comenzó a trabajar a los doce años vendiendo bocadillos en la estación de Aranda de Duero (Burgos), había conseguido una notable reputación como distribuidor de alimentos y fabricante de piensos en la zona cuando, en 1969, la central lechera que existía en Aranda de Duero entró en quiebra. La Caja de Ahorros de Burgos le pidió entonces que se hiciera cargo y salvara de la desaparición a aquella cooperativa envasadora. De esta forma se marca el inicio de una exitosa aventura empresarial.

## Los 70: fundación

- **Empresario fundador:** tesón, esfuerzo humano, pocos recursos.
- Desarrollo de procesos industriales para la comercialización de productos de larga vida: formato brik y proceso de uperización.

## Los 80: crecimiento

- Mejora de la calidad de la materia prima en las explotaciones.
- Creación de una amplia red comercial.
- **Apuesta por la innovación:** leche descremada y semidesnatada.
- **Inicio de la diversificación de productos:** zumos, agua mineral.
- Inicio de las campañas asociadas a la calidad.

## Los 90: expansión

- **Descentralización** de la infraestructura industrial.
- Mejora de la gestión.
- **Incremento de la diversificación:** funcionales, yogures de larga vida.
- Intensificación de la comunicación de las marcas vinculadas a la salud.

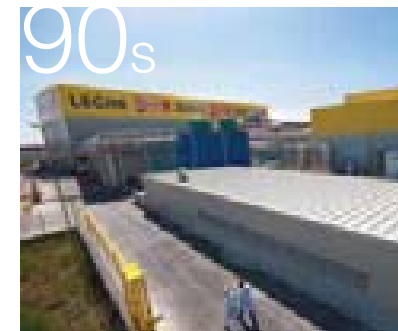
### Los 70: fundación



### Los 80: crecimiento



### Los 90: expansión





## Siglo XXI:

### 2000-2005:

#### Expansión y diversificación

- Entorno económico próspero, facilidad de crédito.
- Gran esfuerzo inversor.
- Desarrollo de nuevos negocios: soja.

### 2006-2008:

#### Consolidación y transformación

- Desaceleración de la economía.
- Crecimiento de la marca de la distribución.
- Cambio generacional en la propiedad.
- Reducción de las inversiones.
- Consolidación del portfolio de productos.
- Impulso a la gestión de personas y de procesos.
- Transición ordenada.

### 2009-2010. Racionalización

- Entorno económico muy adverso.
- Ajuste de la capacidad productiva.
- Foco en marcas líderes.
- Apuesta decidida por la gestión.

### 2011-2015. Expansión y valor

- Estancamiento de la demanda en España.
- Algunas categorías maduras.
- Proyecto de empresa: **visión, misión y valores renovados**.
- Proyectos relativos al negocio:  
**Plan Estratégico 2011-2015**. Foco en las oportunidades de negocio:
  - » Desarrollo de categorías con recorrido.
  - » Apalancamiento en la potencia de la red capilar.
  - » Desarrollo internacional.

## PROYECTO DE EMPRESA: VISIÓN, MISIÓN Y VALORES RENOVADOS

### 2000-2005: Expansión y diversificación



### 2006-2008: Consolidación y transformación



### 2009-2010: Racionalización



### 2011-2015: Expansión y valor



# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

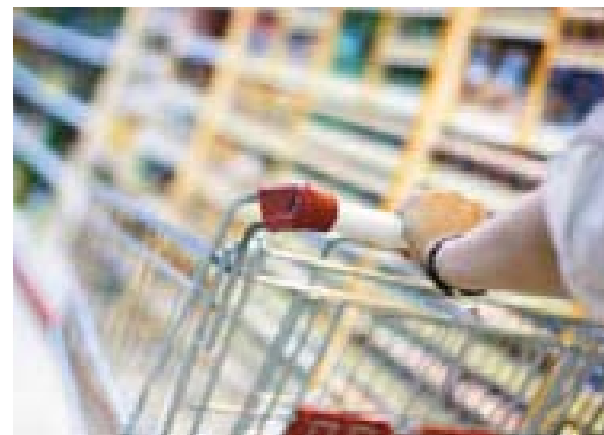
**SE SIENTAN LAS BASES  
DEL FUTURO CON EL APOYO  
EN UNA SERIE DE PRINCIPIOS  
QUE HAN DE GUIAR EL  
CAMINO DE LECHE PASCUAL  
EN LOS PRÓXIMOS AÑOS**

Grupo Leche Pascual es una sociedad perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual, holding que agrupa todos los negocios alimentarios y no alimentarios de la familia Pascual Gómez-Cuétara. La corporación incluye, además del subholding de alimentación, otras sociedades como La Quinta- negocio inmobiliario y de ocio; Peache – empresa constructora; y Correduría de Seguros Pascual- negocio de intermediación de seguros.

La compañía ha venido trabajando a lo largo de 2011 en el diseño de un nuevo **proyecto de empresa** que define el marco estratégico general para los próximos años, con una **visión y misión corporativas renovadas**, así como con unos **valores** con una definición y unos comportamientos asociados actualizados. De esta forma, se sientan las bases del futuro con el apoyo en una serie de principios que han de guiar el camino de Leche Pascual en los próximos años.

## LA VISIÓN

**“QUEREMOS SER TU  
EMPRESA, FAMILIAR  
Y GLOBAL, REFERENTE PARA  
LA SOCIEDAD Y LÍDER EN  
ALIMENTACIÓN  
DE CALIDAD.”**



---

## LA MISIÓN

---

### *¿Quiénes somos?*

Somos una empresa familiar, con un conjunto de valores consolidado y diferenciador, referente en el sector de la alimentación.

### *¿Para qué estamos?*

Estamos comprometidos en satisfacer las necesidades de los consumidores, ofreciéndoles salud, nutrición, calidad de vida y bienestar y ser un aliado de referencia para los clientes.

### *¿Cómo lo haremos?*

Basamos nuestro desarrollo en la diversificación e independencia, liderando los mercados con productos y servicios innovadores, de calidad y con marca, y con un compromiso de superación permanente y colectivo para alcanzar la excelencia en la gestión.

### *¿Qué conseguiremos?*

De esta forma conseguiremos la fidelidad de consumidores, clientes y colaboradores, ser una empresa en continua progresión, que trascienda y genere valor de forma sólida y los resultados de forma ética y sostenible.



**SOMOS UNA EMPRESA  
FAMILIAR, CON UN CONJUNTO  
DE VALORES CONSOLIDADO  
Y DIFERENCIADOR,  
REFERENTE EN EL SECTOR  
DE LA ALIMENTACIÓN**

---

# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

## LOS VALORES



### **SUPERACIÓN**

Mejorar lo que hacemos, incluso lo que hacemos bien.

Es un espíritu que mueve a las personas a alcanzar mayores metas removiendo las dificultades u obstáculos que pudieran presentarse en su camino.



### **ORIENTACIÓN AL CLIENTE**

Fomentar la buena imagen de la empresa.

Es la determinación que nos lleva a tener al cliente presente en todas nuestras actuaciones, cualquiera que sea la actividad que se desempeñe en la organización. Esta voluntad se manifiesta en todas las relaciones cliente-proveedor, incluso las de carácter interno.



### **INNOVACIÓN**

Adaptarnos muy rápido a los cambios.

Es la actitud de todos de mejorar constantemente introduciendo elementos novedosos en el trabajo; no consiste sólo en generar ideas sino también en hacerlas realidad e inspirar a los demás para que alcancen metas superiores.



### **CALIDAD**

Hacer el trabajo bien a la primera.

Es una aspiración que define nuestra forma de ser y de actuar; orienta nuestra actividad a procesos que satisfacen a clientes; nos lleva a trabajar en base a hechos y datos, no en opiniones; nos obliga a mostrar el máximo respeto por las personas.



### **CERCANÍA**

Saber escuchar de forma activa, con sencillez en el trato.

Es una disposición personal, permanente, de cuidar de las personas con las que te relacionas.



### **COMPROMISO**

Defender y transmitir la cultura y los valores de la empresa.

Es la voluntad de compartir y hacer propio el proyecto de empresa implicándote en la consecución de los objetivos comunes con tu equipo.



### **CONFIANZA**

Cumplir, siempre, con los compromisos adquiridos.

Es una actitud positiva hacia las personas y equipos sobre sus intenciones y sobre sus comportamientos, en la certeza de que cumplirán sus compromisos.





# PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

El plan **Horizonte 2015** marca las líneas de actuación estratégicas para los próximos años. Este plan estratégico se asienta y se construye desde lo que se ha denominado el **proyecto de empresa** concebido en 2011.

Con el **Plan Estratégico Horizonte 2015** Grupo Leche Pascual da un paso adelante para asegurar el futuro de la compañía. Este plan se traduce en una serie de iniciativas de diversificación y crecimiento.



**GRUPO LECHE PASCUAL  
ASEGURA EL FUTURO  
DE LA COMPAÑÍA  
MEDIANTE INICIATIVAS  
DE DIVERSIFICACIÓN Y  
CRECIMIENTO**

## INICIATIVAS DEL PLAN ESTRATÉGICO HORIZONTE 2015



- 1.** Desarrollar el proceso de **internacionalización** centrado en yogures de larga vida y soja.



- 2.** Mantener una posición de referencia en el **mercado lácteo** nacional.



- 3.** Alcanzar el estatus de **proveedores de referencia** de la hostelería, poniendo en valor la red capilar de comercialización y distribución para completar y ampliar el portfolio de productos.



- 4.** Ser pioneros en soluciones nutricionales para **personas con desequilibrios en la salud**.



- 5.** **Desarrollo del negocio actual** con foco en desarrollo de marcas líderes y rentabilidad sostenida.

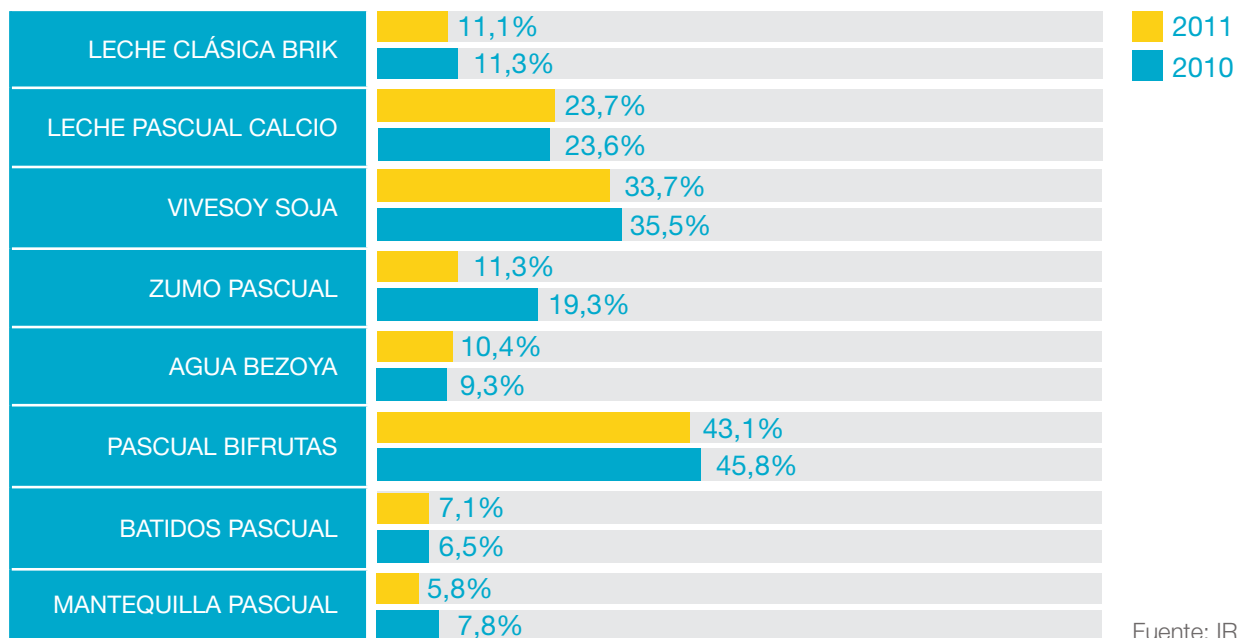
# MARCAS



## Familias de Productos:

- Leche, batidos, nata, mantequilla
- Agua Mineral Natural
- Bifrutas
- Productos de Soja
- Zumos
- Yogures y postres
- Café
- Productos del huevo

## Cuotas de mercado de las principales marcas de Leche Pascual (valor)



# ORGANIZACIÓN Y HECHOS RELEVANTES

Tomás Pascual Gómez Cuétara ha ostentado en 2011 la condición de presidente de Grupo Leche Pascual, apoyado por un Comité de Dirección formado por los responsables de las siguientes direcciones:

- Dirección Financiera y Corporativa (Corporación)
- Dirección de Personas y Excelencia (Corporación)
- Dirección de Auditoría Interna (Corporación)
- División Internacional
- Dirección de Red y distribución capilar
- Dirección de Marcas y Distribución Moderna
- Dirección de Cadena de Suministro
- Dirección Planificación, Desarrollo e Innovación

Los acontecimientos más relevantes en 2011 desde el punto de vista general o corporativo son los siguientes:

## Crecimiento orgánico

La integración de Caffè Mocay en Grupo Leche Pascual, cristalizada en 2011, ha motivado cambios que han afectado a la estructura comercial de la compañía. Las sinergias entre las redes comerciales de Mocay y de Leche Pascual han permitido incorporar a la red comercial las delegaciones de la empresa cafetera en León, Guipúzcoa, Gerona, Las Palmas y Tenerife.

Además, en febrero, Leche Pascual estrenó su [delegación comercial de Bilbao](#) para dar servicio directo al mercado del País Vasco tanto con la gama de productos Pascual como de Mocay, con más de 20 empleados en las áreas de administración, almacén y equipo comercial, mil metros cuadrados de superficie y una capacidad de 765 palets.

El siguiente paso se dio en el mes de mayo con la inauguración de la [delegación de Grupo Leche Pascual en Navarra](#), combinando la distribución de productos Mocay y Pascual. Situada en Galar, es la primera delegación del grupo en ventas de Caffè Mocay con más de 700 clientes en la provincia y su equipo está formado por 13 personas del área comercial, administración y logística.

Previamente, en el mes de marzo, el equipo al completo de la [delegación de Asturias](#) se trasladó a una nueva delegación comercial situada en Lugo de Llanera.



**LA INTEGRACIÓN DE CAFFÈ MOCAY EN GRUPO LECHE PASCUAL, CRISTALIZADA EN 2011, HA MOTIVADO CAMBIOS QUE HAN AFECTADO A LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA**

## HELADOS FARGGI SE INTEGRA EN EL PROYECTO DIVERSIA DE GRUPO LECHE PASCUAL

# ORGANIZACIÓN Y HECHOS RELEVANTES

### Acuerdos comerciales

Grupo Leche Pascual y Helados Farggi, empresa dedicada a la producción de helados y pastelería premium, llegaron a principios de 2011 a un acuerdo por el que los productos de Farggi entran a formar parte del catálogo comercial de Leche Pascual. En concreto, la red comercial distribuye estos productos en los mercados de Horeca y alimentación tradicional. Esta alianza se encuadra en el proyecto Diversia de Grupo Leche Pascual, que incluye las marcas Agua de Pedras, Kellog's, Heinz y Caffé Mocay.

### Cambios organizativos

A fin de impulsar algunos de los proyectos del Plan Estratégico Horizonte 2015 y optimizar la estrategia de marketing y ventas, la compañía ha realizado en 2011 una reestructuración de su organización comercial. Así, la antigua Dirección General Comercial se transforma en una doble unidad con funciones claramente diferenciadas:

- **Dirección de Marcas y Distribución Moderna:** para diseñar las estrategias de marketing y desarrollo de las marcas de Grupo Leche Pascual, además de gestionar el canal de distribución moderna.
- **Dirección de Red y Distribución Capilar:** con la

misión de llevar a cabo toda la labor de distribución de los productos a través de la red comercial del grupo, con más de 800 empleados repartidos en 22 delegaciones.

### Alianzas industriales

Grupo Leche Pascual y la empresa francesa Andros han culminado en 2011 el acuerdo de colaboración para desarrollar la actividad industrial de la planta de Frixia en La Serna de Iguña (Cantabria). Esta alianza supone un proyecto de crecimiento de la mano de Andros para la fabricación de yogures y postres lácteos, con generación de empleo adicional. A lo largo de este año se ha producido en La Serna la botella de leche de 1,5 litros de Leche Pascual.

Además, Grupo Leche Pascual ha continuado comprando leche a los ganaderos de Cantabria. En concreto, más de 66 millones de litros en 2011 procedentes de 77 explotaciones.

---

## Desarrollo internacional

La internacionalización constituye uno de los ejes principales de crecimiento que se ha marcado Leche Pascual para los próximos años, no sólo a través de la exportación de sus productos, sino también mediante alianzas con otros grupos en los países donde pretende implantarse.

Grupo Leche Pascual aspira a triplicar el peso del negocio internacional en sus ventas en un plazo de cinco años mediante su implantación en mercados como Venezuela, Filipinas o la India.

Entre sus proyectos más avanzados se encuentra el de [Venezuela](#), donde a finales de 2010 la compañía alimentaria suscribió un acuerdo de colaboración con Empresas Polar para la construcción de una planta de yogures de larga vida en la localidad venezolana de Valencia. En el año 2011 han continuado los trabajos para la construcción de las instalaciones industriales y la previsión es que la planta comience a operar en 2012.

## EL DESARROLLO INTERNACIONAL CONTEMPLA TRIPlicar EL VOLUMEN DE VENTAS EN UN PLAZO DE CINCO AÑOS

---

---

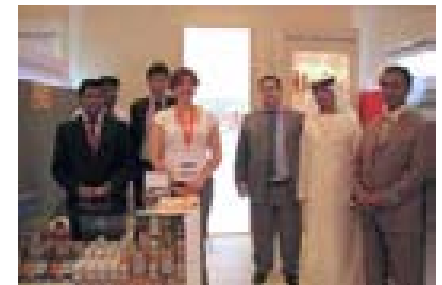
### La División Internacional de Leche Pascual está actualmente presente en 70 países:

- **EUROPA:** con presencia en un gran número de países europeos a través de la comercialización de Zumo Pascual y bebidas de soja ViveSoy. La compañía cuenta con una delegación propia en Portugal.
  - **ASIA:** comercializando productos lácteos, especialmente yogures y batidos, en la zona de Oriente Medio, así como trabajando en el desarrollo de nuevos mercados en el sudeste asiático.
  - **ÁFRICA:** a lo largo y ancho de todo el continente, los yogures de larga vida Pascual gozan de una gran aceptación en más de veinte países, adaptándolos a los gustos del consumidor africano. En Angola, Pascual es la marca líder del mercado de yogures. La gama de soja ViveSoy está teniendo también un gran éxito en África.
  - **AMÉRICA:** en 1999, Grupo Leche Pascual obtuvo la homologación "Grado A" que otorga la Federal and Drug Administration (FDA), de los EEUU, siendo la primera empresa láctea que puede exportar yogures a dicho país. Esta homologación posteriormente obtuvo la calificación de 100 puntos, el máximo. Leche Pascual también está presente en más de diez países caribeños, centro y sudamericanos.
- 



#### Leche Pascual participó en la feria Prodexpo 2011 de Moscú.

En febrero de 2011, Leche Pascual ha participado en la feria de alimentación Prodexpo en Moscú. La División Internacional comenzó a vender en abril en el mercado ruso con un alto potencial para productos como Vivesoy o Zumos Pascual.



#### Leche Pascual presente en la Feria Gulfood de Dubai

Grupo Leche Pascual ha participado en la Feria Gulfood que tuvo lugar desde el 27 de febrero hasta el 3 de marzo de 2011 en Dubai. Este año España fue el país invitado con más de 120 empresas representadas.

# DIMENSIONES PRINCIPALES

## Principales magnitudes 2011



NOMBRE:	Grupo Leche Pascual, S.A
SEDE SOCIAL:	Aranda De Duero (Burgos). Oficinas centrales en Madrid
EMPRESA FAMILIAR DE CAPITAL 100% ESPAÑOL	
FACTURACIÓN AÑO 2011:	764 millones € facturación (Corporación Empresarial Pascual: 811 millones)
FACTURACIÓN INTERNACIONAL:	27 millones €
EMPLEO DIRECTO:	2.317 (Corporación Empresarial Pascual: 2.765 personas)
INVERSIÓN EN FORMACIÓN POR EMPLEADO Y AÑO:	930 € Empleado/año
RED COMERCIAL:	820 Personas
SOPORTE LOGÍSTICO:	1.542.900 Palets de larga distancia 358.331 Palets de corta distancia 500 Camiones diarios de larga distancia 300 Transportistas autónomos de corta distancia
FÁBRICAS:	9
DELEGACIONES COMERCIALES:	22
LÁCTEOS ENVASADOS:	436,9 millones de litros/kilos
BEBIDA DE ZUMO Y LECHE ENVASADA:	78 millones de litros
ZUMOS Y NÉCTARES ENVASADOS:	29 millones de litros
BEBIDA DE SOJA ENVASADA:	48,6 millones de litros
AGUA ENVASADA:	403 millones de litros
RESTO DE PRODUCTOS PRODUCIDOS Y DISTRIBUIDOS:	47 millones de litros/kilos
CERTIFICACIONES:	ISO 9000, 14000, 22000, OHSAS, BRC, EFR, IFS.

MAGNITUDES 2011		
	Fact. (MM€)	Plantilla media
Grupo Leche Pascual	764	2.317
Otros negocios industriales*	72,2	195
La Quinta	11,4	158
Peache	14,4	50
Corporación Individual*	5,5	40
Correduría*	0,9	5
Corporación Empresarial Pascual**	811	2.765

\*La mayor parte de la facturación de la Correduría de Seguros Pascual y de otros negocios industriales (Zumos Palma, Agropecuario, Arteovo y Agua Mineral Siete Valles) tiene como destinataria a la sociedad Grupo Leche Pascual.

\*\*La facturación del grupo consolidado representa la facturación a terceros, sin incluir aquella realizada a sociedades de la corporación.

EVOLUCIÓN 2010-2011		
Grupo Leche Pascual	2010	2011
Facturación	797 millones €	764 millones €
Ebitda	80 millones €	75,9 millones €
Ratio Ebitda/ventas	10%	9,9%
Deuda financiera neta	293,6 millones €	289,1 millones €
Nº empleados (plantilla media)	2.480	2.317



#### DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR CANAL COMERCIAL (VOLUMEN)

- Distribución moderna 52,91%
- Distribuidores 16,59%
- Rutas de hostelería 12,86%
- Rutas de alimentación 7,62%
- Hostelería organizada 5,08%
- Internacional 4,04%
- Hostelería industrial 0,60%
- Otros 0,30%



#### DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR NEGOCIOS (VOLUMEN)

- Lácteos 40,67%
- Agua 38,66%
- Bífrutas 7,48%
- Soja 4,66%
- Otros 4,51%
- Zumos y néctares 2,78%
- Yogur 1,24%



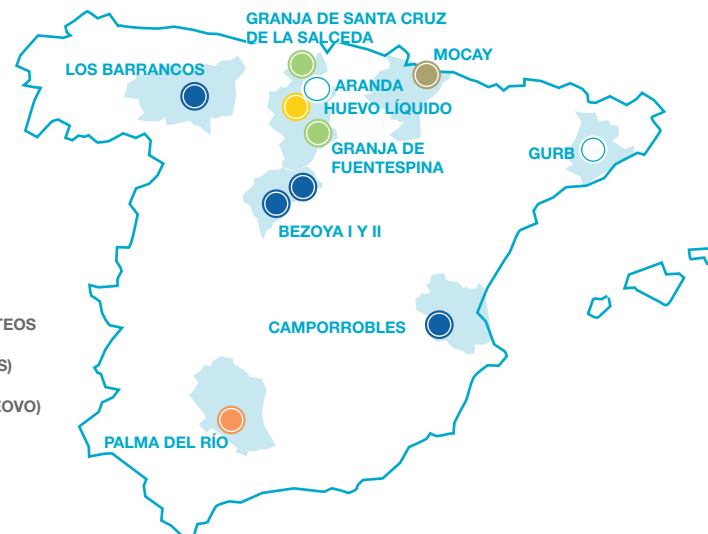


# DIMENSIONES PRINCIPALES



**CENTROS DE TRABAJO:  
DELEGACIONES**

**CENTROS DE TRABAJO:  
FÁBRICAS**



- LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS
- AGUAS (GLP Y SIETE VALLES)
- HUEVO Y DERIVADOS (ARTEOVO)
- ZUMOS PALMA
- GRANJA
- CAFÉ

---

# RECONOCIMIENTOS EN 2011

---

## Reputación corporativa

---

- **Enero. Leche Pascual en el top 3 de las empresas más admiradas por los empresarios de Castilla y León.**

Según la encuesta de la revista Castilla y León Económica a directivos de compañías de la Comunidad, el Grupo Antolín es la empresa cuya evolución más admiran los empresarios de Castilla y León. A continuación se sitúan el Grupo Siro, Leche Pascual, Renault España, Viajes Halcón y Aciturri Aeronáutica.

- **Enero. Leche Pascual entre las tres marcas más valoradas de Castilla León según un estudio de la Universidad de Salamanca.**

Renault es la marca más popular de Castilla y León para los salmantinos, según el estudio realizado por la Universidad Pontificia de Salamanca. A continuación, los salmantinos identifican a Halcón Viajes por delante del Grupo Leche Pascual, Grupo Siro, El Árbol, Campofrío, Michelín, El Corte Inglés y Tierra de Sabor.

- **Marzo. Premios Qcom-es: Leche Pascual “mejor empresa privada”.**

En los primeros 'Premios Qcom.es 2010' al sector agrolimentario, Grupo Leche Pascual resultó galardonada como “mejor empresa privada” por parte de este medio de comunicación.

- **Abril. Leche Pascual, entre las cincuenta compañías con mejor reputación en el ranking Merco.**

En el ranking de empresas, Grupo Leche Pascual asciende ocho posiciones para situarse en el puesto 44 de las compañías españolas con mejor reputación. Leche Pascual ocupa este año la primera posición de las empresas castellanoleonesas del ranking, seguida por el Grupo Siro en el puesto 66. En el sector alimentario, Leche Pascual ocupa el cuarto lugar.

Por su parte, Tomás Pascual Gómez-Cuétara se sitúa por primera vez entre los cincuenta líderes con mejor reputación, ocupando la posición 48 en entre los empresarios españoles.

**LECHE PASCUAL  
ENTRE LAS CINCUENTA  
COMPAÑÍAS CON MEJOR  
REPUTACIÓN EN  
EL RANKING MERCO**

---

# RECONOCIMIENTOS EN 2011



Premios AERCE

- **Mayo. Leche Pascual entre las 13 mejores reputaciones de España según el Reputation Institute.**

El Reputation Pulse analiza a 126 compañías que operan en el mercado español, escogidas entre aquellas de mayor facturación y a partir de un estudio de menciones espontáneas entre el público. Grupo Leche Pascual se sitúa en el puesto 13.

- **Mayo. AERCE premia a Leche Pascual entre los proyectos más innovadores del año en gestión de compras.**

La Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE) ha entregado los Premios El Diamante de la Compra, unos galardones que reconocen los mejores proyectos del año en la gestión de Compras. Leche Pascual ha sido doblemente galardonada en las categorías de Estrategia de Compras y en Dirección de Compras.

- **Noviembre. Premios Ejecutivos Castilla y León. Empresa del año: Grupo Leche Pascual.**

La revista Ejecutivos ha fallado sus premios anuales Castilla y León. Grupo Leche Pascual ha sido elegida ganadora en la categoría "Empresa del año". La entrega de premios tuvo lugar en Valladolid.

- **Diciembre. Merco Personas: Leche Pascual en el puesto 51.**

Leche Pascual asciende 9 puestos en el ranking de Merco Personas para colocarse en la posición 51, quinto en el sector de la alimentación tras Danone, Coca Cola, Nestlé y Siro. En los dos últimos años, Grupo Leche Pascual ha ascendido 20 puestos. Se trata de un monitor de referencia para evaluar clima laboral, la marca como empleador y la reputación interna de las empresas españolas.

---

## Marcas y productos

---

- **Enero. Premios Clara: Leche Pascual Sin Lactosa.**

Gracias a los votos de los lectores Leche Pascual Sin Lactosa ha sido elegido el producto más innovador en la categoría de alimentación.

- **Junio. Pascual, la marca con mejor calidad de leche según un estudio de la OCU.**

La OCU ha analizado 47 marcas de leche entera que se venden en 222 establecimientos de 15 ciudades. En la clasificación elaborada para medir la calidad de cada firma, la OCU ha situado como leche de mejor calidad a la marca Pascual.

- **Septiembre. Estudio IPSOS: Danone, Leche Pascual y Nestlé, las empresas de alimentación más reconocidas y sus productos los más valorados.**

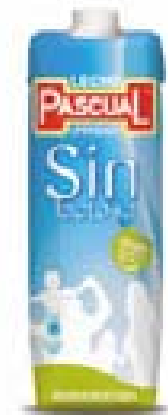
Más de un centenar de periodistas han participado en el Estudio KAR 2011 para pulsar la situación del sector de la alimentación en España. En España, el 43% valora a Grupo Leche Pascual la segunda empresa más reconocida.

## Acción social y RSC

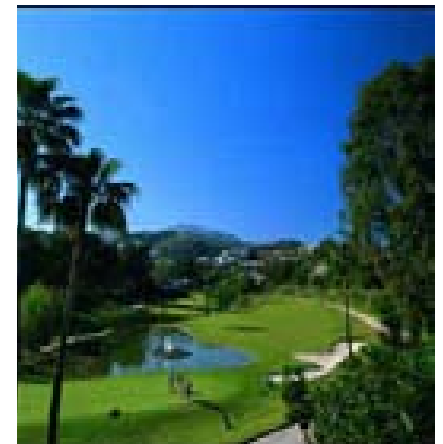
---

- **Febrero. Grupo Leche Pascual y La Quinta reciben el Premio Solidarios 2010 del Banco de Alimentos de la Costa del Sol**

El Banco de Alimentos de la Costa del Sol (Bancosol) entregó los Premios Solidarios 2010. Entre los galardonados, se encuentran, dentro de la categoría Empresarial, el Grupo Leche Pascual y La Quinta por su trayectoria solidaria a lo largo de su historia.



Premios Clara: Leche Pascual Sin Lactosa



Premio del Banco de Alimentos de la Costa del Sol a La Quinta.

# RECONOCIMIENTOS EN 2011



Premios Ciudadanos

- **Marzo. El Grupo de Voluntariado de Leche Pascual recibe el Premio Ciudadanos 2011.**

Estos premios que, en el caso del recibido por Tomás Pascual Gómez-Cuétara, ha sido entregado por la abanderada paralímpica Úrsula Pueyo, se otorgan a quienes individual o colectivamente destacan por sus valores humanos, el fomento de la igualdad de género y el compromiso con las personas discapacitadas o en situación de dependencia. Al ser 2011 el año europeo del voluntariado, se valora especialmente la labor de empresas con acciones de Voluntariado Corporativo.

- **Noviembre. La Federación de Celiacos (FACE) premia al Instituto Tomás Pascual Sanz por su difusión de la enfermedad.**

Uno de los galardones a la iniciativa particular han recaído en el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, por su colaboración en la difusión de la enfermedad celíaca a través del Cuaderno de la Enfermedad Celíaca en las dos ediciones realizadas.

## Miembros de la familia empresaria

- **Marzo. La Federación de la Mujer Rural premia a Doña Pilar Gómez-Cuétara.**

La Federación de la Mujer Rural (Femur), hizo entrega de sus premios nacionales Mujer 2010 en una gala celebrada en el Teatro Juan Bravo de la capital segoviana. El Premio Nacional Mujer Emprendedora en la Familia y Empresa ha recaído en Pilar Gómez-Cuétara, viuda de Tomás Pascual.

## Medio ambiente

- **Mayo. Grupo Leche Pascual, premiado por su Iniciativa para una Movilidad Sostenible.**

La Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles (AEGFA) ha entregado los Premios AEGFA a la Gestión de Flotas 2011. La ceremonia tuvo lugar durante su IV Encuentro Anual, organizado por la AEGFA en el Salón Internacional del Automóvil de Barcelona. Leche Pascual obtuvo el premio a la Iniciativa para una Movilidad Sostenible.

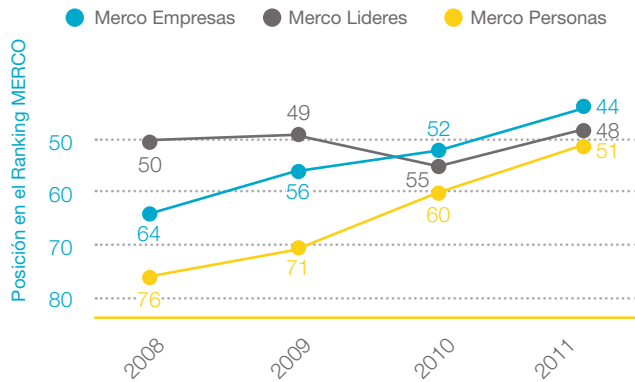
- Noviembre. Grupo Leche Pascual recibe el premio Medio Ambiente de las Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León.**

Las Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León han entregado a la empresa Grupo Leche Pascual el Premio de Medio Ambiente. Este galardón, que llega a su quinta edición, reconoce los esfuerzos de la empresa láctea por hacer compatible el desarrollo económico con el respeto al entorno, gracias a la implantación y desarrollo de buenas prácticas y mejores sistemas de gestión medioambientales.

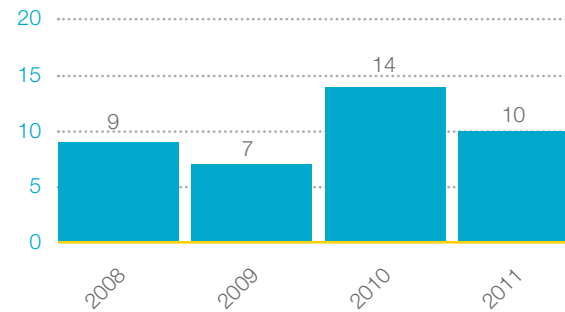


Premio medio ambiente de las Cámaras de Comercio de Castilla y León.

### Evolución ranking Merco Empresas Grupo Leche Pascual



### Nº reconocimientos formales obtenidos por Leche Pascual







# GESTIÓN RESPONSABLE

La gestión responsable en Grupo Leche Pascual deriva del mandato recibido en la Misión y en la Visión de la compañía consistente en desarrollar el concepto de sostenibilidad en su más amplio sentido: económica, social y medioambiental, aplicando para ello los más altos estándares de buen gobierno.

## Las 6 dimensiones de la gestión responsable



Mejorar la calidad de vida de los consumidores



Compromiso con el desarrollo del sector primario y con una cadena de suministro responsable



Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio



Atención prioritaria al factor humano



Compromiso con el medio ambiente



Actuación responsable en la sociedad y liderazgo en los sectores y mercados



03.1

## INTRODUCCIÓN



---

# NUESTRA APROXIMACIÓN

---

La gestión responsable en Grupo Leche Pascual deriva del mandato recibido en la Misión de la Compañía, cuando manifiesta que *“de esta forma conseguiremos la fidelidad de consumidores, clientes y colaboradores, ser una empresa en continua progresión, que trascienda y genere valor de forma sólida y los resultados de forma ética y sostenible”* siendo asimismo un *“referente para la sociedad”* como explicita la Visión.

Queda patente que el concepto de **sostenibilidad, en su más amplio sentido** (económica, social y medioambiental) está latente en el sustrato del proyecto de empresa y, a efectos prácticos, requiere la gestión de los siguientes retos:

- El difícil equilibrio entre la adaptación a las exigencias del mercado en el corto plazo y la aspiración ineludible y legítima de garantizar la perdurabilidad del proyecto de empresa.
- La complementariedad necesaria entre las estrategias de negocio y la estrategia de gestión, en la certeza de que la excelencia en la gestión garantiza el desarrollo integral de todas las palancas de la organización para la consecución de resultados equilibrados.
- La convicción de que los resultados económico financieros clave son siempre consecuencia de una gestión y actuación responsables.

El compromiso de la familia propietaria por una

gestión responsable se manifiesta en la decisión inequívoca de aplicar los estándares más altos de **buen gobierno**, de manera que se garantice para todos los grupos interesados en la compañía la transparencia en las decisiones y criterios de dirección corporativa.



---

**EL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD, EN SU MÁS AMPLIO SENTIDO (ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL) ESTÁ LATENTE EN EL SUSTRATO DEL PROYECTO DE EMPRESA**

---

**EL COMPROMISO DE LA FAMILIA PROPIETARIA POR UNA GESTIÓN RESPONSABLE SE MANIFIESTA EN LA DECISIÓN INEQUÍVOCA DE APLICAR LOS ESTÁNDARES MÁS ALTOS DE BUEN GOBIERNO**

---

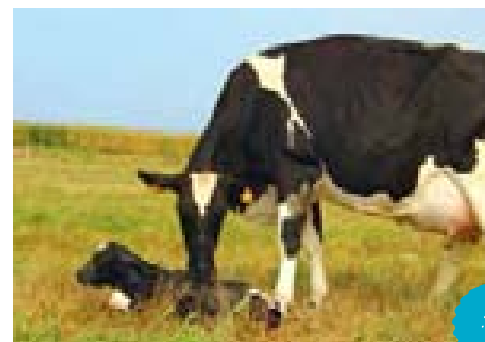
# DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE

La compañía, igualmente, ha identificado una serie de dimensiones que inspiran las principales líneas de actuación en esta materia:



**1.** Mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores a través del desarrollo y puesta a su disposición de productos equilibrados, saludables que garanticen una nutrición sana, con especial atención a la obesidad, uno de los principales desafíos actuales.

**2.** Compromiso con el desarrollo del sector primario y con la articulación de una cadena de suministro responsable.



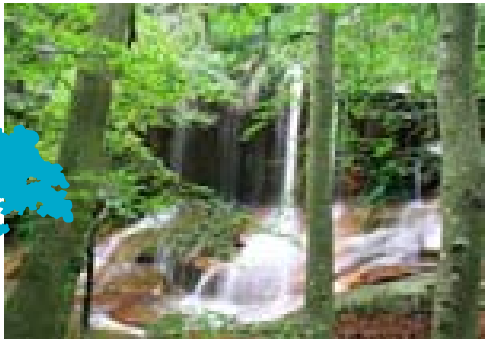
**3.** Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio, estructuradas en torno a un modelo de desarrollo conjunto colaborativo en la búsqueda de las mejores oportunidades de crecimiento y eficiencia.

---

**4.** Atención prioritaria al factor humano de la organización como elemento clave para la consecución del proyecto de empresa a través del desarrollo y capacitación de las personas y equipos.



**5.** Actuación respetuosa y comprometida con el medio ambiente, poniendo especial atención y énfasis en la gestión de los recursos más limitados de la naturaleza estrechamente vinculados a nuestros procesos (agua, energía, emisiones, vertidos y residuos).



**6.** Actuación responsable ante la sociedad y liderazgo responsable en los sectores y mercados en los que la compañía desarrolla su actividad.



# DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE



## 1. Mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores

a través del desarrollo y puesta a su disposición de productos equilibrados, saludables que garanticen una nutrición sana, con especial atención a la obesidad, uno de los principales desafíos actuales.

### Grupos de interés involucrados

- Consumidores

### Aspectos materiales perseguidos

- Desarrollo y promoción de estrategias que fomenten estilos de vida saludables.
- Acciones de mejora de la atención prestada al consumidor.
- Política de puertas abiertas en los centros productivos.

### Principales iniciativas 2011

- Promoción de la Estrategia NAOS: alimentación sana y deporte.
- Portafolio de productos que forma parte de una dieta sana y equilibrada.
- Iniciativas para el fomento del ejercicio físico: patrocinios deportivos y Grupo Deportivo.
- Comunicación directa para orientar hacia la dieta sana y equilibrada.
- Investigación clínica. Orientación al profesional de la salud y al prescriptor.





## 2.

### Compromiso con el desarrollo del sector primario

y con la articulación de una cadena de suministro responsable.

#### Grupos de interés involucrados

- Proveedores
- Áreas industriales

#### Aspectos materiales perseguidos

- Proveedores agropecuarios. Desarrollo y profesionalización del sector ganadero.
- Proveedores no agropecuarios. Exigencia de criterios de sostenibilidad.
- Desarrollo de principios éticos en la gestión de compras.
- Aseguramiento de la calidad en la cadena de suministro.

#### Principales iniciativas 2011

- Programas de Seguridad Garantizada, Eficiencia Productiva y Medio ambiente.
- Contrato homologado en la recogida de leche.
- Cultivos sostenibles.
- Programa de Proveedores Responsables.
- Sistema Integrado de Gestión (SIG) . ISOs 9000, 14000, 22000, BRC.
- Acciones de mejora en la cadena de suministro a partir de las reclamaciones en el servicio de atención al cliente y al consumidor.



# DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE



## 3.

### Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio,

estructuradas en torno a un modelo de desarrollo conjunto colaborativo en la búsqueda de las mejores oportunidades de crecimiento y eficiencia.

#### Grupos de interés involucrados

- **Detallistas**
- **Autoservicios**
- **Supermercados**
- **Hipermercados**
- **Hostelería**
- **Distribuidores**

#### Aspectos materiales perseguidos

- Contribuir al desarrollo del negocio de detallistas, autoservicios, supermercados, hipermercados, establecimientos de hostelería, distribuidores.
- Fomentar la orientación a la innovación y la orientación al cliente.

#### Principales iniciativas 2011

- Encuestas de satisfacción.
- Servicio especializado al cliente.
- Formación y colaboración.
- Innovación de productos.
- Acuerdos de gestión por categorías para clientes clave.





## 4.

### Atención prioritaria al factor humano

de la organización como elemento clave para la consecución del proyecto de empresa a través del desarrollo y capacitación de las personas y equipos.



#### Grupos de interés involucrados

- Empleados



#### Aspectos materiales perseguidos

- Potenciar las capacidades y la motivación del equipo humano.

#### Principales iniciativas 2011

- Modelo de gestión de personas.
- Plan Director de Formación.
- Plan Conciliación e Igualdad.
- Programas de integración de discapacitados.
- Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable).
- Beneficios sociales.
- Grupo Deportivo.
- Grupo de Voluntariado.





# DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE



## 5.

### Actuación respetuosa y comprometida con el medio ambiente,

poniendo especial atención y énfasis en la gestión de los recursos más limitados de la naturaleza estrechamente vinculados a nuestros procesos (agua, energía, emisiones, vertidos y residuos).

#### Grupos de interés involucrados

- Áreas industriales
- Proveedores
- Administración
- Empleados

#### Aspectos materiales perseguidos

- Disminuir y minimizar el impacto ambiental de las actividades de la compañía.

#### Principales iniciativas 2011

- Plan de Sostenibilidad para la reducción de consumos, emisiones, residuos y vertidos.
- Proyectos medioambientales en la cadena de suministro.
- Fuentes de energía sostenibles: gas natural (100%) y cogeneración.
- Desarrollo de un proyecto de movilidad sostenible.





## 6. Actuación responsable ante la sociedad y liderazgo responsable en los sectores y mercados

en los que la compañía desarrolla su actividad.

### Grupos de interés involucrados

- Ciudadanos.
- Deportistas.
- Fundaciones.
- Universidades.
- Academias médicas.
- Entidades científicas.

- Unión Europea.
- Estado.
- Comunidades Autónomas.
- Ayuntamientos.

- Asociaciones sectoriales (FeNIL, AEAZN, ASOZUMOS, INOVO, ANEABE)

### Aspectos materiales perseguidos

- Fomento de la nutrición sana, la actividad física y el deporte.
- Transmisión de valores humanos y empresariales.

- Mantenimiento de una relación fluida y equilibrada.
- Defensa de las políticas sectoriales.

- Fomentar la competitividad de cada mercado.

### Principales iniciativas 2011

- Divulgación científica y nutricional (Instituto Tomás Pascual Sanz).
- Fomento de la actividad física y apoyo al deporte de base.
- Transmisión de valores (Centro de Investigación en Valores – CIVSEM).
- Patrocinios.
- Mecenazgo.

- Programa Empresas-Parlamentarios (PEP).
- Jornadas con administraciones y poderes públicos.
- Seguimiento de proyectos legislativos relevantes.

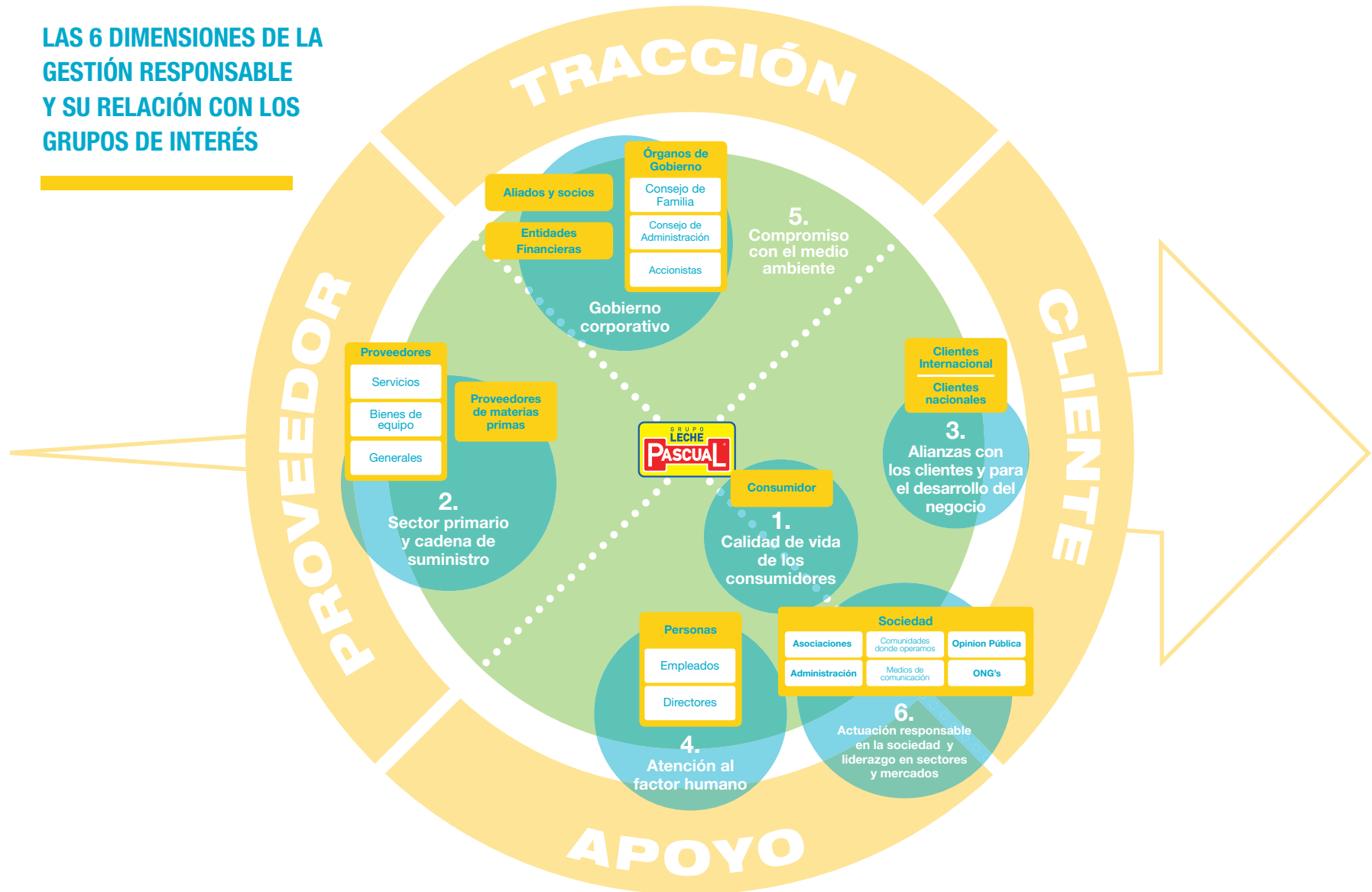
- Liderazgo responsable y participación activa.
- Presidencia de asociaciones.



LECHE PASCUAL ZUMO PASCUAL YOGUR PASCUAL

# DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE

LAS 6 DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE Y SU RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



A young boy with dark hair, wearing a black and white striped shirt, is looking down at a bottle of PASCIA orange juice. The bottle is clear plastic with a white cap and a label that reads "PASCIA sólo zumo refrigerado 100% naranjas exprimidas Sin Pulpa". The background is a solid yellow color.

**03.2**

## ENFOQUE DE GESTIÓN

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Desarrollo del **modelo de gestión EFQM**.



Compromiso con **iniciativas externas de autorregulación**.



Esfuerzo de **comunicación de la RSC**.

### Acciones:



• Afianzamiento de los programas de **Pascual Excelencia**: Excelente (43 áreas y 90 líderes), Lidera (40 líderes y 375 participantes) y Procesa (redefinición del Mapa de Procesos de la compañía).



• Renovación del compromiso con el **Pacto Mundial**.

• Incremento presencia en **Autocontrol de la Publicidad**: 210 copy advices sobre las campañas de Leche Pascual y 46 consultas legales.



• **Interna**: comunicación a todos los empleados de las acciones de RSC.

• **Externa**: difusión de la estrategia de RSC a 500 miembros representativos de los principales stakeholders de la compañía.

## 2012

### Para 2012:



Plan de mejora para la implantación general del modelo EFQM.



Consolidar el trabajo de las ediciones 2010 y 2011 del programa Excelente.



Lanzamiento del programa "Líderes por la Excelencia".



Desplegar la estrategia de gestión derivada del proyecto de empresa, relacionada con la gestión por procesos. Especialmente, el proceso nº1 Mejorar la Calidad de la Gestión.

# DESPLIEGUE DEL PROYECTO DE EMPRESA

El Modelo de Empresa de Grupo Leche Pascual se explica partiendo del Proyecto de Empresa definido a partir de los valores de la compañía – ya comentados- y de la visión y misión formuladas.

A partir del Proyecto de Empresa desplegamos el **modelo de negocio** que nos singulariza en el sector de gran consumo: clientes y canales a los que nos dirigimos; productos y servicios que comercializamos y, por último, los procesos industriales y recursos de tecnología que utilizamos para hacerlo posible.

Del mismo modo, desplegamos el **modelo de gestión** que pretende satisfacer las expectativas de los grupos de interés relevantes de nuestra organización mediante la más eficiente gestión de las actividades y procesos desarrollados por los equipos humanos para generar valor.

Bajo este modelo se integran todas las herramientas de calidad total del grupo, la sistemática de procesos, los cuadros de mando, la implantación de 5S y el resto de las iniciativas de mejora. Este sistema de gestión se estructura conforme a la metodología fijada por el Modelo Europeo de Excelencia (EFQM) en torno a ocho principios o conceptos fundamentales para alcanzar la mejora continua de forma sostenida.

En este contexto, el programa corporativo **Pascual Excelencia** pretende que nuestros equipos, su estructura organizativa y los procesos que soportan

## ENFOQUE DEL MODELO DE GESTIÓN DE GRUPO LECHE PASCUAL

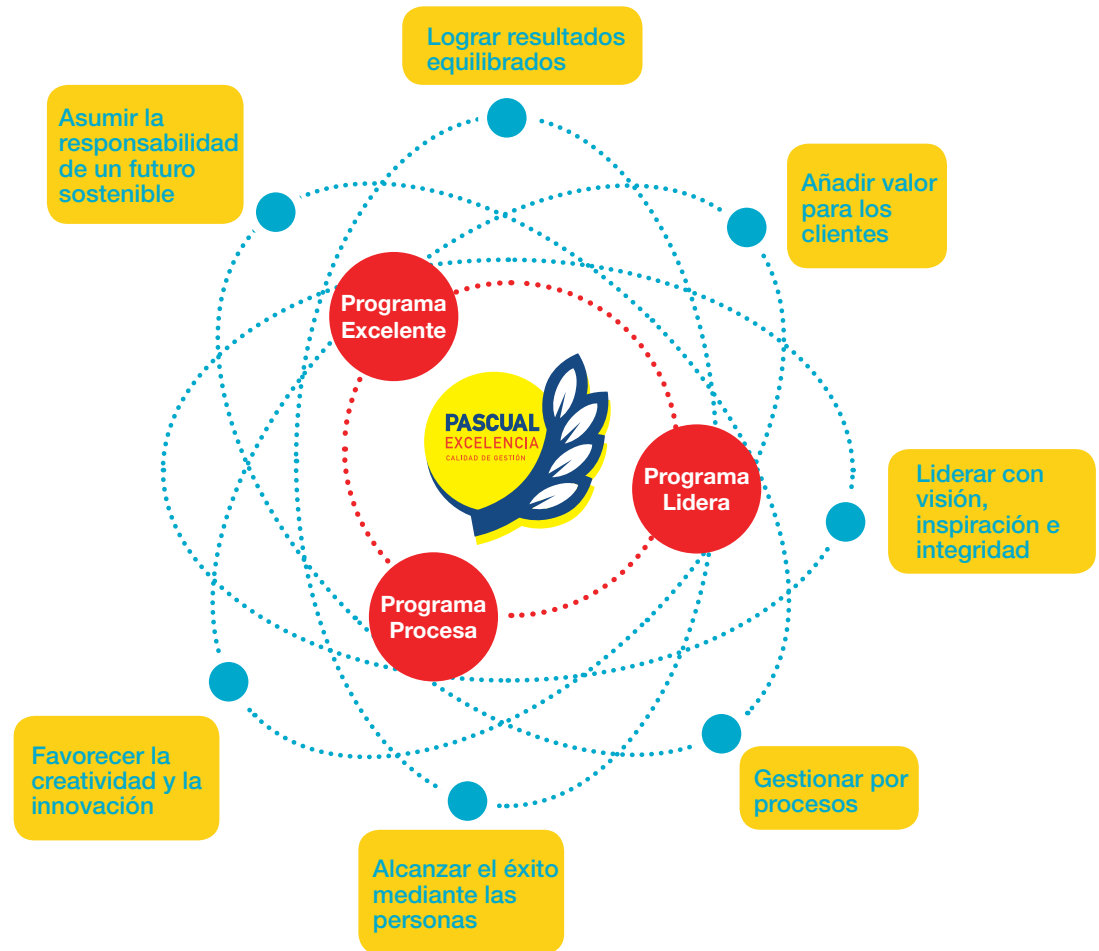


el negocio estén orientados a la satisfacción del cliente y del consumidor para conseguir su fidelización.

Es por ello por lo que nos hemos dotado de un sistema integrado de gestión que alcanza a los principales procesos orientados al cliente, garantizando la medición, la mejora continua y potenciando la gestión por procesos.

Sin embargo, son las personas de la organización las que hacen posible que el Proyecto de Empresa se despliegue adecuadamente y alcance los objetivos perseguidos a través de la satisfacción de necesidades de clientes y consumidores. A fin de obtener lo mejor de todos los equipos humanos hemos identificado un modelo específico de liderazgo que lo haga posible y obtenga el máximo compromiso con la compañía, siendo compartido con todos los líderes de la organización.

**LA EXCELENCIA EN LA  
GESTIÓN ES PARA GRUPO  
LECHE PASCUAL UNA  
CUESTIÓN FUNDAMENTAL**





# PROGRAMAS DE PASCUAL EXCELENCIA

Dentro del objetivo de la excelencia en la gestión, Leche Pascual ha seguido implantando tres programas para reforzar y trasladar los ocho principios de excelencia a toda la compañía: **Excelente, Lidera y Procesa**.



## EXCELENTE

Programa que tiene como objetivo transformar las prácticas de gestión y la cultura de las diferentes empresas que forman el grupo a fin de consolidar los principios de excelencia en la gestión. El programa comenzó su andadura en 2010, habiendo transcurrido en 2011 su segunda edición con la participación de siete equipos que engloban a casi cincuenta áreas de comercial y marketing, cadena de suministro, servicios centrales y otras empresas de la corporación con una incidencia directa en el trabajo de 1.155 empleados.

