



GRUPO  
LECHE  
**PASCUAL**

INFORME DE RESPONSABILIDAD  
CORPORATIVA 2012

LAS 6 DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE

ÍNDICE

<b>01. PRESENTACIÓN</b>	<b>3</b>	<b>5. LAS 6 DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE</b>	<b>59</b>
Carta del Presidente	4	5.1 Calidad de vida de los consumidores	60
Acerca de este Informe	6	Objetivos 2012. Acciones	61
Principios seguidos para su elaboración	7	Objetivos 2013	62
Principales magnitudes	8	Desarrollo de la estrategia NAOS	64
Principales hitos de Responsabilidad Corporativa en 2012	9	5.2 Sector primario y cadena de suministro	74
<b>02. PERFIL</b>	<b>17</b>	Objetivos 2012. Acciones	75
Misión, visión y valores	18	Objetivos 2013	76
Familias de productos	20	Proveedores agropecuarios	77
Estructura y organización	21	Proveedores no agropecuarios	82
Estrategia de negocio y de gestión	23	Sistema Integrado de Gestión en la cadena de suministro	83
Dimensiones principales 2012	26	Otras acciones de mejora en la cadena de suministro	85
Premios y distinciones en 2012	29	5.3 Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio	86
<b>03. GESTIÓN RESPONSABLE</b>	<b>31</b>	Objetivos 2012. Acciones	87
Mandato de gestión responsable en el Proyecto de Empresa	32	Objetivos 2013	88
Enfoque de gestión	35	Alianzas y acuerdos de colaboración	91
<b>04. GOBIERNO CORPORATIVO</b>	<b>46</b>	Servicio y satisfacción de clientes	93
Objetivos 2012. Acciones	47	Proyectos de colaboración innovadores con clientes	96
Objetivos 2013	48	Diálogo con los clientes: participación en ferias sectoriales y patrocinios de certámenes hosteleros	97
Oficina de familia	49	5.4 Atención al factor humano	99
Gobierno de la Corporación Empresarial Pascual	50	Objetivos 2012. Acciones	100
Gobierno de Grupo Leche Pascual	51	Objetivos 2013	101
Autorregulación interna	51	Modelo de gestión de personas	102
Autorregulación externa	56	Procesos relacionados con la gestión de personas	105
		5.5 Compromiso con el medio ambiente	112
		Objetivos 2012. Acciones	113
		Objetivos 2013	114
		Plan de Sostenibilidad de Grupo Leche Pascual	115
		5.6 Actuación responsable ante la sociedad y liderazgo en los sectores y mercados	132
		Actuación responsable ante la sociedad	133
		Liderazgo en los sectores y mercados	142



**“RESPONSABILIDAD CORPORATIVA  
EN SU SENTIDO MÁS AMPLIO”**

## 01 PRESENTACIÓN

La responsabilidad corporativa está integrada en el Proyecto de Empresa, en el que se definen los principios de una gestión responsable que abarca toda la cadena de valor, con el objetivo de dar respuesta a las expectativas de los distintos grupos de interés.

*Granja de Xestoselo en Galicia adscrita al Programa de Eficiencia Productiva de Grupo Leche Pascual.*

# CARTA DEL PRESIDENTE



La cultura de la responsabilidad corporativa está históricamente asentada en Grupo Leche Pascual, tanto en el consejo de administración por parte de la familia propietaria, como en las distintas unidades de negocio. El gran reto es ordenar, canalizar, desplegar y hacer fluir todas esas iniciativas de sostenibilidad en la compañía de la manera más sistemática y eficiente.

valores de la compañía, su misión y su visión: *ser una empresa que genere valor y resultados de forma ética y sostenible, constituyéndose en un referente para la sociedad.* A partir de este mandato de sostenibilidad, identificamos «seis dimensiones de la gestión responsable» de Leche Pascual, vinculadas estrechamente a nuestro negocio.

La visión integradora que tenemos de la responsabilidad corporativa implica su despliegue en la cadena de valor de Leche Pascual. Las dimensiones de la responsabilidad corporativa establecen las bases sobre las que descansan las iniciativas de la compañía hacia el exterior y el interior: desde el primer paso, en las granjas donde se realiza la recogida de materia prima, hasta el último, en los hogares donde el consumidor sostiene en sus propias manos nuestros productos.

## «LA GESTIÓN RESPONSABLE EMANA DEL PROYECTO DE EMPRESA EN EL QUE SE DEFINEN LOS VALORES DE LA COMPAÑÍA, SU MISIÓN Y SU VISIÓN.»

En esta dirección hemos trabajado en 2012, fijando un marco conceptual que englobe toda la actividad de responsabilidad corporativa en Grupo Leche Pascual. La gestión responsable emana del *Proyecto de Empresa* en el que se definen los

En todos los estadios de la actividad de Grupo Leche Pascual se establecen prácticas de gestión responsable.

Al hablar de responsabilidad corporativa en Grupo Leche Pascual, por tanto, nos referimos a la calidad de vida de los consumidores; al compromiso con ganaderos y agricultores en una cadena de

## «IDENTIFICAMOS "SEIS DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE" DE LECHE PASCUAL, VINCULADAS ESTRECHAMENTE A NUESTRO NEGOCIO.»

suministro responsable; a las alianzas con clientes y para el desarrollo del negocio; a la atención al factor humano de la compañía; al respeto al medio ambiente y a una actuación responsable ante la sociedad, con liderazgo en los sectores y mercados en los que interviene Leche Pascual. Todos estos compromisos son responsabilidad de todos los empleados, a los que felicito y animo a continuar trabajando en ellos para mantener nuestras señas de identidad.

El año 2012 ha observado avances en cada una de estas áreas, culminados

# CARTA DEL PRESIDENTE

con la creación de la figura del Consejero de Responsabilidad Corporativa y Comunicación, que reporta al consejo de administración y dirige la gestión responsable de las distintas unidades operativas.

Destacamos, en la dimensión de los consumidores, la aplicación de la Estrategia NAOS con diversos ejes de actuación para promover la actividad física y una alimentación saludable.

En la segunda dimensión, relativa al sector primario y a la cadena de suministro, apostamos tanto por contribuir a la sostenibilidad de los proveedores agropecuarios, como por asegurar una gestión responsable de los no agropecuarios.

Destaca dentro de la dimensión número tres la política de alianzas desarrollada en 2012. En el ámbito nacional, hemos alcanzado acuerdos con Unilever para la gestión de las bebidas Flora y con Laboratorios Esteve para ofrecer soluciones de salud a determinados colectivos. Desde una perspectiva internacional, señalamos las alianzas para extender el consumo de yogur de larga vida como alimento de valor añadido a los consumidores venezolanos o filipinos, con Empresas Polar y Asia Foods Brewery, respectivamente, o la expansión del negocio de soja en Europa y Canadá.

En cuanto a la dimensión del factor humano, la compañía también ha progresado en la implantación de su modelo de gestión de personas, con logros como la revisión del Sistema de Gestión del Desempeño, la mejora de 4 puntos en la encuesta de clima, los avances en materia de EFR, superando un año más el 2% de la plantilla con personal discapacitado o la disminución del 15% del índice de frecuencia en materia de accidentabilidad.

Desde un punto de vista medioambiental, quinta dimensión que presentamos en el informe, Grupo Leche Pascual ha consolidado su Plan de Sostenibilidad y cabe destacar un año más las ventajas competitivas que nos aporta la estrategia de movilidad sostenible.

En la última dimensión, que explica la relación con la sociedad y los sectores en los que trabajamos, la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara ha transmitido un año más el legado del fundador de la compañía a través de la labor del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM) y del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud. Hemos mantenido nuestra política de liderazgo responsable en pos de la competitividad y la calidad con nuestra presencia activa en diez asociaciones sectoriales y desde la

«DESDE UN PUNTO DE VISTA MEDIOAMBIENTAL, Grupo Leche Pascual ha consolidado su Plan de Sostenibilidad y cabe destacar un año más las ventajas competitivas que nos aporta la estrategia de movilidad sostenible.»



presidencia de cuatro de ellas.

Finalmente, Grupo Leche Pascual ha perfeccionado sus normas de gobierno corporativo, además de profundizar en iniciativas de autocontrol internas y externas, como queda patente con la creación de la Comisión de Validación de la Publicidad o la aprobación de cuatro nuevas políticas corporativas. En cuanto a la estrategia de gestión, Grupo Leche Pascual ha obtenido el Sello de Excelencia Europea 400+, que demuestra nuestra apuesta por la implantación del modelo de excelencia EFQM.

Tomás Pascual Gómez-Cuétara  
Presidente de Grupo Leche Pascual



## ACERCA DE ESTE INFORME

### Período cubierto:

Enero-Diciembre 2012

### Alcance y cobertura:

El Informe de Responsabilidad Corporativa 2012 de Grupo Leche Pascual ilustra las iniciativas de la compañía en el ámbito de la gestión responsable. La exposición de los contenidos contempla una tendencia a la síntesis, con el objetivo de facilitar la lectura enfatizando los asuntos más relevantes. El documento sigue el marco del *Global Reporting Initiative* (GRI) para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

### 1. Presentación

- Carta del Presidente
- Acerca de este informe
- Principales magnitudes
- Principales hitos de Responsabilidad Corporativa en 2012

### 2. Perfil de Grupo Leche Pascual

- Misión, Visión y Valores
- Familias de productos
- Estructura y organización
- Estrategia de negocio y de gestión
- Dimensiones principales
- Premios

### 3. Gestión Responsable

- Mandato de gestión responsable en el Proyecto de Empresa
- Enfoque de gestión

### 4. Gobierno Corporativo

- Órganos de gobierno corporativo
- Autorregulación interna y externa

### 5. Las 6 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



# PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA SU ELABORACIÓN

Grupo Leche Pascual ha observado en la redacción de esta memoria los principios establecidos en la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) de la *Global Reporting Initiative*, versión 3.1. Complementariamente, por segundo año, el documento se ha elaborado de acuerdo con el Suplemento del Sector de Alimentación del GRI (*Sustainability Reporting Guidelines & Food Processing Sector Supplement*).



El documento observa el **principio de materialidad** al incluir las iniciativas sociales, medioambientales y económicas más relevantes de la compañía. La memoria incluye referencias, en aquellos puntos relativos a políticas corporativas, a la Corporación Empresarial Pascual, sociedad matriz del *holding* familiar, de la que el Grupo Leche Pascual forma parte como negocio alimentario.



La descripción en la memoria 2012 de las relaciones con *stakeholders* representativos, como clientes, proveedores, tanto del sector primario como de bienes y servicios, empleados, administraciones públicas, asociaciones empresariales y sectoriales, consumidores y comunidades locales, refleja el **principio de participación de los grupos de interés**.

Se encuentra igualmente plasmado el **principio de exhaustividad** del GRI para permitir a los grupos de interés evaluar el desempeño de la organización gracias a una descripción pormenorizada de las actividades. No obstante, se ha optado en este informe por una racionalización de los textos y adecuación de los contenidos para una lectura más sencilla en pos del principio de claridad, con información expuesta de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés.



El informe 2012 ofrece, en definitiva, 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 materializados en objetivos de futuro en cada área.



También se observa el **principio de equilibrio** al reflejarse los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización, así como el de comparabilidad, mostrando con gráficos los cambios experimentados con el paso del tiempo en diversos ámbitos de la responsabilidad social corporativa.

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



# PRINCIPALES MAGNITUDES

**GRUPO  
LECHE PASCUAL**

**729**<sup>MILL.€</sup>  
Facturación

**2.272**  
Plantilla media

<b>EBITDA</b>	70,6 millones de euros
<b>Ratio EBITDA/ventas</b>	9,7% ratio
<b>Deuda financiera neta</b>	289,1 millones de euros
<b>BAI</b>	7,8 millones de euros
<b>Recursos propios</b>	269,2 millones de euros
<b>Plantilla media</b>	2.272 empleados (Corporación Pascual: 2.748)
<b>Facturación internacional</b>	24,1 millones de euros





# PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012



## 1 CONSUMIDORES



### MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

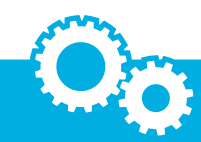
con productos saludables que garanticen una nutrición equilibrada, prestando especial atención a la lucha contra la obesidad.

Grupos de interés involucrados



Objetivos

- Promover la Estrategia NAOS:
  - Cartera de productos que forman parte de una dieta sana y equilibrada.
  - Iniciativas para el fomento de la actividad física.
  - Comunicación directa.
  - Orientación al profesional de la salud.
  - Puertas abiertas en los centros de trabajo.



Principales iniciativas 2012

- Acuerdos para difundir hábitos saludables con **canteras de clubes de fútbol y equipos de la liga de baloncesto.**
- Una de las tres únicas empresas **patrocinadora de los equipos olímpico y paralímpico** españoles, con una aportación de 1.125.000 euros en 2012.
- **Instituto Tomás Pascual Sanz:** diecisiete colaboraciones y casi cien actividades en materia de salud y calidad de vida.
- **Diez Jornadas Científicas de Soja** con 418 profesionales sanitarios asistentes en Castilla y León y Cataluña.
- 10.500 visitantes a las principales fábricas del Grupo.

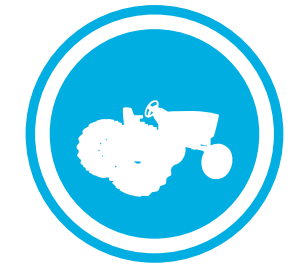


INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 10

# PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012

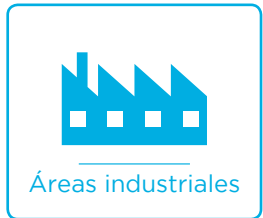
Nutrición. «Control de la ración de alimentación: conservación, olor, textura, picado, cuerpos extraños...»

## 2 CADENA DE SUMINISTRO



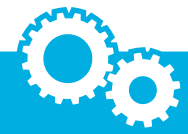
### DESARROLLO DEL SECTOR PRIMARIO Y ARTICULACIÓN DE UNA CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE

Grupos de interés involucrados



Objetivos

- Proveedores agropecuarios: contribuir a la sostenibilidad del sector primario.
- Proveedores no agropecuarios: demandar criterios de sostenibilidad y desarrollar principios éticos en la gestión de compras.
- Asegurar la calidad en la cadena de suministro.



Principales iniciativas 2012

- 404 millones de litros de leche recogida a 496 ganaderos.
- El **99%** del volumen de leche recogida bajo **contrato homologado**.
- El **Programa de Seguridad Garantizada** de leche reconocido oficialmente por parte de la Administración.
- **600.000 gallinas ponedoras** para una producción de 250 millones de huevos, todos de categoría A.
- **Cultivo de soja: tres campos de ensayo** en colaboración con el Instituto Tecnológico Agrario de la Junta de Castilla y León.
- **Auditorías de calidad** a 63 proveedores en sus propias instalaciones.
- Disminución del **16,8%** en el **indicador de reclamaciones por millón de envases**.



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 11  
PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012

# 3 CLIENTES Y ALIANZAS



## ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

bajo un modelo colaborativo en pos de las mejores oportunidades de crecimiento y eficiencia.

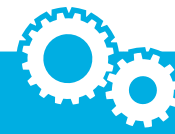
### Grupos de interés involucrados

- Alianzas con empresas
- Tiendas tradicionales
- Autoservicios
- Supermercados
- Hipermercados
- Hostelería
- Distribuidores



### Objetivos

- Promover alianzas estratégicas para el desarrollo del negocio.
- Contribuir al desarrollo del negocio de tiendas tradicionales, establecimientos de distribución moderna, hostelería y distribuidores como proveedores de referencia.
- Desarrollo de proyectos innovadores con clientes.
- Prestación de un servicio excelente basado en el valor corporativo de la orientación al cliente.



### Principales iniciativas 2012

- **Alianzas nacionales:** proyectos Flora y BalanceLabs.
- **Alianzas internacionales:** Empresas Polar (Venezuela), Asia Brewery (Filipinas), ViveJoy (soja internacional).
- **Departamento de Servicio al Cliente:** reestructuración y reubicación del área de *Front Office*.
- Puesto 14 en el **ranking de satisfacción de clientes** de Advantage Group.
- Proyectos innovadores con clientes: «**El Gran Pasillo Lácteo**».
- Patrocinio del certamen de hostelería **Chef Millesime 2012**.



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 12

# PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012

Empleados del almacén de la delegación de Madrid.

# 4 EQUIPO



## ATENCIÓN PRIORITARIA AL FACTOR HUMANO

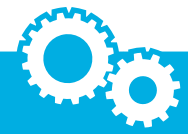
como elemento clave del Proyecto de Empresa a través del desarrollo y la capacitación de las personas.

Grupos de interés involucrados



Objetivos

- Desarrollar el sistema de gestión de personas con tres pilares: modelo de competencias, valores corporativos y estilo de dirección.



Principales iniciativas 2012

- **Encuesta de clima:** mejora de cuatro puntos y cincuenta planes de acción asociados.
- **Formación:** 483 acciones con un grado de satisfacción de 8,6 sobre 10.
- **Revisión del SGD** y despliegue a 500 empleados.
- **Riesgos laborales:** reducción del 15% en el índice de frecuencia.
- **EFR:** 2,2%, porcentaje de personal con discapacidad con trece incorporaciones.
- Creación de una **Oficina del Expatriado** para dar soporte a la movilidad internacional.



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 13  
PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012

Concurso de fotografía medioambiental 2012. «Campo de cebada». Fotografía de Rubén García Rodríguez.

# 5 MEDIO AMBIENTE



## ACTUACIÓN RESPETUOSA CON EL MEDIO AMBIENTE,

con énfasis en la gestión de los recursos naturales vinculados a los procesos corporativos.

### Grupos de interés involucrados



### Objetivos

- Disminuir y minimizar el impacto ambiental de las actividades de la compañía a través del Plan de Sostenibilidad Ambiental.



### Principales iniciativas 2012

- **Auditorías energéticas** en una granja de ganado vacuno y en una delegación comercial.
- Ahorro de energía primaria de 95 millones de kWh en la planta de cogeneración de Aranda de Duero (Neopas Cogeneración) equivalente a evitar la emisión de 19.251 toneladas de CO<sub>2</sub>.
- **21 vehículos de reparto sostenible de corta distancia y más de 500 coches híbridos comerciales.**
- Proyecto de **Transporte sostenible de larga distancia** 2009-2014: reducción de emisiones conjuntas del 27%.
- Mejoras en la gestión de residuos en las delegaciones comerciales.
- El ahorro de materiales de envase y embalaje en 2012 fue de **1.608.335 kg.**



# 6 SOCIEDAD Y SECTORES COMUNIDAD



## RESPONSABILIDAD EN LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LIDERAZGO RESPONSABLE EN LOS SECTORES Y MERCADOS

en los que la compañía desarrolla su actividad.

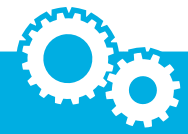
### Grupos de interés involucrados

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



### Objetivos

- Comunidad y familia propietaria: promover la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuéstara.
- Comunidad y empresa: Impulso de la relación con entidades del tercer sector y priorización en mecenazgo.
- Comunidad y empleados: impulsar el Grupo de Voluntariado de Leche Pascual.



### Principales iniciativas 2012

- **Divulgación científica y nutricional** (Instituto Tomás Pascual Sanz). **Transmisión de valores** (Centro de Investigación en Valores - CIVSEM).
- Aportación al **tercer sector y mecenazgo: más de 1,8 millones de euros** en ayuda humanitaria, discapacidad, salud, deporte, cultura y emprendimiento.
- Veinte actividades de **voluntariado** en diez provincias.



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 15

# PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012

Visita del Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente, Miguel Arias Cañete, en el Complejo de Aranda de Duero.

## 6 SOCIEDAD Y SECTORES ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



### RESPONSABILIDAD EN LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LIDERAZGO RESPONSABLE EN LOS SECTORES Y MERCADOS

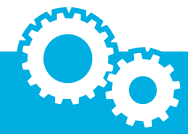
en los que la compañía desarrolla su actividad.

#### Grupos de interés involucrados



#### Objetivos

- Mantener una relación fluida y equilibrada con las Administraciones Públicas.
- Defender las políticas sectoriales.



#### Principales iniciativas 2012

- Nueve **visitas institucionales** de administraciones internacionales, nacionales y autonómicas.
- Inauguración en el complejo de Aranda de Duero por el **Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**.
- Edición 2012 del **Programa Empresa-Parlamentarios**.



INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2012 // 16  
**PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN 2012**

# 6 SOCIEDAD Y SECTORES SECTORES



## RESPONSABILIDAD EN LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LIDERAZGO RESPONSABLE EN LOS SECTORES Y MERCADOS

en los que la compañía desarrolla su actividad.

**Grupos de interés involucrados**

**Asociaciones sectoriales**  
(FIAB, FeNIL, AEAZN, ASOZUMOS, INOVO, ANEABE)



**Objetivos**

- Fomentar la competitividad de cada mercado.
- Liderazgo responsable y participación activa en las asociaciones sectoriales.
- Seguimiento de proyectos legislativos relevantes.

**Principales iniciativas 2012**

- Presencia en **diez asociaciones sectoriales** y presidencia de cuatro de ellas, con una aportación de 223.475 euros.

*Dentro de su compromiso con el sector, Leche Pascual reunió en Aranda de Duero en el mes de abril una representación del sector lácteo con miembros del Ministerio de Agricultura, asociaciones lácteas y embajadas que debatieron sobre las perspectivas del mercado lácteo nacional e internacional.*





“LÍDER DE LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN EN ALIMENTACIÓN”

## 02 PERFIL

Grupo Leche Pascual ha continuado impulsando su proceso de internacionalización mediante alianzas para el desarrollo de proyectos de negocio en Venezuela, Filipinas y Canadá.

En el mercado nacional también se han cerrado acuerdos con Unilever, para la gestión integral de las bebidas lácteas Flora, y con Laboratorios Esteve, para desarrollar conjuntamente productos y servicios para personas con necesidades metabólicas especiales.

Nueva fábrica de yogures en Venezuela.



# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

## VISIÓN

«QUEREMOS SER TU EMPRESA, FAMILIAR Y GLOBAL, REFERENTE PARA LA SOCIEDAD Y LÍDER EN ALIMENTACIÓN DE CALIDAD»

## 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.



# VALORES



**SUPERACIÓN**  
Mejorar lo que hacemos,  
incluso lo que hacemos bien.



**ORIENTACIÓN AL CLIENTE**  
Fomentar la buena imagen  
de la empresa.



**INNOVACIÓN**  
Adaptarnos muy rápido a  
los cambios.



**CALIDAD**  
Hacer el trabajo bien  
a la primera.



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



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



**CONFIANZA**  
Cumplir siempre, con los  
compromisos adquiridos.

# FAMILIAS DE PRODUCTOS

## ▶ Lácteos

- Leche clásica
- Lácteos funcionales (Calcio, Corazón, Sin lactosa)
- Mantequilla
- Nata
- Batidos



## ▶ Bebidas saludables

- Agua Mineral
- Bifrutas
- Productos de Soja
- Zumos

## ▶ Hostelería

- Café
- Huevo
- Tortilla



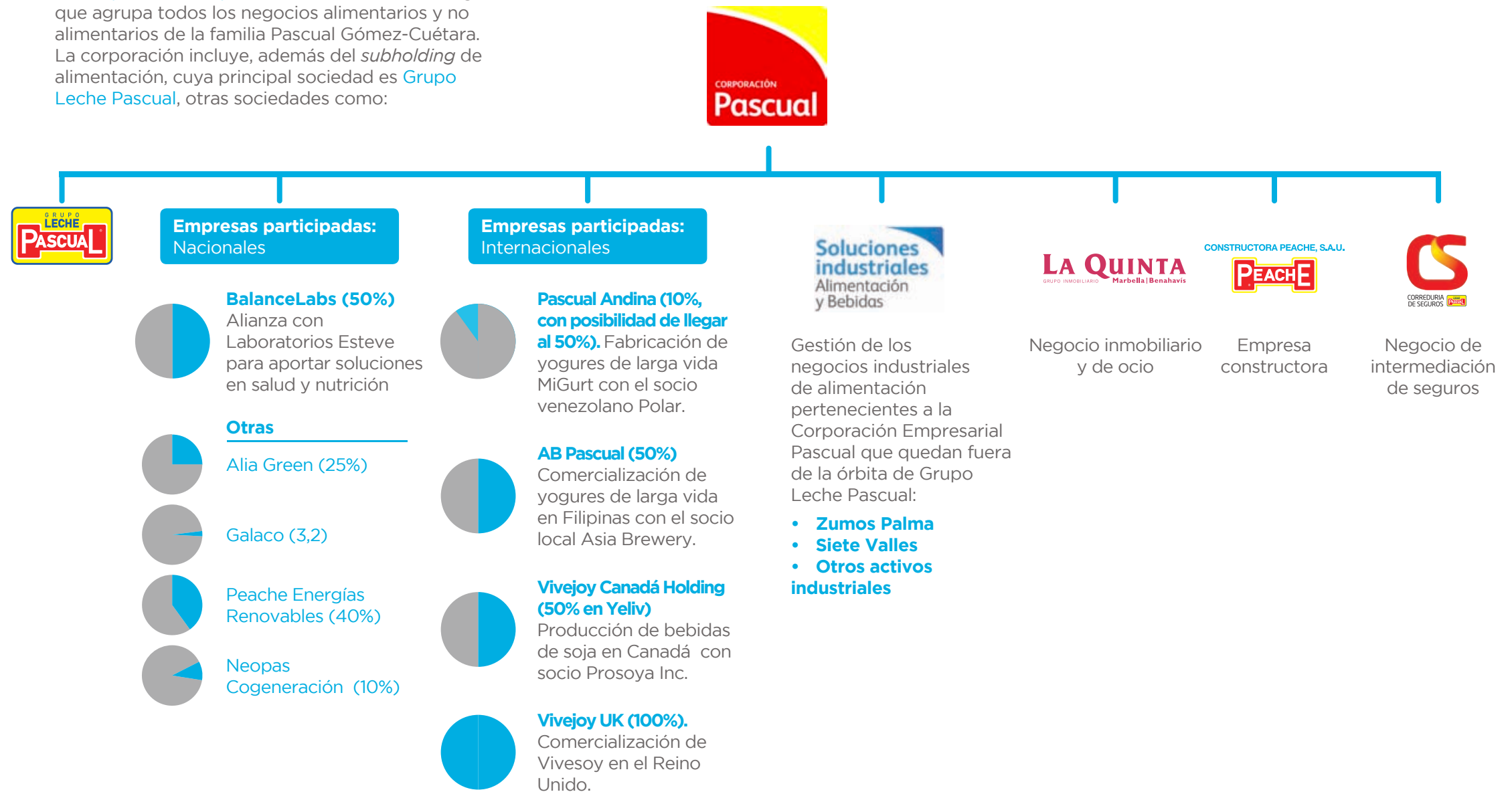
## ▶ Yogur de larga vida

- Nacional
- Internacional



# ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

La Corporación Empresarial Pascual es el *holding* que agrupa todos los negocios alimentarios y no alimentarios de la familia Pascual Gómez-Cuétara. La corporación incluye, además del *subholding* de alimentación, cuya principal sociedad es Grupo Leche Pascual, otras sociedades como:





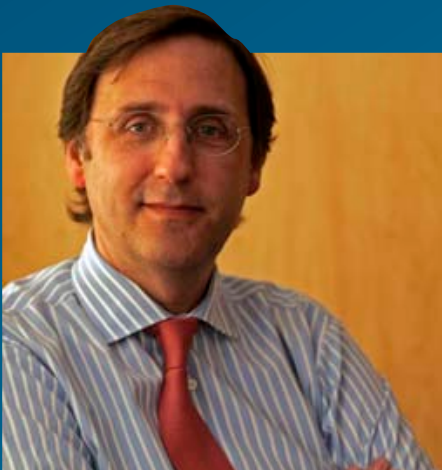
# ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

En 2012 la compañía ha acometido una reorganización de la dirección con la incorporación de:



**Ignacio García-Cano** en calidad de CEO, Director General Ejecutivo, de Grupo Leche Pascual, que ha asumido la responsabilidad de todas las operaciones de esta sociedad:

- Cadena de suministro
- Dirección comercial y de marketing
- Relaciones humanas
- Gestión del negocio y los sistemas de información
- Desarrollo de la cultura y reputación corporativas y la excelencia en la gestión



Por su parte, **Tomás Pascual Gómez-Cuétara** pasa a ocupar el cargo de **Presidente de Grupo Leche Pascual**, con responsabilidad directa, además de sobre las operaciones de Grupo Leche Pascual, en las siguientes áreas:

- Dirección de estrategia e innovación
- Dirección corporativo-financiera

# ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

Los acontecimientos más relevantes en 2012, desde un punto de vista general o corporativo, son los siguientes:

## ESTRATEGIA DE NEGOCIO: PLAN ESTRATÉGICO HORIZONTE 2015

▶ PROYECTOS ESTRATÉGICOS

### DESARROLLAR EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

#### • YOGURES LARGA VIDA:

▶ Grupo Leche Pascual y **Empresas Polar** han inaugurado una fábrica de yogures en Venezuela. El día 21 de noviembre se celebró en la localidad

## GRUPO LECHE PASCUAL Y EMPRESAS POLAR HAN INAUGURADO UNA FÁBRICA DE YOGURES EN VENEZUELA.

venezolana de Valencia el acto de inauguración oficial de la nueva planta de yogures de Pascual Andina con la marca MiGurt, fruto de la alianza entre Grupo Leche Pascual y Empresas Polar.



Inauguración de la nueva planta de yogures Pascual Andina en Venezuela.

▶ Acuerdo de Leche Pascual y **Asia Brewery** para la comercialización de yogures en Filipinas. La alianza se ha materializado con la creación de una sociedad de participación conjunta, ABI Pascual Foods Inc., con el objetivo de desarrollar toda una gama de yogures de larga vida bajo la marca Creamy Delight, producidos en el complejo industrial de Leche Pascual en Aranda de Duero.

Leche Pascual y **Asia Brewery** cerraron un acuerdo para la creación de una sociedad de participación conjunta, ABI Pascual Foods Inc., con el objetivo de desarrollar y comercializar en Filipinas una gama de yogures de larga vida bajo la marca «Creamy Delight».



# ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

• **SOJA:**

► Creación de la sociedad **ViveJoy** para el desarrollo del proyecto internacional de soja con dos vías de crecimiento iniciadas en 2012. En Canadá, con la participación del 50% en una pequeña compañía, Yeliv, que cuenta con una marca local e instalaciones productivas. Y en Europa, con un modelo común iniciado en el Reino Unido: constitución de una filial local, contratación de un pequeño equipo comercial y comienzo de las operaciones enviando el producto ya envasado desde España.

**MANTENER UNA POSICIÓN DE REFERENCIA EN EL MERCADO LÁCTEO NACIONAL**

► **Unilever** ha licenciado a Leche Pascual para la gestión en España de las bebidas lácteas de la **marca Flora**. Supone la gestión íntegra por parte de Leche Pascual de la categoría de bebidas lácteas Flora y Flora pro.activ: producción, comercialización y publicidad. Efectivo desde el 1 de julio de 2012 y vigente en los próximos diez años.





# ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

## ALCANZAR EL ESTATUS DE PROVEEDORES DE REFERENCIA DE LA HOSTELERÍA, PONIENDO EN VALOR LA RED CAPILAR DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN PARA COMPLETAR Y AMPLIAR LA CARTERA DE PRODUCTOS

► La colaboración Farggi-Leche Pascual se ha ampliado en 2012 con la distribución de productos Farggi a través de Grupo Leche Pascual en Barcelona, Valencia, Málaga y Sevilla.

Además, a través de la red comercial, ha continuado el plan de desarrollo de la marca Caffé Mocay para el canal de hostelería en todo el territorio.

## SER PIONEROS EN SOLUCIONES NUTRICIONALES PARA PERSONAS CON DESEQUILIBRIOS EN LA SALUD

► En 2012 nace BalanceLabs, una alianza entre Laboratorios Esteve y Grupo Leche Pascual, para aportar soluciones en salud y nutrición. Esteve y Grupo Leche Pascual

han anunciado una alianza para desarrollar gamas de productos y servicios para personas con necesidades metabólicas especiales. BalanceLabs aúna la experiencia y la innovación en salud de Esteve y el liderazgo en nutrición del Grupo Leche Pascual.

## BALANCELABS ES FRUTO DE UNA ALIANZA ENTRE LABORATORIOS ESTEVE Y GRUPO LECHE PASCUAL, PARA APORTAR SOLUCIONES EN SALUD Y NUTRICIÓN.

## DESARROLLO DEL NEGOCIO ACTUAL CON EL FOCO EN EL DESARROLLO DE MARCAS LÍDERES Y LA RENTABILIDAD SOSTENIDA

► En el mercado nacional, Grupo Leche Pascual ha continuado trabajando para reforzar sus marcas líderes.

## CUOTAS DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES MARCAS DE LECHE PASCUAL 2012 (VALOR)

PASCUAL BIFRUTAS		AGUA BEZOYA	
2011	43,06%	2011	10,32%
2012	41,90%	2012	11,04%
VIVESOY SOJA		LECHE CLÁSICA BRIK	
2011	33,68%	2011	11,03%
2012	33,40%	2012	9,90%
LECHE PASCUAL CALCIO		BATIDOS PASCUAL	
2011	23,68%	2011	7,40%
2012	24,87%	2012	6,62%
ZUMO PASCUAL		MANTEQUILLA PASCUAL	
2011	11,20%	2011	5,81%
2012	12,08%	2012	5,16%

FUENTE: IRI.

## ESTRATEGIA DE GESTIÓN

► Evaluación externa EFQM: Sello de Excelencia Europea 400+, con un resultado de 450 - 500 puntos de nivel de excelencia en la gestión.

► Plan de mejora 2012-2014 para continuar la implantación del modelo EFQM en la empresa.

► Desarrollo de los programas concretos de excelencia Líderes por la Excelencia y Procesa («Proceso estándar de diseño y mejora de procesos»).



# DIMENSIONES PRINCIPALES 2012

## NOMBRE: GRUPO LECHE PASCUAL, S.A.


SEDE SOCIAL  
**ARANDA DE DUERO (BURGOS). OFICINAS CENTRALES EN MADRID**

EMPRESA FAMILIAR DE CAPITAL **100% ESPAÑOL**

FACTURACIÓN AÑO 2012:  
**729 MILLONES €**  
(CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL: 761 MILLONES)

FACTURACIÓN INTERNACIONAL:  
**24 MILLONES €**

 EMPLEO DIRECTO:  
**2.272**  
(CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL: 2.748 PERSONAS)

PUNTUACIÓN PROMEDIO ENCUESTA DE CLIMA *GREAT PLACE TO WORK*:  
**61/100** 

 RED COMERCIAL:  
**820** PERSONAS

 FÁBRICAS:  
**9**

 DELEGACIONES COMERCIALES:  
**26**

ESTRUCTURA LOGÍSTICA:  
**1.542.900** PALÉS DE LARGA DISTANCIA  
**348.241** PALÉS DE CORTA DISTANCIA  
**500** CAMIONES DIARIOS DE LARGA DISTANCIA  
**287** TRANSPORTISTAS AUTÓNOMOS DE CORTA DISTANCIA

 CERTIFICACIONES:  
ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, OHSAS 18001, BRC, EFR, IFS.



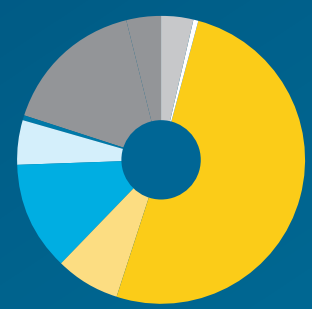
# DIMENSIONES PRINCIPALES 2012

	Fact. (Mill.€)	Plantilla media
Grupo Leche Pascual	729	2.272
Otros negocios industriales*	63,3	219
La Quinta	10,9	149
Peache	11,4	46
Correduría*	0,9	7
Corporación Empresarial Pascual**	761,7	2.748

\*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.