Los resultados del avance del programa son expuestos públicamente ante el resto de compañeros y directivos en las llamadas “**Ferias de Muestras Excelente**”. En 2011 se celebraron dos ferias, la primera el 11 de febrero, en la que los equipos participantes en la edición del año anterior expusieron el resultado final de sus trabajos y pasaron el testigo a los nuevos equipos participantes en 2011 en el programa Excelente. El 21 de octubre tuvo lugar la segunda feria en la que se presentaron las buenas prácticas de cada área en los stands ubicados en las oficinas centrales. Durante 2011 se ha tratado de consolidar y profundizar en la implantación de las herramientas aprendidas durante las sesiones de trabajo en la gestión diaria.



Equipo participante en Excelente ante un panel de gestión.

Programa Excelente	Áreas	Líderes	Impacto	Planes de acción
<b>Edición 2010</b>	17 áreas involucradas de toda la empresa.	32 líderes de la mejora.	300 personas comprometidas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización, Orden y Limpieza.</li> <li>• Identificación de clientes, procesos asociados e indicadores.</li> <li>• Iniciado el trabajo con el Comité de Dirección.</li> </ul>
<b>Edición 2011</b>	43 áreas.	90 líderes.	1.155 personas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización, Orden y Limpieza y Seguridad.</li> <li>• Identificación de clientes, procesos asociados e indicadores.</li> <li>• Coordinación para la acción.</li> <li>• Técnicas de solución de problemas.</li> </ul>



Participantes en una de las "Ferias de Muestras Excelente".

# PROGRAMAS DE PASCUAL EXCELENCIA

## LIDERA

Este programa de excelencia persigue consolidar el estilo de liderazgo deseado en la compañía a través de líderes internos que trabajan y se forman en habilidades para, posteriormente, trasladar estos conocimientos a sus equipos transversales de trabajo. En febrero de 2011 arrancó su segunda edición con 40 líderes y 375 participantes. Todos ellos han profundizado en los aspectos relacionados con los valores personales y corporativos, las palancas necesarias en el proceso de transformación de la organización, el liderazgo, el trabajo en equipo, la orientación

al cliente, la motivación y la productividad. Cada uno de los módulos ha sido *esponsorizado* por un Director General. Para dar continuidad a las distintas promociones del programa Lidera, se ha creado Alumni Lidera, a semejanza de las asociaciones de antiguos alumnos. El objetivo es que Alumni Lidera sea un programa permanente dentro de la compañía, organizando sesiones formativas semestrales y creando grupos de trabajo que lancen propuestas e iniciativas en el ámbito del liderazgo.



Sesión de inauguración de la edición del año del programa Lidera.



Tomás Pascual Gómez-Cuétara en la inauguración del programa en su edición de 2011.

Programa Lidera	Líderes	Participantes	Sesiones
<b>Edición 2010</b>	20 líderes de toda la organización.	220 empleados participantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsando la transformación. (Abril 2010).</li> <li>• Respeto e integridad. (Abril 2010).</li> <li>• Liderazgo y motivación de otros. (Mayo 2010).</li> <li>• Trabajo en equipo. (Junio 2010).</li> <li>• Confianza, compromiso y coraje. (Septiembre 2010).</li> <li>• Clientes. (Octubre 2010).</li> <li>• Automotivación: productividad personal. (Noviembre 2010).</li> </ul>
<b>Edición 2011</b>	40 líderes.	375 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líder de líderes (Febrero 2011).</li> <li>• Valores personales (Marzo 2011).</li> <li>• Impulsando la transformación (Abril 2011).</li> <li>• Liderazgo y motivación de otros (Mayo 2011).</li> <li>• Valores corporativos (Calidad, Superación y Orientación al cliente) (Junio 2011).</li> <li>• Trabajo en equipo (Julio 2011).</li> <li>• Orientación al cliente (Septiembre 2011).</li> <li>• Valores corporativos 2 (Compromiso, Confianza, Cercanía e Innovación) (Octubre 2011).</li> <li>• Automotivación y productividad personal (Noviembre 2011).</li> </ul>



# PROGRAMAS DE PASCUAL EXCELENCIA

## PROCESA

La necesidad de asentar una mayor cultura de gestión por procesos llevó a retomar nuevamente el enfoque del Sistema de Gestión a través del proyecto Procesa.

En 2011 se ha redefinido el Mapa de Procesos de la compañía, la contribución de las distintas áreas funcionales a su gestión y los indicadores de eficacia de los mismos. En este contexto, los procesos clave han sido identificados, así como una calificación del estado actual de su nivel de gestión para poder priorizar las acciones de mejora necesarias.

El seguimiento y revisión de este modelo se coordina desde el área de Excelencia a partir de la gestión del “Proceso 1. Mejorar la Calidad de la Gestión” que estructura aspectos como la identificación de las partes interesadas, el diseño de los procesos, los requisitos que deben de cumplirse en la ejecución de las distintas fases, el análisis de riesgos, la medición y su seguimiento, la auditoría y la identificación de oportunidades de mejorar, así como su implantación a través de los planes de acción correspondientes.

El seguimiento y revisión de objetivos y logros de diversas áreas de gestión se llevan a cabo desde comités de seguimiento específicos creados al efecto (comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, de Medio Ambiente, de APPCC en cada centro, de planificación, de servicio, de negocio, etc.)

### Nuevo espacio sobre Pascual Excelencia.

En 2011 Leche Pascual ha puesto en funcionamiento en su Intranet un nuevo espacio colaborativo para los programas de excelencia que agrupa las iniciativas vinculadas a la mejora de la calidad de la gestión y al impulso de la excelencia. Este site permite conocer los conceptos vinculados a este programa, quiénes son los líderes y participantes, comentar inquietudes, dudas, proponer ideas y todo aquello relacionado con los diferentes módulos que componen los programas Lidera, Excelente y Procesa.



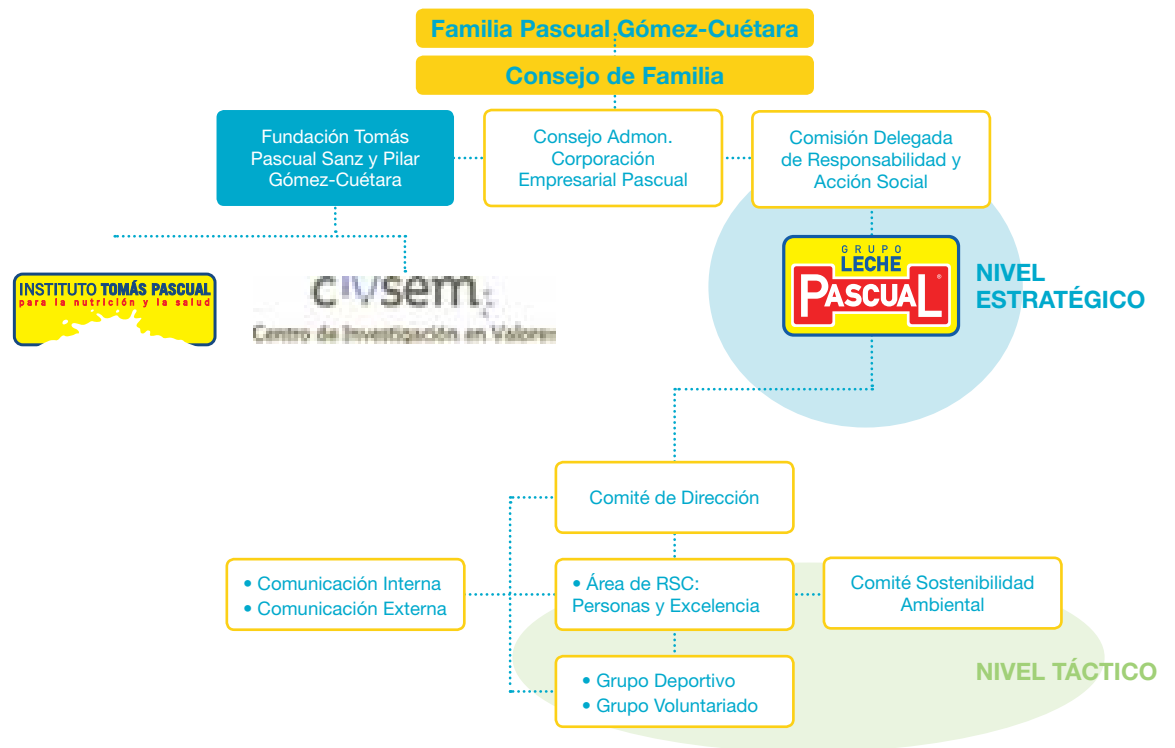
# ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LECHE PASCUAL

La gestión de la responsabilidad corporativa en la compañía se estructura en diversos niveles.

Como se expone en el capítulo cuatro, en el Consejo de Administración de la Corporación, la **Comisión delegada de Responsabilidad y Acción Social** es el órgano encargado de coordinar la gestión del compromiso social del grupo. Se trata de un órgano novedoso en el panorama empresarial español, al integrarse en el Consejo de Administración con el objetivo de desarrollar políticas de responsabilidad social. En ella se integran consejeros independientes y dominicales (miembros de la familia Pascual Gómez-Cuétara).

La estrategia de la Comisión de Responsabilidad y Acción Social se despliega en la compañía a través del trabajo del **Área de Excelencia**. Complementariamente, existe desde 2011 un Comité de Sostenibilidad Ambiental encargado de coordinar las acciones en esta materia específica. Por otro lado, la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara reporta su actividad a la Comisión de Responsabilidad y Acción Social, materializada en los proyectos del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).

## ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN DE LA RSC EN GRUPO LECHE PASCUAL



## ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LECHE PASCUAL

Por otra parte, Leche Pascual lleva a cabo una estrategia de comunicación de su estrategia de responsabilidad social corporativa tanto interna como externa. Todos los empleados recibieron información en 2011 sobre las prácticas de responsabilidad corporativa y, con motivo de la presentación de la memoria, les fue entregada además una copia impresa. Por otro lado, la compañía ha acometido en el día a día otras muchas iniciativas formativas e informativas para transmitir la estrategia y las principales acciones de RSC.

Tomás Pascual Gómez-Cuétara, acompañado por otros miembros de la familia empresaria, presentó en el mes de julio la memoria de RSC en las oficinas centrales y en el complejo fabril de Aranda de Duero.

Esta memoria de Grupo Leche Pascual, editada en la forma clásica de libro de papel y en soporte CD, fue presentada a los empleados de la compañía por directivos del grupo en un acto cerrado por la intervención del presidente, Tomás Pascual Gómez - Cuétara, quien dio así apoyo y espaldarazo al espíritu y los trabajos que la responsabilidad social supone.

**Externamente**, la compañía difunde su memoria de sostenibilidad a más de 500 representantes de sus principales grupos de interés. Asimismo, Leche Pascual realiza diariamente una intensa labor de transmisión de sus acciones sociales a través de los medios de comunicación.



Vídeos de presentación de la memoria de RSC 2010 por parte de la familia Pascual Gómez-Cuétara ubicados en la intranet de Grupo Leche Pascual.

## COMUNICACIÓN DE LA RSC EN GRUPO LECHE PASCUAL

### INTERNA

- Empleados de fábricas y delegaciones: entrega de la memoria acompañada de una introducción de los responsables de cada centro.
- Oficinas centrales y complejo de Aranda de Duero: presentación presencial del presidente.
- Intranet: espacio dedicado a la RSC.
- Revista corporativa: sección fija sobre RSC y medioambiente.
- Presentaciones presenciales de evolución del [Plan de Sostenibilidad Ambiental](#).
- Tablón de anuncios: envío a todos los correos electrónicos de los empleados de las principales acciones.
- Boletín electrónico semanal: información sobre RSC.
- Formación: sesión sobre RSC en la compañía en el Curso de Nuevas Incorporaciones.

### EXTERNA

- Notas, convocatorias y comunicados de prensa:
  - » Medios especializados de RSC.
  - » Medios económicos.
  - » Medios regionales en comunidades con implantación de Leche Pascual.
- Difusión externa de la memoria:
  - » Medios de comunicación.
  - » Administraciones públicas.
  - » Asociaciones sectoriales, asociaciones de RSC.
  - » Empresas.
  - » Clientes.
  - » Entidades financieras.
- Página web de Leche Pascual
- Videos RSC
- Web medioambiental: [www.cuidamoslonatural.es](http://www.cuidamoslonatural.es)





# COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS



## EN 2011 GRUPO LECHE PASCUAL HA RENOVADO SU COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL

Dentro de su estrategia de responsabilidad social corporativa el Grupo Leche Pascual presta una especial atención a los sistemas y estructuras sectoriales de autorregulación y autocontrol de la actividad empresarial. Estas iniciativas empresariales ayudan a establecer principios de comunicación, gestión e información responsables para los consumidores.

Durante 2011, Grupo Leche Pascual ha estado adherido a diversos códigos de autoconducta en ámbitos variados de su desarrollo empresarial: respeto de los derechos humanos y de los estándares laborales y medioambientales, actividad publicitaria, comunicación on-line, control de la calidad y autenticidad de los alimentos, seguridad alimentaria y fomento de hábitos de consumo saludables.

### • Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Grupo Leche Pascual mantiene desde 2007 su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los diez principios vinculados al respeto de los derechos humanos y laborales, la lucha contra la discriminación en el empleo o la protección medioambiental. En 2011 Grupo Leche Pascual ha renovado su compromiso con el Pacto Mundial.

Todos los informes de progreso de Leche Pascual pueden consultarse en la página web de la Red Española del Pacto Mundial (ASEPAM): <http://www.pactomundial.org/>

### • Autocontrol de la Publicidad

Grupo Leche Pascual es socio de pleno derecho de la [Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial \(Autocontrol de la Publicidad\)](#), la institución que gestiona el sistema de autorregulación publicitario español defendiendo de la mano de sus miembros una publicidad veraz, legal, honesta y leal.



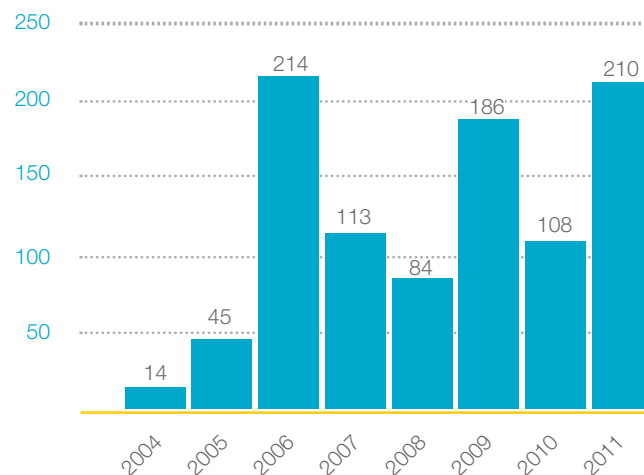
**RESOLUCIONES DEL JURADO DE AUTOCONTROL CON PARTICIPACIÓN  
DE GRUPO LECHE PASCUAL EN 2011**

	Asunto	Resolución
Casos resueltos por el Jurado de Autocontrol por reclamaciones dirigidas contra la Publicidad de Leche Pascual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia de Asociación de Usuarios de la Comunicación por anuncio en prensa escrita, Bifrutas.</li> <li>• Asunto 142/R/noviembre/2010.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimación parcial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia de CAPSA por packaging, Nata líquida ligera en spray.</li> <li>• Asunto 142/R/noviembre/2010</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimación parcial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia de PULEVA por spot TV, Leche Pascual Calcio.</li> <li>• Asunto 091/R/agosto/2011.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimación parcial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia de CAPSA por spot TV, cuñas de radio, prensa y packaging Leche Pascual Calcio.</li> <li>• Asunto 113/R/septiembre/2011.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimación parcial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia de CAPSA por spot prensa Pascual Omega 3 (sin núm. de referencia).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo alcanzado antes de la resolución del Jurado.</li> </ul>
	Casos resueltos por el Jurado de Autocontrol por reclamaciones interpuestas por Leche Pascual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denuncia a CAPSA por spot TV "Leche de Asturias".</li> <li>• Asunto 121/R/octubre/2011.</li> </ul>

# COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS

En 2011 la compañía ha interpuesto una sola reclamación y ha sido reclamada en cuatro casos ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad. La actividad de autocontrol se ha incrementado en 2011, ya que el Gabinete Técnico de Autocontrol contestó a **210 consultas previas o copy advices** sobre las campañas de Leche Pascual y atendió **46 consultas legales**, frente a las 8 del año anterior, para resolver dudas sobre la legislación o los códigos de conducta aplicable. Finalmente, Grupo Leche Pascual no fue reclamado por razón de discriminación sexual en su publicidad.

**Número de copy advices de Grupo Leche Pascual**



## • Normas éticas de comunicación en la red: Confianza on-line

Durante 2011 Grupo Leche Pascual ha mostrado en su web corporativa [www.lechepascual.es](http://www.lechepascual.es) el sello de **Confianza On-Line** que acredita la calidad ética de esta página. Confianza On-line es una asociación privada sin ánimo de lucro, dotada de un “Código Ético de Confianza Online” que incluye un conjunto de normas deontológicas de cuya aplicación se encarga a dos órganos: el Jurado de Autocontrol de la Publicidad y la Junta Arbitral Nacional de Consumo.

## • Autocontrol de la calidad alimentaria: sector zumos

Grupo Leche Pascual ha presidido a lo largo de 2011 **la Asociación Española de Autocontrol de Zumos y Néctares (AEAZN)**, que desde 1999 actúa como organización sectorial para fomentar en España la libre y leal competencia entre las empresas del sector mediante la defensa de la autenticidad y de la calidad de sus productos y de la lucha contra el fraude y la adulteración.

Más información en el capítulo 5.6.

---

- **Autorregulaciones sectoriales: Comité de Seguridad Alimentaria de la Sociedad Española de Codificación Comercial (AECOC)**

Ante el riesgo de crisis alimentarias, la Sociedad Española de Codificación Comercial (AECOC) ha creado un [Comité de Seguridad Alimentaria](#), en el que Grupo Leche Pascual, junto con otras 23 empresas de la industria y la distribución, tiene el objetivo de optimizar todas las actividades y las relaciones entre los participantes de la cadena de suministro para prevenir posibles crisis alimentarias.

- **Fomento de hábitos nutricionales saludables: Estrategia NAOS**

Grupo Leche Pascual se adhirió en 2004 a la [Estrategia NAOS: Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad](#). Se trata de un proyecto del Ministerio de Sanidad y Consumo, desarrollado con la intervención de distintas administraciones, expertos independientes, el sector privado, asociaciones de consumidores, educadores, etc... Leche Pascual incorpora a su estrategia empresarial los principios de la Estrategia NAOS a través de diferentes vías: portfolio de productos saludables, reformulación de recetas, promoción del deporte o la formación en alimentación sana.

[Más información en el capítulo 5.1.](#)

- **Publicidad dirigida a menores: Código PAOS**

Grupo Leche Pascual mantiene igualmente su adhesión al [Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud \(PAOS\)](#), en el marco de la Estrategia NAOS.

En vigor desde 2005 como resultado de un acuerdo entre la Agencia de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) y la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), el Código PAOS tiene como objetivo que la publicidad sobre alimentos dirigida a menores fomente estilos de vida saludable para prevenir la obesidad infantil.



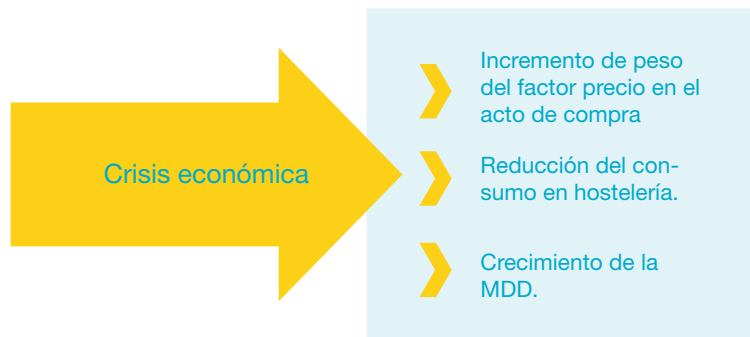
03.3

## GESTIÓN ECONÓMICA



# CONTEXTO

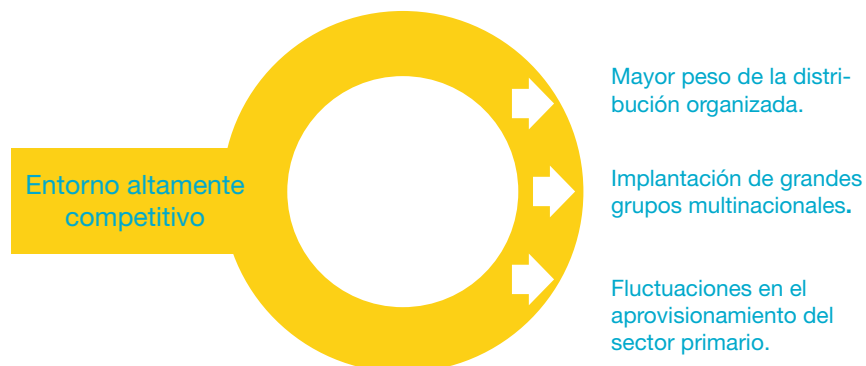
## Contexto general:



El contexto socioeconómico al que se ha enfrentado Grupo Leche Pascual en el año 2011 ha estado marcado por una doble dinámica: una general y otra sectorial. Por un lado, la crisis económica que afecta fuertemente al consumo en los hogares y fuera de ellos. Por otro, la estructura del sector industrial de alimentación, agropecuario y de distribución español y, en especial, la de los segmentos en los que opera la compañía.

En primer lugar, la actual crisis económica y, en concreto, la evolución del ejercicio 2011, está ocasionando un impacto destacable en las pautas de consumo. Los puntos clave de esta evolución del consumo se traducen en un fuerte crecimiento de la marca de la distribución, un estancamiento del canal de hostelería o el incremento del factor precio en el acto de compra.

## Contexto sectorial:



Por otro lado, desde una perspectiva sectorial, Grupo Leche Pascual se enfrenta a un entorno altamente competitivo en las distintas categorías en las que opera. La fuerza creciente en la cadena de valor de la alimentación de la distribución organizada, que además de cliente, desarrolla sus propias marcas, la tendencia a la concentración y a la implantación en España de grandes grupos multinacionales con una dimensión y músculo financiero de gran calado, así como las fluctuaciones en el aprovisionamiento del sector primario, provocan que el entorno sea de la máxima dificultad y competitividad.

# RESULTADOS ECONÓMICOS

## VALOR ECONÓMICO GENERADO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO POR GRUPO LECHE PASCUAL (MILLONES DE EUROS)

		2006	2007	2008	2009	2010	2011
	<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	869,3	968,1	862,8	782,1	797,2	763,9
	Facturación neta	869,3	968,1	862,8	782,1	797,2	763,9
	<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO A GRUPOS DE INTERÉS</b>	843,4	938,8	798,9	728,9	737,5	717,3
Empleados	Gastos de personal	117,8	122,4	106,2	103,0	100,3	97,2
Sociedad	Impuestos	-23,8	-9,4	-7,6	1,6	-0,2	5,3
	Inversiones en la comunidad	3,7	3,8	2,5	5,2	4,7	2,4
Proveedores	Proveedores	733,9	802,3	680,5	602,9	614,8	591,4
	Gastos financieros	11,8	19,8	17,4	16,2	17,9	21,0
	<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	25,9	29,4	63,9	53,2	59,6	46,7
	Reservas	-11,9	-12,8	25,0	14,3	24,1	13,8
	Amortizaciones y Depreciaciones	37,8	42,1	38,9	38,9	35,5	32,9

Los ingresos ordinarios del ejercicio 2011 han ascendido a 764 millones de euros, frente a los 797 millones de euros del ejercicio 2010, si bien hay que tener en cuenta que en el ejercicio 2010 estaban incluidas las ventas de las sociedades que salieron del perímetro de consolidación a lo largo del citado año. Con actividades homogéneas, la facturación del Grupo se habría mantenido con respecto a 2010.

El resultado de explotación se mantiene en línea con respecto al año anterior: 40,1 millones de

euros en 2011 frente a los 41,9 millones del ejercicio 2010.

El resultado antes de impuestos es de 19,1 millones de euros, frente a los 23,9 miles de euros del ejercicio 2010.

Grupo Leche Pascual, en particular, está manteniendo o incluso ganando cuota de mercado en los mercados en los que participa. En concreto dentro de los mercados de leche clásica y calcio, ha sido el único de los principales productores

---

de marca que ha mantenido cuota, cediendo el resto de los competidores parte de su cuota a la marca de la distribución. En el mercado de leche sin lactosa, la compañía ha conseguido desarrollar este segmento impulsando un crecimiento del 50% en la categoría. En el mercado de Bifrutas, esta enseña conserva su liderazgo en cuota, en una categoría con significativo crecimiento. Dentro del segmento de aguas minerales, Grupo Leche Pascual mantiene un incremento significativo de cuotas, siendo Bezoya la marca líder en el principal formato de la categoría. En cuanto al negocio de soja, Vivesoy ostenta el mayor porcentaje de cuota, dentro de un mercado que ha visto incrementar su oferta con marcas de otros fabricantes líderes.

**En el canal de Hostelería** se ha integrado Mocay (Café) en la red comercial. Esta incorporación resultará un elemento dinamizador para este canal Horeca. Mocay cuenta además con servicios de asistencia técnica para el hostelero y aporta 10.000 nuevos puntos de venta, con una amplia presencia en toda España -con una cuota del 5%, significativa para un producto atomizado con preponderancia de marcas regionales- si bien su presencia más significativa es en la zona norte. La compañía ha seguido profundizando en el desarrollo del mercado de hostelería con nuevos lanzamientos de productos en vidrio, y leche especial para hostelería, además de desarrollarse el Trade Marketing específico para

este canal. Igualmente, se ha llegado a acuerdos de distribución que complementan la gama de productos, como por ejemplo: Cereales (Kelloggs), Salsas y complementos (Heinz) y agua Mineral con gas (Pedras), Helados y postres (Farggi).



**GRUPO LECHE PASCUAL  
ESTÁ MANTENIENDO O  
INCLUSO GANANDO CUOTA DE  
MERCADO EN LOS MERCADOS  
EN LOS QUE PARTICIPA**

---



# RESULTADOS ECONÓMICOS

## LAS PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2012 MANTIENEN LAS PERSPECTIVAS DE UN CRECIMIENTO DEL RESULTADO DE EXPLOTACIÓN DEL GRUPO

En el canal de Alimentación se ha continuado con los lanzamientos específicos como la leche sin lactosa, Pascual Omega 3, nueva gama de yogures (Basics), mantequilla ligera y fácil de untar, así como un nuevo formato para leche clásica (Edge), y lanzamiento de Bifrutas en lata.

Además, la compañía ha proseguido su estrategia de mejora de eficiencia y productividad de la red comercial.

La cadena de suministro (aprovisionamiento, fabricación y logística) ha consolidado su apuesta de mejora continua, tanto en calidad como en costes, manteniendo como eje estratégico la política de seguridad alimentaria.

En el área de Excelencia y Personas se han lanzado planes encaminados a asegurar la excelencia en los trabajos, así como el liderazgo de directivos y mandos. Todo ello bajo la metodología EFQM (European Foundation for Quality Management).

Las previsiones para el ejercicio 2012, mantienen las perspectivas de un crecimiento del resultado de explotación del Grupo, como consecuencia del afianzamiento progresivo de los nuevos productos, los esfuerzos en innovación y calidad, la eficiencia de la cadena de suministro y la excelencia de las personas.



### Subvenciones 2011

#### Cobros en el ejercicio 2011.

Organismo	Título del proyecto	Importe	Fecha	Tipo
Feoga - Junta de Castilla y León - Consejería de Agricultura y Ganadería	Mejora de Industria Láctea – Plataforma Logística	697.372,00 €	17/02/2011	Subvención
Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)	Desarrollo I+D	300.000,00 €	23/12/2010	Anticipo Préstamo
Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)	Desarrollo I+D	423.166,64 €	21/07/2011	Préstamo
Otras subvenciones a la explotación (CCAA, Fund Tripartita, ICEX)	Mejora de la calidad de la leche, formación, Comercio Exterior	608.743, 87 €	2011	Subvención



## IMPACTOS ECONÓMICOS EN COMUNIDADES LOCALES: ZONAS GEOGRÁFICAS DE IMPLANTACIÓN

Con presencia industrial o comercial en catorce comunidades autónomas, el impacto de la compañía en términos de empleo directo e indirecto, recogida de materia prima, número de clientes o proveedores es significativo. A continuación se detallan los hitos más relevantes de 2011 en la relación de Leche Pascual con algunas comunidades locales de las principales áreas geográficas en las que tiene presencia.

### Grupo Leche Pascual en Cataluña



	2011
Nº empleados	234
Nº fábricas	1
Nº clientes directos	6.618
Facturación clientes (delegaciones)	93 mill.€
Volumen comercializado (delegaciones)	164.282 tm
Producción	84,3 millones de litros

Leche Pascual ha apostado por la consolidación y el aumento de su presencia en Cataluña, culminando este proceso en 2004, con la puesta en marcha de la planta industrial de Gurb, Osona. La fábrica catalana de Leche Pascual

está dotada de una avanzada tecnología para el envasado de leche uperizada en botella de plástico biodegradable.

En Cataluña, el empleo total de Grupo Leche Pascual es de más de 230 personas, incluyendo la fábrica de Gurb, la delegación comercial de Barcelona y el servicio agropecuario. De forma indirecta, además, la empresa alimentaria emplea en Cataluña a 250 profesionales entre distribuidores, transportistas y proveedores.

En la actualidad, Leche Pascual trabaja con más de 80 ganaderos de toda Cataluña, con granjas en las comarcas de Osona, Vallès Oriental y Occidental, Alt Empordá, Gironés, Bages y La Selva.

En los últimos años, el equipo de la fábrica de Gurb de Leche Pascual ha apoyado la labor de la [Asociación Disminuidos Físicos de Osona \(ADFO\)](#), reforzado en 2011 con la visita en el mes de marzo de Sonia Pascual, consejera de Grupo Leche Pascual. Apoyo no sólo en lo laboral, dando trabajo en la fábrica a personas con discapacidad cuando ha sido posible, y alcanzando en 2011 un porcentaje de plantilla con discapacidad del 8%. Sino, también en lo ocupacional, ayudándoles en el desarrollo de los talleres donde realizan muy diversas manualidades y artesanías. Por ejemplo, en el [día de San Jordi](#), y a partir de material reciclado usado en la fábrica - botellas y las Preformas PET- los miembros de la Asociación

### LECHE PASCUAL HA APOSTADO POR LA CONSOLIDACIÓN Y EL AUMENTO DE SU PRESENCIA EN CATALUÑA

Disminuidos Físicos de Osona han realizado jarrones entregados como obsequio a todas las personas de la planta.

La relación con la comunidad afecta también a los familiares de los empleados de Leche Pascual. Así, en septiembre de 2011 la fábrica de Leche Pascual en Gurb celebró su **Día de la Familia** con empleados y familiares. El recinto exterior se adaptó para la ocasión, convirtiéndose en parque infantil, con hinchables y juegos para los más pequeños. A fin de fomentar el reciclaje de materiales, se instalaron más de veinte juegos hechos con material recuperado. Asimismo, la compañía participó en la **Feria Impevic 2011**.

Por otra parte, la transmisión de **hábitos de vida saludables a la sociedad catalana** ha sido una constante en 2011 a través de la actividad del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud. Más de 5.000 personas han recibido charlas formativas pertenecientes a 44 colectivos: colegios y asociaciones de madres y padres de alumnos, asociaciones de amas de casa, centros de formación de adultos, geriátricos, fundaciones, asociaciones y centros cívico culturales de 17 localidades de las provincias de Barcelona, Tarragona y Girona.

### Grupo Leche Pascual en Castilla y León



	2011
Nº empleados	1.138
Nº fábricas	5
Nº clientes directos	1.997
Facturación clientes (delegaciones)	29,9 mill.€
Volumen comercializado (delegaciones)	39.928 tm
Producción (sólo Grupo Leche Pascual)	879,3 millones de litros/kilos

Leche Pascual cuenta en Castilla y León con su principal cuartel general, que incluye cuatro centros fabriles, más un quinto si se contabiliza la embotelladora de agua de Folgoso de la Ribera (León) perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual, en las provincias de Burgos y Segovia para la producción, envasado y comercialización de productos lácteos, alimentos funcionales, zumos y derivados del huevo y, por otro lado, aguas minerales naturales.

Por tercer año consecutivo, Grupo Leche Pascual fue uno de los patrocinadores de las **Fiestas Patronales de Aranda de Duero**. En la edición 2011 la compañía arandina apoyó el concierto

**“ES MUY DESTACABLE EL APOORTE AL VALOR DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA QUE SIGNIFICA LA FACTORÍA DE LECHE PASCUAL”**

**MARÍA JESÚS PASCUAL**  
VICE CONSEJERA DE DESARROLLO RURAL  
DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

## IMPACTOS ECONÓMICOS EN COMUNIDADES LOCALES: ZONAS GEOGRÁFICAS DE IMPLANTACIÓN

de Rosario Flores. Por otra parte, en el mes de septiembre, Grupo Leche Pascual participó, como es tradicional, en la feria de la Ribera Fiduero, escaparate de la economía local. Tal como señaló en su inauguración la vice consejera de Desarrollo Rural, María Jesús Pascual, *“el sector primario, vital para Castilla y León, tiene un peso fundamental en la provincia de Burgos”* donde, además del vino y el lechazo, *“es muy destacable el aporte al valor de la industria agroalimentaria que significa la factoría de Leche Pascual”*.

El dos de octubre tuvo lugar en el complejo de Aranda de Duero la tercera [Jornada de Puertas Abiertas](#) para empleados y familiares. En esta ocasión, este festivo acontecimiento se realizó con las instalaciones paradas, permitiendo a los más de 600 asistentes acceder directamente a los puestos de trabajo. En la parte exterior de la fábrica se organizaron juegos y talleres para los niños.

La relación de las dos plantas de envasado de agua mineral natural de la marca [Bezoya](#) ubicadas en [Ortigosa del Monte y Trescasas \(Segovia\)](#) con el entorno local ha sido igualmente muy activa traducida, fundamentalmente, en la donación de productos Pascual a numerosas entidades sociales, actividades deportivas y administraciones públicas segovianas. En mayo, un grupo de mujeres segovianas participantes en el curso “Gestión de almacén y operaciones de manipulado”, organizado por el Ayuntamiento de Segovia para la inserción profesional de personas en situación de desempleo, visitaron la fábrica de Bezoya. También, a principios de septiembre, 25 miembros de la Asociación de Jubilados y Pensionistas “La Ermita” de San Cristóbal de Segovia conocieron la planta de Bezoya Trescasas.



## Grupo Leche Pascual en Andalucía



	2011
Nº empleados	212
Nº fábricas	1
Nº clientes directos	6.505
Facturación clientes (delegaciones)	83,8 mill. €
Volumen comercializado (delegaciones)	123.666 tm
Producción	45 millones de litros de zumo de naranja

Andalucía constituye una de las Comunidades Autónomas donde Grupo Leche Pascual ha llevado a cabo un esfuerzo inversor más importante. Además, en Andalucía la Corporación Empresarial Pascual desarrolla una importante actividad inmobiliaria y ocio, a través del Grupo La Quinta

La compañía tiene 6 delegaciones comerciales en las ciudades de Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, atendiendo directamente a más de 6.500 puntos de venta, con una plantilla directa de más de 200 personas e indirecta de más de 800 personas.

Desde el punto de vista industrial, Zumos Palma es la sociedad perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual que asume la gestión de la [planta de producción de zumo ubicada en Palma del Río \(Córdoba\)](#), adquirida por el grupo de alimentación en 2001. Consciente de la importancia de la relación con el entorno, la empresa ha patrocinado y colaborado en 2011 con diversas iniciativas socio culturales de relevancia para la comarca. Destaca el patrocinio de las I Jornadas Gastronómicas para profesionales de la hostelería que organizó la academia Millenium en el Convento de Santa Clara de Palma del Río.

Asimismo, Zumos Palma contribuye en especie aportado productos a numerosas entidades de la sociedad palmeña, además de dotar la beca "Cardenal Portocarrero" destinada a uno de los cuatro mejores expedientes académicos del curso 2010-2011 del instituto "San Luis Rey" de Palma del Río.

Por otro lado, el 29 de octubre se celebró en el Centro Rural Malpica de Palma del Río la primera [Jornada de Convivencia Familiar](#) de los colaboradores de la fábrica de Zumos de palma del Río. Con más de un centenar de asistentes de todas las edades, se trataba de celebrar la finalización de la campaña y de mejorar la convivencia entre departamentos y compañeros. Ambos objetivos fueron alcanzados. La jornada sirvió para reforzar el buen ambiente de trabajo y la implantación local, social y familiar de la empresa.

**EN ANDALUCÍA LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL TAMBIÉN DESARROLLA UNA IMPORTANTE ACTIVIDAD INMOBILIARIA Y DE OCIO, A TRAVÉS DEL GRUPO LA QUINTA**

## IMPACTOS ECONÓMICOS EN COMUNIDADES LOCALES: ZONAS GEOGRÁFICAS DE IMPLANTACIÓN

### COLABORACIONES EN ESPECIE CON ENTIDADES DE PALMA DEL RÍO EN 2011

I.E.S." ANTONIO GALA" (PALMA DEL RÍO)	Día de andalucía, 25/02/2011
ARS CLUB BALONMANO (PALMA DEL RÍO)	Encuentro de balonmano, 14/05/2011
COLEGIO INMACULADA CONCEPCIÓN (PALMA DEL RIO)	Festival fin de curso, 2 y 3/06/2011
CEIP. SAN SEBASTIAN (PALMA DEL RIO)	Olimpiadas del colegio, 4/06/2011
AYTO. PALMA DEL RIO- ASOCIACIÓN DE VECINOS " LOS PINTORES DE GOYA" (PALMA DEL RIO)	Verbena de San Juan, 25/06/2011
AYUNTAMIENTO DE PALMA DEL RIO	XX Marcha en bici,13/11/2011
CENTRO RURAL MALPICA	Visita de la asociación de niños con cáncer "Andex" al centro rural Malpica, 13/11/2011



## Grupo Leche Pascual en Madrid



	2011
Nº empleados	552
Nº clientes directos	11.095
Facturación clientes (delegación)	170 mill. €
Volumen comercializado (delegación)	243.113 tm

La relación de Leche Pascual con la Comunidad de Madrid, además de la comercial, ha tenido en 2011 una doble vertiente: la medioambiental y la educativa, ambas citadas en los capítulos medioambiental y en el relativo a los consumidores respectivamente.

Grupo Leche Pascual ha continuado su apuesta por la movilidad sostenible en Madrid, corroborada en 2011 con firma un acuerdo con la [Asociación de Comerciantes del Barrio de las Letras](#) de Madrid por el que la compañía alimentaria se compromete a comercializar y distribuir únicamente con transporte sostenible en esta céntrica zona de Madrid que acaba de recibir la calificación municipal de Área de Prioridad Residencial (APR). Leche Pascual inició su compromiso con la movilidad sostenible en

Madrid hace dos años al rubricar el Foro Pro Clima, renovando el 13% de la flota de reparto con otros vehículos de energías alternativas.

Por otro lado, la compañía ha formado en alimentación y nutrición 2011 a más de 13.000 niños entre 8 y 12 años de la Comunidad de Madrid bajo el programa "[Hábitos Saludables de Vida](#)".



**GRUPO LECHE PASCUAL HA CONTINUADO SU APUESTA POR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE Y LA FORMACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN**



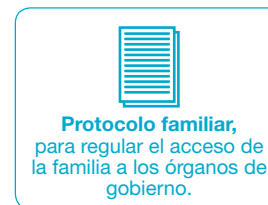




# GOBIERNO CORPORATIVO

04

La evolución del gobierno de Grupo Leche Pascual ha seguido una trayectoria consecuente con su crecimiento. A medida que la compañía ha ido creando empleo y riqueza, se fueron tomando las medidas para asegurar que la “empresa familiar” descansara sobre la sólida base de una “familia empresaria”.



# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Gestión de las **políticas responsables desde el Consejo de Administración**.



**Incremento de la transparencia:** contable y auditoría interna.



Compromiso con la **auto-regulación interna:** desarrollo de mecanismos para la defensa de la integridad personal y profesional de los empleados, así como para una mejor organización del trabajo.

### Acciones:



- Supervisión por la **Comisión de Responsabilidad y Acción Social** de los proyectos de RSC.
- **57% consejeros independientes** en el Consejo de Administración de Grupo Leche Pascual.



- **85 auditorías internas** de las sociedades de la Corporación Empresarial Pascual.
- Las cuentas consolidadas de la compañía se elaboran conforme a las **normas internacionales de contabilidad**.



- Vigencia del **Código de Conducta de la Corporación Empresarial Pascual** y del canal ético **Pascual Directo**.
- Revisión del **Mapa de riesgos**.
- **Optimización de los recursos:** ahorros en los gastos de estructura.

## 2012

### Para 2012:



**Adaptación de los reglamentos de consejos y comisiones a normas de buen gobierno corporativo.**



Terminación y documentación del **mapa de riesgos corporativos**.



Análisis sobre los riesgos de **responsabilidad penal de las personas jurídicas**.



Constitución de la **Comisión de Validación de la Publicidad de Leche Pascual**.



**Auditoría interna:** incluir en el plan 2012 la auditoría de Redes (Hacking ético), y nuevas auditorías de procesos comerciales.

# ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

## Evolución del gobierno corporativo: Consejo de Familia y Protocolo Familiar

El fundador de Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual Sanz, se preocupó por transmitir dos valores fundamentales de su empresa: **el legado** -asegurando la continuidad empresarial por medio de las generaciones venideras- y la **transcendencia** -entendida como la herencia a sus hijos de una compañía sólida y con visión de futuro.

En los años noventa inició el proceso de sucesión al frente del gobierno de la compañía que culminó en 1999 con la creación de un **Consejo de Familia**, órgano de gobierno que tiene como misión principal velar por una adecuada gestión del papel de propietaria de la familia Pascual Gómez-Cuétara, cuidando y asegurando la buena convivencia de todos sus miembros y la transmisión generacional de la cultura familiar. El Consejo de Familia vela por que el desempeño y la diversidad de los distintos papeles -accionistas, consejeros, directivos, etc... - no perjudique la armonía familiar ni empresarial.

Como instrumento jurídico para asegurar que la “*empresa familiar*” descansara sobre la base de una “*familia empresaria*”, el Consejo de Familia formalizó en 1999 un **Protocolo Familiar**. Este documento establece los términos del proceso sucesorio y regula exhaustivamente el acceso de los miembros de la familia Pascual a los cargos de responsabilidad, estableciendo una serie de pautas y

requisitos tanto en el ámbito de formación como en el de experiencia laboral.

Además del Protocolo Familiar, existe un programa para fomentar el orgullo de pertenencia de los miembros de la familia desde niños. Se trata de ayudar a los más jóvenes a *aprender a ser propietarios* con un plan de formación que incluye prácticas desde el bachiller, hasta la etapa universitaria y posterior.



Familia Pascual Gómez-Cuétara.

## EL PROTOCOLO FAMILIAR REGULA EXHAUSTIVAMENTE EL ACCESO DE LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA PASCUAL A LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

# ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

## EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN FOMENTA LA CREACIÓN DE VALOR Y LA TRANSMISIÓN DE VALORES DENTRO DE LA FAMILIA EMPRESARIA

La primera sucesión se produjo de forma natural a través de Tomás Pascual Gómez-Cuétara, hijo primogénito del fundador, quien ya llevaba años al frente de la compañía. El resto de hermanos también ocupan cargos en el consejo de administración. El Protocolo ayudó a formalizar la situación y a sentar las bases para generaciones venideras.

En 1996, [Tomás Pascual Gómez-Cuétara](#) asumió la dirección estratégica de la compañía y el control de la gestión operativa. Su trabajo, bajo la presidencia del fundador, D. Tomás Pascual Sanz, supuso la expansión y consolidación del Grupo Leche Pascual. Tras el fallecimiento de su padre, el Consejo de Administración del Grupo Leche Pascual, en reunión plenaria celebrada el 30 de marzo de 2006, aprobó el nombramiento como presidente y consejero delegado de la compañía de Tomás Pascual Gómez-Cuétara. Durante los últimos quince años, su gestión ha apostado por una creciente diversificación de productos, esfuerzo inversor y vocación innovadora.



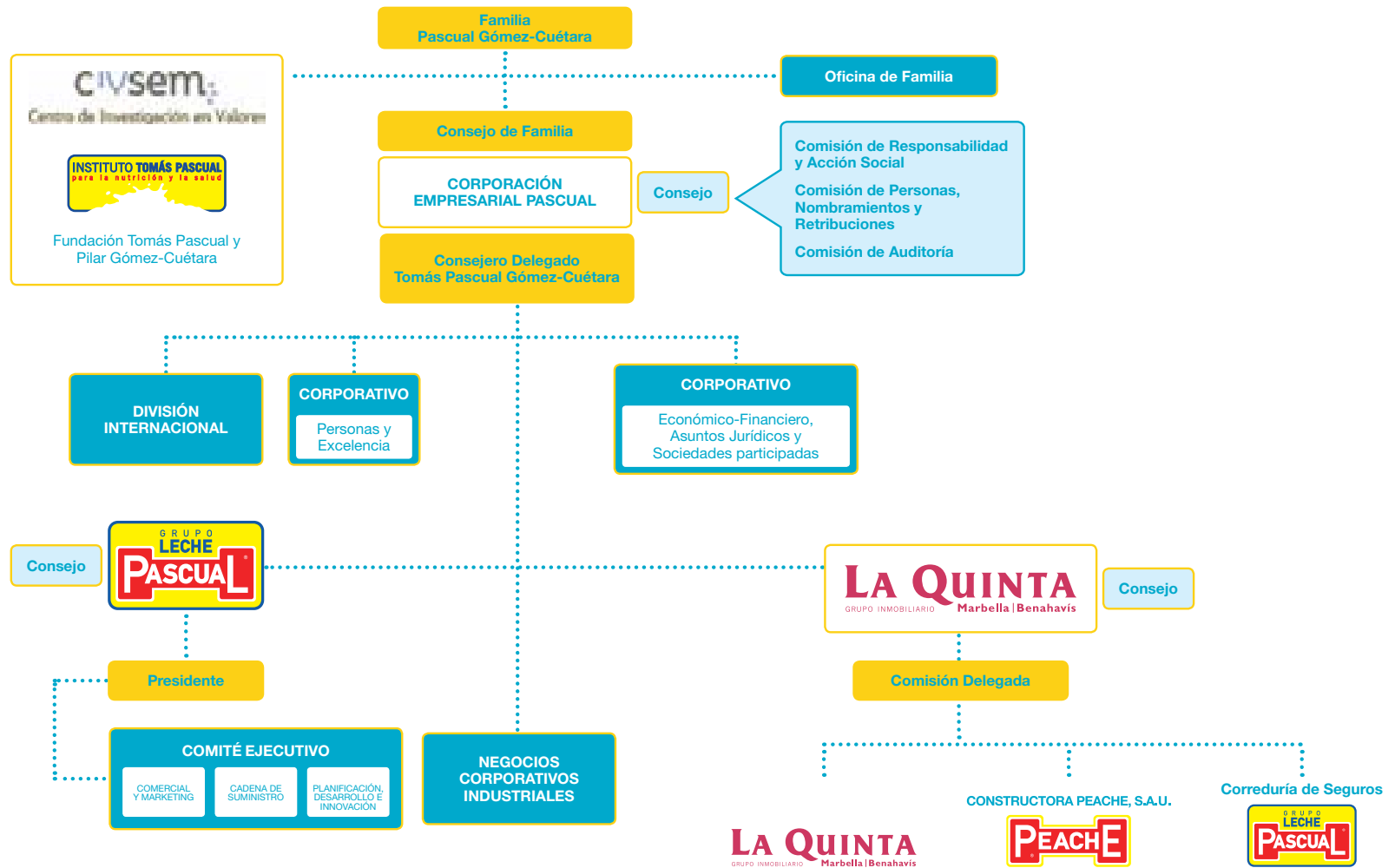
### Consejos de administración: Corporación Empresarial Pascual y Grupo Leche Pascual

#### Corporación Empresarial Pascual

La [Corporación Empresarial Pascual](#) es un holding familiar cuyo accionariado pertenece en su totalidad a la familia Pascual Gómez-Cuétara. A pesar de ser una empresa cien por cien familiar, Tomás Pascual Sanz contó con consejeros independientes de distintos perfiles y experiencia para ayudar al desarrollo de la estrategia y dirección del grupo.

El [consejo de administración de la Corporación Empresarial Pascual](#), sociedad que ostenta el 100% de las acciones del Grupo Leche Pascual, industria alimentaria, y del resto de inversiones del holding empresarial, ha contado en 2011 con dos consejeros independientes y cuatro dominicales. Este consejo canaliza el gobierno del holding familiar con el objetivo de fomentar la creación de valor y la transmisión de valores dentro de la familia empresarial, así como de controlar el cumplimiento de los objetivos de la familia en cada negocio.

## ORGANIGRAMA DE GESTIÓN 2011



# ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Los dos consejeros independientes del holding familiar en 2011 han sido [Joaquín Moya](#), consolidado empresario que desde los años 90 posee un amplio conocimiento del grupo y de la propia familia propietaria y [Joaquín Uriach](#), al frente de una empresa que ya se halla en su quinta generación, como Laboratorios Uriach, con un gran dominio de la empresa familiar.

## Grupo Leche Pascual

En el consejo de administración del [Grupo Leche Pascual -grupo industrial-](#), los consejeros independientes han sido mayoría en el ejercicio 2011, lo que es destacable en una empresa familiar. En esta parte del negocio la familia actúa, ya no sólo como propietaria, sino también como gestora, por lo que el asesoramiento de consejeros externos cobra especial relevancia.

El empresario [Luís Serrano Martín](#) aporta al consejo de administración de Grupo Leche Pascual su experiencia y conocimientos sobre la empresa familiar, mientras que los consejeros [César Bardají](#) y [Juan José Pérez-Cuesta](#) orientan en los aspectos relacionados con el desarrollo de productos, marketing y distribución comercial. [Laura González-Melero](#), presidenta y consejera delegada de los laboratorios Merck en España, aporta una visión innovadora y basada en la calidad, atributos comunes a Leche Pascual.

Los consejeros dominicales del consejo del grupo industrial son [Tomás Pascual Gómez-Cuétara](#) como presidente y consejero delegado, [Sonia Pascual Gómez-Cuétara](#), secretaria del consejo y [Borja Pascual Gómez-Cuétara](#).

Por último, existe un [Comité de Dirección](#), presidido por el consejero delegado, en el que los directivos desarrollan las líneas estratégicas de actuación prefijadas en las áreas clave de la compañía.

## Integrantes del Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual en el que dos de los consejeros son independientes:

- Dña. Pilar Gómez-Cuétara (Presidente)
- D. Joaquín Uriach
- D. Joaquín Moya-Angeler
- D. Borja Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara (Secretaria)
- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara

El grupo industrial representado por la sociedad [Grupo Leche Pascual](#), tiene un consejo de administración en el que el 57% son consejeros independientes:

- D. César Bardají
- Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara (Secretaria)
- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara (Presidente)
- Borja Pascual Gómez-Cuétara
- D. Juan José Pérez-Cuesta
- D. Luis Serrano Martín
- Dña. Laura González Molero

---

## Comisiones Delegadas del Consejo: Responsabilidad y Acción Social

La actividad del Consejo de la Corporación Empresarial Pascual se organiza en **Comisiones Delegadas** para tratar las diversas áreas de actuación. Cabe destacar el papel en 2011 de la **Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social** en el desarrollo de la estrategia de responsabilidad social corporativa. Además, el consejo cuenta con una **Comisión Delegada de Auditoría y Buen Gobierno** y una **Comisión Delegada de Nombramientos, Retribuciones y Personas**.

La **Comisión de Auditoría y Buen Gobierno**, presidida por Joaquín Moya-Angeler e integrada, además, por los consejeros independientes César Bardají y Konstantín Sajonia-Coburgo, se reunió de manera ordinaria cuatro veces durante 2011. En ella, además de abordar asuntos relativos a los riesgos corporativos, se trataron las incidencias que llegaron a través del Canal Abierto.

La **Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social** supervisa las actividades de responsabilidad social de la empresa, especialmente las que tienen que ver con la transparencia informativa y contable, el medio ambiente y la sostenibilidad, la acción social, las relaciones con las administraciones públicas, el mecenazgo, el I+D+i y las relaciones con otros grupos de interés como proveedores y clientes, entre otros.

Se reúne trimestralmente y está integrada por dos consejeros independientes -Ricardo Martín-Fluxá y Joaquín Uriach- dos dominicales y un secretario. Su presidente informa en todos los Consejos del Grupo, en los que siempre existe un punto fijo del orden del día para los informes de las Comisiones Delegadas Asesoras.

En 2011 la Comisión ha abordado variados asuntos como la integración en la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara del Instituto Tomás Pascual y de CIVSEM, la visión reputacional de la Corporación Empresarial Pascual o el enfoque del plan de responsabilidad social, así como la actividad del Grupo Deportivo y del Grupo de Voluntariado de Leche Pascual o los proyectos de acción social, mecenazgo y colaboración con asociaciones y entidades sin ánimo de lucro.

  
Centro de Investigación en Valores

---

## Comisiones Delegadas del Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual:

**Comisión de Auditoría y Buen Gobierno**, integrada por los siguientes consejeros:

- D. Joaquín Moya-Angeler
- D. César Bardají
- D. Konstantín Sajonia-Coburgo

**Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Personas**. Los consejeros que forman parte de esta Comisión son:

- D. Joaquín Moya-Angeler
- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Laura González Molero

**Comisión de Responsabilidad y Acción Social**, integrada por los siguientes consejeros:

- Dña. Pilar Gómez-Cuétara
  - D. Ricardo Martín-Fluxá
  - D. Joaquín Uriach
  - Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara
  - Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara
-



# ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

## Reuniones de la Comisión de Responsabilidad y Acción Social en 2011:

### Orden del Día. Comisión Responsabilidad y Acción Social 02/03/11

1. Definición de cómo quiere ser reconocida la Corporación Empresarial Pascual: Diferenciación visión corporativa/reputacional.
2. Plan de RSC.
3. Avance Memoria de RSC.
4. Instituto Tomás Pascual Sanz: Seguimiento presupuesto y objetivos.
5. CIVSEM: Seguimiento presupuesto y objetivos.
6. Integración en la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara del Instituto Tomás Pascual y CIVSEM
7. Ruegos y preguntas.

### Orden del Día. Comisión Responsabilidad y Acción Social 06/06/11

1. Asuntos pendientes reunión anterior: Plan básico de RSC.
2. Presentación de la memoria de RSC.
3. Ruegos y preguntas.

### Orden del Día. Comisión Extraordinaria Responsabilidad y Acción Social 05/07/11

1. Instituto Tomás Pascual Sanz: revisión de acciones presupuestadas: orígenes, efectividad y retorno.
2. Ruegos y preguntas.

### Orden del Día. Comisión Responsabilidad y Acción Social 14/09/11

1. Asuntos pendientes reunión anterior:
  - Revisión contratos Instituto Tomás Pascual Sanz.
  - Definición nueva etapa del Instituto Tomás Pascual Sanz, concretando nuevos campos de actuación.
  - Canal Abierto.
  - Plan Básico de RSC.
2. CIVSEM: revisión de acciones presupuestada: orígenes, efectividad y retorno.

### Orden del Día. Comisión Responsabilidad y Acción Social 16/11/11

1. Asuntos pendientes reunión anterior.
2. Nuevo enfoque del Plan Básico de RSC.
3. Temas concretos a abordar en el ejercicio 2012 por Instituto Tomás Pascual Sanz sobre la nueva área de actuación.
4. Presentación de los presupuestos para el ejercicio 2012 del Instituto Tomás Pascual Sanz.
5. Presentación de los presupuestos para el ejercicio 2012 CIVSEM.



CENTRO  
LEGISLATIVO

# TRANSPARENCIA ECONÓMICA Y CONTABLE

## Auditoría Externa

Las sociedades de Grupo Leche Pascual se someten a auditorías anuales realizadas por [expertos independientes de reconocida solvencia](#) pertenecientes a uno de los principales grupos de auditores líderes a nivel mundial.

Leche Pascual mantiene un alto compromiso con la aplicación de criterios de transparencia y exigencia voluntaria en el ámbito contable. Las cuentas consolidadas de la compañía se elaboran de acuerdo a las [normas internacionales de contabilidad](#), cuyo nivel de exigencia en lo relativo a la información requerida es superior al del plan contable español. Además, la aplicación de dichos principios contables internacionales facilita la comprensión y comparación de los estados financieros con las empresas más relevantes.

La compañía actúa con [total transparencia frente a los auditores](#), quienes proporcionan análisis, evaluaciones, recomendaciones, asesoría e información concerniente a las actividades revisadas. Los auditores ofrecen una opinión independiente sobre la evolución del sistema y su control interno, además de formular sugerencias para su mejora. La auditoría no contiene ni limitaciones en cuanto a su alcance, ni contingencias o salvedades algunas. El dictamen u opinión es depositado en el Registro Mercantil.

## Auditoría Interna

La [Dirección de Auditoría Interna Corporativa](#) verifica el cumplimiento legislativo y de la normativa interna en los centros de trabajo, además de la calidad en los procesos de los sistemas de gestión. En el año 2011, en cumplimiento de los objetivos del plan aprobado por la [Comisión de Auditoría y Buen Gobierno](#), esta dirección ha llevado a cabo más de [85 auditorías internas](#) de las sociedades que componen la Corporación Empresarial Pascual y sus stakeholders (distribuidores comerciales, proveedores, empleados, etc.).

Estas auditorías han comprendido distintos alcances, ya sean Auditorías Corporativas (procedimientos internos y riesgos corporativos), Auditorías de Sistemas de Gestión (de los distintos Sistemas certificados en los centros) o Auditorías Integradas Generales (Auditorías Corporativas más Auditorías de Sistemas de Gestión). Se han emitido casi 100 informes de auditorías con sus recomendaciones y planes de acción donde ha procedido.



Más de 85 auditorías  
internas en 2011

---

---

### **Objetivos Dirección Auditoría Interna:**

1. Ayudar a la organización, mediante la identificación y evaluación de las exposiciones significativas a los riesgos, asegurando la existencia de procedimiento y procesos, así como su cumplimiento de cara a eliminar o minimizar éstos y su impacto.
  2. Ayudar a la organización en el mantenimiento de sistemas de controles internos efectivos, mediante la evaluación de la eficacia y eficiencia de los mismos, y promoviendo la mejora continua.
  3. Asegurar que las distintas unidades de negocio de la corporación están alineadas con los objetivos y las directrices de las políticas corporativas.
  4. Mejorar las operaciones de la organización en su conjunto mediante la detección de oportunidades de mejora en cualquier ámbito objeto de auditoría.
  5. Favorecer la buena reputación de la corporación dando un soporte adecuado a todas las actividades de auditoría de cualquier parte interesada, actuando en su caso, conforme a los requisitos de las distintas partes interesadas externas.
- 

### **Auditorías Corporativas:**

- Auditorías económico-financieras.
- Auditorías específicas sobre aplicación de normativas.
- Auditorías de compras.
- Auditorías de áreas.
- Auditorías de procesos.
- Auditoría distribuidores comerciales.

### **Auditorías Integradas Generales:**

- Fábricas.
- Delegaciones comerciales.
- Compras de leche.
- Grupo Inmobiliario La Quinta.

### **Auditorías de Sistemas de Gestión:**

- IFS.
  - BRC.
  - Auditoría OHSAS.
-

# AUTORREGULACIÓN INTERNA

- **Código de Conducta Empresarial**

En 2011 ha estado vigente el [Código de Conducta de los Empleados de la Corporación Empresarial Pascual](#), que establece los principios que rigen la conducta profesional de todos los empleados, cualquiera que sea su posición y la sociedad a la que pertenezcan dentro de la Corporación Pascual. Disponible en la Intranet corporativa, el código se estructura en torno a tres principios generales de actuación: [conducta ética](#), [profesionalidad](#) y [confidencialidad](#).

## Principios generales del Código de Conducta de los Empleados de la Corporación Empresarial Pascual

### 1. Conducta ética

Deber de actuar responsablemente en las relaciones entre empleados y con terceros, con integridad y respeto a las personas.

### 2. Profesionalidad

Ser profesional es indispensable para alcanzar una empresa sostenible, socialmente responsable, innovadora y orientada a sus clientes y consumidores.

### 3. Confidencialidad

Necesidad de ser cuidadosos al manejar la información sensible.



- **Pascual Directo: el canal abierto de Leche Pascual**

Pascual Directo establece una vía de diálogo directa y abierta entre los empleados y la compañía para poner en su conocimiento comportamientos contrarios al Código de Conducta.

Esta herramienta de comunicación posibilita la recepción por parte de la compañía de situaciones de incumplimiento de los principios descritos en el Código de Conducta u otras actuaciones que supongan un quebranto económico o patrimonial para alguna de las sociedades de la Corporación o fraudes financieros.

Pascual Directo es una vía complementaria al sistema de **atención permanente en caso de acoso sexual o por razón de sexo**, al que se puede acceder a través de una dirección de correo electrónico, un teléfono gratuito permanente y una aplicación específica en la página de inicio de la Intranet de Grupo Leche Pascual.



- **Mapa de riesgos corporativos**

La compañía ha definido un mapa de riesgos corporativos estimando el riesgo en base, tanto a eventos históricos analizados, como a la experiencia de expertos.

El sistema incluye mecanismos específicos de control interno y auditoría con la finalidad de asegurar la medición continuada de los riesgos y la detección de nuevos, además de dar a conocer a todos los miembros de la empresa la información necesaria para actuar. Su aprobación definitiva está prevista en 2012.



# AUTORREGULACIÓN INTERNA



- **Manual de Gestión de Crisis**

El **Manual de Gestión de Crisis** de Grupo Leche Pascual fija unas pautas de actuación para dar respuesta rápida a cualquier situación de crisis. Actúa como **guía práctica para la gestión de la crisis**, centrándose en los pasos correctos para su adecuada comunicación interna y externa, aunque también incidiendo en aspectos operativos.

No se trata de un documento sustitutivo de los **planes de emergencia** con que cuenta Grupo Leche Pascual en cumplimiento de la legislación de prevención de riesgos laborales, o de los procedimientos establecidos en las normas certificables de calidad y de gestión existentes en los centros de trabajo.

Algunos de los objetivos que se persiguen son:

- » **Minimizar pérdidas financieras**, por ejemplo, la caída de ventas.
- » **Minimizar la reacción negativa**: por ejemplo de los consumidores o de los clientes.
- » **Proteger los activos de la compañía**: productos, plantas, los equipos, el personal.
- » **Reducir responsabilidad personal**: de directores, ejecutivos, incluso personal.

---

- **Normativa interna y organización**

La Dirección de Organización tiene por objetivo lograr la mayor eficiencia en el uso de los recursos de la compañía mediante la implantación de procesos más eficaces y de menor coste.

En 2011 se han planteado e implantado mejoras en todas las funciones del departamento, tanto propias como generales. Algunos ejemplos destacables son los nuevos [reports para el seguimiento del gasto en publicidad y mejora del zoom de gastos de estructura](#), el proyecto de [reducción de burocracia o los avances en el uso de GPS](#), que han permitido una gestión de multas más eficaz, un menor gasto y una mejora en la información del uso de la flota, incluyendo la asociada a la división de Caffé Mocay.

En otro ámbito de actuaciones, se ha asumido la gestión y coordinación de obras de mejora de las instalaciones de oficinas centrales, aportando un entorno de trabajo para el empleado más agradable, con medidas como la remodelación de los accesos o el proyecto de nuevo comedor y una [mayor sensibilización medioambiental](#), como nuevos medios para favorecer el reciclaje, el plantado de árboles en los exteriores de las oficinas y la utilización de papel y tóner más ecológicos y económicos.



**LA DIRECCIÓN DE ORGANIZACIÓN TIENE POR OBJETIVO LOGRAR LA MAYOR EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS DE LA COMPAÑÍA**

---





---

## DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE

---

A partir del mandato derivado de la Misión y la Visión corporativas, Grupo Leche Pascual ha identificado una serie de dimensiones de gestión responsable: mejorar la calidad de vida de los consumidores, el compromiso con el desarrollo del sector primario y con la articulación de una cadena de suministro responsable, el impulso de alianzas y la colaboración con los clientes, la atención prioritaria al factor humano de la compañía, el respeto medioambiental y la actuación responsable ante la sociedad, así como el liderazgo responsable en los sectores y mercados en los que la compañía desarrolla su actividad.



05.1

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES



**Estrategia NAOS**  
Promoción de la  
alimentación sana  
y el deporte



**Atención al consumidor**



**Política de puertas  
abiertas**



**Marketing  
responsable**

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Desarrollo en Leche Pascual de la **Estrategia NAOS**.



Incrementar el compromiso con la sociedad a través de la estrategia de **puertas abiertas** en los centros productivos.

### Acciones:



- Adhesión al **Código PAOS** (Autorregulación de la publicidad dirigida a menores).
- **3,7 millones de euros** invertidos en programas y entidades para la promoción deportiva: olímpico y base.
- Más de **750 participantes** del Grupo Deportivo de Leche Pascual.
- Más de **18.500 consumidores formados en nutrición**.
- **11 Jornadas Científicas de Soja**.



- Resultados de la política de puertas abiertas: **14.930 visitantes en 2011**.

## 2012

### Para 2012:



**Transmitir hábitos de vida saludables a los estudiantes** con clubes de baloncesto y de fútbol.



**Comunicación a los profesionales de la salud** de los beneficios de la soja con especial énfasis en los medios on-line.



Continuar la agenda de **Jornadas Científicas de soja** en Castilla León, Madrid y Barcelona, así como extenderlas a Sevilla.



Elaborar una **tabla de orientación dietética** sobre determinadas patologías: celiaquía, hipercolesterolemia...



Sensibilización al colectivo de las **matronas en temas de alimentación**.

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

### LA PREOCUPACIÓN POR LA SALUD Y EL COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES ES UNO DE LOS EJES DE LA ESTRATEGIA DE GRUPO LECHE PASCUAL

Según la Organización Mundial de la Salud, la obesidad y el sobrepeso han alcanzado caracteres de epidemia mundial. La obesidad se asocia con las principales enfermedades crónicas: enfermedades cardiovasculares, diabetes tipo 2, hipertensión arterial y ciertos tipos de cáncer. Se calcula que en nuestro país los costes directos e indirectos asociados a la obesidad suponen un 7% del gasto sanitario total, lo que representa unos 2.500 millones de euros anuales.

La preocupación por la salud y el compromiso con la mejora de la calidad de vida de los consumidores es uno de los ejes de la estrategia de Grupo Leche Pascual. Desde el lanzamiento de la leche descremada en los años 70, la compañía ha recorrido un largo camino promoviendo la salud a través de alimentos innovadores y, sobre todo, sanos. Apoyando la estrategia de la propia empresa, la familia propietaria Pascual Gómez-Cuétara ha canalizado sus inquietudes en relación a la alimentación de los consumidores por medio de la creación del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, que tiene como misión promover la investigación y la formación en estas áreas.

En este contexto, Leche Pascual forma parte desde su creación de la [Estrategia NAOS](#), en colaboración con el Ministerio de Sanidad y Consumo, para luchar contra la obesidad. La adhesión a esta estrategia está ligada al cuidado

en la composición de los productos, la promoción del deporte o la comunicación de hábitos de vida saludable. Además, Leche Pascual apuesta por la atención personalizada a las inquietudes de los consumidores, el marketing responsable o la política de puertas abiertas en sus plantas.

Las principales líneas de responsabilidad corporativa de Leche Pascual hacia sus consumidores se han agrupado en 2011 de la siguiente manera:

- [Desarrollo de la Estrategia NAOS.](#)
- [Política de puertas abiertas en los centros productivos.](#)



---

En el 2005 se puso en marcha la [Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad \(NAOS\)](#) desde el Ministerio de Sanidad y Consumo y a través de la AESAN con el objetivo de sensibilizar a la población del problema que representa la obesidad para la salud e impulsar todas las iniciativas públicas y privadas para adoptar hábitos de vida saludables a través de una alimentación saludable y de la práctica regular de actividad física.

La industria, consciente del papel que juega en la prevención de la obesidad, desarrolló a través de su federación (FIAB) un convenio de colaboración con la Estrategia NAOS al que están suscritas las principales empresas de alimentación y bebidas en España, entre ellas Grupo Leche Pascual.

Otro compromiso del sector empresarial en esta materia es la puesta en marcha del [Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, prevención de la obesidad y salud \(Código PAOS\)](#). Este código fue suscrito por las 35 mayores empresas alimentarias españolas, entre ellas Grupo Leche Pascual, que representan más del 75% de la inversión publicitaria en el sector. El Código PAOS fomenta estilos de vida saludable para prevenir la obesidad infantil en los mensajes publicitarios sobre alimentos dirigidos a menores.

En 2011, Leche Pascual ha desarrollado diversas líneas de trabajo en relación con la Estrategia NAOS:

- Portafolio de productos que forman parte de una dieta sana y equilibrada.
- Iniciativas para el fomento del ejercicio físico: patrocinios deportivos.
- Comunicación directa para orientar hacia la dieta sana y equilibrada.
- Investigación clínica. Orientación al profesional de la salud y al prescriptor.



## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

### LA GAMA DE PRODUCTOS DE GRUPO LECHE PASCUAL TIENE UNA ORIENTACIÓN SALUDABLE Y FORMA PARTE DE UNA DIETA VARIADA Y EQUILIBRADA

- **Portafolio de productos que forman parte de una dieta sana y equilibrada**

La gama de productos que comercializa Grupo Leche Pascual tiene una orientación saludable y forma parte de una dieta variada y equilibrada: lácteos, zumos, aguas minerales, soja u ovoproductos. Para fomentar el bienestar de la población, todos los productos de la empresa, por su calidad y formulación, responden a los requerimientos nutricionales básicos de los consumidores, si bien algunos de ellos, además ofrecen valores específicos para personas que puedan tener necesidades especiales como embarazadas, deportistas, niños, adolescentes, o mayores, así como las de personas con

determinadas intolerancias a componentes habituales en los alimentos.

En la línea marcada por la Estrategia NAOS, en los últimos años Grupo Leche Pascual ha reducido en algunos de sus productos, especialmente postres lácteos como las natillas, los flanes o el arroz con leche, las grasas totales, las grasas saturadas y las grasas trans, así como el contenido en azúcares.

En 2011 la compañía ha proseguido su labor innovadora ofreciendo al consumidor **nuevos productos orientados a la salud**: Pascual Omega 3, nuevos formatos de Mantequilla Ligera Pascual, Bifrutas en lata y Pascual Fresh.



## NUEVOS PRODUCTOS ORIENTADOS A LA SALUD

LANZAMIENTO	CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS
<b>Pascual Omega3</b>	Lácteos funcionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El objetivo de Pascual Omega3 es formar parte de una dieta sana y equilibrada, con nutrientes esenciales, como el ácido graso Omega3.</li> <li>• Ayuda a mantener los niveles adecuados de triglicéridos y a proteger de la oxidación celular.</li> <li>• Pascual Omega3 es, dentro de los llamados alimentos funcionales, muy adecuada para afrontar algunas de las carencias que se presentan en la población de alrededor de 45 años en adelante.</li> <li>• Disponible en la variedad de desnatada, dentro del segmento de funcionales, en formato de 1 litro.</li> </ul>
<b>Mantequilla Ligera Pascual</b>	Mantequillas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantequilla “Ligera”, más fácil de untar, con el mismo sabor y calidad, pero más suave y con sólo un 40% de materia grasa.</li> <li>• Se presentan en dos formatos, en tarrina de de 250g y en bote, de 190g, con un novedoso tapón dosificador y sistema antigoteo, que no crea vacío.</li> <li>• Este nuevo sistema, permite aprovechar el cien por cien del producto, y que se mantenga por más tiempo.</li> </ul>
<b>Bifrutas de Pascual en lata</b>	Bebida de zumo y leche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasta el momento no existía en el mercado español ningún formato en lata para la categoría de leche y zumo.</li> <li>• Disponibles en tamaño de 250 ml, los Bifrutas de Pascual en lata Tropical y Mediterráneo se comercializan en los principales centros de ocio y máquinas expendedoras.</li> </ul>
<b>Pascual Fresh</b>	Refrescos de zumos sin gas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fresh es una bebida ligera: un refresco de zumo sin gas para las nuevas tendencias de consumo: alimentos sanos, sabrosos y diferentes.</li> <li>• Destaca por el aporte nutricional de las vitaminas C, A y E.</li> <li>• Presentado en envase de 1 litro en dos variedades, California y Florida.</li> </ul>



## GRUPO LECHE PASCUAL PROMUEVE EL DEPORTE Y LA ACTIVIDAD FÍSICA PARA GOZAR DE UNA BUENA SALUD

# DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

- **Iniciativas para el fomento del ejercicio físico: patrocinios deportivos**

Además de ofrecer productos saludables, promover el deporte y la actividad física como elemento imprescindible para gozar de una buena salud es otra de las bases del compromiso de Grupo Leche Pascual con la Estrategia NAOS.

- » **Deporte olímpico**

Grupo Leche Pascual es una de las empresas creadoras de la Asociación Deportes Olímpicos (ADO), que nació para dotar recursos ante los Juegos de Barcelona 92. Desde aquellas fechas, Leche Pascual ha mantenido y mantiene su patrocinio en todos y cada uno de los ciclos olímpicos.

Durante 2011, Grupo Leche Pascual ha sido patrocinador del “Programa para la preparación de los deportistas españoles de Londres 2012”.

La sponsorización abarca tanto el Programa Asociación Deportes Olímpicos (ADO) como el Programa de Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico (ADOP).

- » **Deporte base**

En marzo de 2011, Grupo Leche Pascual renovó el convenio de colaboración con la [Fundación Deporte Joven](#) del Consejo Superior de Deportes para el impulso del deporte en edad escolar, completando así el compromiso con el deporte de élite.

En concreto, Leche Pascual patrocina

las actividades de Deporte Escolar como mecenas de la Fundación Deporte Joven desde hace ya cinco años: el Programa Nacional de Promoción y Ayuda al Deporte Escolar (PROADES), las Becas ADE para ayudas en material deportivo y escolar a los estudiantes, en función de sus resultados académicos y los Campeonatos de España en Edad Escolar.



---

El soporte de la compañía al deporte base se ha incrementado con el proyecto de [patrocinio de las canteras de clubs históricos del fútbol español](#). En 2011 Grupo Leche Pascual se ha convertido en patrocinador oficial de la cantera de fútbol del [Real Madrid](#), de la [Escuela Deportiva de Antonio Puerta del Sevilla F.C](#), [Socio de Honor de la Fundación Atlético de Madrid](#) y [patrocinador de la Copa de España Infantil de Fútbol Indoor](#). Además, en el mes de junio, Grupo Leche Pascual por medio de su marca Bifrutas se acercó al deporte base patrocinando el campus de fútbol Sporty 2011 en Allariz (Orense).



Renovación del convenio con la Fundación Deporte Joven del Consejo Superior de Deportes.

---

### **Pascual alimenta tus sueños**

El acuerdo de Grupo Leche Pascual con el Real Madrid C.F. se abre a todos en internet.

La plataforma “Pascual alimenta tu sueño” permite comentar los partidos en el blog, seguir las últimas noticias, ver las nuevas clases de entrenamientos y se constituye en puerta de acceso a las pruebas para formar parte de la cantera. Para conseguir una de las solicitadas plazas, los jovencísimos aspirantes realizan una original selección online. Además, juegos relacionados con el futbol, sorteos, concursos y, sobre todo, consejos de nutrición e incluso clases exclusivas con los entrenadores, completan el contenido de esta plataforma.

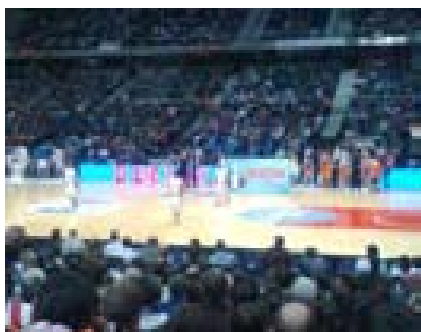


Emilio Butragueño, Director de Relaciones Institucionales del Real Madrid, y Tomás Pascual Gómez-Cuétara durante la presentación del acuerdo.

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL



Formación en hábitos de alimentación saludable organizadas en las escuelas y protagonizadas por jugadores de la liga española.



Patrocinio de la Copa del Rey.

### » Baloncesto

Leche Pascual, para fomentar la difusión de buenas prácticas de alimentación, colabora con varios clubes de baloncesto, como el [Asefa Estudiantes](#), el [Unicaja de Málaga](#) y el [Caja Laboral](#) de la liga española de baloncesto, organizando charlas de la mano de los propios jugadores en colegios para aconsejar a los más jóvenes hábitos en su alimentación. Además, en 2011, Leche Pascual ha mantenido su patrocinio de la [liga Endesa](#) de baloncesto, así como de la [Copa del Rey](#) celebrada en Madrid, en la que la marca Bezoya participó dentro de la Zona Lúdica por medio del [Básket Jump](#), una atracción en la que la diversión, la competición y el deporte se entremezclaron para todos los asistentes.

Por otra parte, Grupo Leche Pascual, en su compromiso con la salud y la actividad física, firmó en 2011 un acuerdo para convertirse en patrocinador oficial de los [eventos españoles de la NBA](#), la más famosa liga de baloncesto del mundo, fomentando de esta manera el deporte al asociarlo con la correcta nutrición entre los jóvenes. Como parte del acuerdo, Bezoya también patrocina la NBA Fan Zone, un festival al aire libre que ha visitado varias ciudades, con actividades interactivas relacionadas con el baloncesto. Grupo Leche Pascual estuvo además presente en las canchas con un concurso de baile y en la Women's Cup. Jugadores y aficionados de todas las edades y niveles pudieron demostrar públicamente sus habilidades o afinar su lanzamiento.

Finalmente, comprometido con la práctica del basket entre los más pequeños, Grupo Leche Pascual, junto con otras marcas, ha patrocinado en julio la [II edición del Campus Oficial Ricky Rubio](#). A los participantes no les faltó en ningún momento Pascual Bifrutas durante los seis días en los que pudieron disfrutar del basket de la mano de su ídolo.



#### » Otros deportes

La vela ha continuado siendo en 2011 un pilar destacado del apoyo al deporte por parte de Grupo Leche Pascual. El patrocinio de uno de los equipos participantes en la regata transoceánica Volvo Ocean Race 2011-2012 fue el hito más destacado, cuya salida tuvo lugar en Alicante en el mes de octubre.

La compañía fue igualmente patrocinadora del [Campeonato de España de Vela Infantil Desafío Grupo Leche Pascual](#) en aguas de Sanxenxo, prueba en la que más de 200 regatistas de las clases Optimist, Laser 4.7 y windsurf Bic-Techno 293 ofrecieron todo un espectáculo en la Ría de Pontevedra. También en el mes de junio, el “Bezoya”, [embarcación patrocinada por Grupo Leche Pascual](#), y armada por Luís Senís, compitió exitosamente en el Trofeo S.M. La Reina de la mano del reconocido patrón argentino Axel Rodger. Asimismo, el “Bezoya” disputó el Trofeo Tabarca Ciudad de Alicante.

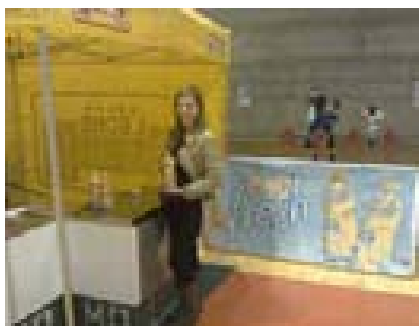


[Campeonato de España de Vela Infantil Desafío Grupo Leche Pascual en Sanxenxo.](#)

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL



Torneo de golf celebrado en La Quinta de Benahavis (Málaga).



Pista multideporte en la feria Dabadum.

Por último, la **25 Semana Catalana de Vela - Trofeo Bifrutas**, cita deportiva de lujo para conmemorar el **50 aniversario del Salón Náutico Internacional Ciudad de Barcelona**, tuvo lugar en noviembre con la participación de 162 Optimist y 44 Cruceros de un total de 700 barcos de diferentes clases que participan en este evento deportivo.

En abril, la marca Bezoya avitualló con 180.000 botellas de agua a los atletas de la carreras "**Madrid corre por Madrid**", perteneciente al circuito de carreras de MAPOMA (Maratón Popular de Madrid). Asimismo, Leche Pascual ha colaborado con diversos torneos de golf celebrados en La Quinta de Benahavis (Málaga) en 2011.

El apoyo al deporte de Leche Pascual tuvo un destacado colofón en diciembre con el patrocinio de dos actividades. Por un lado, la participación en la **feria Dabadum**, un evento de ocio educativo para disfrutar en familia. Fresh de Pascual, junto con Kellogg's, el Club Estudiantes y el Atlético de Madrid Femenino, crearon una pista multideporte para los más pequeños quienes, tras recibir una charla nutricional, podían jugar al fútbol o al baloncesto. Por último, los premios AS del Deporte fueron igualmente patrocinados por Leche Pascual a través de su marca de agua mineral Bezoya.

### PRINCIPALES PATROCINIOS DEPORTIVOS DE GRUPO LECHE PASCUAL EN 2011

**Asociación Deportes Olímpicos – Plan ADO Londres 2012**

**Comité Paralímpico Español – Plan ADOP Londres 2012**

**Volvo Ocean Race 2011-2012**

#### Canteras de equipos de fútbol:

- Real Madrid
- Escuela Antonio Puertas
- Fundación Atlético de Madrid
- Arandina CF

#### Copa de España Infantil de Fútbol Indoor

#### Tour NBA Europa

#### Equipos de baloncesto

- Asefa Estudiantes
- Unicaja Málaga
- Caja Laboral

#### Liga ACB

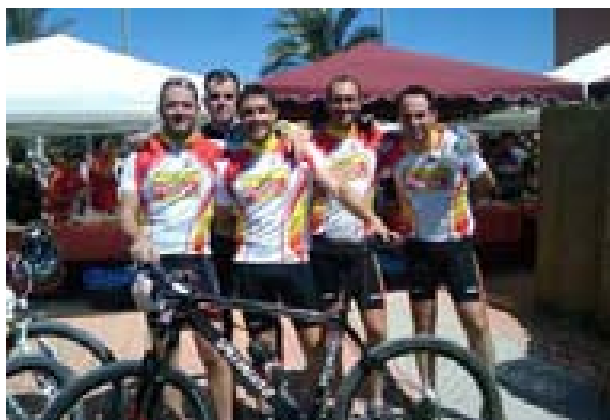
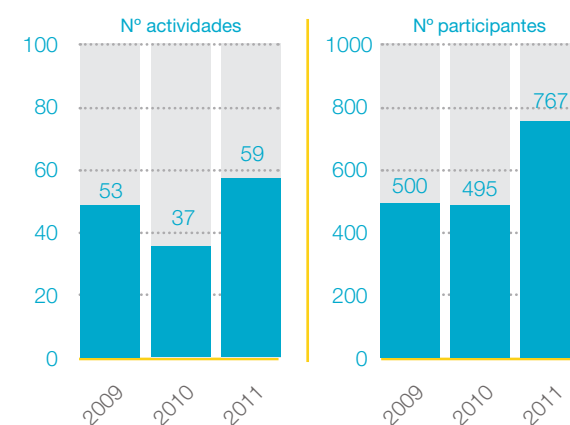
**APORTACIÓN A PATROCINIOS DEPORTIVOS : 3.793.000 EUROS**

## » Promoción del deporte entre los empleados

Grupo Leche Pascual promueve la Estrategia NAOS no sólo hacia afuera, sino también entre sus empleados. En concreto, favoreciendo todas aquellas actividades que simbolizan los valores de la compañía, como el deporte. Así, desde 2007 el **Grupo Deportivo de Leche Pascual** organiza actividades y competiciones de diversa índole, uniéndose al compromiso por el fomento de hábitos nutricionales saludables.

En los últimos años, estas iniciativas para promover la actividad física se han ido extendiendo a la mayor parte de centros de trabajo. En 2011, **767 participantes de quince sedes de Leche Pascual han disfrutado de 59 actividades asociadas a 13 deportes:** esquí, ligas de fútbol y baloncesto, golf, atletismo, etc. Además, la actividad del Grupo Deportivo se ha ido extendiendo más allá de la propia organización de actividades deportivas, al ofrecer a los empleados patrocinios directos para deportistas que compitan a alto nivel, acuerdos ventajosos en instalaciones o servicios, junto con un esfuerzo por revertir a la plantilla oportunidades derivadas de otros patrocinios corporativos.

## Evolución actividad Grupo Deportivo de Leche Pascual



Equipo de ciclismo de montaña del Grupo Deportivo Leche Pascual.



Equipo de fútbol del Grupo Deportivo Leche Pascual en Valencia.



# DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL



## Objetivos del Grupo Deportivo de Leche Pascual:

- Fomentar la salud física a través de la práctica del deporte en el entorno de la empresa.
- Favorecer la comunicación interdepartamental y las relaciones personales.
- Promover el deporte entre empleados de Leche Pascual.
- Fomentar hábitos saludables y nutricionales (NAOS).
- Potenciar la cultura corporativa y el sentimiento de pertenencia.
- Estimular valores como el esfuerzo, la superación, el rendimiento y la concentración.
- Potenciar externamente la imagen de marca.
- Potenciar el deporte entre las mujeres.

Actividades del Grupo Deportivo de Leche Pascual 2011				
Actividad	Deporte	Fecha	Centro	Participantes
Esquí en Andorra	Esquí	16 - 21 enero	Madrid, Aranda, Segovia, Valencia	40
Curso Golf Marbella	Golf	Enero-junio	Málaga	4
Curso Golf Madrid	Golf	Enero-mayo	Madrid	15
Fútbol Sala RC Sport	Fútbol	Septiembre-mayo	Madrid	14
Basket RC Sport 2011	Basket	Septiembre-mayo	Madrid	14
Fútbol 7 2011	Fútbol	Septiembre-mayo	Madrid - Barajas	14
Fútbol Sala Aranda	Fútbol	Septiembre-mayo	Aranda de Duero	15
Fútbol Sala Gurb	Fútbol	Septiembre-mayo	Gurb	14
Pilates	Varios	Septiembre-mayo	Aranda	15
Bailes de Salón	Varios	Septiembre-mayo	Madrid	6
Pádel	Pádel	Septiembre-mayo	Aranda	30
Esquí en Formigal	Esquí	19 - 20 febrero	Madrid, Aranda, Segovia	25
Esquí en Baqueira	Esquí	12 - 13 marzo	Madrid, Aranda, Segovia	10
Hípica en Zaragoza	Hípica	26 febrero	Zaragoza	20
Senderismo Tejera Negra	Senderismo	13 febrero	Aranda de Duero, Madrid	55
Media Maratón Segovia	Running	27 marzo	Aranda de Duero, Madrid, Segovia	18
Partido Fútbol Bezoya	Fútbol	13 febrero, marzo, abril, mayo	Bezoya	14
Media Maratón Madrid	Running	6 marzo	Madrid, Aranda	4
Duathlón Villa de Aranda	Running	13 marzo	Aranda	2
Ciclismo Ctra. Bilbao	Ciclismo	20 marzo	Bilbao	4
MTB Orbea Monegros	Ciclismo	30 abril	Aranda	2
Ruta MTB todos públicos	Ciclismo	12 marzo	Aranda	9
Ruta MTB Valencia	Ciclismo	12 marzo	Valencia, Alicante	4
I Ruta Montañas Alicantinas	Ciclismo	27 marzo	Alicante	3
Marcha Crevillent	Ciclismo	Marzo	Alicante	3



## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

Actividades del Grupo Deportivo de Leche Pascual 2011				
Actividad	Deporte	Fecha	Centro	Participantes
Carrera 10 km Madrid	Running	17 abril	Madrid	6
Carrera de la mujer	Running	8 mayo	Madrid	6
BTT Montañas Alicantinas	Ciclismo	8/15 mayo	Alicante	3
Salida Rafting Huesca	Multiaventura	14/15 mayo	Madrid, Aranda	10
Curso de buceo	Buceo	18/19 junio	Madrid, Aranda	12
Carrera Liberty	Running	29 mayo	Madrid	4
Carrera Proniño	Running	12 junio	Madrid	3
Carrera Norte/Sur	Running	26 junio	Madrid	3
BTT Gregorio Moreno	Ciclismo	11 junio	Aranda	4
II Torneo de Golf GLP (gratuito)	Golf	10 junio	Madrid	15
Marcha IBI	Ciclismo	5 junio	Alicante	3
Marcha BTT Pinoso	Ciclismo	12 junio	Alicante	3
Juegos de las Empresas	Varios	Junio	Valencia, P. Vasco, Barcelona, Madrid	124
Curso de surf	Surf	9/10 julio	Zona Norte, Madrid	17
Curso de golf	Golf	10 junio	Aranda	14
Marcha Lerma	Ciclismo	10 julio	Aranda	1
Marcha Neila	Ciclismo	17 julio	Aranda	6
Marcha Perico	Ciclismo	14 agosto	Aranda	6
IV Marcha BTT de Monóvar	Ciclismo	4 septiembre	Alicante	3
Marcha Arandilla	Ciclismo	14 agosto	Aranda	6
Alpujarra	Ciclismo	24 septiembre	Almería	4

Actividades del Grupo Deportivo de Leche Pascual 2011				
Actividad	Deporte	Fecha	Centro	Participantes
Buceo Palamós	Buceo	17 septiembre	Madrid, Barcelona	6
MTB Colina Triste Sto. Domingo de Silos	Ciclismo	28 agosto	Aranda	10
Multiaventura	Multiaventura	25 septiembre	Aranda	40
Carrera Madrid corre por Madrid	Running	25 septiembre	Madrid, Aranda, Segovia	27
Marcha Montes de Aranda	Ciclismo	16 octubre	Aranda	27
Carrera de las Empresas	Running	23 octubre	Madrid, Aranda, Segovia	11
Carrera Behovia	Running	13 noviembre	Madrid, Aranda, Segovia	5
Torneo de Pádel	Pádel	26 noviembre	Madrid / Aranda	26
Curso de Esquí y Snowboard	Esquí	3-4-10-11 diciembre	Madrid, Aranda, Segovia	6
Carrera de Cercedilla	Running	18 diciembre	Aranda	2
			<b>TOTAL PARTICIPANTES</b>	<b>767</b>





# DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

## Líneas básicas del apoyo de Leche Pascual al deporte tanto olímpico como de base:

- **Éxito:** modelo de financiación público-privado de Barcelona 92 que supuso el despegue del deporte español.
- **Notoriedad:** imagen de Leche Pascual vinculada al deporte olímpico a largo plazo.
- **Responsabilidad:** modelo de esponsorización vinculado al “deporte de todos” y representado en unos valores con los que se identifica la compañía.
- **Visión y compromiso:** relación con la Estrategia NAOS: promoción de una adecuada nutrición y fomento de la actividad física.

## Grupo Leche Pascual y el deporte



## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

### INTENSO PROGRAMA DE FORMACIÓN SOBRE ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES

- **Comunicación directa para orientar hacia la dieta sana y equilibrada**

En 2011, tanto Grupo Leche Pascual como el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud han llevado a cabo un intenso [programa de formación sobre alimentación y hábitos de vida saludables dirigido a diversos colectivos y grupos de interés de la compañía](#). Los destinatarios han sido más de 18.500 personas pertenecientes a asociaciones de consumidores y amas de casa, centros cívicos y de formación de adultos, geriátricos, fundaciones, asociaciones de padres de alumnos y, por supuesto, colegios.

Por un lado, Leche Pascual ha completado un ambicioso proyecto para inculcar “[hábitos saludables de vida](#)” en niños de 8 a 12 años

de la Comunidad de Madrid. Desde el 19 de enero hasta el 22 de junio 13.085 alumnos pertenecientes a 108 colegios madrileños han participado en esta iniciativa. La acción ha consistido en una charla nutricional vinculada al deporte para explicar la importancia de una dieta equilibrada y sana a través de la pirámide nutricional, así como la necesidad de un buen desayuno.

Esta iniciativa, enmarcada en la Estrategia NAOS, se ha visto complementada con la labor del [Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud](#) a través de jornadas divulgativas en Madrid y Cataluña con 5.511 asistentes.

PROGRAMAS FORMATIVOS SOBRE VIDA SANA 2011	Colegios y escuelas de formación profesional	AMPAS	Centros formación para adultos y geriátricos	Asociaciones y fundaciones
Grupo Leche Pascual	13.085	-	-	-
Instituto Tomás Pascual Sanz	3.370	115	906	1.119
<b>Total personas formadas</b>	<b>18.596</b>			

- Investigación clínica. Orientación al profesional de la salud y al prescriptor**

A lo largo de 2011, Grupo Leche Pascual ha intensificado su aproximación a los profesionales de la salud para transmitir las bondades de sus productos. La presencia en diversos congresos médicos para continuar la **difusión de los valores y beneficios de la soja** como nutriente saludable de primer orden ha constituido una de las líneas de actuación más significativas.

En la mayoría de estos congresos, Leche Pascual difundió los beneficios de la soja y de su marca ViveSoy a través de monográficos informativos, destinados a los diferentes públicos objetivos: “Soja y prevención de la obesidad”, “La soja ante la alergia a la proteína láctea”, “La soja en la prevención de los síntomas climatéricos”, “La soja en la prevención cardiovascular”.

CONGRESO	FECHA Y LUGAR	PRESENCIA LECHE PASCUAL
<b>VII Congreso Nacional de la Federación de Asociaciones de Enfermería de Atención Primaria (FAECAP).</b>	11 al 13 de mayo. Murcia.	Soja-ViveSoy.
<b>XXXI Congreso Nacional SEGO de ginecología.</b>	16 al 20 de mayo. Sevilla.	Soja-ViveSoy.
<b>Congreso SEMFyC de medicina de familia y comunitaria.</b>	8 al 10 de junio. Zaragoza.	Soja-ViveSoy.
<b>60 Congreso de la Asociación Española de Pediatría.</b>	16 al 18 de junio. Valladolid.	Soja-ViveSoy.
<b>53º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Geriátrica (SEGG).</b>	28 al 30 de septiembre. Málaga.	Hidratación. Agua Bezoya.
<b>V Congreso Asociación Española de Dietistas Nutricionistas (AEDN).</b>	6 al 8 de octubre. Valladolid.	Soja-ViveSoy.
<b>Congreso FENS (Federación Europea de Sociedades de Nutrición),</b>	26 al 29 de octubre. Madrid.	Soja-ViveSoy.
<b>Congreso SEMERGEN.</b>	2 al 5 de noviembre. Oviedo.	Soja-ViveSoy.

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

### GRUPO LECHE PASCUAL HA INTENSIFICADO LA DIFUSIÓN DE LOS VALORES Y BENEFICIOS DE LA SOJA ENTRE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

Ha sido igualmente destacable la celebración de una nueva edición del programa “[Jornadas científicas de Soja](#)” en la planta de Aranda de Duero y de Gurb para profesionales de la salud. El objetivo de estas jornadas es dar a conocer las propiedades y los beneficios de la soja con charlas formativas por parte del personal especializado de la compañía y ponencias científicas del Dr Haya, Jefe de Servicio de Ginecología del Hospital de Ciudad Real. En las once jornadas realizadas entre abril y octubre de 2011, 468 enfermeras y personal sanitario de centros de salud de toda España han pasado por las instalaciones de Grupo Leche Pascual.



Jornadas Vivesoy para profesionales de enfermería en Gurb.

Por otro lado, la compañía ha realizado un [estudio epidemiológico sobre la marca de bebidas de soja ViveSoy](#) a través de 1.200 entrevistas realizadas a consumidores. Entre las conclusiones, cabe destacar que el porcentaje de “normopeso” entre los consumidores de ViveSoy alcanza el 52%, mientras que en la población española este porcentaje es del 45%.

Grupo Leche Pascual también ha trabajado en el desarrollo de unas [tablas de orientación dietética](#) sobre los alimentos recomendados para determinadas patologías. Esta obra, patrocinada por ViveSoy, está dirigida a los profesionales de la enfermería y a los nutricionistas y su presentación tendrá lugar en 2012.

En 2011, la transmisión de los beneficios del [consumo de agua mineral](#) cobró igualmente protagonismo por medio de la presentación de la “Guía de Hidratación y Salud” en el congreso de la Sociedad Española de Geriátrica y Gerontología (SEGG) celebrado en Málaga. La guía, patrocinada por Agua Bezoya y fruto del trabajo del Grupo de Hidratación de la SEGG, cuenta entre sus autores con Elena Garea, responsable de Nutrición y Salud de Leche Pascual.

JORNADAS CIENTÍFICAS DE SOJA DE LECHE PASCUAL		
FECHA Y LUGAR DE CELEBRACIÓN	PROCEDENCIA DE LOS PROFESIONALES	NÚMERO DE ASISTENTES
28 de abril. Planta de Aranda de Duero.	Madrid	55
3 de mayo. Planta de Gurb.	Barcelona	50
5 de mayo. Planta de Aranda de Duero.	Segovia	23
24 de mayo. Planta de Aranda de Duero.	Madrid	45
26 de mayo. Planta de Aranda de Duero.	Segovia	20
7 de junio. Planta de Aranda de Duero.	Valladolid	40
21 de junio. Planta de Aranda de Duero.	Burgos	50
28 de junio. Planta de Gurb.	Barcelona	50
20 de septiembre. Planta de Aranda de Duero.	Burgos	35
27 de septiembre. Planta de Aranda de Duero.	Madrid	50
20 de octubre. Planta de Aranda de Duero.	Madrid	50

### Información en Internet para profesionales de la salud:

La web <http://www.sojaysalud.com/> pone a disposición de médicos y del resto de profesionales del ámbito sanitario información nutricional y evidencia científica sobre las propiedades de la soja.





## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS EN GRUPO LECHE PASCUAL

Asimismo, en 2011 Agua Bezoya ha colaborado con la Sociedad Española de Geriátría y Gerontología en la edición de un folleto informativo acerca de los beneficios de la hidratación para la población mayor. Su difusión ha sido realizada por la SEGG a través de sus centros asociados en geriátricos, centros de día y de recreo para la población mayor.

Por último, en el sector de los zumos, Grupo Leche Pascual ha participado en el consejo editorial que ha dado lugar a la obra “El libro de los zumos” de la Asociación Española de Fabricantes de Zumos y Néctares (Asozumos).

El trabajo conjunto con entidades de lucha contra patologías en las que la alimentación constituye un factor de mejora es otra de las líneas de actuación de Leche Pascual. Así, durante los días 15 y 16 de marzo, y con la colaboración de Leche Pascual, todas las mujeres que lo desearon pudieron realizarse en el Auditorio Municipal de Boadilla del Monte un estudio desintométrico por ultrasonido de forma completamente gratuita. La prueba, dirigida a mayores de 35 años, fue realizada por un técnico especialista de la Fundación Hispana de Osteoporosis (FHOEMO) a más de 350 mujeres que recibieron una muestra de Leche Pascual Calcio.

La compañía también colabora con la Fundación

Renal Íñigo Álvarez de Toledo y, en concreto en 2011, con la celebración del Día Mundial del Riñón para fomentar la importancia de la prevención, aportando agua gratuita de baja mineralización a las personas que se sometieron a pruebas para detectar problemas de riñón en varias ciudades españolas.

Del 3 al 5 de mayo se celebró en el Palacio de Congresos de Madrid el I Salón de Productos y Servicios para Alergia e Intolerancias Alimentarias (SALAIA) en el que Grupo Leche Pascual ofreció a los asistentes degustaciones diversos alimentos aptos para intolerancias alimenticias, como los productos de soja o la leche sin lactosa.



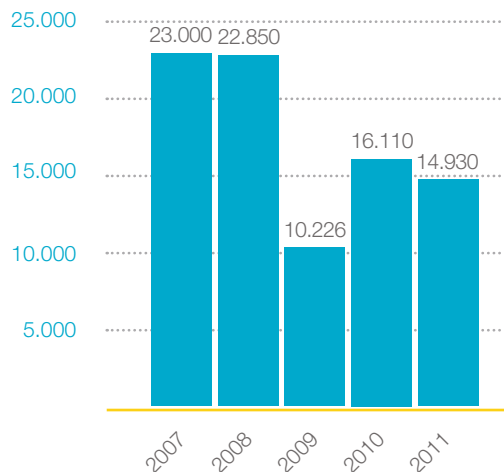
I Salón de Productos y Servicios para Alergias e Intolerancias Alimentarias (SALAIA).

# POLÍTICA DE PUERTAS ABIERTAS EN LOS CENTROS PRODUCTIVOS

Grupo Leche Pascual aplica en sus centros de trabajo una política de puertas abiertas, especialmente en las plantas industriales, que anualmente reciben miles de visitas interesadas en conocer sus instalaciones y procesos productivos. Los más de **14.930 visitantes** registrados en el año 2011 son de muy heterogénea procedencia, desde autoridades públicas y empresarios, hasta colegios, fundaciones o asociaciones culturales.

Las dos fábricas que recibieron mayor número de visitantes fueron el complejo de Aranda de Duero con 10.468 visitantes en 275 visitas y la planta láctea de Gurb con 3.557 personas repartidos en 86 visitas. Igualmente abrieron sus puertas otras fábricas como Camporrobles (Valencia), Palma del Río (Córdoba) y Bezoya (Segovia).

**Evolución número de visitantes a fábricas de Grupo Leche Pascual**



14.930 visitantes  
en el año 2011

05.2

# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO



**PROVEEDORES AGROPECUARIOS**  
Desarrollo y profesionalización del sector ganadero



**PROVEEDORES NO AGROPECUARIOS**  
Exigencia de criterios de sostenibilidad



Programas de Seguridad Garantizada, Eficiencia Productiva y Medio ambiente



Contrato homologado en la recogida de leche



Cultivos sostenibles



Programa de Proveedores Responsables

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Promoción de un **marco estable** con el sector ganadero a través de una correcta gestión del aprovisionamiento.



Apuesta por la **calidad y seguridad alimentaria en origen**.



Nuevos **programas de sostenibilidad** para el sector de ganado vacuno: **eficiencia productiva y medio ambiente**.

### Acciones:



- 409 millones de litros de leche recogida en 2011 a 534 ganaderos.
- **El 97%** del volumen de leche recogida bajo **contrato homologado**.
- **900.000 gallinas** que produjeron **300 millones de huevos**, aplicando anticipadamente la normativa europea de bienestar animal.



- **El 100% de las granjas** evaluadas de acuerdo al Programa de Seguridad Garantizada.
- **225 ganaderos** certificados en el **Programa de Seguridad Garantizada**, con una puntuación superior a 90.



- **90 explotaciones** ganaderas adheridas al **Programa de Eficiencia Productiva** de ganado vacuno, un 33% de la recogida.
- **Evaluación ambiental inicial** a 60 granjas.

## 2012

### Para 2012:



En la **recogida de leche**, avanzar en el programa de sostenibilidad y completar el diseño del Programa de Evaluación de Impacto Ambiental.



En cuanto a los **proveedores no agropecuarios**, establecimiento de un régimen de calidad concertada a partir de 2013.



Implantar en la cadena de suministro el proceso corporativo diseñado para la **Gestión de la Mejora de procesos**.



**Aseguramiento de la Calidad:** reducir un 10% el indicador de reclamaciones por millón de envases.

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:

### Acciones:



Colaboración y apoyo a los **citricultores** en el negocio de aprovisionamiento de naranjas.



- **113 millones de kilos de naranja** recogidos.
- Programa de **calidad y manipulación responsable de las naranjas** para evitar materia prima dañada.



Reintroducción del **cultivo de la soja** en el campo español.



- **Única empresa que realiza cultivo de soja nacional** con destino a consumo humano.
- Proyecto agronómico de cultivo de soja: **1.000 hectáreas** con la colaboración de más de **40 agricultores** y una **repetición de cultivo del 85%**.



Adecuación de los **proveedores no agropecuarios** a las políticas de calidad y responsabilidad social.



- Extensión del programa "**Proveedores Responsables**" a más del **80 %** de la facturación de los suministros.
- **Verificaciones de Calidad** a más de **50 proveedores** en sus propias instalaciones.



Plan de acción del área de Aseguramiento de la Calidad para mejorar el **grado de satisfacción del consumidor**.



- Disminución del **46,33%** en el indicador de **reclamaciones por millón de envases**.



Consolidación del **Sistema Integrado de Gestión**.



- Primeras certificaciones **norma IFS**.
- Renovaciones de certificado y segundos seguimientos de las **normas ISO 9000, 14000, 22000, BRC y OHSAS 18001**.

---

# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

---

## Ganaderos: vacuno de leche

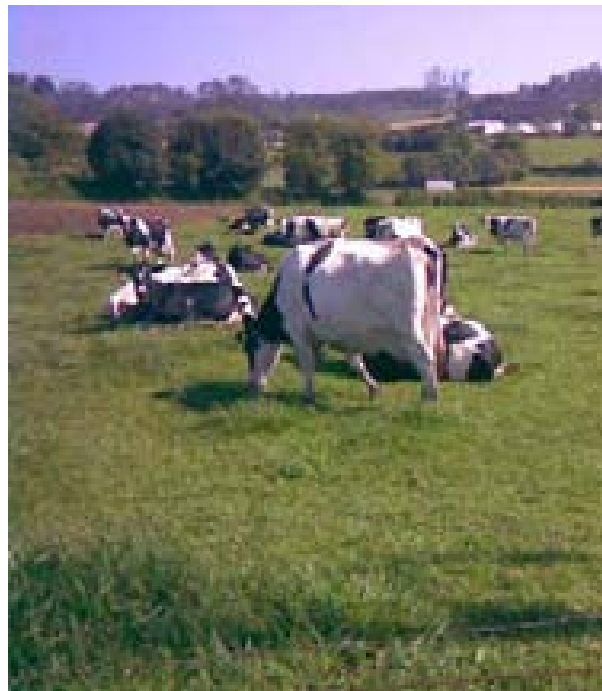
Como primer eslabón de su cadena de suministro, la recogida de la materia prima supone un elemento esencial en la estrategia de Grupo Leche Pascual. La compañía mantiene una estrecha relación con los ganaderos, implicándose directa y activamente en la mejora de su actividad productiva en busca de una relación estable que garantice la sostenibilidad y el beneficio mutuo con el fin de lograr la máxima calidad del producto en origen.

Con un equipo de más de [treinta personas](#) trabajando en las áreas de [calidad de la leche](#), [genética](#), [alimentación animal](#), [instalaciones y gestión económica](#), Leche Pascual apuesta por la calidad del producto y la competitividad de las explotaciones ganaderas. Estos expertos, veterinarios y asesores de campo, visitan todos los días a los ganaderos y les aconsejan en cada aspecto de su trabajo que pueda incidir en la calidad de la leche entregada.

Como evolución de este modelo, Leche Pascual fue pionero en la implantación de un [sistema de auditoría para evaluar de forma sistemática y periódica las explotaciones y la calidad de sus procesos](#). Esta verificación se utiliza como herramienta para establecer un pago diferenciado de producto con el objetivo de promover la calidad y ayudar al ganadero a aplicar mejoras en su gestión.

El siguiente paso ha sido la creación de un [programa de Sostenibilidad en la producción](#)

[primaria de leche](#) que tiene como objetivo garantizar el aprovisionamiento el entorno más cercano. El programa de sostenibilidad pone a disposición del productor las herramientas necesarias para mantenerse en la actividad a pesar de los momentos difíciles que atraviesa la economía en general y el sector en particular. Se trata de ir más allá de las actividades tradicionales de apoyo al ganadero basadas en la mejora de la calidad y seguridad de la leche completándolas con un enfoque sostenible en la producción primaria de leche.



**GRUPO LECHE PASCUAL  
FOMENTA UNA RELACIÓN  
ESTABLE QUE GARANTICE  
LA SOSTENIBILIDAD Y EL  
BENEFICIO MUTUO**

---

# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

Los pilares básicos de este nuevo enfoque sostenible son los programas de [Análisis de la Eficiencia Productiva](#) y de [Análisis del Impacto Medioambiental](#).

Además, Grupo Leche Pascual compra cerca del cien por cien de la leche bajo contrato homologado para garantizar a los ganaderos seguridad jurídica y renta sostenible.

## EL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD OFRECE AL PROVEEDOR HERRAMIENTAS PARA SUPERAR LA DIFÍCIL SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL



### Evolución de las áreas de asesoramiento de Leche Pascual en las explotaciones ganaderas

#### Ayer

- » Funcionalidad
- » Bioseguridad
- » Bienestar animal

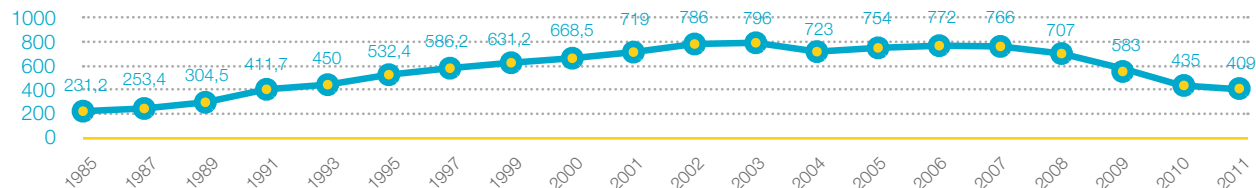
#### Hoy

- » Impacto medioambiental
- » Eficiencia productiva

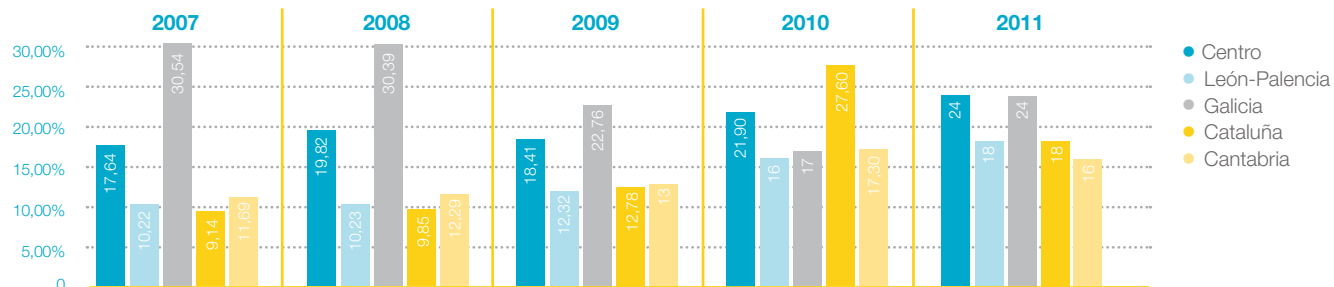
### Áreas del departamento lácteo de Grupo Leche Pascual

- **Compras**
  - » Captación de ganaderos.
  - » Gestión de cuota láctea.
  - » Relaciones comerciales.
- **Servicios**
  - » Control de la higiene de la explotación.
  - » Métodos preventivos y buenas prácticas en manejo de la explotación.
  - » Control de incidencias sanitarias.
- **Genética:**
  - » Selección de los mejores toros.
- **Laboratorios de patología**
  - » Detección y eliminación de problemas sobre muestras de leche tomadas de vacas, tanques de leche o cisternas.
- **Especialistas mecánicos**
  - » Asesoramiento en la selección y montaje de instalaciones de ordeño.
- **Logística**
  - » Aseguramiento del correcto funcionamiento del transporte de la leche.