GRUPO LECHE PASCUAL	2010	2011	2012
Facturación	797 Mill. €	764 Mill.€	729 Mill. €
Ebitda	80 Mill. €	75,9 Mill. €	70,6 Mill. €
Ratio Ebitda/ventas	10%	9,9%	9,7%
Deuda financiera neta	293,6 Mill. €	289,1 Mill. €	289,1 Mill. €
Nº empleados (plantilla media)	2.480	2.317	2.272

## DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR CANAL COMERCIAL



- Distribución moderna 52,72%
- Rutas de alimentación 7,04%
- Rutas de hostelería 16,03%
- Hostelería organizada 4,84%
- Hostelería industrial 0,49%
- Distribuidores 14,77%
- Internacional 3,54%
- Otros 0,59%



# VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Este indicador, basado en la metodología GRI (*Global Reporting Initiative*), recoge la generación de valor económico de Grupo Leche Pascual y su distribución entre los distintos grupos de interés.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
VALOR ECONÓMICO GENERADO	869,3	968,1	862,8	782,1	797,2	763,9	729,0
FACTURACIÓN NETA	869,3	968,1	862,8	782,1	797,2	763,9	729,0
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO A GRUPOS DE INTERÉS	843,5	938,8	798,9	728,9	737,5	717,3	690,8
GASTOS DE PERSONAL	117,8	122,4	106,2	103,0	100,3	97,2	95,2
IMPUESTOS	-23,8	-9,4	-7,6	1,6	-0,2	5,3	2,5
INVERSIONES EN LA COMUNIDAD	3,7	3,8	2,5	5,2	4,7	2,4	2,4
PROVEEDORES	733,9	802,3	680,5	602,9	614,8	591,4	565,5
GASTOS FINANCIEROS	11,8	19,8	17,4	16,2	17,9	21,0	25,2
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	25,9	29,4	63,9	53,2	59,6	46,7	38,2
RESERVAS	-11,9	-12,8	25,0	14,3	24,1	13,8	5,3
AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES	37,8	42,1	38,9	38,9	35,5	32,9	32,9



Desde el punto de vista de la evolución de los negocios del grupo, el año 2012 se ha caracterizado por la fuerte crisis económica y la tendencia del consumidor hacia la elección de productos de menor precio. La solidez de las marcas de Grupo Leche Pascual, así como su red de distribución, ha contribuido a que el impacto de esta evolución en las marcas de la compañía haya sido menor que en buena parte de su competencia, habiendo conseguido incluso crecimientos en algunos casos. En concreto, en el mercado de leche calcio, Leche Pascual consigue un incremento de cuota, alcanzando prácticamente al líder. En los segmentos de bebidas de leche y zumo y de soja, la compañía mantiene el liderazgo de Bifrutas y ViveSoy con

cuotas en valor del 42% y 33% respectivamente. Dentro del negocio de las aguas, Bezoya consolida su posición, llegando a situarse como la marca líder del mercado en el principal formato de la categoría.

Las previsiones para el ejercicio 2013, 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 y la eficiencia de la cadena de suministro.

# PREMIOS Y DISTINCIONES EN 2012

Décima y undécima oleadas del estudio KAR de Ipsos: Grupo Leche Pascual, la tercera empresa más valorada de alimentación.

El Comité Paralímpico premió a Grupo Leche Pascual como empresa patrocinadora del Plan ADOP, con motivo de la «Noche Paralímpica».



Grupo Leche Pascual premio ÁSTER de ESIC por su trayectoria empresarial.

Leche Pascual entre las «empresas más deseadas para trabajar» del ranking Job and Talent. Leche Pascual se sitúa en el top 30 y en el número 5 de las compañías de gran consumo.

Grupo Leche Pascual en el puesto 34 del ranking Merco Empresas de reputación corporativa.



Merco Líderes: Tomás Pascual Gómez-Cuétara en el puesto 49 de los mejores directivos del país.

El monitor Reprack del Reputation Institute sitúa a Leche Pascual en el puesto 22 del ranking de las compañías españolas con mejor reputación.

Merco Personas 2012: Leche Pascual ha mejorado 26 puestos pasando del 51 al 25. En el ranking sectorial pasa del quinto al cuarto puesto, por detrás de Nestlé, Danone y Coca Cola.

El Consorcio de Transportes de Madrid premia a Leche Pascual por su iniciativa para una «movilidad sostenible» y la «Promoción del Transporte Público y la Movilidad Sostenible».



Grupo Leche Pascual la segunda empresa castellanoleonesa con mayor reputación online, según la revista Mercados 21.

# PREMIOS Y DISTINCIONES EN 2012



Agua Pedras Salgadas recibe el premio «Sabor del año 2012» en la categoría de bebidas.

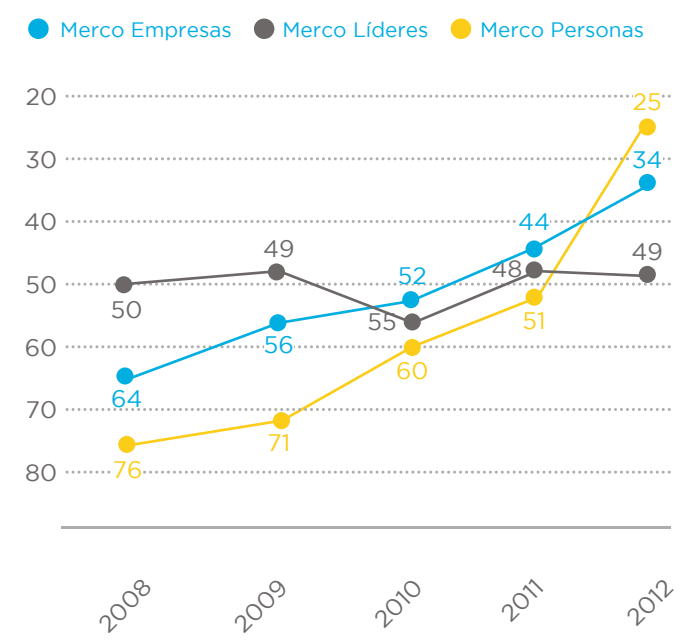
Homenaje póstumo de CESFAC (Asoc. Fabricantes de Piensos) a Don Tomás Pascual Sanz, la medalla CESFAC al Mérito de Alimentación Animal 2012.



Premios Clara Alimentación a Agua Bezoja.

Fundación Madrina premia al Grupo de Voluntariado de Leche Pascual por su apoyo a la infancia y a la mujer.

## POSICIÓN EN EL RANKING MERCOS EMPRESAS GRUPO LECHE PASCUAL





“GESTIÓN RESPONSABLE EN  
TODA LA CADENA DE VALOR”



## 03 GESTIÓN RESPONSABLE

Para conseguir la máxima eficacia en la implantación de una gestión responsable en toda la cadena de valor, se aplica la metodología del Modelo Europeo de Excelencia (EFQM) y se implantan programas de formación y mejora en gestión y liderazgo.

**En este sentido, destacan en 2012:**

- ▶ Los avances en la implantación del modelo EFQM, con la obtención del Sello de Excelencia Europea 400+.
- ▶ El desarrollo del programa Líderes por la Excelencia, orientado a consolidar el estilo de liderazgo deseado.
- ▶ Y las nuevas ediciones de los programas «Pascual Excelente», destinado a mejorar las prácticas de gestión y «Procesa», que permite reforzar la cultura de gestión por procesos.

Concurso de fotografía medioambiental 2012.  
«Mucha vida». Fotografía de Andrea Meléndez

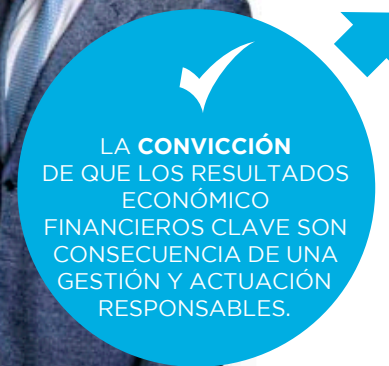
# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## MANDATO DE GESTIÓN RESPONSABLE EN EL PROYECTO DE EMPRESA

La **gestión responsable** deriva de la **misión** de la compañía, que establece como objetivo «*ser una empresa en continua progresión, que trascienda y genere valor de forma sólida y los resultados de forma ética y sostenible*», mientras que la **visión** fija el mandato de convertirse en un «*referente para la sociedad*». En ambos pilares del Proyecto de Empresa queda patente el concepto de **responsabilidad corporativa**, en su sentido **económico, social y medioambiental**. Además, el compromiso de la familia propietaria con una gestión responsable se manifiesta en la decisión de aplicar los estándares más altos de **buen gobierno**.



EN AMBOS PILARES DEL PROYECTO DE EMPRESA QUEDA PATENTE EL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD, EN SU SENTIDO ECONÓMICO, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.





# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

LA COMPAÑÍA HA IDENTIFICADO SEIS DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE QUE INSPIRAN LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN EN ESTA MATERIA.

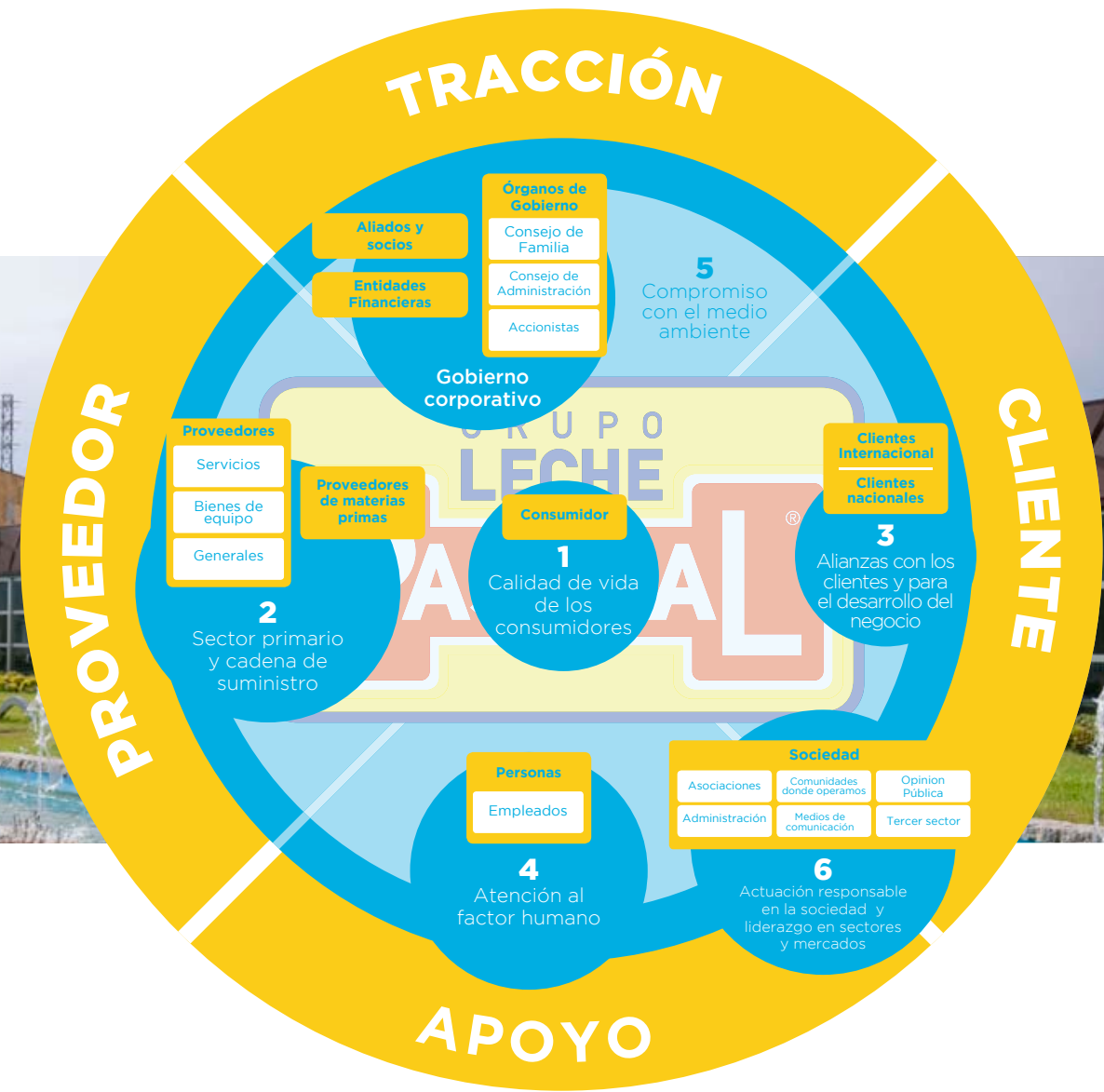
## LAS 6 DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE



- 1** Mejora de la calidad de vida de los consumidores con productos saludables que garanticen una nutrición equilibrada, prestando especial atención a la lucha contra la obesidad.
- 2** Desarrollo del sector primario y articulación de una cadena de suministro responsable.
- 3** Alianzas con los clientes y para el desarrollo del negocio, bajo un modelo colaborativo en pos de las mejores oportunidades de crecimiento y eficiencia.
- 4** Atención prioritaria al factor humano como elemento clave del Proyecto de Empresa a través del desarrollo y la capacitación de las personas.
- 5** Actuación respetuosa con el medio ambiente, con énfasis en la gestión de los recursos naturales vinculados a los procesos corporativos.
- 6** Responsabilidad en la relación con la sociedad y liderazgo responsable en los sectores y mercados en los que la compañía desarrolla su actividad.

# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## LAS 6 DIMENSIONES Y SU RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## ENFOQUE DE GESTIÓN

### OBJETIVOS 2012:

Plan de mejora para la implantación general del <b>modelo EFQM</b> .	Consolidar el trabajo de las ediciones 2010 y 2011 del <b>programa Excelente</b> .	Lanzamiento del programa Líderes por la Excelencia.	Desplegar la estrategia de gestión derivada del Proyecto de Empresa, relacionada con la <b>gestión por procesos</b> . Especialmente, el proceso n.º 1, Mejorar la Calidad de la Gestión.	<b>Comunicación</b> de la estrategia de responsabilidad corporativa.
----------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

### ACCIONES

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Proceso de evaluación externa EFQM:</b> resultado en el rango de 450-500 puntos de nivel de excelencia en la gestión.</li> <li>• Diseño de <b>un plan de mejora</b> para seguir avanzando en la implantación general del modelo EFQM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finalización de la formación de <b>los siete equipos</b> del período 2011/2012.</li> <li>• Tres sesiones de seguimiento y una feria de muestras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 37 directivos que han replicado el programa a <b>450 participantes</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño del «Proceso estándar de diseño y mejora de procesos», que actúa como modelo para el resto de los procesos.</li> <li>• Inicio del diseño de procesos relacionados con las funciones de Estrategia e Innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.120 impactos en medios on-line y off-line</b> sobre las seis dimensiones de la gestión responsable.</li> <li>• <b>946 envíos electrónicos de la memoria</b> por los empleados a sus contactos.</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### OBJETIVOS 2013:

Avanzar en la implantación de los <b>nueve ejes del plan de mejora para la implantación general del modelo EFQM</b> con el horizonte de la calificación 500+ en 2014.	Consolidar el diseño de los procesos relacionados con las funciones de <b>estrategia, innovación y mejora de la calidad de la gestión</b> .
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## ► DESPLIEGUE DEL PROYECTO DE EMPRESA: MODELO EFQM

A partir del Proyecto de Empresa -valores, misión y visión- la compañía despliega una **estrategia de negocio** que define el modelo a seguir con clientes y canales, productos y servicios, así como los procesos industriales y los recursos de tecnología necesarios. Por otro lado, define un **modelo de gestión** para satisfacer las expectativas de los grupos de interés relevantes.

Este sistema o modelo de gestión aplica la metodología del **Modelo Europeo de Excelencia (EFQM)** en torno a ocho principios fundamentales para alcanzar la mejora continua. El desarrollo de EFQM en Leche Pascual se realiza a través del programa corporativo **Pascual Excelencia**, orientado a la satisfacción de los grupos de interés, que garantiza la medición, la mejora continua y la gestión por procesos.



El desarrollo de EFQM en Leche Pascual se realiza a través del programa corporativo Pascual Excelencia, orientado a la satisfacción de los grupos de interés.



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

En 2012 la compañía procedió al proceso de evaluación externa EFQM realizado por el Club de la Excelencia en la Gestión a través de la entidad acreditada SGS, obteniendo el Sello de Excelencia Europea 400+, con un resultado en el rango de **450-500 puntos de nivel de excelencia en la gestión.**

El objetivo es alcanzar la calificación 500+ en 2014. A tal fin, la compañía ha elaborado en 2012 un **plan de mejora para seguir avanzando en la implantación general del modelo EFQM** con distintos ejes.

## CRONOLOGÍA DE PASCUAL EXCELENCIA



**2008** Grupo Leche Pascual inició la implantación de un modelo de gestión basado en la metodología EFQM denominado Pascual Excelencia.



Autoevaluación inicial sobre el modelo EFQM, de la que se derivaron planes de mejora para los años siguientes.



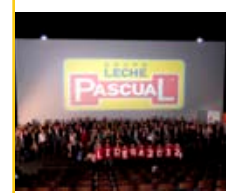
**2009**

Fase de diseño y conceptualización del proyecto Pascual Excelencia.

**2010**

Desarrollo de herramientas para la extensión de la excelencia en la compañía:

- 220 participantes en el Programa Lidera 2012.
- 17 áreas involucradas y 300 personas comprometidas en el Programa Excelente 2012.



**2012**

Obtención del Sello de Excelencia Europea 400+. Lanzamiento de Líderes por la Excelencia. Desarrollo de Procesa 2012.



Afianzamiento de los programas de Pascual Excelencia:

- Excelente 2012 (43 áreas y 90 líderes).
- Lidera 2012 (40 líderes y 375 participantes).

Desarrollo de un nuevo programa, Procesa 2012, ante la necesidad de asentar una mayor cultura de gestión por procesos:

- Redefinición del Mapa de Procesos de la compañía.

Nuevo espacio colaborativo sobre Pascual Excelencia en la Intranet.

Creación del Equipo Núcleo del proceso de autoevaluación y evaluación EFQM 2011 para abordar una segunda autoevaluación, adecuando las áreas funcionales a la operativa de la empresa como fruto de la evaluación inicial.

**2011**

Proceso de evaluación externa EFQM por el Club de la Excelencia en la Gestión.



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## PLAN DE MEJORA DE IMPLANTACIÓN DEL MODELO EFQM 2012-2014

### EJE



Extender la **mejora continua** a toda la organización en base al **ciclo PDCA** (planificar - hacer - comprobar - ajustar), con el foco en la eficiencia económica.

**1**



Extender el **benchmarking** estructurado y sistemático como herramienta de aprendizaje y gestión.

**2**



Alinear y desplegar la **estrategia de empresa** a todos los niveles: de negocio y de gestión.

**3**



Desarrollar un clima que favorezca la **creatividad y la participación**.

**4**



Gestionar de forma estructurada los grupos de interés.

**5**

### INICIATIVAS Y PROGRAMAS DE EXCELENCIA RELACIONADOS

- Líderes por la Excelencia: despliegue de objetivos desde dirección.
- Pascual Excelente: módulos 3 y 5.
- Procesa: desarrollo del proceso 1 del mapa de procesos.

- A desarrollar en 2012-2014.

- Procesa: desarrollo de procesos 1, 2 y 3 del mapa de procesos en 2013.
- Formulación y priorización de estrategias de negocio y de gestión.

- Líderes por la Excelencia: vía de potenciación del diálogo.
- Pascual Excelente: potenciación de los programas de sugerencias y participación.
- Procesa: desarrollo del proceso 2, relacionado con la innovación.

- Proyecto sobre grupos de interés. A desarrollar en 2012-2014.



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## PLAN DE MEJORA DE IMPLANTACIÓN DEL MODELO EFQM 2012-2014

### EJE



**Gestionar el cambio** de forma anticipativa.

**6**



Desarrollar una práctica extendida de gestión de **indicadores y objetivos**.

**7**



**Gestionar el conocimiento**.

**8**



Asegurar la fiabilidad, integridad, relevancia y validez de las **herramientas de medición de la percepción de clientes y personas**.

**9**

### INICIATIVAS Y PROGRAMAS DE EXCELENCIA RELACIONADOS

- Proyecto de gestión de riesgos corporativos.
- Procesa: desarrollo de procesos de estrategia.

- Procesa: desarrollo de los procesos 1 y 3.
- Mejora del Sistema de Gestión del Desempeño.
- Pascual Excelente: módulos 3 y 5.

- Procesa: desarrollo del proceso 2 en 2013.
- Proyecto de competencias específicas y genéricas.

- Mejora del proceso de escucha de personas: encuesta de clima *Great Place To Work*.



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## ▶ PROGRAMAS DE PASCUAL EXCELENCIA

### LÍDERES POR LA EXCELENCIA

Líderes por la Excelencia es un programa evolucionado que integra metodología y contenidos de los programas Lidera y Excelente, involucrando activamente a la dirección como principales agentes del proceso de transformación para consolidar el estilo de liderazgo deseado.

En 2012 han participado 37 directores como líderes, que han recibido siete módulos vinculados al programa Lidera y al programa Excelente. A su vez, estos directores tienen sus respectivos equipos de participantes a los que replican los módulos, conformando un colectivo de participantes de 450 personas, que ocupan, todas ellas, puestos incluidos en niveles de gestor y jefes.



### PASCUAL EXCELENTE

Programa que tiene como objetivo transformar las prácticas de gestión y la cultura de las diferentes empresas de la Corporación Empresarial Pascual a fin de consolidar los principios de excelencia en la gestión.

Durante 2012 han finalizado la formación los siete equipos que han llevado a cabo el programa en el período 2011/2012. Además, se han realizado tres sesiones de seguimiento, tanto con apoyo interno como externo, de todas las áreas que han realizado el programa hasta el momento. Adicionalmente, se llevó a cabo una nueva Feria de Muestras con todos los participantes del programa en su última edición de mayo de 2012.



- (1) 4ª Feria de Muestras Excelente 2012. Reconocimientos a las tres mejores prácticas identificadas por los propios compañeros participantes en la feria.
- (2) La «e» de oro, por su enfoque de comunicación en la planta: fábrica de Aranda.
- (3) La «e» de bronce, por la integración del programa Excelente en el modelo de gestión de la planta: fábrica de Gurb.
- (4) La «e» de plata, por la medición de la satisfacción del cliente interno y planes de mejora: equipo de auditoría interna.



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## PROCESA

Uno de los elementos clave del sistema EFQM es la gestión por procesos. Para cumplir los requisitos que establece EFQM en esta materia, Grupo Leche Pascual puso en marcha en 2010 un programa específico, denominado Procesa, con el objetivo de asentar una mayor cultura de gestión por procesos.

En el año 2012, una vez culminado el diseño del mapa de procesos corporativos, el equipo de Procesos de Grupo Leche Pascual, junto con la dirección de la compañía, fijó una serie de prioridades para su despliegue.

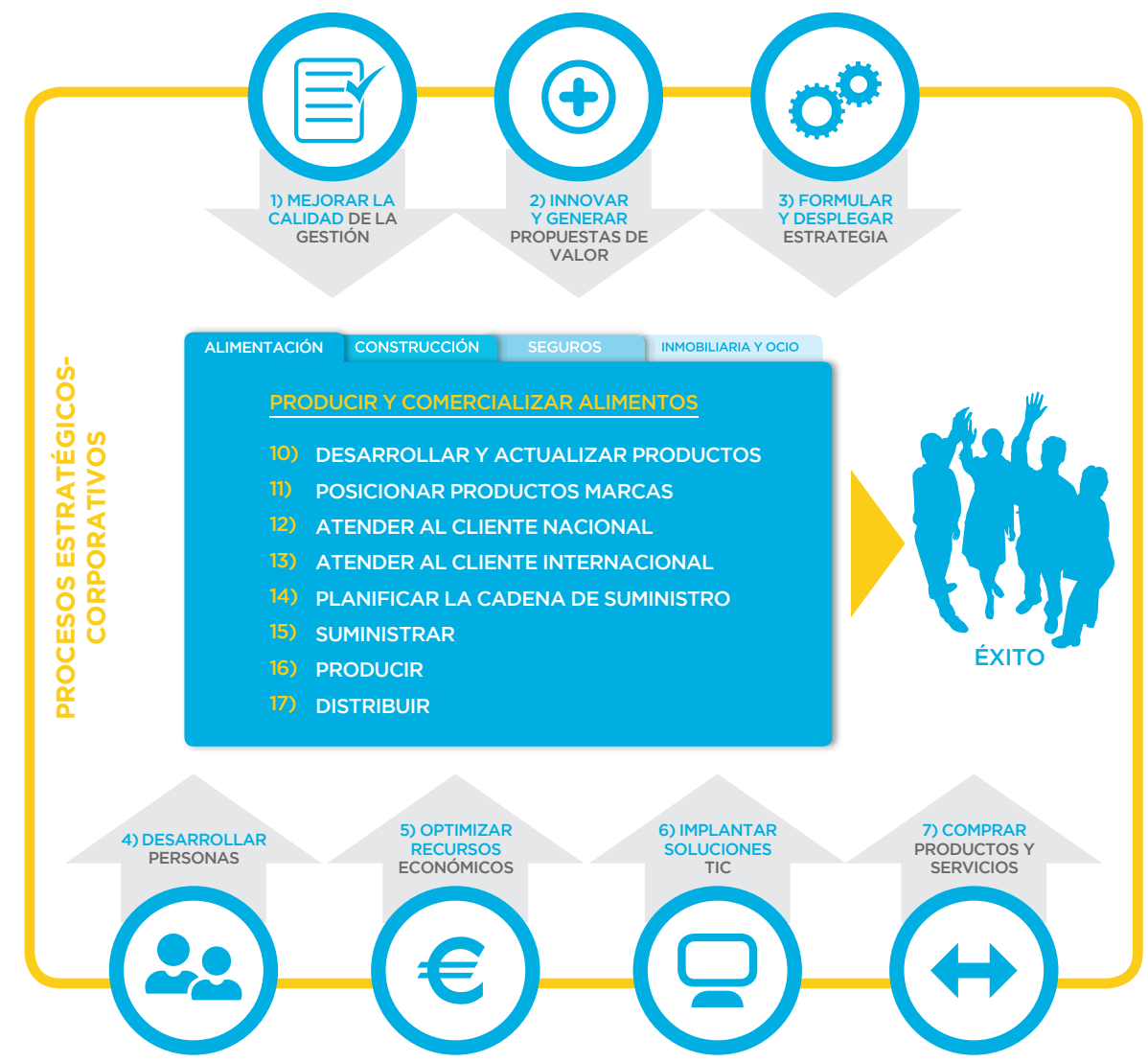
En concreto, este año ha concluido el diseño del **Proceso estándar de diseño y mejora de procesos**, incluido dentro del proceso 1, **Mejorar la calidad de la gestión**, que actúa como modelo o guía para la implantación del resto de los procesos de la compañía. En él se establecen las fases que conducen a la implantación definitiva de cualquier proceso.

En cada una de ellas intervienen, en distintos estadios y en un número de reuniones predeterminadas, tanto un comité de validación que dirige las operaciones, como

un equipo de desarrollo, cuyos miembros son designados en función de los correspondientes procesos que hay que abordar. Igualmente, partiendo del mapa de procesos ya aprobado, se ha iniciado el diseño de aquellos relacionados con las funciones de Estrategia e Innovación. Por otro lado, en 2012 la compañía se ha dotado de la tecnología necesaria para desarrollar la gestión por procesos, a través de la plataforma ARIS.



## MAPA DE PROCESOS CORPORATIVOS



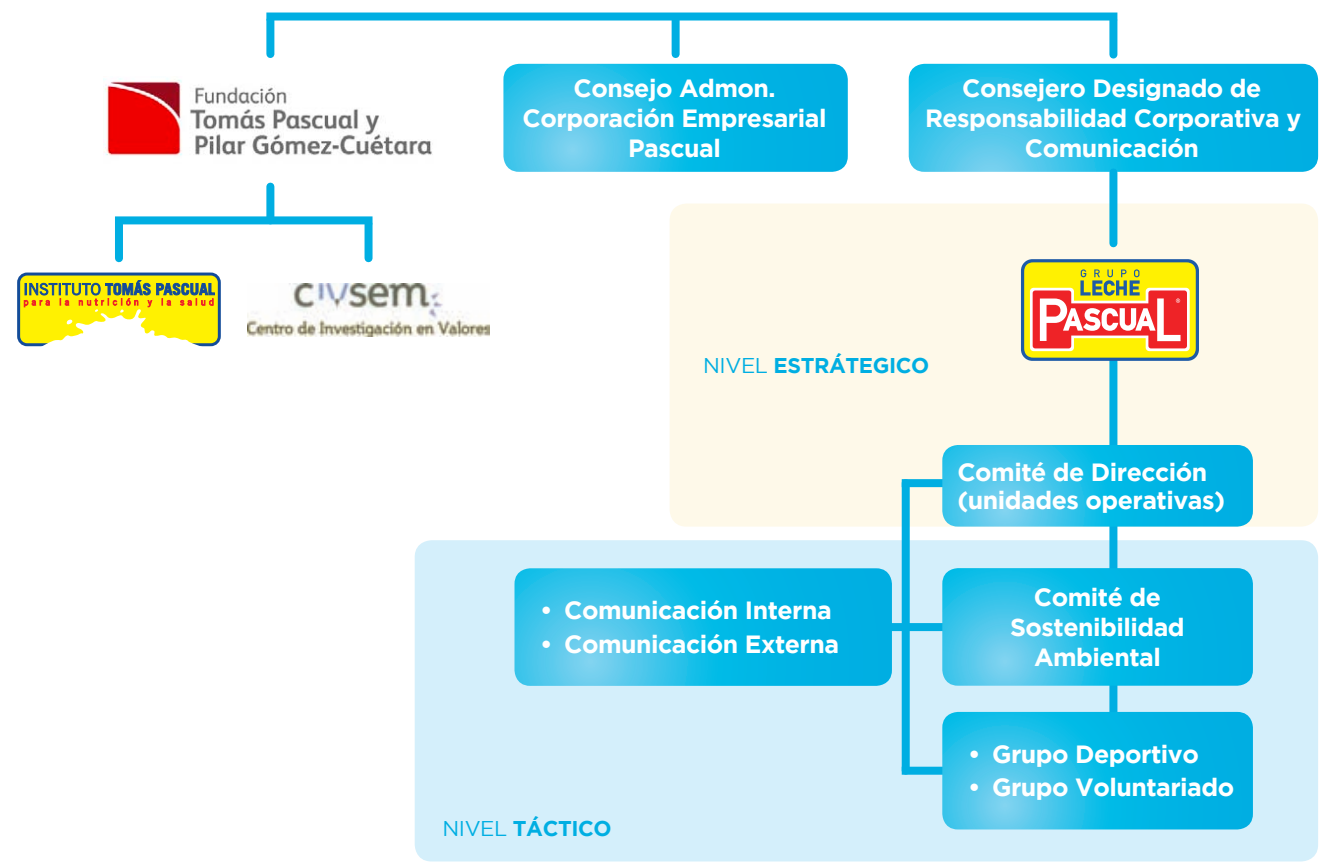
# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

► ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LECHE PASCUAL

La gestión de la responsabilidad corporativa es impulsada desde 2012 por la figura del **Consejero Designado de Responsabilidad Corporativa y Comunicación** de la Corporación Empresarial Pascual, y desplegada desde las distintas unidades operativas de la corporación. Además, el **Comité de Sostenibilidad Ambiental** coordina la gestión del plan estratégico en esta materia, mientras que desde una perspectiva filantrópica o de acción social, la **Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara** desarrolla los proyectos del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM). Finalmente, los **Grupos Deportivo y de Voluntariado**, complementan la actividad de responsabilidad corporativa en el seno de la Corporación Empresarial Pascual.



FAMILIA PASCUAL GÓMEZ-CUÉTARA  
CONSEJO DE FAMILIA



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

Asimismo, la compañía desarrolla una **estrategia de comunicación de su responsabilidad corporativa**. Tanto externamente, en medios de comunicación *on-line* y *off-line*, como para los propios empleados, a través de todos los soportes de comunicación interna, electrónicos y en papel.


En 2012, la compañía ha realizado un gran esfuerzo para difundir el informe de responsabilidad corporativa y la estrategia en esta materia. Además, durante la presentación del informe, Tomás Pascual y sus directivos contestaron a las preguntas previamente formuladas en la Intranet por los empleados sobre variados aspectos concernientes a la compañía.



## COMUNICACIÓN DE LA MEMORIA DE RC EN EL AÑO 2012

### INTERNA

 PRESENTACIÓN A EMPLEADOS SEDE CENTRAL Y COMPLEJO DE ARANDA  
400 ASISTENTES

 PREGUNTAS AL PRESIDENTE MEDIANTE UNA ENCUESTA PREVIA A EMPLEADOS PARA IDENTIFICAR LOS TEMAS DE MAYOR INTERÉS  
48 PREGUNTAS CONTESTADAS

 ENVÍO DE MAIL DEL PRESIDENTE A TODOS LOS EMPLEADOS  
+1.300 CORREOS ELECTRÓNICOS

 REPARTO DE CUADRÍPTICO RESUMEN A TODOS LOS EMPLEADOS  
2.500



ADAPTACIÓN DE INTRANET CORPORATIVA: MINISITE RSC 2011  
PUBLICACIÓN DE VÍDEOS CON LAS PRESENTACIONES DEL PRESIDENTE

### EXTERNA

 ENVÍO A GRUPOS DE INTERÉS DEL INFORME, ACOMPAÑADA DE CARTA FIRMADA POR EL PRESIDENTE  
455 ENVÍOS EXTERNOS DESDE PRESIDENCIA

 ADAPTACIÓN DE LA WEB CORPORATIVA: MINISITE RSC 2011  
3.249 DESCARGAS

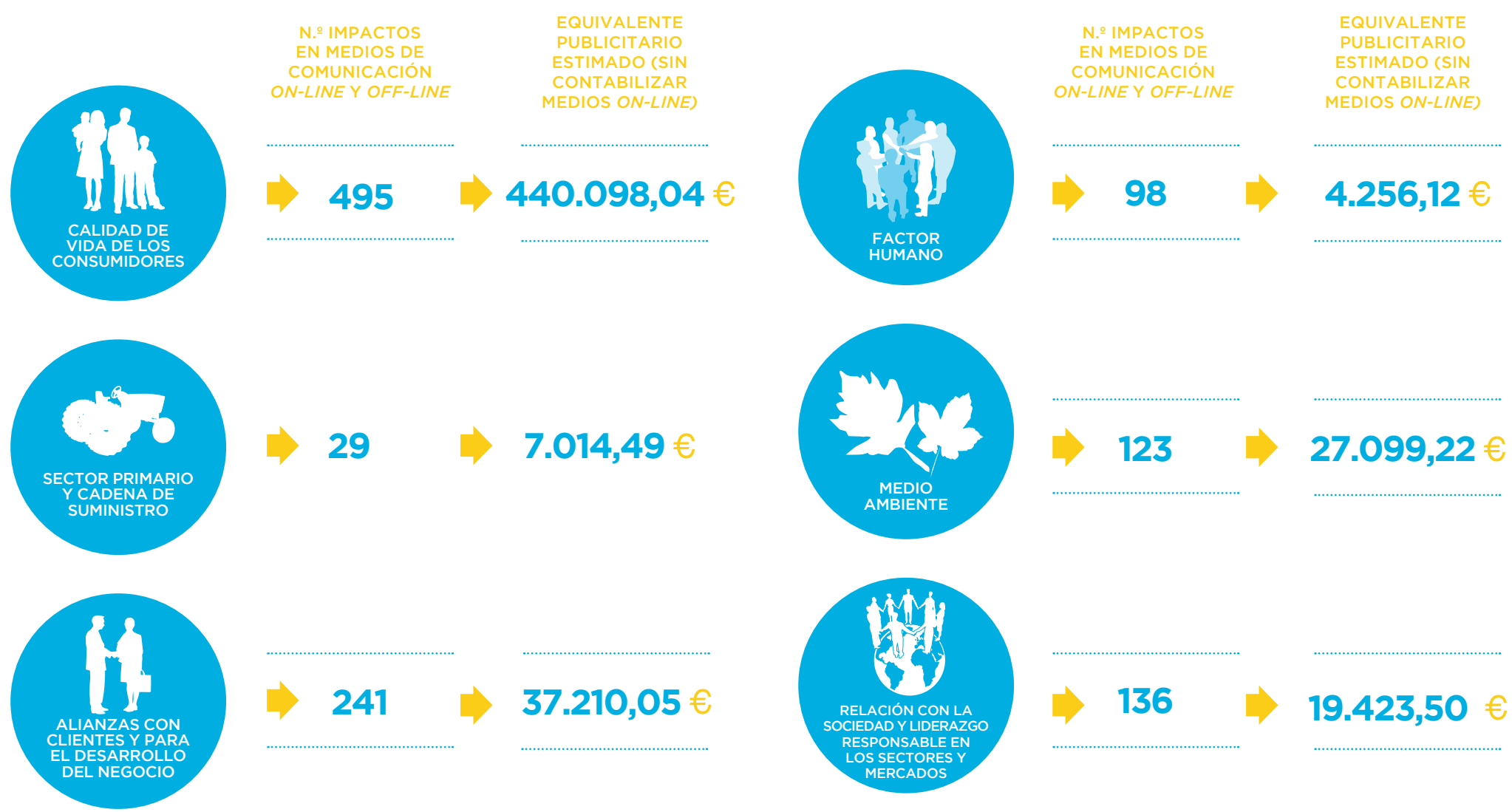
 ENVÍO A LOS EMPLEADOS DE MAIL PREDISEÑADO CON TEXTO Y LINK PARA REENVÍO A SUS CONTACTOS  
946 ENVÍOS A CONTACTOS DE EMPLEADOS



COMUNICACIÓN A LOS MEDIOS  
31 APARICIONES

# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## COMUNICACIÓN EXTERNA DE LAS DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL 2012



# GESTIÓN RESPONSABLE EN GRUPO LECHE PASCUAL

## COMUNICACIÓN DE LA RC EN GRUPO LECHE PASCUAL

### INTERNA

							
<b>Empleados de fábricas y delegaciones</b>	<b>Oficinas centrales y complejo de Aranda de Duero</b>	<b>Intranet</b>	<b>Revista ¡Cuéntalo!</b>	<b>Plan de Sostenibilidad Ambiental</b>	<b>Tablón de anuncios</b>	<b>Boletín electrónico semanal</b>	<b>Formación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación anual del informe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación presencial del presidente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio dedicado a las distintas dimensiones de la RC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secciones fijas sobre personas, medio ambiente, calidad de vida, relación con la comunidad e información sobre el resto de dimensiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentaciones presenciales de la evolución del Plan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío a todos los correos electrónicos de los empleados de las principales acciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío a todos los correos electrónicos de los empleados de las principales acciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesión sobre responsabilidad corporativa en la compañía en el curso de nuevas incorporaciones.</li> </ul>

### EXTERNA

<b>Notas, convocatorias y comunicados de prensa</b>	<b>Difusión externa de la memoria</b>	<b>Web RC de de Leche Pascual 2012</b>	<b>Web medioambiental: <a href="http://www.cuidamoslonatural.es">www.cuidamoslonatural.es</a></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de comunicación</li> <li>• Administraciones públicas</li> <li>• Asociaciones sectoriales, asociaciones de RC</li> <li>• Clientes</li> <li>• Empresas</li> <li>• Entidades financieras</li> </ul>		



## 04 GOBIERNO CORPORATIVO

Con el objetivo de seguir cumpliendo con las más exigentes normas de gobierno corporativo, la Corporación Pascual ha diseñado en 2012 un Reglamento de Consejos y Comisiones según las normas internacionales de buen gobierno que, además, incluye el novedoso Estatuto del Consejero. Asimismo, se ha seguido avanzando en el desarrollo de iniciativas de autocontrol tanto externas como internas, destacando la creación de la novedosa Comisión de Validación de la Publicidad, la aprobación de cuatro políticas corporativas en el seno del Consejo o la ampliación del alcance de la función de auditoría interna.