### Evolución de la leche recogida anualmente por Grupo Leche Pascual (mill. litros)

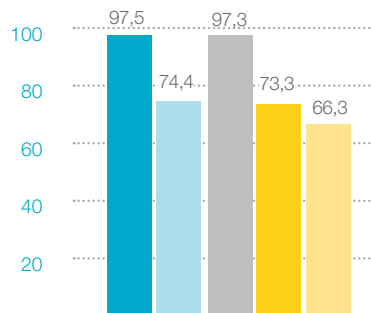


### Principales zonas de recogida de leche cruda en Leche Pascual (porcentaje leche recogida)



### Litros de leche recogidos por Leche Pascual en 2011 (millones de litros)

- Centro
- León-Palencia
- Galicia
- Cataluña
- Cantabria



### Magnitudes del sector lácteo español (Campaña 2010/2011)

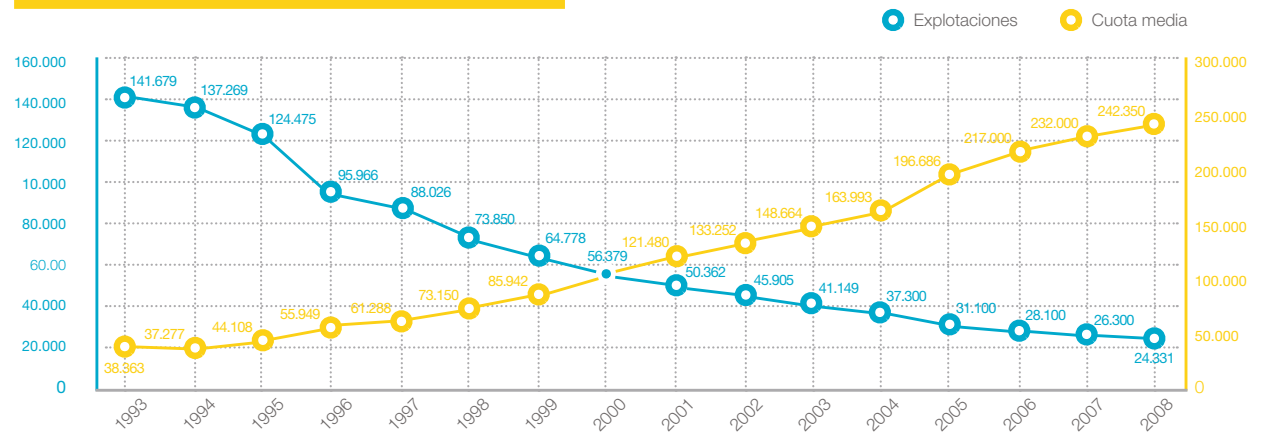
- 23.039 explotaciones en activo.
- 6.364.000 toneladas asignadas para la campaña 2010/2011.
- 24.000 explotaciones.
- 900.000 vacas.
- 232.615 kilogramos de producción media por explotación, frente a las 285.000 de media en la UE.
- Un 37% de las explotaciones actuales concentran casi el 80% de la producción.
- Galicia aporta un 37% del total producido en España seguida por Castilla y León, Cataluña, Asturias, Andalucía y Cantabria. Este grupo supone el 85% del total.

Fuente: INLAC



# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

Evolución del número de explotaciones y cuota media por explotación (kg.) en España



Fuente: INLAC

Con el objetivo de hacer viables y sostenibles las explotaciones en el entorno, el trabajo en el campo con los proveedores se ha basado en 2011 en cuatro pilares:



**Correcta gestión de compras:**  
contratos homologados.



**Seguridad alimentaria y calidad.**



**Eficiencia productiva.**



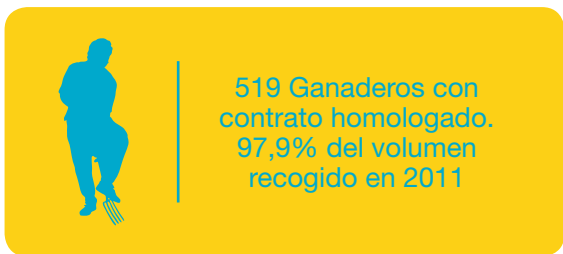
**Análisis de impacto ambiental.**

- **Correcta gestión de compras: contratos homologados**

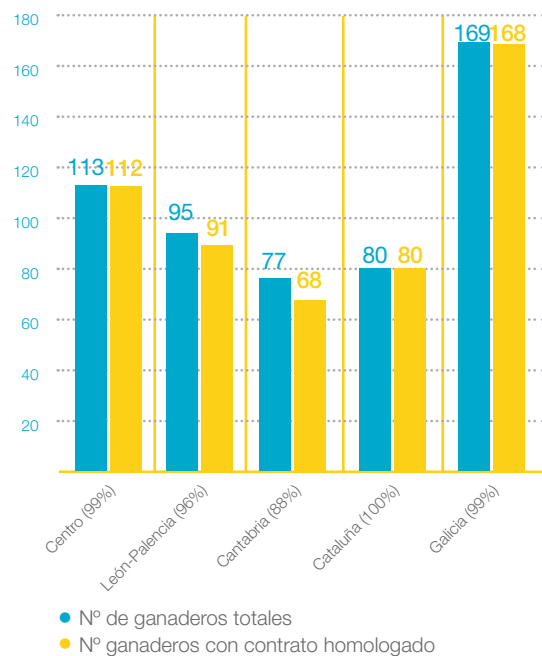
En 2011, la práctica totalidad de los ganaderos a los que se ha comprado leche se rigen en su relación comercial con la compañía por un **contrato homologado**, lo que supone un total de **519 ganaderos** de distintas regiones de España y el **97,9% del volumen recogido en 2011**.

El contrato homologado fija un marco de referencia para que industrias lácteas y productores regulen sus relaciones a través de un documento escrito que especifica las condiciones de compraventa de leche de vaca. Grupo Leche Pascual fue pionero en la implantación de este tipo de contratos tras firmar en octubre de 2008 la primera de estas relaciones contractuales con la cooperativa vallisoletana de Tierra de Campos.

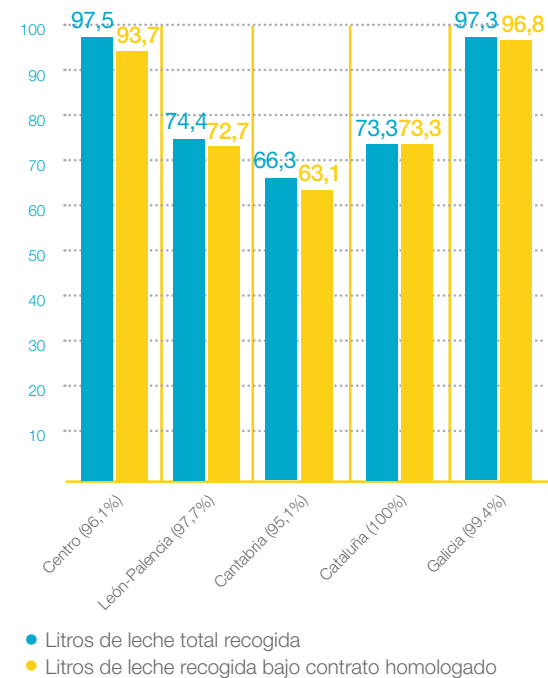
El productor tiene asegurada la recogida en las condiciones pactadas durante un periodo relativamente largo-entre seis y veinticuatro meses- y la industria tiene asegurado el abastecimiento. Esta estabilidad en la relación con el ganadero permite el desarrollo de un ambiente de colaboración necesario para profundizar en otros temas relevantes como la mejora de los sistemas productivos, la búsqueda conjunta de caminos que garanticen la sostenibilidad de las explotaciones y el desarrollo del sector en general.



**Nº ganaderos de Leche Pascual con contrato homologado en 2011**



**Volumen de leche recogida de Leche Pascual con contrato homologado en 2011 (millones de litros)**



# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

## EL 100% DE LAS GRANJAS SON EVALUADAS DE ACUERDO AL PROGRAMA DE SEGURIDAD GARANTIZADA

- **Seguridad alimentaria y calidad**

Leche Pascual prima el esfuerzo de aquellas granjas que voluntariamente quieren entregar **una leche más segura y de más calidad, más allá de cualquier requisito legal**. El trabajo en estas áreas de actividad tiene como objetivo que la granja comercialice un producto acorde a las necesidades del mercado. Los riesgos asociados a la actividad productiva no son estáticos, por lo que es necesario mantener una evaluación continua sobre estas materias.

En este contexto, el **sistema de evaluación de proveedores implantado por Leche Pascual en toda su recogida de leche** está certificado bajo el estándar de **Seguridad Alimentaria de la ISO 22.000**, el de **gestión de calidad de la ISO 9001** y la norma **UNE-EN-45011**.

Para aplicar los requisitos de evaluación de proveedores exigidos por las normas citadas, **el 100% de las granjas con las que trabaja Grupo Leche Pascual son evaluadas de acuerdo al Programa de Seguridad Garantizada**, un modelo propio de la empresa que establece requisitos, criterios de evaluación y un sistema de calificación del proveedor en aspectos tales como: ganado, analítica de leche, agua, lechería, zona ordeño, equipos, manejo ordeño, manejo de leche, control de residuos, control de plagas, bienestar animal, alimentación, medio ambiente, reproducción...

Únicamente consiguen la certificación de Leche

Pascual aquellas ganaderías que obtienen, al final de cada evaluación, una **calificación superior a 90 sobre un total de 100 puntos**. Estas granjas certificadas son bonificadas con una prima adicional en el precio de la leche entregada a la compañía.

Durante el año 2011, **225 ganaderos** proveedores de Grupo Leche Pascual, el 42% del total, se hallaban certificados en el Programa de Seguridad Garantizada con una puntuación superior a 90 puntos, representando un **41% del volumen de leche recogida**.

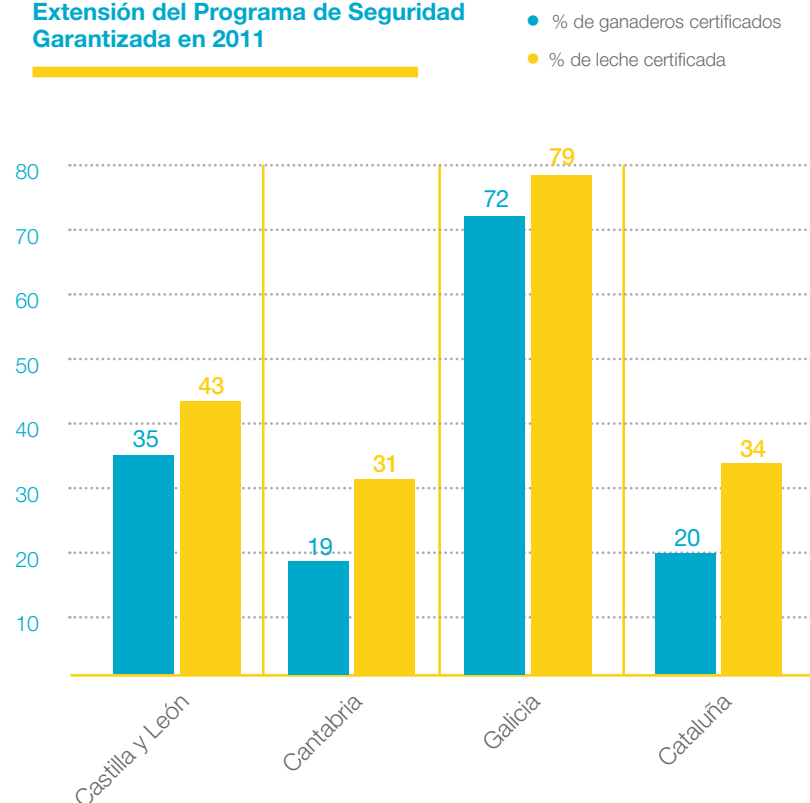


No obstante, existen otros proveedores que, aunque no lleguen a los 90 puntos en la auditoría del Programa de Seguridad Garantizada y la consiguiente certificación, sí cumplen los requisitos considerados básicos por la compañía para garantizar la inocuidad de la leche cruda. Por último, respecto a aquellos ganaderos que incumplan los requerimientos para su homologación, Leche Pascual lleva a cabo el asesoramiento necesario tras la evaluación para mejorar aquellos elementos que estén actuando como factor limitante.

### Procedimiento del Programa de Seguridad Garantizada

- **Auditoría** en torno a 150 puntos de control.
- **Certificación** para las granjas con:
  - Calificaciones superiores a 90 sobre un total de 100 puntos.
  - Ausencia de desviaciones en requisitos considerados básicos para garantizar la inocuidad de la leche cruda.
- El Servicio Técnico de la División Agropecuaria de Leche Pascual colabora con el ganadero para **subsana las deficiencias detectadas**.
- **Ayudas económicas directas** para cumplir con los requisitos del programa.
- Las ganaderías certificadas obtienen una **prima por el precio de la leche** en función de la puntuación alcanzada.

### Extensión del Programa de Seguridad Garantizada en 2011



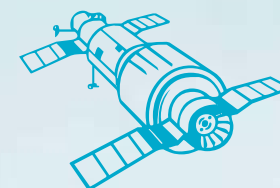
# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

Por otra parte, Leche Pascual incorpora a sus procesos de [trazabilidad de recogida de leche](#) los más modernos medios tecnológicos. Un sistema de GPS permite la localización vía satélite de cada camión cisterna y explotación ganadera con la que trabaja Leche Pascual. De esta forma se asegura que la leche recogida proviene de la explotación indicada e incluso el camino que ha recorrido hasta llegar a la fábrica.

## SISTEMA DE TRAZABILIDAD DE LA LECHE RECOGIDA POR EL GRUPO LECHE PASCUAL

### Localización e identificación del ganadero por GPS

La localización e identificación del ganadero se realiza automáticamente a través de [GPS \(Global Positioning System\)](#). De esta manera se identifica de forma inequívoca al productor.



### Transmisión de datos por RADIO de onda corta

Todos los datos almacenados en el sistema durante la recogida son transferidos automáticamente desde el camión a la central de datos de cada fábrica por radio de onda corta.

Este sistema garantiza [SEGURIDAD](#) y total [FIABILIDAD](#) sobre la información transferida.



---

---

### Medición de volumen

Se realiza la medición de volumen por un conjunto mecánico y electrónico (bomba de succión de leche, desaireador, medidor electrónico) que garantiza una fiabilidad total. Sistema homologado según legislación europea.



### Toma de muestras automática con Ultrasampler®

El equipo de recogida está dotado del sistema automático más moderno de obtención de muestras de leche, **ULTRASAMPLER®**.

El sistema toma la muestra en línea y de manera continua, es decir, desde el inicio de la recogida hasta el final de la misma, garantizando así la obtención de muestras **HIGIÉNICAS y TOTALMENTE REPRESENTATIVAS** del conjunto de la leche.



# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

## GRUPO LECHE PASCUAL CONTRIBUYE A AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS EXPLOTACIONES CON EL PROGRAMA DE ANÁLISIS DE LA EFICIENCIA PRODUCTIVA (PAEP)

- **Nuevos programas de sostenibilidad:  
Eficiencia productiva**

El [Programa de Análisis de la Eficiencia Productiva \(PAEP\)](#) ha sido creado por los servicios agropecuarios de Leche Pascual con el objetivo de contribuir a aumentar la rentabilidad de las explotaciones. Con unos sencillos indicadores recogidos periódicamente en las granjas se ayuda al productor en sus esfuerzos por superarse en aspectos como la alimentación, el índice de producción por vaca, la productividad de la mano de obra o la reproducción animal. Todas ellas son referencias objetivas comparables, en busca de oportunidades de mejora de los sistemas de producción de leche, por ejemplo analizando las mejores prácticas de las granjas con mejor puntuación, para extenderlas al resto.

El método de trabajo del Programa de Análisis de la Eficiencia Productiva de Leche Pascual supone empezar por la explicación al ganadero de los objetivos, metodología, compromisos y expectativas. Para seguir, luego, con la metódica toma de los datos; el cálculo de los índices; la comparación de cifras entre las distintas ganaderías, con elaboración de informes; la definición de los objetivos de mejora; la elaboración de un plan de acción hacia metas más específicas... Y vuelta a empezar todo el ciclo: datos-índices-informes-objetivos-plan de acción.

La toma de datos en las explotaciones es mensual

y se estructura en diez grandes capítulos. Trimestralmente, Leche Pascual entrega dos informes: uno, de la evolución de la propia explotación y otro, con tres comparativas: respecto al resto de explotaciones de España incluidas en el estudio, respecto a las de la misma zona y respecto a las del mismo tamaño. Se comparan un total de 67 índices de entre los más de cien evaluados, y se agrupan en seis áreas: producción por vaca, calidad de leche, productividad de la mano de obra, bienestar animal, alimentación y reproducción.



Reuniones con ganaderos para compartir los resultados del Programa de Análisis de la Eficiencia Productiva (PAEP).

En 2011 los esfuerzos se han dirigido especialmente a la incorporación de nuevos ganaderos al Programa: se han dado de alta 114 ganaderías, de las que se ha conseguido obtener datos completos y fiables de un total de 90 al final del año, lo que supone un 33 % de la recogida estable. En distintas comunidades autónomas Leche Pascual ha celebrado reuniones en las que se discuten los resultados con los participantes en el programa con el objetivo de fomentar el debate y el intercambio de experiencias.

Cabe destacar en 2011 la mejora de las aplicaciones informáticas para facilitar la recogida de datos en las explotaciones y la obtención de información por parte del Equipo Técnico.

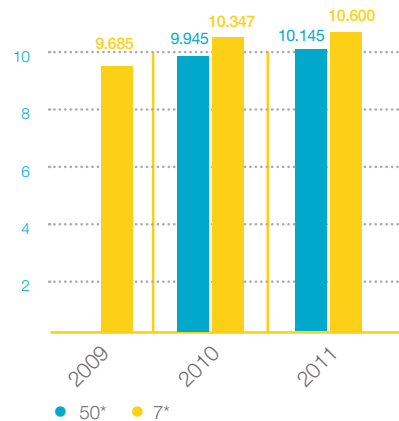
## 114 NUEVAS GANADERÍAS EN EL PROGRAMA DE ANÁLISIS DE LA EFICIENCIA PRODUCTIVA (PAEP) EN 2011

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE EFICIENCIA PRODUCTIVA CORRESPONDIENTE A 2010 (MARZO-ABRIL DE 2011)			
Zona de recogida	Nº explotaciones adheridas en 2010	Liderazgo	Datos destacados
<b>Cataluña</b>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Productividad de la mano de obra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partiendo de un 78% de mano de obra familiar, se consiguen 1.132 kg de leche por persona y día, con un manejo de 56 unidades de ganado mayor y de 17 hectáreas de superficie agraria útil.</li> </ul>
<b>Galicia</b>	19	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiencia en producción láctea y reproducción animal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La producción media por vaca y día a lo largo de todo el año ha sido de 33,0 kg.</li> <li>Mayor tasa nacional de crecimiento en número de vacas: el 7% anual.</li> </ul>
<b>Cantabria</b>	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calidad de la leche y el bienestar de sus vacas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La bacteriología media a lo largo de todo 2010 fue sólo de 10.000 gérmenes por mililitro. Sólo un 15% de las muestras se desviaron por encima de los 15.000.</li> <li>El recuento medio de células somáticas fue de 199.000 por mililitro.</li> </ul>
<b>Castilla y León</b>	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiencia en la alimentación de sus vacas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La ingesta media a lo largo del año fue de 22,8 kg de sustancia seca por vaca y día.</li> <li>Cada kg de esta ingesta se transformó en 1,46 kg de leche al 3,5 % de grasa y 3,2 % de proteína.</li> <li>Cada 100 kg de proteína ingeridos por la vaca, se transformaron en 29 kg de proteína láctea.</li> </ul>

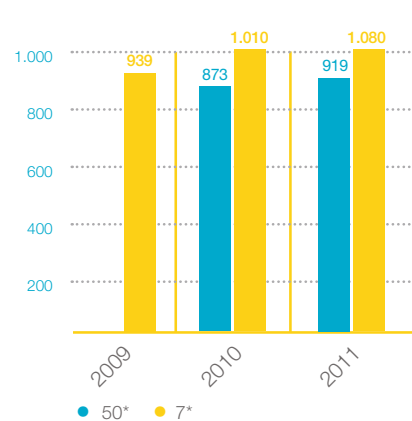


# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

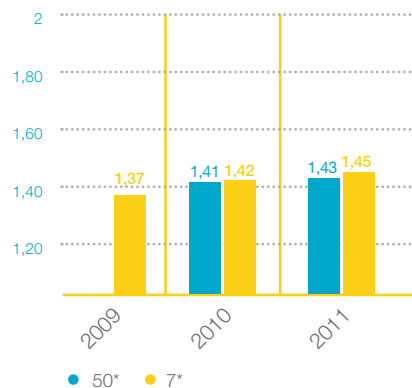
**Evolución de la producción por vaca (kg ECM/año)**



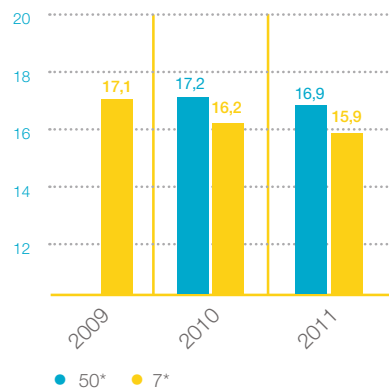
**Evolución de la productividad de la mano de obra (kg ECM/UTA y día)**



**Evolución de la eficacia de la ingesta (kg ECM/kg SS)**



**Evolución de la edad a IF (meses)**



\*Programa Eficiencia Productiva: nº de explotaciones con datos recabados.

## Método de trabajo del Programa de Eficiencia Productiva:

- 1º. Explicación al ganadero del servicio: objetivos, metodología, compromisos y expectativas.
- 2º. Inicio de toma de los datos.
- 3º. Cálculo de los índices.
- 4º. Comparación de datos entre las distintas ganaderías y elaboración de los informes.
- 5º. Definición de los objetivos de mejora basándose en los informes.
- 6º. Elaboración de un plan de acción que permita conseguir los objetivos específicos.
- 7º. Continúa el ciclo: datos-índices-informes-objetivos-plan de acción.

Gráficas de evolución de los cuatro indicadores utilizados para valorar la evolución de las explotaciones, que muestran la evolución positiva de varias de las explotaciones participantes.

- ECM: Energy Corrected Milk. La leche puede tener una composición variable y, por tanto, ser necesario buscar un índice que estandarizara cantidad y composición de proteína y grasa (ECM).
- IF: Inseminación Fecundante. Es un indicador clave para saber en qué momento queda una vaca preñada; el objetivo es que sea lo antes posible dado que a medida que avanza la lactación en curso la producción va disminuyendo con lo que es necesario que tenga otra gestación para iniciar de nuevo el ciclo productivo con la máxima eficiencia.
- UTA: Unidad de Trabajo Año. Dada la repercusión del coste de la mano de obra sobre el coste total de producción, la eficiencia en el uso de los recursos humanos se considera clave dentro de este programa.
- SS: Sustancia Seca. Con la alimentación de la vaca el problema está en que un kilo de dos raciones diferentes puede producir cantidades de leche diferentes, y esto puede ser debido a que una ración está mejor preparada, diseñada, etc. que la otra; pero para que sean comparables, las dos deben tener la misma sustancia seca. Como esto no es posible, porque las raciones varían no sólo entre granjas, a veces entre periodos de tiempo dentro de la misma granja en función de la materia prima que utilicen; lo que se hace es expresar todos los índices referidos a la alimentación sobre un kg de SS de la ración.

---

Destaca la evolución de algunos de los índices más significativos cómo las 7 explotaciones que llevan ya 3 años en el Programa han mejorado significativamente sus resultados. Las 50 explotaciones que llevan 2 años también han experimentado una notable mejoría en dichos índices, lo que demuestra que medir es el primer paso para mejorar.



---

### • **Nuevos programas de sostenibilidad:** **Análisis de impacto ambiental**

La producción de leche debe ser respetuosa con el medio ambiente, persiguiendo la eficiencia en el uso de los insumos y medios de producción, y gestionando correctamente los residuos generados. El [Programa de Análisis de Impacto Ambiental de Grupo Leche Pascual](#) tiene como objetivo limitar el impacto ambiental de la producción primaria de leche, para que las granjas proveedoras sean lo más respetuosas posibles con el medio ambiente.

El procedimiento no estaba aun totalmente definido en 2011, por lo que este año se han realizado encuestas de situación del cumplimiento de la legislación de residuos y de carga ganadera a unas 60 ganaderías.

---

#### **Programa de análisis de impacto ambiental de Leche Pascual. Criterios de evaluación**

- **Aspecto general:** imagen de la explotación y su entorno vistos desde fuera y desde dentro.
  - **Carga ganadera:** cantidad de deyecciones ganaderas en relación con la superficie disponible sin producir contaminación ambiental (especialmente de acuíferos).
  - **Gestión de residuos:** destino de los múltiples tipos de residuos generados en la explotación.
- 

---

## **EL PROGRAMA DE ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL DE GRUPO LECHE PASCUAL TIENE COMO OBJETIVO LIMITAR EL IMPACTO AMBIENTAL DE LAS GRANJAS PROVEEDORAS**

---

# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

- **Ganaderos: avicultura**

En 2011, la Corporación Empresarial Pascual a través de su sociedad Arteovo ha contado con un censo aproximado de **900.000 gallinas ponedoras que han producido 300 millones de huevos** para su negocio de ovoproducto. 450.000 de estas gallinas se encuentran ubicadas en la granja avícola que Arteovo posee en Santa Cruz (Burgos), mientras que el resto, también de propiedad propia, se reparten en granjas de colaboradores.

La compañía destina el cien por cien de la producción a la elaboración del huevo líquido, aplicando rigurosos criterios de producción y calidad, además de un trabajo especializado en aspectos como la estirpe o líneas de gallinas, el tipo

de alimentación y el adecuado manejo para este tipo de producción.

Los huevos son recogidos diariamente de todas y cada una de las granjas. Frescos, y rigurosamente seleccionados, se apartan los huevos sucios y rotos. Aquellos que superan esta primera fase de control son transportados a la fábrica de Arteovo para el posterior proceso de elaboración de ovoproducto y derivados. La compañía elabora sus productos únicamente con **huevos de categoría A**.

Inmediatamente después de su puesta, se cascan y se someten a un tratamiento de *ultrapasteurización* para eliminar los microorganismos patógenos, principalmente Salmonella, manteniendo las características físico-químicas y tecnológicas



---

del producto. Los equipos empleados para los procesos térmicos aplican temperaturas superiores a la coagulación del huevo lo que permite reducir el tiempo del proceso, limitando también de esta manera la pérdida de nutrientes.

La **trazabilidad** de los productos queda registrada en todas las especificaciones de la materia prima. De esta forma se conoce en todo momento su procedencia y calidad a lo largo del proceso de fabricación y distribución: desde la incubación de la gallina hasta la comercialización, aportando una información muy completa.

En cuanto a la **seguridad alimentaria**, cabe señalar la entrada en vigor el 1 de enero de 2012 de la normativa europea sobre bienestar animal, legislación que Arteovo lleva aplicando en sus procesos productivos desde hace algunos años, anticipándose de esta forma a los cambios requeridos por la norma que, por su complejidad técnica, son susceptibles de afectar a la actividad del sector.

Ha sido igualmente reseñable en 2011 la incorporación del negocio avícola a los **programas de Excelencia de Grupo Leche Pascual**. En concreto, los responsables de la granja de Santa Cruz han participado en el programa **Excelente** con el objetivo de lograr una gestión de máxima calidad, incidiendo en aspectos relativos al orden, la prevención de riesgos y la extrema limpieza.

#### • **Agricultores: naranja y soja**

Desde el principio, y al igual que respecto a los ganaderos, Grupo Leche Pascual ha trabajado promoviendo la **sostenibilidad del sector citrícola andaluz, así como el cultivo de una naranja de calidad**. Zumos Palma es la sociedad, perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual, que asume la planta de producción de zumo ubicada en Palma del Río (Córdoba), adquirida en 2001. Dotada de una avanzada tecnología para la producción de zumo de naranja y de una capacidad de procesado de **180 millones de kilos al año, las instalaciones y la organización del suministro permiten** extraer el zumo



# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

de las naranjas el mismo día de la recogida, una a una y sin aplastar la piel, para conseguir [zumos de calidad óptima](#).

En lo referente a la evolución de la relación de Zumos Palma con el sector citricultor andaluz, frente a la caída de volumen en la campaña 2009-2010, la recogida de naranja 2010-2011 ha [recobrado la senda de anteriores campañas, con 113 millones de kilos](#). Zumos Palma ha continuado su colaboración con el citricultor con el objetivo de generar confianza en la relación industria-proveedor, ayudando a estructurar las diferentes líneas de suministro para optimizar cada uno de sus puntos fuertes. Dos han sido las líneas de trabajo más destacadas.

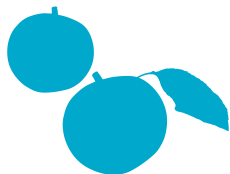
Por un lado, 2011 ha sido el año de la consolidación del [reconocimiento de la calidad de la naranja andaluza](#), gracias a las excelentes prestaciones que ofrece en variables tales como los grados brix, la acidez, el cuerpo y el color. Zumos Palma ha dado un salto significativo en la extensión de la compra y de la relación directa con agricultor, lo que implica el asesoramiento en asuntos relativos a la calidad del producto. Entre ellos, y con una significativa relevancia, el momento de recolección para evitar la cosecha prematura y garantizar que las naranjas se encuentren en su momento óptimo de maduración, cuando más alto es su valor nutritivo. Además, la compañía trabaja conjuntamente con los agricultores asesorándoles sobre las mejores variedades para la elaboración de zumos, con el fin de recolectar las

mejores naranjas y ha sido pionera en cotizar el kilo de naranja en función de la calidad de la misma, lo que supone que las naranjas se pagan a un precio fijo por cantidad más un plus dependiente de la calidad.

Por otro lado, destaca en 2011 la intensa cooperación y coordinación entre Zumos Palma y los proveedores para [minimizar el porcentaje de naranjas dañadas](#) en el proceso de manipulación desde su recogida en el árbol hasta que llegan a la fábrica.

Se trata de una circunstancia muy a tener en cuenta, ya que las naranjas con imperfecciones dificultan su adecuado exprimido. Para ello, la compañía ha puesto en marcha un programa de calidad dirigido a las empresas de servicios de recolección y transporte para sensibilizar, de la mano de los técnicos de campo de Zumos Palma, sobre la necesidad de llevar a cabo buenas prácticas de manipulación responsable de las naranjas.





### Objetivos de Zumos Palma relativos al suministro de naranja

#### 1. Aumentar, mas aún, la confianza de los agricultores para trabajar conjuntamente en la mejora continua de los parámetros comunes del negocio:

- » Mejorar de forma continua la calidad y el suministro del producto.
- » Consistencia y fidelidad.
- » Optimización de costes.

#### 2. Primar:

- » Mejoras en las prácticas de recolección de naranjas.
- » Optimización de los variables del suministro.
- » Compromiso y e identificación con nuestro zumo.

Por otra parte, el Grupo Leche Pascual ha conseguido el objetivo de reintroducir el **cultivo de la soja** en el campo español, siendo la única empresa que realiza cultivo de soja nacional con destino a consumo humano. Se trata de un cultivo que tuvo su protagonismo en las décadas de los 70 y 80, cuando se llegaron a sembrar 20.000 hectáreas para extracción de aceite y alimentación animal. La experiencia de Leche Pascual en los últimos años ha aportado al agricultor **español una alternativa rentable y competitiva**, aun siendo, no obstante, un cultivo minoritario.

Leche Pascual ha seguido desarrollando en 2011 su proyecto agropecuario de soja con el objetivo de ofrecer al agricultor español un cultivo de calidad en zonas con gran tradición de agricultura de soja hace más de

30 años. En la campaña 2011 la compañía continuó mejorando y estabilizando los rendimientos y criterios de calidad de la soja en el campo, combinando el trabajo en equipo del productor y de Grupo Leche Pascual, incluso con proyectos en ejecución y estudio que contemplan la posibilidad de multiplicación propia de semilla.

Se diferencian los cultivos en primera y segunda siembra en función del momento de la misma. Así, seleccionando el **correcto ciclo de cultivo** -número de días desde la siembra hasta la cosecha-, la soja ofrece la posibilidad de optimizar la rentabilidad del terreno con una segunda siembra, lo que le aporta al productor dos cosechas por año y un rendimiento adicional.

**GRUPO LECHE PASCUAL HA APORTADO AL AGRICULTOR ESPAÑOL UNA ALTERNATIVA RENTABLE Y COMPETITIVA CON LA REINTRODUCCIÓN DEL CULTIVO DE SOJA**

# PROVEEDORES AGROPECUARIOS

En la campaña 2011 se ha extendido el proyecto agropecuario a la comunidad foral de Navarra, sumándose así a las otras tres áreas extensivas de cultivo existentes hasta la fecha: Andalucía, Extremadura y Castilla-León, además de continuar estudiando nuevas zonas de cultivo. Los cultivos han ocupado en 2011 casi 1.000 hectáreas, con la colaboración de más de 40 agricultores, habiéndose producido un 85% de repetición de

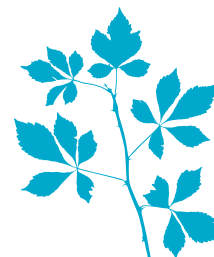
cultivo por parte del productor en los últimos años. Leche Pascual pretende cubrir el 80% de sus necesidades para el abastecimiento de su marca de alimentos con soja ViveSoy. Por el momento, las importaciones de soja del sur de Francia también abastecen este mercado emergente.

Como en la recogida de leche y naranjas, Grupo Leche Pascual cuenta con un equipo

## Ciclos de cultivo en el proyecto agonómico de soja de Leche Pascual



- **Para primeros cultivos:**  
Siembras:
  - » A mediados de abril en la zona sur.
  - » A principios de mayo en zona centro.
  - » A principios-mediados de mayo en zona norte.



- **Para segundos cultivos:**
  - » Siembras a principios-mediados de junio en todo el territorio de cultivos aptos para este modelo de siembra.



- **Cosechas :**
  - » A principios de septiembre en zona sur.
  - » Mediados en zona centro.
  - » Finales-principios de octubre en zona norte.



de profesionales de campo, acompañado de colaboradores externos, ingenieros agrónomos expertos en el cultivo de soja para el [apoyo y asesoramiento técnico](#) al agricultor durante todo el ciclo del cultivo. Existen puntos operativos que gestionan la captación, seguimiento del cultivo, trazabilidad, almacenamiento y adecuación de la materia prima a las exigencias de calidad del Grupo Leche Pascual, siempre dirigidos por los técnicos del departamento.

Además, Grupo Leche Pascual establece un sistema de retribución al agricultor basado en primas por calidad, pagando un precio superior a aquellas producciones con un grado más alto de

proteína, por encima de los requisitos de calidad establecidos contractualmente. La producción contratada directamente con el productor a precio fijo elimina las oscilaciones de precios de las materias primas, dando estabilidad, seguridad y rentabilidad al productor.

Conceptos como trazabilidad, seguridad alimentaria, altos porcentajes en proteína, soja libre de OGM (organismos genéticamente modificados), control y asesoramiento en campo, son pilares básicos en este proyecto agronómico.



# PROVEEDORES NO AGROPECUARIOS

El año 2011 ha observado un significativo impulso de las políticas de sostenibilidad de Grupo Leche Pascual en relación a un grupo de interés tan relevante como el de los proveedores no agropecuarios de bienes y servicios. El [programa Proveedores Responsables](#), creado en 2009, ha supuesto una evolución hacia un nuevo concepto de relación entre ambas partes que redunde en beneficio recíproco. Este concepto, soportado por procedimientos documentales que dotan de transparencia y solidez a la relación entre el proveedor y Leche Pascual, está siendo desarrollado e implantado por las áreas de [Compras y de Aseguramiento de la Calidad de forma conjunta](#).

El programa Proveedores Responsables tiene el objetivo de aplicar a la relación con los proveedores [criterios de calidad, seguridad, éticos y medioambientales](#) y ha sido implementado hasta la fecha en un total de proveedores que suponen [más del 80 % de la facturación de los suministros realizados](#).

El proceso del programa comienza con el envío al proveedor de un cuestionario previo que incluye criterios medioambientales, de calidad, responsabilidad social corporativa, seguridad alimentaria, etc. Una vez completado, el departamento de Compras de Leche Pascual aprueba la homologación según los resultados desprendidos de este cuestionario.

Determinados proveedores críticos en función de su volumen de facturación y del riesgo de su suministro, como por ejemplo los que pueden incidir en aspectos relacionados con la salud, son sometidos a una ["Verificación de la Calidad"](#) anual por parte del área de Aseguramiento de la Calidad.

Durante el ejercicio 2011 el equipo de Aseguramiento de Calidad ha realizado [Verificaciones de Calidad](#) a más de [50 proveedores](#) en sus propias instalaciones. Durante estas verificaciones, se explica al equipo del proveedor cuáles son las desviaciones encontradas, qué requisitos de Grupo Leche Pascual se ven afectados por dichos incumplimientos y se les insta a que implanten un [Plan de Acción](#) para evitar la recurrencia de las desviaciones.

Igualmente, este equipo persigue que la respuesta de los proveedores a estas desviaciones satisfaga los requerimientos de calidad y plazo de respuesta necesarios para Grupo Leche Pascual. Por otro lado, en 2011 se han comenzado a incluir cláusulas de rescisión en los contratos con ciertos proveedores que incumplan las condiciones básicas.

Asimismo, es reseñable la [gestión de las Incidencias de Calidad ocasionadas por los proveedores en las fábricas de Leche Pascual o](#)

---

[vinculadas a clientes y consumidores](#). Desde el área de Aseguramiento de Calidad se vela porque el proveedor analice y encuentre la causa origen de los problemas, así como de que implante las contramedidas oportunas en sus procesos para erradicar la repetición de los mismos.

De todo lo anterior, Verificaciones de Calidad y Gestión de Incidencias de Calidad, los principales proveedores tienen un seguimiento individualizado en el que se valora la puntuación obtenida en la verificación de calidad, la gravedad de las incidencias ocasionadas, la recurrencia de las mismas y los plazos de respuesta a las desviaciones.

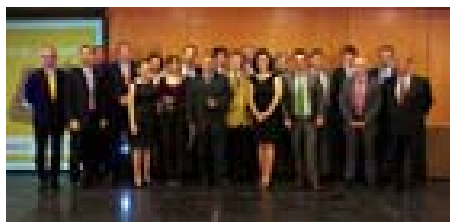
Existe, además, un informe de seguimiento individualizado de cada uno de ellos en el cual se les compara con el resto de proveedores de su categoría, así como con la totalidad de los proveedores que han sufrido el proceso de verificación, pertenezcan a la categoría que pertenezcan.

Por otra parte, el [Código de Conducta](#) de los empleados de la Corporación Empresarial Pascual incluye disposiciones relativas a la relación de éstos con los proveedores, basadas en criterios éticos y profesionales. Se destaca especialmente la necesidad de valorar debidamente el cumplimiento por parte de los proveedores de los principios de responsabilidad social de Leche Pascual.



# PROVEEDORES NO AGROPECUARIOS

La Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE) premia a Leche Pascual.



La Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE) ha entregado los Premios El Diamante de la Compra 2011:

- El galardón en la **categoría de Estrategia** ha recaído sobre Leche Pascual, por la implementación de un Plan Director de Compras que ha supuesto mejorar la transversabilidad e incrementar la visión estratégica de los nuevos compradores, así como ayudar al crecimiento de los profesionales de compras y a la gestión del conocimiento.
- La categoría de **mejor Dirección de Compras** se ha fallado ex aequo a dos proyectos: Grupo Leche Pascual y Cie Automotive. Grupo Leche Pascual implementó un Plan Director de Compras que ha supuesto la consolidación del departamento de compras como líder de la relación con los mercados de suministro.

PREMIOS AERCE 2011		
CATEGORÍA	PROYECTO PREMIADO	ACCÉSIT
Innovación	Repsol	Orange
Estrategia	Leche Pascual	Cie Automotive
Formación	Mahou San Miguel	Almirall
Integración de proveedores en la cadena de valor	Soler & Palau	Bankinter
“Embajador” de las compras españolas en el exterior	WPP	Desierto
Los centros especiales de empleo como fuentes de suministro	Prosegur	Indra
Sector público	Bilbao Kirolak	Hospital Son Llatzer
Sostenibilidad	Cemex	Bankinter
Dirección de Compras	Cie Automotive Leche Pascual	WPP
Mejor uso de herramientas financieras o tecnológicas	Almirall	NH Hoteles

## SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

El desarrollo del Sistema Integrado de Gestión de Grupo Leche Pascual comenzó en el área de cadena de suministro. Hoy, bajo este sistema, se integran todas las herramientas de calidad total relacionadas con la cadena de suministro, la sistemática de procesos, los cuadros de mando, la implantación de 5S y el resto de las iniciativas de mejora. Este sistema de gestión se organiza de acuerdo a la metodología EFQM.

El sistema ha sido validado externamente a través de la certificación de las normas y estándares de calidad, excelencia, medio ambiente, prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria [ISO 9000](#), [ISO 14000](#), [BRC](#), [OHSAS 18001](#) y, desde 2011, [IFS \(International Food Standard\)](#) para asegurar la calidad y la seguridad de los productos.

Además, como ha sido citado anteriormente, el sistema de evaluación de proveedores implantado por Leche Pascual en toda su recogida de leche está certificado bajo el estándar de [Seguridad Alimentaria de la ISO 22.000](#) y el de gestión de calidad de la [ISO 9001](#).



Planta	Sistema	Acción en 2011
Complejo de Aranda de Duero (Burgos): Yogures -Postres.	• BRC	» Renovación de certificado
Complejo de Aranda de Duero (Burgos).	• ISO-9000 • ISO-14000	» 2º Seguimiento
Planta de ovoproducto (Aranda de Duero).	• ISO-9000	» 2º Seguimiento
Planta de envasado de agua mineral natural de Bezoya Ortigosa del Monte (Segovia).	• ISO-9000	» 2º Seguimiento
Planta de envasado de agua mineral natural de Bezoya Tres Casas (Segovia).	• ISO-9000 • ISO-14000 • ISO-22000	» Renovación de certificado
Planta de envasado de agua mineral natural de Camporrobles (Valencia).	• ISO-9000 • ISO-14000	» Renovación de certificado
	• IFS	» 1ª certificación
Planta de envasado de agua mineral natural de Los Barrancos (León).	• ISO-9000 • ISO-14000	» Renovación de certificado
	• IFS	» 1ª certificación
Planta de envasado de leche de Gurb (Barcelona).	• ISO-9000 • ISO-14000 • ISO-22000	» Renovación de certificado
Planta de producción de zumo de naranja (Córdoba).	• BRC	» Renovación de certificado
	• ISO-9000 • ISO-14000	» 2º Seguimiento
Proceso de recogida de leche.	• ISO-9000	» 2º Seguimiento
	• ISO-22000	» Renovación de certificado

### Proceso de implantación de un SSGG certificable

1. Diseño del SSGG (considerando los requisitos de las normas con las que se pretende certificar, en todos los pasos).
2. Documentación.
3. Implantación (formación, inversiones, etc.).
4. Verificaciones internas individuales y de procesos.
5. Auditoría Interna (Verificación del Sistema).
6. Revisión por la Dirección.
7. Auditoría externa de certificación 1ª fase.
8. Auditoría externa de certificación 2ª fase.
9. Resolución de No conformidades que pudiese haber (envío al auditor).
10. Emisión del Certificado por la empresa certificadora.

## OTRAS ACCIONES DE MEJORA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

### 30% DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE RECLAMACIONES

El Departamento de Atención al Consumidor de Grupo Leche Pascual atiende consultas, quejas, incidencias sobre los productos, sugerencias, peticiones de información, etc. Todas las cuestiones reciben respuesta en el plazo de 24 horas.

La mejora continua de la atención al consumidor es uno de los objetivos clave de Leche Pascual. Anualmente, esta mejora se concreta en la puesta en funcionamiento de un [plan de acción del área de Aseguramiento de la Calidad en coordinación con el departamento de Atención al Consumidor](#). Para medir los avances realizados durante el año se trabaja sobre diversos indicadores, destacando el que mide las unidades reclamadas por cada millón de envases vendidos.

El proceso de mejora se desarrolla a partir de la monitorización por parte del área de Aseguramiento de la Calidad de la información -reclamaciones- que llegan a través del Departamento de Atención al Consumidor. A partir del análisis exhaustivo de la información que llega procedente del consumidor, Aseguramiento de la Calidad impulsa las pertinentes acciones correctoras en los proveedores y centros productivos para minimizar los problemas detectados y evitar la repetición de las incidencias.

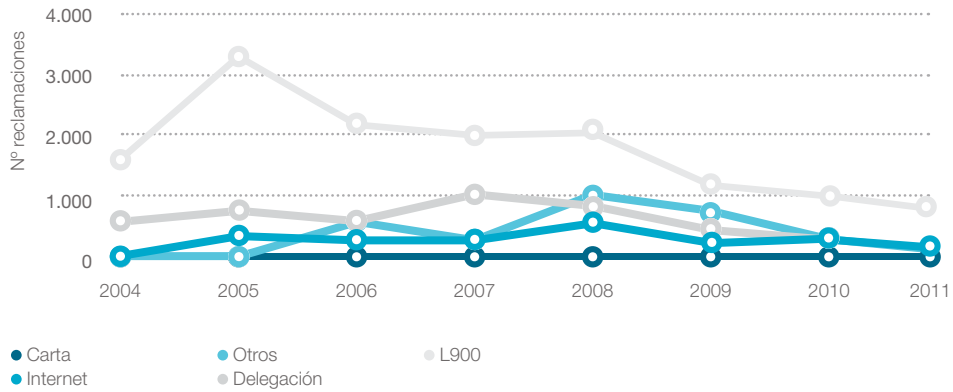
Con un objetivo en 2011 de 35 reclamaciones por millón de envases, el resultado final del plan de actuación ha arrojado un indicador de [19,89 ppms \(partes por millón de envases\)](#), lo que, supone una

disminución del [46,33%](#) en este indicador. Por otro lado, el [número de reclamaciones](#) recibidas respecto a 2010 se ha reducido en un 30%.

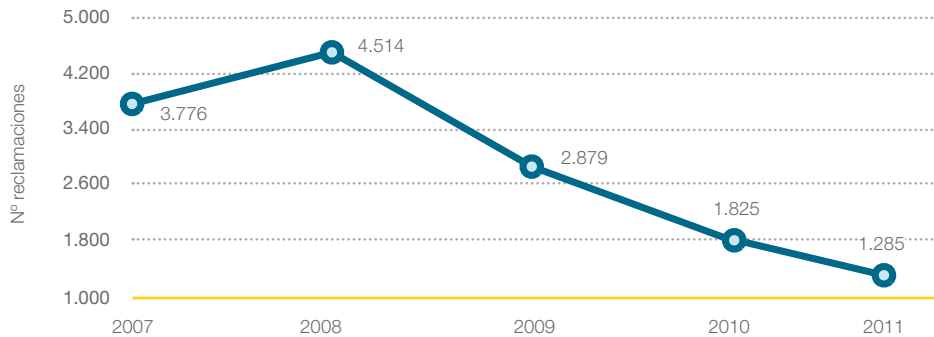
#### Las principales acciones llevadas a cabo en 2011 para disminuir el número de reclamaciones han sido:

- Formación de los operadores de producción muy focalizada a la prevención de problemas de calidad.
- Mejora del control de los procesos industriales.
- Aumento de las Verificaciones de Calidad en los proveedores y plantas propias.

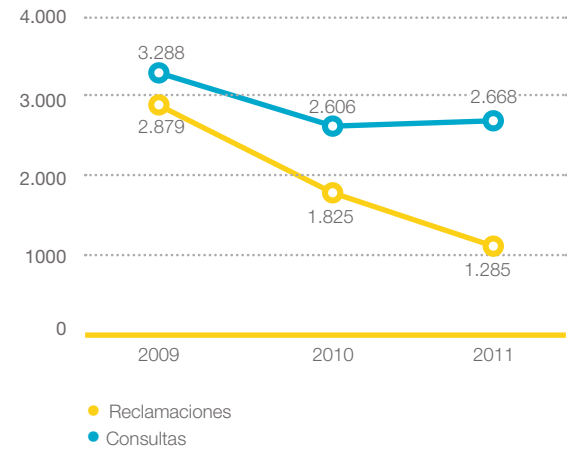
## Evolución origen incidencias



## Evolución número de reclamaciones



## Evolución origen contacto con el Dpto. de Atención al Consumidor





05.3

# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO



CLIENTES

Contribuir al desarrollo  
de su negocio



Encuestas de  
satisfacción para  
mejorar el nivel de  
servicio



Innovación  
de productos



Intensificación del  
diálogo con clientes:  
foros y patrocinios



Formación y colaboración



Servicio especializado  
al cliente



Ampliación del portfolio:  
alianzas para distribuir nuevas  
marcas de prestigio

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Refuerzo de la **red comercial de Leche Pascual**.



Continuación de las **alianzas para generar negocio** distribuyendo nuevas marcas de prestigio y colaborando con clientes.



Análisis del grado de **satisfacción** y mejora del **nivel de servicio** a los clientes.



Intensificación del **diálogo con clientes y consumidores**.

### Acciones:



- Apertura de delegaciones comerciales en **Bilbao y Pamplona**.
- **64.018 clientes directos** de alimentación y hostelería.
- **Estructura comercial** formada por más de 800 personas y 22 delegaciones.
- **Delegaciones:** 358.331 palets movidos y 1.684.716 entregas anuales a clientes.



- **Proyecto Diversia:** incorporación de Helados Farggi.
- Acuerdos de **gestión por categorías y desarrollo de productos específicos** para clientes clave.



- Consolidación del **Departamento de Servicio al Cliente** y del **Comité de Servicio** para la mejora de la entrega de mercancía.
- **Puesto 14 en el top 20** de *Advantage Group* de satisfacción de clientes de distribución moderna.
- Encuesta de satisfacción de clientes de **hostelería organizada:** 83,34% de percepción global favorable.



- Presencia en **8 ferias y certámenes de hostelería** en Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana, Castilla y León.

## 2012

### Para 2012:



Departamento de Servicio al Cliente: reestructuración y reubicación del área de Front Office.



Consecución de los niveles de servicio pactados con el departamento de Logística.



Continuar mejorando el posicionamiento como fabricante de referencia en la encuesta Monitor Performance.



Participación en foros destacados del sector de la alimentación y la hostelería.

# ORIENTACIÓN AL CLIENTE

## Estructura propia para atender a más de 64.000 clientes:



Más de 800 personas



22 delegaciones



500 camiones diarios de larga distancia



300 transportistas autónomos de corta distancia

La orientación al cliente es uno de los valores corporativos de Grupo Leche Pascual, lo que otorga un grado de importancia muy destacado a la relación con este grupo de interés. La estrategia comercial del Grupo Leche Pascual constituye una de sus grandes señas de identidad: una amplia red propia permite que sus productos estén presentes en una gran parte de los puntos de venta que existen actualmente en España.

Leche Pascual cuenta para llegar a sus clientes con una estructura propia de más de 800 personas, 22 delegaciones, 500 camiones diarios de larga distancia y 300 transportistas autónomos de corta distancia que atienden a más de 64.000 clientes directamente. Esta red, considerada como una de las más completas del país, permite a Grupo Leche Pascual, por un lado, acceder al mercado minorista y, por otro, mantener un contacto continuo con los establecimientos de hostelería y alimentación tradicional.

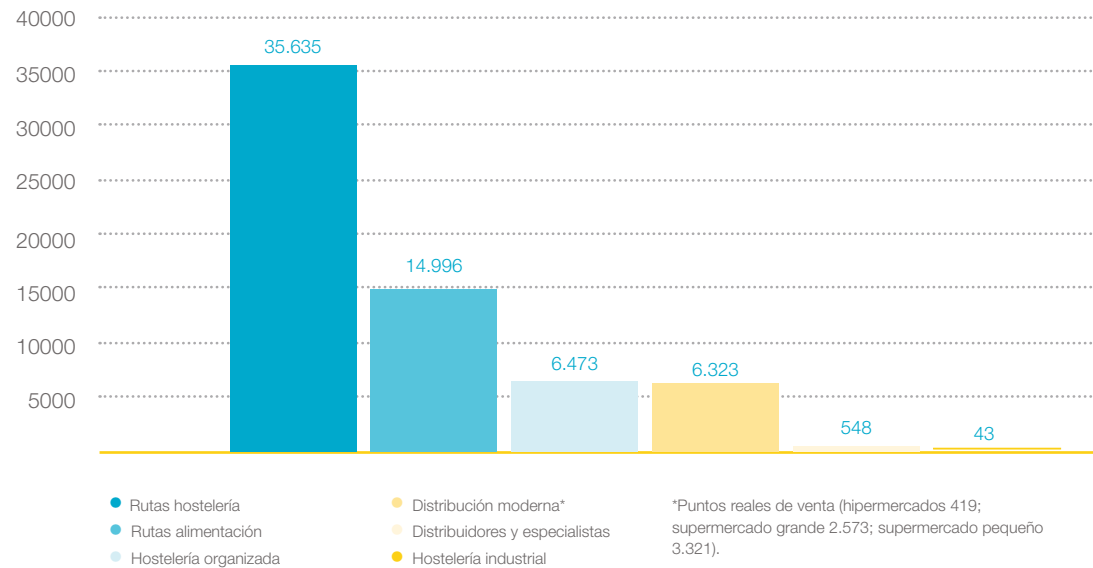
Dada la naturaleza multicanal, y también la presencia internacional de Leche Pascual, la base de clientes de la compañía es muy amplia. Históricamente, ha prestado una especial atención a los detallistas y el pequeño comercio, desarrollando pautas y políticas para así contribuir a su sostenibilidad. A su vez, tiene una consolidada presencia en clientes de distribución organizada (supermercados, hipermercados, discount), así como relación comercial con 460 distribuidores, que dan cobertura a aquellos lugares a los que no se llega con la propia red.

En 2011, la compañía ha reforzado su estructura comercial. Así, el 14 de febrero tuvo lugar la inauguración de la nueva delegación comercial de Grupo Leche Pascual en Bilbao. Se trata de una oportunidad de negocio vinculada a la fuerte implantación comercial de Caffé Mocay en la zona, que ya cuenta con un importante posicionamiento en el mercado. El equipo de la delegación está formado por más de 20 personas pertenecientes a las áreas de administración, almacén, rutas y servicio de asistencia técnica de Mocay. Poco después, en el mes de mayo, y bajo similares premisas, Leche Pascual inauguró su delegación de Navarra con un equipo de trece personas.

### El COMERCIO TRADICIONAL tiene una importancia histórica que se puede concretar en lo siguiente:

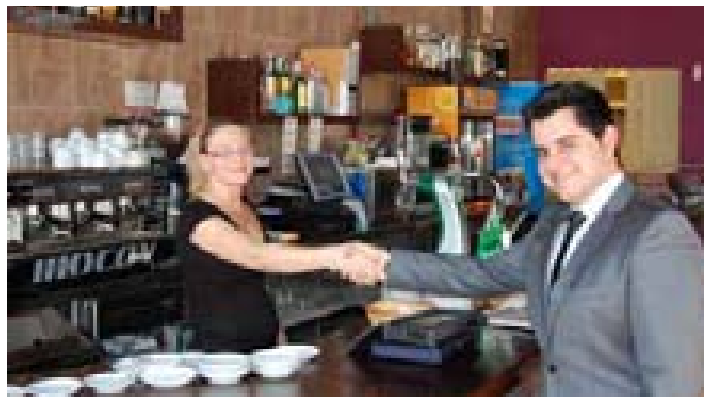
- Garantiza el comercio de proximidad de todo tipo de productos, asegurando así el consumo de la población.
- Ha sido un factor básico del desarrollo de las ciudades.
- Sigue siendo esencial para el mantenimiento de los centros urbanos tradicionales.
- Asegura el abastecimiento de zonas rurales.
- Es una parte muy importante de la cultura y la forma de vida de la sociedad.

## Número de clientes de Grupo Leche Pascual por canal comercial



En 2011, las principales iniciativas de responsabilidad corporativa de Leche Pascual en la relación con sus clientes se agrupan de la siguiente forma:

- Alianzas y acuerdos de colaboración
- Servicio y satisfacción de clientes
- Diálogo con clientes
- Proyectos de colaboración con clientes



# ALIANZAS Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

El [proyecto Diversia](#) se inició en 2008 para complementar y generar mayor valor al portfolio de Leche Pascual, principalmente en el canal de hostelería, aunque también en alimentación, a través de la distribución desde la propia red de Leche Pascual de productos y marcas de valor añadido. Incluye la distribución de marcas como Agua de Pedras, la gama de salsas y condimentos Heinz o el portafolio de cereales y barras de Kelloggs, además de la adquisición de Caffé Mocay. En 2011, se suma la incorporación al proyecto de [Helados Farggi](#), cuyos productos pasan a formar parte del catálogo comercial de Leche Pascual.