*Auditorio del Complejo de Aranda de Duero.*

# GOBIERNO CORPORATIVO

## OBJETIVOS 2012:



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



Finalización y documentación del mapa de riesgos corporativos.



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



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



Otras iniciativas de autorregulación.

## ACCIONES

- **Diseño del Reglamento de Consejos y Comisiones** según normas internacionales de buen gobierno corporativo.
- Redacción del **Estatuto del Consejero** y del modelo de **cuestionario para la evaluación de los consejos**.
- Aprobación de **cuatro políticas corporativas en el Consejo de la Corporación Pascual**.

- Diseño del modelo del Sistema de Gestión Integral de Riesgos (SGIRO).
- Desarrollo del «Proceso de control y gestión de riesgos», común al diseño de cualquier proceso corporativo.

- Comisión de Validación de la Publicidad: treinta reuniones, cincuenta piezas publicitarias analizadas de Leche Pascual en televisión, radio, prensa, PLV y *packaging*.
- Cero resoluciones en contra por el Jurado de Autocontrol de la Publicidad.

- Realización de la auditoría de *Hacking Ético* -penetración controlada en los sistemas informáticos de la corporación -con plan de acción derivado.
- Más de cien auditorías internas en cumplimiento del plan aprobado por la Comisión de Auditoría y Buen Gobierno.

- Ahorro de 675.000 euros con proyectos de optimización de los recursos y disminución de la burocracia interna.
- Desperdicio alimentario: firma con AECOC de un protocolo para prevenir el desperdicio y optimizar el excedente alimentario.

# GOBIERNO CORPORATIVO

## OBJETIVOS 2013:



Aprobación por el Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual de los Reglamentos de Consejos y Comisiones, así como del modelo de cuestionario para la evaluación de los Consejos.



**Aprobación por el Consejo de Administración de nuevas políticas corporativas.**



Finalización y documentación del **mapa de riesgos corporativos** (riesgos financieros y estratégicos) en base a los indicadores asociados a la misión y al modelo de Gestión de Riesgos Corporativo diseñado al efecto.



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



Refuerzo de la labor de la **Comisión de Validación de la Publicidad de Leche Pascual** para mantener el objetivo de cero resoluciones en contra por parte del jurado de Autocontrol de la Publicidad.



**Auditoría interna:** Verificación del cumplimiento por parte de las distintas unidades de gestión de la corporación de las políticas, normas y principios de actuación establecidos por sus órganos de gobierno.





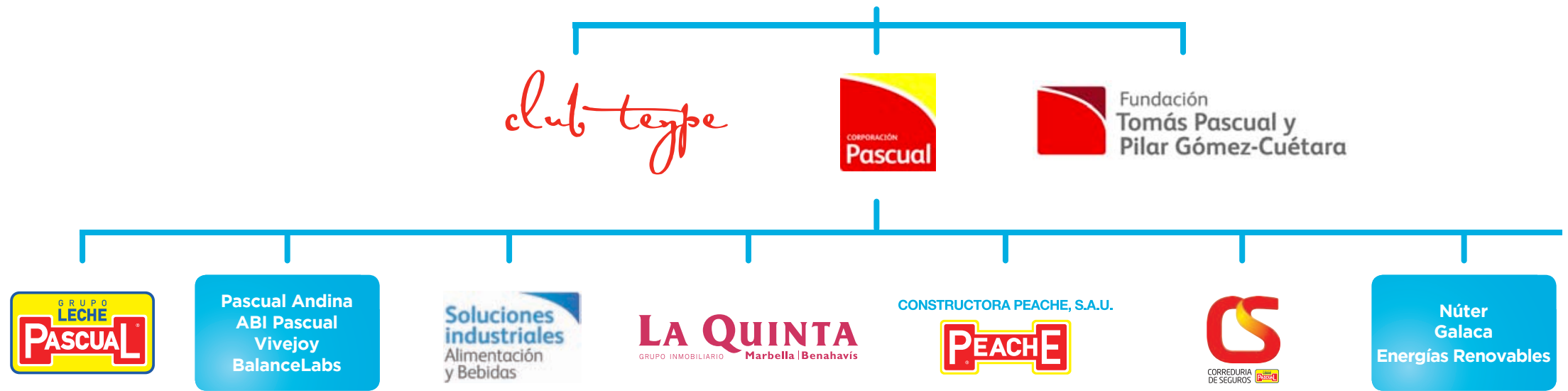
# GOBIERNO CORPORATIVO

## OFICINA DE FAMILIA

En cuanto a los órganos de la empresa familiar, una vez la segunda generación de la familia Pascual Gómez-Cuétara alcanzó la edad suficiente, el fundador se planteó dar los pasos necesarios para ir introduciendo a la familia en el gobierno de la compañía y ordenar la continuidad al frente de la empresa, pasos culminados en 1999 con la creación de un Consejo de Familia.



FAMILIA PASCUAL GÓMEZ-CUÉTARA  
CONSEJO DE FAMILIA





## GOBIERNO CORPORATIVO

Este órgano elaboró un [Protocolo de Familia](#) que permitiera a la propiedad asegurar los valores intrínsecos de la empresa y regular las relaciones entre esta y la familia propietaria. A partir de 2012, la Oficina de Familia se organiza en torno a dos áreas: una de servicios y otra patrimonial.

EL PROTOCOLO DE FAMILIA PERMITE A LA PROPIEDAD ASEGURAR LOS VALORES INTRÍNSECOS DE LA EMPRESA.



### GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

La [Corporación Empresarial Pascual](#) es el *holding* familiar cuyo accionariado pertenece a la familia Pascual Gómez-Cuétara y que actúa como sociedad matriz en la que se encuadra Grupo Leche Pascual, industria alimentaria, y el resto de negocios. La gestión de los negocios de la corporación cuenta con consejos de administración formados por consejeros dominicales e independientes, que ayudan tanto a la [gestión industrial](#) como al [desarrollo de la empresa familiar](#).

En el [Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual](#) participan los cinco miembros de la familia Pascual Gómez-Cuétara, madre e hijos, asesorados por dos consejeros independientes. Este Consejo contribuye a cimentar la *visión de propietarios*, no solo desde el punto de vista de la gestión, sino también de la creación de valor y la transmisión de valores, a la vez que ayuda a controlar el cumplimiento de los objetivos de la familia en cada negocio.

La actividad del Consejo de la Corporación Empresarial Pascual se organiza en [Comisiones](#) (Comisión

de Auditoría y Buen Gobierno, Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Personas y Comisión de Responsabilidad y Acción Social) y [Comités](#) (Comité Inmobiliario y Comité Industrial). En 2012, el Comité Industrial se ha incorporado como órgano que reporta al consejo de la corporación.



# GOBIERNO CORPORATIVO

Por otro lado, 2012 ha sido el último año de actividad de la Comisión de Responsabilidad y Acción Social, reunida en tres ocasiones para tutelar la actividad de la compañía en esta materia. La nueva figura del **Consejero Designado de Responsabilidad Corporativa y Comunicación** asume desde ahora la actividad de esta comisión, reportando directamente al Consejo.

Desde un punto de vista operativo, la Corporación Empresarial Pascual está dirigida por un Consejero Delegado, Tomás Pascual Gómez-Cuétara, del que dependen las direcciones de Estrategia e Innovación y Corporativo-Financiera.

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

- Dña. Pilar Gómez-Cuétara (Presidenta)
- 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



## ÓRGANOS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

**COMISIÓN DE AUDITORÍA Y BUEN GOBIERNO**, INTEGRADA POR LOS SIGUIENTES MIEMBROS:

- D. Joaquín Moya-Angeler
- D. César Bardají
- D. Konstantín Sajonia-Coburgo
- D. Antonio Castañeda Camarero (Secretario General Corporación Empresarial Pascual)

**COMITÉ INMOBILIARIO**, INTEGRADO POR:

- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara
- D. Borja Pascual Gómez-Cuétara
- D. Joaquín Moya-Angeler
- D. Javier Colomina Pérez del Río (Director Corporativo y Financiero)
- D. Antonio Castañeda Camarero (Secretario General Corporación Empresarial Pascual)

**COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES**. LOS CONSEJEROS QUE FORMAN PARTE DE ESTA COMISIÓN SON:

- Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Laura González Melero
- D. Joaquín Uriach
- D. Antonio Castañeda Camarero (Secretario General Corporación Empresarial Pascual)

**COMITÉ INDUSTRIAL**, CON LA PRESENCIA DE:

- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara
- D. Borja Pascual Gómez-Cuétara
- D. Javier Colomina Pérez del Río (Director Corporativo y Financiero)
- D. Enrique Guillén (Director General Soluciones Industriales de Alimentación y Bebidas)

**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
- D. Antonio Castañeda Camarero (Secretario General Corporación Empresarial Pascual)

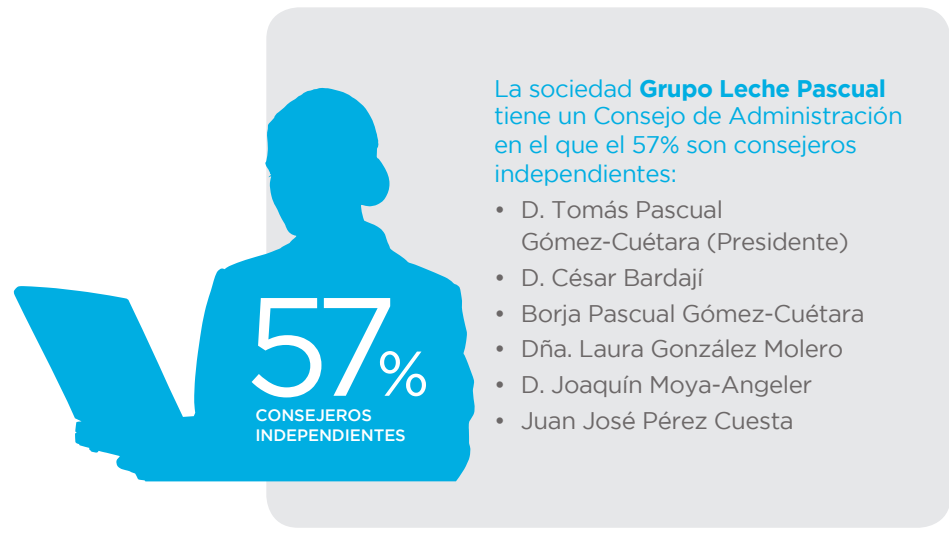


# GOBIERNO CORPORATIVO

## GOBIERNO DE GRUPO LECHE PASCUAL

El Consejo de Administración del Grupo Leche Pascual está integrado por dos consejeros dominicales y cuatro independientes, con extensa experiencia en el análisis y la gestión de los negocios industriales.

En 2012 se ha nombrado a **Ignacio García-Cano como CEO Director General Ejecutivo de Grupo Leche Pascual** y Tomás Pascual Gómez-Cuétara ostenta el cargo de Presidente. El CEO dirige las operaciones de Grupo Leche Pascual en el mercado nacional.



La sociedad **Grupo Leche Pascual** tiene un Consejo de Administración en el que el 57% son consejeros independientes:

- D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara (Presidente)
- D. César Bardají
- Borja Pascual Gómez-Cuétara
- Dña. Laura González Molero
- D. Joaquín Moya-Angeler
- Juan José Pérez Cuesta

## AUTORREGULACIÓN INTERNA

### NORMATIVA INTERNA DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

En 2012 se ha diseñado y redactado el **Reglamento de Consejos y Comisiones** siguiendo normas internacionales de buen gobierno corporativo. En sus treinta artículos, el documento establece la composición, facultades, funcionamiento y estructura de los órganos de gobierno, tanto de la Corporación Pascual como de Grupo Leche Pascual. A su vez, este reglamento integra el nuevo Estatuto del Consejo.

Igualmente, la compañía ha confeccionado un **modelo de cuestionario para la evaluación de los Consejos**. La aprobación de ambas normas está prevista en el primer Consejo de Administración de 2013.

### POLÍTICAS CORPORATIVAS

Cuatro políticas corporativas fueron aprobadas en 2012 por el Consejo de la Corporación Empresarial Pascual: Buen Gobierno, Financiera, Gestión de Riesgos y Auditoría Interna.

### COMISIÓN DE VALIDACIÓN DE LA PUBLICIDAD

Destaca en 2012 la constitución de este órgano de autocontrol cuyo fin es revisar la comunicación publicitaria de Grupo Leche Pascual, velando por el cumplimiento de los requisitos legales y los criterios de la política interna de la compañía. Integrada por las áreas de nutrición y salud de marketing, asesoría jurídica y asuntos regulatorios, la Comisión se ha reunido en treinta



La Comisión de Validación de la Publicidad se creó en 2012 para velar por el cumplimiento de los requisitos legales y los criterios de la política interna de la compañía.

ocasiones en su primer año de existencia para analizar **cincuenta piezas publicitarias de Leche Pascual** en televisión, radio, prensa, así como otros elementos como PLV y *packaging*, y unas treinta piezas de otras empresas. La Comisión realiza, además, un seguimiento periódico de las normas comunitarias y nacionales que afectan a la publicidad y a la información al consumidor.

# GOBIERNO CORPORATIVO

Las campañas son analizadas en primera instancia por el área de nutrición y salud de marketing para, posteriormente, ser sometidas, ya en la Comisión, a la consideración de la asesoría jurídica para su validación legal, así como al departamento de relaciones institucionales, con objeto de interpretar la adecuación de las piezas publicitarias al marco regulatorio en un sentido más amplio. Las decisiones sobre las campañas analizadas se toman de forma consensuada para su aprobación, rechazo o modificación.

## AUDITORÍA INTERNA


### EN 2012 SE HAN LLEVADO A CABO MÁS DE 100 AUDITORÍAS INTERNAS DE LAS SOCIEDADES DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL Y SUS STAKEHOLDERS.

La Dirección de Auditoría Interna Corporativa, poniendo el foco de su actividad en el control de aquellos riesgos de máximo impacto en el negocio, ha verificado el cumplimiento legislativo y de la normativa interna en los centros de trabajo, además de la calidad en los procesos y los sistemas de gestión. En el año 2012, en cumplimiento de los objetivos del plan aprobado

por la Comisión de Auditoría y Buen Gobierno, ha llevado a cabo más de cien 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 cien informes de auditorías, con sus recomendaciones y planes de acción donde era procedente.

#### EN CUANTO A LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS PARA 2012:

- Se realizó la Auditoría de Hacking Ético -una penetración controlada en los sistemas informáticos de la corporación- y de la misma se derivó un plan de acción.
- También han sido auditados distintos procesos comerciales en Delegaciones, Distribuidores y Trade Marketing, de los cuales ha surgido una serie de recomendaciones y planes de acción.



### OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA 2013:

- 1 Verificar que las distintas unidades de gestión de la corporación cumplen con las políticas, normas y principios de actuación establecidos por los órganos de gobierno de la misma.
- 2 Obtener evidencia objetiva de que la información relevante que generen los distintos procesos y actividades de la corporación es veraz y representa fielmente la realidad, obtenida conforme a lo establecido, y fluye adecuadamente a las direcciones correspondientes para su gestión y a los órganos de gobierno.
- 3 Verificar que los riesgos para el negocio están adecuadamente identificados, caracterizados y controlados mediante la existencia de métodos y procesos adecuados, y que éstos se cumplen, con el objeto de eliminar o minimizar los riesgos y su impacto.
- 4 Proponer cambios en las oportunidades de mejora detectadas en cualquier ámbito objeto de auditoría que contribuyan a mejorar la calidad de la gestión.
- 5 Favorecer la buena reputación de la corporación dando un soporte adecuado a todas las actividades de auditoría de cualquier parte interesada.

# GOBIERNO CORPORATIVO

▶ **CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL**

La Corporación Empresarial Pascual cuenta con un Código de Conducta de los Empleados estructurado en torno a tres principios generales de actuación: conducta ética, profesionalidad y confidencialidad.

▶ **PASCUAL DIRECTO, EL CANAL ABIERTO DE LECHE PASCUAL**



Esta herramienta 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** o cualesquiera otras actuaciones de las que pudiera derivarse un quebranto económico o patrimonial para alguna de las sociedades de la corporación o

fraudes financieros de cualquier tipo. 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.

Pascual Directo es gestionado por el Director de Auditoría Interna, por delegación de la Comisión de Auditoría y Buen Gobierno del Consejo de Administración de la corporación. Al cierre de 2012 se ha recibido un número de comunicaciones superior al del año anterior y todas ellas han sido resueltas favorablemente, habiéndose informado de ello y agradecido a quienes han utilizado este canal.

▶ **SISTEMA DE ATENCIÓN PERMANENTE EN CASO DE ACOSO SEXUAL O POR RAZÓN DE SEXO**

Para seguir garantizando un **entorno laboral exento de cualquier tipo de acoso sexual o por razón de sexo**, Leche Pascual ha desarrollado, en el contexto del Plan de Igualdad, un Protocolo de prevención y actuación en caso de acoso sexual.



# GOBIERNO CORPORATIVO

## ▶ NORMATIVA INTERNA Y ORGANIZACIÓN

El departamento de organización desarrolla una amplia normativa interna como soporte y guía a todas las actuaciones de la compañía. En 2012 se han actualizado y emitido diez normas y siete instrucciones de trabajo, además de haberse ahorrado **675.000 euros** gracias a la puesta en marcha de proyectos tendentes a la optimización de los recursos, la racionalización del gasto y la disminución de la burocracia interna.

Destaca el proyecto del área de servicios generales en las oficinas centrales, con inversiones en el exterior del edificio, remodelación de los espacios de oficinas y puestos de trabajo y dotación de un nuevo comedor y zona de relax.

## ▶ GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS

Los avances en materia de gestión de riesgos corporativos durante 2012 han consistido, en primer lugar, en la creación de una función específica, gestor de riesgos corporativos, enmarcada dentro de la Dirección Corporativa y Financiera. Desde

esta área se ha iniciado el diseño del modelo, un **Sistema de Gestión Integral de Riesgos y Oportunidades (SGIRO)**, compuesto por la política de gestión y control de riesgos, aprobada en 2012, el proceso, metodología y herramientas necesarios para identificar, analizar, evaluar y tratar los riesgos.

En este contexto, destaca en 2012 la realización de una prueba piloto de validación de este sistema, estrechamente vinculada a la apuesta por la gestión por procesos de la compañía explicada en el capítulo relativo a la gestión responsable. Así, se ha confeccionado el denominado «Proceso de control y gestión de riesgos», como elemento común e integrado en el diseño y puesta en funcionamiento de cualquier proceso corporativo.

## ▶ MANUAL DE GESTIÓN DE CRISIS

El Manual de Gestión de Crisis de Grupo Leche Pascual actúa como guía práctica para la gestión de crisis, centrándose en su comunicación interna y externa.

## ▶ COMITÉ DE MEDIO AMBIENTE

En 2012 se ha reunido en tres ocasiones para coordinar las actuaciones del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual con la participación de todas las áreas implicadas en su implantación.



Concurso de fotografía medioambiental 2012. «Colores de primavera». Fotografía de Jaume Mos.

# GOBIERNO CORPORATIVO

## AUTORREGULACIÓN EXTERNA

Grupo Leche Pascual ha estado adherido en 2012 a diversos códigos de autocontrol externos: actividad publicitaria, respeto de los derechos humanos y de los estándares laborales y medioambientales, comunicación *online*, control de la calidad y autenticidad de los alimentos, seguridad alimentaria y fomento de hábitos de consumo saludables.

Destaca en este ejercicio la adhesión a iniciativas contra el desperdicio alimentario, así como la participación activa en iniciativas de los sectores de lácteos, aguas envasadas y defensa de las marcas.

▶ PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS



Grupo Leche Pascual ha renovado su [compromiso con el Pacto Mundial para el cumplimiento de los diez principios](#) vinculados al respeto de los derechos humanos y laborales, la lucha contra la discriminación en el empleo y la protección medioambiental.

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

La labor de la Comisión de Validación de la Publicidad de Leche Pascual ha contribuido en su primer año de vida a afianzar el [compromiso ético de la comunicación comercial de la compañía](#). Así, Grupo Leche Pascual,

con cuatro reclamaciones en contra ante Autocontrol de la Publicidad, no ha sido objeto de resoluciones desfavorables en el año 2012.





# GOBIERNO CORPORATIVO

## ▶ NORMAS ÉTICAS DE COMUNICACIÓN EN LA RED: CONFIANZA ONLINE

Grupo Leche Pascual ha mantenido su adhesión a través de su web corporativa [www.grupolechepascual.es](http://www.grupolechepascual.es) a la iniciativa Confianza Online que acredita la calidad ética de la página.

## ▶ AUTOCONTROL DE LA CALIDAD ALIMENTARIA

La compañía pertenece a la [Asociación Española de Autocontrol](#)

de Zumos y Néctares (AEAZN) para la defensa de la calidad de los productos y la lucha contra el fraude en el sector.

## ▶ AUTORREGULACIONES SECTORIALES: COMITÉ DE SEGURIDAD ALIMENTARIA DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CODIFICACIÓN COMERCIAL (AECOC)

Grupo Leche Pascual forma parte del [Comité de Seguridad Alimentaria de la Sociedad Española de Codificación Comercial \(AECOC\)](#), en el que empresas de la industria y la distribución trabajan para prevenir posibles crisis alimentarias.

## ▶ FOMENTO DE HÁBITOS NUTRICIONALES SALUDABLES

Grupo Leche Pascual forma parte de la Estrategia NAOS: [Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad](#), con diversas líneas de actuación: productos saludables, reformulación de recetas, fomento del deporte y formación en alimentación sana.



# GOBIERNO CORPORATIVO

## ▶ PUBLICIDAD DIRIGIDA A MENORES

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.

## ▶ DESPERDICIO ALIMENTARIO

Grupo Leche Pascual ha firmado en 2012 con la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) un protocolo para [prevenir el desperdicio](#) y optimizar el excedente alimentario.

## ▶ MEDIO AMBIENTE SECTORIAL

Grupo Leche Pascual, como [presidente del comité medioambiental de la Asociación Española de Aguas Envasadas \(ANEABE\)](#), se ha sumado en 2012 al compromiso voluntario «2015 Naturalmente» que recoge los objetivos medioambientales de ANEABE hasta el año 2015, con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

## ▶ MEDIO AMBIENTE EN ADMINISTRACIONES LOCALES

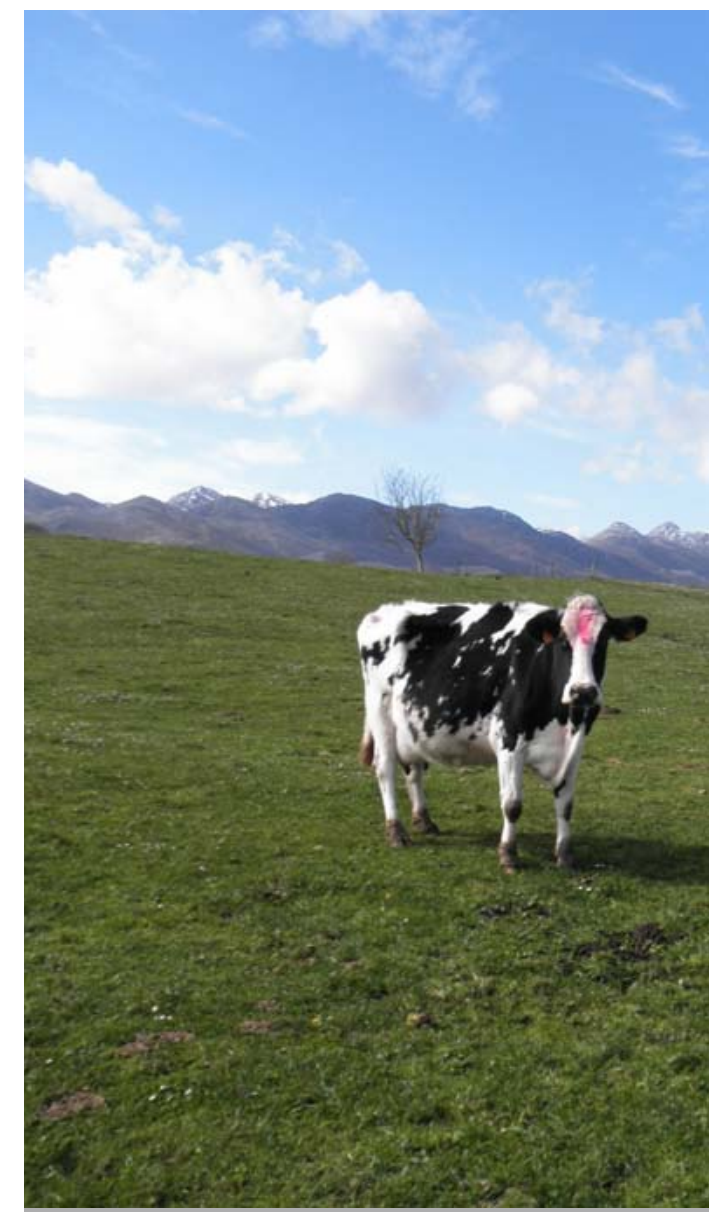
La compañía mantiene la pertenencia a iniciativas como el [Foro Pro Clima del Ayuntamiento de Madrid](#) y la iniciativa de la Agenda 21 del Ayuntamiento de Barcelona.

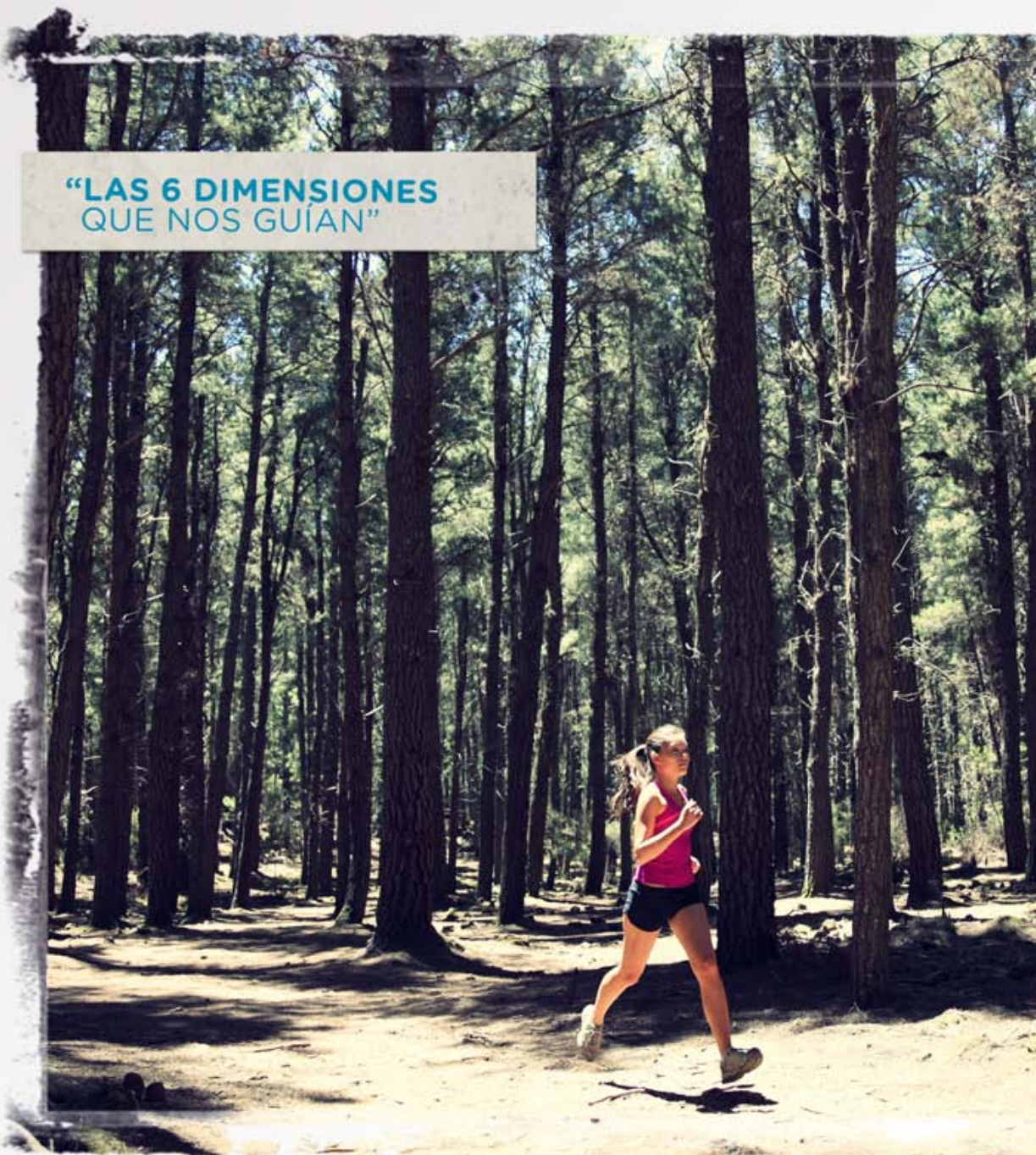
## ▶ PROMOCIÓN DE LA MARCA Y LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Grupo Leche Pascual es uno de los [socios fundadores de la Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas \(AME\)](#), creada en 2012 para promocionar la industria alimentaria, a través, entre otros cauces, de la defensa de la imagen de las marcas y el impulso de la I+D+i.

## ▶ PROTOCOLO LÁCTEO

Como miembro de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL), Leche Pascual forma parte del [Protocolo de colaboración del sector lácteo](#) firmado en 2012 con sus principales actores e impulsado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para «trabajar conjuntamente en la mejora de la eficiencia y el incremento del valor en las cadenas de comercialización y distribución de la leche y los productos lácteos».





“LAS 6 DIMENSIONES QUE NOS GUÍAN”

## 05 LAS 6 DIMENSIONES DE LA GESTIÓN RESPONSABLE

A partir del mandato derivado de la Misión y la Visión corporativas, Grupo Leche Pascual desarrolla una gestión responsable que alcanza a todas sus actividades y a los principales grupos de interés mediante 6 dimensiones:



1. Mejorar la calidad de vida de los consumidores



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



3. El impulso de alianzas y la colaboración con los clientes



4. La atención prioritaria al factor humano de la compañía

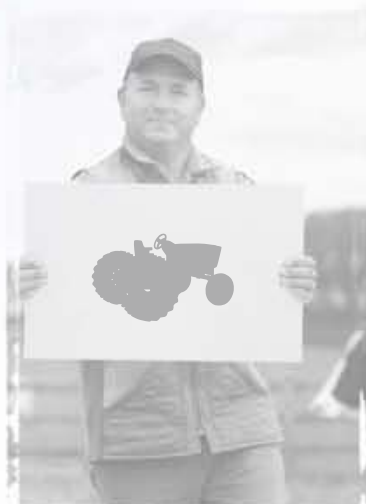


5. El respeto medioambiental

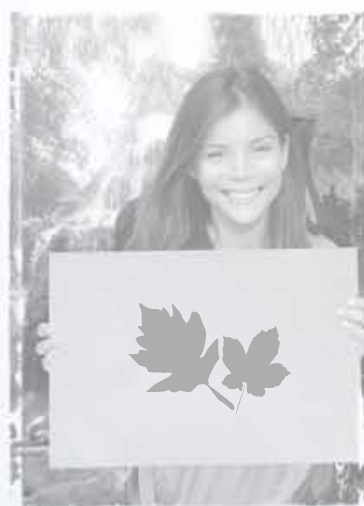


6. La actuación responsable ante la sociedad, así como el liderazgo responsable en los sectores y mercados en los que la compañía desarrolla su actividad.

Grupo Leche Pascual fomenta el estudio y la divulgación en el ámbito de la nutrición, los correctos hábitos de vida y la salud en general.



01. CONSUMIDORES



## 05.1 CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

Grupo Leche Pascual tiene entre sus objetivos mejorar la calidad de vida de los consumidores y, para ello, en 2012:

- ▶ Ha secundado la Estrategia NAOS a partir de diversos acuerdos con clubes de fútbol y baloncesto, del proyecto «Vive Sano» y de su propio Grupo Deportivo, para una alimentación sana y equilibrada y la práctica deportiva.
- ▶ Ha realizado cerca de 100 actividades de divulgación e investigación a través del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.
- ▶ Ha llevado a cabo diversos proyectos de sensibilización para profesionales de la salud, especialmente sobre los beneficios de la soja.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## OBJETIVOS 2012:



**Transmitir hábitos de vida saludables a la sociedad** identificando la marca Pascual con salud y deporte.



Extender y fomentar entre **los empleados de Grupo Leche Pascual la práctica deportiva.**



**Comunicación directa** para orientar hacia una dieta sana y **equilibrada.**



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



Desarrollo de **productos que formen parte de una dieta sana y equilibrada.**



Elaborar una **tabla de orientación dietética** para ayudar al profesional de la salud en la recomendación de alimentos para determinadas patologías.



Mantener la estrategia de **puertas abiertas** en los centros productivos.

## ACCIONES

- Acuerdos para difundir hábitos saludables con **canteras de clubes de fútbol y equipos de la liga de baloncesto.**
- Finalización del ciclo olímpico de Londres: una de las tres únicas empresas patrocinadora a la vez de los **equipos olímpico y paralímpico españoles con una aportación de 1.125.000 euros en 2012.**
- 100.000 euros como mecenas de la **Fundación Deporte Joven**, impulsora del deporte base.

- 512 participaciones de empleados en el **Grupo Deportivo de Leche Pascual.**
- **1.011 beneficiarios** de acuerdos y repercusión de patrocinios en los empleados.

- **Más de 9.000 estudiantes**, amas de casa y otros colectivos formados en nutrición.
- **Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud:** diecisiete colaboraciones y casi cien actividades de difusión e investigación en materia de salud y calidad de vida.

- 50.000 visitas a **www.sojaysalud.com**
- Relación con *bloggers* especializados en salud para trasladar los beneficios de la soja.
- **Diez Jornadas Científicas de Soja** con la asistencia de 418 profesionales sanitarios en Castilla León y Cataluña.

- Incorporación a la cartera de productos de las **bebidas lácteas de Flora.**
- Firma de la alianza con Laboratorios Esteve para la innovación alimentaria a través de la sociedad **BalanceLabs.**
- Lanzamiento de las marcas de yogures **Migurt (Venezuela) y Creamy Delight (Filipinas).**

- Difusión a profesionales de la tabla de orientación dietética: **«La dieta del semáforo. Los beneficios de la soja en dietoterapia».**

- **10.500 visitantes** a las principales fábricas del Grupo.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## OBJETIVOS 2013:



Una vez finalizado el ciclo de Londres 2012, renovar el compromiso con el olimpismo y centralizar la vinculación de la marca con el deporte y la vida sana a través del **baloncesto**.



Continuar el esfuerzo innovador con nuevas soluciones en salud y nutrición indicadas para personas con enfermedades metabólicas, como por ejemplo la diabetes.



Creación de una plataforma multidisciplinar para promover estilos de vida saludables entre los empleados: **Pascual Saludable**.



**El Grupo Deportivo de Leche Pascual** persigue aumentar la participación en todos los centros de trabajo, fomentar la participación de los empleados en el diseño de actividades y favorecer actividades abiertas con prácticas deportivas menos exigentes.



**Comunicación a los profesionales de la salud** de los beneficios de la soja, focalizando el mensaje y las herramientas en la menopausia.



Diseño de programas de **difusión directa para profesionales de atención primaria**.



**Sociedad Española de Geriatría (SEGG):** difusión del estudio epidemiológico sobre la intolerancia a la lactosa y protocolo de sensibilización del médico geriatra sobre esta intolerancia.