Para los socios, estos acuerdos surgen de la necesidad de desarrollarse en el mercado capilar, donde tienen la oportunidad de potenciar su presencia. Por ello, los proyectos encuadrados en [Diversia ponen en valor la red comercial de Leche Pascual](#).

Las alianzas de Leche Pascual con sus clientes observan igualmente otros esquemas de actuación:

- Acuerdos de [gestión por categorías con clientes](#) clave que han permitido desarrollar la relación con el cliente en búsqueda del beneficio mutuo.
- Desarrollo de un modelo de [relación con distribuidores como fuente de ventaja competitiva](#) y con características diferenciadoras: establecimiento de un

distribuidor único y exclusivo por territorio, en el marco de una relación estable y sólida y suscrita conjuntamente en contratos de distribución.



# SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

## Servicio al cliente

El departamento de Servicio al Cliente centraliza toda la gestión de pedidos y de reclamaciones de clientes desde un área funcional específica, encuadrada dentro de la dirección comercial. Se organiza, por un lado, en un área de *Front Office* para la atención individualizada de las necesidades y reclamaciones de clientes, así como para la gestión de riesgos. Por otro, el *Back Office* lleva a cabo la gestión interna de pedidos, facturación, seguimiento de servicio, reclamaciones, etc... La atención directa al consumidor se mantiene en el Departamento de Atención al Consumidor como ha sido explicado en el capítulo 5.2.

La actividad de esta área de atención al cliente genera diariamente información relevante para el proceso de planificación y para la gestión de la calidad de la cadena de suministro de Leche Pascual, midiendo la eficiencia del proceso logístico a través del concepto de “pedido perfecto” que se utiliza como principal indicador de seguimiento.

Adicionalmente, se ha constituido un Comité de Servicio al que se redireccionan todas las incidencias de clientes originadas en la entrega de mercancía. En el Comité de Servicio están representadas las principales funciones afectadas: servicio al cliente, planificación de la cadena de suministro, logística de corta distancia y aseguramiento de la calidad del área de operaciones. Se reúne semanalmente

para revisar los indicadores de nivel de servicio, que aglutinan “pedido perfecto” y puntualidad en la entrega, así como las incidencias que han originado las desviaciones más relevantes. Su labor se halla coordinada por el área de Aseguramiento de la Calidad que se encarga de recabar y procesar los datos para su valoración, análisis y reenvío al área de operaciones afectada.

Este procedimiento se implantó para mejorar la comunicación y coordinación entre el área comercial y el de operaciones, alcanzando directamente a los clientes de largo recorrido: distribución moderna, distribuidores, hostelería industrial, así como a todas las entregas a almacenes de delegaciones propias.



## Servicio al Cliente:

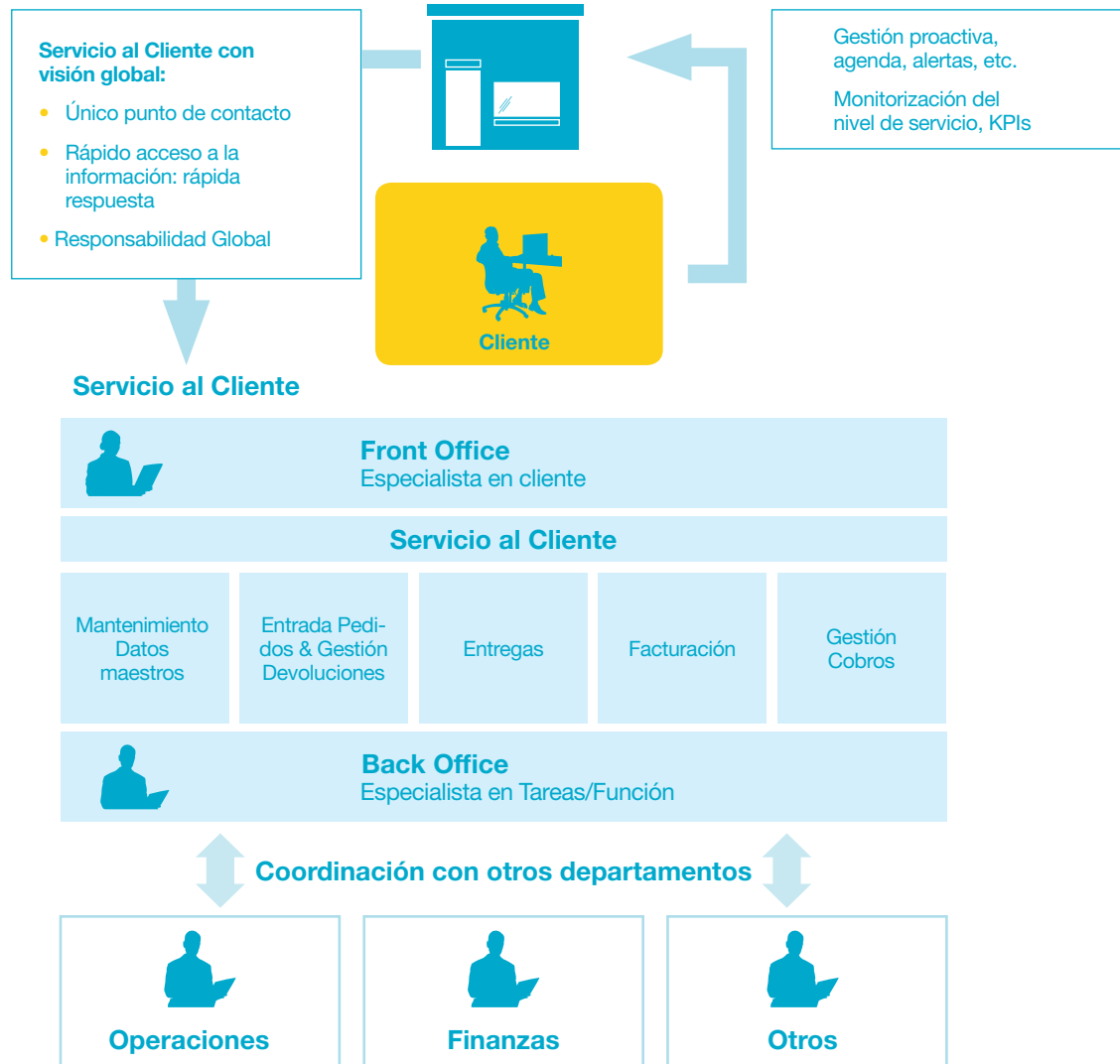
### Front Office

- Atiende directamente al cliente a través de gestores especializados para cada tipo de cliente: distribución moderna, distribuidores, hostelería organizada y rutas.
- El Front Office cuenta igualmente con un equipo que da soporte a los distintos canales.
- Instalado en las oficinas centrales de Madrid.

### Back Office

- Lleva a cabo toda la labor administrativa: grabación de los pedidos, gestión de los maestros de clientes, altas, modificaciones, tarifas, acuerdos comerciales y actividad promocional, seguimiento de los cobros, gestiones para arreglar las incidencias y documentación relativa a exportación.
- Ubicado en una sede especialmente acondicionada en el complejo de Aranda de Duero (Burgos).

# SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES



## Satisfacción de clientes

Desde 2005, Grupo Leche Pascual viene tomando parte en el estudio *Performance Monitor* de *Advantage Report*, que recoge la percepción de los principales clientes de la distribución organizada sobre los mayores fabricantes de gran consumo, analizando los criterios más relevantes de calidad de servicio, oferta, surtido y otras variables. Este estudio permite tener indicadores de percepción de los clientes y comparación con los mejores fabricantes tanto nacionales como internacional.

En el Ranking *Core Report*, que incluye a los 20 proveedores mejor valorados de este estudio, **Leche Pascual ha ocupado en 2011 el puesto 14**. Por otro lado, el indicador más importante que analiza la satisfacción media de los encuestados también ha mejorado. Así, el análisis sobre la consideración del servicio de Leche Pascual: favorable (26%), medio (65%) o desfavorable (9%), arroja un ratio positivo del 17%.

El *Performance Monitor* es una herramienta para medir y mejorar las variables clave de gestión con los clientes de distribución moderna. Mediante este monitor, 450 ejecutivos de los operadores más relevantes del mercado que representan una cuota del 80% en el canal de alimentación, evalúan a los fabricantes y les permiten identificar áreas de mejora. Los planes de acción anuales del

Departamento de Distribución Moderna incorporan este análisis con proyectos para mejorar la percepción del servicio comercial de la compañía.

### Evolución del ratio de satisfacción clientes de distribución moderna de Leche Pascual. Performance Monitor.

	FAVORABLE	MEDIO	DESFAVORABLE
2005	13	51	36
2006	13	58	29
2007	20	51	29
2008	20	55	25
2009	16	60	24
2010	19	68	13
2011	26	65	9

**GRUPO LECHE PASCUAL  
ENTRE LOS PROVEEDORES  
MEJOR VALORADOS DEL  
RANKING CORE REPORT DEL  
ESTUDIO PERFORMANCE  
MONITOR**

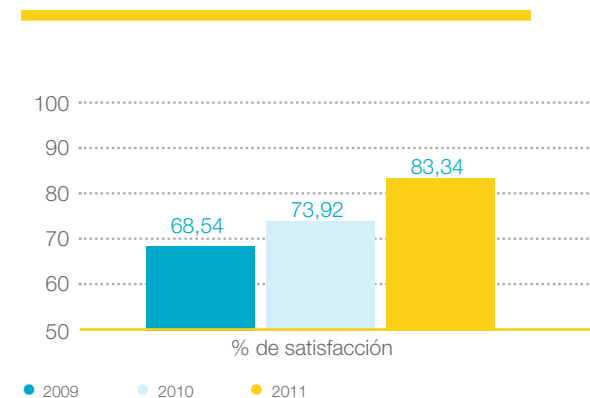


# SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

## EL NIVEL DE SATISFACCIÓN MANTIENE UN CRECIMIENTO CONTINUADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

En el ámbito de la satisfacción de clientes destaca, asimismo, el estudio que Leche Pascual realiza por medio de una consultora independiente sobre **clientes de Hostelería Organizada**. Este análisis aporta una percepción del grado de satisfacción de este tipo de clientes sobre cuatro variables claves del negocio: calidad del producto, atención comercial, servicio logístico y de administración y estrategia de trade marketing. Los resultados permiten un mayor acercamiento y conocimiento de las necesidades de los clientes, traducidos en la elaboración de planes de negocio consensuados que incluyen, por ejemplo, el desarrollo de herramientas de trade marketing específicas. La evolución desde 2009 ha sido muy positiva, pasando de un **68,54% de percepción global favorable** a un **83,34% en 2011**.

### Evolución del porcentaje de satisfacción de clientes de hostelería organizada % de satisfacción



# DIÁLOGO CON CLIENTES: PARTICIPACIÓN EN FERIAS SECTORIALES Y PATROCINIOS DE CERTÁMENES HOSTELEROS

Leche Pascual mantiene un diálogo continuo con sus clientes como una de las características de su estrategia comercial. Son habituales las convenciones comerciales en las que participa toda la red comercial junto a otros departamentos de soporte -Servicios TIC, Relaciones Humanas...

El canal de **Distribución Moderna** puso en funcionamiento en 2011 su Plan Anual de Clientes en el que se realiza, conjuntamente, un profundo análisis de la estrategia y los planes de negocio, fijando de común acuerdo los objetivos anuales a alcanzar. Para concretar este plan se mantienen reuniones periódicas y, en la mayoría de los casos, se aprovechan estos trabajos para que los clientes conozcan a fondo las instalaciones productivas más relevantes de Leche Pascual.

En lo relativo a los **clientes de rutas**, en el mes de marzo tuvo lugar la **Convención Anual de Delegados** de Leche Pascual bajo la coordinación de la Dirección de la Red Comercial. Durante el evento se realizó un recorrido por los principales hitos de la actividad comercial del anterior ejercicio y los planes de 2011. Tomás Pascual Gómez-Cuétara fue el encargado de cerrar la convención.

Unas semanas antes tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Atapuerca de Burgos la **Convención Anual de Distribuidores** de Leche Pascual en la que durante dos días se debatió sobre este canal estratégico para Leche Pascual. Los distribuidores

aprovecharon para conocer el complejo industrial de Aranda de Duero, así como el Museo de la Evolución Humana de Burgos. En la planta arandina la compañía organizó dos actividades distintas, por un lado, la visita a la fábrica y, por otro, en el auditorio se organizó un juego de los sentidos con cata de leche, manejo de máquinas de café, maridajes de productos Pascual y otras actividades relacionadas con las marcas.

Para este canal de Distribuidores se ha establecido un modelo de relación muy estrecha, basado en una relación de alianza a través de la exclusividad, el apoyo con herramientas de trade-marketing, así como con el refuerzo específico de la propia fuerza de ventas para consolidar el liderazgo de estas empresas distribuidoras y garantizar su sostenibilidad económica.



Equipo del canal de Distribución Moderna.



Convención Anual de Delegados.



## Magnitudes de las delegaciones comerciales de Leche Pascual 2011

- 22 delegaciones.
- 820 empleados.
- 300 repartidores autónomos.
- 358.331 palets movidos.
- 1.684.716 entregas anuales a clientes desde las delegaciones.
- 250.852.814 kilos de producto repartido desde las delegaciones.

# DIÁLOGO CON CLIENTES: PARTICIPACIÓN EN FERIAS SECTORIALES Y PATROCINIOS DE CERTÁMENES HOSTELEROS



## Principales canales de diálogo con los clientes

- Plan Anual de Clientes de Distribución Moderna
- Convención Anual de Distribuidores
- Convención Anual de Delegados
- Encuentros periódicos con distribuidores de la División Internacional
- Participación en foros de referencia del canal de alimentación
- Presencia en ferias de hostelería
- Patrocinio de eventos y certámenes hosteleros

El departamento de **Distribución Moderna** ha tenido participación activa con ponencias en algunos de los principales foros de debate del sector alimentario, como el evento “Store Attraction” de la revista *Distribución y Actualidad*.

La **División Internacional** realiza igualmente encuentros periódicos con sus distribuidores más representativos en los que se revisan los planes de negocio, además de proporcionar asesoramiento técnico y comercial para que todos ellos, ubicados normalmente en países en vías de desarrollo,

puedan aplicar herramientas de gestión no habituales en sus respectivos mercados.

La relación de Leche Pascual con sus **clientes del canal de la hostelería** ha sido otro de los ejes de actuación en 2011, especialmente a través de presencia en las ferias más relevantes de este sector y el patrocinio de eventos y certámenes hosteleros. Además, todos ellos han servido para estrechar lazos con los clientes, así como para convencerles de la apuesta clara de la compañía por la hostelería y la restauración.

Fecha	Evento	Participación de Leche Pascual
Enero	Madrid Fusión.	Expositor con marcas de hostelería: Caffè Mocay, Heinz o Kellogg's Pascual Extra Creme, Bezoya Quarzo, ovoproducto, nata, mantequilla o los formatos de vidrios de Pascual Selección y Bifrutas.
4 de marzo	III Concurso Gastronómico “Espíritu de Equipo. Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid.	Patrocinio del concurso gastronómico en las modalidades de “tapa”, “dulce” y “cóctel/maridaje”. En el concurso de “tapas dulces” cada receta ha incluido algún ingrediente de la marca Pascual.
17 de marzo	Salón de la Alimentación de Valladolid.	Presentación de la gama de productos para hostelería y degustaciones de café de la nueva marca Caffè Mocay, combinado con la leche especial Pascual Extra Creme.



Fecha	Evento	Participación de Leche Pascual		
28 y 29 de abril	Campeonatos de España de Café (CECAFÉ 2011). Córdoba.	Patrocinio en las tres modalidades de las que constan los Campeonatos de España de Café: Barista / Cata de café / Latte art..		
8 de junio	Feria Expofoodservice en el Palacio de Congresos de Madrid.	Productos para el canal de hostelería: Leche Pascual Extra creme, Bifrutas de vidrio, zumos y néctares Pascual Selección y, en especial, la última adquisición, Caffé Mocay.		
9 al 12 de junio	Feria Millesime Weekend. Valencia.	Gran presencia de marca, por un lado con una zona de degustación de Caffé Mocay y, por otro, con la zona de aguas, con Bezoya y Pedras.	 	
21 de octubre	Feria Millesime. Pabellón de La Pipa de la Casa de Campo de Madrid.	Agua Mineral Natural Bezoya, copatrocinador de la feria, contó con un espacio exclusivo como "agua oficial".	 	
21 al 23 de noviembre	Primera edición de Vendibérica, Feria del Vending en Ifema. Madrid.	Presentación de desarrollos y productos para las máquinas expendedoras, con hincapié en el mundo del café.		
22 al 24 de noviembre	"Store Attraction"	Ponencia de Roberto Escanciano (Distribución Moderna): "El Shosumer como foco de atención".		

# DIÁLOGO CON CLIENTES: PARTICIPACIÓN EN FERIAS SECTORIALES Y PATROCINIOS DE CERTÁMENES HOSTELEROS

## Leche Pascual con sus clientes en la salida de la Volvo Ocean Race

Grupo Leche Pascual, como patrocinador del equipo español que participa en la Volvo Ocean Race Alicante 2011, ha llevado a cabo distintas acciones de hospitality con sus clientes. El sábado 31 de octubre un grupo de cien clientes de la zona de levante disfrutaron de un día de regatas a bordo del velero "Mercedes", mientras que el sábado siguiente, otros cuarenta clientes tuvieron la ocasión presenciar en directo la salida de esta competición extrema por etapas del deporte de la navegación a vela entre Alicante y Ciudad del Cabo.



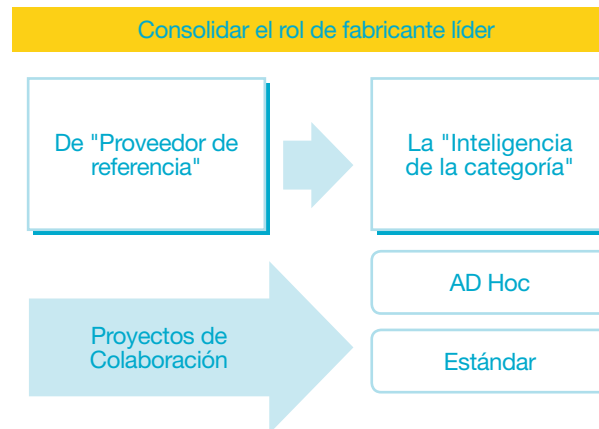
# PROYECTOS DE COLABORACIÓN INNOVADORES CON CLIENTES: CONOCIENDO AL SHOPSUMER (COMPRADOR – CONSUMIDOR )

En 2011 Grupo Leche Pascual ha continuado el trabajo iniciado el año anterior para lograr tanto la percepción de *proveedor de referencia* entre sus clientes, como con el objetivo de desarrollar conjuntamente con ellos el concepto de *inteligencia de la categoría*.

La Dirección de Distribución Moderna de Leche Pascual inició en 2010 diversos proyectos con algunos de sus principales clientes que ayudaran, de la mano de las nuevas tecnologías, a brindar nuevos enfoques para a entender el comportamiento y las necesidades del *shopsumer*. Este término (de shopper-comprador y consumer-consumidor) define al cliente final que ejerce los dos roles a la vez y se erige como decisor de las compras para toda la unidad familiar, dotado además con unas destacadas habilidades tecnológicas.

En 2011 Grupo Leche Pascual ha iniciado la ejecución de proyectos con clientes destacados como *Día* o *Eroski* para profundizar a través de técnicas novedosas en el comportamiento del *shopsumer*.

Asimismo, la compañía ha proseguido los proyectos para desarrollar la inteligencia de la categoría con clientes de distribución moderna como *Alcampo*, *Dinosol*, *Condis*, *Consum*, *Gadisa*, *Hermanos Martín*, *Hiper Usera* o *Uvesco*. Para ello, se ha basado en la aplicación de los estándares de Leche Pascual respecto a variables tales como el surtido, las implantaciones, las promociones, las tarjetas de fidelización o el customer service.



05.4

# ATENCIÓN PRIORITARIA AL FACTOR HUMANO



Desarrollo del modelo de gestión de personas, basado en tres pilares: estilo de dirección, competencias y valores.



Plan Conciliación e Igualdad



Plan Director de Formación  
Potenciar capacidades y motivación



Programas de integración de discapacitados



Beneficios sociales



Grupo Deportivo y de Voluntariado



Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable)

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Desarrollo del **modelo de gestión de personas**, basado en tres pilares: estilo de dirección, competencias y valores.



Implantación del **Plan Director de Formación 2011**.



Afianzamiento del modelo “**Empresa Familiarmente Responsable**”.

### Acciones:



- 300 acciones de mejora en 35 centros de trabajo derivadas de la encuesta **Great Place To Work**.
- El 83% de los centros de trabajo de la Corporación **mejoran sus percepciones**.
- 457 personas sometidos al **Sistema de Gestión del Desempeño** con un grado de calidad de implantación del 90%.
- **92% contratación indefinida**.



- Incremento de **las horas de dedicación por persona** respecto a 2010: 32,3 horas por empleado.
- **200 cursos** realizados y **8.785 horas de impartición**.
- **Alcance de la formación**: 57% de la plantilla.



- Auditoría de renovación de la certificación EFR pasando de **empresa comprometida a empresa proactiva**.
- Participación del 43% de la plantilla en la **encuesta sobre grado de satisfacción en materia EFR y beneficios sociales**.
- **Más de 50 compañeros de Leche Pascual celebraron sus bodas de plata en la empresa**.

## 2012

### Para 2012:



Desarrollar el **Plan Director 2012** para ampliar el alcance de la formación.



Poner en marcha el **nuevo SGD** (Sistema de Gestión del Desempeño) potenciando el eje del desarrollo y el protagonismo de los profesionales.



Desplegar el **modelo de competencias** de empresa y específicas.



Completar el 90% de las acciones de los 50 planes de acción de mejora del clima en 2012.



En materia de **prevención de riesgos laborales**, reducir el Índice de Frecuencia un 15% en fábricas y un 20% en delegaciones.



# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Extensión de la **cultura de la integración en la empresa.**



**Prevención de riesgos laborales:** hacia el objetivo de “cero accidentes”.



Elevación de la función de **comunicación interna** a un plano más estratégico, corporativo y transversal.

### Acciones:



- Renovación del **convenio Inserta con la Fundación Once.**
- **Superación del porcentaje** establecido legalmente **de personal** con discapacidad en Grupo Leche Pascual con un **2,14%.**



- Tercer año consecutivo con **cero accidentes graves.**
- Tanto el número de accidentes con baja como el índice de frecuencia han disminuido un **19% respecto a 2010.**
- La norma internacional **OHSAS 18001**, se halla implantada en todos los centros.



- Aprobación del **Plan Estratégico para la mejora de la Comunicación Interna.**



# MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

El modelo de gestión de personas de Grupo Leche Pascual contribuye a la consecución de la estrategia corporativa mediante el desarrollo e implantación de herramientas y procesos que permitan disponer de equipos comprometidos, alineados y capacitados.

Este modelo se estructura en torno a tres pilares: un estilo de dirección que promueva la figura del “líder excelente”, el desarrollo de un modelo de competencias y la interiorización por parte de todos los empleados de los valores corporativos. A partir de ellos se despliegan todos los procesos de gestión de personas. El mando, como responsable de equipos y fundamental transmisor del modelo, tiene una relevancia extraordinaria para su adecuada extensión. Es un planteamiento integral, con un

fuerte enfoque humanista, por lo que incorpora todas las políticas e iniciativas vigentes como el compromiso en materia de conciliación, igualdad de oportunidades e integración de la discapacidad.

Grupo Leche Pascual estructura los procesos relativos a sus personas en función del modelo de gestión de personas descrito.

**EL MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS PERMITE DISPONER DE EQUIPOS COMPROMETIDOS, ALINEADOS Y CAPACITADOS**

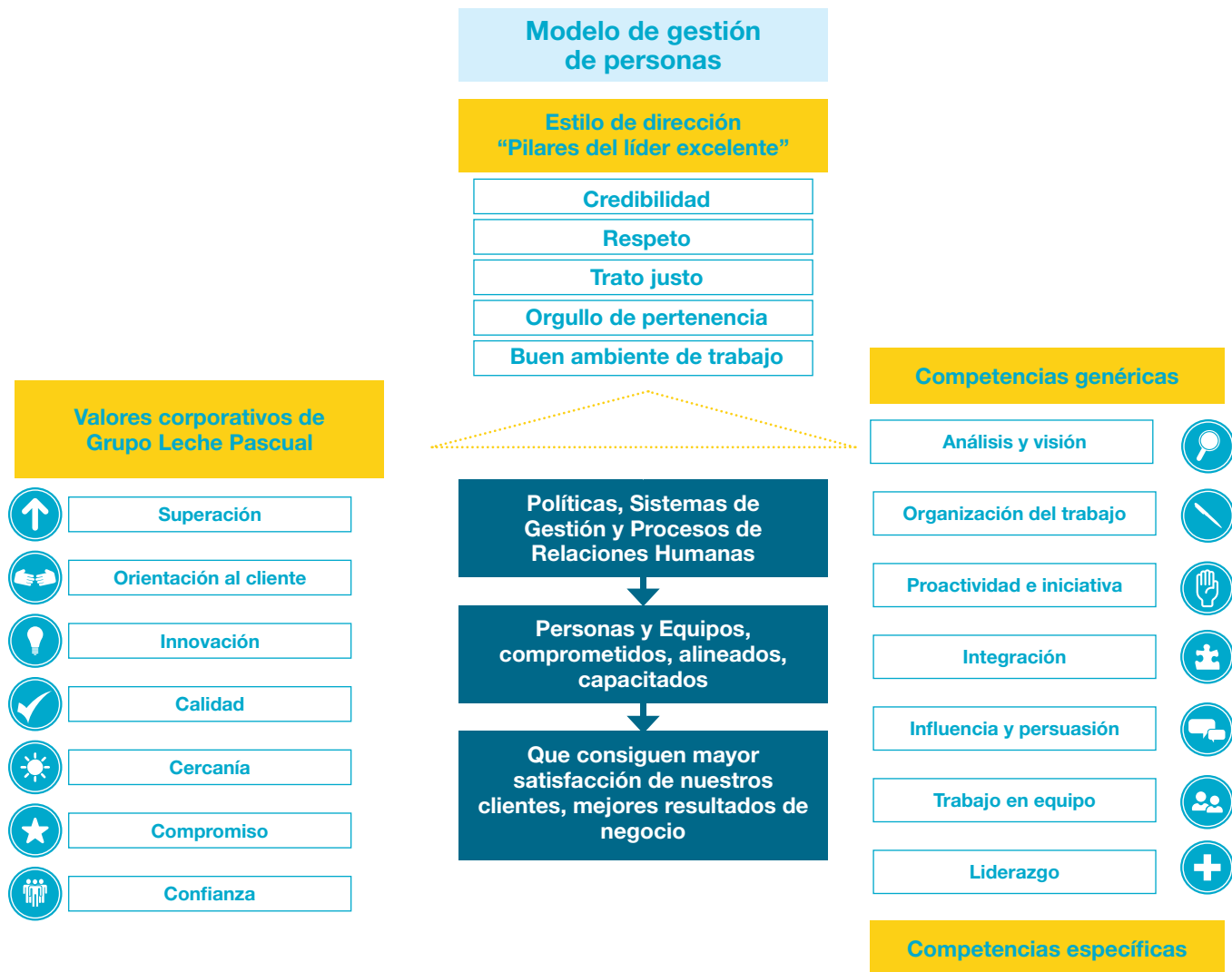
PROCESOS	OBJETIVO	HERRAMIENTAS
Selección	Los profesionales más adecuados y los más alineados	Entrevistas de evaluación competencial, valores y competencias genéricas
Integración	Incorporación efectiva	Plan Incorporate
Formación	Capacitación	Plan Director de Formación
Desempeño	Evaluación para el reconocimiento y el desarrollo	Sistema de Gestión Desempeño
Desvinculación	Proceso estructurado y conforme a los valores	Outplacement y recogida de entrevistas de salida

# MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

EVOLUCIÓN MODELO GESTIÓN PERSONAS EN GRUPO LECHE PASCUAL		
PERIODO	ENFOQUE	COMPETENCIAS
2000 – 2007	Enfoque clásico por funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones laborales</li> <li>• Selección</li> <li>• Formación</li> <li>• Desarrollo</li> </ul>
2007 – 2011	Enfoque innovador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo marca como empleador</li> <li>• Apoyo al negocio</li> <li>• Innovación de procesos de RRHH</li> </ul>
A partir de 2011	Enfoque al desarrollo de negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo al negocio e internacionalización</li> <li>• Comunicación interna de carácter estratégico</li> <li>• Cultura y modelo de liderazgo</li> <li>• Procesos de Desarrollo</li> <li>• Compensación y Beneficios</li> </ul>

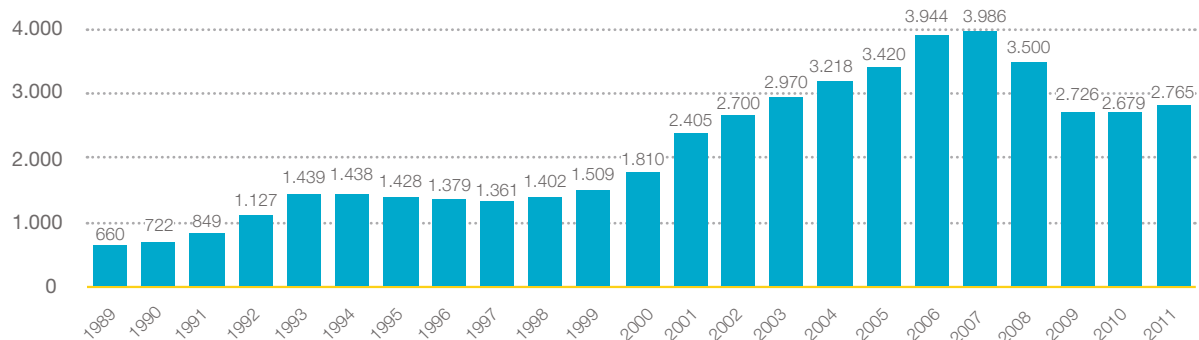
## Excelencia y personas: modelo EFQM

- Las organizaciones excelentes valoran a las personas que las integran y crean una cultura que permite lograr los objetivos personales y los de la organización de manera beneficiosa para ambas partes.
- Desarrollan las capacidades de las personas y fomentan la equidad e igualdad.
- Potencian la comunicación interna.
- Recompensan y dan reconocimiento a los esfuerzos para, de este modo, motivar a las personas, incrementar su compromiso con la organización y favorecer que utilicen sus capacidades y conocimientos en beneficio de la misma.



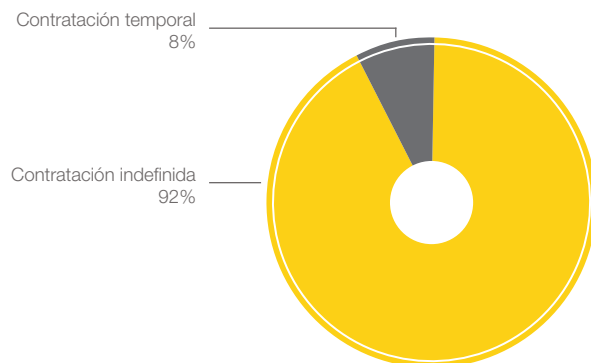
# MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

## Evolución del empleo directo



(Datos consolidados Corporación Empresarial Pascual).

## Tipología de la relación contractual en Grupo Leche Pascual en 2011



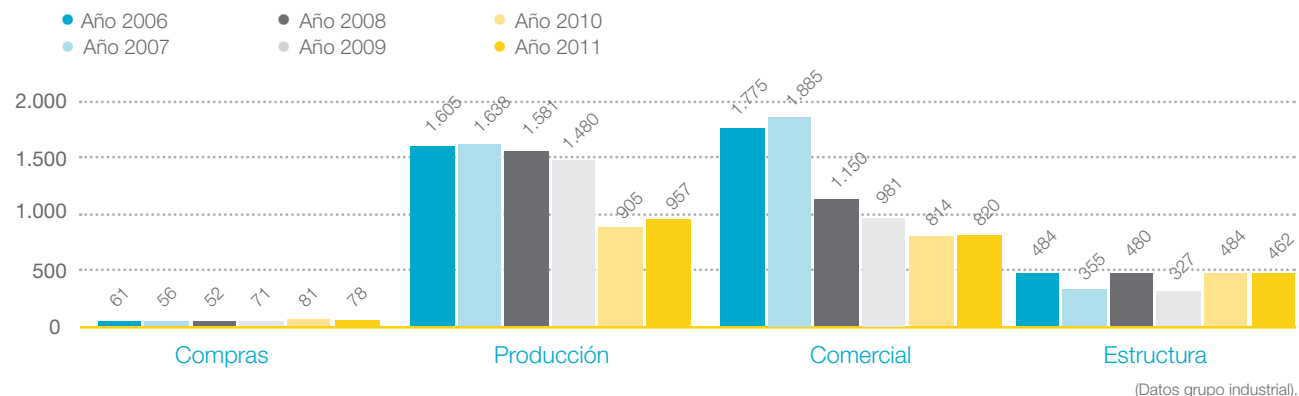
Estructura organizativa Grupo Leche Pascual	Puestos tipo	Centros de trabajo
Auxiliar	Operarios	Fábricas
Técnico	Promotores comerciales	Delegaciones
Gestor	Proyectos	Oficinas C.
Jefe	Directores de fábrica Delegados comerciales	Fábricas delegaciones
Dirección	Directores	Oficinas C.
Alta Dirección	Comité de Dirección	Oficinas C.

### Estructura de los recursos humanos en Grupo Leche Pascual

- **Nivel Auxiliar:** corresponde al nivel base, en donde los puestos tipo más representativos son los del personal de las fábricas y perfiles administrativos de base.
- **Nivel Técnico:** principalmente el puesto tipo de promotor comercial, cuya actividad se desarrolla en las 22 delegaciones comerciales.
- **Nivel Gestor:** trabajos que implican una alta capacidad de autonomía y gestión de proyectos; se ubican, principalmente, en las oficinas centrales de Madrid y Aranda de Duero y están encuadrados en todas las direcciones funcionales.
- **Nivel Jefe:** responsables operativos de los centros de trabajo; principalmente Delegado Comercial y Director de fábrica.
- **Nivel Director:** puestos de contribución estratégica; se ubican en las oficinas centrales de Madrid y Aranda.
- **Alta Dirección:** lo integran los directores que forman el primer nivel de dirección junto con la Presidencia.

# MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

## Evolución perfiles de los empleados



## Indicadores de gestión de personas 2011

Número de Empleados 2011 (Grupo Corporativo) :	2.765
Inversión en formación por empleado y año:	930 € empleado/año.
Porcentaje de empleados con discapacidad en plantilla :	2,14% empleados con discapacidad.
Porcentaje de empleados con contrato fijo:	92% empleados contrato fijo.
Número de empleados acogidos al Sistema de Gestión del Desempeño:	457 empleados.
Porcentaje de la plantilla que emplea las nuevas tecnologías en el aprendizaje (e-learning):	2% empleados emplea N.T.
Nº de asistencias a cursos:	3.277 asistencias.
Nº de empleados que han recibido formación:	1.418 empleados.
Media de cursos / empleados con formación:	2,31 cursos por empleado.
Horas de impartición:	8.785 horas.
Horas de formación (horas x participante):	80.596 horas.

## Leche Pascual presente, un año más, en el Foro de Empleo de ESIC

El 22 de marzo tuvo lugar una nueva edición del Foro de Empleo de ESIC que, bajo la consigna "Meet your Future", reunió en su sede de Pozuelo en Madrid, a más de cincuenta empresas para acercar el mundo laboral a alumnos y ex-alumnos del centro. Leche Pascual ofreció a los alumnos una presentación sobre el área de marketing internacional.

3 al 18 octubre 2011

Con mi participación, ayudo a construir un futuro mejor...

**Encuesta de clima**

Es el mejor medio para conocer tu percepción sobre credibilidad, respeto, trato justo, orgullo y ambiente de trabajo en

**LECHE PASCUAL**

sencillo, confidencial muy útil

porque participando, nos ayudas a seguir haciendo de nuestra compañía el mejor sitio para trabajar.

Y tú, ¿qué opinas?

\* La confidencialidad a solo garantiza porque el tratamiento de todos los resultados de cuestionario son gestionados por una institución externa a la Compañía e independientes, (Stratix One Place to Work) © Víctor Andrés Delgado 10 años, S.L., P.A., 2010, Madrid 194, 91 141 08 99

Desde 2008, Leche Pascual realiza una encuesta de clima anual a sus empleados con el objetivo de conocer su percepción y elaborar planes de acción que den respuesta a los resultados, todo ello como parte de su estrategia de gestión de personas.

Para ello se cuenta con la colaboración del Instituto **Great Place to Work**, entidad de reconocido prestigio con quien se ha desarrollado un modelo propio adaptado a la compañía en lo relativo al diseño de la encuesta, su despliegue y la comunicación de los resultados de la encuesta. En 2011, por primera vez, se ha crecido en todos los pilares que evalúa la encuesta: credibilidad, respeto, trato justo, orgullo de pertenencia y buen ambiente de trabajo. Además, derivadas de los resultados se han puesto en marcha 300 acciones de mejora en 35 centros de trabajo.



## CRECIMIENTO EN TODOS LOS ASPECTOS VALORADOS EN LA ENCUESTA ANUAL SOBRE CLIMA LABORAL



# MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

## ENCUESTA DE CLIMA 2011

### Puntos fuertes 2011

- La participación ha mejorado de un 68% a un 73%.
- El 83% de los centros de trabajo de la Corporación mejoran sus percepciones.
- 6 de cada 10 en 2011 dicen que... “teniendo en cuenta todo, yo diría que éste es un excelente lugar para trabajar”.

### Áreas de mejora 2011

- › La colaboración y relación transversal con otros departamentos.
- › El trabajar todos como un equipo “sintiéndonos en el mismo barco”.
- › Implantar cambios de forma más ágil.
- › Ponerse en el lugar del otro.

## Pilares del líder excelente en Grupo Leche Pascual



### CREDIBILIDAD

- Comunicación Bidireccional
- Competencia
- Integridad



### TRATO JUSTO

- Equidad
- Imparcialidad
- Igualdad de oportunidades



### BUEN AMBIENTE DE TRABAJO

- Ser uno mismo
- Hospitalidad
- Estar en el mismo barco



### RESPETO

- Apoyo y formación
- Colaboración
- Pensando en la persona



### ORGULLO DE PERTENENCIA

- Trabajo individual
- Trabajo en equipo
- Reputación corporativa

En 2011, las principales áreas de actuación en relación con las personas de Leche Pascual han estado relacionadas con los siguientes ejes:

**Desarrollo y formación de los equipos**

**Conciliación, igualdad e integración**

**Seguridad y salud laboral**

**Comunicación interna**

• **Desarrollo y formación de los equipos**

Grupo Leche Pascual ha mantenido desde

su origen una preocupación constante por el desarrollo personal y profesional de las personas de su organización, materializado a través de una estructura estable de formación y desarrollo dotada de importantes medios humanos y recursos materiales.

Desde 2007 se despliega un **Plan Director de Formación**, como marco estructurado para la gestión de la capacitación de los equipos, en el que el área de Relaciones Humanas contribuye de forma activa en la prescripción, diseño y ejecución del mismo para dar respuesta a los objetivos estratégicos de empresa.

**GRUPO LECHE PASCUAL  
HA MANTENIDO DESDE SU  
ORIGEN UNA PREOCUPACIÓN  
CONSTANTE POR EL  
DESARROLLO PERSONAL  
Y PROFESIONAL DE  
LAS PERSONAS DE SU  
ORGANIZACIÓN**

**FASES DEL PLAN DIRECTOR DE FORMACIÓN DE LECHE PASCUAL**



# DESARROLLO Y FORMACIÓN DE LOS EQUIPOS



## Líneas de capacitación:

- Formación técnica
- Formación en competencias o habilidades
- Formación en proyectos de ámbito estratégico
- Programas de desarrollo individual (másters en escuelas de prestigio)
- Planes de carrera comercial

Las acciones formativas de 2011 recogidas en el Plan se categorizan en tres líneas de capacitación: **formación técnica**, orientada a la mejora en el desempeño en el puesto o función, **formación en competencias o habilidades**, en base a los perfiles de puesto tipo y, por último, la formación derivada de **proyectos de ámbito estratégico**.

Adicionalmente, existen dos categorías de formación que requieren una gestión muy específica: los programas de desarrollo individual (masters en escuelas de prestigio) y las denominadas “Entradas Corporativas”, programas formativos de ámbito general centrados en impulsar la cultura y el estilo de dirección.

Cabe destacar la estructuración del esfuerzo formativo en los equipos comerciales de base, tanto por su dimensión como por su metodología, con un **Plan de carrera comercial** que se desarrolla en tres niveles y se acompaña del desarrollo de conocimientos y habilidades.

## Formación de las nuevas incorporaciones: Plan “Incorpórate”

Ha destacado tradicionalmente la formación a las nuevas incorporaciones de la compañía con un programa diferenciador, considerado buena práctica en el sector. Consiste en un intenso período de formación presencial, de dos semanas de duración, en las que se profundiza en el mejor conocimiento de la empresa, sus productos y las mejores técnicas comerciales.

- La primera semana, relativa al mejor y más detallado conocimiento de la empresa, sus productos, sus fábricas, etc.: “Conocimiento de Empresa y Producto”.
- La segunda está focalizada en la formación relativa al propio puesto a desempeñar, especialmente el comercial: “Comercialización de productos”.
- Le sigue un período de tiempo en el que la persona incorporada es “tutorizada” por personas de más experiencia a fin de que se sientan confortablemente integrados en la asunción de tareas propias del puesto.
- En 2011 se han formado un total de 153 personas.
- En los meses de enero y febrero tuvo lugar un curso de conocimiento de empresa y producto dirigido a los compañeros que se incorporaron desde la marca Mocay.

---

---

### Kit de desarrollo de competencias genéricas 2011

- El kit se encuadra dentro del Sistema de Gestión de Personas de Grupo Leche Pascual.
- Consta de una serie de elementos físicos que ayudan a contextualizar e interiorizar el modelo de competencias.
- Un pendrive que incluye un vídeo y 7 archivos electrónicos, uno por cada competencia genérica, así como un cuaderno con una media de 20 actividades por competencia para ayudar al mando en la tarea de desarrollar a sus colaboradores y que podrá utilizar en el SGD.



Tomás Pascual Gómez-Cuétara durante una sesión formativa.

# DESARROLLO Y FORMACIÓN DE LOS EQUIPOS

La formación en el ámbito de la [Cadena de Suministro](#) ha tenido en 2011 una clara orientación a fortalecer la capacitación técnica en los diferentes departamentos y plantas. También se ha realizado formación destinada a mejorar habilidades y a desarrollar equipos de alto rendimiento. Como característica principal destaca la orientación a mejorar las competencias en el puesto.

Los departamentos de [Comercial y de Marketing](#) se han beneficiado con especial intensidad del [Plan de carrera 2011](#). También se han celebrado cursos para profundizar sobre el comportamiento y la relación con consumidores, distribuidores y clientes, así como planes de formación para el departamento comercial de Distribución Moderna enfocados a sus diferentes colectivos integrantes: los miembros de los equipos de gestión y de ejecución.

El área de Servicios TIC, dentro de la formación de [Planificación, Desarrollo e Innovación](#), ha participado en numerosos cursos adaptados a sus necesidades siguiendo el modelo de competencias específicas.

Otros departamentos involucrados en el proceso formativo han sido los de [Internacional, Financiero Corporativo y Personas y Excelencia](#).

## Convenio con el Colegio San Gabriel de Aranda de Duero

El 3 de diciembre se celebró en la sede del Colegio San Gabriel de Aranda de Duero el acto de entrega de diplomas a los empleados de Leche Pascual que han seguido los cursos de formación profesional impartidos por esta institución arandina a lo largo del año.



Joseba Arano, director de Relaciones Humanas, durante el acto de entrega de diplomas del colegio San Gabriel.

## Indicadores de formación 2011

Alcance de la formación:	57% de la plantilla. Objetivo 65% (53% en 2010).	Nº de asistencias a cursos:	3.277 asistencias
Dedicación (media horas formación/empleado):	32,3 h (21,88h en 2010).	Nº de empleados que han recibido formación:	1.418 empleados
Ejecución (% realización del plan respecto a planificación inicial):	62%. Objetivo 80% (75% en 2010).	Media de cursos / empleados con formación:	2,31 cursos
Satisfacción media del asistente a los cursos:	8,08 sobre 10. Objetivo 8,5. (8,34 en 2010).	Horas de impartición:	8.785
		Horas de formación (horas x participante):	80.596
		Nº de cursos realizados:	200 cursos

## Balance 2011 y retos 2012 en el ámbito formativo

### Puntos fuertes 2011

- Avance en el desarrollo de itinerarios formativos basados en el modelo de competencias específicas.
- Optimización de las ayudas a la formación.

### Retos 2012

- Desarrollo de las acciones formativas relativas a habilidades definidas para los diferentes perfiles de puesto tipo.
- Excelencia en la ejecución del Plan de Formación.
- Optimización de los recursos destinados al Plan de Formación.



# CONCILIACIÓN, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

## 457 PERSONAS HAN SIDO EVALUADAS SEGÚN EL SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO EN 2011

## GRUPO LECHE PASCUAL CUALIFICADA COMO “EMPRESA PROACTIVA” EN EL MODELO DE CERTIFICACIÓN EFR

El proceso de desempeño se centra en la evaluación y el desarrollo de las personas canalizado a través del [Sistema de Gestión del Desempeño \(SGD\)](#) de Grupo Leche Pascual, así como a partir de evaluaciones (assessment) y programas de desarrollo específicos para determinados puestos

El objetivo en 2011 ha sido la implantación del SGD a [457 personas](#) con un grado de calidad de implantación del 90% gracias a la correcta ejecución de las fases del proceso medida en términos de seguimientos intermedios entrevistas de cierre y planes de desarrollo asociados.

### • Conciliación, igualdad e integración

Grupo Leche Pascual cuenta con la [Certificación EFR \(Empresa Familiarmente Responsable\)](#) que permite sistematizar la estrategia concerniente a la conciliación de la vida personal y profesional, la igualdad de oportunidades y la diversidad. Esta certificación fue otorgada por la Fundación Masfamilia en 2008, superándose en 2011 la auditoría de renovación de la certificación con una importante mejora al [pasar de empresa comprometida a empresa proactiva](#).

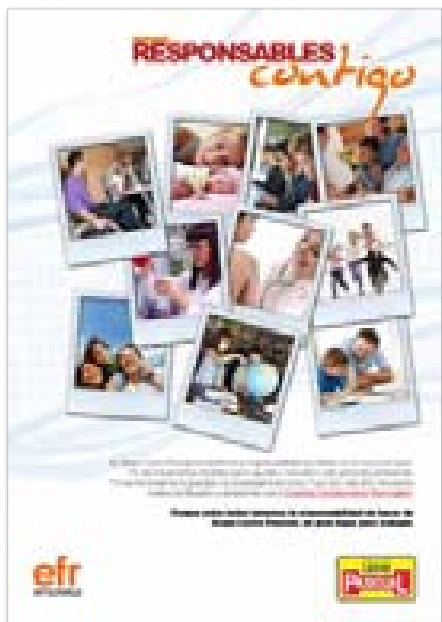
La certificación insta al compromiso de la empresa con la igualdad de oportunidades y la conciliación, al diseño de políticas y estrategias que se desplieguen a todas las personas de la compañía, incorporando además la opinión de los

empleados. También invita a trabajar en la mejora de los procesos con actividades de mejora en toda la organización.



**El modelo de Empresa Familiarmente Responsable (EFR), engloba las políticas y las prácticas relacionadas con las medidas de conciliación que ayudan a equilibrar la vida laboral y personal.**

- La **no discriminación y la igualdad de oportunidades** entre hombres y mujeres.
- La **integración de personas con discapacidad**.
- Los **beneficios sociales** que ofrece la compañía a sus empleados.



La comunicación de los principios EFR ha sido uno de los objetivos en 2011. Así, bajo el claim [ResponsHables](#) se ha llevado a cabo una campaña de sensibilización destinada a 150 mandos intermedios sobre el modelo EFR.

A fin de conocer la opinión acerca de las medidas de conciliación y beneficios de Grupo Leche Pascual en materia EFR y el grado de satisfacción de los empleados se realizó una encuesta en marzo de 2011 entre toda la plantilla, con un total de 1.114 respuestas, lo que supone una participación del 43%.

Por otro lado, en 2011 ha seguido en vigor el [Plan de Igualdad de Grupo Leche Pascual](#), que incluye un conjunto ordenado de medidas para garantizar la no discriminación y la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres:

1. Acceso al empleo y contratación.
2. Clasificación profesional, promoción y formación.
3. Retribución no discriminatoria por razón de sexo.
4. Ordenación del tiempo de trabajo y Conciliación.
5. Comunicación y sensibilización sobre la igualdad.
6. Prevención del acoso sexual o por razón de sexo.





# CONCILIACIÓN, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

## LA INTEGRACIÓN HA CONTINUADO SIENDO EN 2011 UN EJE DE LA ESTRATEGIA DE LECHE PASCUAL COMO EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE

La **integración** ha continuado siendo en 2011 un eje de la estrategia de Leche Pascual como Empresa Familiarmente Responsable. Durante este período ha estado en vigor el **Convenio Inserta con la Fundación Once** para la integración de personas con discapacidad, así como la colaboración con la **Fundación Integra** cuyo objetivo es la inserción laboral de personas que pertenecen a colectivos en exclusión social. Cabe igualmente destacar que Leche Pascual participó durante los días 16 y 17 de noviembre en la **Quinta Feria de Empleo para Personas con Discapacidad de la Comunidad de Madrid**, celebrada en el Pabellón 2 de la Feria de Madrid.

La Ley 13/1982 de Integración Social de Minusválidos (LISMI) establece para las empresas que empleen a más de 50 personas la obligación de contratar a un número de personas con discapacidad no inferior al 2%. Con 50 personas discapacitadas en la plantilla total de la Corporación Empresarial Pascual a diciembre de 2011, las tres sociedades de la corporación afectadas al cumplimiento de la LISMI –de las que Grupo Leche Pascual supone más del 85% del empleo- presentan una **cuota de integración directa conjunta del 2,14%**.

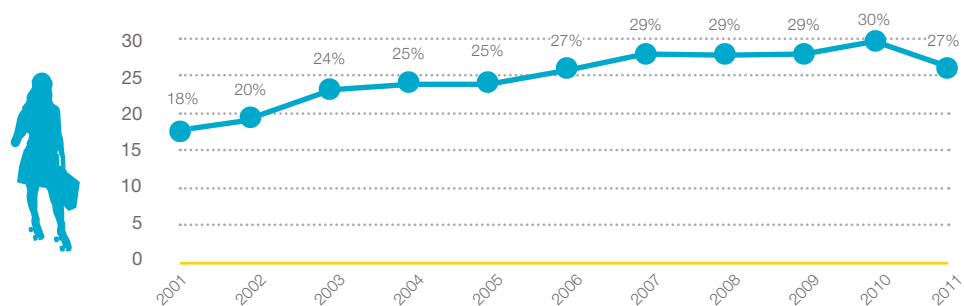


## ESTRATEGIA EFR 2011

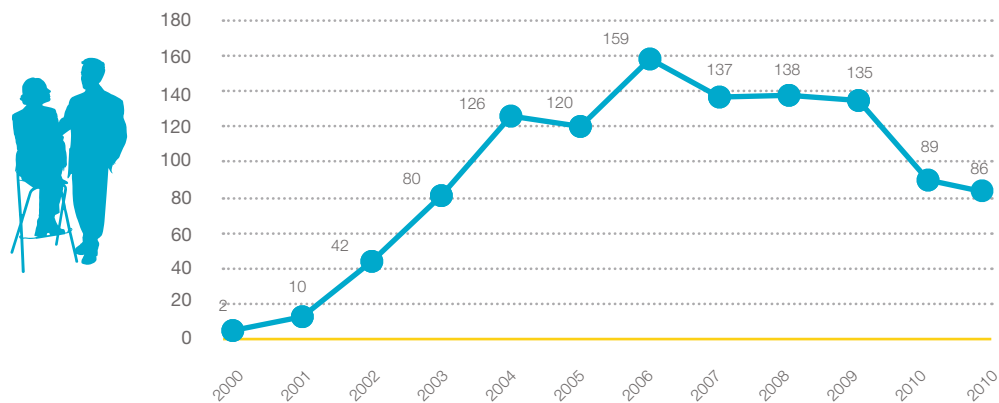


# CONCILIACIÓN, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

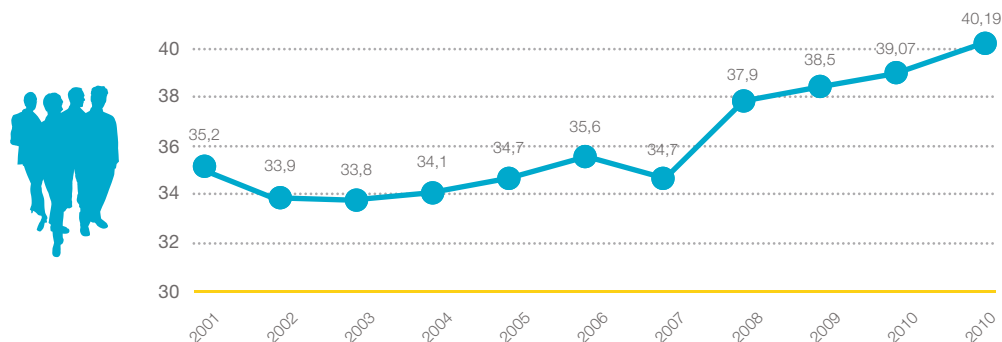
Porcentaje de empleo femenino sobre el total de la plantilla



Evolución número de trabajadores extranjeros en Leche Pascual



### Edad media de los empleados de Grupo Leche Pascual



Otra de las iniciativas más relevantes en materia EFR ha sido el esfuerzo de divulgación de las medidas de conciliación y los beneficios sociales de la compañía a través de la [Guía “Pascual Contigo: Guía de la Conciliación y Beneficios”](#), publicada en 2009

Iniciativas como la ampliación en una semana del periodo de maternidad, la acumulación del tiempo de lactancia, el hecho de completar al 100% del salario fijo en el permiso de paternidad, los horarios flexibles, la jornada intensiva de los viernes o el sistema de retribución flexible “Tu Retribución a la Carta”, muestran el afianzamiento del compromiso como empresa EFR. Anteriormente, desde 2003.

Leche Pascual viene ofreciendo un seguro médico privado con una [cobertura total para todos los empleados a través de Sanitas](#), compañía líder en España en seguros privados de asistencia médica y salud.

PASCUAL  
contigo

# CONCILIACIÓN, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

PASCUAL  
*carrito*

## BENEFICIOS SOCIALES GRUPO LECHE PASCUAL

<p><b>Seguro médico Sanitas</b> (Sanitas Multi, Sanitas Dental, Sanitas Renta).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo Leche Pascual ofrece a sus empleados un <b>seguro médico privado</b>, con precios especiales para familiares, que supone una cobertura total del servicio para todos los empleados.</li> </ul>
<p><b>Seguro de vida y accidentes.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Correduría de Seguros de Grupo Leche Pascual ofrece a todos los empleados <b>seguros de vida y accidente</b> gratuitos que cubren fallecimiento, invalidez permanente absoluta, gran invalidez e invalidez permanente total, por cualquier causa, accidente laboral y accidente no laboral.</li> </ul>
<p><b>Fondo de obra social:</b> ayuda por matrimonio, por nacimiento de hijo, en caso de fallecimiento, discapacidad, becas de estudio para hijos de empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Premio de nupcialidad.</b> Ayuda económica en caso de matrimonio.</li> <li>• <b>Premio de natalidad.</b> Ayuda económica en caso de nacimiento.</li> <li>• <b>Becas para el estudio.</b> Ayudas en el pago de becas para estudios: Educación primaria-Bachiller –Iniciación profesional, Ciclo Formativo Grado Medio y Superior – Estudios Universitarios – Ayudas para desplazamientos fuera del domicilio habitual para cursar estudios universitarios.</li> <li>• <b>Ayuda en caso de fallecimiento.</b> En el caso de fallecimiento de un empleado de la compañía o de algún familiar con el que se conviva, y a su cargo.</li> <li>• <b>Discapacidad.</b> Ayudas para hijos con una discapacidad en grado superior al 33% que requiere atención privada especializada.</li> </ul>



## BENEFICIOS SOCIALES GRUPO LECHE PASCUAL

### Otros beneficios

- **Retribución flexible.**
- **Pedido personal.**
- Subvención de **actividades deportivas y de voluntariado** corporativo.
- Club **Calidalia**.
- Condiciones especiales en **viajes y vacaciones**.
- Homenaje a empleados con **25 años de antigüedad**.
- Ampliación del **descanso maternal** en 1 semana y 2 semanas, en caso de parto múltiple.
- **Permiso por lactancia:** los empleados con jornada partida que reduzcan su jornada en media hora, al principio o al final de la misma, podrán realizar ese horario de manera continuada, hasta que el bebé cumpla nueve meses, facilitando además la sustitución de este permiso por la acumulación en jornadas completas.
- **Descansos por maternidad y paternidad**, se completa hasta el 100% del salario fijo de las madres y padres durante toda la duración de baja.
- Mantenimiento de alta en las **pólizas de salud y dental** con Sanitas a los empleados en situación de excedencia voluntaria por cuidado de familiares, hasta un máximo de tres años.

### Más de 50 compañeros de Leche Pascual celebran sus bodas de plata en la empresa

Bajo el lema: “25 años no se viven en un día, pero en un día podemos revivir 25 años juntos”, la familia Pascual Gómez-Cuétara en pleno homenajeó en junio de 2011 a los empleados de la promoción 1984-1986. Compañeros de Castilla y León, Aragón, Andalucía, Cantabria, Valencia, Galicia, Cataluña, Alicante, Murcia, Navarra y Madrid, estuvieron acompañados de sus familiares. También se dedicó un especial reconocimiento a trabajadores de la empresa Mocay.



# SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

- **Seguridad y salud laboral**

Para dar servicio a la mayor parte de las sociedades de la Corporación en materia de seguridad y salud laboral, Leche Pascual cuenta con un [Servicio de Prevención Mancomunado \(SPM\)](#). Está compuesto por técnicos superiores en prevención de riesgos laborales y asume las especialidades de Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial y Ergonomía-Psicosociología aplicada.

Además, en cada uno de los centros de trabajo del grupo existe un trabajador designado en prevención de riesgos laborales. La especialidad de Vigilancia de la Salud, así como las evaluaciones higiénicas, están contratadas con un servicio de prevención ajeno.

En la actividad del SPM destacan dos acciones preventivas diferenciales: por un lado, la evaluación de riesgos laborales y, por otro, la formación interna en materia de seguridad y salud impartida en la compañía. Todos los trabajadores que se incorporan a la empresa reciben a su llegada una formación en materia de prevención de riesgos laborales, tanto general como específica de su puesto. Formación posteriormente reforzada mediante los correspondientes planes anuales, en los que se plasman las acciones formativas derivadas de las evaluaciones de riesgos y otras características del centro (nuevas incorporaciones, modificación de instalaciones, reorganización, etc...).

El asesoramiento y las gestiones preventivas desarrolladas por el Servicio de Prevención Mancomunado se basan en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud conforme a la [norma internacional OHSAS 18001](#), implantado en todos los centros que, a su vez, se encuentra integrado en el sistema de gestión de Leche Pascual (calidad, medio ambiente, seguridad alimentaria,...).

Como exigencia derivada de esta norma, Leche Pascual ha creado un [Comité de Seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud](#), integrado por los responsables de distintas áreas, principalmente industrial, comercial, logística, que se reúne trimestralmente para poner en común las líneas estratégicas en materia preventiva.



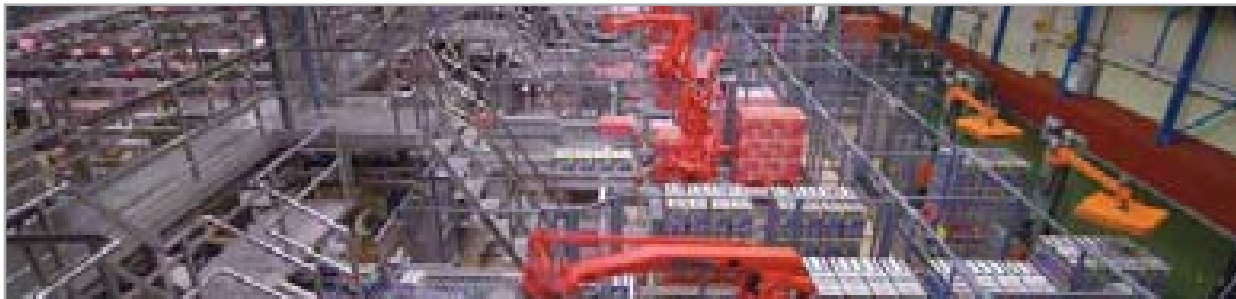


### Tipología de los riesgos laborales de Leche Pascual

- **Industriales:**
  - » Mantenimiento: control de energías, anulación de dispositivos de seguridad, accesos, coordinación de equipos.
  - » Áreas de producción: caídas, golpes, sobreesfuerzos, agentes físicos, químicos, biológicos.
  - » Laboratorios: manipulación de productos químicos y agentes biológicos.
- **Actividad de distribución y comercial:**
  - » Almacenes: carretillas elevadoras y traspaletas eléctricas.
  - » Manipulación manual de cargas.
  - » Trabajos comerciales: seguridad vial, carga mental.
- **Oficinas:**
  - » Trabajos con PVD, ergonomía postural.

### Servicio de Prevención del Grupo Leche Pascual

- Área de Personas y Excelencia.
- 5 técnicos superiores en el Servicio de Prevención Mancomunado (SPM).
- 30 trabajadores designados en los centros de trabajo.
- Especialidades en Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial y Ergonomía-Psicología.
- La especialidad de Vigilancia de la Salud está contratada con un servicio de prevención ajeno.
- Ubicado en el complejo industrial de Aranda de Duero (Burgos).
- 142 visitas a centros en el año 2011.
- Año 2011: 142 acciones formativas y 922 asistentes.



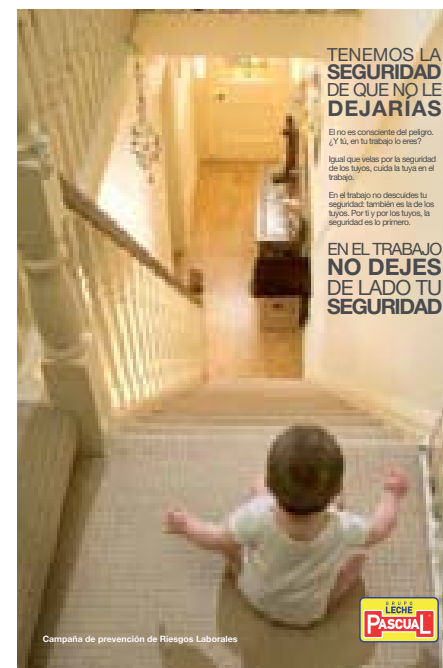


# SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

2011 se ha caracterizado, por tercer año consecutivo, por la **ausencia de accidentes graves** en los centros de trabajo de Grupo Leche Pascual, incluyendo a todos los trabajadores de empresas externas. Es destacable el incremento en el número de incidentes con daños a la salud sin baja registrados en 2011, 165 frente a los 112 del año anterior. Un dato positivo ha sido el esfuerzo, aunque aún lejano, iniciado en la investigación de aquellos incidentes ocurridos en los centros y que no ocasionaron ningún daño a los trabajadores, habiendo pasado de 16 a 52 incidentes investigados. Igualmente positiva ha sido la consolidación de la tendencia a la baja en el índice de frecuencia (-19%).

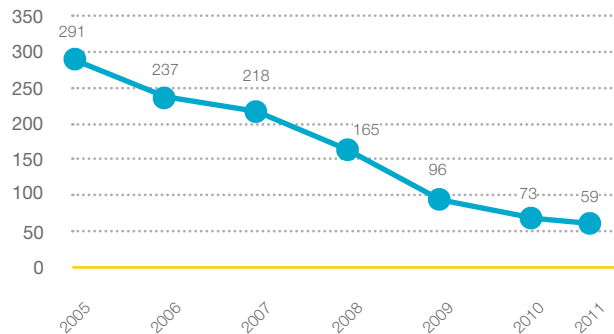
	2010	2011	Variación %
Total grupo accidentes	73	59	-19%
IFrecuencia Grupo	16,94	13,67	-19%
Total deleg. Accidentes	18	20	11%
IFrecuencia delegaciones	12,4	14,1	14%
Total fabricas accidentes	45	34	-24%
IFrecuencia Fábricas	21,2	15,7	-26%

Siguiendo con el compromiso de la Dirección con la prevención de riesgos laborales y enmarcado dentro de los objetivos establecidos en 2011, el Comité de Seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud, en colaboración con el Servicio de Prevención Mancomunado, ha lanzado una campaña de sensibilización en materia de seguridad y salud. La campaña ha estado dirigida a todos los trabajadores, haciendo énfasis en que la seguridad y la salud en el trabajo depende en último término de cada uno de los empleados.

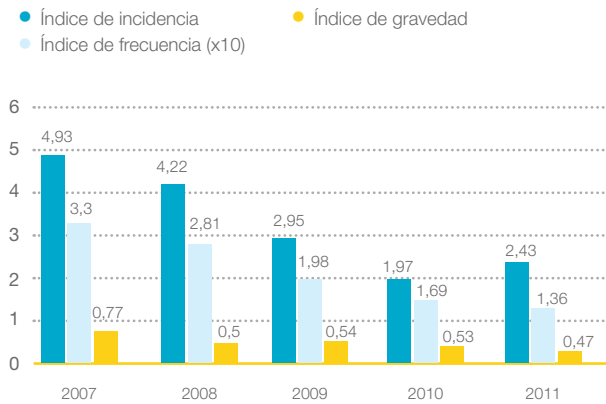


Durante 2011 se ha realizado en todas las sociedades cubiertas por el Servicio de Prevención Mancomunado la auditoría legal establecida en la Ley 31/95 de Prevención de Riesgos Laborales. En el último trimestre de 2011, con continuación en 2012, se ha iniciado un proyecto de desarrollo de una herramienta informática de gestión preventiva del Sistema de Gestión en cada centro.

### Evolución número de accidentes con baja Grupo Leche Pascual



### Evolución accidentes según tipos de índices

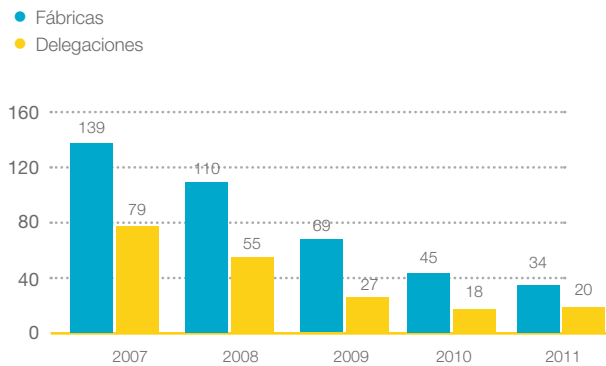


Índice de incidencia: Número de accidentes con baja (excl. "in itinere") cada 1.000 trabajadores.

Índice de frecuencia: Número de accidentes con baja (excl. "in itinere") cada 100.000 horas trabajadas.

Índice de gravedad: Número de jornadas perdidas por accidentes con baja (incl. "in itinere") y enfermedades profesionales cada 1.000 horas trabajadas.

### Evolución accidentes por centros de trabajo



# COMUNICACIÓN INTERNA

- **Comunicación interna**

En el año 2008, Leche Pascual trasladó la función de comunicación interna al departamento de Relaciones Humanas a fin de afianzar y reforzar los aspectos vinculados con las políticas de gestión de personas. Como primera medida se elaboró un diagnóstico de comunicación interna, así como el diseño de un “mapa” que definiese emisores, canales, contenidos y receptores de los que dispone la organización. Fruto de ese diagnóstico se ha obtenido una valiosa información traducida en puntos fuertes y áreas de mejora, mientras, paralelamente, se han seguido desarrollando los canales existentes (Intranet, portal del mando, revista interna, convenciones anuales...) y diversificando los contenidos.

En el ámbito de la comunicación interna de Grupo Leche Pascual se diferencia la de **carácter institucional de la operativa**. La primera se ha sistematizado a través de un Plan Estratégico de Comunicación Interna, al tanto que la operativa se ha dinamizado a través del programa Excelente con reuniones, indicadores, programa de sugerencias...

A fin de consolidar la dimensión estratégica de esta materia, se ha elaborado un plan estratégico para la mejora de la comunicación interna durante 2011 que pivota sobre 4 ejes y que se concreta en 10 iniciativas que deberán desplegarse en un período estimado de tres años. Supone elevar la función a un plano más estratégico, corporativo y transversal.

## 10 INICIATIVAS EN EL NUEVO PLAN ESTRATÉGICO PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA



**Plan Estratégico de Comunicación  
Interna 2011-2013**

Ejes de actuación		Objetivos
1	Estilo y formatos	Desarrollar una forma de comunicar homogénea, cercana y familiar.
2	Canales	Utilizar nuevos canales, fáciles de usar, bidireccionales y accesibles.
3	Contenidos	Trasladar a las audiencias información útil y relevante.
4	Procesos	Implantar procesos eficientes que puedan medirse



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



## Plan de Sostenibilidad Ambiental:

- Reducción de consumo de agua y energía
- Reducción de emisiones
- Minimización de residuos y vertidos.

05.5



## La producción de alimentos:

- Minimización del impacto ambiental.
- Fuentes de energía sostenibles: gas natural (99%) y cogeneración.
- Plan de Ahorro y Eficiencia Energética.



## El transporte

Renovación de la flota de larga distancia:

- Extensión del uso de camiones EEV.
- Reducción de emisiones.
- Optimización del transporte.



## La distribución capilar desde las delegaciones

Desarrollo de un proyecto de movilidad sostenible:

- Vehículos comerciales híbridos.
- Camiones de transporte propulsados por energías alternativas.



## Reciclaje

Iniciativas para minimizar residuos y vertidos:

- Valorización.
- Capacidad depuración aguas residuales.

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Segundo año del **Plan de Sostenibilidad** de Leche Pascual basado en la estrategia a 20/20/20 de la Unión Europea para 2020.



#### Ahorro de energía y agua:

- **Plan de ahorro y eficiencia energética** en el área industrial.
- **Grupos de trabajo de ahorro de agua.**



**Reducción de emisiones.**

### Acciones:



- Consolidar la mejora continua en el **área industrial y las acciones de movilidad sostenible** tanto en largo como en corta distancia.



- Finalización de las **auditorías energéticas.**
- Cuadro de **mando medioambiental** en las dos fábricas de agua mineral natural Bezoya.
- **Sistema de Medición y Gestión Energética** en el complejo de Aranda de Duero.
- **Ahorro energético** en el período 2010-2011: **más de 25 mill kWh/año.**



- La **planta de cogeneración** de Aranda de Duero ha ahorrado 91,4 millones de kWh y evitado 18.460 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

## 2012

### Para 2012:



Mejoras en la gestión medioambiental de **áreas no industriales: delegaciones y oficinas.**



Implantar en las **delegaciones comerciales un cuadro de mando** con indicadores de energía y medio ambiente.



**Extender el modelo de movilidad sostenible:** e iniciar el reparto con vehículos eléctricos.



Ampliar el número de **trailers de larga distancia propulsados por tecnologías menos contaminantes.**



En **áreas industriales,** reducción del consumo energético y de agua, así como de minimización de residuos.

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



Puesta en marcha del **Plan de movilidad sostenible**: ventajas competitivas.



Minimización de **residuos y vertidos**.



**Implicación** de toda la organización.

### Acciones:



- **500 coches híbridos comerciales**: la flota más grande de Europa.
- **13% de vehículos** de reparto en Madrid propulsados con energías alternativas.
- Proyecto de **Transporte Sostenible de Larga Distancia 2009-2014**: reducción de emisiones de partículas del 23%.



- Plan de minimización de residuos y mejora en la segregación y reciclado.
- Reducción de materiales de envase y embalaje y acciones de concienciación.



- Creación del **Comité de Sostenibilidad Ambiental** como órgano de extensión del plan.
- **Concurso fotográfico** dirigido a toda la compañía.
- Nueva web medioambiental: [www.cuidamoslonatural.es](http://www.cuidamoslonatural.es)

# PLAN DE SOSTENIBILIDAD DE GRUPO LECHE PASCUAL

Para llegar a ser un espacio eficiente energéticamente y una economía de bajas emisiones, la Unión Europea adoptó un plan contra el cambio climático, fijando objetivos para el año 2020. Se sintetizan en una reducción del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero, un incremento del 20% de la eficiencia energética y una cuota de las energías renovables del 20% del consumo total.

Con el objetivo de abordar estos retos, Grupo Leche Pascual ha seguido implantando a lo largo de 2011 su [Plan de Sostenibilidad Ambiental](#), que pretende rebajar el impacto en el medio

ambiente, dando respuesta, a la vez, a las demandas de un consumidor cada día más exigente. En su segundo año de vida el plan ha coordinado transversalmente todas las iniciativas de la compañía en esta materia bajo la batuta del [Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad](#), aunque contempla la participación de toda la organización.

Además, Grupo Leche Pascual reúne la información completa sobre las iniciativas de la compañía alimentaria para el cuidado del entorno en su nueva tribuna en internet: [la web www.cuidamoslonatural.es](#)



**Estrategia 20-20-20 de la Unión Europea para 2020:**

- Reducción del **20% del consumo de energía**
- Reducción del **20% emisiones de gases de efecto invernadero**
- El **20% de la energía consumida procede de fuentes renovables**





# PLAN DE SOSTENIBILIDAD DE GRUPO LECHE PASCUAL

**EN 2011 SE HAN PUESTO EN MARCHA EN LAS PLANTAS DE PRODUCCIÓN INICIATIVAS RELACIONADAS CON EL AHORRO ENERGÉTICO, EL TRATAMIENTO DE AGUAS Y LA MINIMIZACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RESIDUOS, ASÍ COMO LA REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES**

En 2011 Grupo Leche Pascual ha puesto en marcha en sus plantas de producción iniciativas relacionadas con el ahorro energético, el tratamiento de las aguas y la minimización y valorización de los residuos, así como la reducción de las emisiones. La compañía, además, tiene implantados y certificados Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) basados en la norma de referencia UNE-EN ISO 14.001, en la mayor parte de sus fábricas. Por otro lado, treinta personas del Grupo trabajan diariamente con ganadores y agricultores asesorándoles para minimizar el impacto medioambiental de sus actividades.

Durante este ejercicio se han aplicado medidas de ahorro derivadas de las auditorías energéticas realizadas en 2010. Estas acciones han sido concretadas en un [plan específico de ahorro y eficiencia energética del área industrial](#). En áreas no industriales, [como la logística y la comercial](#), cabe destacar la extensión de la estrategia de movilidad y transporte sostenible de la compañía. En general, es destacable la extensión del plan a otras áreas, así como la creación del Comité de Sostenibilidad Ambiental.



## Los 8 principios básicos de la política medioambiental

En el año 2001, Grupo Leche Pascual adoptó formalmente una **Política Medioambiental** que recogía su alto grado de compromiso con la protección medioambiental y la sostenibilidad.

Esta política se fundamenta en 8 principios básicos:

1. Mantener un alto grado de compromiso con la protección medioambiental.
2. Garantizar una mejora continua definiendo principios de actuación, protección y prevención de la contaminación medioambiental.
3. Garantizar el cumplimiento de la legislación y de otros requisitos que Grupo Leche Pascual suscriba en materia de medio ambiente.
4. Fomentar la información y formación del personal.
5. Fomentar el empleo de materias primas adecuadas para el medio ambiente.
6. Establecer metas y objetivos cuantificables.
7. Disponer de los medios para el cumplimiento de esta política.
8. Dar a conocer esta política a todos los públicos.

# EJE 1: REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

**El compromiso medioambiental de Leche Pascual ha sido objeto de reconocimiento:**

**Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial (2008)**

Categoría “Eficiencia Energética”.

*Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.*

**Premios de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio y la CEIM (2010)**

Accesit en la categoría “Producto con menor impacto ambiental”.

**Premio Muévete Verde (2010)**

Categoría “Fomento de modos sostenibles de transporte de mercancía”.

*Fundación Movilidad y Ayuntamiento de Madrid*

**Premio por su Iniciativa para una Movilidad Sostenible (2011).**

Categoría Iniciativa para una Movilidad Sostenible. “Gestión de Flotas 2011”.

*Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles (AEGFA).*

**Premio Medio Ambiente de las Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León (2011).**

El Premio de Medio Ambiente reconoce los esfuerzos de la empresa láctea por hacer compatible el desarrollo económico con el respeto al entorno, gracias a la implantación y desarrollo de buenas prácticas y mejores sistemas de gestión medioambientales.

En 2010 el Plan de Sostenibilidad contempló en éste su primer eje de actuación la definición de un [Plan de Ahorro y Eficiencia Energética 2010-2012](#) a partir de las auditorías energéticas realizadas en las principales plantas productivas de la compañía, así como el inicio de la implantación de cuadros de mando ambientales.



## EJE 1: Reducción de consumo de energía y agua

- Plan específico de ahorro de energía en el área industrial.
- En la fábrica de Aranda de Duero: puesta en marcha del Sistema de Medición y Gestión Energética.
- Resumen de las medidas de ahorro y eficiencia energética 2010-2011: ahorro energético de más de 25.000.000 kWh/año.
- Grupos de trabajo de Ahorro de Agua.

## EJE 1: REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

### EL CUADRO DE MANDO MEDIOAMBIENTAL PERMITE CONTROLAR LA EFICACIA DE LAS MEDIDAS DE AHORRO IMPLANTADAS

En 2011, se ha incorporado el [cuadro de mando medioambiental](#) a las dos fábricas de embotellado de agua mineral natural Bezoya, que se suma a los ya existentes en las de Aranda de Duero, Gurb y Palma del Río. Durante este año el cuadro de mando de energía y medio ambiente se ha consolidado como herramienta de gestión de cada planta donde con frecuencia mensual se realiza el seguimiento de los indicadores ambientales más significativos y permite controlar la eficacia de las medidas de ahorro implantadas. Para ello, se han unificado los criterios de cálculo de los indicadores de energía y medio ambiente a fin de disponer de datos fiables, homogéneos y comparables, que permiten la cuantificación de los objetivos y la toma de decisiones.

#### Principales Indicadores de los cuadros de mando medioambientales implantados en las plantas de Leche Pascual

- Energía eléctrica: kWh/1000 litros envasados.
- Energía primaria: kWh/1000 litros envasados.
- Energía térmica (vapor): kWh/1000 litros envasados.
- Consumo de agua: m<sup>3</sup>/1000 litros envasados.
- Vertido: DQO agua depurada.
- Residuos: kg/1000 litros envasados.

El ahorro energético derivado del plan específico de ahorro y eficiencia energética del área industrial en el período 2010-2011 ha sido de más de 25.000.000 kWh/año.

#### Algunas medidas del plan de ahorro y eficiencia energética del área industrial

- Implantación de buenas prácticas.
- Vapor: instalación de intercambiadores para recuperación de calor, optimización de purgas.
- Aire comprimido: eliminación de fugas, optimización de la presión, renovación de equipos por otros más eficientes, control centralizado.
- Frío industrial: instalación de controles automáticos.
- Alumbrado: sustitución de luminarias por lámparas de bajo consumo.

Una de estas medidas ha sido la puesta en marcha en 2011 en la fábrica de Aranda de Duero del [Sistema de Medición y Gestión Energética](#), la herramienta para garantizar y mantener un uso eficiente de la energía, lo que redundará en una reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> y de costes. En este complejo se medirán consumos de agua, vapor, energía eléctrica, frío industrial y aire comprimido.

El Sistema de Medición y Gestión Energética también se halla implantado en la fábrica de exprimido y envasado de zumo de Palma del Río (Córdoba), así como en la planta de envasado de agua mineral natural de Bezoya Trescasas.

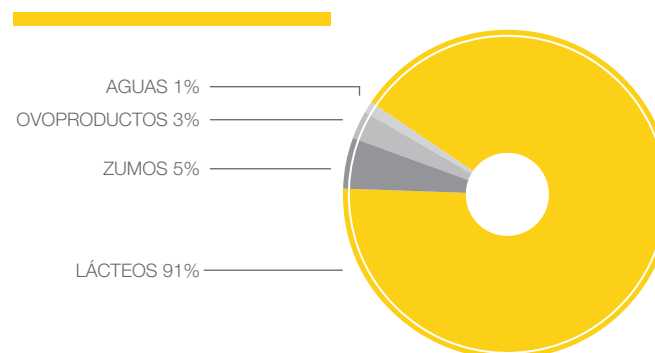
	ENERGÍA PRIMARIA kWh (PCS)/AÑO		ENERGÍA ELÉCTRICA kWh (PCS)/AÑO		CONSUMO DE AGUA M <sup>3</sup> /AÑO	
LÁCTEOS	197.471.123	90%	81.688.121	73%	2.209.424	86%
ZUMOS	11.633.068	5%	7.704.064	7%	201.771	8%
OVOPRODUCTOS	6.513.537	3%	4.384.406	4%	115.280	4%
AGUAS	2.778.599	1%	18.057.334	16%	53.400	2%
<b>TOTAL GRUPO</b>	<b>218.396.326</b>		<b>111.833.926</b>		<b>2.579.876</b>	



### Energía primaria

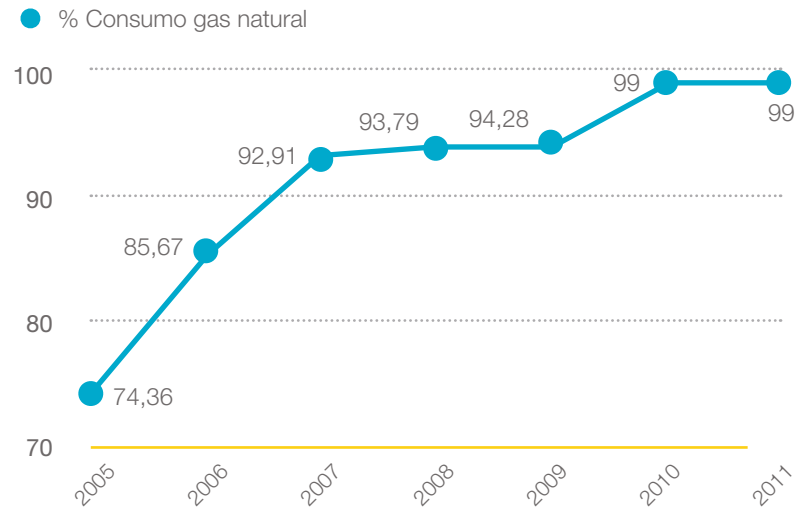
La Corporación Empresarial Pascual ha arrojado un consumo de energía primaria en sus plantas de 218,3 millones de kw/h. Como fuente de energía primaria el **gas natural** representa ya prácticamente el **100%**.

### Distribución consumo energía primaria (kWh) por áreas de negocio



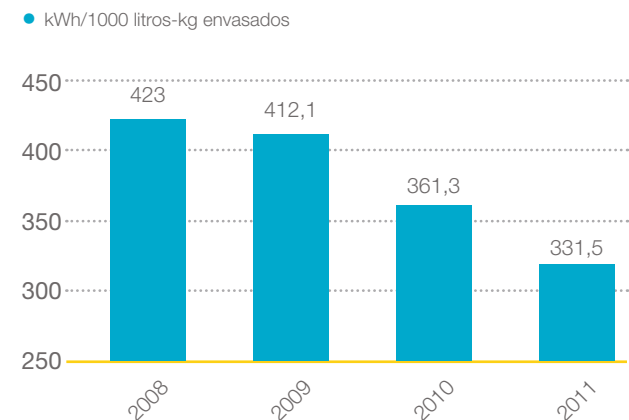
# EJE 1: REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

## Evolución del porcentaje de consumo de gas natural



La tendencia a la baja del indicador de la **intensidad energética** (consumo de energía primaria entre la producción) se ha visto acentuada en el último año, con una disminución del 8% y del 20% si se compara con el año 2009. El plan de ahorro y eficiencia energética iniciado en 2011 explica estos buenos resultados.

## Evolución de la intensidad energética (energía primaria/producción)

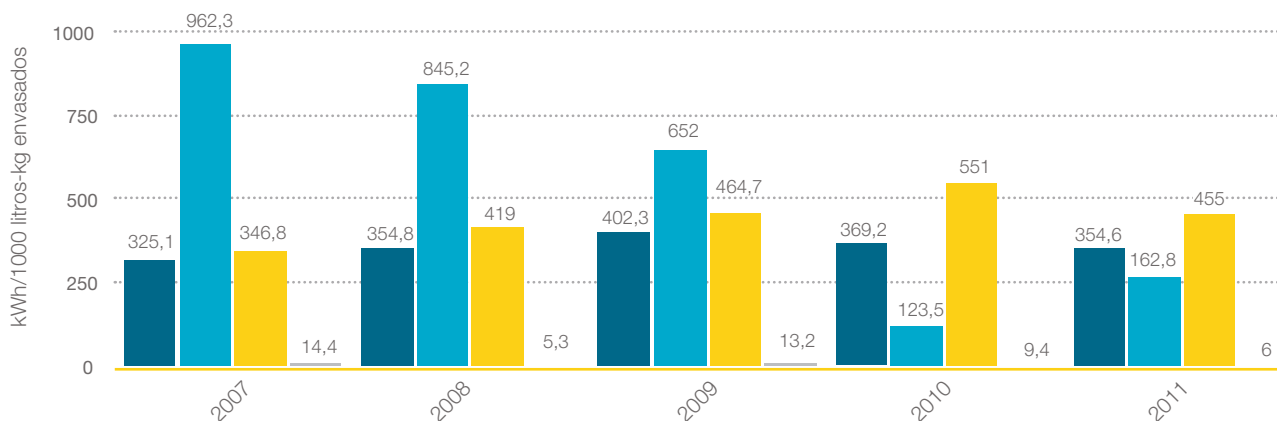


### EJEMPLO BUENA PRÁCTICA 2011

En el complejo industrial de Aranda, el indicador Energía Primaria (Kwh)/1000 l-kg envasados se ha disminuido un 6%, pasando de 356,6 en 2010 a 334,2 en 2011.

## Evolución intensidad energética por áreas de negocio

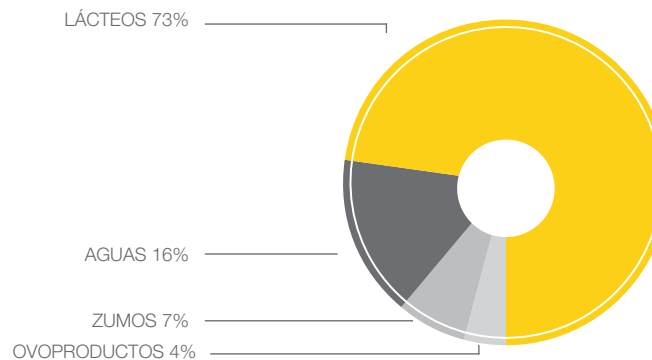
● Lácteos ● Ovoproductos  
● Zumos ● Aguas



## Energía eléctrica

Las fábricas de la Corporación Empresarial Pascual han experimentado en 2011 un consumo de energía eléctrica de **111,8 millones de kilowatios hora**, un 5% menos que en el año anterior. Destaca la disminución del 15% en el **ratio de intensidad eléctrica** (consumo de energía eléctrica dividida por producción). Estos logros también se derivan del plan de ahorro y eficiencia energética consistente en la implantación de medidas derivadas de las auditorías energéticas anteriores, junto a la puesta en marcha de sistemas de medición y gestión energética.

## Distribución consumo energía eléctrica (kWh) por áreas de negocio



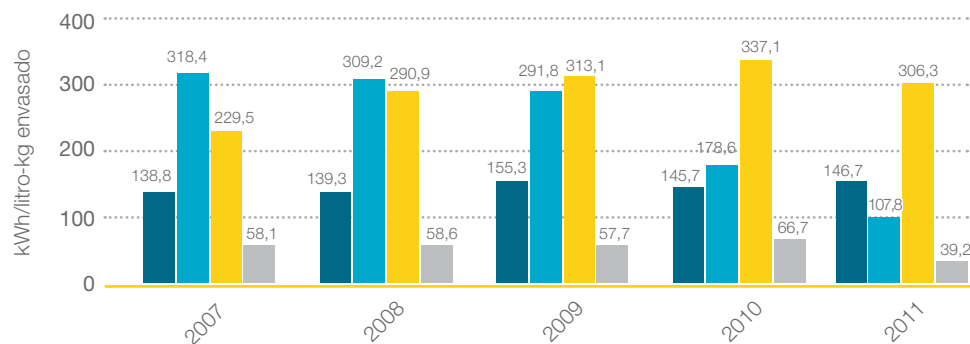
### EJEMPLO BUENA PRÁCTICA 2011

Reducción del consumo eléctrico en la fábrica de Bezoya Trescasas: 40,6 kWh/ 1000 litros envasados en 2011 frente a 76,6 kWh/ 1000 litros envasados en 2010.

# EJE 1: REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

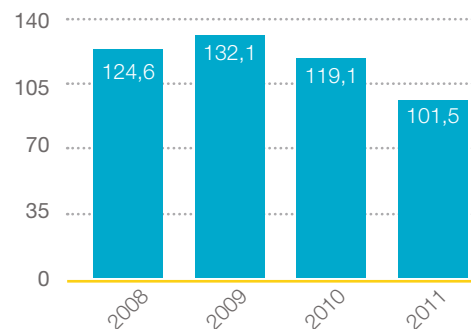
## Evolución intensidad eléctrica por áreas de negocio

- Lácteos
- Zumos
- Ovoproductos
- Aguas



## Evolución de la intensidad eléctrica (energía eléctrica/producción)

- kWh/1000 litros-kg envasados



## Consumo de agua

En lo relativo al consumo responsable de agua, Leche Pascual está actualmente implantando grupos de trabajo en cada centro con el objetivo de idear y poner en práctica las medidas de ahorro de agua más adecuadas en cada caso, partiendo de la información obtenida mediante las auditorías energéticas.

Durante 2011, la Corporación Pascual ha consumido en sus plantas industriales 2.579.000 metros cúbicos de agua, un 4 % inferior al de 2010. Cabe destacar la tendencia a la baja del indicador de **intensidad de consumo de agua**, entendido como el cociente de los metros cúbicos

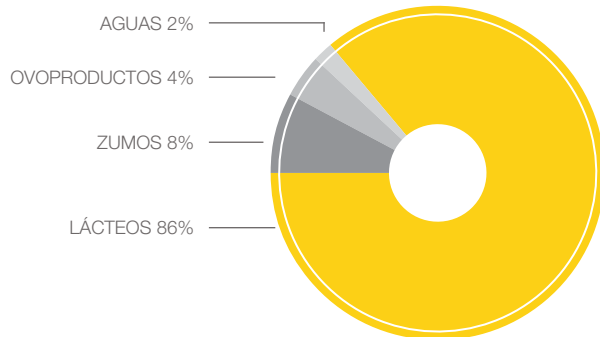
de agua consumidos en las fábricas por unidad de producción. Frente a 2010, se ha **reducido un 14% y un 37%** si se compara con 2009, pasando de 3,721 metros cúbicos de agua utilizados por cada mil kilos o litros producidos a 2,341.



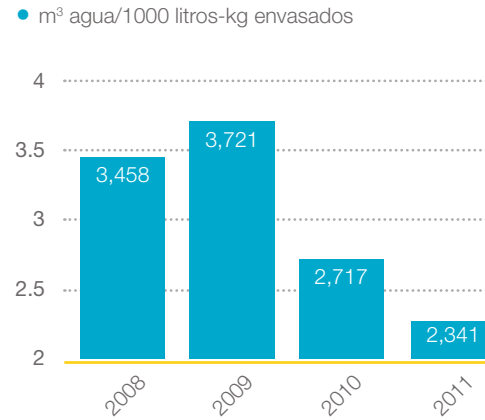
### EJEMPLO BUENA PRÁCTICA 2011

Fábrica de Aranda. Reducción de un 13% del consumo de agua: 4,15 m<sup>3</sup>/1000 l-kg envasados en 2011 vs 4,77 m<sup>3</sup>/1000 l-kg envasados en 2010.

### Distribución consumo de agua (m<sup>3</sup>) por áreas de negocio

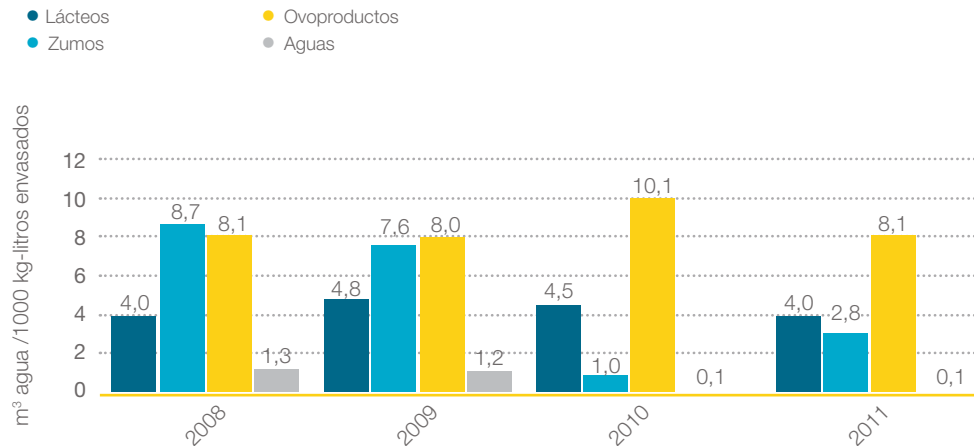


### Evolución intensidad consumo de agua



**14% REDUCCIÓN DEL INDICADOR DE INTENSIDAD DE CONSUMO DE AGUA**

### Intensidad consumo de agua por áreas de negocio





## EJE 2: REDUCCIÓN DE EMISIONES

El segundo eje del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual se refiere a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Desde 1992, la compañía ha utilizado la cogeneración como proceso energético respetuoso con el entorno. Estas buenas prácticas medioambientales han supuesto un ahorro de energía de más de **1700 millones de kWh en los últimos 19 años**.

**AHORRO DE ENERGÍA PRIMARIA DE LA PLANTA DE COGENERACIÓN DE ARANDA: 91,4 MILLONES DE KWH (18.460 TONELADAS DE CO<sub>2</sub> EVITADAS)**

### EJE 2: Reducción de emisiones

- Mantenimiento de la cogeneración como proceso energético eficiente: 18.460 toneladas CO<sub>2</sub> evitadas por la planta de cogeneración.
- Apuesta por la movilidad sostenible en el transporte de corto y largo recorrido.
- Aprovechamiento térmico del biogás en la fábrica de Aranda de Duero.

Con unas magnitudes similares al año anterior, el ahorro de energía primaria en 2011 procedente de la **planta de cogeneración de Aranda** ha sido de **91,4 millones de kWh**, lo que equivale a unas emisiones de 18.460 toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas por dicha planta de cogeneración. Cabe recordar que en 2007 se creó la joint venture **Neopas Cogeneración, S.L.U.** con el objetivo de gestionar la explotación de la cogeneración de la fábrica de Aranda de Duero.

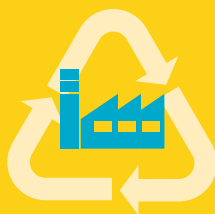
Asimismo, se están estudiando las posibilidades que ofrecen las energías renovables, como por ejemplo el **aprovechamiento térmico del biogás**. En la fábrica de Aranda de Duero, el biogás generado en la EDAR se emplea como combustible alternativo al gas natural en la planta de cogeneración.



### EJEMPLO BUENA PRÁCTICA 2011

315.000 kWh de biogás generado en el proceso de depuración y utilizado en la planta de cogeneración de Aranda de Duero.

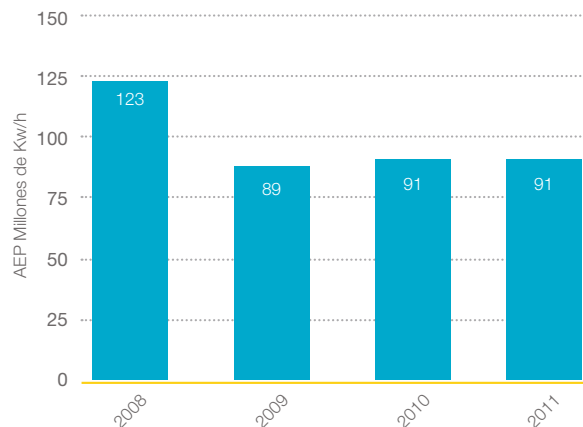




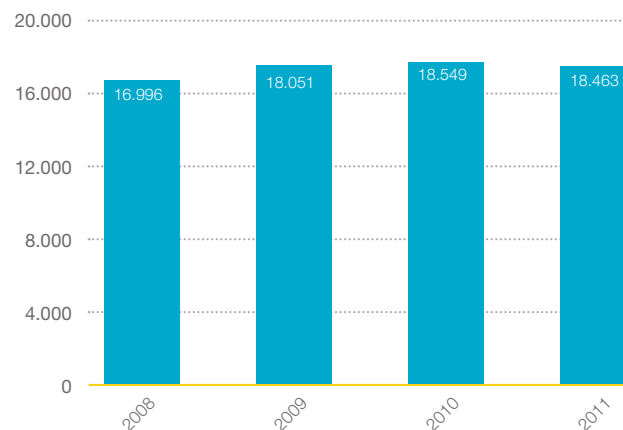
### ¿Qué es la cogeneración?

- La cogeneración es un proceso para la generación de energía eléctrica que permite aprovechar gran parte de la energía térmica que, en otros procesos se emite a la atmósfera.
- Es, por lo tanto, un proceso que garantiza una mayor eficiencia energética al obtenerse simultáneamente energía eléctrica y energía térmica útil (vapor).
- Se aprovecha tanto el calor como la energía mecánica o eléctrica de un único proceso, en vez de utilizar una central eléctrica convencional y para las necesidades de calor una caldera convencional.

### Ahorro de energía primaria (Mill kW/h) en las plantas de cogeneración del Grupo Leche Pascual



### Toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas por la cogeneración en la planta de Aranda de Duero



### Beneficios de la Cogeneración

La cogeneración tiene implícitos beneficios tanto para el país en su conjunto como para el sector industrial. **Las ventajas para el país** se reflejan en un ahorro de la energía primaria, petróleo, gas natural, carbón mineral y biomasa al hacer un uso más eficiente de los recursos energéticos. Asimismo, se reducen las emisiones contaminantes al medio ambiente al quemar menos combustible.

Los **beneficios en el sector industrial** consisten en la reducción de la facturación energética en los costes de producción y, como consecuencia, en un aumento de la competitividad de la empresa; también aporta un alto grado de autosuficiencia, continuidad y calidad del suministro de energía eléctrica.

## EJE 2: REDUCCIÓN DE EMISIONES

### Movilidad y transporte sostenible

Grupo Leche Pascual ha desarrollado un ambicioso proyecto de **movilidad sostenible** encuadrado en el plan de sostenibilidad medioambiental. Se trata de una iniciativa transversal en la que participan directa o indirectamente numerosas áreas corporativas como comercial, compras, calidad, relaciones institucionales, medio ambiente, innovación, relaciones humanas, logística o comunicación.

Esta iniciativa contempla actuaciones para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y la contaminación acústica durante la comercialización y la distribución de los productos, así como la movilidad de los empleados para acudir a sus puestos de trabajo.

El despliegue de las iniciativas de movilidad sostenible de Leche Pascual se articula en una doble vertiente:

- **Transporte de corto recorrido:** desarrollando iniciativas de sostenibilidad que contribuyan a reducir emisiones de CO<sub>2</sub> en el proceso de comercialización y distribución dentro de las ciudades, así como otras que fomenten el uso de transporte público o la disminución de la contaminación acústica.
- **Transporte de largo recorrido:** con un proyecto de renovación de la flota de camiones tráiler destinados a suministrar a las delegaciones comerciales

desde las fábricas, así como a prestar el servicio a clientes de gran distribución, con el objetivo de disminuir su impacto ambiental.



#### Principales iniciativas de movilidad sostenible de Grupo Leche Pascual

- Adhesión al **Foro Proclima del Ayuntamiento de Madrid**, adquiriendo el compromiso de sustituir el 6% de la flota de vehículos por otros menos contaminantes. En 2011 ya se había duplicado esta cifra. Emisiones CO<sub>2</sub> evitadas: 23.100 kg.
- Adhesión a la **Agenda local 21 en Barcelona**, con el objetivo de contribuir desde la actividad comercial a la progresiva disminución del uso del diesel como combustible en la ciudad.
- Difusión y fomento de las iniciativas del **Plan Azul de la Comunidad de Madrid** en todo lo relacionado con el transporte.
- Participación en el **Programa Madrid Compensa** con la plantación de 1.234 árboles en 2011 para compensar las emisiones de CO<sub>2</sub> de nuestra flota de nuestros vehículos de reparto.
- Renovación de la **flota de vehículos comerciales** - 500 vehículos en toda España- por vehículos híbridos. Emisiones CO<sub>2</sub> evitadas: 524.000 kg.
- Acuerdo con la **Asociación de Comerciantes del Barrio de las Letras de Madrid** para el reparto menos contaminante.
- Renovación de la **flota de transporte de larga distancia**.
- Impulso de acciones en los **centros de trabajo**.

## • Transporte de corto recorrido

Leche Pascual inició su compromiso con la movilidad sostenible en Madrid en 2009 al rubricar el Foro Pro Clima, renovando ya en 2011 el 13% de la flota de reparto con otros vehículos de energías alternativas. Para culminar este círculo de respeto medioambiental, Leche Pascual presentó en enero de 2011, ante el alcalde de Madrid Ruiz-Gallardón, los [primeros coches sostenibles del sector de la alimentación](#).

Dos meses más tarde, Grupo Leche Pascual presentó sus primeros vehículos comerciales sostenibles de Barcelona. Al acto, celebrado ante las Fuentes de Montjuic, asistieron, entre otras personalidades, el Alcalde de Barcelona, Jordi Hereu i Boher, el regidor de movilidad del ayuntamiento de Barcelona, Francesc Narváez i Pazos y el presidente de Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual Gómez-Cuétara.

Extendidos en los meses posteriores a las 22 delegaciones comerciales de Leche Pascual, los 500 híbridos Toyota representan la mayor flota comercial sostenible en Europa.

En cuanto al [transporte de corta distancia](#), Repsol y Mercedes Benz colaboran con Grupo Leche Pascual, desarrollando [camiones de propulsión por gas licuado del petróleo para automoción \(Autogás\)](#): un combustible ecológico y seguro, de implantación inmediata, que permite un ahorro económico conside-

rable respecto a otros carburantes tradicionales, y cuyo uso genera menos emisiones de CO<sub>2</sub> y elimina de forma significativa la de partículas y la de NOx, por lo que contribuye a la mejora rápida y efectiva de la calidad del aire en las grandes ciudades.

En el mes de marzo, la empresa participó como portavoz de las empresas adheridas a la [“Campaña de Plantación 2011 del Proyecto Madrid Compensa”](#), en un acto organizado por el Ayuntamiento de Madrid con motivo del Día Forestal Mundial. Madrid Compensa es la iniciativa del consistorio madrileño para reforestar zonas sensibles, adoptada por algunas empresas plantando árboles para compensar sus emisiones de CO<sub>2</sub>. Grupo Leche Pascual ha participado en esta iniciativa plantando más de 1.200 árboles que compensan sus emisiones en Madrid, calculadas en 200 toneladas de CO<sub>2</sub>.



**Flota vehículos híbridos de Leche Pascual:**

- Además de producir un ahorro respecto a los convencionales,
- reducen las emisiones de efecto invernadero al combinar motor eléctrico y de combustión.
- contribuyen a eliminar las emisiones de partículas y óxidos de nitrógeno, lo que tiene especial importancia, particularmente en un ámbito urbano.



**Los 500 coches híbridos,** representan la mayor flota comercial sostenible en Europa

## EJE 2: REDUCCIÓN DE EMISIONES

### Con la incorporación de vehículos comerciales y de reparto sostenible Leche Pascual ...

- Apuesta por cuidar las ciudades, **adaptándose a la realidad urbana.**
- Minimiza el impacto medioambiental, consiguiendo una **mayor eficiencia energética.**
- Se orienta al cliente, aportando **valor añadido y competitividad.**

La compañía ha trasladado su apuesta por la movilidad sostenible a la relación con sus grupos de interés externos. En noviembre, y en el marco del congreso de la Confederación de Cascos Históricos, Grupo Leche Pascual, consciente de la importancia de las políticas de eficiencia energética en el transporte urbano, firmó un acuerdo con la [Asociación de Comerciantes del Barrio de Las Letras de Madrid](#), por el que la compañía alimentaria se compromete a comercializar y distribuir únicamente con transporte sostenible en esta céntrica zona de Madrid calificada de Área de Prioridad Residencial (APR).

Este acuerdo se suma al firmado en 2010 con Unibail-Rodamco por el que la flota de camiones de reparto sostenible del Grupo Leche Pascual gozará de una gran flexibilidad de horarios de entrega en cualquiera de los 14 centros comerciales que Unibail-Rodamco gestiona en España.

### • Transporte de largo recorrido

Grupo Leche Pascual, a través de su departamento de Logística y en coordinación con el área de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, ha continuado la implantación de su [proyecto de Transporte Sostenible de Larga Distancia 2009-2014](#).

Este proyecto presenta diversas líneas de actuación, como por ejemplo la [renovación de la flota de larga distancia](#). La compañía comunica a sus proveedores con la flota más antigua la necesidad de renovación de los trailers por otros menos con-

taminantes de acuerdo a las recomendaciones de la Unión Europea. En 2010, más de 200 vehículos fueron sustituidos por camiones con la normativa “Euro V”, con motores más eficientes desde el punto de vista medioambiental. En 2011 se ha llevado a cabo la incorporación a la flota de larga distancia de Leche Pascual de [45 camiones con tecnología EEV \(Enhanced Environmental friendly Vehicle\)](#).

Además, cabe destacar la incorporación a la flota de Grupo Leche [Pascual del primer vehículo en España de larga distancia de gas natural licuado](#).





#### Movilidad sostenible largo recorrido:

En 2011 se ha logrado una reducción de emisiones totales de partículas de un 23% vs 2010 a través de:

- Renovación progresiva de la flota por vehículos menos contaminantes. Se han **incorporado 45 vehículos EEV con el motor diesel menos contaminante**.
- Primer vehículo en España de larga distancia de **gas natural licuado**.
- **Eficiencia en el transporte:** optimización de rutas (menos km) y de cargas (saturación de vehículos en peso o en volumen).
- **Beneficios ambientales de los palets:** la reutilización de los palets minimiza la necesidad de recursos, también se ha conseguido una reducción de emisiones por eficiencia en la red de transporte, así como un abastecimiento sostenible de madera certificada FSC\* y PEFC\*. La instalación del TPM (sistema de gestión total de paletas) de la mano de la empresa Chep en el complejo de Aranda de Duero, sistema que mueve 660.000 palets al año, aporta eficiencia a toda la cadena de suministro mediante la clasificación, inspección y reparación de palets in situ, facilitando su disponibilidad y generando beneficios medioambientales gracias a la reducción de las necesidades de transporte. Todo ello se traduce en 173 toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas anualmente.

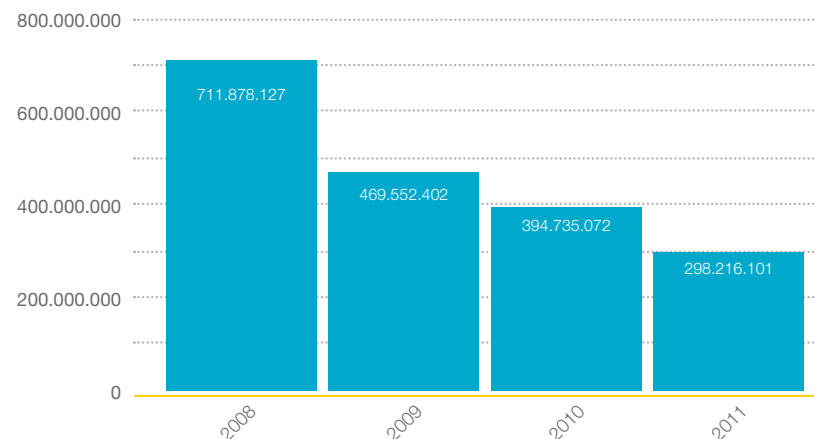
\* FSC: Forest Stewardship Council.

\* PEFC: Programme for the Endorsement of Forest Certification.

Además, se ha proseguido con las medidas para lograr una mayor **eficiencia medioambiental gracias a la optimización del transporte**, tanto por medio de la optimización de rutas para reducir el número de kilómetros recorridos, como con la progresiva disminución de las cargas, aprovechando al máximo la capacidad logística de los vehículos de largo recorrido. Asimismo, Leche Pascual ha llevado a cabo acciones medioambientales en sus procesos de aprovisionamiento logístico gracias a la implantación de un sistema de rotación y reutilización de **palets producidos con maderas procedentes de bosques gestionados de forma sostenible**.

Todas estas medidas en la logística de largo recorrido han permitido en 2011 una **reducción de emisiones conjuntas** de óxidos de nitrógeno (NOX), Hidrocarburos (HC), Monóxido de carbono (CO) y partículas (PM) **del 23% respecto al año anterior, equivalente a 74.817.330 kilogramos**. Desde el inicio del proyecto en 2008, la reducción de emisiones supera el 58%.

#### Emisiones CO<sub>2</sub>, HC, Nox y PM transporte en el transporte larga distancia en Leche Pascual



## EJE 3: MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

El tercer eje del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual garantiza la correcta gestión de los residuos.

### Residuos

#### Principales iniciativas en 2011

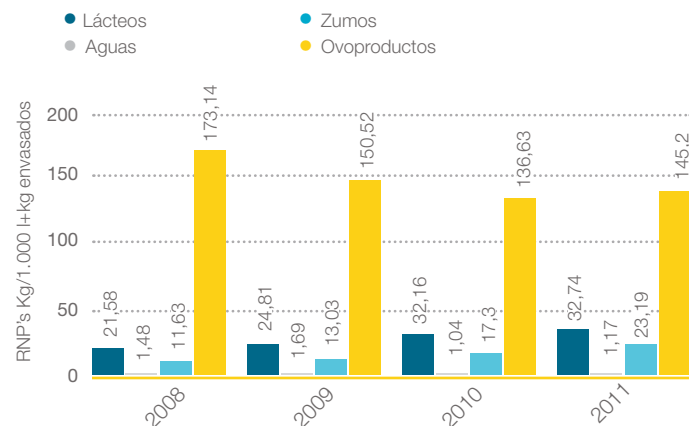
- Planes de minimización de residuos y acciones destinadas a mejorar la segregación de residuos puestos en marcha en fábricas.
- Se busca favorecer el reciclado y valorización de los residuos frente a la eliminación o depósito en vertedero.
- Acciones de concienciación: formación e información visual en planta.
- Reducción de materiales de envase y embalaje. Las medidas de reducción de gramaje suponen ahorro de materia prima y residuos evitados.

Los ratios sobre la generación de residuos son obtenidos a partir de los cocientes de las cantidades de residuos peligrosos y no peligrosos divididos entre la producción.

En el negocio de lácteos el volumen más significativo de residuos no peligrosos (RNP's) procede de los lodos de depuradora, que generan entre el 70 y el 85% de estos residuos, mientras que en el de ovoproducto la cáscara de huevo supone aproxima-

damente el 96% de los residuos. Los indicadores por encima de la media de residuos no peligrosos en el negocio de ovoproducto se deben al volumen de cáscara de huevo que se genera diariamente.