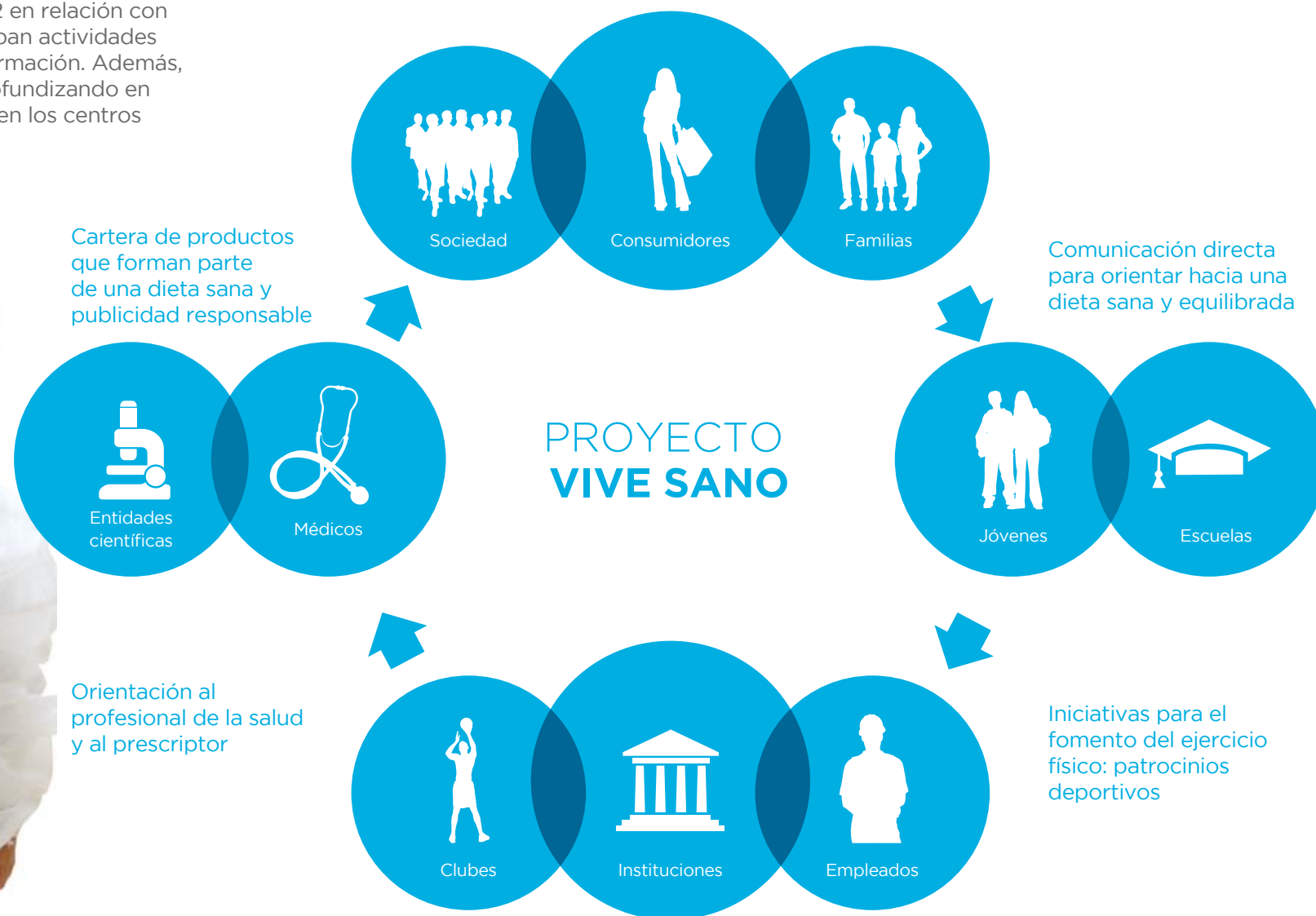
Continuar con la agenda de **Jornadas Científicas de soja** para profesionales sanitarios en Castilla León, Madrid y Barcelona: nuevos asistentes y fidelización de los ya formados.



Difundir los beneficios del **agua de mineralización muy débil** en patologías relacionadas con el riñón, la hipertensión o la insuficiencia cardíaca.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

Grupo Leche Pascual ha desarrollado diversas líneas de trabajo en el año 2012 en relación con la **Estrategia NAOS**, que engloban actividades de comunicación, difusión o formación. Además, la compañía ha continuado profundizando en su política de **puertas abiertas** en los centros productivos.



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NAOS

A lo largo de 2012, tanto Grupo Leche Pascual como la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara, han abordado la Estrategia NAOS desde diversas perspectivas:

- ▶ Cartera de productos que forman parte de una dieta sana y equilibrada comunicados a través de una publicidad responsable.
- ▶ Iniciativas para el fomento de la actividad física.
- ▶ Comunicación directa para orientar hacia una dieta sana y equilibrada.
- ▶ Orientación al profesional de la salud.

Por otro lado, la compañía mantiene su política de puertas abiertas en los centros de trabajo.



▶ CARTERA DE PRODUCTOS QUE FORMAN PARTE DE UNA DIETA SANA Y EQUILIBRADA COMUNICADOS A TRAVÉS DE UNA PUBLICIDAD RESPONSABLE

La gama de productos que comercializa Grupo Leche Pascual forma parte de una dieta variada y equilibrada: lácteos, zumos, aguas minerales, soja u ovoproductos, que responde tanto a los requerimientos nutricionales básicos de los consumidores, como a los de personas con necesidades especiales, como embarazadas, deportistas, niños, adolescentes, mayores o personas con intolerancias.

Las innovaciones de productos en 2012 ha seguido esta línea: nueva variedad de Bifrutas para el público infantil, ViveSoy sabor original para los consumidores que demandan el sabor original de la soja, envase brik Tetra Edge de leche e innovadora variedad entera de Leche Pascual sin lactosa para las labores culinarias y el público infantil.

A fin de hacer efectivo el compromiso de informar al consumidor responsablemente,

Grupo Leche Pascual está adherido a la Asociación de Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol de la Publicidad), a cuyo dictamen previo somete todas sus campañas publicitarias para asegurar su adecuación a criterios éticos. Además, la compañía sigue

La gama de productos que comercializa Grupo Leche Pascual forma parte de una dieta variada y equilibrada, que responde a los requerimientos nutricionales básicos de los consumidores.



comprometida con el Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS). En este contexto, Leche Pascual ha creado en 2012 la Comisión de Validación de la Publicidad, como ya se ha explicado en el capítulo de Gobierno Corporativo.



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

▶ INICIATIVAS PARA EL FOMENTO DE LA ACTIVIDAD FÍSICA

Grupo Leche Pascual ha mantenido en 2012 una gran apuesta por la salud y la actividad física como parte de su compromiso con los consumidores, especialmente con los más jóvenes. La compañía ha colaborado con grandes entidades deportivas para convertirse en el patrocinador de sus canteras de fútbol. Asimismo, Leche Pascual ha colaborado con varios clubes de la liga española de baloncesto por medio de charlas de los propios jugadores en colegios, aconsejando sobre hábitos alimentarios a los más jóvenes.

**GRUPO LECHE PASCUAL HA MANTENIDO EN 2012 UNA GRAN APUESTA POR LA SALUD Y LA ACTIVIDAD FÍSICA COMO PARTE DE SU COMPROMISO CON LOS CONSUMIDORES**



Grupo Leche Pascual apoya, un año más, el deporte escolar.

Además, en su apuesta por el deporte base, se suma el mecenazgo de Leche Pascual a la **Fundación Deporte Joven**, del Consejo Superior de Deportes, que fomenta el deporte infantil y juvenil en su sentido más amplio, desde las actividades colegiales hasta los juegos escolares.

Por otro lado, Grupo Leche Pascual ha sido una de las tres únicas compañías que han simultaneado el apoyo a los equipos olímpico y paralímpico con el patrocinio del Programa **Asociación Deportes**

Olímpicos (ADO) y del Programa de Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico (ADOP).

El deporte en la empresa es otra de las iniciativas relacionadas con la Estrategia Naos. En 2012 el **Grupo Deportivo de Leche Pascual** contó con 512 participaciones en variadas modalidades deportivas. Además de estas actividades, el Grupo Deportivo completa su labor ofreciendo descuentos y actividades gratuitas relacionadas con la salud y el deporte, así como a través de acciones de reversión de los patrocinios corporativos, incluso con el patrocinio directo de trabajadores de Leche Pascual que destacan en determinadas modalidades. Más de mil empleados y familiares se han beneficiado de estos acuerdos preferenciales y patrocinios con una repercusión económica de 60.174 euros.

La apuesta por la salud y la actividad física se concreta en distintas iniciativas de colaboración con el deporte base, la **Fundación Deporte Joven** y el apoyo a los equipos olímpico y paralímpico.



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES



## FÚTBOL

### ENTIDAD

<b>REAL MADRID:</b> Patrocinador oficial Cantera Real Madrid	<b>FUNDACIÓN ATLÉTICO DE MADRID:</b> Patrocinador oficial Fundación Atlético de Madrid	<b>ESCUELA ANTONIO PUERTA (SEVILLA FC):</b> Patrocinador oficial Escuela Antonio Puerta	<b>FÚTBOL INDOOR INFANTIL:</b> Patrocinador oficial Liga y Copa Infantil de Fútbol Indoor
-----------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

### ACCIONES 2011-2012

- Acciones de difusión de la web oficial de la cantera. [www.pascualalimentatusueño.es](http://www.pascualalimentatusueño.es)
- Acciones con empleados.
- Charlas nutricionales en colegios.
- *Sampling* de productos saludables.
- Acciones con empleados.
- Patrocinador programa «Sácale partido al cole».
- Charlas nutricionales en colegios y desayunos saludables.
- *Sampling* en campus y clínicas.
- Acciones con empleados.
- *Sampling* de producto. Veinte jornadas.



## BALONCESTO

### ENTIDAD

<b>LIGA ACB:</b> Patrocinador oficial	<b>ASEFA ESTUDIANTES:</b> Patrocinador	<b>CAJA LABORAL:</b> Patrocinador	<b>UNICAJA MÁLAGA:</b> Patrocinador	<b>TOUR NBA:</b> Patrocinador
------------------------------------------	-------------------------------------------	--------------------------------------	----------------------------------------	----------------------------------

### ACCIONES 2011-2012

- Patrocinio de la liga española de baloncesto ACB, asociando marca-deporte-salud.
- Acciones durante los partidos.
- Acciones con empleados.
- Agua oficial del club (banquillos, palco, entrenamiento y cantera).
- Charlas nutricionales con jugadores del primer equipo y *sampling*.
- Acciones con empleados.
- Concurso Bifrutas en [www.baskonia.com](http://www.baskonia.com)
- Patrocinador torneo Aker 3x3.
- Charlas nutricionales y *sampling*.
- Agua oficial del club (banquillos, palco y entrenamientos y cantera).
- *Sampling* campus de Navidad y verano.
- Presencia en canchas.
- Concurso Dance en la pista central del *Road Show*.
- *Sampling* en el *Road Show*.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## OLIMPISMO Y DEPORTE FEDERATIVO



## OTROS PATROCINIOS



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES



GRUPO DEPORTIVO 2012



\* Personas beneficiadas y sin gasto extra para la compañía.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

► COMUNICACIÓN DIRECTA PARA ORIENTAR HACIA UNA DIETA SANA Y EQUILIBRADA

El proyecto «Vive Sano» de Grupo Leche Pascual persigue concienciar a la población en edad escolar de la importancia que tiene la alimentación saludable y el deporte. Especialistas de Grupo Leche Pascual y del Instituto Tomás Pascual Sanz en nutrición y educación han impartido charlas en colegios, institutos y asociaciones sobre las reglas de una buena alimentación a más de 9.000 personas en 2012.

SE HAN IMPARTIDO CHARLAS EN COLEGIOS, INSTITUTOS Y ASOCIACIONES SOBRE LAS REGLAS DE UNA BUENA ALIMENTACIÓN A MÁS DE 9.000 PERSONAS.



PROYECTO «VIVE SANO»



PERSONAS FORMADAS EN NUTRICIÓN EN 2012

**MADRID**  
 Alumnos de módulos de formación profesional: 100  
 Alumnos de primaria: 1.010  
 Grado de educación infantil: 80

**CATALUÑA**  
 Escuelas y colegios: 1.848  
 Fundaciones: 166  
 C.E.E. (Centros de Educación Especial): 216  
 Asociaciones y Centros Cívico-Culturales: 1.441  
 AFA/CFA-Adultos: 363  
 Geriátricos y residencias 3.ª edad: 690

**SEVILLA**  
 ESCUELAS Y COLEGIOS:  
 2.975

**VITORIA**  
 ESCUELAS Y COLEGIOS:  
 100

**BURGOS**  
 EQUIPO DEPORTIVO:  
 100

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

Por otra parte, el Instituto **Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud**, perteneciente a la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara, ha contribuido en 2012 a la difusión e investigación en materia de salud y calidad de vida. A través de diecisiete colaboraciones estables el Instituto ha llevado a cabo a lo largo del año casi cien actividades.

Las principales actividades se han realizado en colaboración con entidades de prestigio, como universidades, centros de investigación y organizaciones médicas y científicas, en forma de publicaciones, seminarios y cursos, exposiciones, cátedras y premios. Y en materias tan variadas como la nutrición en diversos entornos, la salud pública, el medio ambiente, la neurociencia cognitiva, los trastornos alimentarios, la salud emocional o la nutrigenética y la nutrigenómica.



- (1) Seminario «Alimenta tus emociones».
- (2) Aniversario del Instituto Tomás Pascual Sanz.
- (3) Firma de convenio de colaboración con el Consejo General de Colegios de la OMC.
- (4) Presentación del libro *Retos medioambientales de la Industria alimentaria*.
- (5) Presentación del libro *Hot Topics en Nutrición y Salud Pública*.
- (6) Presentación del libro *Creatividad y Neurociencia Cognitiva*.
- (7) Colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en seminarios sobre nutrición.

# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## INSTITUTO TOMÁS PASCUAL PARA LA NUTRICIÓN Y LA SALUD

Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad San Pablo CEU	Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH	Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra	Cátedra Tomás Pascual Sanz- Universidad de Burgos	Colaboración con la Sección de Neurociencia Cognitiva del Centro Mixto UCM-ISCIH de Evolución y Comportamiento Humanos
------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------	---------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### PRINCIPALES ACTIVIDADES 2012

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo de alimentación institucional: «Alimentación y nutrición en el entorno geriátrico, en el medio escolar y en el hospitalario».</li> <li>• Presentación del libro <i>Hot Topics en Nutrición y Salud Pública</i>.</li> <li>• Premio Cátedra Tomás Pascual Sanz de reconocimiento a la investigación en alimentación y salud para grupos de investigación de la Universidad CEU San Pablo. 5.ª Edición Curso Académico 2012-2013.</li> <li>• Jornada «Interacciones dieta y xenobióticos en el siglo XXI».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo de Conferencias «Dieta y salud: desde el pasado al presente».</li> <li>• Semana de Mujer y Ciencia. Exposición «Mujer y ciencia: 13 nombres para cambiar el mundo».</li> <li>• Presentación del libro <i>Visiones del ser humano, del pasado al presente</i>.</li> <li>• Centro Nacional de Investigación sobre la Evolución Humana, Burgos. Simposio Internacional «Human Paleoneurology».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta en funcionamiento de la web Cátedra Pascual Sanz - Universidad de Navarra.</li> <li>• Jornadas de actualización en nutrición: «Nutrición comunitaria vs. nutrición personalizada».</li> <li>• Entrega de los Premios Nutrivideo 2012.</li> <li>• Cursos de Verano de la UPV/EHU. San Sebastián: «Global Health and Individualized Nutrition».</li> <li>• Acto de Clausura de la VII Edición del Máster Universitario Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU).</li> <li>• Entrega del Premio Nutrición y salud.</li> <li>• Coloquio-Encuentro: «Nutrición, Salud y Deporte».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del libro: <i>Retos medioambientales de la Industria alimentaria</i>.</li> <li>• Jornada «La nanotecnología en la Industria Alimentaria».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo de conferencias sobre «Neurociencia Cognitiva».</li> <li>• Presentación del libro <i>Creatividad y Neurociencia Cognitiva</i>.</li> <li>• Campus de Chamartín «Escuela de verano. El Cerebro Social».</li> </ul>
Colaboración con la Organización Médica Colegial	Otras colaboraciones			

### PRINCIPALES ACTIVIDADES 2012

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma de convenio de colaboración entre el Consejo General de Colegios de la OMC.</li> <li>• Lanzamiento y desarrollo del curso on line titulado «Educación sanitaria e interrogantes en patologías para la oficina de farmacia 2».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo: Seminarios «Nutrigenómica: la clave para la nutrición personalizada». «Avances y retos en nutrición y alimentación».</li> <li>• Colaboración con CICbioGUNE.</li> <li>• Colaboración con FITA: Presentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>del libro <i>Controversias sobre los trastornos alimentarios. Jornadas de actualización y debate</i>.</li> <li>• Seminario «Alimenta tus emociones», en colaboración con María Jesús Álava.</li> <li>• Presentación del libro TDAH: Origen y desarrollo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración con la Real Academia de Medicina: Sesión Científica Extraordinaria «Criterios básicos en Osteoporosis».</li> <li>• Presentación del libro <i>Nutrigenética y nutrigenómica: hacia la nutrición personalizada</i>, en colaboración con Manuel Portero, Universidad de Lleida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del libro <i>Vive Sano</i>, en colaboración con Wolters Kluwer, periódico Escuela.</li> <li>• «Salón del Libro Infantil y Juvenil de Madrid», en colaboración con el Consejo General del Libro Infantil y Juvenil.</li> </ul>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

## ACCIONES DE ORIENTACIÓN AL PROFESIONAL DE LA SALUD EN 2012

### ▶ ORIENTACIÓN AL PROFESIONAL DE LA SALUD

Jornadas científicas de soja

Tabla de orientación dietética: «La dieta del semáforo. Los beneficios de la soja en dietoterapia».

Difusión de contenidos sobre salud en medios *on-line*

Colaboraciones con sociedades médicas



- Celebradas en las plantas de Aranda de Duero y Gurb.
- Seis jornadas con 273 nuevos asistentes.
- Cuatro jornadas con 145 asistentes que acudían por segunda vez, especializadas en prevención cardiovascular, sobrepeso y obesidad e impartidas por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria.
- Difusión de diversos monográficos a partir de una exhaustiva revisión bibliográfica de la evidencia científica relacionada con los alimentos y la salud.
- Documento de referencia para profesionales sanitarios.
- Presenta valores de diagnóstico y recomendaciones de alimentos clasificados en tres niveles: adecuados, con moderación y a evitar.
- Las patologías analizadas son obesidad, hipercolesterolemia, diabetes, hipertensión, celiaquía, gota, menopausia, alergia a la proteína láctea e intolerancia a la lactosa.
- Distribución a profesionales de la salud: profesionales de la enfermería y nutricionistas.
- Refuerzo de la web para profesionales [www.sojaysalud.com](http://www.sojaysalud.com), que ha pasado de 12.000 a 50.000 visitas.
- Desarrollo de perfiles en redes sociales (Facebook) con contenidos de interés para profesionales.
- Relación con *bloggers* especializados en salud para trasladar los beneficios de la soja. Los contenidos han sido compartidos en redes sociales, con 14.000 visitas en Facebook.
- Colaboración con la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria: impartición por esta sociedad de formación en las jornadas científicas de soja e inclusión de la soja a la altura de la leche en su pirámide nutricional. [www.sojaysalud.com/piramide-de-alimentacion-saludable.php](http://www.sojaysalud.com/piramide-de-alimentacion-saludable.php)
- Colaboración con la Sociedad Española de Geriátría (SEGG):
  - ▶ Desarrollo de una guía de hidratación en la población mayor para orientar a médicos geriatras sobre la importancia de la hidratación en un grupo de población extremadamente sensible.
  - ▶ Inicio de un estudio epidemiológico entre usuarios ancianos institucionalizados en residencias de la CC.AA. con un tamaño muestral de 1.000 participantes para valorar la prevalencia de la intolerancia a la lactosa en este grupo de población. El estudio lo realizan médicos geriatras de la SEGG.



El programa de sensibilización de Grupo Leche Pascual del profesional de la salud, especialmente en atención primaria, aporta conceptos de nutrición para apoyar el discurso del profesional frente al paciente y, además, le permite conocer con detenimiento todos los procesos industriales que tienen lugar en las plantas de producción.

A partir de esta formación, el profesional refuerza su conocimiento global acerca de todos los alimentos, del enfoque nutricional que deben ofrecer en su consulta y de las fases de un proceso de producción completo, desde la materia prima hasta su distribución. Asimismo, Leche Pascual pone a su disposición distintas herramientas para facilitar la difusión de los contenidos relevantes. En este contexto, los medios *on-line* han jugado un papel importante en 2012 en la labor de comunicación al profesional sanitario.

- Colaboración con la Fundación Hispana de Osteoporosis (FHOEMO) y con la Fundación Renal Íñigo Álvarez de Toledo para ayudar a la realización de sus fines sociales.
- Elaboración de un libro de recetas *Un toque de soja en la cocina* con la colaboración de nutricionistas del Hospital Clínic de Barcelona que forman parte de nuestra dieta mediterránea. Todos los platos tienen identificados su valor nutricional y el balance completo de las calorías.
- Colaboración con el sello de calidad hostelero Rusticae para el diseño de desayunos saludables para sus establecimientos.



# CALIDAD DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES

▶ POLÍTICA DE PUERTAS ABIERTAS EN LOS CENTROS DE TRABAJO

La política de puertas abiertas de los centros de trabajo de Leche Pascual permite acercar al consumidor la realidad de la empresa, especialmente en las plantas industriales, que fueron visitadas por más de **10.500 personas en 2012**.



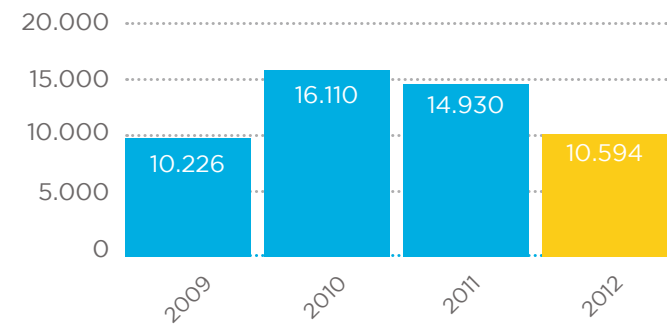
Destacan en 2012 las actividades de apertura de los centros de trabajo a los propios empleados y familiares con el objetivo de dar a conocer y compartir el trabajo individual y colectivo. Así, en los centros industriales de Aranda de Duero y Gurb se celebró el «Día de la Familia», con la participación de más de 1.000 personas. En las oficinas centrales tuvo lugar también una jornada de puertas abiertas que contó con 250 asistentes.



Visita del Equipo Paralímpico después de Londres.

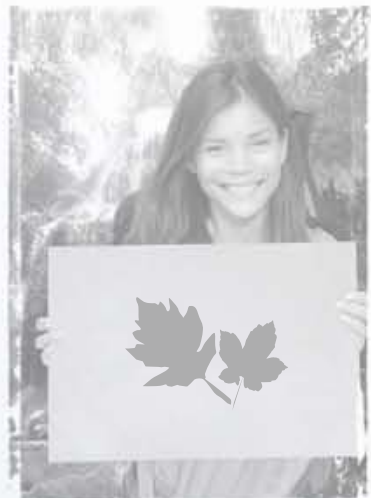


EVOLUCIÓN NÚMERO DE VISITANTES A FÁBRICAS DE GRUPO LECHE PASCUAL





02. CADENA DE SUMINISTRO



## 05.2 SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

En 2012 Grupo Leche Pascual ha mantenido el compromiso con la sostenibilidad de ganaderos y agricultores, como demuestra que el 65% de las granjas de leche se encuentren ya certificadas por el Programa de Seguridad Garantizada. Además, se ha avanzado en el Programa de Eficiencia Productiva, en las ganaderías, así como en el proyecto agronómico de cultivo de soja.

La compañía ha proseguido la implantación del Programa de Proveedores Responsables para asegurar criterios de sostenibilidad en la actividad de los proveedores no agropecuarios.

La gestión responsable de la cadena de suministro se ve reflejada también en la disminución del ratio de reclamaciones por millón de envases.

# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## OBJETIVOS 2012:

- Promoción de un **marco estable** con el sector ganadero y agricultor proveedores de materias primas.
- Apuesta por la **calidad y seguridad alimentaria en origen**.
- En la recogida de leche, avanzar en el **programa de sostenibilidad** y completar el diseño del Programa de Evaluación del Impacto Ambiental.
- En cuanto a los **proveedores no agropecuarios**, establecimiento de un **régimen de calidad concertada** a partir de 2013.
- Aseguramiento de la Calidad: reducir un 10% el indicador de reclamaciones por millón de envases.

## ACCIONES

- 404 millones de litros de leche recogida a 496 ganaderos.
- El 99%** del volumen de leche recogida bajo contrato **homologado**.
- 600.000 gallinas ponedoras** para una producción de 250 millones de huevos, todos de categoría A.
- Cultivo de soja:** realización de tres **campos de ensayo** en colaboración con el Instituto Tecnológico Agrario de la Junta de Castilla y León.
- El **Programa de Seguridad Garantizada** reconocido oficialmente por parte de la Administración.
- 65% de ganaderos proveedores certificados en el Programa de Seguridad Garantizada, frente al 42% del año anterior.
- Aplicación a los ganaderos de las Guías de Prácticas Correctas de Higiene de INLAC.
- 87 granjas participantes en el Programa de Eficiencia Productiva** «Mejorar incluso lo bueno»:
  - la producción ha crecido de 9.685 a 10.418 kg de leche por vaca y año;
  - la transformación de la alimentación ha subido de 1,37 hasta 1,42 kg de leche producida por cada kg de ración ingerida.
- Adaptación y desarrollo del **capítulo medioambiental en el manual de seguridad alimentaria**.
- Elaboración y distribución de la **Guía de Buenas Prácticas Ambientales** a los ganaderos.
- Auditorías de calidad a 63** proveedores en sus propias instalaciones, un 26% más que el año anterior.
- Implantación del plan de acción anual del área de Aseguramiento de la Calidad en coordinación con el departamento de Atención al Consumidor.
- Disminución del **16,8% en el indicador de reclamaciones por millón de envases**.

# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## OBJETIVOS 2013:



Dentro del **Programa de Eficiencia Productiva del ganado de leche**, analizar las necesidades especiales de cada granja frente a los objetivos más generales del colectivo e incidir en los factores de eficiencia de las materias primas para la alimentación animal.



Incrementar el control medioambiental de la calidad del agua en las granjas de ganado vacuno, así como el control de seguridad y calidad de la leche en origen.



Extensión del sistema integrado de gestión a otros centros de trabajo: implantación de la ISO14001 en las delegaciones comerciales de Madrid y Barcelona e inicio del procedimiento en otras dos delegaciones.



Programa Proveedores Responsables: rediseño del cuestionario de homologación de proveedores con la inclusión de criterios relacionados con el modelo de Empresa Familiarmente Responsable (EFR) y con la Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI).



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

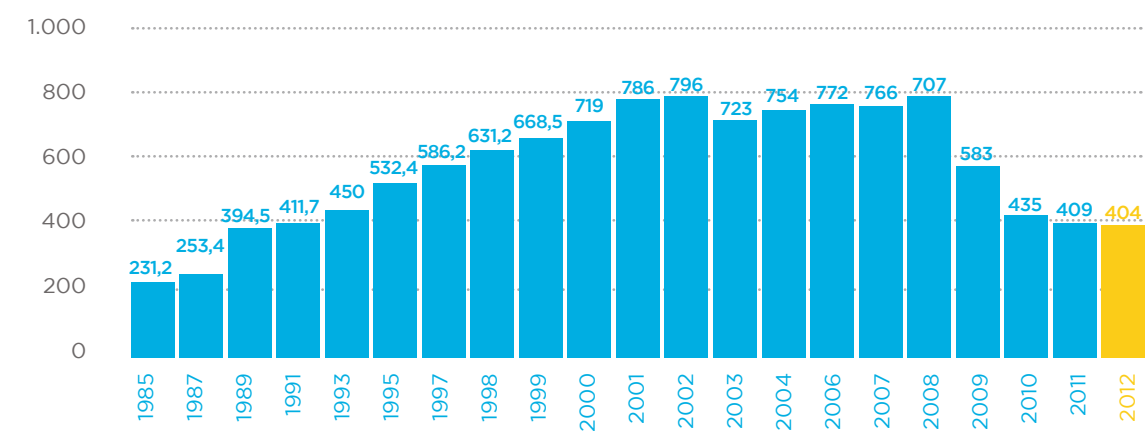
## PROVEEDORES AGROPECUARIOS

▶ GANADEROS:  
VACUNO DE LECHE

Grupo Leche Pascual ha llevado a cabo en 2012 un intenso trabajo con sus casi 500 ganaderos españoles, a los que recogió algo más de 400 millones de litros de leche, contribuyendo a su sostenibilidad mediante programas de ayuda para la profesionalización y rentabilización de sus explotaciones.

La cuota media de los proveedores de la compañía se sitúa en torno a 910.000 litros/explotación/año, casi el triple de la cuota media nacional del sector. Los treinta veterinarios y asesores de campo de la compañía que trabajan en las áreas de calidad de la leche, genética, alimentación animal, instalaciones y gestión, 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. Además, Grupo Leche Pascual compra prácticamente el cien por cien de la leche bajo contrato homologado para garantizar a los ganaderos seguridad jurídica y renta sostenible.

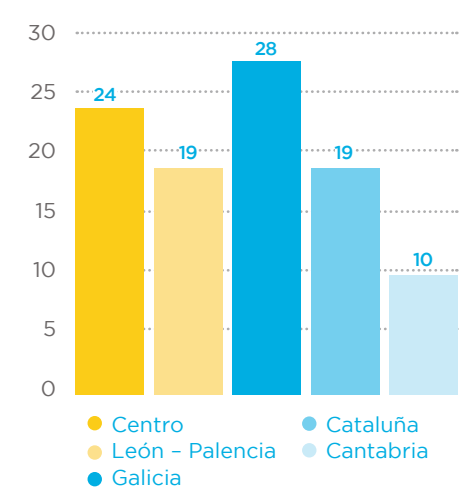
## EVOLUCIÓN DE LA LECHE RECOGIDA ANUALMENTE POR GRUPO LECHE PASCUAL (MILL. LITROS)



### 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 el 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 el montaje de instalaciones de ordeño.
- Logística**
  - Aseguramiento del correcto funcionamiento del transporte de la leche.

## PORCENTAJE DE LECHE RECOGIDA POR LECHE PASCUAL EN 2012 POR ZONAS GEOGRÁFICAS



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

La actividad de Grupo Leche Pascual se ha adaptado a las demandas del difícil contexto del sector en 2012, en el que ha incidido notablemente la subida del precio de las materias primas para alimentación animal, que ha comprometido la viabilidad de muchas granjas y en el que, desde la Administración, se han impulsado iniciativas con el objetivo de equilibrar las fuerzas en la cadena de producción de la leche. En este contexto, los proyectos para fomentar la sostenibilidad de los proveedores de leche de Grupo Leche Pascual en 2012 se despliega en cuatro frentes:



## CORRECTA GESTIÓN DE COMPRAS: CONTRATOS HOMOLOGADOS

Uno de los objetivos principales de Grupo Leche Pascual sigue siendo conseguir una relación duradera y equilibrada con los proveedores de leche, y en este sentido, la firma de contratos para el aprovisionamiento de leche es una herramienta clave.

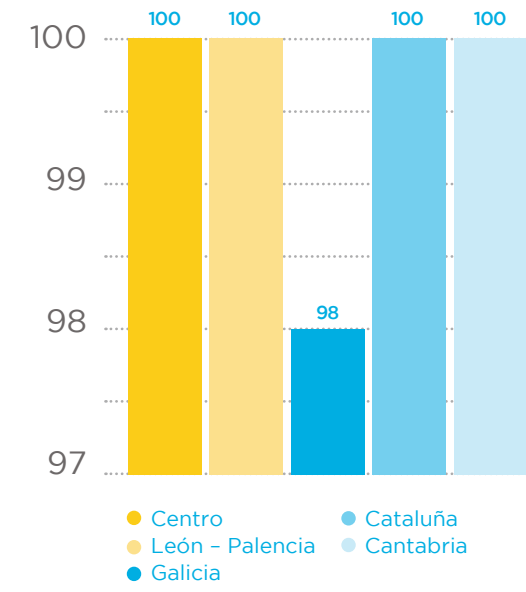
## CASI EL 100% DE LA LECHE ES COMPRADA BAJO CONTRATO HOMOLOGADO PARA GARANTIZAR A LOS GANADEROS SEGURIDAD JURÍDICA Y RENTA SOSTENIBLE.

En 2012 el 99% de las granjas proveedoras firmaron con la compañía el contrato tipo homologado vigente en el sector, de duración entre tres meses y un año, que aporta un marco de referencia para industrias lácteas y productores a través de un documento escrito que especifica las condiciones de compraventa de leche de vaca.



Nutrición animal: «Control de alimentos ensilados: temperatura, estado de conservación, olor...».

### PORCENTAJE DE GANADEROS CON CONTRATO HOMOLOGADO EN 2012 POR ZONAS GEOGRÁFICAS



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

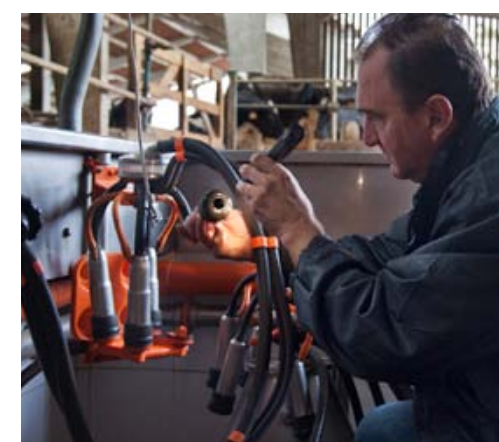
## SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD

Desde la perspectiva de la seguridad alimentaria, Grupo Leche Pascual ha implantado un sistema de auditoría para evaluar de forma sistemática y periódica las explotaciones y la calidad de sus procesos: el Programa de Seguridad Garantizada, que en 2012 consiguió el reconocimiento oficial por parte de la Administración por medio de la resolución de 16 de abril de 2012 de la Directora General del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León. Una de las consecuencias inmediatas de este nuevo estatus del esquema de certificación de granjas es que los proveedores de leche certificados percibirán las ayudas previstas en la regulación de la PAC para leche comercializada.

El programa se canaliza a través de un manual de seguridad alimentaria que indica requisitos diferenciales, más exigentes que los estándares en el mercado, sobre parámetros de calidad de la leche y de la alimentación del ganado, analizando los riesgos asociados al proceso productivo, ya que no todas las incidencias de calidad y seguridad se pueden detectar mediante los análisis rutinarios del producto.

En 2012, el 65% de los ganaderos proveedores de Grupo Leche Pascual se hallaban certificados en el Programa de Seguridad Garantizada con una puntuación superior a 90 puntos, lo que representa un 60% del volumen de leche recogida, si bien el 100% cumplen los requisitos mínimos. Este sistema de evaluación de proveedores está también 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.

Por otra parte, la mayor parte de las granjas proveedoras han superado con éxito los procesos de certificación externa sobre el cumplimiento de las Guías de Prácticas Correctas de Higiene de INLAC.

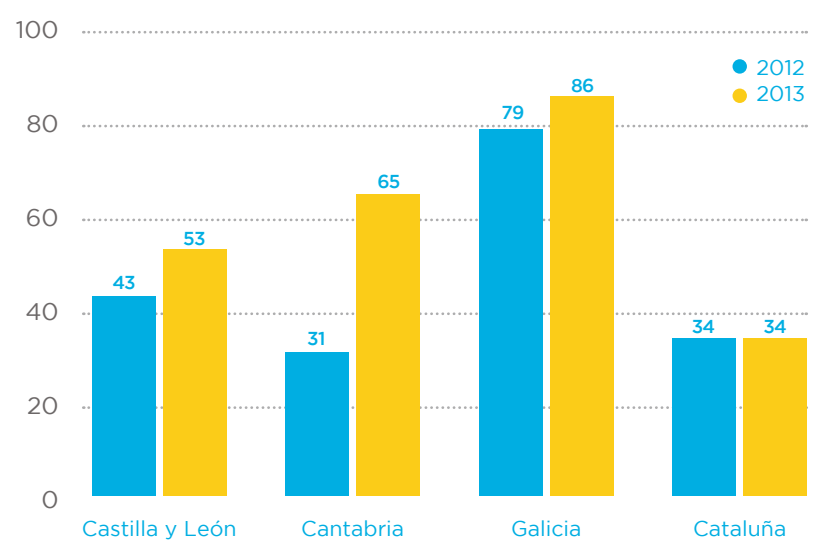


Instalación de ordeño: «Control de higiene de equipos, estado de mantenimiento, diseño...».

### Programa de Seguridad Garantizada de Grupo Leche Pascual

- ✓ **Auditoría** en torno a 150 puntos de control sobre agua, zona de ordeño, equipos, control de residuos y de plagas, bienestar animal, alimentación, medio ambiente, reproducción...
- ✓ **Certificación** de granjas con:
  - calificaciones superiores a 90 puntos sobre 100;
  - 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 **subsanan 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.