#### Generación residuos no peligrosos por áreas de negocio

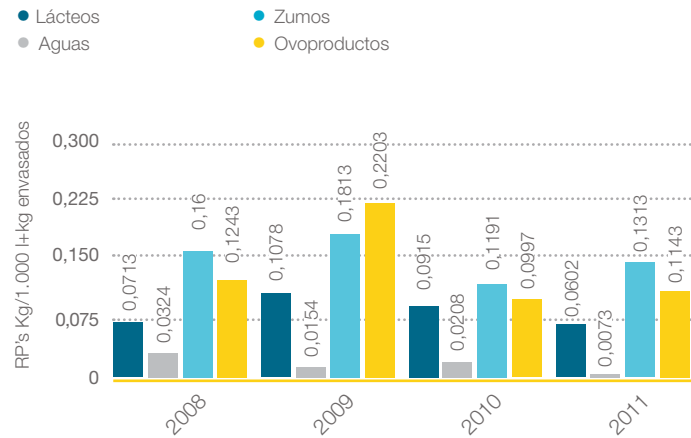


En la compañía el porcentaje de **residuos peligrosos** (RP's) es inferior al 1%, ya que los procesos productivos como tales no generan residuos peligrosos, sino que son las actividades auxiliares las que los originan, principalmente en forma de aceites usados y envases vacíos de productos de limpieza. Destaca en 2011 la disminución en la generación de RP's en las plantas de Aranda de Duero y Gurb.

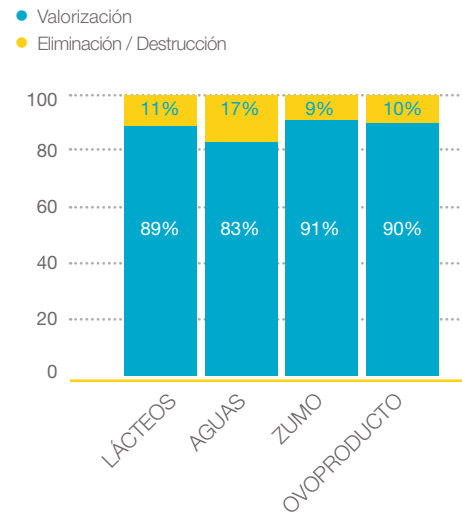
En cuanto al destino final de los residuos, como se aprecia en los gráficos, se otorga prioridad a la valo-

rización de los residuos frente a la eliminación o destrucción. En 2011 se ha consolidado la tendencia de valorización de los RPs en la planta de ovoproducto gracias al destino de la cáscara de huevo a compostaje, el proceso que permite obtener "compost", abono excelente para la agricultura. Destaca igualmente en el complejo de Aranda la reducción de residuos enviados a vertedero (kg RSU/1000 l-kg envasados): un 5,5% frente a 2010.

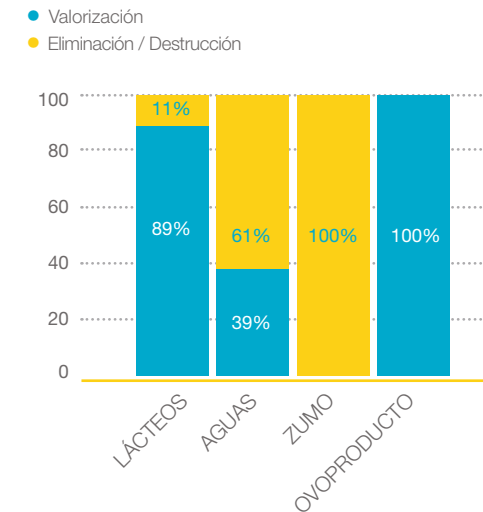
### Generación residuos peligrosos por áreas de negocio



### Destino final residuos no peligrosos por áreas de negocio 2011



### Destino final residuos peligrosos por áreas de negocio 2011





## EJE 3: MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

### Vertidos de aguas residuales y depuradoras

#### Principales iniciativas en 2011

- Evolución del volumen total de agua tratada 2008-2011. El indicador volumen de vertido/producción ha ido disminuyendo. Las medidas de ahorro de agua también se traducen en una disminución del agua a depurar.
- Rendimiento EDAR's Grupo mayor del 90%.
- Evolución en la generación de lodos de depuradora 2008-2011. El repunte en la generación de lodos en 2010 se debió a la puesta en marcha de la depuradora de Palma del Río.

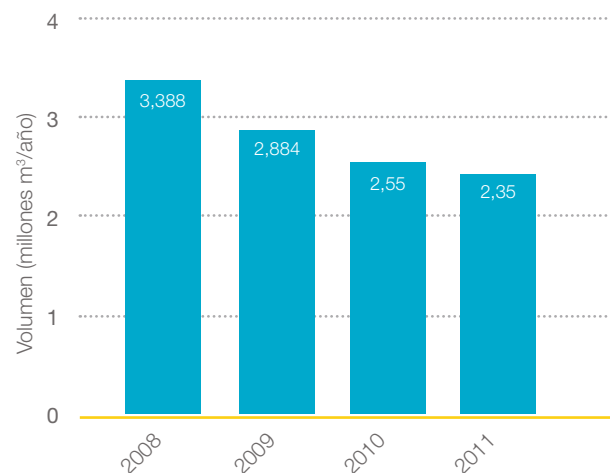
**CAPACIDAD DE DEPURACIÓN DE AGUAS RESIDUALES: 180.662 HABITANTES EQUIVALENTES AL DÍA**

La capacidad de depuración de aguas residuales del Grupo Leche Pascual ha resultado en el ejercicio 2011 de **180.662 habitantes equivalentes al día**, con un volumen de agua residual depurada de **2.353.335 metros cúbicos** en las plantas depuradoras del Grupo Leche Pascual.

Respecto a 2010 se han mantenido los principales parámetros de volumen, carga de entrada, lodos, carga de salida y rendimiento, siempre dentro de los límites impuestos para los parámetros de vertido. No obstante, las medidas adoptadas en los últimos años dirigidas a conseguir un ahorro del consumo

de agua en los procesos productivos también se traducen en una disminución del agua a depurar.

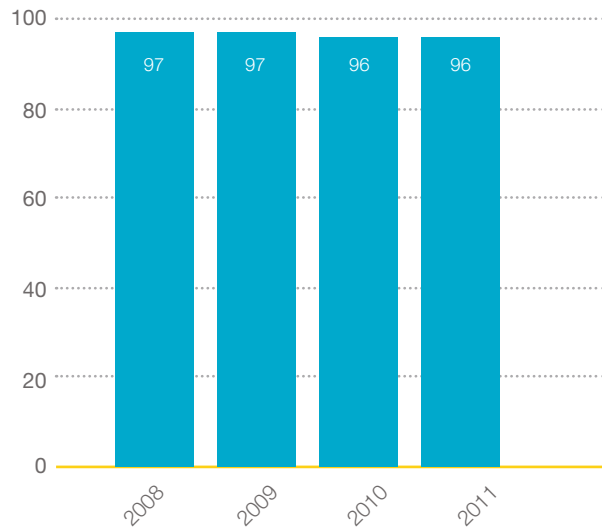
#### Evolución del volumen de agua tratada en las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR)



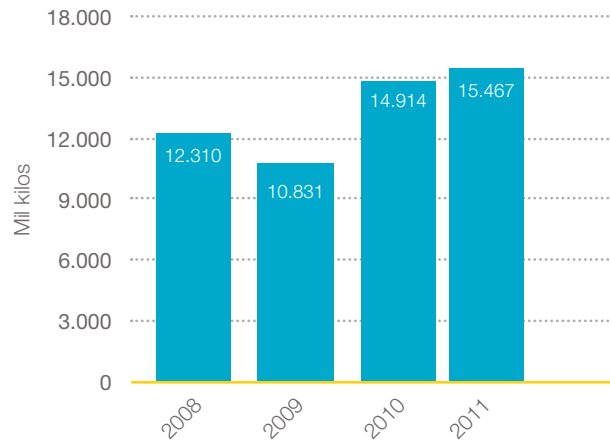
La demanda química de oxígeno (DQO) es un parámetro que mide la cantidad de materia orgánica susceptible de ser oxidada por medios químicos que hay en una muestra líquida y se utiliza para medir el grado de contaminación. En las depuradoras de Grupo Leche Pascual más del 90% de la carga contaminante del agua que entra en las EDAR es eliminada. El rendimiento indica el porcentaje de eliminación de la carga contaminante del agua que entra en las EDAR.

### Rendimiento de las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR)

● Rendimiento %



### Evolución volumen de lodos procedentes de EDAR



Grupo Leche Pascual realiza un **tratamiento de los residuos sólidos de las aguas tratadas para obtener un elemento valorizable**. El fango tratado se utiliza en las explotaciones agrícolas como sustitutivo de los productos químicos empleados como abono. La generación de lodos procedentes de las depuradoras ha aumentado un 4% respecto al año anterior. El repunte en la **generación de lodos** en 2010 se debió a la puesta en marcha de la depuradora de Palma del Río.



## EJE 3: MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

### Materiales y productos

El Grupo Leche Pascual fue pionero en España en la utilización de material reciclable para el gran consumo, el brik. Desde entonces el esfuerzo de la compañía se ha dirigido a la adopción de técnicas de envasado medioambientalmente respetuosas,

siempre reutilizables, junto con un continuado afán de reducción de los gramajes de los envases.

Las medidas de prevención adoptadas en 2011 por Grupo Leche Pascual en el seno de Ecoembalajes España, S.A. (Ecoembes) para impulsar el ahorro de materiales han sido numerosas.

### Resumen medidas reducción de peso en materiales de envase 2011

El ahorro total de materiales en 2011 es de 3.685.784 kg evitados (fundamentalmente cartón).

1. Reducción de peso en nuevos diseños. El ahorro total de materiales (PET) es 6.423 kg.
  - En tapón sportcap de botellas de PET de 6,5 a 4,4 g.
2. Reducción de peso por modificación de las características del producto. El ahorro total de materiales es 154.181 kg, para ello se han aplicado las siguientes medidas:
  - Tapón botella PET de 2,0 a 1,8 g.
  - Asas botella y garrafa de PET de 5l de 6,9 a 6,2 g.
  - Plástico retráctil botella de PET 1,5l pack de 6 de 26 a 24 g.
  - Botella de PET 1 l de 32,5 a 27,5 g.
  - Plástico retráctil botella de PET 1,2 l de 19 a 17 g.
3. Aligeramiento de envases por mejora tecnológica de los materiales. El ahorro total de materiales (PET) es 173 kg.
  - Caja de cartón 8 envases tetra prisma 1 l de 187 a 175 g.
4. Reducción de peso por eliminación de elementos del envase. El ahorro total de materiales (PET) es 3.525.006 kg.
  - Caja de cartón 6 envases tetra edge 1l de 120 a 26,1 g.



Medida de Prevención	Dónde	Reducción peso (g)		kg ahorrados
Reducción de peso en nuevos diseños.	Tapón sportcap botella PET (0,33 l y 0,5l).	de 6,5 a 4,4	2,10	6.423
Reducción de peso por modificación de características del producto.	Tapón botella PET (1,5; 0,33 l y 0,5l).	de 2,0 a 1,8	0,20	65.099
	Asa botella PET 5l y garrafa PET 5l.	de 6,9 a 6,2	0,70	3.271
	Plástico retráctil botella PET 1,5 l pack 6.	de 26,0 a 24,0	2,0	76.361
	Botella PET 1 l.	de 32,5 a 27,5	5,0	3.443
	Plástico retráctil botella PET 1,2 l.	de 19 a 17	2,0	6.008
Aligeramiento de envase por mejora tecnológica de los materiales.	Caja cartón 8 envases tetra prisma 1l.	de 187 a 175	12,0	173
Reducción de peso por eliminación de elementos del envase.	Caja cartón agrupación de 6 tetra edge 1l.	de 120 a 26,1	93,9	3.525.006
<b>TOTAL:</b>				<b>3.685.784</b>



## EJE 4: IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

**EL COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, CREADO EN 2011, TIENE LA MISIÓN DE IMPULSAR Y DAR COHESIÓN A LAS ACCIONES E INICIATIVAS DE LAS DISTINTAS ÁREAS DE LA COMPAÑÍA RELACIONADAS CON EL PLAN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**

La participación de los empleados es fundamental para llevar a buen término las acciones encuadradas en el Plan de Sostenibilidad Ambiental, tal y como queda reflejado al dedicar su último eje a esta materia. Tanto la contribución de las distintas áreas de la organización al proyecto común, como la comunicación y el debate sobre las fortalezas y debilidades de esta iniciativa, constituye un punto muy a tener en cuenta.

### EJE 4: IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

- Creación del Comité de Sostenibilidad Ambiental.
- Concurso de fotografía con motivo del día mundial del medio ambiente.
- Puesta en marcha de la web medio ambiental [www.cuidamoslonatural.es](http://www.cuidamoslonatural.es)
- Se traslada el compromiso ambiental de la compañía a los proveedores a través de la incorporación de criterios ambientales en la selección de éstos, así como en la evaluación de sus prácticas ambientales mediante auditorías.

Si bien el plan en sus inicios focalizó los objetivos en el área industrial, durante 2011 uno de los hitos más significativos ha sido la creación del **Comité de Sostenibilidad Ambiental** con la misión de impulsar

y dar cohesión a las acciones e iniciativas de las distintas áreas de la compañía relacionadas con el Plan de Sostenibilidad Ambiental y con las siguientes funciones y responsabilidades:

- Conocer y evaluar el Plan de Sostenibilidad Ambiental.
- Realizar el seguimiento del Plan.
- Tomar decisiones que garanticen el cumplimiento de los objetivos fijados.
- Crear sinergias y oportunidades de mejora extrapolables a otras áreas.

### El Comité de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual

- Presidido por Borja Pascual Gómez-Cuétara, consejero de la Corporación Empresarial Pascual.
- Coordinado por el departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad.
- Representación de las siguientes áreas:
  - Industrial.
  - Aseguramiento de la Calidad.
  - Compras. Logística y Planificación.
  - Comercial.
  - Marketing.
  - Internacional.
  - I+D.
  - Organización.
  - RSC: Personas y Excelencia, Comunicación Externa.

---

Este enfoque transversal del Plan de Sostenibilidad, se plasma en los objetivos ambientales alcanzados en diferentes áreas, tales como:

- Área comercial: en delegaciones se extrapola el modelo de trabajo de fábricas a través de la implantación de medidas de ahorro energético y mejora de la gestión de residuos.
- Compras: incorporación de criterios ambientales en la selección de proveedores y evaluación de sus prácticas ambientales a través de auditorías.
- Marketing e I+D: diseño de envases más sostenibles:
  - » Reducción de gramaje en los envases de PET de Bezoya.
  - » Beneficios ambientales nuevo envase de leche EDGE: papel procedente de bosques sostenibles (acreditado FSC); el envase se puede reciclar de forma más sencilla; con este papel se consigue un 36% menos de emisiones de CO<sub>2</sub>; reducción de plástico por el nuevo sistema de retractilado del palet: 160g/palet.
- Oficinas: se ha realizado una auditoría energética en el edificio de oficinas centrales.

En 2011 el Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad ha efectuado sesiones de información sobre la evolución del Plan de Sostenibilidad en los principales centros. Además, internamente se ha realizado una intensa labor divulgativa aprovechando los distintos soportes de comunicación corporativos, junto con iniciativas de comunicación externa y relaciones públicas dirigidas a otros grupos de interés: administraciones públicas, medios de comunicación, clientes y proveedores.

Este último grupo de interés, y en especial los proveedores de leche de la compañía, se somete a auditorías ambientales, como ha sido explicado en el capítulo dedicado a la relación con los proveedores.

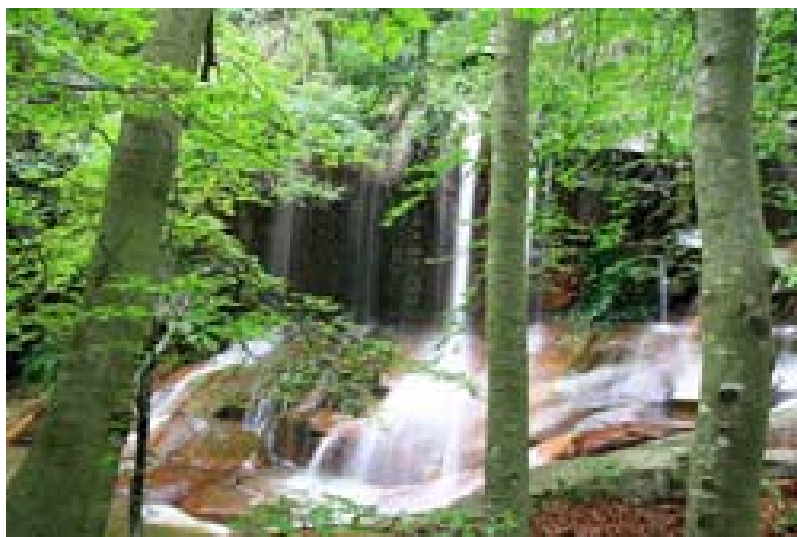


## EJE 4: IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

### II Concurso de fotografía medioambiental

Con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente y con el fin de fomentar el compromiso con un entorno más sostenible, Grupo Leche Pascual ha propuesto por segundo año consecutivo un concurso de fotografía con alcance a toda la compañía. Como resultado de la alta participación y gran calidad de las fotografías a concurso se ha presentado en las oficinas centrales una selección de finalistas y se ha anunciado a los ganadores del concurso.

### GANADORES:



#### Jaume Mos (Mocay, Girona)

- Título: El látido del agua.
- Lugar: Parque natural del Montseny (Girona).
- Modalidad: Agua.
- Fecha: 1 de mayo de 2011.
- Aficionado a los deportes de montaña.
- Miembro de fotonatura.org
- Colabora con TV3 y TVE con fotos medioambientales.
- Premio fotográfico del programa "Espai Terra" de TV3 .

*"La foto es un paisaje del Montseny en la provincia de Girona en la frontera con Barcelona. Está hecha con trípode a baja velocidad para conseguir el efecto seda del agua. Como curiosidad, había dos setas en la parte inferior de la vista que preferí omitir para dar protagonismo al agua".*

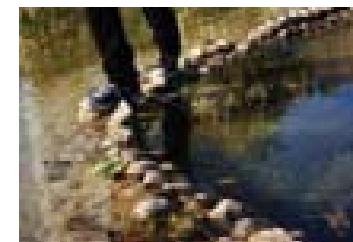
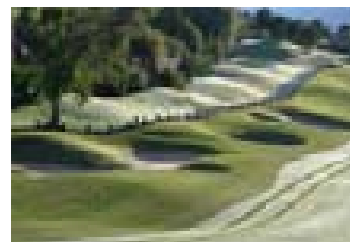
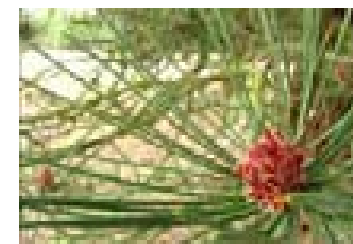
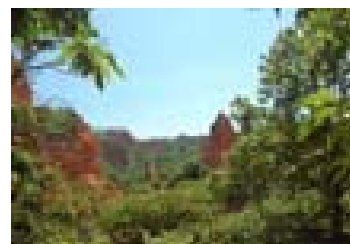
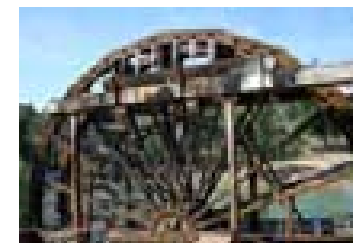
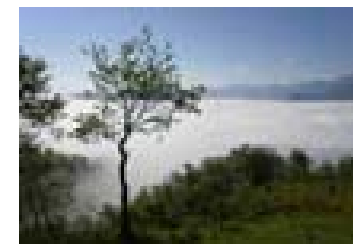


**Mónica Valero (Oficinas Centrales, Madrid)**

- Título: Arquitectura natural.
- Lugar: Parque natural Terra Nostra, Isla de San Miguel, Azores (Portugal).
- Modalidad: Bosques.
- Fecha: 10 de mayo de 2.011.
- Aficionada a la fotografía.
- Viajera infatigable.

*"Esta fotografía ha sido tomada en el Parque Natural Terra Nostra. En este paraje natural coexisten diferentes especies arbóreas procedentes de todas las partes del mundo. Escogí esta fotografía puesto que refleja armonía entre las diferentes especies, incluyendo el árbol caído que, sin perder la vida, forma un puente natural de gran belleza".*

**FINALISTAS:**







**05.6**


## **ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD Y LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS**



**COMUNIDAD**  
Compromiso con la comunidad de los empleados:  
Grupo de Voluntariado.



**ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**



Divulgación científica y nutricional (Instituto Tomás Pascual Sanz)



Fomento de la actividad física y apoyo al deporte de base



Comunidades locales: compromiso con zonas geográficas de implantación



Relaciones basadas en la colaboración



Política de puertas abiertas



**Transmisión de valores**  
(Centro de Investigación en Valores-CIVSEM)



Patrocinios culturales y educativos



Participación en asociaciones empresariales y profesionales



**SECTORES**  
Liderazgo responsable



Contribución al desarrollo de un marco normativo



Colaboración en estrategias globales



Fomento de la competitividad

# OBJETIVOS 2011

## 2011

### Asuntos relevantes:



**Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara: compromiso con la salud** y transmisión a la sociedad de valores humanos y empresariales.



Comunidad y empresa: acción social, patrocinio y mecenazgo en Grupo Leche Pascual.



Compromiso con la comunidad de los empleados: **Grupo de Voluntariado**.

### Acciones:



- Desarrollo de **4 cátedras** con universidades.
- **6 obras publicadas** en colaboración con entidades e instituciones científicas.
- **Colaboración con 15 entidades** vinculadas a la investigación o la difusión de la salud.
- 13 programas formativos impartidos por el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).



- 1 millón de kilos de productos donados a **30 bancos de alimentos**.
- 2 millones de euros invertidos en **patrocinios declarados de interés público**.
- 381.000 euros destinados a proyectos de **mecenazgo y acción social**.
- **Participación en 14 asociaciones empresariales y profesionales** con una aportación de 149.000 euros.



- **14 campañas de voluntariado y 325 participantes de diferentes áreas**.

## 2012

### Para 2012:



**Plan Estratégico del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud 2012-2014** con cuatro grandes conceptos: el cuerpo, la mente, el entorno social y el tecnológico.



**CIVSEM** extenderá su actividad a otras provincias: Sevilla, Barcelona, Málaga y País Vasco y trabajará en red con otras entidades.



**Revisión del mapa de colaboraciones con entidades de mecenazgo** a fin de adecuar el esfuerzo de acción social de la compañía a los asuntos más relevantes.



Aumentar la participación en las actividades del **Grupo de Voluntariado**, tanto con proyectos propios como impulsando acciones vinculadas a iniciativas de acción social de la compañía.

# 2011

## Asuntos relevantes:



Fomento de la competitividad en el seno de los **foros e instituciones sectoriales**.



Representación de la empresa ante todos los **niveles de la Administración**.

## Acciones:



- Presidencia de cuatro asociaciones sectoriales (Asozumos, AEAZN, Inovo y Asociación de Leche Líquida de FeNIL).
- **234.000 euros aportados a 9 asociaciones sectoriales** en los negocios en los que opera Leche Pascual.
- Grupo Leche Pascual ha estado representado en la **Junta Directiva de FIAB** y en los comités de Medio Ambiente y de Política Alimentaria y del Consumidor.
- Leche Pascual preside el **Comité de Medio Ambiente** de ANEABE.
- Seguimiento de las **principales propuestas legislativas** tanto nacionales como comunitarias.



- **Cortes Generales:** participación en el Programa Empresa-Parlamentarios con 10 diputados y senadores adheridos en 2011.
- **Castilla y León:** el Vicepresidente Segundo y Consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León, Tomás Villanueva, visitó el complejo de Aranda de Duero.
- **Andalucía:** visitas a la planta de Palma de Río del Europarlamentario europeo Andrés Perelló y de la Comisión de Agricultura del Parlamento andaluz.

# 2012

## Para 2012:



Establecer relaciones institucionales con la administración surgida del **nuevo gobierno de España**.



Desde la presidencia de la **Asociación de Leche Líquida de FeNIL**, impulso del Protocolo de Autocontrol de la Calidad de la Leche de Consumo.



Presentación del compromiso medioambiental “2015 naturalmente” ante la nueva administración partiendo de la presidencia del Comité de **Medio Ambiente de Aneabe**.



Asegurar un relevo constructivo en la presidencia de **Asozumos** y mantener el actual nivel de exigencia de autocontrol de la calidad de los zumos desde la presidencia de **AEAZN**.

## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

### LA NUEVA VISIÓN CORPORATIVA INCLUYE EL RETO DE SER UN REFERENTE PARA LA SOCIEDAD

La familia Pascual Gómez-Cuétara ha establecido en la nueva visión corporativa el reto de que Grupo Leche Pascual se erija en un [referente para la sociedad](#). Esta expresión, circunscrita en el presente capítulo al término de *comunidad*, se delimita en Grupo Leche Pascual en torno a dos conceptos: por un lado, a partir de la transmisión por parte de la familia propietaria de los valores legados por el fundador Tomás Pascual Sanz. Por otro, desde un adecuada gestión de las relaciones de la compañía con su entorno más cercano. En ambos casos, tanto la actividad de la familia como de la empresa frente a la comunidad, existen algunos principios comunes: el impulso de un estilo saludable de vida mediante el fomento de la nutrición y el apoyo al deporte, la promoción de valores humanos y empresariales o el desarrollo de iniciativas de patrocinio y mecenazgo en comunidades y con colectivos especialmente sensibles.

En lo concerniente a la propiedad, la [Fundación Tomás Pascual y Pilar Pascual Gómez-Cuétara](#) tiene como fin dar continuidad y fomentar los principios que fueron transmitidos e impulsados por el fundador, cultivando valores clave para construir una sociedad más saludable y honesta. Sus objetivos se concretan en la labor del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).

Desde el [punto de vista corporativo](#), Grupo Leche Pascual cuenta con 9 plantas productivas y 22

delegaciones comerciales repartidas por toda España. Como ha sido detallado en el capítulo 3.3, la actividad de cada uno de estos centros de trabajo tiene un impacto en sus respectivas comunidades locales, tanto económicamente, en términos de relación con clientes o proveedores, como desde una perspectiva vista social e institucional, en cuanto a los vínculos creados con la sociedad civil: asociaciones, administraciones públicas, fundaciones, etc.

Por último, el compromiso social de los empleados de Leche Pascual se traduce en una creciente [actividad de voluntariado](#) en las comunidades locales.



## Comunidad y familia propietaria:

Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara

La Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara es el principal punto de contacto de la familia Pascual Gómez-Cuétara con la sociedad. Sus objetivos son, por un lado, generar y difundir actividades de investigación, estudio y análisis en los campos de la alimentación, la nutrición y la salud y, por otro, investigar sobre valores humanos y pedagogía formativa para transmitirlos a la sociedad en general y al mundo de la empresa en particular.

Ambos fines, promoción de la salud y de valores, son desarrollados por el [Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud](#) y el [Centro de Investigación en Valores \(CIVSEM\)](#).

### Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud

Dependiente de la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara, el Instituto Tomás Pascual Sanz transmite a la sociedad los valores de una vida saludable, difunde los adelantos tecnológicos relacionados con las ciencias de la salud y promueve el intercambio de información, generando nuevas posibilidades entre colectivos relevantes y comprometiéndose al máximo con la sociedad científica moderna.

El Instituto Tomás Pascual Sanz edita el contenido de estudios y ponencias en una numerosa biblioteca que responde a la creciente demanda sobre temas tan importantes como la nutrición, la seguridad alimentaria o la actividad física.

En febrero de 2011 se celebró su cuarto aniversario en la Real Academia Nacional de Medicina, con dos destacadas ponencias de los investigadores Margarita Salas y Manuel Martín-Loeches, bajo los títulos de “Mujer y Ciencia” y “La especie sensible” respectivamente.



Celebración del 4º aniversario del Instituto Tomás Pascual Sanz.



### Objetivos del Instituto Tomás Pascual Sanz

1. Cooperación con asociaciones científicas para mejorar el conocimiento de las patologías y su impacto en la sociedad.
2. Formación continuada en nutrición y hábitos de vida saludable.
3. Creación de foros de debate y análisis para todos los agentes clave del sistema sanitario, científico, formador y divulgador.
4. Colaboración con la administración en programas nutricionales.

## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

Al igual que el pasado año, la actividad del Instituto en 2011 puede estructurarse de la siguiente forma:

- **Cátedras y acuerdos de colaboración** con entidades científicas, academias médicas, fundaciones y universidades para el desarrollo de acciones que promuevan la investigación y la divulgación.
- Celebración de **jornadas técnicas y divulgativas** en diversas materias como la alimentación y la seguridad alimentaria.
- **Edición de libros** y publicaciones técnicas y divulgativas.

Además, el Instituto Tomás Pascual ha desarrollado un **programa de educación nutricional** en Cataluña y Madrid dirigido a estudiantes, asociaciones y fundaciones varias. (Ver el capítulo 5.1).

### • Acuerdos con entidades científicas

En primer lugar, destaca la colaboración del Instituto con **academias científicas**, como la plasmada en el acuerdo con la **Real Academia de Ciencias Veterinarias**, que en 2011 permitió la celebración del ciclo de conferencias titulado “*Aplicación de la Biotecnología en la Ciencia Veterinaria*” en Cantabria, Zaragoza y Santiago de Compostela.

Asimismo, el acuerdo con la **Real Academia Nacional de Farmacia** y el **Colegio Oficial de Farmacéu-**

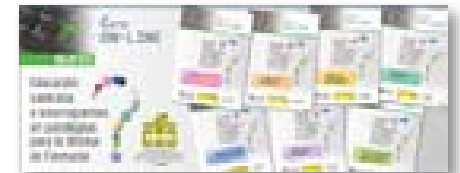
**ticos de Madrid** impulsó el primer curso gratuito online “Educación Sanitaria e Interrogantes en Patologías para la Oficina de Farmacia” impartido de manera gratuita por internet desde la página web del Instituto Tomás Pascual. A lo largo del curso se celebraron siete conferencias impartidas en la Real Academia Nacional de Farmacia sobre variados temas como los trastornos del sueño, las enfermedades pulmonares o el cuidado de la piel.

El Instituto Tomás Pascual para la Nutrición y la Salud y la **Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN)** lanzaron en 2011 el curso on line “*Actualización en Nutrición para Atención Primaria*” para que el médico ponga al día los conocimientos básicos sobre nutrición, para solucionar y responder los problemas y las dudas que surjan en las consultas sobre esta materia.



## ACUERDOS CON ENTIDADES Y ACADEMIAS CIENTÍFICAS

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Colaboración con CICbioGUNE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 de enero. Juan S. Bonifacino PhD, National Institutes of Health (NIH), Bethesda. Título: "Sorting It All Out: Signal-mediated Protein Traffic in the Endosomal-Lysosomal System".</li> <li>• 12 de enero. Ponente: James Chell, PhD, University of Cambridge Título: "Nutrition, Glia, and Neuroblast Proliferation".</li> <li>• 28 de enero. Ponencia especial con motivo del 6th aniversario del CICbioGUNE por el f. Jesús Ávila, Centro de Biología Molecular "Severo Ochoa". Título: "'How to explain the loss of memory in Alzheimer disease".</li> <li>• 11 de febrero. Special Lecture by Prof. David I. Stuart, PhD, University of Oxford. "Virus assembly, morphogenesis and evolution and virus-host interactions".</li> <li>• 4 de marzo. How Nutrition Regulates Adult Body Size: Lessons from Fruit Flies". Christen Mirth, PhD from Instituto Gulbenkian de Ciência, Fundação Calouste Gulbenkian, Oeiras, Portugal.</li> <li>• 11 de marzo. Ponencia "Automated NMR protein structure calculation". Prof. Peter Güntert, PhD. from Goethe-University Frankfurt.</li> <li>• 18 de marzo, Ponencia "A new role for cohesin in human DNA replication". Juan Méndez, PhD. from Centro de Investigaciones Oncológicas (CNIO), Madrid.</li> <li>• 1 de abril. Ponencia "Unravelling breast to lung metastasis suppression functions". Roger Gomis, PhD. Institute for Research in Biomedicine- IRB, Barcelona.</li> <li>• 7 y 8 de abril 5th Structural Biology Workshop Protein and protein-nucleic acid complexes en colaboración con la Structural Biology Unit de CIC bioGUNE.</li> <li>• 15 de abril. Ponencia "Structural Biology of Plant Salt Tolerance". Armando Albert, PhD. Instituto de Química-Física Rocasolano, CSIC.</li> <li>• 11 de mayo. Ponencia "Serpín polymerisation: neuroserpín and alpha 1. Antitrypsin related diseases". Elena Miranda Banos, PhD. University of Rome 'La Sapienza', Italy.</li> <li>• 20 de mayo. Ponencia "Protein-protein docking in the interactomics era: integrating theoretical modeling and low-resolution structural data". Juan Fernández Recio, PhD. Barcelona Supercomputing Center, Barcelona.</li> </ul>





# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Colaboración con CICbioGUNE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 de mayo. Ponencia “Cancer exosomes: Vesicular communication that aids tumour growth Exosomes”. Aled Clayton, PhD. Cardiff University and Velindre Cancer Centre.</li> <li>• 3 de junio. Ponencia “Developing vaccines against Rift Valley fever”. Alejandro Brun, PhD. CISA-INIA de Madrid.</li> <li>• 10 de junio. Ponencia “Towards the utilization of cannabinoids as antitumoral agents”. Guillermo Velasco, PhD. Complutense University de Madrid.</li> <li>• 17 de junio. Ponencia “Modulation of chemokine activity by poxviruses and herpesviruses”. Antonio Alcami, PhD. Centro de Biología Molecular Severo Ochoa (CSIC-UAM), Madrid.</li> <li>• 21 de junio. Ponencia “Glycolipid transfer protein fold: A new protein superfamily emerges”. Prof. Rhoderick E. Brown. The Hormel Institute, University of Minnesota, MN, USA.</li> <li>• 24 de junio. Conferencia especial por el Profesor Neil Kaplowitz from NIDDK University of Southern California, USC, USA. “Interplay of Stress Signaling and Mitochondria in Hepatotoxicity”.</li> <li>• 1 de julio. Ponencia “Specificity and promiscuity in protein-ligand interactions”. Per Jemth, PhD. Uppsala Universitet.</li> <li>• 5 de julio. Ponencia “Pathways of Borrelia burgdorferi-induced cardiac inflammation”. Juan Anguita, PhD. The University of Massachusetts Amherst (UMASS).</li> <li>• 6 de julio. Ponencia “Neuregulin-1 Signaling &amp; Schizophrenia: neural connections misbehaving”. Claudia S. Barros, PhD. Bangor University.</li> <li>• 8 de julio. Ponencia “Damage repair in the brain: lessons from Drosophila”. Torsten Bossing, PhD. Bangor University.</li> <li>• 15 de julio. Ponencia “High Performance Computing methods in cryo Electron Tomography”. Daniel Castaño, PhD. Center for Cellular Imaging and Nano Analytics C-CINA.</li> <li>• 1 de septiembre. Ponencia “Structural basis for complement Factor I control and its disease associated sequence polymorphisms”. Pietro Roversi, PhD. University of Oxford.</li> </ul>

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Colaboración con CICbioGUNE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 al 14 septiembre. International Workshop on Metabolomics “Technology and Applications”.</li> <li>• 16 de septiembre. Ponencia “Novel regulators and effectors of canonical and non-canonical Wnt signaling”. Andreas Jenning, PhD. Albert Einstein College of Medicine, New York, USA.</li> <li>• 19 de septiembre. Ponencia “From misfolding to degradation with ubiquitin: a global stress to reveal a novel cytosolic protein quality control pathway”. Thibault Mayor, PhD. The University of British Columbia, Vancouver, Canada.</li> <li>• 30 de septiembre. Ponencia “Characterization of a Prion distribution and infectivity level in sheep TSE models and evaluation of leucodepletion / Prion Trap impact on endogenous infectivity”. Oliver Androletti, PhD. Ecole Nationale Vétérinaire, Toulouse.</li> <li>• 14 de octubre. Ponencia “A combined experimental and theoretical approach to study protein aggregation”. Salvador Ventura, PhD, Universitat Autònoma de Barcelona.</li> <li>• 21 de octubre. Ponencia “NMR and Molecular Recognition: Protein-Carbohydrate Interactions”. Jesús Jiménez- Barbero, PhD. Centro de Investigaciones Biológicas-CSIC, Madrid.</li> <li>• 28 de octubre. Ponencia “Endemic and epidemic viral gastroenteritis: Mechanism of virus evolution and persistence in the human population”. Miren Iturriza, PhD. Health Protection Agency - London, UK. Enteric Viruses Unit Head.</li> <li>• 4 de noviembre. Ponencia “The role of <math>\beta</math>-catenin in the transition between self renewal and differentiation in mES cells”. Prof. Alfonso Martínez Arias. University of Cambridge, UK.</li> <li>• 11 de noviembre. Ponencia “Structural basis for feed-forward transcriptional regulation of membrane lipid homeostasis in Gram-positive bacteria”. Marcelo Guerin, PhD. Universidad del País Vasco UPV/EHU, Unidad de Biofísica.</li> <li>• 18 de noviembre. Ponencia “Structural Biology of Methylation-mediated Epigenetic Regulation”. Prof. Dinshaw J. Patel. Memorial Sloan-Kettering Cancer Center, New York, USA.</li> </ul>

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Acuerdo Marco de Colaboración entre la Real Academia Nacional de Farmacia, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 17 de marzo. Lanzamiento y apertura del curso on line titulado “Educación sanitaria e Interrogantes en Patologías para la Oficina de farmacia”.</li> <li>• 13 de abril. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia” Primera conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Dolor”.</li> <li>• 11 de mayo. Segunda conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “La enfermedad de Parkinson”.</li> <li>• 15 de junio. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia”. Tercera conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Terapia con Antiagregantes y Anticoagulantes”.</li> <li>• 21 de junio. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia” Cuarta conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Trastornos del Sueño”.</li> <li>• 6 de julio. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia” Quinta conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Principales dermatosis en la práctica clínica. Medidas higiénico sanitarias para el cuidado de la piel”.</li> <li>• 20 de septiembre. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia” Sexta conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Enfermedades pulmonares: enfermedad pulmonar obstructiva crónica, síndrome de apneas-hipopneas del sueño, asma y rinitis”.</li> <li>• 11 de octubre. Curso On line “Educación Sanitaria e Interrogantes en patologías para la Oficina de Farmacia” Séptima conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Trastornos funcionales del tracto digestivo superior e inferior”.</li> <li>• 24 de octubre. Sede Real Academia Nacional de Farmacia.. Presentación del libro “Interrogantes y educación sanitaria para la Oficina de Farmacia”.</li> </ul>

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Colaboración con la Real Academia de Ciencias Veterinarias</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de la 2ª convocatoria del premios de la RACVE-Instituto Tomás Pascual Sanz en las áreas de Zootecnia, Patología y Bromatología dotados con 4000 €.</li> <li>• 28 de abril. Córdoba. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. “Amplificación de ADN a tiempo real, una alternativa a los métodos clásicos de detección y cuantificación de microorganismos: Aplicación al diagnóstico preventivo en équidos.” “Nuevas metodologías de la genética molecular y la genómica y su impacto en la práctica veterinaria”.</li> <li>• 26 de mayo. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Valencia.</li> <li>• 29 de septiembre jueves. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Santander. Sede de la Real Academia de Medicina de Cantabria.</li> <li>• 5 de octubre martes. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Zaragoza. "Los retos de la erradicación de la tuberculosis en el siglo XXI". "Las enfermedades priónicas, un antes y un después para la seguridad de los alimentos".</li> <li>• 27 de octubre jueves. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Lugo, Facultad de Veterinaria (Universidad de Santiago de Compostela).</li> <li>• 22 de Noviembre. Sede de la RACVE. Ciclo de conferencias. Algunas consideraciones sobre alimentación y bienestar saludable "Lecturas de los trabajos premiados en los II Premios Instituto Tomás Pascual Sanz-RACVE.</li> <li>• 24 de noviembre . Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Murcia.</li> <li>• 15 de diciembre. Ciclo de Conferencias de la Real Academia de Ciencias Veterinarias y el Instituto Tomás Pascual Sanz. Facultad de Veterinaria de León.</li> </ul>
<p><b>Colaboración con SEMERGEN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 de febrero. Inicio del Curso de actualización en nutrición para atención primaria on-line. El curso tiene duración hasta el 14 de noviembre de 2011.</li> </ul>

## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

**EL DESARROLLO DE CÁTEDRAS EN UNIVERSIDADES PRESTIGIOSAS HA SIDO OTRO DE LOS PUNTOS FUERTES DEL TRABAJO DEL INSTITUTO**

### • Cátedras con Universidades

El desarrollo de cátedras en universidades prestigiosas ha sido otro de los puntos fuertes del trabajo del Instituto. Así, la [Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra](#) patrocinó el certamen audiovisual para jóvenes "Nutrivideo" y concedió el premio "Nutrición y Salud-Nutrition and Health" al profesor Palou. Además, dos alumnas del Máster Europeo en Nutrición y Metabolismo de la UNAV, fueron premiadas por la Cátedra Tomás Pascual-Universidad de Navarra por sus trabajos sobre antioxidantes en la conservación de productos cárnicos, y sobre intervención nutricional en niños y adolescentes para prevenir el sobrepeso y la obesidad.



Una aproximación reflexiva entre la nutrición y la gastronomía ellas es lo que planteó la [Cátedra Tomás Pascual Sanz de la Universidad CEU San Pablo](#) con la jornada 'Diálogos sobre Gastronomía y Nutrición'. Además, como en años anteriores, la Facultad de Farmacia de la Universidad CEU San Pablo entregó el 5 de diciembre los premios de la Cátedra Tomás Pascual Sanz en sus dos modalidades: grupos de investigación y de iniciación a la investigación.

La [Cátedra Tomás Pascual Sanz – Centro Nacional de Investigación de la Evolución Humana \(CENIEH\)](#) organizó en el mes de mayo el seminario "Neander-tales y Sapiens: dos humanos frente a frente" en el Instituto Carlos III de Madrid. Igualmente fueron rel-



Entrega de los premios del certamen audiovisual para jóvenes "Nutrivideo" (a la izquierda) y de la Cátedra Tomás Pascual Sanz de la Universidad de Navarra (a la derecha).

---

evantes otros ciclos de conferencias celebrados en 2011, como las tituladas 'Visiones del Ser Humano' o "Cerebro y alimentación".

Por otro lado, la [Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos](#) organizó el ciclo "Retos medioambientales de la industria alimentaria".



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## CÁTEDRAS Y ACUERDOS CON UNIVERSIDADES

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Cátedra Universidad de Navarra-Instituto Tomás Pascual Sanz.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26 y 27 de mayo. 5as Jornadas de Actualización “Nutrición e Índices de Salud” Universidad de Navarra. Facultad de Farmacia. Visionado de los vídeos presentados a la III edición premio NUTRIVIDEO y entrega de los Premios Nutrivideo. (Iniciado en 2008). Presentación del libro de texto: “Fundamentos de Nutrición y Dietética” . Entrega del Premio Nutrición y salud.</li> <li>• 29 a 31 de Agosto. XXX Curso de Verano de la UPV/EHU. San Sebastian - XXII CURSOS EUROPEOS. Título del Curso: “Personalized Nutrition in Health and Obesity/ Nutrición “a la carta” en la salud y en la Obesidad”.</li> <li>• 15 de septiembre, Acto de Clausura de la VI Edición del Máster Universitario Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU) y entrega de los Premios Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad de Navarra, a los dos mejores Trabajos fin de Master. Entrega de la Beca Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad de Navarra para el VII master Universitario Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU) edición 2011.</li> <li>• 26-29 de octubre. Viernes 28. Congreso de la FENS Palacio de Congresos de Madrid. 11th Conferencia Europea de Nutrición. Patrocinio de la mesa redonda “Proteómica, transcriptómica y nuevos avances en la Biología de Sistemas” entroncada con el congreso de la IUNS 2013 y dentro del programa científico.</li> </ul>



Entrega del Premio Nutrición y Salud en la Universidad de Navarra.

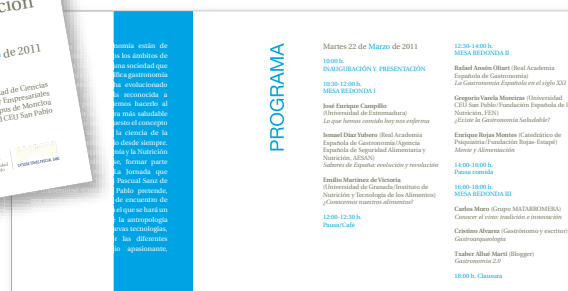
Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 de abril. Ciclo “Retos medioambientales de la industria alimentaria” . “Sostenibilidad en la Empresa Alimentaria” Coordinadoras: María Luisa González San José y Sagrario Beltrán. Departamento de Biotecnología y Ciencia de los Alimentos. Universidad de Burgos.</li> <li>• 18 de mayo. Ciclo de Jornadas sobre “Retos medioambientales de la Industria Alimentaria”. Segunda Jornada: “Aprovechamiento de residuos de producción en la industria alimentaria”.</li> <li>• 23 de junio. Ciclo de Jornadas sobre “Retos medioambientales de la Industria Alimentaria”. Tercera Jornada: “Nuevas tendencias en el envasado de alimentos y en la gestión de los envases”.</li> <li>• 11-12 de julio. Taller. “Quimiometría Alimentaria: Análisis de datos en la Industria Alimentaria”.</li> <li>• 22-23 de septiembre de 2010. Módulo II:. Taller. “Quimiometría Alimentaria: Análisis de datos en la Industria Alimentaria”.</li> <li>• 7 noviembre. Burgos. Presentación del libro: “Los retos actuales de la industria alimentaria”.</li> <li>• 1 de diciembre. Seminario: “Factores Que Modulan La Respuesta Sensorial”. Organizado por la Cátedra Tomás Pascual Sanz- Universidad de Burgos. Departamento de Biotecnología y Ciencia de los Alimentos</li> </ul>



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 de abril. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: “Visiones del ser humano”.</li> <li>• 13 de mayo: Seminario. Salón de Actos del pabellón 14 del Instituto de Salud Carlos III. Campus de Chamartín “Neandertales y Sapiens: dos humanos frente a frente”.</li> <li>• 17 de mayo. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: “Visiones del ser humano”. Rituales del cuerpo. Aproximación a la cultura como transformación del cuerpo humano”. Dr. Honorio Velasco Maillo. Catedrático de Antropología Social. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).</li> <li>• 8 de junio. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: “Visiones del ser humano”. Ponente: “El lenguaje de los besos”. Dr. Jesús de la Gándara Martín. Jefe del Servicio de Psiquiatría, Complejo Asistencial Universitario de Burgos.</li> <li>• 8 de noviembre. Seminario de Neurociencia “Cerebro y Alimentación”. Salón de Actos de la Real Academia de Farmacia Madrid.</li> <li>• 28 de noviembre. Presentación del libro “Genes, ciencia y dieta. Lecciones sobre evolución humana”, editado por el Instituto Tomás Pascual Sanz y el CENIEH.</li> </ul>

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Cátedra Universidad San Pablo CEU-Instituto Tomás Pascual Sanz.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 22 de marzo. Jornada Semana de la Ciencia Madrid: “Diálogos de Nutrición y Gastronomía” Lugar de celebración: Salón de Actos, Campus de Moncloa, Universidad CEU San Pablo.</li> <li>• 5 de abril. Presentación del libro “Hot Topics en Vitaminas” en colaboración con la Cátedra Tomás Pascual Sanz Universidad CEU San Pablo.</li> <li>• 17 de junio. Seminario con el título : Folic Acid Fortification. Why not also Vitamin B12?, a cargo del Prof. Jacob Selhub, Senior Scientist and Professor, director del Vitamin Metabolism and Aging Laboratory en el Jean Mayer USDA HNRC at Tufts University, Boston (EEUU).</li> <li>• 9 de diciembre: Premio Cátedra Tomás Pascual Sanz de reconocimiento a la investigación en alimentación y salud para grupos de investigación de la Universidad CEU San Pablo. 3ª-Edición Curso Académico 2010-2011. Premio Cátedra Tomás Pascual Sanz a los trabajos de investigación para la obtención del Diploma en Estudios Avanzados (DEA) para alumnos de la Universidad CEU San Pablo 10ª Edición Curso Académico 2009-2010.</li> <li>• 14 de diciembre. Presentación del libro: ¿Es posible la Dieta Mediterránea en el Siglo XXI?.</li> </ul>



## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

### • Jornadas técnicas y divulgativas

Además de las colaboraciones con entidades y universidades, el Instituto Tomás Pascual Sanz organiza seminarios acerca de asuntos de interés social desde una aproximación científica. Destaca la celebración el 9 de junio de un seminario sobre el [trastorno de déficit de atención e hiperactividad](#) que afecta a cinco niños de cada aula en las escuelas españolas.

En el mes de octubre tuvo lugar en el CSIC el seminario [Trastornos de la Conducta Alimentaria](#) en colaboración con la Fundación Instituto Investigación Trastornos de la Conducta Alimentaria.

Por otro lado, el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud junto con el [Centro Mixto Universidad Complutense de Madrid-Instituto de Salud Carlos III de Evolución y Comportamiento Humanos](#) convocaron desde mayo a diciembre de 2011 el ciclo de conferencias [“Neurociencia Cognitiva”](#), para debatir, por ejemplo, sobre aspectos relacionados con el cerebro y la creatividad.



Seminario Trastornos de la Conducta Alimentaria.



Presentación del libro *“Terminología Básica de la Actividad Física y el Deporte”* traducido al Euskera.

## JORNADAS TÉCNICAS Y DIVULGATIVAS

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<p><b>Colaboración con la Diputación Foral de Guipuzcoa.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 de febrero. Presentación del libro “Terminología Básica de la Actividad Física y el Deporte” traducido al Euskera.</li> </ul>
<p><b>Colaboración con la Asociación Española de Profesionales de Análisis Sensorial AEPAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13 abril. Mesa Redonda: “Ciencia sensorial: situación actual y perspectivas de futuro”. Aula Magna de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid.</li> </ul>
<p><b>Colaboración con la Sección de Neurociencia Cognitiva del Centro Mixto UCM-ISCIII de Evolución y Comportamiento Humanos.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 de mayo. 1ra. conferencia del ciclo de conferencias sobre “Neurociencia Cognitiva”. “Anticipando la enfermedad de Alzheimer mediante técnicas no invasivas: respuestas de la Neurociencia del S. XXI”.</li> <li>• 19-22 de septiembre. Salón de Actos del pabellón 14 del Instituto de Salud Carlos III. Campus de Chamartín “Escuela de verano. Creatividad y Neurociencia Cognitiva”.</li> <li>• 18 de octubre. I Instituto de Salud Carlos III, Campus de Chamartín. 2ra. conferencia del ciclo de conferencias sobre “Neurociencia Cognitiva”. “Procesos cerebrales y corpóreos en el significado lingüístico”.</li> <li>• 15 de diciembre. Hora 19:00 horas. Salón de Actos del pabellón 14 del Instituto de Salud Carlos III, Campus de Chamartín. 3ra. conferencia del ciclo de conferencias sobre “Neurociencia Cognitiva”. “Neurociencia Cognitiva de la Atención”.</li> </ul>
<p><b>Colaboración con FACE.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 de mayo. Biblioteca de la Asociación de la Prensa de Madrid. Con motivo del día internacional del Celiaco el 27 de mayo, presentación de la 2ª edición actualizada del Manual del Celiaco.</li> </ul>

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD



## En 2011 se han desarrollado::

- 4 cátedras con universidades.
- 6 obras publicadas en colaboración con entidades e instituciones científicas.
- Colaboración con 15 entidades vinculadas a la investigación o la difusión de la salud.

Acuerdo	Actividades de desarrollo
<b>Seminarios del Instituto Tomás Pascual Sanz.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trastornos del Déficit de Atención e Hiperactividad. 9 de junio. Seminario “TDAH: origen y desarrollo” Sede: Aula Magna, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad CEU San Pablo.</li> </ul>
<b>Colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía y Manuela Juárez.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 21 a 23 de septiembre. Encuentro: “Alimentación y Salud: Alimentos Funcionales” con la Universidad Internacional de Andalucía. Director: Profesora Manuela Juárez Iglesias. Profesora de Investigación del Instituto del Frío (CSIC).</li> </ul>
<b>Colaboración con Asociación Española de Alérgicos a los Alimentos y al Látex.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 de octubre. Presentación del libro “Alergias alimentarias ¿Y ahora qué? Editado en colaboración con AEPNAA.</li> </ul>
<b>Colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 de octubre. Cuenca. XII Seminario Nutrición “Nutrición y Alimentación: Elecciones diarias con impacto en la salud” en colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Cuenca. “Fortificación de alimentos: luces y sombras” Profesor Dr. Gregorio Varela Moreiras. Catedrático de Nutrición y Bromatología.</li> </ul>
<b>Colaboración con Fundación Instituto Investigación Trastornos de la Conducta Alimentaria.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 a 21 de octubre Seminario Trastornos de la Conducta Alimentaria en Colaboración con Fundación Instituto Investigación Trastornos de la Conducta Alimentaria. Salón de Actos del CSIC. Madrid. Jornada científica sobre TCA y otros Síndromes en el siglo XXI. “Controversias sobre los trastornos alimentarios. Jornadas de actualización y debate”.</li> </ul>
<b>Colaboración con Fundación Ciencias de la Salud.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 de octubre de 2011. Salón de Actos Consejería de Sanidad C/ Alameda de Re-calde, 39, Bilbao. Ciclo de Innovación Sanitaria II: “El Valor de la Prevención”.</li> </ul>
<b>Acuerdo con Diario Médico.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 de febrero. Firma del Acuerdo de Colaboración con Diario Médico. “Patologías Contemporáneas: Salud Metal y TDHA, Trastornos de la Conducta Alimentaria y Diabetes”.</li> </ul>

## • Publicaciones

Seis publicaciones han sido presentadas en 2011 fruto de los acuerdos existentes con las diversas entidades con las que colabora el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud. Los temas abordados en estas obras han ido desde el análisis de problemas de salud relacionados con la alimentación como la celiaquía o las alergias alimentarias, hasta la defensa de la dieta mediterránea o los retos de la industria alimentaria.

La Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad CEU San Pablo publicó en abril el libro titulado *“Hot Topics’ en Vitaminas y Salud”*, cuyo contenido corrobora el inagotable interés profesional y mediático de las vitaminas como parte esencial de la nutrición, así como el mundo que las rodea, desde el llamado mercado de las vitaminas hasta las diferencias en legislación y en aporte nutricional en los distintos países europeos.

Después del éxito obtenido por la primera edición del *“Cuaderno de la Enfermedad Celíaca”*, del que se distribuyeron 30.000 ejemplares y realizaron 12.000 descargas desde la web, la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) y el Instituto Tomás Pascual Sanz lo han publicado de nuevo, actualizado, en mayo de 2011.

El Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, la Real Academia Nacional de Farmacia y el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid presen-

taron en octubre el libro *“Interrogantes y educación sanitaria para la Oficina de Farmacia”*, manual que recoge los conocimientos más avanzados sobre diversas patologías y los consejos que los farmacéuticos pueden dar en base a ellos.

La segunda edición del libro *“Alergias alimentarias, ¿y ahora qué?”* fue presentada por el Instituto Tomás Pascual Sanz y la Asociación Española de Alérgicos a los Alimentos y al Látex el 5 de octubre. Se trata de una actualización de este manual, nacido como una primera aproximación a la enfermedad, para concienciar a la “sociedad no alérgica” de la importancia de este trastorno, hacia una mejor integración de los colectivos alérgicos.



Presentación de la segunda edición del libro *“Alergias alimentarias, ¿y ahora qué?”*.

## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

La Universidad de Burgos y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud presentaron en noviembre en la Facultad de Derecho de Burgos el trabajo *“Los retos actuales de la industria alimentaria”*, que pretende ser un acercamiento a los desafíos que hoy afronta la industria de la alimentación.

Por último, en diciembre la Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad CEU San Pablo publicaron el libro titulado *“¿Es posible la dieta mediterránea en el siglo XXI?”*, que recoge las conferencias desarrolladas bajo el mismo título en la Universidad CEU San Pablo.



Presentación del libro *“¿Es posible la dieta mediterránea en el siglo XXI?”*.

### Transmisión de valores: Centro de Investigación en Valores (CIVSEM)

El Centro de Investigación en Valores Sociales y Empresariales (CIVSEM) es otro proyecto de la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara para preservar el legado fundador de la compañía en lo relativo a la transmisión de valores profesionales y personales, profundizando así en las principales áreas de responsabilidad social.

El Centro de Investigación en Valores tiene como misión la investigación, divulgación y formación sobre valores humanos, y cómo éstos favorecen la integración, convivencia, superación, innovación y sentido de trascendencia de las personas. En el ámbito empresarial, investiga sobre la forma en que los valores influyen en la creación de espacios de convivencia productiva y en la formación de líderes generadores de excelencia humana.

Para desarrollar sus fines, CIVSEM impulsa la colaboración con diferentes tipos de organizaciones: privadas, universidades, ONG's u organismos oficiales y, además, ofrece un servicio a las empresas, entre ellas Leche Pascual, como formadora de profesionales especializados.

La formación ha seguido siendo un eje básico de CIVSEM en 2011. Tanto con nuevas ediciones de los programas ya existentes como *“Vivir los valores en la empresa”*, destinado al mundo empresarial, y *“Desarrollo Personal y Orientación Profesional”*,

---

con una orientación más social. Como a través de nuevas fórmulas para la formación de profesionales como el *“Programa de Coaching para el Desarrollo y la Intervención Social”*. Es igualmente reseñable el acuerdo de colaboración entre la compañía Indra y CIVSEM para la formación y el desarrollo del talento en las empresas, proyecto presentado en Grupo Leche Pascual y vinculado al programa Lidera de la compañía alimentaria.

Dentro de su actividad, destaca la organización de un taller sobre Fundamentos Biológico-Culturales del Vivir Humano de la mano de Humberto Maturana, candidato al Premio Nóbel.



**LA FORMACIÓN EN VALORES SOCIALES Y PROFESIONALES HA SIDO UN EJE BÁSICO DE CIVSEM EN 2011**

---



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## Valores que potencia CIVSEM



### RESPECTO

Aceptación de la diversidad humana hacia quienes piensan y tienen creencias diferentes. Permite hacer emerger a cada uno en su máxima plenitud y abre un espacio a la legitimidad de los demás en sus diferencias y autonomía.



### CONFIANZA

Seguridad que permite actuar libremente para generar iniciativas y desarrollo. Es el gran motor de la acción y del potencial transformador de los seres humanos. Sin confianza no hay brillo.



### INTEGRIDAD

Significa tomar plena posesión de uno mismo. Asumir la responsabilidad de las propias acciones y ser conscientes del tipo de persona que se construye al actuar como cada uno actúa.



### CORAJE

Es el convencimiento sobre la capacidad de lograr que las cosas sucedan. Remite al espacio de posibilidades, al espacio de acciones posibles. Con coraje, las personas crean su propio destino.



### COMPROMISO

Responsabilidad que se adquiere con uno mismo y con los demás para el cumplimiento de las promesas. Define la identidad, el grado de fiabilidad de la palabra y la efectividad en la coordinación de acciones.

**civsem**  
Centro de Investigación en Valores

---

## PRINCIPALES ACTIVIDADES CIVSEM 2011

---

<b>Investigación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigación sobre Cambio Emocional y valores: Guillermo Myro – MAV. Inicio: Noviembre 2011.</li><li>• Investigación: CIVSEM emprende: Lanzamiento de Emprendedores. Septiembre – Diciembre 2011.</li></ul>
<b>Divulgación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• I Ciclo de Conferencias Vivir los Valores. Fundación Valentín de Madariaga. (Enero – marzo 2011).</li><li>• Conferencia: Emociones que facilitan resultados en el Entorno Empresarial. II Cumbre para Empresas de Comunicación. Castellón de la Plana. Marzo 2011.</li><li>• Conferencia: Utilidad del Coaching para la Gestión del Capital. Humano. I Congreso Internacional de Coaching AECOP. Junio 2011.</li><li>• Conferencia sobre Valores y Transformación Personal. Universidad de Huelva. Septiembre 2011.</li><li>• Colaboración en la divulgación y difusión del II Congreso de Mentas Brillantes. Octubre 2011.</li><li>• Conferencia Valores para Cambiar el Mundo. Asociación Impulso Profesional. Noviembre 2011.</li><li>• Conferencia ¿Con qué emociones construyes tu vida?. COGAM. Noviembre 2011.</li><li>• II Ciclo de Conferencias Vivir los Valores. Fundación Valentín de Madariaga (Diciembre 2011 – abril 2012).</li></ul>

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

<p><b>Formación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Empresa:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Vivir los Valores en la Empresa. Proyecto Hombre Málaga: febrero – octubre 2011.</li> <li>» Vivir los Valores en la Empresa. Sevilla: inicio mayo 2011.</li> <li>» Gestión de Talento y Cultura: Acuerdo de colaboración entre Indra &amp; CIVSEM para la formación y desarrollo del Talento en las Empresas. Proyecto presentado en Grupo Leche Pascual: Programa Lidera. Abril 2010 – actualidad.</li> <li>» Impartición del Curso sobre Valores, MacPuar S.A. Sevilla. Mayo 2011.</li> </ul> </li> <li>• <b>Social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» DPOP 8. Curso de Desarrollo Personal y Orientación Profesional. Febrero – mayo 2011. (2 grupos).</li> <li>» Baila, Aprende y Emprende. (Desarrollo del espíritu emprendedor con niños de 7 a 13 años). Junio – julio 2011.</li> <li>» DPOP para adolescentes. (13 a 17 años). Julio 2011.</li> <li>» DPOP 9. Curso de Desarrollo Personal y Orientación Profesional. Septiembre - diciembre 2011. (2 grupos).</li> <li>» Taller sobre Constelaciones Familiares. Enero 2011-febrero 2011 / mayo 2011.</li> </ul> </li> <li>• <b>Formación para profesionales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Círculos Reflexivos en Biología Cultural. 17 – 20 de enero de 2011.</li> <li>» Taller sobre fundamentos Biológico Culturales del Vivir Humano con Humberto Maturana (21 de enero de 2011).</li> <li>» Programa de Coaching para el Desarrollo y la Intervención Social I. Madrid. Abril 2011 – febrero 2012.</li> <li>» Programa de Coaching para el Desarrollo y la Intervención Social II. Madrid. Noviembre 2011 – agosto 2012.</li> </ul> </li> </ul>
-------------------------	---

## Comunidad y Empresa:

Acción social, patrocinio y mecenazgo en Grupo Leche Pascual

Complementariamente a la estrategia de la familia propietaria, el Grupo Leche Pascual efectúa una intensa actividad de acción social en la sociedad. Estos proyectos de **patrocinio y mecenazgo** se vinculan a zonas geográficas en las que la compañía tiene una especial presencia, así como a aspectos relacionados con su actividad empresarial.

### Donación de productos: Bancos de Alimentos

Grupo Leche Pascual centraliza la donación de productos a la sociedad especialmente a través de los **Bancos de Alimentos**, organizaciones sin ánimo de lucro basados en el voluntariado con la misión de recuperar excedentes alimenticios y redistribuirlos entre las personas necesitadas. Las aportaciones se concentran desde el complejo fabril de Aranda de Duero, pero llegan hasta 30 bancos de alimentos repartidos por toda España. En 2011 la compañía ha donado 1,05 millones de kilos de productos: leche y derivados, postres lácteos, zumos, yogures, etc.

Asimismo, Leche Pascual ha colaborado en 2011, como en años anteriores, con el Ejército del Aire mediante la donación de 1.200 kilos de yogures y zumos destinados al pueblo afgano.



### Leche Pascual ayudó a los damnificados de Lorca a través del Banco de Alimentos de Murcia

Para ayudar a los damnificados del terremoto de Lorca, Grupo Leche Pascual ha enviado, desde su planta de Aranda de Duero en Burgos, un tráiler de 18 toneladas con 60.000 envases de zumos, yogures, mantequilla y otros productos lácteos con destino al Banco de Alimentos de Murcia.



### Bancos de Alimentos beneficiarios de las donaciones de Leche Pascual en 2011

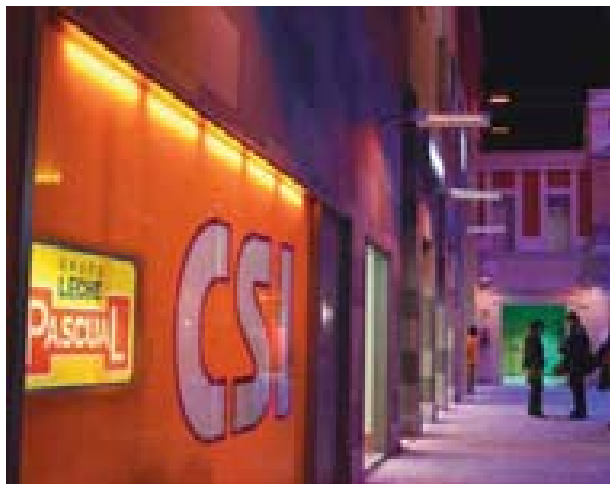
- Banco Alimentos Pamplona
- Banco Alimentos Cáceres
- Banco Alimentos Alicante
- Banco Alimentos Tarragona
- Banco Alimentos Aragón
- Banco Alimentos Bilbao
- Banco Alimentos Gerona
- Banco Alimentos Ávila
- Banco Alimentos Valladolid
- Banco Alimentos Teruel
- Banco Alimentos Lugo
- Banco Alimentos Asturias
- Banco Alimentos Ávila
- Banco Alimentos Badajoz
- Banco Alimentos León
- Banco Alimentos Salamanca
- Banco Alimentos Toledo
- Banco Alimentos La Rioja
- Banco Alimentos Ponferrada
- Banco Alimentos Barcelona
- Banco Alimentos Cantabria
- Banco Alimentos Pontevedra
- Banco Alimentos Málaga
- Banco Alimentos Murcia
- Banco Alimentos Castellón
- Banco Alimentos Santiago
- Banco Alimentos Albacete
- Banco Alimentos Rías Altas La Coruña
- Banco Alimentos Burgos
- Banco Alimentos Madrid

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## Patrocinios culturales y educativos

En 2011, Grupo Leche Pascual ha mantenido la colaboración con [Micropolix](#), una pequeña ciudad para los niños con el objetivo de educar a través de juegos y atracciones imitando a los mayores: ayuntamiento, supermercado, hospital, biblioteca, autoescuela, radio, periódico, academia de policía...

Leche Pascual patrocina el espacio “[CSI, Centro de Salud Interna](#)”, para divulgar lo importancia de una correcta nutrición a través de un viaje fantástico al interior del cuerpo humano. Como actividad adicional se ha creado el juego de la “[Pirámide de los alimentos](#)”, en el que un monitor explica los fundamentos de una correcta nutrición para que, posteriormente, los niños construyan la pirámide con alimentos reales.



## Apoyo a la formación y el empleo joven

Grupo Leche Pascual participa el programa de la [Fundación Junior Achievement “La Compañía: Empresa Solidaria”](#), una actividad que ayuda a jóvenes entre 16 y 19 años a apreciar y comprender mejor el papel de las empresas en nuestra sociedad a través de la propia creación de una mini compañía. El premio al mejor proyecto de RSC es patrocinado por Leche Pascual. Durante el año escolar 2010-2011, 50 centros educativos de 6 comunidades autónomas (Andalucía, Canarias, Castilla La Mancha, Cataluña, Castilla León y Madrid) han formado 85 miniempresas educativas involucrándose 1.111 alumnos.

En la fiesta de entrega de premios de la V Competición Nacional de miniempresas celebrada en abril, *Recycle and Desing* del Colegio Ramón y Cajal de Madrid obtuvo la “*Mención especial responsabilidad social Grupo Leche Pascual*” entregada por Sonia Pascual Gómez-Cuétara, consejera del grupo. Su objeto social era la comercialización de productos de papelería basados únicamente en material reciclado.

En 2011 Leche Pascual ha mantenido su patrocinio del [Programa Primer Empleo de la Asociación de la Prensa de Madrid](#) para la integración laboral de jóvenes periodistas.

**Aportaciones a patrocinios (declarados legalmente de excepcional interés público)**

	2009	2010	2011
ADO	750.000	825.000	900.000
ADOP	150.000	150.000	150.000
Volvo Ocean Race Alicante	3.000.000	-----	1.000.000
Guadalquivir	600.000	600.000	-----
World Race Vela Barcelona	200.000	2.800.000	-----
<b>Total</b>	<b>4.700.000</b>	<b>4.375.000</b>	<b>2.050.000</b>

**Principales entidades de mecenazgo con las que ha colaborado Grupo Leche Pascual en 2011**

Asociación de la prensa de Madrid- Programa Primer Empleo	
Fundación Deporte Joven- Consejo Superior de Deportes	
Fundación Hispana de Osteoporosis y Enfermedades Metabólicas	
Fundación Atapuerca	
Fundación Integra	
Fundación Renal Iñigo A. de Toledo	
<b>Total</b>	<b>381.512€</b>



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## Participación en asociaciones empresariales y profesionales

Grupo Leche Pascual está comprometido con diversas asociaciones empresariales y profesionales que defienden los intereses de grupos de interés variados para la compañía como propietarios de pymes locales, productores de marcas reconocidas, empresarios familiares, logistas, etc. En 2011 ha tenido relación, bien colaborando puntualmente o participando directamente como asociado, con 14 de estas instituciones.



## Principales asociaciones empresariales y profesionales con las que ha colaborado Grupo Leche Pascual en 2011

AECOC	
Asociación empresarial Aranda y la Ribera	
Promarca. Asoc. españ.emp. productos marca	
Asociación madrileña de la empresa familiar	
Autocontrol. Asoc. para la autorregul. de la comunicación comercial	
Centro español de logística	
Círculo de empresarios	
Confederación empresarial Madrid CEIM-CEOE	
Confederación española de organizaciones empresariales (CEOE)	
Confederación organización empresarial de Castilla-León (CECALE)	
Confederación de empresarios de Andalucía	
Empresa familiar de Castilla-León	
Instituto de la empresa familiar	
Foro de la Nueva Economía	
<b>TOTAL APORTACIONES:</b>	<b>149.060 €</b>

---

## Comunidad y empleados: Grupo de Voluntariado de Leche Pascual

---

Junto con la práctica deportiva, la conciliación de la vida profesional y personal, la igualdad o la integración, el voluntariado es otro de los valores que Grupo Leche Pascual ha impulsado entre sus empleados en los últimos años.

El [Grupo de Voluntariado](#) se fraguó en las propias oficinas de Leche Pascual a finales de 2008. Algunos empleados, de manera espontánea, decidieron poner en marcha actividades de acción humanitaria que, en poco tiempo, obtuvieron el apoyo de trabajadores de once delegaciones más.

Entre las muchas actividades promovidas por el grupo de voluntariado de Leche Pascual en 2011 destacan la recogida de alimentos y juguetes, participación en carreras solidarias, campañas de donación de sangre y diferentes programas de reinserción laboral, como el Taller 99 de Cáritas. Más de 325 personas han participado en esta iniciativa social.

Especialmente significativa fue la celebración del 15 al 22 de octubre de la [Semana del Voluntariado Corporativo](#), con más de cien participantes repartidos entre Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Aranda. En Madrid, 72 personas vinculadas a Leche Pascual acudieron al comedor social y centro de día del

*Programa integral Vicente de Paul*, dirigido a socialmente desfavorecidos. Además, los miembros del Grupo de Voluntariado de Leche Pascual en Sevilla y Valencia se adhirieron al “Día Solidario de las Empresas” para la participación social de las compañías a través del voluntariado corporativo. Otro grupo de voluntarios de Leche Pascual en Aranda de Duero asistió a charlas impartidas por la asociación Asadema que atiende discapacidades intelectuales. Por su parte, en colaboración con la ONG *Humana Fundación Pueblo para Pueblo*, la delegación comercial de Grupo Leche Pascual en Barcelona recogió más de 150 kilos de ropa, telas, calzados y mantelerías destinados, según su valor, a su red de tiendas, a un proyecto de cooperación en Mozambique o al reciclaje. Igualmente fue muy exitosa la convocatoria de voluntariado de la Delegación de Barcelona para la campaña [“Gran recapte 2011”](#) de la mano del Banco de Alimentos.



[Semana del Voluntariado en Madrid.](#)



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## Actividades del Grupo de Voluntariado de Leche Pascual en 2011

Actividad	Centro	Fecha
CAMPAÑA RECOGIDA ROPA Y JUGUETES	GERENCIA LEVANTE	FEBRERO
CAMPAÑA DONACIÓN DE SANGRE	MADRID MANOTERAS	MARZO/OCTUBRE
CAMPAÑA DONACIÓN DE SANGRE	ARANDA	MAYO
AYUDA PARA IKER	LA QUINTA, BEZOYA, MADRID, ARANDA Y SEVILLA	MAYO
ACUERDO CÁRITAS CANASTILLAS BEBES	MADRID	OCTUBRE
CARRERA CONTRA EL CÁNCER CON AVON	MADRID	OCTUBRE
SEMANA DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO	MADRID, BARCELONA, SEVILLA, VALENCIA	OCTUBRE
CAMPAÑA RECOGIDA DE ALIMENTOS	BARCELONA	NOVIEMBRE
MERCADILLO SOLIDARIO CON CÁRITAS	MADRID MANOTERAS	DICIEMBRE
REPRESENTACIÓN DE OBRA TEATRAL Y POSTERIOR FIESTA EN UNA RESIDENCIA	ALMERÍA	DICIEMBRE

Actividad	Centro	Fecha
CAMPAÑA RECOGIDA DE ALIMENTOS	ALMERÍA	DICIEMBRE
CAMPAÑA RECOGIDA DE ALIMENTOS	ASTURIAS	DICIEMBRE
CAMPAÑA RECOGIDA DE JUGUETES	GURB	DICIEMBRE
CAMPAÑA RECOGIDA DE JUGUETES	SEVILLA	DICIEMBRE



1	2	3
4	5	6

- 1 y 6: Semana del Voluntariado Corporativo.  
 2 y 3: Campaña para la recogida de alimentos.  
 4: Campaña para la recogida de juguetes.  
 5: Campaña Ayuda para Iker.

## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

La industria de la Alimentación y Bebidas arrojó en 2011 una cifra de negocio de más 80.000 millones de euros, contribuyendo a la economía con un 7,6% del PIB, al mismo nivel, o por encima, de sectores como el de la automoción, las TIC o la moda. Esta industria solamente se ve superada por el sector turístico.

Para una compañía multiproducto como Grupo Leche Pascual, con presencia en diversos mercados como lácteos, zumos, aguas, ovoproducto o soja, forma parte relevante de su estrategia una relación con sus competidores basada en la **responsabilidad y el fomento de la competitividad en el seno de los foros e instituciones sectoriales**. Estrategia coordinada, en la mayor parte de las ocasiones, con el enfoque que la compañía dirige hacia las administraciones públicas.

Así, a fin de reforzar sus diferentes estrategias sectoriales, el **incremento de la visibilidad** y la **representación de la empresa en todos los niveles de la Administración** han sido en 2011 objetivos constantes. Esta aproximación de Grupo Leche Pascual descansa sobre el establecimiento de relaciones de colaboración, duraderas y estables con todas las administraciones públicas en diversos campos:

- **Administración General del Estado**
- **Administraciones públicas territoriales: comunidades autónomas y municipios**
- **Poder legislativo: Cortes Generales**



Visita de una delegación de las Cortes Generales a través del Programa Empresa Parlamentarios.

---

Grupo Leche Pascual ha prestado en 2011 atención a la relación con los poderes públicos responsables competencialmente de sus áreas de actuación -especialmente las carteras ministeriales garantes de las políticas de salud, alimentación y agricultura- así como a aquellas administraciones más cercanas a las áreas geográficas en las que Leche Pascual desarrolla su actividad -comunidades autónomas y ayuntamientos-. Las relaciones institucionales se refuerzan con la tradicional apuesta de la compañía de puertas abiertas hacia las administraciones públicas.

En ambos casos, la presencia en asociaciones sectoriales y la relación con los poderes públicos, se desarrolla bajo la dirección del [Departamento de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales](#) de Grupo Leche Pascual.

---

#### **Estrategia institucional de Grupo Leche Pascual en las asociaciones sectoriales**

- Facilitar las operaciones de la empresa, **disminuyendo riesgos a través del marco normativo.**
  - Fomentar la **competitividad de cada mercado** para facilitar la puesta en valor de los atributos de las marcas de Leche Pascual.
  - Liderazgo responsable en la elaboración de **posturas comunes ante las administraciones públicas.**
- 



# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## Presencia de Grupo Leche Pascual en grupos de trabajo de FIAB

- **Comité de Medio Ambiente:**
  - » Grupo de trabajo de Emisiones.
  - » Grupo de trabajo de Residuos.
  - » Grupo de trabajo de Sostenibilidad.
- **Comité de Política Alimentaria y del Consumidor:**
  - » Grupo trabajo de Dieta, Actividad Física y Salud: proyecto Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición, reformulación de productos.
  - » Grupo de Trabajo de Etiquetado: proyecto de Reglamento de Información Alimentaria al Consumidor.
  - » Grupo de Trabajo de Seguridad Alimentaria.
  - » Grupo de Trabajo de Alegaciones: Reglamento Europeo de Alegaciones Nutricionales.

## Industria alimentaria

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebida (FIAB) está integrada por más de 50 asociaciones sectoriales que agrupan a más de 8.000 empresas pertenecientes a los principales sectores de la industria alimentaria española: lácteos, aguas envasadas, zumos etc. Grupo Leche Pascual ha estado representado durante el año 2011 en la Junta Directiva de FIAB y en los comités de Medio Ambiente y de Política Alimentaria y del Consumidor. Cabe igualmente destacar la presencia de Tomás Pascual Gómez-Cuétara en el patronato de la [Fundación Alimentum](#), una organización independiente sin ánimo de lucro, formada por empresas con el fin de fomentar una alimentación adecuada.

Una de las funciones de Leche Pascual en FIAB consiste en el seguimiento de las principales propuestas legislativas tanto nacionales como comunitarias al tratarse de temas transversales que afectan a la actividad de la compañía en todos los sectores en los que opera.



## Programa Empresa-Parlamentarios: Leche Pascual se acerca a las Cortes Generales

Esta iniciativa continúa una larga tradición de Leche Pascual para acercar el mundo empresarial a los legisladores. De esta manera, los representantes parlamentarios nacionales y autonómicos tienen la oportunidad de conocer de cerca aspectos relativos a la producción, la tecnología industrial o las relaciones de los fabricantes con ganaderos y agricultores.

- Durante el primer semestre un grupo de **cinco diputados** han realizado su estancia en distintos centros productivos de la empresa (Complejo de Aranda, Ovoproducto, Bezoya Trescasas y Palma del Río). Al finalizar se celebró un encuentro en el Congreso junto con el Presidente Bono al que asistió Tomás Pascual.
  - » **Participantes:** María José Fernández Aguerri, diputada por Navarra; Carmen Achutegui Basagoiti, María Arritokieta Marañón, Fernando Boada González, diputados todos de Guipúzcoa; y José Vicente Muñoz Gómez, diputado por Barcelona.
- En el mes de julio se forma nuevo grupo de parlamentarios con **dos diputados y tres senadores** interesados en realizar el programa PEP en Leche Pascual. El 12 de julio se celebró la primera sesión y encuentro con Tomás Pascual, mientras que la segunda y tercera sesión tuvieron lugar los días 19 y 20 de septiembre en fábricas Bezoya y Aranda.
  - » **Participantes:** Los senadores Joan Roig por Cataluña, Jesús Aguirre de Córdoba, Fermín Cerdán por Albacete; y los diputados Juan Manuel Albendea y Sara Dueñas, por Sevilla y Segovia respectivamente

Normativa o proyecto	Posicionamiento de Grupo Leche Pascual
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reglamento Europeo de Alegaciones Nutricionales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apostar por el rigor y control en las alegaciones de salud y nutrición.</li> <li>• Hacer el esfuerzo por ajustar las declaraciones y alegaciones al mismo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición (5/07/11)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defensa del criterio nutricional de la inexistencia de alimentos buenos y malos.</li> <li>• La ley regula en profundidad la publicidad dirigida a menores, materia hasta ahora gestionada por el código de autorregulación PAOS al que está adherido Leche Pascual.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Anteproyecto de ley para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de los contratos ganaderos y de los códigos de prácticas comerciales entre la industria y la distribución.</li> <li>• Asegurar relaciones equilibradas también con la distribución, siempre que se genere transparencia y seguridad jurídica en todos los eslabones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reglamento Europeo de Información Alimentaria al Consumidor (25/10/11)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unifica la legislación de etiquetado nutricional e información al consumidor.</li> <li>• Defender la utilización de GDAs/CDOs como un mejor sistema de información al consumidor en materia de nutrición.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ley de Residuos y Suelos Contaminados (07/11)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defender la claridad en cuanto a qué subproductos serán residuos y cuáles no, así como su aplicación homogénea en todas las CCAA.</li> <li>• Oposición, como defiende CEOE, FIAB y las asociaciones de la distribución a la aplicación obligatoria de un Sistema de Depósito, Devolución y Retorno.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ley General de Salud Pública (5/10/11)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre las funciones de la Administración en la vigilancia de la salud pública, se incluye la seguridad alimentaria, incluyendo los riesgos alimentarios.</li> <li>• Por lo que respecta a la publicidad, se señala la facultad de las Administraciones Públicas de velar por que la información sobre salud dirigida al público sea veraz.</li> </ul>

**GRUPO LECHE PASCUAL HA ESTADO REPRESENTADO DURANTE EL AÑO 2011 EN LA JUNTA DIRECTIVA DE FIAB Y EN LOS COMITÉS DE MEDIO AMBIENTE Y DE POLÍTICA ALIMENTARIA Y DEL CONSUMIDOR**

## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

**GRUPO LECHE PASCUAL SE HALLA REPRESENTADO EN LA COMISIÓN DIRECTIVA DE FENIL Y EN 2011 HA PASADO A OCUPAR LA PRESIDENCIA DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES DE LECHE LÍQUIDA Y DERIVADOS LÁCTEOS DE LARGA DURACIÓN**

### Sector lácteo

La [Federación Nacional de Industrias Lácteas \(FeNIL\)](#) representa al sector industrial lácteo español y tiene como misión la defensa de sus intereses comunes. Está formada por las asociaciones de leche líquida, mantequilla, quesos y yogures.

Grupo Leche Pascual se halla representado en la Comisión Directiva de FeNIL y en 2011 ha pasado a ocupar la presidencia de la [Asociación Nacional de Industriales de Leche Líquida y Derivados Lácteos de Larga Duración](#) a través del directivo Óscar Hernández, según acuerdo por unanimidad de su Asamblea General. Desde este cargo, Leche Pascual ha iniciado los trabajos con el objetivo de dotar a la asociación de un código de autorregulación de parámetros de calidad de la leche UHT (clásicas y funcionales). A finales de año se acordó aprobar el protocolo de autocontrol de la calidad de la leche líquida de consumo y someterlo al compromiso para su cumplimiento a las empresas integradas en la asociación.

También se ha propuesto la renovación de las guías de seguridad alimentaria de la asociación. Así, la Comisión Delegada de la Asociación de Leche Líquida acordó actualizar la Guía de análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC) de las leches de consumo.

Desde el punto de vista legislativo, en abril fue aprobado el RD 460/2011, por el que se regula el reco-

nocimiento de las organizaciones de productores de leche y de las organizaciones interprofesionales en el sector lácteo, además de explicitarse las decisiones de España sobre la contratación en el sector lácteo. En el marco comunitario, durante 2011 se ha tramitado en el Parlamento Europeo la modificación del Reglamento UE 1234/2007, el conocido como “Paquete lácteo”. Esta norma, que contempla diversos aspectos del reglamento español, debe contribuir a garantizar unos mínimos de renta para los ganaderos y a la consolidación de las organizaciones de productores. Grupo Leche Pascual, con más del



---

90% de la leche ya contractualizada, es favorable a la obligatoriedad de los contratos y al establecimiento de instrumentos de gestión de mercados que permitan asegurar el futuro del sector.

Por último, cabe destacar que en 2011 Grupo Leche Pascual ha presidido el grupo de trabajo de Sostenibilidad de FeNIL.



### Mercado lácteo en España

- Las industrias lácteas en España procesan una media anual estimada de **7 millones y medio de toneladas de leche** de vaca, oveja y cabra.
- Sus ventas representan en torno al **10 por ciento del valor de las ventas** de la Industria alimentaria.
- Este dato supone un **2 por ciento del total de la industria española**.
- En su actividad se emplean de forma directa más de **32.000 personas** constituyendo un sector de gran importancia para la economía española.

Fuente: FeNIL

---



Un momento institucionalmente relevante para Leche Pascual tuvo lugar el 31 de marzo, cuando el **Vicepresidente Segundo y Consejero de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León**, Tomás Villanueva, visitó el complejo fabril de Leche Pascual en Aranda de Duero. El consejero estuvo acompañado por Begoña Hernández Muñoz, Viceconsejera de Economía e Ignacio Javier Ariznavarreta Esteban, Viceconsejero de Empleo.



## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

**GRUPO LECHE PASCUAL HA MANTENIDO LA PRESIDENCIA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ZUMOS (ASOZUMOS) Y PRESIDE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE AUTOCONTROL DE LA CALIDAD DE ZUMOS Y NÉCTARES (AEAZN)**

### Sector zumos y néctares

En 2011, Grupo Leche Pascual ha mantenido la presidencia de la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos), integrada por la mayor parte de las empresas del sector, con una representatividad sectorial de más del 80% de la producción nacional y miembro de la European Fruit Juice Association (AIJN).

La compañía también preside la Asociación Española de Autocontrol de la Calidad de Zumos y Néctares (AEAZN), perteneciente a la Asociación Europea de Autocontrol de Zumos y Néctares (EQCS). En ambas asociaciones, la presidencia corre a cargo de Oscar Hernández, Director de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales de Grupo Leche Pascual.

La AEAZN actúa en virtud del principio de autorregulación por el que el propio sector realiza el control analítico de la autenticidad y calidad de los productos presentes en el mercado nacional, así como inspecciones periódicas de las plantas de fabricación de las empresas adheridas. Si los controles analíticos ofrecen alguna desviación se ponen en marcha, por parte de los Comités Técnico y de Dirección de la AEAZN, una serie de medidas correctivas. En 2011 se ha trabajado junto con la administración para la aplicación de un método de isotópicos que sirviera para detectar la adición de agua exógena en los zumos.



---

Legislativamente, el año 2011 ha girado en torno al proceso de [modificación por el Parlamento Europeo](#), finalizado el 14 de diciembre, [de la directiva que afecta a los zumos y néctares de frutas](#) que, entre otras cosas, prohíbe la adición de azúcar a los zumos y establece unas normas más estrictas para el etiquetado de estos productos, con objeto de evitar denominaciones engañosas y el uso erróneo de la alegación “sin azúcares añadidos”.

Asozumos ha jugado un papel importante en este proceso, ya que el hecho de que el ponente en el Parlamento Europeo fuera un español ha contribuido a jugar un papel relevante de interlocutores directos de la asociación europea con el Parlamento, para trasladar todas las peticiones sectoriales.

También se ha trabajado intensamente a nivel nacional con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, a quien Asozumos ha trasladado las peticiones particulares del sector en España. Asozumos organizó en enero la jornada “Análisis, debate y coloquio sobre la propuesta de modificación de la directiva de zumos” en la sede de las Instituciones Europeas en Madrid, con la intervención de D. Andrés Perelló, eurodiputado y ponente en el proceso de modificación de la directiva en el Parlamento Europeo.



### Mercado de zumos y néctares en España

- **Volumen comercializado:** 1.100 millones de litros, un 10% del mercado total europeo de zumos y néctares, en cuarto lugar y sólo por detrás de Alemania, Francia y Reino Unido.
- **Cifra de negocio:** 650 millones de euros.
- **Empleo directo:** 4.000 personas.
- **Consumo per cápita de los españoles:** 23 litros.
- **Tipos de producto:** el 65 por ciento corresponde a zumos, mientras que el 35 a néctares.
- **Canales:** las ventas para su consumo en el hogar captan un 68 por ciento del volumen total.
- **Sabores:** en España, las ventas se concentran en tres sabores que copan el 75 por ciento del mercado. El zumo de naranja acapara el 26 por ciento, el de piña el 24,6 por ciento y el de melocotón, el 23,4 por ciento.

*Fuente: Asozumos*

---

## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

Leche Pascual ha trabajado igualmente en el desarrollo del [plan de comunicación de Asozumos desde abril de 2011](#). Destaca la organización en España el día 14 de mayo del Día Mundial del Zumo, con representantes de la administración central y autonómica, la organización de la jornada anual de la mano de AEAZN, el incremento de las relaciones con la Universidad o la elaboración del “Libro de los Zumos”.



Celebración del día mundial del zumo.



**El sector de los zumos ya tiene su libro de referencia, “El Libro blanco de los Zumos”**

La Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos) y la Asociación Española de Autocontrol de Zumos y Néctares (AEAZN) organizaron en noviembre el seminario “Calidad e innovación en el sector de los zumos y néctares”, inaugurado por Isabel Bombal -directora general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, y Óscar Hernández, presidente de ASOZUMOS y AEAZN y director de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales de Leche Pascual.

Durante el seminario se presentó el “Libro blanco de los Zumos” en el que se ha trabajado durante todo el año con alta participación en la organización de los trabajos por parte de Leche Pascual. La publicación abarca desde aspectos normativos, agronómicos y de sostenibilidad, industriales, de nutrición y salud, así como de comercialización y consumo.

---

Otras iniciativas institucionales de Grupo Leche Pascual en el sector de los zumos fueron las visitas del [Europarlamentario europeo Andrés Perelló a la planta de Palma de Río](#), así como a una explotación citrícola o la realizada a esta misma fábrica el 21 de junio por parte de una representación de diputados de la Comisión de Agricultura del Parlamento andaluz, acompañados por el alcalde de la ciudad y el delegado provincial de Agricultura. Previamente, en el mes de abril, Leche Pascual potenció sus relaciones con el gobierno andaluz tras recibir e en su planta palmeña a la consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía, Clara Aguilera.



Visita de la consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía a la planta de Palma de Río.



Seminario "Calidad e innovación en el sector de los zumos y néctares".

## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

**GRUPO LECHE PASCUAL OCUPA EL CARGO DE VOCAL EN LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADA (ANEABE) Y, EN 2011, PRESIDÓ EL COMITÉ DE MEDIO AMBIENTE, DE NUEVA CREACIÓN, ADEMÁS DE FORMAR PARTE, POR PRIMERA VEZ, DEL COMITÉ EJECUTIVO**

### Sector aguas envasadas

Grupo Leche Pascual ocupa el cargo de vocal en la [Junta Directiva de la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasada \(Aneabe\)](#) y, en 2011, presidió el Comité de Medio Ambiente, de nueva creación, además de formar parte, por primera vez, del Comité Ejecutivo.

ANEABE es la organización empresarial que agrupa y representa a casi un centenar de empresas españolas que tienen como actividad el envasado de agua en sus diferentes categorías: minerales naturales, de manantial y potables preparadas.

Una vez aprobados a finales de 2010 los Reales decretos de aguas envasadas que regulan, por un lado, las aguas minerales naturales y de manantial y, por otro, las aguas de bebida envasadas preparadas, durante 2011 se ha centrado la labor de seguimiento legislativo en las enmiendas a la Ley de Residuos y Suelos Contaminados, particularmente en lo relativo al Sistema de Depósito, Devolución y Retorno. Este mismo año, Aneabe ha presentado a las autoridades el compromiso medioambiental del sector, llamado “2015 naturalmente”.

Asimismo, ANEABE ha proseguido las acciones institucionales y de comunicación para consolidar el valor diferenciador del agua mineral natural



---

apoyándose en sus principales fortalezas y reforzar así la imagen del sector. Los días 28 y 29 de septiembre en la Conferencia europea “Hacia un sector agroalimentario sostenible: retos para la industria y para los consumidores”, Aneabe ofreció una ponencia sobre el compromiso medioambiental del sector.



#### MERCADO DE AGUA ENVASADA EN ESPAÑA

- Un centenar de empresas que dan empleo a 4500 personas.
- **Producción:** 5165 millones de litros, el 96% minerales naturales.
- **Consumo per cápita:** 110 litros al año lo que equivale a un vaso al día.
- Las aguas minerales sin gas suponen el 96,7% de la producción, al contrario que en Europa.

*Fuente: ANEABE*

---



#### Plan sectorial de ANEABE: Visita a Bezoya Trescasas de estudiantes de nutrición

Encontrada en el plan de comunicación de la Asociación Española de Aguas Envasadas (Aneabe), en 2011 ha tenido lugar una visita a la planta de Bezoya Trescasas de un grupo de estudiantes del último año de la licenciatura de Nutrición de la Universidad Complutense. Durante la jornada, además de conocer el proceso de captación y envasado del agua mineral natural, los estudiantes se acercaron a la complejidad legislativa y de seguridad alimentaria que caracteriza a este alimento, así como a su singularidad.

## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

**GRUPO LECHE PASCUAL OCUPA LA PRESIDENCIA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE OVOPRODUCTO (INOVO), Y ESTÁ REPRESENTADO EN LAS JUNTAS DIRECTIVAS DE LA ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE HUEVO (ASEPRHU) Y LA ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL HUEVO (INPROVO), ASÍ COMO A LA DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL HUEVO**

### Sector ovoproducto

Grupo Leche Pascual ocupa la presidencia de la [Asociación de Productores de Ovoproducto \(Inovo\)](#), y está representado en las juntas directivas de la [Asociación de Fabricantes de Huevo \(Aseprhu\)](#) y la [Organización Interprofesional del Huevo \(Inprovo\)](#), así como a la del [Instituto de estudios del Huevo](#).

El marco normativo en este sector está marcado por la [legislación de bienestar animal de la Unión Europea exigible desde enero 2012](#). Entre otras disposiciones, se establece la sustitución de las jaulas actuales por otras llamadas enriquecidas -más grandes y provistas de accesorios hasta ahora no obligatorios-. Las jaulas de la granja avícola de Arteovo (Corporación Empresarial Pascual) en Santacruz (Burgos) se encontraban ya acondicionadas desde hacía tiempo.

En el mes de julio se revisó entre el sector y el MARM la hoja de ruta de adaptación de la directiva. Asimismo, los responsables de las CC.AA. han estado trabajando para unificar la interpretación de la parte técnica de la norma mediante una lista de puntos de control para las visitas de inspección a las granjas. Desde Inovo se ha elaborado una estrategia de comunicación que permita a la opinión pública entender en qué consiste la adaptación a la nueva legislación, como está trabajando el sector y qué implicaciones conlleva.

Inovo, asociación presidida por Leche Pascual a través de su director de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales, Óscar Hernández, celebró en el mes de julio la Jornada “El Sector de los Ovoproductos en España” para presentar la realidad de un sector en auge en la industria alimentaria, el de los derivados del huevo u ovoproductos.





En la Jornada “El Sector de los Ovoproductos en España” se han presentado tres importantes documentos que el sector ha promovido en coordinación con el MARM y la Agencia de Seguridad Alimentaria:

- El **Estudio de caracterización del sector español de ovoproductos**, realizado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino para conocer y diagnosticar la realidad del sector y sus opciones estratégicas de futuro.
- La **Guía de Buenas Prácticas de Higiene en industrias de elaboración de huevo líquido pasteurizado** y huevo cocido, un documento técnico de referencia para la implantación de sistemas de control de la seguridad alimentaria en el sector. Es la primera revisada por la AESAN con los nuevos criterios aprobados por la Comisión Institucional para las Guías sectoriales.
- El **Documento de caracterización comercial de los ovoproductos**. Define criterios comerciales objetivos para los distintos ovoproductos. Es, como la Guía de Buenas Prácticas, un documento de aplicación voluntaria, que será de gran ayuda para los propios fabricantes y para los clientes del sector.



El presidente de Inovo, Óscar Hernández, durante la jornada “El Sector de los Ovoproductos en España”.



## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

### LECHE PASCUAL FORMA PARTE DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES EUROPEOS DE ALIMENTOS NATURALES A BASE DE SOJA (ENSA)

#### Sector soja

Leche Pascual ha seguido adherido por segundo año a la [Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja \(Ensa\)](#), un sector muy relevante para la compañía, líder del mercado español en el producto de las bebidas de soja.

La compañía ha pasado a formar parte de la junta directiva de Ensa, colaborando con otras empresas en asuntos como la aplicación al sector del Reglamento de Alegaciones. Otro de los ejes de actuación ha consistido en la implementación de acciones de comunicación para defender la sostenibilidad ambiental de los productos de soja.



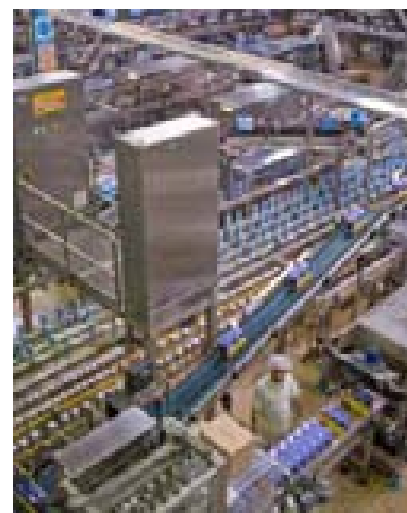
#### La Semana Europea de la Soja defiende una dieta sana, equilibrada y variada con alimentos vegetales.

Del 10 al 14 de octubre se celebró la cuarta edición de la [Semana Europea de la Soja](#). Grupo Leche Pascual, como miembro de la asociación europea que reúne a las principales compañías elaboradoras de productos con soja ([European Natural Soyfoods Manufacturers Association: ENSA](#)) y representado por el departamento de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales, hizo patente en España su apoyo y divulgación de los beneficios de los productos de soja dentro de una dieta variada y equilibrada.



**Principales asociaciones sectoriales a las que ha pertenecido Grupo Leche Pascual en 2011**

ANEABE	
Asociación Española de Autocontrol de la Calidad de Zumos y Néctares (AEAZN)	
Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos)	
Asociación de Distribución y Envases de Agua Cooler (ADEAC)	
Asociación Española de Industrias de Ovoproductos (INOVO)	
Instituto de Estudios del Huevo	
Federación Nacional de Industrias Lácteas	
Fundación Alimentum	
European Natural Soyfoods Association	
<b>Total</b>	<b>234.431 €</b>





**Indicadores en la Memoria RSC 2011 de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, versión 3.1, del Global Reporting Initiative (GRI) y suplemento del sector de alimentación del GRI (Sustainability Reporting Guidelines & Food Processing Sector Supplement)**

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>	
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Pág. 6-7
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 30-31, 69-72
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
2.1 Nombre de la organización.	Pág. 30
2.2 Principales marcas, productos y servicios.	Pág. 26
2.3 Estructura operativa de la organización.	Pág. 27, 85
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Pág. 30
2.5 Número de países en los que opera la organización.	Pág. 29
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Pág. 30, 83-87
2.7 Mercados servidos.	Pág. 29, 31
2.8 Dimensiones de la organización informante.	Pág. 30-32
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Pág. 27-28
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Pág. 33-37
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>	
» <b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Pág. 8
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	2011
3.3 Ciclo de presentación de memorias.	Anual
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	Pág. 291
» <b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	Pág. 10
3.6 Cobertura de la memoria.	Pág. 8, 10
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	Pág. 10
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Pág. 10
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Pág. 10

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	No aplica
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Pág 8
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	Pág 3
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Nota 1
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
» <b>GOBIERNO</b>	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Pág. 83-87
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Pág. 84
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Pág. 84-87
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Pág. 93
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Nota 2
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Pág. 83
4.7 Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.	Pág. 83
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Pág. 20-23, 92
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Pág. 64-67, 87-88

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Pág. 87-88
<b>» COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Pág. 93-94, 199-200
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Pág. 64-67, 199, 210, 229-246, 251-254, 258-273
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	Pág. 253-254, 258-273
<b>» PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Pág. 42-51
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Pág. 41-51
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Nota 3
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Nota 3
<b>5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO</b>	
<b>» DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>	
• Desempeño económico	
EC1 Valor económico directo generado y distribuido.	Pág. 70
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Pág. 199-223
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Pág. 187-189
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Pág. 73
• Presencia en el mercado	
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No disponible
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Pág. 127, 129, 131, 135, 139-143
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Pág. 127, 129, 131, 135, 139-143, 144-145

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
• Impactos económicos indirectos	
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Pág. 74-79, 251-257
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Pág. 74-79, 125-143
» <b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>	
• <b>ASPECTO: MATERIALES</b>	
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	Pág. 218-219
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Pág. 214-217
• <b>ASPECTO: ENERGÍA</b>	
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 203
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Pág. 205-206
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Pág. 203-209
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Pág. 203-209
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Pág. 205-206
• <b>ASPECTO: AGUA</b>	
EN8 Captación total de agua por fuentes.	Pág. 206-207
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Pág. 206-207
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Pág. 216-217
• <b>ASPECTO: BIODIVERSIDAD</b>	
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Nota 4
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Nota 4

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	Nota 4
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Nota 4
EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Nota 4
• <b>ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>	
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Nota 5
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Nota 5
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Pág. 208-213
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Nota 5
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Nota 5
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Pág. 216-217
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Pág. 214-215
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Nota 6
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Nota 6
• <b>ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>	
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Pág. 210-213, 218-219
EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Pág. 218-219



TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Nota 7
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> TRANSPORTE</li> </ul>	
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Pág. 210-213
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> GENERAL</li> </ul>	
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Nota 8
» <b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> EMPLEO</li> </ul>	
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	Pág. 173-174, 186-187
LA2 Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Pág. 172
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	Pág. 187-189
LA15 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Nota 9
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</li> </ul>	
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Nota 10
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Nota 11

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</li> </ul>	
<p>LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.</p>	Pág. 190-193
<p>LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.</p>	Pág. 190-193
<p>LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.</p>	Pág. 190-193
<p>LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.</p>	Nota 12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</li> </ul>	
<p>LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.</p>	Pág. 181
<p>LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.</p>	Pág. 177-182
<p>LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.</p>	Pág. 182
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</li> </ul>	
<p>LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.</p>	Pág. 86-87, 173-174, 186-187
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES</li> </ul>	
<p>LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.</p>	No disponible
<p>» <b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</li> </ul>	
<p>HR1 Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.</p>	Pág. 64, 144-145

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
HR2 Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Pág. 144-145
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Nota 13
• <b>ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN</b>	
HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Nota 14
• <b>ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>	
HR5 Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Pág. 144-145
• <b>ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>	
HR6 Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	Pág. 144-145
• <b>ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS</b>	
HR7 Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	Pág. 144-145
• <b>ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>	
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Pág. 190-193
• <b>ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>	
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No aplica
• <b>ASPECTO: EVALUACIÓN</b>	
HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	Nota 14

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> MEDIDAS CORRECTIVAS</li> </ul>	
HR11 Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	Nota 14
» <b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> COMUNIDADES LOCALES PRINCIPAL</li> </ul>	
SO1 Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Pág. 74-79
SO10 Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	Pág. 74-79, 210-213
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> CORRUPCIÓN</li> </ul>	
SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Pág. 92
SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Nota 13
SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Nota 14
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> POLÍTICA PÚBLICA</li> </ul>	
SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	Pág. 258-273
SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</li> </ul>	
SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota 15

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
<p>SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.</p>	Nota 16
<p>» <b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</li> </ul>	
<p>PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.</p>	Pág. 148-151
<p>PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.</p>	Pág. 65, 150-151
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</li> </ul>	
<p>PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.</p>	Nota 17
<p>PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.</p>	Pág. 65-66
<p>PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.</p>	Pág. 159-161
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> COMUNICACIONES DE MARKETING</li> </ul>	
<p>PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.</p>	Pág. 64-67, 104-108, 253
<p>PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.</p>	Pág. 65-66

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> PRIVACIDAD DEL CLIENTE</li> </ul>	
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Nota 18
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ASPECTO:</b> CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Nota 19
<b>SUPLEMENTO DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DEL GRI (SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES &amp; FOOD PROCESSING SECTOR SUPPLEMENT)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ESPECÍFICOS DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SECCIÓN DE APROVISIONAMIENTOS DE MATERIAS PRIMAS</b></li> </ul>	
FP1 Porcentaje de compras a proveedores que cumplan con la política de aprovisionamientos de materias primas de la compañía.	Pág. 129-145
FP2 Porcentaje de compras a proveedores verificado de acuerdo a estándares internacionales de producción reconocidos.	Pág. 130-131
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SECCIÓN ECONÓMICA</b></li> </ul>	
EC1 Comentarios adicionales sobre las inversiones específicas relacionadas con el sector.	Pág. 74-79, 100-120, 229-254
EC 4 Comentarios adicionales para describir el impacto del apoyo gubernamental en el sector.	Pág. 258-273
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SECCIÓN MEDIOAMBIENTAL</b></li> </ul>	
Materiales EN1. Comentarios adicionales para especificar la captura de pescado salvaje o en piscifactoría y otras materias primas como soja.	Pág. 141-143
Biodiversidad EN11. Comentarios adicionales sobre aguas.	Nota 4
Biodiversidad EN13. Comentarios adicionales sobre aguas.	Nota 4

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
• <b>SECCIÓN SOCIAL</b>	
» <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO LABORAL</b>	
Comentarios adicionales para informar sobre el diálogo entre la dirección de la organización y los representantes de los trabajadores.	Nota 12
FP3 Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a conflictos, huelgas y lock outs por país.	Nota 20
» <b>INDICADORES DE DESEMPEÑO EN LA SOCIEDAD</b>	
FP4 Naturaleza, alcance y eficiencia de programas y prácticas (contribuciones en especie iniciativas voluntarias, transferencia de conocimiento, partenariados y desarrollo de producto) que promuevan acceso a estilos de vida saludables; prevención de enfermedades crónicas; acceso a alimentación sana, asequible y nutritiva; mejora del bienestar de las comunidades necesitadas.	Pág. 74-79, 100-120, 229-254
SO5. Comentarios adicionales sobre actividades de lobby y su contexto, relacionadas con la producción subvencionadas de ingredientes clave de los productos.	Pág. 73, 258-273
» <b>INDICADORES SOBRE RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>	
PR1 Comentarios adicionales para incluir la valoración de impactos ambientales y sociales significativos a lo largo del ciclo de vida de los productos y servicios. Informar sobre los procedimientos, los pasos dados y los resultados.	Pág. 125-151, 199-223
PR2. Considerado indicador clave para el sector.	Pág. 65, 150-151
FP5. Porcentaje de producción realizada en centros certificados por una tercera parte independiente, de acuerdo a los estándares internacionales de seguridad alimentaria.	Pág. 130-131, 148-149
FP6. Porcentaje de ventas totales de productos de consumo, por categoría de producto, que han sido sometidos a una reducción en su composición de las grasas saturadas, grasas tran, sodio y azúcares.	Pág. 31, 102
FP7. Porcentaje de ventas totales de productos de consumo, por categoría de producto, que contienen un incremento de ingredientes nutricionales, como fibra, vitaminas, minerales o aditivos funcionales.	Pág. 31, 71-72, 102-103
PR3. Comentarios adicionales para describir la importancia de la información social y medioambiental del producto y su comunicación al consumidor. Informar sobre el uso de logos e información que no aparece en el packaging.	Pág. 35, 116-120, 208-213
FP8. Políticas y prácticas de comunicación a consumidores sobre ingredientes e información nutricional más allá de las obligaciones legales.	Pág. 104-120, 229-246
PR6. Comentarios adicionales para describir la influencia del marketing en los hábitos alimenticios; especificar tipos de comunicación de marketing; informar políticas y guías de marketing para grupos vulnerables.	Pág. 64-67, 116-120

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2011 DE LECHE PASCUAL
» <b>INDICADORES SOBRE BIENESTAR ANIMAL</b>	
FP9 Porcentaje y número total de animales criados y/o procesados, por especies y tipo de alimentación.	Pág. 138-139
FP10 Políticas y prácticas, por especies y tipo de alimentación, relacionadas con alteraciones físicas y uso de anestesia.	No aplica
FP9 Porcentaje y número total de animales criados y/o procesados, por especies y tipo de alimentación, en función del tipo de estabulación.	Pág. 138-139
FP12 Políticas y prácticas sobre antibióticos, anti inf amatorios, hormonas, y/o tratamientos de crecimiento por especies y tipo de alimentación.	Pág. 125-137
FP13. Número total de incidentes por incumplimiento de leyes y regulaciones, adhesión a estándares voluntarios relacionados con el transporte, manejo y prácticas de matadero relativas a animales terrestres y acuáticos.	No aplica





# NOTAS ACLARATORIAS

- Nota 1.** En la memoria de 2011 no se ha llevado a cabo verificación externa.
- Nota 2.** En la memoria de 2011 no se han hecho públicas las retribuciones de los consejeros.
- Nota 3.** Durante 2011 la compañía no ha aplicado un mecanismo formal de gestión de los grupos de interés, aunque está trabajando en su desarrollo paralelamente al despliegue del modelo EFQM.
- Nota 4.** La actividad industrial de Grupo Leche Pascual se desarrolla en zonas no sometidas a la calificación de espacio natural protegido con la excepción de la fábrica de Ortigosa del Monte (Bezoya) ubicada en zona ASVE (Área de Singular Valor Ecológico).
- Nota 5.** La memoria cita las emisiones totales relativas al transporte de larga distancia de mercancías. Industrialmente se hace referencia a la evitación de emisiones de CO<sub>2</sub> gracias a la cogeneración.
- Nota 6.** No se han producido derrames accidentales ni vertidos de agua con afectación significativa.
- Nota 7.** En 2011, la Corporación Empresarial Pascual ha sido objeto de una sanción administrativa por incumplimiento de la normativa ambiental por valor de 1.500 euros.
- Nota 8.** Este indicador se encontraba en 2011 en proceso de revisión en el seno del Comité de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual.
- Nota 9.** El 100% de los empleados se han reincorporado a su puesto de trabajo tras la baja de maternidad o paternidad.
- Nota 10.** El 100% de los empleados de Grupo Leche Pascual y de su matriz, Corporación Empresarial Pascual, está sujeto a convenio colectivo.
- Nota 11.** El período de preaviso relativo a cambios organizativos se sitúa en 15 días.
- Nota 12.** El modelo de relaciones laborales de Leche Pascual se basa en la interlocución directa con los trabajadores. El objetivo en 2011 ha sido continuar los trabajos que se vienen desarrollando desde hace dos años para fortalecer, renovar y apoyar a los comités de empresa independientes.
- Nota 13.** Las nuevas incorporaciones reciben formación en el programa "Incorpórate" sobre el Código de Conducta Empresarial de la Corporación Empresarial Pascual.
- Nota 14.** El canal abierto de Leche Pascual, Pascual Directo, es el mecanismo de control a disposición de los empleados para asegurar el cumplimiento de los principios establecidos en el Código de Conducta Empresarial de la compañía. Por otra parte, no se han producido expedientes públicos relacionados con los derechos humanos.

- 
- 
- Nota 15.** Durante 2011 no se produjeron acciones contra la compañía por prácticas contrarias a la libre competencia.
- Nota 16.** En 2011 se ha abierto contra la Corporación Empresarial Pascual un expediente sancionador no finalizado.
- Nota 17.** Grupo Leche Pascual ha incorporado las CDOs (Cantidades Diarias Orientativas), o GDAs, sus siglas en inglés, como añadido al etiquetado obligatorio a los envases de Zumosol, Yosport, yogures, nata ligera montada, la gama de productos Vivesoy, Leche Pascual Sin lactosa, batidos, Leche Pascual clásica, Leche Pascual Calcio, Leche Pascual Calcio y Zumos Pascual. Suponen más del 80% del portfolio.
- Nota 18.** Durante 2011 no existieron reclamaciones relacionadas con la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
- Nota 19.** En 2011 las administraciones públicas han incoado 7 expedientes sancionadores a Grupo Leche Pascual en materia de etiquetado con un montante total de 10.000 euros de sanción.
- Nota 20.** Durante el período reportado no ha existido tiempo perdido de trabajo debido a conflictos laborales.





**Grupo Leche Pascual S.A.**

Av. Manoteras 24, 28050 Madrid, España

[www.lechepascual.es](http://www.lechepascual.es)

[comunicacion@lechepascual.com](mailto:comunicacion@lechepascual.com)

G R U  
**LECCE**

**DASCUA**