### EVOLUCIÓN DEL PORCENTAJE DE LECHE RECOGIDA CERTIFICADA SEGÚN EL PROGRAMA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA DE LECHE PASCUAL



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## PROGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD: EFICIENCIA PRODUCTIVA

Bajo el lema de «Mejorar incluso lo bueno», Leche Pascual presentó en 2012 por cuarto año consecutivo los resultados obtenidos por las explotaciones de vacuno de leche en el Programa de Análisis de la Eficiencia Productiva. En 2012 participaron en este proyecto 87 granjas proveedoras de Grupo Leche Pascual.

El Programa, cuyos objetivos se integran con el de Seguridad Alimentaria y el de Gestión Medioambiental, viene desarrollándose desde 2009 gracias a la estrecha colaboración de los servicios técnicos agropecuarios de Leche Pascual con ganaderos voluntarios dotados de un claro espíritu de superación. Tiene por objetivo principal mejorar la eficiencia en el uso de los medios de producción en las ganaderías, como condición necesaria para asegurar su sostenibilidad, ya que la mejoría de los índices técnicos conlleva una mejoría en los costes de producción.

Debido al incremento del precio de las materias primas, a lo largo de este año ha habido dos objetivos

principales: por un lado mejorar el rendimiento en la conversión de la ración en leche, lo que permitirá disminuir la necesidad de comprar alimentos no producidos en la propia ganadería. Por otro lado, mejorar la eficacia proteica de la ración mediante la producción de forrajes de la mejor calidad posible, hacer un manejo exquisito de los mismos y optimizar las condiciones de bienestar animal. El factor humano ha sido otro de los objetivos de trabajo de este programa. El relevo generacional es uno de los asuntos que más se deben cuidar.

## NUEVOS PROGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD: ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

El manual de seguridad alimentaria de Grupo Leche Pascual incluye un capítulo destacado dedicado al medio ambiente, dentro de la estrategia de la empresa de integrar todos los elementos evaluadores en un único cuerpo. Limitar el impacto ambiental de la producción primaria de leche es uno de los aspectos que debe tenerse más en cuenta para perseguir la eficiencia en el uso de los insumos y medios de producción, así como la correcta gestión de los residuos.

**Claves técnicas de la mejoría experimentada por las ganaderías españolas participantes en el Programa de Análisis de la Eficiencia Productiva**

- La producción ha crecido de 9.685 a 10.418 kg de leche por vaca y año.
- La productividad de la mano de obra ha aumentado de 852 a 976 kg por trabajador y día.
- La transformación de la alimentación ha subido de 1,37 a 1,42 kg de leche producida por cada kg de ración ingerida.
- Los meses totales de ordeño de las vacas han pasado de 34,9 a 36,4.
- La fertilidad de las vacas ha mejorado desde el 32,7% al 34,2%.

En 2012 los servicios técnicos agropecuarios modificaron el capítulo medioambiental del manual, adaptándolo a las nuevas exigencias del entorno y aumentando y desarrollando los requisitos exigibles a los ganaderos en esta materia. Asimismo, se ha elaborado una Guía de Buenas Prácticas Ambientales distribuida a los ganaderos.





# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## ▶ GANADEROS: AVICULTURA

La sociedad Arteovo de la Corporación Empresarial Pascual, que se dedica a la elaboración de huevo líquido, cuenta con un censo aproximado de 600.000 gallinas ponedoras para una producción en 2012 de 250 millones de huevos, todos ellos de categoría A, con los que la compañía elabora sus productos. Sobre el total de gallinas, 450.000 se hallan 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.

Durante 2012, la industria española de ovoproducto ha trabajado en la adaptación de la normativa europea sobre bienestar animal, legislación que Arteovo lleva aplicando en sus procesos productivos desde 2006, anticipándose de esta forma a los cambios requeridos por la norma.

La granja avícola de Santa Cruz participó en 2012 en el programa corporativo Pascual Excelente con el objetivo de lograr una gestión de máxima calidad, incidiendo en aspectos relativos al orden, la prevención de riesgos y la limpieza.

## ▶ AGRICULTORES: NARANJA Y SOJA

Zumos Palma, sociedad perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual, trabaja para promover la sostenibilidad del sector citrícola andaluz como proveedor de zumo para la planta de Palma del Río (Córdoba). En el campo, en 2012 destaca la cooperación 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. Para ello, los técnicos de campo de Zumos Palma han desarrollado un programa de calidad y sensibilización dirigido a las empresas de servicios de recolección y transporte para promover las mejores prácticas de manipulación de las naranjas.

En lo relativo al cultivo de soja, Grupo Leche Pascual ha continuado desarrollando en 2012 su proyecto agropecuario de soja con el objetivo de ofrecer al agricultor español un cultivo de calidad en zonas con gran tradición de agricultura.

## NOVEDADES DE LA CAMPAÑA SOJA NACIONAL EN 2012

Realización de tres campos de ensayo en colaboración con el ITACyL (Instituto Tecnológico Agrario de la Junta de Castilla y León), basados en el estudio de diferentes variedades y ciclos de cultivo en tres zonas geográficas de Castilla y León (Ávila, Salamanca y Palencia).

Apertura de una nueva zona de cultivo: Gerona.

Zonas de cultivo en 2012: Castilla y León, Andalucía, Extremadura y Cataluña.

Apertura de una nueva zona de cultivo: Gerona.

Número total de productores: 42

### Pilares importantes del proyecto:

- ▶ Continuo asesoramiento técnico en campo.
- ▶ Búsqueda y selección de variedades óptimas para la fabricación de las referencias ViveSoy.
- ▶ Plena trazabilidad origen-destino. Soja con ausencia de OGM.
- ▶ Se valora el cultivo como leguminosa, para mejor rotación.
- ▶ Trabajo de la mano con el agricultor en criterios de sostenibilidad a la hora de la realización de las diferentes labores de cultivo.
- ▶ Apuesta de la empresa por la soja nacional. Mejora de rendimientos y calidades en campo.

# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## PROVEEDORES NO AGROPECUARIOS

Durante 2012 Grupo Leche Pascual ha continuado aplicando el [Programa Proveedores Responsables](#) para someter a criterios de sostenibilidad su relación con los proveedores de bienes y servicios. El programa se encuentra actualmente implantado en la práctica totalidad de los proveedores de la compañía.

En 2012 el equipo de Aseguramiento de la Calidad realizó [auditorías](#)

[de calidad a 63 proveedores](#) en sus propias instalaciones, un 26% más que el año anterior. Estos proveedores se someten a 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.

### Programa Proveedores Responsables desarrollado por las áreas de Compras y Aseguramiento de la Calidad

- **Envío de un cuestionario de homologación de proveedores:**
  - ▶ Criterios de calidad, responsabilidad corporativa, seguridad, éticos y medioambientales.
- **Homologación del proveedor**, según los resultados del cuestionario una vez completado, por parte del departamento de Compras de Leche Pascual.
- **Auditorías de calidad in situ** a aquellos proveedores críticos por volumen de facturación y nivel de riesgo de su suministro:
  - ▶ Identificación de desviaciones.
  - ▶ Exigencia de un plan de acción para subsanarlas.
- **Gestión de las incidencias de calidad** ocasionadas por los proveedores en las fábricas de Leche Pascual o detectadas en el mercado:
  - ▶ El proveedor analiza la causa origen de los problemas.
  - ▶ Implanta las medidas necesarias para erradicar la repetición de los mismos.



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

El Sistema Integrado de Gestión de Grupo Leche Pascual comprende todas las herramientas de gestión relacionadas con la mejora continua, la sistemática de procesos, los cuadros de mando, la implantación de 5S y el resto de las iniciativas de mejora de la cadena de suministro.

El sistema se encuentra certificado de acuerdo a las normas y estándares de calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000, BRC, IFS (*International Food Standard*) para asegurar la calidad y la inocuidad de los productos. Por otro lado, como se ha citado anteriormente, el proceso de transporte y recogida de la leche está certificado bajo el estándar de Seguridad Alimentaria de la ISO 22000 y el de gestión de calidad de la ISO 9001. Por último, el sistema de evaluación de las explotaciones ganaderas se rige por un sistema propio (Seguridad Garantizada) que va más allá de los estándares habituales de calidad.

En 2012, y de acuerdo a la política de expansión del Sistema Integrado de Gestión a todos los centros de trabajo, la compañía culminó el proceso para la certificación de las delegaciones comerciales de Madrid y Barcelona según la norma medioambiental ISO 14001. Durante el ejercicio 2013 se pretende avanzar en este sentido en la red de delegaciones certificando otros dos centros más, Valencia y Valladolid.



Delegación comercial de Madrid-Barajas

INSTALACIÓN	SISTEMA
Complejo de Aranda de Duero (Burgos): Yogures -Postres	BRC
Complejo de Aranda de Duero (Burgos)	ISO-9001 ISO-14001
Planta de ovoproducto (Aranda de Duero)	ISO-9001
Planta de envasado de agua mineral natural de Bezoya Ortigosa del Monte (Segovia)	ISO-9001 ISO-14001 ISO-22000
Planta de envasado de agua mineral natural de Bezoya Tres Casas (Segovia)	ISO-9001
Planta de envasado de agua mineral natural de Camporrobles (Valencia)	ISO-9001 ISO-14001 IFS
Planta de envasado de agua mineral natural de Los Barrancos (León)	ISO-9001 ISO-14001 IFS
Planta de envasado de leche de Gurb (Barcelona)	ISO-9001 ISO-14001 ISO-22000
Planta de Caffé Mocay	ISO-9001 ISO-14001
Planta de producción de zumo de naranja (Córdoba)	BRC ISO-9001 ISO-14001
Proceso de recogida de leche	ISO-9000 ISO-22000
Delegaciones comerciales de Madrid y Barcelona	Inicio de los procedimientos para implantar la ISO 14001

Nota: la norma OHSAS 18000 se encuentra certificada a nivel de grupo.

# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN CERTIFICABLE DE GRUPO LECHE PASCUAL



**01.**  
Diseño del sistema (considerando los requisitos de las normas con las que se pretende certificar, en todos los pasos).



**02.**  
Documentación.



**03.**  
Implantación (formación, inversiones, etc.).



**04.**  
Verificaciones internas individuales y de procesos.



**05.**  
Auditoría interna (verificación del sistema).



**06.**  
Revisión por la Dirección.



**07.**  
Auditoría externa de certificación 1.ª fase



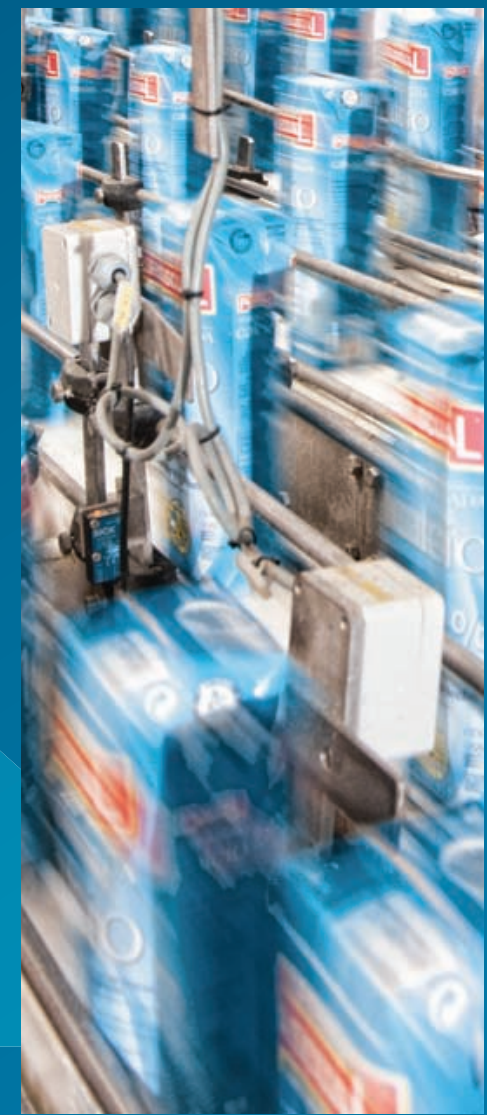
**08.**  
Auditoría externa de certificación 2.ª fase.



**09.**  
Resolución de no conformidades que pudiese haber (envío al auditor).



**10.**  
Emisión del certificado por la empresa certificadora.



# SECTOR PRIMARIO Y CADENA DE SUMINISTRO

## OTRAS ACCIONES DE MEJORA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

La mejora de la atención al consumidor es uno de los objetivos de Leche Pascual. Para ello, el [Departamento de Atención al Consumidor](#) atiende consultas, quejas, incidencias sobre los productos, sugerencias y peticiones de información, con un plazo de respuesta de 24 horas.

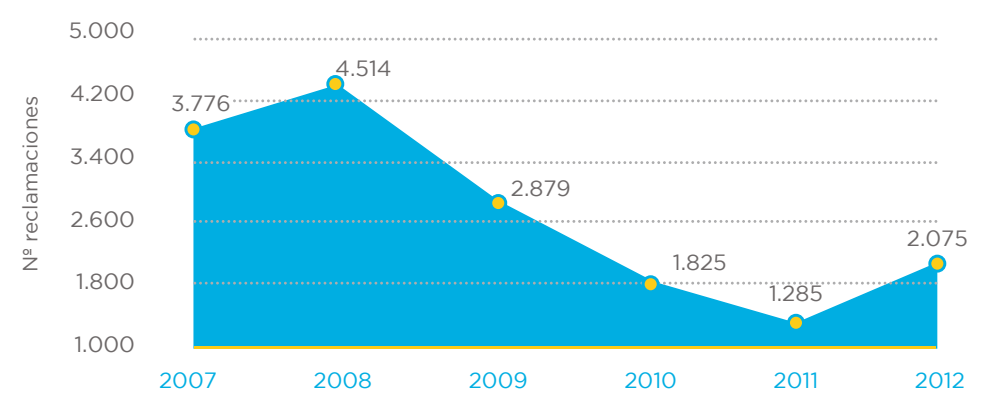
En 2012 se implantó el [plan de acción anual del área de Aseguramiento de la Calidad, en coordinación con el departamento de Atención al Consumidor](#), con el objetivo de desarrollar acciones correctoras en los proveedores y centros productivos que minimicen los problemas detectados y eviten la repetición de las incidencias. Para medir los avances la compañía cuenta con diversos indicadores, entre los que cabe destacar el que mide las unidades reclamadas por cada millón de envases vendidos.

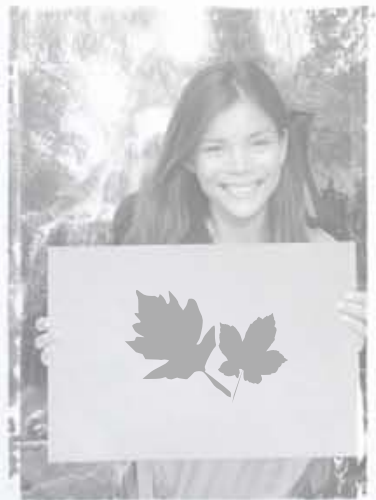
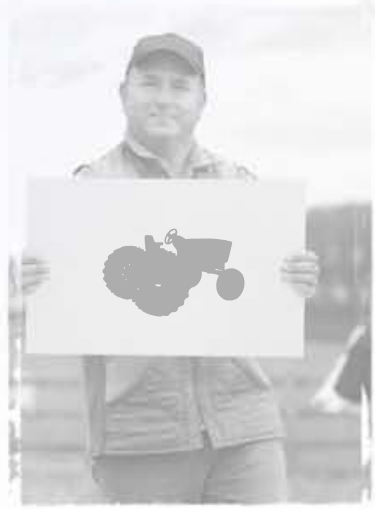


Con un objetivo en 2012 de dieciocho reclamaciones por millón de envases, el resultado final del plan de actuación ha arrojado un indicador de **16,55 ppms (partes por millón de envases)**, lo que supone una **disminución del 16,8%** en este **indicador** respecto al ejercicio anterior. Sin embargo, el **número global de reclamaciones** recibidas ha ascendido a 2.075, debido fundamentalmente a incidencias con el encolado del tapón de los envases de prisma.

CON UN OBJETIVO EN 2012 DE DIECIOCHO RECLAMACIONES POR MILLÓN DE ENVASES, EL RESULTADO FINAL DEL PLAN DE ACTUACIÓN HA ARROJADO UN INDICADOR DE 16,55 PPMS (PARTES POR MILLÓN DE ENVASES).

EVOLUCIÓN NÚMERO DE RECLAMACIONES AL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR (Nº RECLAMACIONES)





## 05.3 ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

Las alianzas nacionales e internacionales suponen uno de los ejes de crecimiento de Grupo Leche Pascual, intensificándose en 2012 con Unilever, Laboratorios Esteve, Empresas Polar, Yeliv o Asia Brewery.

Los niveles de servicio y satisfacción de clientes han seguido mejorando, tanto en el canal de distribución moderna, siendo la primera empresa española no multinacional en el *ranking* de Advantage Group, como a través de la primera participación en el estudio de satisfacción de clientes de hostelería organizada de AECOC. Se han diseñado igualmente proyectos innovadores con clientes de distribución moderna.

Grupo Leche Pascual ha mantenido igualmente su compromiso con la hostelería apoyando eventos, ferias y certámenes de este sector.

# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## OBJETIVOS 2012:



**Alianzas** para el desarrollo del negocio.



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



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.



Desarrollo de proyectos innovadores y participación en foros destacados del sector de la alimentación y la hostelería.

## ACCIONES

- **Nacionales:** con Unilever para la gestión integral de las bebidas Flora. Con Laboratorios Esteve para la creación de BalanceLabs.
- **Internacionales:** con Empresas Polar en Venezuela, con Asia Brewery en Filipinas y en Canadá con la participación del 50% en una compañía llamada Yeliv.

- **Puesto 14 en el ranking Core Competitive Set de Advantage Group** que incluye a los veintiún fabricantes mejor valorados por la distribución.
- **Primera empresa española no multinacional** en el ranking de Advantage Group.
- Primera participación en el **estudio de satisfacción de clientes de hostelería organizada de AECOC**, ocupando el **puesto 23** del ranking.

- Incorporación de la función de **Gestión de Calidad de Clientes**.
- **Traslado del área de atención directa de Rutas y Distribuidores** al centro logístico de la compañía en Madrid-Barajas.
- **El 71%** de las reclamaciones de clientes resueltas **en menos de treinta días**.

- Coordinación del **Comité de Servicio**, órgano interdepartamental que gestiona las incidencias de clientes originadas en la entrega de mercancía.

- Proyectos innovadores con clientes de distribución moderna: **«El Gran Pasillo Lácteo»** y **concepción de «Pascual Shopping Experience 3.0»**.
- Patrocinio del certamen de hostelería **Chef Millesime 2012**.
- Presencia destacada en la feria **Alimentaria 2012**.

# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## OBJETIVOS 2013:



Continuación de las alianzas para generar negocio.



Conclusión del diseño del proyecto «**Pascual Shopping Experience 3.0**» conjuntamente con clientes de distribución moderna para atraer tráfico a los establecimientos a través de las nuevas tecnologías.



Comienzo de la implantación del proyecto «**El Gran Pasillo Lácteo**» en clientes de referencia.



Desarrollo de una **política de desarrollo de clientes** de rutas de alimentación y hostelería: foco en el café, implantación del contrato y la preventa únicos, acciones de *trade marketing* para la sostenibilidad de su negocio.



**Satisfacción de clientes:** alcanzar el puesto número doce en el *ranking* de Advantage Group de distribución moderna y avanzar al puesto número veinte en el *ranking* AECOC de hostelería organizada.



Asegurar un plazo máximo de quince días para la resolución del 100% de las incidencias recibidas por el *Customer Service*.



Pasar de la posición décima a la sexta en el módulo de *Customer Service* del *ranking* Core Report de satisfacción de clientes.



# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

A través de una red comercial compuesta por más de 800 personas que llega directamente a más de 70.000 clientes compradores, Grupo Leche Pascual suma a su histórica apuesta por el desarrollo del comercio tradicional un compromiso de servicio integral y colaboración



con los grandes clientes de alimentación y hostelería, así como la necesaria cooperación con los distribuidores en aquellas zonas no cubiertas por su estructura comercial propia.

En 2012, la compañía reorganizó su estructura comercial para abordar los retos de forma más eficiente. Así, la gestión comercial y de *trade marketing* de los canales de distribución moderna y hostelería organizada, así como la presencia en el mercado portugués, se articula desde el área denominada **Distribución Organizada Iberia**, mientras que la atención comercial al pequeño comercio se lleva a cabo por la **Dirección de Red Capilar y Distribución**. Esta última está formada, por un lado, por una estructura de distribución directa de la que dependen las veintiséis delegaciones de Grupo Leche Pascual y la dirección logística capilar. Por otro lado, cuenta también con una estructura de distribución indirecta y servicios en la que se encuadran los canales comerciales de distribuidores y *vending*, el servicio técnico integral de todos los activos de maquinaria, una parte de las cuentas de hostelería, así como la función de *trade marketing* vinculada a la red capilar.



# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

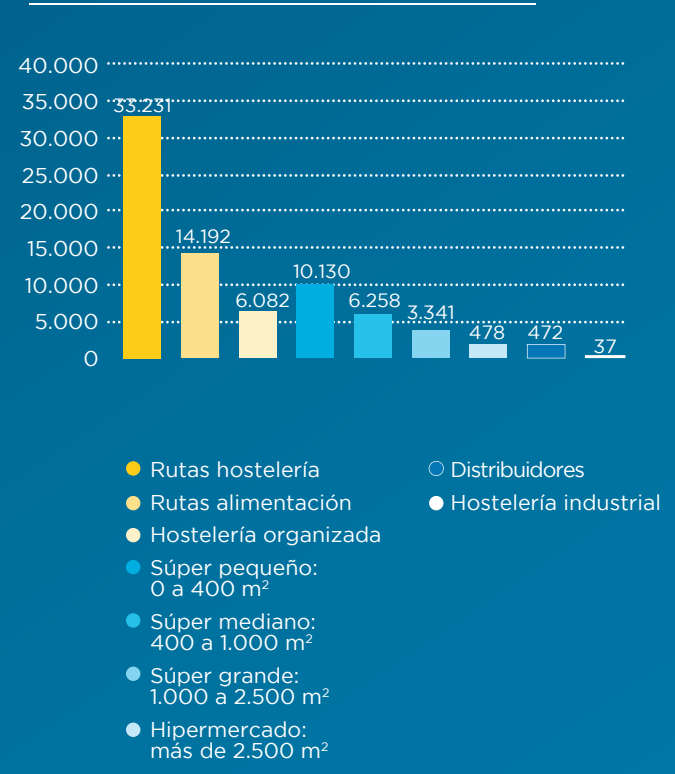


## Dirección de Red Comercial y Distribución

Dirección de Red Comercial y Distribución						Distribución indirecta y servicios	
Norte	Noreste	Levante	Sur	Centro	Logística Cap.	Hostelería	Distribuidores
Coruña	Barcelona	Castellón	Córdoba	Madrid	Log.Deleg.	Vips y Nac.	Distribuidores
Vigo	Baleares	Valencia	Sevilla	Valladolid		Vending	Canarias
Asturias	Zaragoza	Alicante	Cádiz	Burgos		Trade Ejecución	
León	Girona	Murcia	Granada			SAT	
Santander	Tarragona	Almería	Málaga			Sostenibilidad	
Bilbao						Otras marcas	



NÚMERO DE CLIENTES DE GRUPO LECHE PASCUAL POR CANAL COMERCIAL





## ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

Las acciones de Grupo Leche Pascual vinculadas al desarrollo de esta dimensión de la gestión responsable se agrupan de la siguiente forma en 2012:

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



### ALIANZAS Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Las alianzas con empresas nacionales e internacionales de prestigio suponen uno de los ejes de crecimiento de Grupo Leche Pascual. En 2012 se intensificaron los proyectos de colaboración con resultados satisfactorios.

#### ▶ ALIANZAS NACIONALES

- ▶ Alianzas para la distribución de productos y marcas de valor añadido desde la propia red de Leche Pascual: Agua de Pedras, la gama de salsas y condimentos Heinz; la cartera de cereales y barritas de Kelloggs; Helados Farggi, que en 2012 amplió la distribución de sus productos a través de Grupo Leche Pascual a Barcelona, Valencia, Málaga y Sevilla.
- ▶ Alianza con Unilever que licencia a Leche Pascual para la gestión integral en España durante diez años de las bebidas lácteas de la marca Flora: bebidas lácteas Flora y Flora Pro.activ.

# BalanceLabs

- ▶ Alianza con Laboratorios Esteve para la creación de BalanceLabs, sociedad que desarrollará gamas de productos y servicios para personas con necesidades metabólicas especiales.



# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

▶ La compañía también establece alianzas con sus **clientes nacionales** para el desarrollo conjunto de los negocios:

- Acuerdos de **gestión por categorías con clientes** clave con el objetivo del beneficio mutuo. Grupo Leche Pascual pone a disposición del cliente diversos elementos de apoyo como:

- Un equipo multidisciplinar de gestores de categoría para la resolución de cualquier problema.
- Soluciones informáticas para la gestión integral de la categoría.
- Revisión y planificación del surtido óptimo para evitar desabastecimientos.
- «Planogramación» a medida de cada cliente.
- Análisis promocionales.
- Agencias de reposición supervisadas por un equipo de promotores de Grupo Leche Pascual para la perfecta implantación y ejecución en el punto de venta.

- Desarrollo de un modelo de **relación con distribuidores** como fuente de ventaja

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

## ▶ ALIANZAS INTERNACIONALES

▶ Fabricación de yogures de larga vida MiGurt con el **socio venezolano** Empresas Polar.

▶ Comercialización de yogures de larga vida en Filipinas bajo la marca Creamy Delight con el socio local Asia Brewery.

▶ Producción de bebidas de soja en Canadá con la participación del 50% en una compañía llamada Yeliv.



- (1) Inauguración de la fábrica de yogures MiGurt en Venezuela.
- (2) El CEO de Asia Brewery, Michael G. Tan, y el presidente de Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual, en la presentación en Filipinas de la nueva marca de yogures Creamy Delight.

# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

### SERVICIO AL CLIENTE

▶ El departamento de Servicio al Cliente o *Customer Service* tiene como misión atender los requerimientos de los clientes de Grupo Leche Pascual para ofrecer un servicio eficaz y de calidad. Opera como un interlocutor especializado a través de un número de teléfono o e-mail para realizar pedidos, aclarar incidencias o realizar cualquier consulta o reclamación, según cada canal comercial.

En 2012, los hechos más destacables fueron los siguientes:

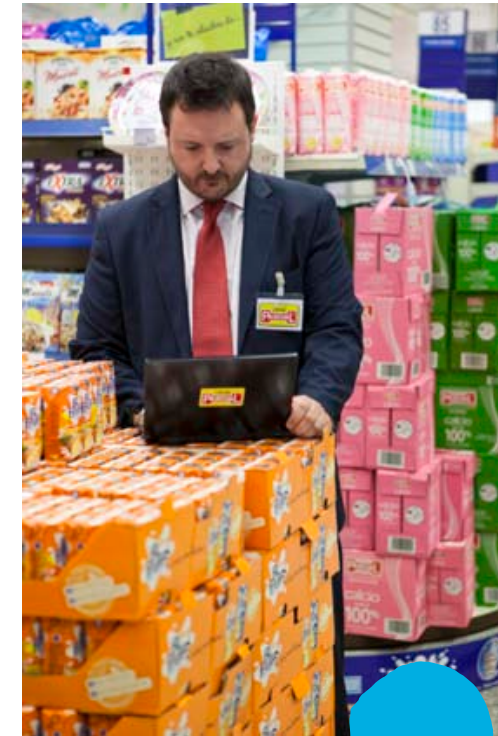
A) **Traslado del área de atención directa o *front office* de los canales de Rutas y Distribuidores** al centro logístico de la compañía en Madrid-Barajas, con el objetivo de ofrecer un servicio más cercano a los clientes, al acercar la gestión diaria a la red comercial.

B) Incorporación al *Customer Service* del área de **Gestión de Calidad de Clientes**, anteriormente

vinculada al departamento de Aseguramiento de la Calidad, con tres objetivos fundamentales:

- Vigilancia de las incidencias de calidad que afecten conjuntamente a clientes y consumidores, apoyando el trabajo del departamento de Atención al Consumidor en aquellas incidencias que, por su naturaleza o repetición, pudieran también producirse en los clientes.
- Recopilación, gestión, análisis y respuestas de las incidencias de calidad que afecten a los clientes.
- Gestión de la información sobre calidad y certificados que solicitan los clientes, (normas de calidad ISO, registros sanitarios, fichas técnicas de productos...).

Uno de los objetivos para el año 2013 del departamento de Servicio al Cliente es asegurar un plazo máximo de resolución de incidencias de quince días para el 100% de las recibidas. En 2012 el ratio de reclamaciones de clientes resueltas en menos de treinta días en relación al número de reclamaciones totales recibidas fue del 71%.





## ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

C) Control y gestión de los **descuentos comerciales fuera de factura** a través de la herramienta informática «Vistex», que permitirá el seguimiento diario de los acuerdos alcanzados previamente con los clientes en este terreno.

D) Coordinación del **Comité de Servicio**, órgano interdepartamental que gestiona las incidencias de clientes originadas en la entrega de mercancía. Se reúne semanalmente para revisar los indicadores de nivel de servicio («pedido perfecto» y puntualidad en la entrega) y sus acuerdos se publican en la intranet corporativa.

E) Mejora de tres posiciones en el **módulo del ranking de satisfacción de clientes Core Report (Performance Monitor)**, que analiza específicamente el servicio de **Customer Service**, pasando de la posición número trece a la número diez.



### 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 y en la delegación 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) y en oficinas centrales.

# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## ▶ SATISFACCIÓN DE CLIENTES

En lo relativo a la monitorización de la satisfacción de clientes de **distribución moderna**, Grupo Leche Pascual ha participado un año más en el estudio de **Advantage Group** que analiza la percepción de los principales operadores de distribución organizada del canal de alimentación sobre el servicio prestado por los fabricantes de gran consumo a partir de variables como la oferta, el surtido, la logística, etc. En 2012, la compañía ocupó el puesto **14 en el ranking Core Competitive Set de Advantage Group** que incluye a los veintiún proveedores mejor valorados de este estudio, siendo **la primera empresa española no multinacional**. Además, el indicador clave que analiza la satisfacción media de los encuestados evaluando las opiniones favorables, medias o desfavorables arroja un ratio positivo del 17%.

Por otro lado, Grupo Leche Pascual participó por primera vez en 2012 en el estudio que elabora **AECOC** sobre satisfacción de clientes de **Hostelería Organizada**, posicionándose en el puesto **23**

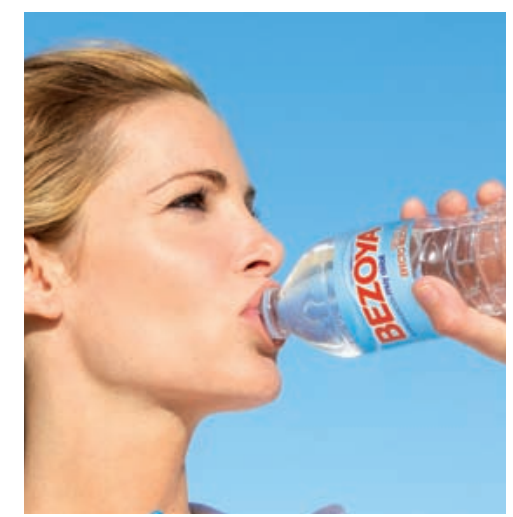


Evaluación total **Core Competitive Set** de Advantage Group. **Ranking de los 20 fabricantes mejor valorados**

1. Kellogg's
2. Procter&Gamble
3. Coca-Cola
4. Arbora Ausonia
5. Unilever
6. Danone Group
7. Nestlé Group
8. Henkel Schwarzkopf
9. L'Oréal
10. Campofrío
11. Hero
12. Wrigley+Mars Pet
13. Schweppes
- 14. GRUPO LECHE PASCUAL**
15. Pescanova
16. Pepsico Beverages&Snacks
17. Kimberly-Clark
18. Colgate Palmolive

del **ranking** agregado de nivel de servicio y relación comercial. La participación en el estudio de AECOC implica un compromiso de mejora continua en este canal con el objetivo para 2013 de ascender al puesto 20 del **ranking**.

A partir de los resultados de ambas encuestas, el área de Distribución Organizada Iberia confeccionó en 2012, tras la celebración de unas jornadas internas de reflexión en las que involucra a otras áreas de la empresa, alrededor de **cien planes de acción personalizados para cada cliente**.



# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## PROYECTOS DE COLABORACIÓN INNOVADORES CON CLIENTES

A lo largo de 2012, Grupo Leche Pascual promovió, como en años anteriores, proyectos e iniciativas tendentes a ofrecer, de la mano de sus clientes más representativos de distribución moderna, soluciones innovadoras para impulsar y desarrollar sus negocios, así como para presentar a los consumidores y a los *shoppers* una oferta cada vez más atractiva.

Este año destaca el diseño y la presentación a clientes del canal de distribución moderna del proyecto «El Gran Pasillo Lácteo». Se trata de una iniciativa que persigue unificar en un único espacio de cada súper o hipermercado las categorías de leche clásica y funcionales, batidos, soja y bebidas funcionales a base de zumo y leche. De esta forma, una categoría tan importante como la de lácteos se gestionaría de manera más eficiente, tanto para el cliente, al hacer crecer así la categoría y aumentar su rentabilidad, como para el *shopper*, ofreciéndole una nueva experiencia de compra acompañada de elementos de apoyo y creatividades que la hagan más atractiva.

Igualmente, la compañía ha comenzado a trabajar en el diseño del proyecto «Pascual Shopping Experience 3.0», una ambiciosa iniciativa basada en las nuevas tecnologías para atraer tráfico a los establecimientos de las cadenas de distribución.

### EL GRAN PASILLO LÁCTEO



TEATRALIZACIÓN DEL LINEAL PARA HACER MÁS ATRACTIVO Y FACILITAR EL ACTO DE COMPRA

EXPERIENCIAS DIFERENCIADORAS Y ASPIRACIONALES QUE CONECTEN CON EL SHOPPER





## ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

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

El diálogo con sus clientes es una de las características de la estrategia comercial de Leche Pascual. Además del asesoramiento diario en el punto de venta, los distintos canales comerciales organizan convenciones internas y externas para dar a conocer sus objetivos y recabar la opinión de los clientes. Grupo Leche Pascual es igualmente activo en la colaboración con eventos destacados del sector de la hostelería, así como en la participación en foros de referencia en los que se analizan aspectos de interés común para clientes y fabricantes.

Así, el equipo de **Distribución Moderna**, al igual que en los años precedentes, ha realizado su reunión anual bajo el lema «Ganando posiciones». El análisis del mercado, la figura de los nuevos consumidores (denominados *Shopsumer*), el modelo organizativo del canal, los objetivos y los planes

de acción, establecieron las claves de la estrategia de este canal estratégico.

En la **Convención anual de Distribuidores**, y bajo el título «La fórmula ganadora. Pasado, presente y futuro», los directivos expusieron a los distribuidores el estilo de trabajo de la compañía en este canal comercial. Durante 2012 la compañía trabajó en la consolidación de una estructura basada en entender al distribuidor, no sólo como cliente, sino como socio con el que, de manera conjunta, dirigir y liderar el mercado donde él tiene influencia e implantación. El canal de distribuidores cubre el territorio que no atiende directamente la red comercial: tanto el de las provincias en las que no existe delegación propia, como otras áreas, por ejemplo rurales, a las que no es posible llegar directamente.

En lo relativo a los clientes de rutas, la **Convención anual de Delegados** giró en 2012 en torno al mundo del automovilismo bajo el eslogan «Preparados, listos...YA», con la intervención de los responsables comerciales, que marcaron las pautas a seguir en 2012 por la red comercial de Grupo Leche Pascual.

La **División Internacional** realiza igualmente encuentros periódicos con sus distribuidores más representativos.

La vinculación de la compañía con los clientes de **hostelería** se refuerza con la participación activa en eventos, ferias y certámenes de este sector. En 2012, Grupo Leche Pascual continuó colaborando en diversos concursos de hostelería, demostrando así su compromiso con este canal. Igualmente tuvo una presencia destacada en la Feria Alimentaria.



# ALIANZAS CON LOS CLIENTES Y PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

## FEBRERO



Madrid Fusión

- ▶ Grupo Leche Pascual estuvo presente con un *stand* donde expuso los productos dirigidos al canal Hostelería.

## MARZO



Feria Alimentaria

- ▶ Grupo Leche Pascual presentó sus últimos lanzamientos en Alimentaria.

## MAYO



XVIII Certamen Gastronómico de Madrid organizado por la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid

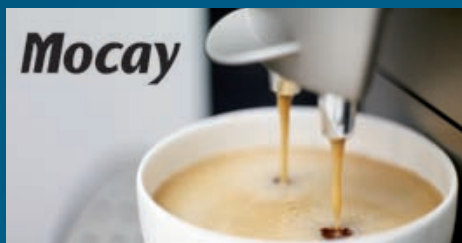
- ▶ Patrocinado por Grupo Leche Pascual.



Premio Chef Millesime 2012

- ▶ Patrocinado por Agua Bezoza y Caffé Mocay.

## MAYO



XXXIII Asamblea General Hotusa Hotels

- ▶ Exposición de producto de hostelería de Grupo Leche Pascual.

## JUNIO



Foro Trade Marketing, organizado por IPMARK y DA Retail

- ▶ Leche Pascual explicó la aplicación de las nuevas tecnologías en el punto de venta.

## SEPTIEMBRE



Campeonato de baristas de Aragón

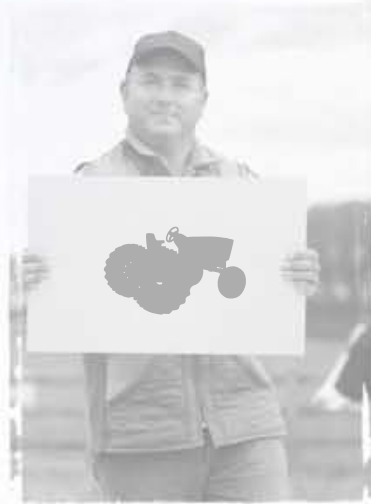
- ▶ Patrocinado por Caffé Mocay y Leche Pascual Extracreme

## SEPTIEMBRE Y OCTUBRE

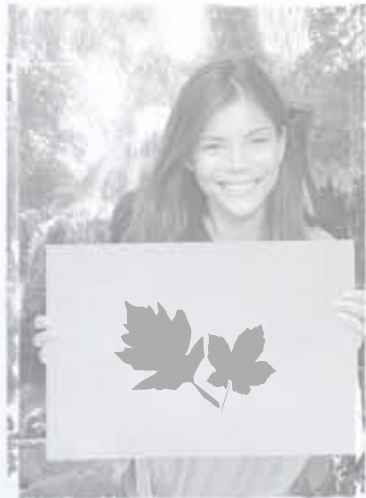


II Edición del Programa Formativo Shopper Marketing de AECOC

- ▶ Participación de Grupo Leche Pascual: «El Gran Pasillo Lácteo»; «Caso Vivesoy: 360° para revitalizar la categoría».



04. EQUIPO



## 05.4 ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

El esfuerzo por mejorar el sistema de gestión de personas en Grupo Leche Pascual ha sido considerable en 2012: despliegue del modelo de competencias específicas a todas las áreas, revisión del Sistema de Gestión del Desempeño, mejora de cuatro puntos en la encuesta de clima, avances en materia de EFR con la integración de discapacitados, superando un año más el 2% de la plantilla y disminución del 15% del índice de frecuencia en materia de accidentabilidad.

Destaca también en el área de relaciones humanas el apoyo a la internacionalización de Grupo Leche Pascual, con la creación de una Oficina del Expatriado para dar soporte a la movilidad internacional.

# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## OBJETIVOS 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.



Desarrollo del modelo EFR.



Apoyo a la internacionalización de la compañía.

## ACCIONES

- Acciones realizadas: 483.
- Indicador de ejecución sobre lo planificado: 85%.
- Grado de satisfacción: 8,86 sobre 10.

- Aplicación a casi 500 personas de un proceso de autoevaluación en el que el empleado plantea sus inquietudes de desarrollo.
- Planes de desarrollo para todos los integrantes de la red comercial, 900 empleados.

- Comunicación a todas las áreas del modelo de competencias específicas, en base al sistema de tres competencias corporativas, diez habilidades y cuarenta y cinco conocimientos.

- Mejora general de cuatro puntos, alcanzando los 61 puntos, con un 81% de participación.
- Cincuenta planes de acción con 250 acciones orientadas a la mejora del clima en toda la organización.

- Reducción del 15% en el índice global de frecuencia y del 20% en el número de accidentes.

- Nuevas medidas de flexibilidad laboral en materia de «responsabilidad compartida».
- En 2012, el porcentaje de personal con discapacidad fue del 2,2%, con trece incorporaciones.

- Creación de una Oficina del Expatriado para dar soporte a la movilidad internacional y confección de una política de movilidad internacional.



# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## OBJETIVOS 2013:



Desarrollo del **Plan Director 2013** para ampliar el alcance de la formación.



**SGD (Sistema de Gestión del Desempeño):** plan de desarrollo individual para cada una de las 2.748 personas de la organización, basado en el modelo de competencias y valores.



Avance en la mejora de los resultados de la encuesta de clima con el objetivo de alcanzar los 65 puntos.



Desarrollo del nuevo plan de igualdad con acciones concretas para cada eje.



Reducción de los índices de siniestralidad, en concreto disminución de un 27,5% del Índice de Frecuencia, de 11 a 8.



# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

El modelo de gestión de personas de Grupo Leche Pascual se estructura en torno a tres pilares: un **modelo de competencias** con las habilidades y conocimientos necesarios para garantizar un desempeño óptimo, los **valores corporativos** y un estilo de dirección que promueva la figura del «líder excelente». Este modelo integra, bajo el **sistema EFR**, las políticas de responsabilidad compartida, igualdad de oportunidades y diversidad.



### Valores corporativos de Grupo Leche Pascual

-  Superación
-  Orientación al cliente
-  Innovación
-  Calidad
-  Cercanía
-  Compromiso
-  Confianza

## MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

Estilo de dirección «Pilares del Líder excelente»

- Credibilidad
- Respeto
- Trato justo
- Orgullo de pertenencia
- Buen ambiente de trabajo

Políticas, sistemas de gestión y procesos de relaciones humanas

Personas y equipos, comprometidos, alineados, capacitados

que consiguen mayor satisfacción de nuestros clientes, mejores resultados de negocio

### Competencias genéricas

Análisis y visión 

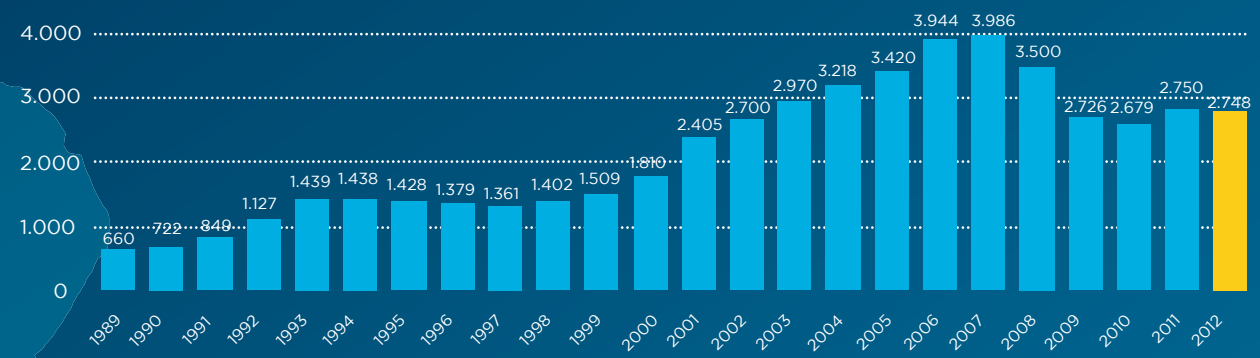
Productividad personal y gestión de proyectos 

Trabajo en equipo 

### Competencias específicas

# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## EVOLUCIÓN DEL EMPLEO DIRECTO



(Datos consolidados Corporación Empresarial Pascual).

## TIPOLOGÍA DE LA RELACIÓN CONTRACTUAL EN GRUPO LECHE PASCUAL EN 2012



INDICADORES DE GESTIÓN DE PERSONAS	2011	2012
• Número de empleados (Grupo Corporativo), plantilla media	2.750	2.748
• Puntuación promedio encuesta de clima <i>Great Place To Work</i>	57	61
• Indicador promedio EFR (encuesta de percepción)	65	67
• Puntuación promedio encuesta de clima sobre valores	57,5	60
• Porcentaje de participación en la encuesta de clima	73%	81%
• Índice de frecuencia total empresa (accidentes de trabajo/número de horas trabajadas por millón de horas trabajadas)	13	11
• Absentismo global empresa (horas perdidas por contingencia/horas totales trabajadas por cien)	3,49%	2,79%
• Porcentaje de personas internas promocionadas sobre el total de posiciones a cubrir del nivel de gestor a director	8,56%	19,73%

INDICADORES DE GESTIÓN DE PERSONAS	2011	2012
• Porcentaje de mujeres incorporadas sobre el total de personas incorporadas	31%	33%
• Porcentaje de empleados con discapacidad o riesgo de exclusión social en plantilla (Corporación)	2,14%	2,21%
• Porcentaje de acciones formativas sobre el total de las planificadas	62%	85%
• Porcentaje de acciones del plan <i>Great Place To Work</i> completadas con calidad sobre el total de acciones	85%	95%
• Porcentaje de empleados con contrato fijo	92%	93%
• Número de empleados acogidos al Sistema de Gestión del Desempeño	457	465



## ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

En el desarrollo de este modelo de gestión de personas, destacan en 2012 los siguientes hitos:

### ▶ VALORES CORPORATIVOS

Grupo Leche Pascual ha definido siete valores corporativos, únicos y singulares, que constituyen la esencia de la compañía y que promueven su vivencia como comportamientos activos dentro de la organización. Cada valor tiene asociados unos comportamientos con un enfoque muy práctico que ayuda a llevarlos a la acción e incorporarlos en los procesos de formación, selección, desarrollo, etc. En 2012 estos valores fueron abordados en el curso para mandos, «Empezando por las personas», así como en el proceso de autoevaluación del Sistema de Gestión del Desempeño.

### ▶ SISTEMA DE COMPETENCIAS

La empresa ha definido para todos los puestos de trabajo las habilidades y los conocimientos requeridos para un correcto desempeño. Concretamente, competencias corporativas y diferentes competencias específicas (habilidades y conocimientos) en

función de los diversos perfiles profesionales. En 2012 se ha completado y comunicado el modelo de competencias específicas para todas las áreas funcionales y niveles, en base al modelo de tres competencias corporativas, diez habilidades y cuarenta y cinco conocimientos.

### ▶ REVISIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

El Sistema de Gestión del Desempeño (SGD) de Grupo Leche Pascual es una herramienta para mejorar el desarrollo profesional de los empleados. Se trata de un proceso anual de comunicación entre jefe y colaborador que sirve para gestionar el desempeño de este último. En 2012 destacan dos hechos:

- ▶ La definición y el seguimiento de objetivos a partir de un proceso de autoevaluación en el que el empleado plantea sus inquietudes de desarrollo a su responsable respecto a los valores, las competencias corporativas y las competencias específicas de cada puesto. Proceso desplegado a casi 500 personas en 2012.
- ▶ Despliegue del modelo de gestión de desempeño con el

objetivo de establecer planes de desarrollo para todos los integrantes de la red comercial, 900 empleados.





# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## ▶ MODELO DE LIDERAZGO: ENCUESTA DE CLIMA LABORAL



A fin de obtener lo mejor de todos los equipos, se ha desarrollado un modelo específico y homogéneo de liderazgo. Este modelo está definido por cinco pilares, que se evalúan a través de la encuesta de clima del Instituto *Great Place to Work*: credibilidad, respeto, trato justo, orgullo de pertenencia y buen ambiente de trabajo. A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, se elaboran planes de acción de mejora.

En 2012 se ha producido una mejora general de cuatro puntos, alcanzando los 61 puntos, con un 81% de participación. Además, la compañía ha puesto en marcha cincuenta planes de acción con 250 acciones orientadas a la mejora del clima en toda la organización.

Destaca igualmente el avance de la compañía en *Merco Personas 2012* al pasar del puesto 51 al 25 en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar.

## PROCESOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN DE PERSONAS

Por otro lado, en torno a los tres ejes citados del sistema de gestión de personas de Grupo Leche Pascual se despliegan, además, todos los procesos: selección, integración, formación, desempeño, etc. que, en 2012, se presentan de la siguiente forma:

- ✓ Desarrollo y formación de los equipos
- ✓ Empresa Familiarmente Responsable: responsabilidad compartida, igualdad e integración
- ✓ Seguridad y salud laboral
- ✓ Soporte a la internacionalización
- ✓ Comunicación interna

## ▶ DESARROLLO Y FORMACIÓN DE LOS EQUIPOS

En 2012 las acciones del *Plan Director de Formación* han respondido a los requisitos de los puestos tipo definidos en la empresa, enfocadas a reducir la diferencia entre la exigencia del puesto tipo y el nivel en

que se encuentra cada colaborador. De esta manera la formación ha ido orientada a capacitar en conocimientos y habilidades propias del puesto, estilos de dirección y gestión de personas.



LÍDERES POR LA EXCELENCIA  
más, mejor, más rápido



# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

## INDICADORES DE FORMACIÓN 2012



ACCIONES REALIZADAS EN EL AÑO 2012  
**483**

INDICADOR DE EJECUCIÓN SOBRE LO PLANIFICADO  
**85%**



GRADO DE SATISFACCIÓN:  
**8,86**  
SOBRE 10

EFICACIA DE LAS ACCIONES FORMATIVAS:  
**85%**



ALCANCE:  
**58%**  
DE LA PLANTILLA

DEDICACIÓN (MEDIA HORAS FORMACIÓN/EMPLEADO):  
**13,61h**

## OTROS INDICADORES:



Nº DE ASISTENCIAS:  
**2.637**



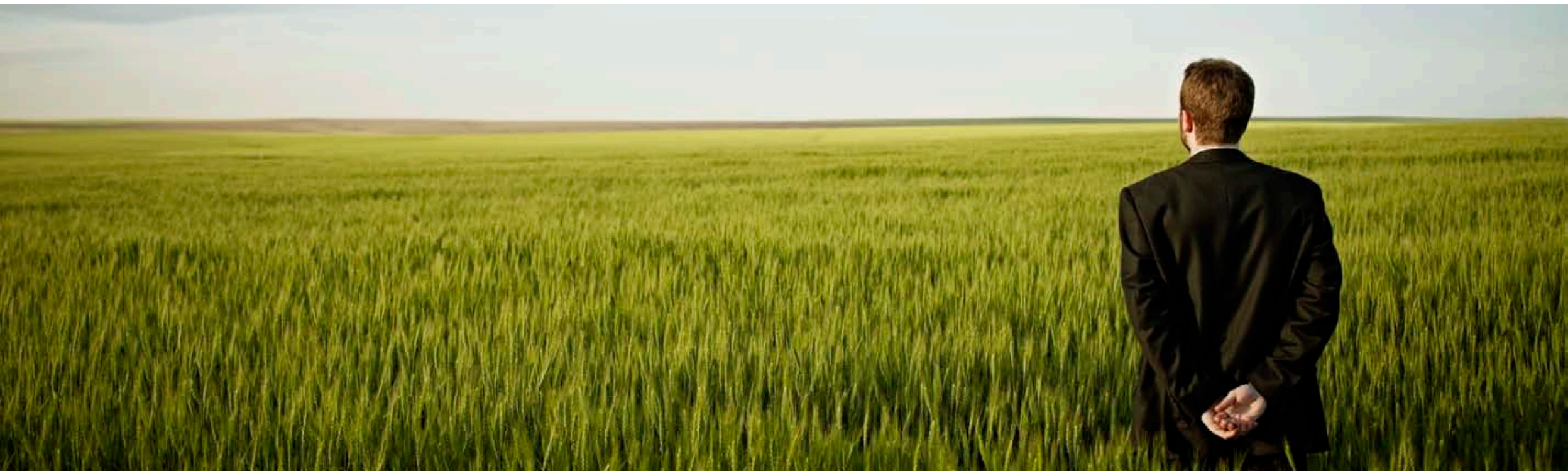
Nº DE EMPLEADOS CON FORMACIÓN:  
**1.394**

MEDIA DE CURSOS POR EMPLEADO:  
**1,89**



HORAS IMPARTIDAS:  
**9.499**

TOTAL HORAS DE FORMACIÓN:  
**33.578**





## ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

### ► EFR: RESPONSABILIDAD COMPARTIDA, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

Grupo Leche Pascual posee la **Certificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable)** con la calificación de «empresa proactiva», por la que se compromete y apuesta por un empleo de calidad, por la flexibilidad laboral y por el cuidado de las necesidades familiares, entre otros aspectos, para conseguir una mayor implicación y compromiso del trabajador.

### EN 2012 SE HAN LOGRADO LOS SIGUIENTES HITOS:

- ▶ En la encuesta de clima, el **indicador agregado EFR** ha mejorado tres puntos, llegando a los 67.
- ▶ La mejora de la percepción de las mujeres sobre el total de la encuesta de clima ha aumentado seis puntos.
- ▶ En el compromiso EFR de «**responsabilidad compartida**» se han llevado a cabo dos iniciativas:

- **Medidas de flexibilidad laboral:**
  - Ampliación de la flexibilidad horaria para todas las personas de la organización que en la actualidad trabajan ya a jornada partida y con horario flexible.
  - Horario continuado para personas en situación de guarda legal.
  - Teletrabajo.
  - Jornada irregular en cómputo semanal.
- **Creación de equipos de trabajo para identificar nuevas prácticas e iniciativas en oficinas centrales y en la red comercial.**

### Grupo Leche Pascual acogió la segunda sesión del Foro Empresa Familiarmente Responsable EFR Industria.

Expertos en recursos humanos de las empresas EFR líderes del sector industrial se han reunido en la sede de Leche Pascual en Madrid para compartir experiencias en materia de conciliación laboral y familiar, igualdad y diversidad en fábricas y centros de producción.



# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

► Elaboración del nuevo **Plan de Igualdad** de la Corporación Empresarial Pascual 2013-2014 con el objetivo de alcanzar una representación significativa de mujeres en posiciones de responsabilidad, mayoritariamente a través de la promoción interna. Sus ejes de desarrollo son:

- Desarrollar procesos de gestión de personas como elementos clave para evitar la discriminación.
- Potenciar el talento interno, centrándose especialmente en las mujeres.
- Consolidar una cultura orientada a la consecución de resultados, a la responsabilidad compartida, la flexibilidad y la productividad.

► Revisión del protocolo de actuación en caso de abuso sexual para incorporar los casos de **acoso laboral**.

► En lo relativo a la **integración de personas con discapacidad**:

- Fundación ONCE y Grupo Leche Pascual firmaron en 2012 un nuevo **Convenio Inserta** por el que la compañía se propone llegar a duplicar el porcentaje

mínimo legal de trabajadores con discapacidad o en riesgo de exclusión social, incrementando el porcentaje hasta el 4%.

- En 2012, el porcentaje de personal con discapacidad fue del 2,2%, tras la incorporación de trece personas.
- Por otro lado, Grupo Leche Pascual se encuentra entre las empresas adheridas al convenio firmado entre la Fundación ONCE, el Comité Paralímpico y el Consejo Superior de Deportes para promover la inserción laboral de deportistas de élite con discapacidad, una vez finalizada su trayectoria en el ámbito deportivo.
- Asimismo, Leche Pascual participó en la Feria de Empleo para Personas con Discapacidad de la Comunidad de Madrid.



(1) Firma del Convenio Inserta en las oficinas de Grupo Leche Pascual.  
 (2) El acuerdo ha sido suscrito por el presidente de la ONCE y su Fundación, Miguel Carballada; el vicepresidente ejecutivo de Fundación ONCE, Alberto Durán; el presidente del Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual, y su CEO director general ejecutivo, Ignacio García-Cano; con la presencia de Pilar Gómez-Cuétara y Sonia Pascual Gómez-Cuétara, consejeras del Grupo Leche Pascual.  
 (3) Campaña interna sobre discapacidad



# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

- 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*.

## BENEFICIOS SOCIALES DE GRUPO LECHE PASCUAL

**Seguro médico Sanitas** (Sanitas Multi, Sanitas Dental, Sanitas Renta).

**Seguro de vida y accidentes** ofrecidos por la Correduría de Seguros de Grupo Leche Pascual.

**Fondo de obra social:** ayuda por matrimonio, por nacimiento de hijo, en caso de fallecimiento, discapacidad, becas de estudio para hijos de empleados.

**Otros beneficios:** retribución flexible, condiciones especiales en viajes y vacaciones, subvención de actividades deportivas y de voluntariado corporativo, etc.



## ▶ SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Grupo Leche Pascual ha organizado, con el nombre de FERIA PASEGUR, la primera demostración in situ, para sus propios empleados, de las medidas de acción y prevención de las fábricas de Aranda, con la colaboración de proveedores especializados.

La Corporación Pascual cuenta con un **Servicio de Prevención Mancomunado (SPM)** que 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 externo.



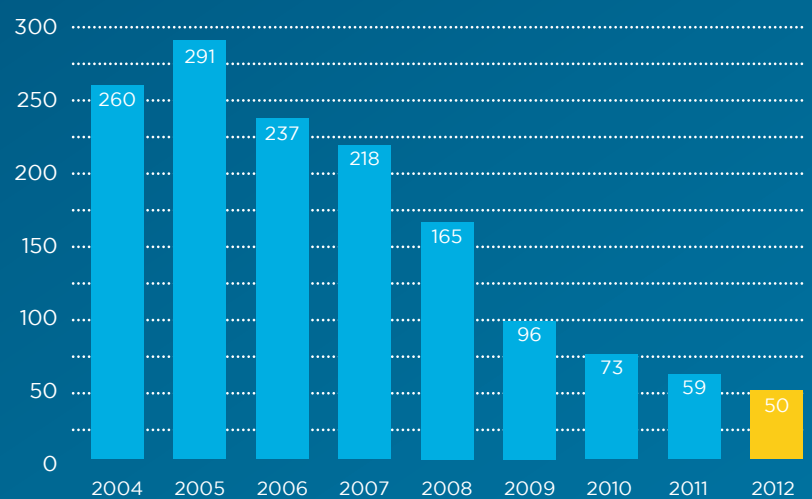
(1) Leche Pascual organizó PASEGUR, una feria de seguridad laboral en la fábrica de Aranda para sus 800 empleados.  
 (2) PASEGUR: exhibición de trabajos en altura.  
 (3) PASEGUR: rescate en espacio confinado.

# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

En 2012 la compañía ha conseguido la recertificación de la norma **OHSAS 18001:2007** para los tres años siguientes de acuerdo a auditorías anuales externas de seguimiento, para la Corporación (Grupo Leche Pascual, Aguas Minerales Sietevalles, Zumos Palma, Arteovo, Mocay). Este mismo año, el Servicio de Prevención Mancomunado ha impartido 144 acciones formativas en materia preventiva, con un total de 755 trabajadores asistentes, incidiendo en la formación sobre técnicas de investigación de accidentes laborales.



NÚMERO DE ACCIDENTES CON BAJA



	2010	2011	2012	VARIACIÓN %
TOTAL GRUPO ACCIDENTES CON BAJA	73	59	50	-20%
ÍNDICE DE FRECUENCIA GRUPO	16,94	13,67	11	-15%

Índice de frecuencia: número de accidentes con baja (excl. «in itinere») cada 100.000 horas trabajadas.

# ATENCIÓN AL FACTOR HUMANO

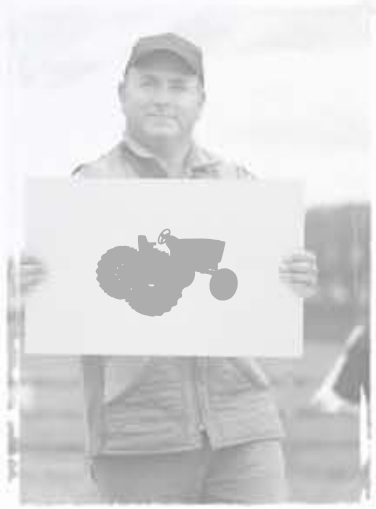
## ▶ SOPORTE A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Dentro del área de relaciones humanas cobra especial importancia a partir de 2012 el apoyo a la estrategia de internacionalización de la compañía, que cuenta con tres expatriados de larga duración y quince de corta duración. Para ello ha acometido dos iniciativas: la creación de una Oficina del Expatriado para dar soporte a la movilidad internacional y la confección de una política de movilidad internacional.

## ▶ COMUNICACIÓN INTERNA

En 2012 Grupo Leche Pascual consolidó algunos de sus principales soportes de comunicación interna, como la intranet, la revista corporativa *Cuéntalo* o los boletines electrónicos. Fue igualmente reseñable la campaña de comunicación interna para trasladar a los empleados el Proyecto de Empresa a través de un kit de comunicación en el que se explicaba muy gráficamente la misión, visión y valores.





05. MEDIO AMBIENTE

## 05.5 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Grupo Leche Pascual ha continuado en 2012 el despliegue de su Plan Medioambiental para asegurar la sostenibilidad del negocio. Con un enfoque transversal, las iniciativas se han desarrollado en áreas como industrial, comercial, cadena de suministro, marketing, internacional u organización.

La planta de cogeneración de Aranda de Duero (Neopas Cogeneración) ha conseguido un ahorro de energía primaria de 95 millones de kWh, lo que equivale a evitar la emisión de 19.251 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Han proseguido los avances en materia de movilidad sostenible con un convenio para incorporar el primer vehículo eléctrico de reparto en 2013 o el Proyecto de Transporte sostenible de larga distancia con una reducción de emisiones del 27% en 2012. Destaca, por último, un ahorro de materiales de envase y embalaje de 1.608.335 kg.



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## OBJETIVOS 2012:



Ahorro de **energía y agua**



Reducción de emisiones a través de la planta de cogeneración del complejo de Aranda de Duero



Ampliar y extender el modelo de movilidad sostenible de Leche Pascual



Minimización de residuos y vertidos



Implicación de toda la organización

## ACCIONES

- La implantación de medidas de ahorro energético, derivadas del proyecto de Eficiencia Energética 2010-2012 del área industrial, se traducirá en un ahorro a futuro de 14 millones kWh/año.
- **Auditorías energéticas** en una granja de ganado vacuno y en una delegación.
- Implantación en oficinas de medidas de ahorro energético derivadas de auditorías.

- El uso de cogeneración en el complejo de Aranda de Duero ha supuesto un ahorro de energía de más de **1.524 millones de kWh en los últimos veinte años**.
- En 2012, la planta de cogeneración de Aranda de Duero (Neopas Cogeneración) ha conseguido un ahorro de energía primaria de **95 millones de kWh**, lo que equivale a evitar la emisión de **19.251 toneladas de CO<sub>2</sub>**.

- Convenio para incorporar el **primer vehículo eléctrico** de reparto en 2013.
- **21 vehículos de reparto sostenible de corta distancia** en 2012.
- **Más de 500 coches híbridos comerciales:** la flota más grande de Europa.
- Proyecto de **Transporte sostenible de larga distancia 2009-2014:** reducción de emisiones conjuntas del 27%.

- Valorización de más del 90% del total de residuos no peligrosos.
- Ahorro de materiales de envase y embalaje en 2012: **1.608.335 kg**.
- Mejoras en la gestión de residuos en las delegaciones comerciales.
- Capacidad de depuración de aguas residuales de **153.266 habitantes equivalentes al día**.

- Consolidación del Comité de Sostenibilidad Ambiental.
- Objetivos de sostenibilidad ambiental en todas las áreas de la compañía.
- **Concurso fotográfico** dirigido a toda la compañía.
- Nueva web medioambiental: **www.cuidamoslonaturales**

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## OBJETIVOS 2013:



En el **área industrial**, objetivos de reducción de ratios de consumo de agua, energía y residuos.



Continuar el proyecto de certificación **medioambiental ISO 14001 en las delegaciones comerciales** de Grupo Leche Pascual.



Incrementar la flota de **vehículos sostenibles** tanto en corto como en largo recorrido. Trabajar en la búsqueda de la eficiencia en la ocupación de los vehículos y en las rutas.



Requisito para la **homologación de proveedores no agropecuarios**: disponer de un sistema de gestión ambiental ISO 14001 certificado.



Participación en el **proyecto europeo Frevue** apoyando la candidatura de Madrid como ciudad limpia europea con la aportación del vehículo eléctrico.



Obtención de la **certificación ECOSTARS** para la flota de vehículos sostenibles: comerciales, reparto capilar y largo recorrido.



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## PLAN DE SOSTENIBILIDAD DE GRUPO LECHE PASCUAL

Grupo Leche Pascual ha continuado en 2012 el despliegue de su Plan Medioambiental para asegurar la sostenibilidad del negocio a través de la reducción del impacto de las operaciones de la compañía en el entorno natural. El plan está coordinado por el Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, y contempla la participación de toda la organización.

En el área industrial se incorporan por primera vez indicadores sobre el negocio de producción de café. Grupo Leche Pascual ha profundizado igualmente en otras áreas con incidencia medioambiental, como la comercial, compras, marketing y el área internacional.

Por otro lado, en este camino hacia la excelencia medioambiental, Leche Pascual ha completado las primeras etapas de un Plan de transporte sostenible refrendado por las administraciones públicas, con tangibles beneficios, no sólo para el entorno, sino también para la competitividad del negocio.

Además, Grupo Leche Pascual reúne toda la información sobre las iniciativas medioambientales en la web [www.cuidamoslonatural.es](http://www.cuidamoslonatural.es)



### OBJETIVOS

- ▶ REDUCIR EL **IMPACTO** AMBIENTAL
- ▶ REDUCIR LOS **COSTES:** USO EFICIENTE DE RECURSOS
- ▶ **EMPATIZAR** CON CLIENTES Y CONSUMIDORES

- ▶ **MARCO DE REFERENCIA** ESTRATEGIA 20/20/20 DE LA UE PARA 2020

### ESTRATEGIAS

- 1 REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA Y ENERGÍA
- 2 REDUCCIÓN DE EMISIONES
- 3 MOVILIDAD SOSTENIBLE
- 4 MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS
- 5 IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

- ASEGURAR LA SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO
- SER PROACTIVOS COMO VENTAJA COMPETITIVA



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

► EJE 1: REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

	ENERGÍA PRIMARIA		ENERGÍA ELÉCTRICA		CONSUMO DE AGUA	
	kWh (PCS)/año	PESO	kWh (PCS)/año	PESO	M³/año	PESO
LÁCTEOS	202.781.569	83%	86.559.100	74%	2.222.668	85%
ZUMOS	32.272.135	13%	8.675.805	7%	199.392	8%
OVOPRODUCTOS	5.342.355	2%	3.876.050	3%	110.950	4%
AGUAS	2.557.426	1%	18.435.754	16%	74.490	3%
CAFÉ	2.614.137	1%	218.628	0,19%	683	0,03%
<b>TOTAL GRUPO</b>	<b>245.567.622</b>	<b>100%</b>	<b>117.546.709</b>	<b>100%</b>	<b>2.607.501</b>	<b>100%</b>

En general, se puede concluir que el incremento de los ratios de consumos energéticos en el área industrial se debe principalmente a dos circunstancias. Por una parte, en el negocio de los lácteos se llevó a cabo en 2012 el arranque de nuevas líneas de producción que, durante un período de tiempo de ajuste, funcionaron paralelamente con las antiguas instalaciones, incrementando por tanto el consumo energético. Esta circunstancia fue corrigiéndose a medida que transcurrió el año. Por otra parte, la planta de zumos de Córdoba ha variado su actividad respecto al año anterior, en el que la zona de envasado estaba alquilada. Zumos Palma ha asumido la gestión del envasado, lo que ha repercutido en un incremento de los ratios de

consumo energético que, por tanto, no son comparables con los de años anteriores.

No obstante, en 2012 la compañía continuó la implantación de **medidas de ahorro energético derivadas del proyecto de Eficiencia Energética 2010-2012** del área industrial, medidas que se traducirán en un ahorro a futuro de 14 millones kWh/año.

Por otro lado, la experiencia de las **auditorías energéticas** llevadas a cabo en las fábricas y en las oficinas centrales se extrapoló en 2012 a dos nuevos centros: la granja de ganado vacuno propia de Leche Pascual en Fuentespina (Aranda de Duero) y la delegación comercial de Madrid.



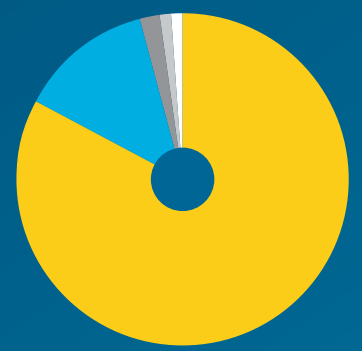
Depuradora del complejo de Aranda de Duero.

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## ENERGÍA PRIMARIA

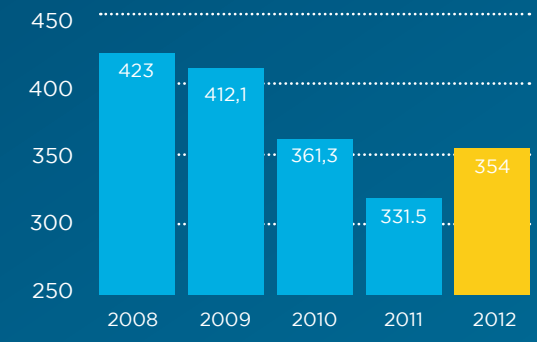
**El consumo de energía primaria en las plantas productivas de la Corporación Empresarial Pascual ascendió a 245,5 millones de kWh, un 12% superior al año anterior debido a las circunstancias antes indicadas. La fuente de energía primaria es el gas natural en un 99%. En 2012 se produjo un repunte del 7% en el indicador de intensidad energética (consumo de energía primaria en la producción).**

### DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA PRIMARIA (KWH) POR ÁREAS DE NEGOCIO

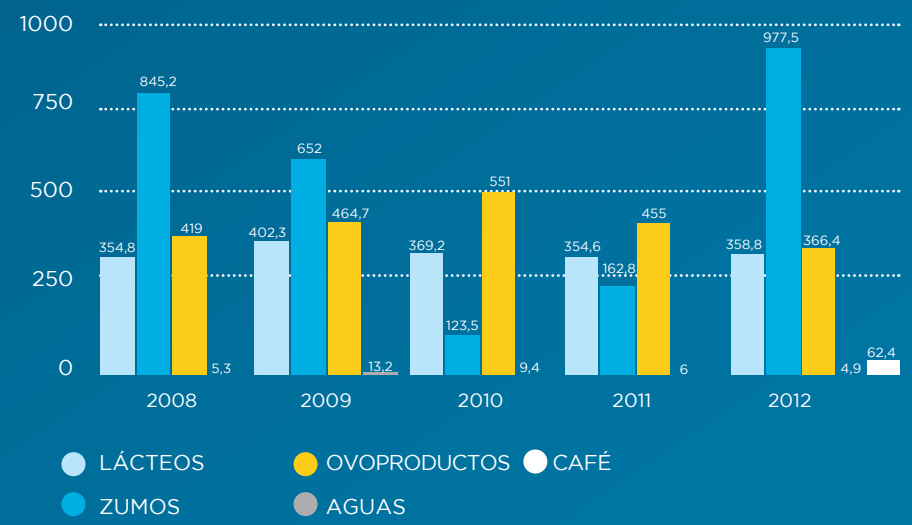


- LÁCTEOS 83%
- ZUMOS 13%
- OVOPRODUCTOS 2%
- AGUAS 1%
- CAFÉ 1%

### EVOLUCIÓN DE LA INTENSIDAD ENERGÉTICA (ENERGÍA PRIMARIA/PRODUCCIÓN) kWh/1000 litros-kg envasados



### EVOLUCIÓN INTENSIDAD ENERGÉTICA POR ÁREAS DE NEGOCIO (ENERGÍA PRIMARIA/PRODUCCIÓN) kWh/1000 litros-kg envasados



#### BUENAS PRÁCTICAS EN LA PLANTA DE GURB

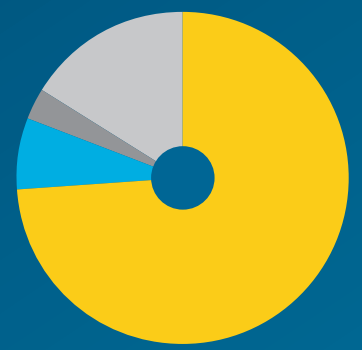
- Durante el mes de abril se pusieron en marcha una serie de medidas que han sido documentadas como Buenas Prácticas de fabricación y de proceso.
- Estas medidas se han dado a conocer a los empleados para concienciarlos sobre los consumos energéticos (electricidad, vapor, agua) de equipos como pasteurizadores y UHT, así como sobre los costes de las ineficiencias de éstos.

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## ENERGÍA ELÉCTRICA

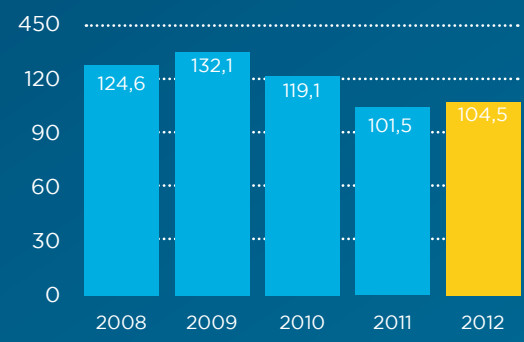
La energía eléctrica consumida en las plantas de la corporación fue de **117,7 millones de kilowatios hora**, un 5% superior al consumo de 2011, mientras que el ratio de intensidad eléctrica (consumo de energía eléctrica dividida por producción) aumentó un 3%.

## DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA (KWH) POR ÁREAS DE NEGOCIO

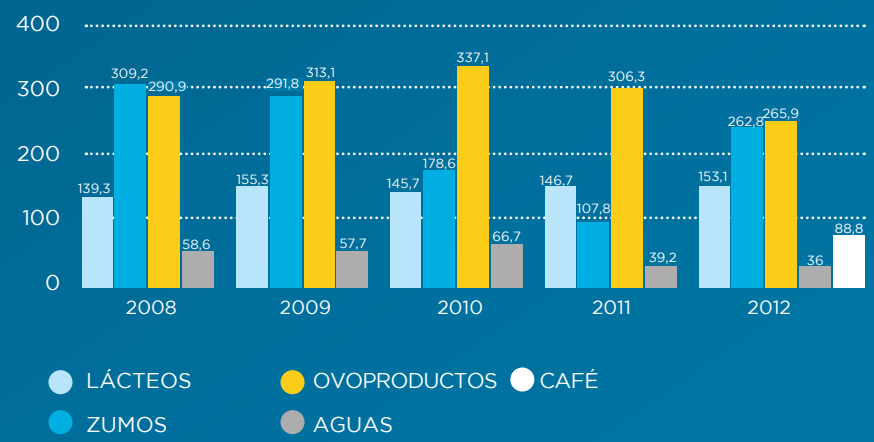


- LÁCTEOS 74%
- ZUMOS 7%
- OVOPRODUCTOS 3%
- AGUAS 16%
- CAFÉ 0,19%

## EVOLUCIÓN DE LA INTENSIDAD ELÉCTRICA (ENERGÍA ELÉCTRICA/PRODUCCIÓN) kWh/1000 litros-kg envasados



## EVOLUCIÓN INTENSIDAD ELÉCTRICA POR ÁREAS DE NEGOCIO (ENERGÍA ELÉCTRICA/PRODUCCIÓN) kWh/1000 litros-kg envasados



### BUENAS PRÁCTICAS EN LAS PLANTAS PRODUCTIVAS:

- En las fábricas se llevan a cabo campañas de concienciación sobre el consumo de agua y energía.
- En el complejo Aranda el programa «12 meses, 36 causas» presenta cada mes tres actuaciones concretas de prevención de riesgos, seguridad alimentaria y eficiencia.

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

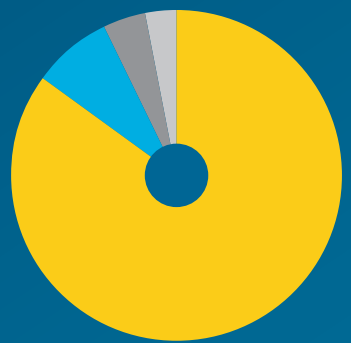
## CONSUMO DE AGUA

En 2012, las fábricas de la compañía consumieron **2,6 millones de metros cúbicos de agua**, una cantidad ligeramente superior a la del ejercicio anterior. Por su parte, el indicador de **intensidad de consumo de agua**, cociente de los metros cúbicos de agua consumidos en las fábricas por unidad de producción, ha consolidado su tendencia positiva con una disminución del 1%. Los grupos de trabajo han seguido poniendo en práctica medidas de ahorro de agua en las plantas productivas.

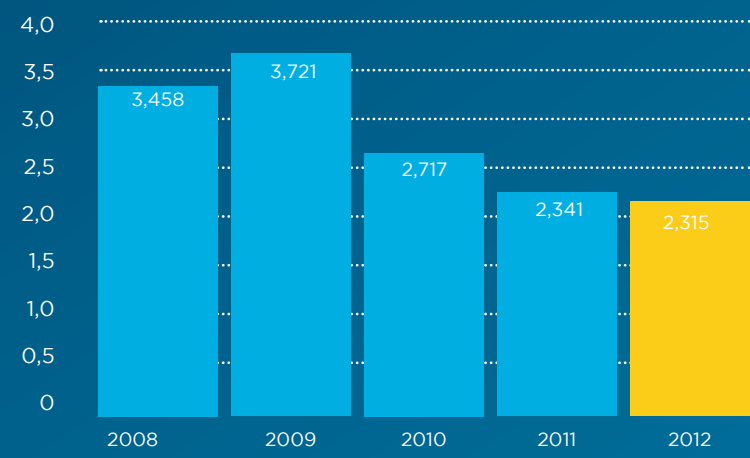
En el caso de la planta de café, el indicador no es especialmente significativo, ya que el consumo de agua no depende de la producción, sino del número de conatos de fuego.

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA (m³) POR ÁREAS DE NEGOCIO

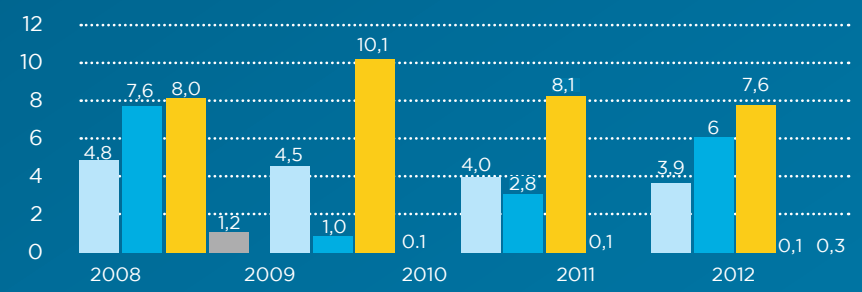
- LÁCTEOS 85%
- ZUMOS 8%
- OVOPRODUCTOS 4%
- AGUAS 3%
- CAFÉ 0,03%



EVOLUCIÓN DE LA INTENSIDAD DEL CONSUMO DE AGUA EN GRUPO LECHE PASCUAL (m³ agua/1000 litros-kg envasados)



INTENSIDAD DEL CONSUMO DE AGUA DE LOS NEGOCIOS DE GRUPO LECHE PASCUAL (m³ agua /1000 kg-litros envasados)



- LÁCTEOS
- ZUMOS
- OVOPRODUCTOS
- AGUAS
- CAFÉ

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## ▶ EJE 2: REDUCCIÓN DE EMISIONES

La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero es una constante en la estrategia medioambiental del Grupo desde 1992, fecha de inicio del uso de la cogeneración en las fábricas. El uso continuado de la cogeneración en el complejo de Aranda de Duero como proceso respetuoso con el entorno ha supuesto un ahorro de energía de más de **1.524 millones de kWh en los últimos 20 años**. En 2012, la planta de cogeneración instalada en Aranda de Duero y gestionada por la *joint venture* Neopas Cogeneración ha conseguido un ahorro de energía primaria de **95 millones de kWh, lo que equivale a evitar la emisión de 19.251 toneladas de CO<sub>2</sub>**.

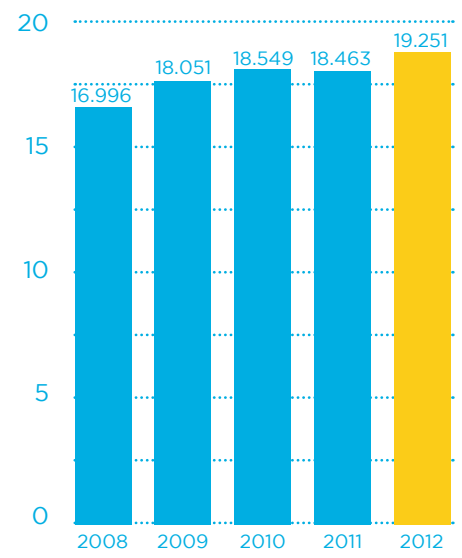
Asimismo, se están estudiando las posibilidades que ofrecen las energías renovables, como por ejemplo el **aprovechamiento térmico del biogás**. En la fábrica de Aranda de Duero, el biogás generado en la EDAR se emplea como combustible alternativo al gas natural en la planta de cogeneración.



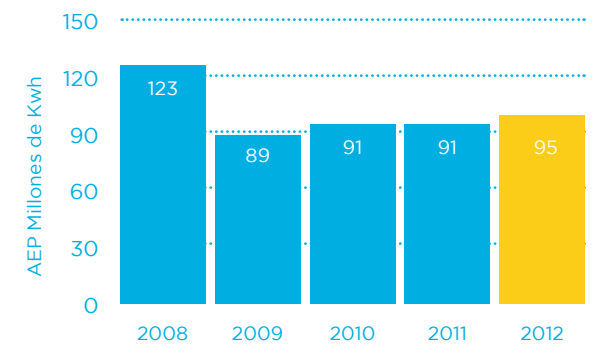
La cogeneración en el complejo de Aranda de Duero ha supuesto un ahorro de más de 1.524 mill. de kWh en los últimos 20 años



**TONELADAS DE CO<sub>2</sub> EVITADAS POR LA COGENERACIÓN EN LA PLANTA DE ARANDA DE DUERO**



**AHORRO DE ENERGÍA PRIMARIA (MILL KWH) EN LAS PLANTAS DE COGENERACIÓN DE GRUPO LECHE PASCUAL**





# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## ▶ EJE 3: MOVILIDAD Y TRANSPORTE SOSTENIBLE

El **proyecto de movilidad sostenible** de Grupo Leche Pascual continuó siendo en 2012 un eje destacado de la estrategia ambiental. La compañía impulsa proyectos para minimizar el impacto ambiental de su actividad de reparto y transporte de mercancías, tanto de larga como de corta distancia.

### REPARTO DE CORTO RECORRIDO

En 2012 Leche Pascual, Gas Natural Fenosa e Iveco firmaron un convenio de colaboración que permitirá al grupo lácteo contar con el primer camión 100% eléctrico del sector de la alimentación a partir de 2013, así como con nuevos camiones de reparto a gas natural comprimido, que se suman a los **camiones de propulsión por gas licuado** del

**petróleo para automoción** (autogás) ya existentes hasta totalizar 21 vehículos de reparto sostenible de corta distancia en 2012.

Según el acuerdo, Gas Natural Fenosa garantiza el suministro de combustible para la flota de Leche Pascual, que utilizará el gas natural comprimido en condiciones ventajosas frente a las del gasóleo, con resultante ahorro para el transportista. Además, bajo el lema «contaminación cero», se estrenará el primer camión eléctrico, un Iveco Daily, único para este tipo de transporte, en las llamadas áreas de prioridad residencial de la capital: Embajadores, Cortes y Barrio de las Letras.

Por otro lado, Leche Pascual cuenta con una flota de **596 vehículos híbridos** para sus promotores comerciales.



PRIMER CAMIÓN 100% ELÉCTRICO DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN GRACIAS AL CONVENIO FIRMADO ENTRE LECHE PASCUAL, GAS NATURAL FENOSA E IVECO.



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

**PRESENTACIÓN DE LAS MAYORES FLOTAS COMERCIALES SOSTENIBLES DE SEVILLA Y MÁLAGA, EN LA SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD 2012**

Dentro de las actividades de Sevilla y Málaga en la Semana Europea de la Movilidad en el mes de septiembre, en esta ocasión bajo el lema «Participa en los Planes de Movilidad de tu ciudad: ¡Muévete en la buena dirección!», Grupo Leche Pascual ha presentado las mayores flotas comerciales sostenibles de ambas provincias.

Se compone de 22 (Málaga) y 35 (Sevilla) coches híbridos Toyota, que se suman a los centenares de vehículos menos contaminantes con los que lleva a cabo el trabajo de su red de ventas en toda España. También se mostró un camión de reparto propulsado por energías alternativas.



## EL 100% DE LOS CLIENTES DEL BARRIO DE LAS LETRAS DE MADRID «COMPROMETIDOS CON EL MEDIO AMBIENTE»

Gracias al convenio firmado con la asociación de comerciantes de este barrio madrileño el 100% de los clientes de la compañía -distribuidos con vehículos menos contaminantes- lucen en sus establecimientos un distintivo de compromiso medioambiental de la mano de Leche Pascual.



## COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

### REPARTO DE LARGO RECORRIDO

El plan quinquenal de Transporte sostenible de larga distancia 2009-2014 de Grupo Leche Pascual incluye, entre sus varias líneas, la renovación de la flota. Ya se han incorporado los primeros **dos camiones propulsados por gas natural licuado**, así como 59 tráilers con tecnología «EEV» (*Enhanced Environmentally Friendly Vehicle*) y otros **142 con la normativa «Euro V»**. Todos ellos dotados de motores más eficientes desde el punto de vista medioambiental.

### SE HAN INCORPORADO LOS PRIMEROS DOS CAMIONES PROPULSADOS POR GAS NATURAL LICUADO.

El conjunto de estas medidas supuso en 2012 una **reducción del 27% de emisiones conjuntas de óxidos de nitrógeno (NOX), hidrocarburos (HC), monóxido de carbono (CO) y partículas (PM)** en el transporte de larga distancia de Leche Pascual, a pesar de producirse un movimiento de un 0,5% más de litros servidos respecto al año anterior.

### TRANSPORTE SOSTENIBLE DE LARGA DISTANCIA 2009-2014

- Renovación progresiva de la flota por vehículos menos contaminantes. Se han **incorporado 59 vehículos EEV con motor diésel 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 palés:** la reutilización de los palés minimiza la necesidad de recursos, reducción de emisiones por eficiencia en la red de transporte y abastecimiento sostenible de madera certificada FSC\* y PEFC\*\*. La instalación del TPM (sistema de gestión total de paletas) en el complejo de Aranda de Duero mueve 660.000 palés al año, lo que se traduce en 173 toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas al año.

\* FSC: Forest Stewardship Council

\*\* PEFC: Programme for the Endorsement of Forest Certification



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## EJE 4: MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

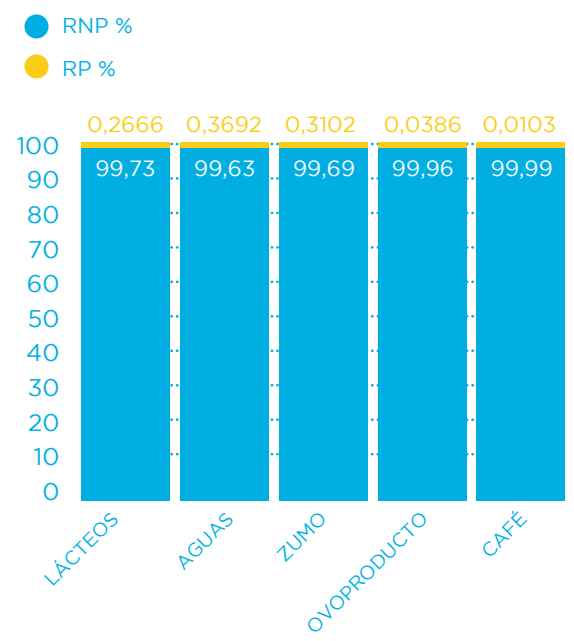
La adecuada gestión de los residuos constituye el cuarto eje del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual. En 2012 se produjo una disminución de los **residuos en las delegaciones comerciales** de la compañía, gracias a la mejora de aspectos tales como el descenso de roturas, una mejor clasificación del residuo, la organización de los viajes de recogida y la obtención de un retorno por la comercialización del cartón y el plástico.

### RESIDUOS PELIGROSOS Y NO PELIGROSOS

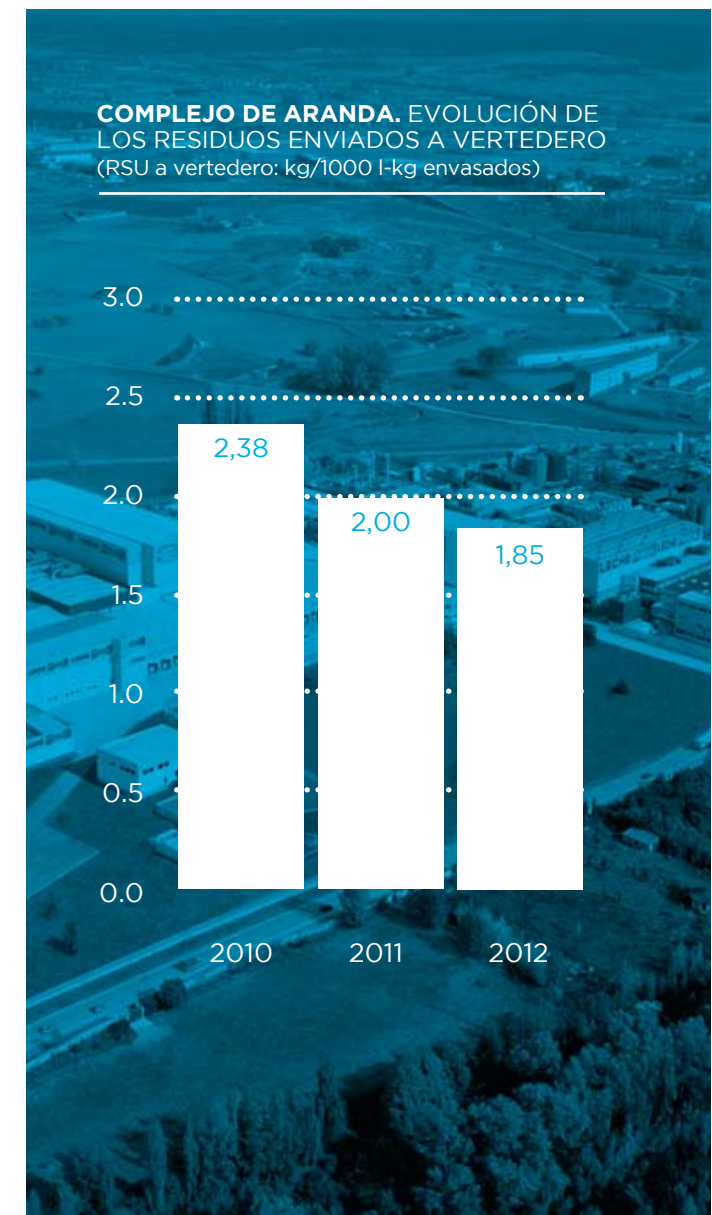
Para analizar la evolución de la gestión de los residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, la compañía fija una serie de **ratios** que dividen el volumen de residuos entre la producción. En el negocio de los lácteos, los lodos de las depuradoras generan entre el 70 y el 85% de los **residuos no peligrosos (RNP)**, siendo éstos empleados fundamentalmente como abono agrícola, mientras que en el de ovoproducto prácticamente el 100% proceden de la cáscara

de huevo y son destinados a compostaje. Casi el 100% de los residuos totales generados por la compañía en 2012 están catalogados como no peligrosos.

### GENERACIÓN DE RESIDUOS 2012 (PORCENTAJE RNP Y RP)



Es destacable en el complejo de Aranda la evolución en la **generación de RSU (residuo sólido urbano a vertedero)**, con una disminución progresiva del 22% entre 2010 y 2012.



COMPLEJO DE ARANDA. EVOLUCIÓN DE LOS RESIDUOS ENVIADOS A VERTEDERO (RSU a vertedero: kg/1000 l-kgs envasados)

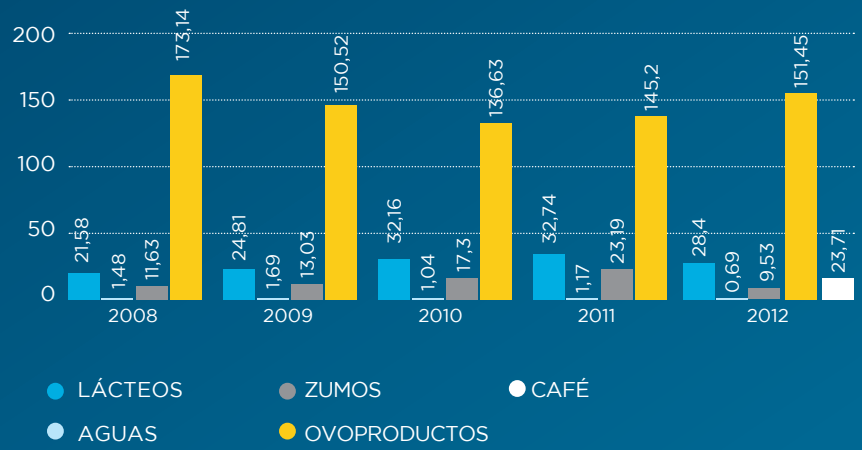
# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

En cuanto a los **residuos peligrosos (RP)**, constituyen menos del 1% del total, generados principalmente en las actividades auxiliares de las fábricas, como aceites y productos de limpieza.

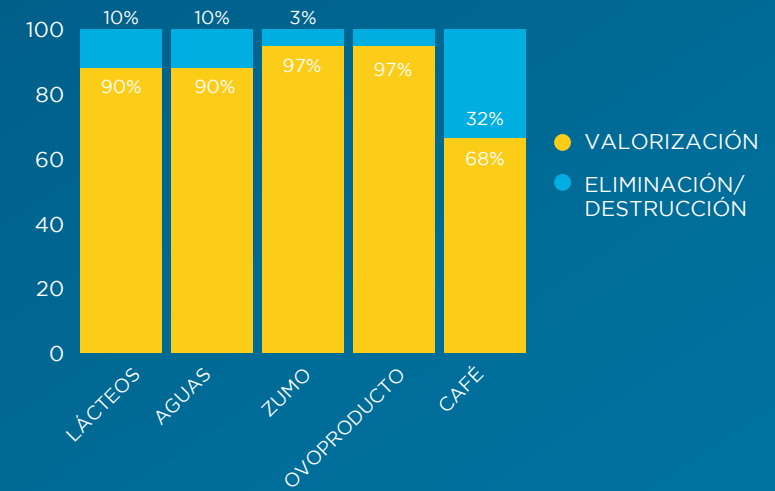
Prima, siempre que exista alternativa, la valorización frente a la eliminación de los residuos. Además, la valorización de algunos residuos se traduce en abonos económicos (cartón, plástico, brik, chatarra, madera, etc.).



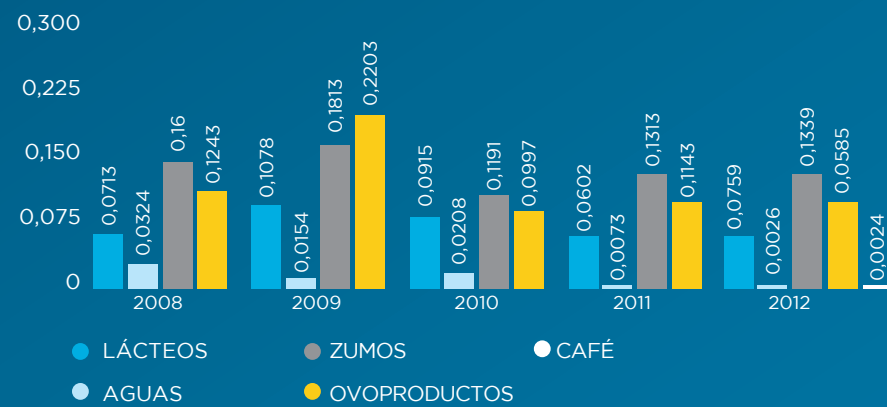
GENERACIÓN RESIDUOS NO PELIGROSOS POR NEGOCIO (RNP kg/1000 l+kg envasados)



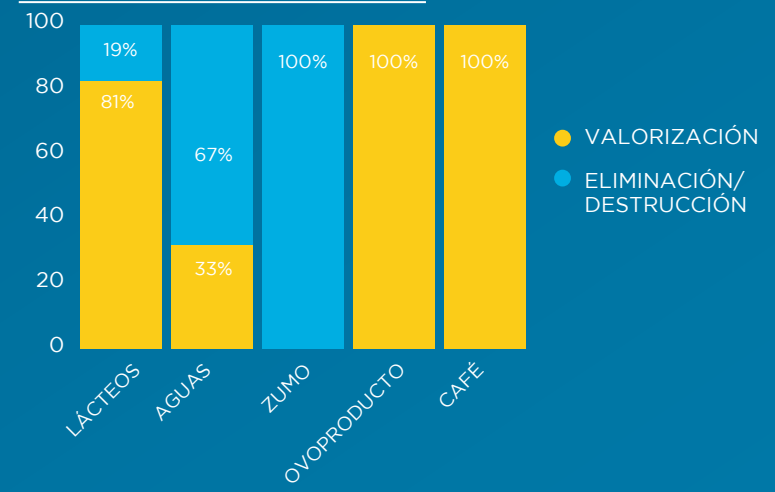
DESTINO FINAL RESIDUOS NO PELIGROSOS POR NEGOCIO 2012 (RNP kg/1000 l+kg envasados)



GENERACIÓN FINAL RESIDUOS PELIGROSOS POR NEGOCIO 2012 (RP kg/1000 l+kg envasados)



DESTINO FINAL RESIDUOS PELIGROSOS POR NEGOCIO 2012 (RP kg/1000 l+kg envasados)



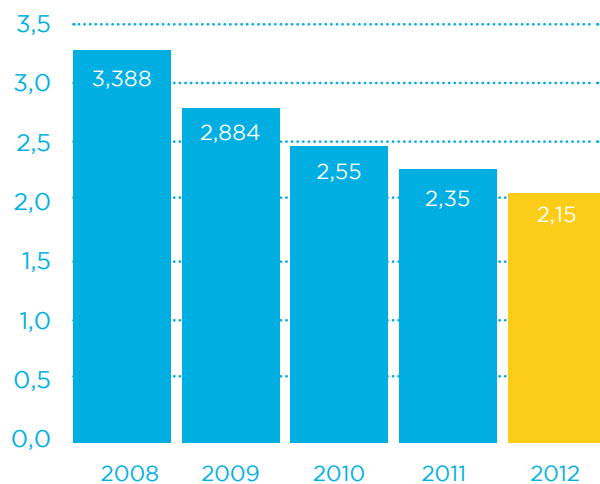
# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## VERTIDOS DE AGUAS RESIDUALES Y DEPURADORAS

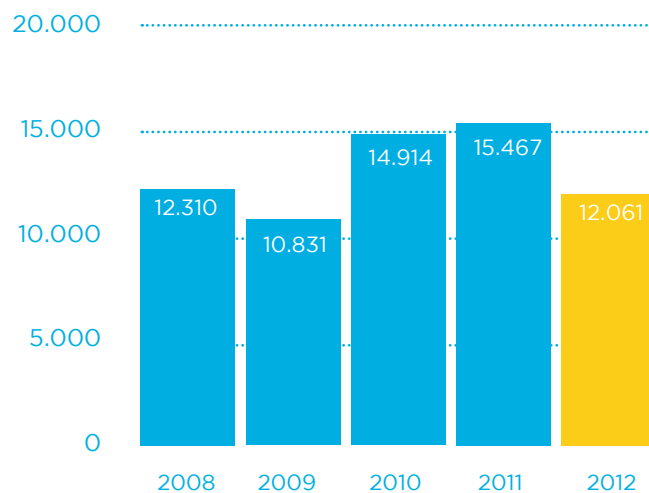
En 2012 la capacidad de depuración de aguas residuales de Grupo Leche Pascual fue de 153.266 habitantes equivalentes al día, con un volumen de agua residual depurada de 2.152.530 metros cúbicos en las plantas depuradoras de la compañía

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.

**EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE AGUA TRATADA EN LA EDAR GRUPO LECHE PASCUAL**  
Volumen (Millones m<sup>3</sup>/año)



**EVOLUCIÓN VOLUMEN DE LODOS PROCEDENTES DE EDAR GRUPO LECHE PASCUAL**  
(Mil kg)



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## MATERIALES Y PRODUCTOS

Desde 1999 Grupo Leche Pascual viene trabajando en la mejora de sus sistemas de envasado y ha colaborado activamente en los planes empresariales de prevención, aportando medidas innovadoras desde su adhesión al Sistema integral de gestión de Ecoembalajes España (ECOEMBES).

### DESDE 1999 GRUPO LECHE PASCUAL VIENE TRABAJANDO EN LA MEJORA DE SUS SISTEMAS DE ENVASADO.

A través de la implantación de estas medidas de reducción, minimización y eliminación de materiales superfluos en el embalaje, se ha obtenido como resultado la optimización de los procesos de distribución y la minimización del uso de materias primas en el envasado y embalaje del producto, con la consecuente reducción de costes.

### RESUMEN DE MEDIDAS DE REDUCCIÓN DE PESO EN MATERIALES DE ENVASE 2012

El ahorro total de materiales de envase y embalaje en 2012 es de **1.608.335 kg evitados**. (Equivalentes a 4.825 Tm de CO<sub>2</sub> o a 53.600 MWh de energía) (\*)

- Reducción de peso del envase por mejora tecnológica de los materiales o de los procesos de envasado:
  - Reducción del gramaje en las preformas de botellas.
  - Reducción del gramaje de los tapones de botellas.
  - Reducción del gramaje del plástico retráctil de las agrupaciones por reducción de medidas y espesor de la galga.
- Reducción del peso del envase por cambio de diseño.
- Aumento de las unidades de envase primario por cada envase agrupación.
- Optimización del mosaico de paletización mejorando el proceso de distribución del producto.

(\*) Aplicando los mismos factores medios de conversión que los utilizados por Ecoembalajes España en su Informe de control y seguimiento de los planes empresariales de prevención - marzo 2013.




# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## ▶ EJE 5: IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

Destaca en 2012 la reedición del concurso de fotografía ambiental, así como la consolidación del Comité de Sostenibilidad Ambiental, presidido por **Borja Pascual Gómez-Cuétara**, consejero de la Corporación Empresarial Pascual que coordina la evolución del plan de la compañía.

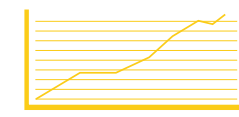
Para comunicar los avances del Plan de Sostenibilidad entre los empleados y conseguir una creciente implicación de toda la organización se desarrollan las siguientes iniciativas:

1. Publicación de contenidos informativos en los soportes de comunicación interna, como la revista *Cuéntalo* y la Intranet.
2. Concurso de fotografía con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente.
3. Reuniones de coordinación con las diferentes áreas para hacer seguimiento de los objetivos ambientales.

## EL ENFOQUE TRANSVERSAL DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD SE HA PLASMADO DE LA SIGUIENTE FORMA EN 2012:



- ▶ **ÁREA COMERCIAL:**
- Reducción del consumo energético en las cámaras de congelación de las delegaciones.
  - Reducción de la generación de residuos en las delegaciones (optimización de la gestión).
  - Preparación de la certificación ISO 14001 en dos delegaciones: Madrid y Barcelona.



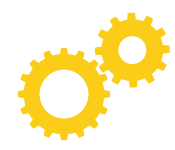
- ▶ **COMPRAS, PLANIFICACIÓN Y LOGÍSTICA:**
- Incorporación de criterios ambientales en la selección de proveedores, tanto agro como no agropecuarios, y evaluación de sus prácticas ambientales a través de auditorías.



- ▶ **MARKETING E I+D:**
- Diseño de envases más sostenibles y comunicación *on-line*.
  - Reducción de peso de envase y embalaje en colaboración con otras unidades.



- ▶ **INTERNACIONAL:**
- Optimización de cargas de contenedor mediante el ahorro de espacio y la reducción de viajes por videoconferencias.



- ▶ **ORGANIZACIÓN Y SERVICIOS GENERALES:**
- Implantación de medidas de ahorro energético derivadas de la auditoría en el edificio de las oficinas centrales.



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## III EDICIÓN DEL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA: **DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE 2012**

Coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente el 5 de junio, y con el fin de fomentar la concienciación en este campo, la compañía propuso un concurso fotográfico para todo el personal.



(1)



(2)



(3)



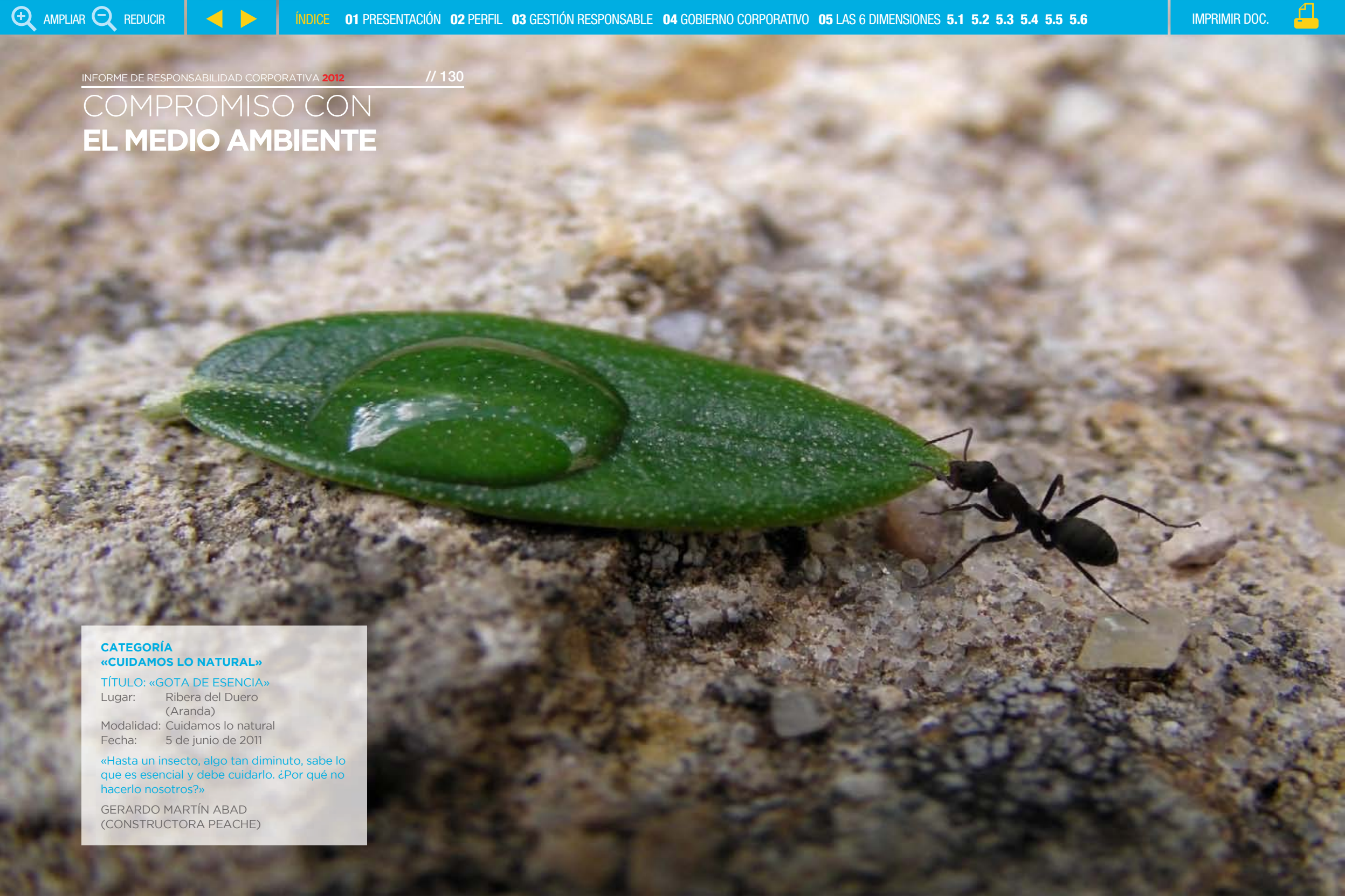
(4)

(1) «No te lo pienses». Jorge Romero Villarroya. (2) «De paseo». Carlos Benito Martín (3) «Turismo sostenible ». Marta Prat Trape. (4) «Puente románico». Cristina Solano



«Paisaje». Eduardo Górriz

# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



**CATEGORÍA**  
**«CUIDAMOS LO NATURAL»**

TÍTULO: «GOTA DE ESENCIA»

Lugar: Ribera del Duero  
(Aranda)

Modalidad: Cuidamos lo natural

Fecha: 5 de junio de 2011

«Hasta un insecto, algo tan diminuto, sabe lo que es esencial y debe cuidarlo. ¿Por qué no hacerlo nosotros?»

GERARDO MARTÍN ABAD  
(CONSTRUCTORA PEACHE)



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## CATEGORÍA «ENERGÍA SOSTENIBLE PARA TODOS»

TÍTULO: «SÚPER ENERGÍA EÓLICA»

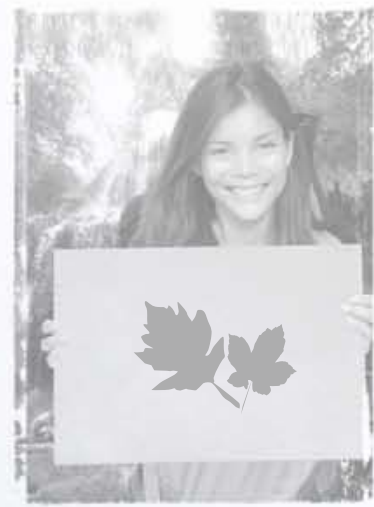
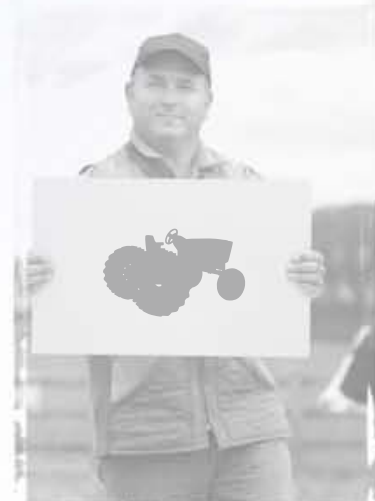
Lugar: Aranda de Duero

Modalidad: Energía sostenible

Fecha: 15 de mayo de 2012

«La educación ambiental es fundamental para que todos nos concienciamos de la importancia de un uso sostenible de la energía. Y qué mejor manera para aprender, y especialmente los niños, que experimentarlo por uno mismo y además pasándolo bien. ¡Diversión y educación ambiental pueden y deben ir unidos!»

PEDRO LUIS DE COCA SINOVA  
(COMPLEJO DE ARANDA DE DUERO)



06. SOCIEDAD Y SECTORES

## 05.6 ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD Y LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

Desde la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara se establecen las pautas para trasladar a la comunidad el legado del fundador de la compañía y de ella se derivan el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM) y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, con el objetivo de divulgar las mejores prácticas saludables.

Además, en este 2012 Grupo Leche Pascual ha aportado más de 1,8 millones de euros al tercer sector y al mecenazgo y se han realizado veinte iniciativas desde el Grupo de Voluntariado.

Institucionalmente, Grupo Leche Pascual ha mantenido un año más un liderazgo responsable con presencia en diez asociaciones sectoriales y presidiendo cuatro de ellas. Para lograr tales fines, ha establecido una relación fluida con las autoridades, plasmada en nueve visitas institucionales de administraciones locales, autonómicas, centrales e internacionales.

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## OBJETIVOS 2012:



Desarrollo de la doble vertiente social de la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara.



Impulso de la relación con entidades del tercer sector y revisión del mapa de **colaboraciones en mecenazgo** a fin de dirigir las acciones 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.

## ACCIONES

- **Centro de Investigación en Valores (CIVSEM):** nueve programas y seis talleres formativos relacionados con el desarrollo personal y profesional y el *coaching* social.
- **Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud:** casi cien actividades en materia de salud y calidad de vida.
- **Puesta en marcha del modelo de relación con entidades del tercer sector. Aportación al tercer sector y en mecenazgo de:** más de 1,8 millones de euros en ayuda humanitaria, discapacidad, salud, deporte, medio ambiente, cultura y emprendimiento.
- **Aportación a las dieciséis principales asociaciones empresariales y profesionales:** 136.241 euros.
- **Veinte actividades de voluntariado** en diez provincias.
- Más de ciento cincuenta participantes en el tercer **Día de Voluntariado de Grupo Leche Pascual.**

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## OBJETIVOS 2013:



**Analizar la estructura de la Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara** a fin de adaptar su funcionamiento a los objetivos perseguidos por la familia propietaria.



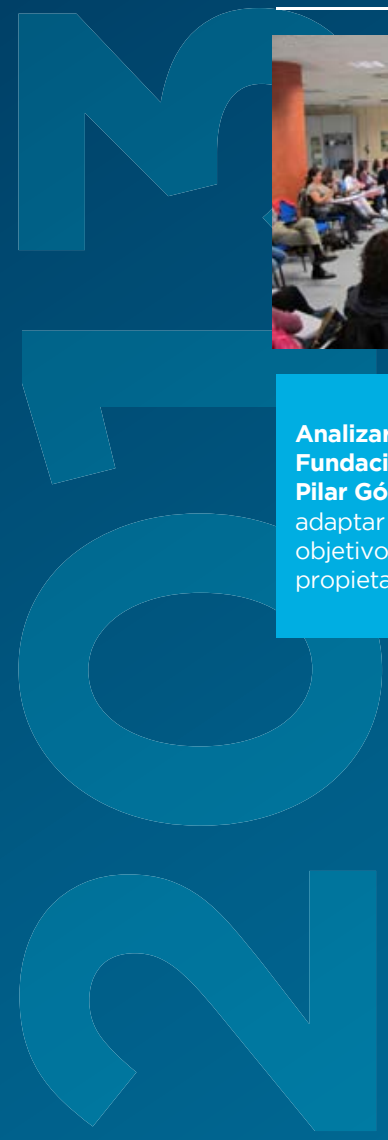
Incrementar la integración de entidades del tercer sector en actividades propias de la compañía.



Desarrollar y comunicar la estrategia y el posicionamiento de Grupo Leche Pascual en torno al concepto de **desperdicio alimentario**.



**Grupo de Voluntariado:** continuar la extensión de las actividades al mayor número de centros de trabajo de la compañía.





## ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD



Don Tomás Pascual,  
fundador de la compañía.

### COMUNIDAD Y FAMILIA PROPIETARIA: FUNDACIÓN TOMÁS PASCUAL Y PILAR GÓMEZ-CUÉTARA

La [Fundación Tomás Pascual y Pilar Gómez-Cuétara](#) es la institución sin ánimo de lucro que recoge el legado de la familia empresaria Pascual-Gómez Cuétara para dar continuidad a los principios transmitidos por Don Tomás Pascual y Doña Pilar Gómez-Cuétara, quienes siempre han defendido el cultivo de los valores como elemento clave para construir una sociedad más saludable y honesta.

La Fundación basa su actuación en dos ejes prioritarios: por una parte, a través del [Instituto Tomás Pascual para la Nutrición y la Salud](#) (ver capítulo dedicado a la Dimensión 1 de la gestión responsable, «Calidad de vida de los consumidores»), por medio de la divulgación, el estudio y el análisis científico en el ámbito de la nutrición, los correctos hábitos de vida y la salud en general. Por otra, el [Centro de Investigación en Valores \(CIVSEM\)](#) promueve la investigación y la formación en valores humanos como clave para una vida plena, madura y feliz, base del emprendimiento y de la innovación.



Fundación  
Tomás Pascual y  
Pilar Gómez-Cuétara



Curso DPOP del Centro de Investigación en Valores.

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD



## ACTIVIDADES DEL CIVSEM EN 2012

### INVESTIGACIÓN

- ▶ **Investigación sobre cambio emocional y valores: Guillermo Myro – MAV. Noviembre 2011 – mayo 2012.**

### DIVULGACIÓN


- ▶ **II Ciclo de Conferencias «Vivir los Valores». Fundación Valentín de Madariaga. Diciembre 2011 – abril 2012.**

### FORMACIÓN

- ▶ **EMPRESA**
  - Vivir los valores en la empresa – Mosancar. Mayo – diciembre 2012.
  - Gestión de talento y cultura: acuerdo de colaboración entre Indra y CIVSEM para la formación y el desarrollo del talento en las empresas. Proyecto presentado en Grupo Leche Pascual: Programa LIDERA 2012. Abril 2010 – septiembre 2012.
- ▶ **SOCIAL**
  - DPOP 10. Curso de desarrollo personal y orientación profesional. Febrero – mayo 2012. (Dos grupos).
  - DPOP para adolescentes (13 a 17 años). Julio 2012.
- DPOP 11. Curso de desarrollo personal y orientación profesional. Septiembre - diciembre 2012. (Dos grupos).
- TALLERES: «Mindfulness»; «Corporalidad y movimiento»; «Creatividad e innovación»; «Transferencia y contratransferencia en el coaching»; «Introducción al Alba Emoting»; «Biodanza». Abril - diciembre 2012.
- ▶ **FORMACIÓN PARA PROFESIONALES**
  - Programa de Coaching Social III. Málaga. Abril 2012 – enero 2013.
  - Programa de Coaching Social IV. Madrid. Mayo 2012 – marzo 2013.

## VALORES QUE POTENCIA EL 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.

**CORAJE**




Es el convencimiento sobre la capacidad de lograr que las cosas sucedan. Remite al espacio de posibilidades, al espacio de acciones posibles. A través de nuestro poder, las personas creamos nuestro propio destino.

**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.

**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.

**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.





# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## COMUNIDAD Y EMPRESA: RELACIÓN CON EL TERCER SECTOR Y MECENAZGO

Grupo Leche Pascual puso en marcha en 2012 un nuevo modelo de relación con entidades del tercer sector con el objetivo de impulsar acciones de mayor impacto social y favorecer aquellas que se realizan desde actividades propias del negocio. Igualmente, se han realizado actividades de mecenazgo relacionadas con su actividad empresarial. Todo ello ha supuesto una aportación a la sociedad de más de 1,8 millones de euros.

EN 2012 SE HA PUESTO EN MARCHA UN NUEVO MODELO DE RELACIÓN CON ENTIDADES DEL TERCER SECTOR.

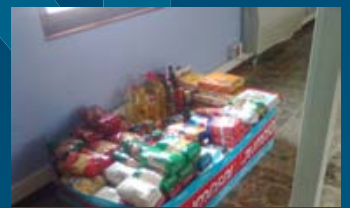


- (1) Los empleados de Leche Pascual participaron en la campaña «Tapones para una vida». Junto a la Asociación Una sonrisa para Aitana, empleados y familiares de Leche Pascual facilitaron la entrega de una silla de ruedas eléctrica.
- (2) Integración de artículos de Caritas en la cesta de Navidad de empleados y colaboradores.
- (3) El nadador medallista paralímpico Enhamed Enhamed compartió sus experiencias con los empleados de Leche Pascual.

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## PRINCIPALES INICIATIVAS CON EL TERCER SECTOR Y DE MECENAZGO EN 2012

TEMÁTICA	ENTIDAD	ACCIÓN
<b>DESPERDICIO ALIMENTARIO</b>	Banco de Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>443.060 kilos de productos donados a veinte bancos de alimentos y colaboración en la clasificación.</li> </ul>
	Cáritas-Taller 99	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de un artículo en la cesta de Navidad de empleados y colaboradores, compra de la canastilla obsequio para los recién nacidos de la empresa.</li> <li>Mercadillo solidario en la central de Madrid.</li> </ul>
<b>AYUDA HUMANITARIA</b>	Acción Contra el Hambre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acción de Bezoya en redes sociales en colaboración con la ONG para construir dos pozos de agua en Filipinas.</li> </ul>
	Fundación Madrina	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de material para madres y bebés en riesgo de exclusión social. Prioridad de admisión en cursos del CIVSEM.</li> </ul>
	Programa Integral Vicente de Paul	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jornada de colaboración en comedor social y Centro de Día.</li> </ul>
	Ejército del Aire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donación de dos palés de yogures y zumos destinados al pueblo afgano.</li> </ul>



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## PRINCIPALES INICIATIVAS CON EL TERCER SECTOR Y DE MECENAZGO EN 2012

TEMÁTICA	ENTIDAD	ACCIÓN
<b>DISCAPACIDAD</b>	Fundación Carmen Pardo	• Imprenta, alquiler de instalaciones y jornada deportiva con sus alumnos.
	ADFO	• Compra de artículos.
	Fundación Deporte y Desafío	• Jornada deportiva.
	Fundación Juan XXIII	• Manipulados y catering.
	Fundación Integra	• Acuerdo para la incorporación de personas discapacitadas y en riesgo de exclusión social.
	Fundación Once	• Acuerdo para la incorporación de personas discapacitadas.
<b>SALUD</b>	Cruz Roja	• Donación de sangre.
	Fundación Aladina	• Visita a niños enfermos de cáncer.
	Asociación Una Sonrisa para Aitana y Fundación Seur	• Campaña de colecta de tapones para niños enfermos.
	Asociación Española de patologías mitocondriales (AEPMI)	• Recogida de móviles para niños enfermos.
	Micropolix	• CSI, Centro de Salud Interna dentro de esta ciudad para los niños.
<b>DEPORTE</b>	Fundación Deporte Joven	• Apoyo al deporte escolar.
	ADO/ADOP	• Patrocinio de los equipos olímpico y paralímpico.



# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## PRINCIPALES INICIATIVAS CON EL TERCER SECTOR Y DE MECENAZGO EN 2012

TEMÁTICA	ENTIDAD	ACCIÓN
----------	---------	--------

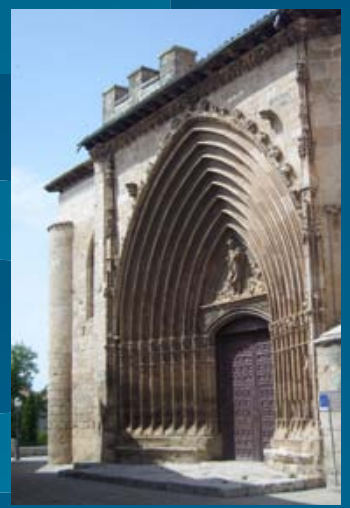
### MEDIO AMBIENTE



Masaru Emoto

- ▶ El Investigador japonés Masaru Emoto ha realizado con Agua Bezoya un documental que expone cómo el agua en contacto con la naturaleza es más pura y cristaliza de una forma más bella. Emoto lleva más de veinte años investigando la capacidad del agua de almacenar información sobre su entorno.

### CULTURA



Ayuntamiento Aranda de Duero

- ▶ Patrocinio de Bifrutas del festival Sonorama celebrado en Aranda de Duero en agosto, con más de 40.000 espectadores.
- ▶ Leche Pascual patrocinador oficial de las fiestas de Aranda de Duero 2012.

TVE

- ▶ Primer *reality coach* sobre conciliación en La 2 de TVE, con el patrocinio cultural de ViveSoy.

Fundación del Patrimonio Histórico

- ▶ Leche Pascual colabora con la Fundación del Patrimonio Histórico, el ayuntamiento de Aranda de Duero y la parroquia para restaurar la iglesia de San Juan Bautista.

Parque Warner

- ▶ Agua Bezoya patrocinó el evento Parque Warner Fashion Week.

Fundación Atapuerca

- ▶ Colaboración.

### EMPREDIMIENTO



Colegio San Gabriel

- ▶ Primera fábrica-escuela entre una industria y un centro de formación: Leche Pascual y el Colegio San Gabriel, de Aranda de Duero.

Vivesoy

- ▶ ViveSoy crea un «vivero» para emprendedores en internet: un espacio de *coworking* virtual para los emprendedores que dispongan de ideas para crear un mundo mejor.

Asociación Madrileña de la Prensa

- ▶ Grupo Leche Pascual patrocinador del programa «Primer Empleo» de la Asociación de la Prensa de Madrid.

# ACTUACIÓN RESPONSABLE ANTE LA SOCIEDAD

## PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y PROFESIONALES

Grupo Leche Pascual mantiene asimismo una destacada presencia en asociaciones empresariales y profesionales relacionadas con diversos grupos de interés de la compañía. En 2012, la aportación a las dieciséis asociaciones principales fue de 136.241 euros.

## COMUNIDAD Y EMPLEADOS: GRUPO DE VOLUNTARIADO DE LECHE PASCUAL

El voluntariado es uno de los valores que Grupo Leche Pascual ha impulsado entre su plantilla en 2012 a través de la labor de su Grupo de Voluntariado, que es gestionado por los propios empleados con el apoyo de la compañía. A lo largo de 2012 este grupo ha promovido veinte **actividades de solidaridad desplegadas en diez provincias** con presencia de la compañía. Entre las acciones de voluntariado destacan la recogida de alimentos, juguetes, tapones y ropa, así como las campañas de donación de sangre o las jornadas deportivas con discapacitados.

PRINCIPALES ASOCIACIONES EMPRESARIALES A LAS QUE HA PERTENECIDO GRUPO LECHE PASCUAL EN 2012

AECOC	CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE)
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ARANDA Y LA RIBERA	CONFEDERACIÓN ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DE CASTILLA-LEÓN (CECALE)
PROMARCA. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE PRODUCTOS DE MARCA	CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA
ASOCIACIÓN MADRILEÑA DE LA EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA FAMILIAR DE CASTILLA-LEÓN
ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL	CLUB SIGLO XXI
CENTRO ESPAÑOL DE LOGÍSTICA	CLUB FINANCIERO GÉNOVA
CÍRCULO DE EMPRESARIOS	INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL MADRID CEIM-CEOE	FORO DE LA NUEVA ECONOMÍA

Como colofón, el 22 de octubre de 2012, Grupo Leche Pascual celebró, por tercer año consecutivo, su **Día del Voluntariado**, que volvió a tener un alto nivel de participación, con más de 150 voluntarios entre Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Aranda de Duero.



# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## OBJETIVOS 2012:

Fomento de la competitividad en el seno de los foros y las instituciones sectoriales.

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.

## ACCIONES

- Presencia activa en **diez asociaciones sectoriales** con una aportación de **223.475 euros**.
- Pertenencia a la nueva Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas (**AME**).
- **Presidencia** de la Asociación Nacional de Industriales de Leche Líquida y Derivados Lácteos de Larga Duración, Inovo (sector ovoproducto) y AEAZN (sector zumos).

- **Nueve visitas institucionales** de Administraciones internacionales, nacionales y autonómicas.
- Inauguración de la Sala Horizonte en el complejo de Aranda de Duero por el **Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**.
- Visita a la planta de Camporrobles (Valencia) del **Presidente de la Generalitat Valenciana**.
- Jornada organizada por Leche Pascual sobre las perspectivas del mercado lácteo nacional e internacional con representación del Ministerio de Agricultura, asociaciones lácteas y embajadas.
- Edición **2012 del Programa Empresa-Parlamentarios**.

- Participación en la actualización de la **Guía de análisis de peligros y puntos de control crítico** (APPCC) de la leche líquida de consumo.
- Presentación a las autoridades y entrada en vigor del **Protocolo de control de la calidad de la leche líquida de consumo**.

- Firma del compromiso voluntario **«2015 Naturalmente»** entre ANEABE y el Secretario de Estado de Medio Ambiente.

- Desde la presidencia de AEAZN, Grupo Leche Pascual ha continuado trabajando en colaboración con la Administración, para **ampliar la defensa de la autenticidad en el sector de los zumos**.

# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## OBJETIVOS 2013:



Seguir trabajando en la labor de acercamiento de la **realidad de la industria agroalimentaria a las Administraciones Públicas.**



Fortalecer la **relación con los gobiernos autonómicos**, con especial énfasis en Andalucía, Castilla y León y Cataluña, en ámbitos de Sanidad y Medio Ambiente.



En la **Asociación de Leche Líquida de FeNIL**, Leche Pascual impulsará el Protocolo de Autocontrol de la Calidad de la Leche de Consumo y apoyará el programa de lácteos sostenibles del Ministerio para mejorar la percepción por el consumidor de los lácteos.



Desde ANEABE se trasladará a las CCAA el compromiso medioambiental del sector **«2015 Naturalmente»**, firmado con el Ministerio para llegar a compromisos similares a nivel autonómico.



Mantener el actual nivel de **exigencia en el autocontrol de la calidad de los zumos** bajo la presidencia de AEAZN. En Asozumos, realizar un esfuerzo en la adaptación del sector a las nuevas exigencias de la nueva directiva de zumos y de etiquetado e información al consumidor.



# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

Institucionalmente, Grupo Leche Pascual ha continuado con su objetivo de mantener un año más un liderazgo responsable en los foros de decisión de los sectores en los que desarrolla su actividad empresarial. Con presencia en diez asociaciones sectoriales y presidiendo cuatro de ellas, Leche Pascual ha defendido la calidad, la competitividad y el desarrollo sostenible en los mercados lácteos, de agua mineral, zumos, soja, ovoproductos e industria alimentaria en general.

Para lograr tales fines, ha establecido una relación fluida con las autoridades, tanto en el seguimiento y la interpretación de la legislación, como en el contacto directo, plasmado en nueve visitas institucionales de administraciones locales, autonómicas, centrales e internacionales. Entre ellas destacan la inauguración de la Sala Horizonte en el complejo de Aranda de Duero por el Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente o la visita a la planta de envasado de agua mineral natural de Camporrobles (Valencia) del Presidente de la Generalitat Valenciana.



(1)



(2)



(3)

(1) El Presidente de la Generalitat Valenciana visitó la planta embotelladora de Camporrobles (Valencia).  
 (2-3) El Ministro Arias Cañete durante la inauguración de la Sala Horizonte en el complejo de Aranda de Duero (Burgos).

Grupo Leche Pascual ha mantenido en 2012 una relación fluida y transparente con los distintos sectores y Administraciones Públicas con los que tiene relación, canalizada a través de la labor del Departamento de Relaciones Institucionales.

## PRINCIPALES ASOCIACIONES SECTORIALES A LAS QUE HA PERTENECIDO GRUPO LECHE PASCUAL EN 2012

- |                                                                       |                                                                       |                                       |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEABE) | AME (ASOCIACIÓN MULTISECTORIAL DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS) | EUROPEAN NATURAL SOYFOODS ASSOCIATION |
| ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE AUTOCONTROL DE ZUMOS Y NÉCTARES (AEAZN)        | ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE OVOPRODUCTOS (INOVO)             |                                       |
| ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ZUMOS (ASOZUMOS)                | INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL HUEVO                                       |                                       |
| ASOCIACIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y ENVASES DE AGUA COOLER (ADEAC)           | FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS                             |                                       |
|                                                                       | FUNDACIÓN ALIMENTUM                                                   |                                       |

APORTACIÓN:  
**223.475€**





## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

### INDUSTRIA ALIMENTARIA

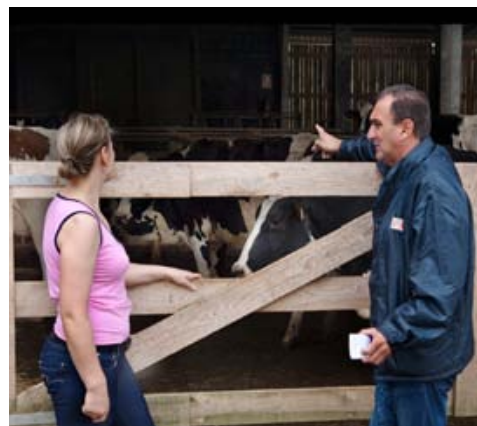
Grupo Leche Pascual forma parte de la Junta Directiva de la [Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas \(FIAB\)](#), preside el Comité Técnico y está presente en los Comités de Medio Ambiente y de Política Alimentaria y del Consumidor. La compañía también está representada en el patronato de la [Fundación Alimentum](#).

Por otro lado, la compañía pertenece al Comité Ejecutivo de una nueva agrupación nacida en 2012, la [Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas \(AME\)](#), que tiene entre sus objetivos la promoción y el desarrollo de la industria alimentaria a través, entre otros cauces, de la defensa y la imagen de las marcas y el impulso de la I+D+i dentro de la industria alimentaria.

GRUPO LECHE PASCUAL HA ENTRADO A FORMAR PARTE DEL COMITÉ EJECUTIVO DE LA NUEVA ASOCIACIÓN MULTISECTORIAL DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (AME).

Presencia de Grupo Leche Pascual en grupos de trabajo de la FIAB

- **Comité Técnico: presidencia**
- **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 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



# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## NORMATIVA O PROYECTO TRANSVERSAL PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

## POSICIONAMIENTO DE LECHE PASCUAL EN 2012



• Reglamento europeo de alegaciones nutricionales



• Apuesta por el rigor y control en las alegaciones de salud y nutrición.

• Ley de seguridad alimentaria y nutrición



• Regula la publicidad dirigida a menores, materia hasta ahora gestionada por códigos de autorregulación, promoviendo el cambio del código PAOS, que eleva la edad protegida hasta los 15 años.  
• Compromiso con el modelo de autocontrol.

• Anteproyecto de ley para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria



• Esta legislación, junto con las medidas de autorregulación asociadas, permitirá que las relaciones con los ganaderos y la distribución se muevan dentro de un marco claro y transparente.  
• Apoyo a la obligatoriedad de contratos escritos y a la prohibición de prácticas abusivas y regulación de otras prácticas.

• Reglamento europeo de información alimentaria al consumidor



• Unifica la legislación del etiquetado nutricional y la información al consumidor.  
• Desde la industria se ha trabajado en varias guías interpretativas que se han consolidado en una guía europea traducida al castellano y remitida a la AESAN, al Instituto Nacional de Consumo y al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

• Ley de residuos y suelos contaminados



• Oposición, como defiende CEOE, FIAB y las asociaciones de la distribución, a la aplicación obligatoria de un sistema de depósito, devolución y retorno.

# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## SECTOR LÁCTEO

Grupo Leche Pascual se halla representado en la Comisión Directiva de la **Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL)** y ha presidido en 2012 la **Asociación Nacional de Industriales de Leche Líquida y Derivados Lácteos de Larga Duración**. Desde esta asociación se han impulsado medidas como el Protocolo de control de la calidad de la leche líquida de consumo, de aplicación desde finales de 2012, tras su presentación a la Dirección General de la Industria Alimentaria y a la AESAN. También se ha abordado la actualización de la *Guía de análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC)* de la leche líquida de consumo, habiéndose revisado en 2012 los primeros documentos de la nueva guía.

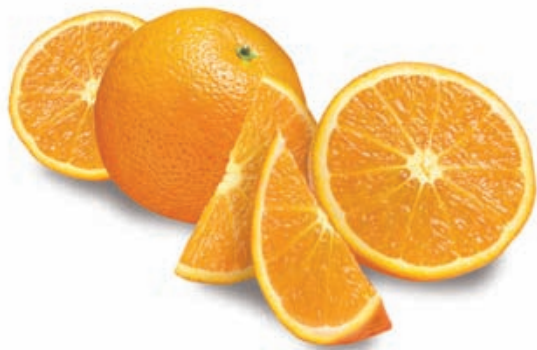
Dentro de su compromiso con el sector, Leche Pascual reunió en Aranda de Duero en el mes de abril una representación del sector lácteo con miembros del Ministerio de Agricultura, asociaciones lácteas y embajadas que debatieron sobre las perspectivas del mercado lácteo nacional e internacional.



## SECTOR ZUMOS Y NÉCTARES

Grupo Leche Pascual es miembro de la Junta Directiva de la **Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos)**, entidad miembro de la European Fruit Juice Association (AIJN). A su vez, la compañía **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).

Desde esta asociación, Grupo Leche Pascual ha continuado trabajando en 2012, en estrecha colaboración con la Administración, con el objetivo de poner en funcionamiento un método de isotópicos que serviría para detectar la adición de agua exógena en los zumos.



## SECTOR AGUAS ENVASADAS

Grupo Leche Pascual forma parte del Comité Ejecutivo de la **Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasada (ANEABE)**, además de presidir el Comité de Medio Ambiente.

Destaca en 2012 el trabajo desde el Comité de Medio Ambiente para desarrollar el **Compromiso Voluntario «2015 Naturalmente»**, con reuniones con los nuevos responsables del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con el propósito de dar a conocer al Gobierno este compromiso medioambiental del sector. Finalmente, en el mes de octubre, el Secretario de Estado de Medio Ambiente se reunió con ANEABE, para firmar el Compromiso Voluntario «2015 Naturalmente» por el que el sector continúa avanzando hacia la sostenibilidad y la consecución de objetivos mesurables en los principales retos medioambientales que afronta.



# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

Compromiso Voluntario «2015 Naturalmente»  
**ANEABE**

MATERIA	COMPROMISO
Prevención de la generación de residuos de envases.	Reducir la materia prima utilizada en la fabricación de envases primarios y secundarios.
Reutilización de los residuos de envases.	Fomentar la reutilización de los envases. Mejoras en la fabricación de los envases (mayor vida útil y reducción de peso).
Reciclado de los residuos de envases.	Reciclar, al menos, el 70% de los principales residuos generados en el proceso productivo (vidrio, PET, plástico, papel y cartón).
Reducción del consumo energético del proceso productivo del agua envasada.	Reducir el ratio de consumo de energía un 3% a finales de 2015, lo que supone un ahorro de 9 millones de kW.
Reducción del consumo de agua.	Reducir el ratio de consumo de agua un 5% a finales de 2015, lo que supone un ahorro de 500 millones de litros.

## SECTOR OVOPRODUCTO

La compañía ha presidido en 2012 la [Asociación de Productores de Ovoproducto \(Inovo\)](#), y tiene presencia en la Junta Directiva de la [Asociación de Fabricantes de Huevo \(Aseprhu\)](#) y del [Instituto de Estudios del Huevo](#). Además, está representada en la [Organización Interprofesional del Huevo \(Inprovo\)](#) a través de las asociaciones Inovo y Aseprhu.

En relación con la aplicación de la directiva sobre [bienestar animal de la Unión Europea exigible desde enero de 2012](#), se han retomado los trabajos de coordinación entre sector y Administración contemplados en el plan de acción, además de haber continuado las reuniones de la Mesa de Seguimiento con el sector y las comunidades autónomas.

Cabe señalar que las jaulas de la granja avícola de la compañía Arteovo en Santacruz (Burgos), perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual, se encontraban ya adaptadas desde hacía tiempo a esta nueva normativa.





## LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

### SECTOR SOJA

Grupo Leche Pascual, desde la Junta Directiva de la [Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja \(Ensa\)](#), ha trabajado junto con la Comisión Europea en la evaluación y la interpretación de nuevas alegaciones nutricionales y de salud relativas a los alimentos con base de soja, así como en la extensión del conocimiento de las ventajas ambientales y de salud de estos alimentos entre los parlamentarios y consumidores europeos.



### RELACIONES INSTITUCIONALES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Uno de los pilares de la estrategia de relaciones institucionales de Grupo Leche Pascual es el contacto directo y la aproximación transparente a las distintas Administraciones Públicas, abriendo las puertas de sus instalaciones y poniendo a disposición de las autoridades información sobre las distintas políticas de la compañía. En 2012 se han iniciado los contactos y la relación con las nuevas Administraciones y Parlamentos, tanto centrales como autonómicos.

**GRUPO LECHE PASCUAL SIGUE APOSTANDO POR EL CONTACTO DIRECTO Y LA TRANSPARENCIA Y ABRE SUS PUERTAS A LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES.**



Visita de los miembros del Parlamento de Cataluña a la planta láctea de Gurb (Barcelona).

# LIDERAZGO EN LOS SECTORES Y MERCADOS

## VISITAS INSTITUCIONALES EN 2012

- Complejo de Aranda de Duero (Burgos) ▶

  - Leche Pascual reunió en el mes de abril en Aranda a una destacada representación del sector lácteo: miembros del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, asociaciones lácteas y embajadas.
  - La nueva Presidenta de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición y Secretaria General de Sanidad y Consumo, junto a la Directora Ejecutiva, Pilar Farjas.
  - El Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente, Miguel Arias Cañete.

---

- Fábrica láctea de Gurb (Barcelona) ▶

  - Parlamento catalán: la Comisión de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural y la Comisión de Territorio y Sostenibilidad.
  - El Consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural de la Generalitat de Cataluña, Josep Maria Pelegrí, acompañado del Director General de Alimentación e Industrias Alimentarias, Domènec Vila Navarra.
  - Agencia catalana de Seguridad Alimentaria. Antoni Mateu i Serra, Director General de la Agencia de Salud Pública de Cataluña.

---

- Fábrica de embotellado de agua mineral natural de Camporrobles (Valencia) ▶

  - Presidente de la Generalitat Valenciana, Albert Fabra, y Consejera de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua, Maritina Hernández.

---

- Otras visitas institucionales ▶

  - Delegación del Ministerio de Agricultura de Azerbaiyán.
  - Autoridades veterinarias de Zimbabue.

---

- Programa Empresa-Parlamentarios ▶

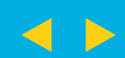
  - El 11 de junio tuvo lugar en las oficinas centrales la presentación de los cuatro diputados y senadores que han trabajado con Grupo Leche Pascual en la edición 2012 del PEP. Durante varias jornadas, los parlamentarios conocieron las instalaciones industriales de Bezoya en Trescasas (Segovia), Palma del Río (Córdoba) y Aranda de Duero (Burgos) para profundizar sobre aspectos tales como la seguridad alimentaria o el medio ambiente. Asimismo, los parlamentarios visitaron una explotación ganadera en Segovia para contemplar in situ el proceso de recogida de leche.



(1) Tomás Pascual atendiendo a los medios durante la visita a Gurb de miembros del Parlamento de Cataluña.  
 (2,3) La Secretaria General de Sanidad y Consumo y Presidenta de la AESAN, Pilar Farjas, visitó Leche Pascual Aranda.  
 (4) Leche Pascual reunió en Aranda de Duero a miembros del Ministerio de Agricultura, asociaciones lácteas y embajadas que debatieron sobre las perspectivas del mercado lácteo nacional e internacional.



Indicadores en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2012 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)



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 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. 4-5
• 1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Pág. 8-16, 23-25, 26-27
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
• 2.1 Nombre de la organización.	Pág. 26
• 2.2 Principales marcas, productos y servicios.	Pág. 20, 25
• 2.3 Estructura operativa de la organización.	Pág. 21-22, 49
• 2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Pág. 26
• 2.5 Número de países en los que opera la organización.	Pág. 26-27
• 2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Pág. 26, 49-52
• 2.7 Mercados servidos.	Pág. 27
• 2.8 Dimensiones de la organización informante.	Pág. 8, 26-27
• 2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Pág. 22-25, 50-51
• 2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Pág. 29-30
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>	
» PERFIL DE LA MEMORIA	
• 3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Pág. 6
• 3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	2012
• 3.3 Ciclo de presentación de memorias.	Anual
• 3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	166
» ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
• 3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	Pág. 7
• 3.6 Cobertura de la memoria.	Pág. 6-7
• 3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	Pág. 7
• 3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Pág.7
• 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. 7



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.</li> </ul>	Pág. 6-7
<ul style="list-style-type: none"> <li>3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.</li> </ul>	Pág. 2
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 1
<p><b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b></p>	
<p>» GOBIERNO</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 49-52
<ul style="list-style-type: none"> <li>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).</li> </ul>	Pág. 22, 52
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 50-52
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.</li> </ul>	Pág. 54
<ul style="list-style-type: none"> <li>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).</li> </ul>	Nota 2
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.</li> </ul>	Pág. 50
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 50
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 18-19, 52-58
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 42, 51-58

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.</li> </ul>	Pág. 42, 50-51
» COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.</li> </ul>	Pág. 52-58, 115
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.</li> </ul>	Pág. 9-16, 56-58
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.</li> </ul>	Pág. 56-58, 141, 144
» PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.</li> </ul>	Pág. 9-16, 33-34
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.</li> </ul>	Pág. 32-34
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 3
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 3
<b>5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO</b>	
» DIMENSIÓN ECONÓMICA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempeño económico</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC1 Valor económico directo generado y distribuido</li> </ul>	Pág. 28
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.</li> </ul>	Pág. 115
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.</li> </ul>	Pág. 109
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.</li> </ul>	Nota 4
<ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia en el mercado</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	No disponible
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.</li> </ul>	Pág. 77-79, 81-82
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.</li> </ul>	No aplica

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>Impactos económicos indirectos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 23, 92, 137-140
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.</li> </ul>	Pág. 23-24, 77-81, 92-98
» DIMENSIÓN AMBIENTAL	
• ASPECTO: MATERIALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.</li> </ul>	Pág. 127
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.</li> </ul>	Pág. 124-125
• ASPECTO: ENERGÍA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.</li> </ul>	Pág. 116-117
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.</li> </ul>	Pág. 118
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.</li> </ul>	Pág. 116-118
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 116-118
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.</li> </ul>	Pág. 118
• ASPECTO: AGUA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN8 Captación total de agua por fuentes.</li> </ul>	Pág. 119
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.</li> </ul>	Pág. 119
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.</li> </ul>	Pág. 126
• ASPECTO: BIODIVERSIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.</li> </ul>	Nota 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 5

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN13 Hábitats protegidos o restaurados.</li> </ul>	Nota 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.</li> </ul>	Nota 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.</li> </ul>	Nota 6
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.</li> </ul>	Nota 6
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.</li> </ul>	Pág. 120-123
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.</li> </ul>	Nota 6
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.</li> </ul>	Nota 6
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.</li> </ul>	Pág. 126
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.</li> </ul>	Pág. 124-125
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.</li> </ul>	Nota 7
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 7
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.</li> </ul>	Pág. 121-123, 127-128
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.</li> </ul>	Pág. 127

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.</li> </ul>	Nota 8
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: TRANSPORTE</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág.121-123
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: GENERAL</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.</li> </ul>	Nota 9
» DIMENSIÓN SOCIAL	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: EMPLEO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.</li> </ul>	Pág.103
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA2 Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.</li> </ul>	Pág. 103
<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	Pág. 109
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA15 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.</li> </ul>	Nota 10
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.</li> </ul>	Nota 11
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.</li> </ul>	Nota 12

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 109-110
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.</li> </ul>	Pág. 103, 109-110
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 109-110
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.</li> </ul>	Nota 13
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.</li> </ul>	Pág. 103, 106
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 105-106
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.</li> </ul>	Pág. 103-104
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 50-52, 103
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.</li> </ul>	No disponible
<ul style="list-style-type: none"> <li>» INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 56, 82

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 82
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 14
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.</li> </ul>	Nota 15
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 82
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 82
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 82
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 190-192
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.</li> </ul>	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: EVALUACIÓN</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.</li> </ul>	Nota 15

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: MEDIDAS CORRECTIVAS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>HR11 Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.</li> </ul>	Nota 15
» INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES PRINCIPAL</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO1 Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.</li> </ul>	Pág. 137-141
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO10 Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.</li> </ul>	Pág. 121-123, 137-141
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: CORRUPCIÓN</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.</li> </ul>	Pág. 53
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.</li> </ul>	Nota 14
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.</li> </ul>	Nota 15
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i>.</li> </ul>	142-151
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.</li> </ul>	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.</li> </ul>	Nota 16



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.</li> </ul>	Nota 17
<p>» INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 83-85
<ul style="list-style-type: none"> <li>PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento de 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.</li> </ul>	Pág. 56, 85
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 52 y Nota 18
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 56
<ul style="list-style-type: none"> <li>PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.</li> </ul>	Pág. 93-95
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 56-58, 63-64
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Pág. 56

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: PRIVACIDAD DEL CLIENTE</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.</li> </ul>	Nota 19
<ul style="list-style-type: none"> <li>ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	Nota 17
<p>SUPLEMENTO DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DEL GRI (SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES &amp; FOOD PROCESSING SECTOR SUPPLEMENT)</p>	
<p>» INDICADORES DE DESEMPEÑO ESPECÍFICOS DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>SECCIÓN DE APROVISIONAMIENTOS DE MATERIAS PRIMAS</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP1 Porcentaje de compras a proveedores que cumplan con la política de aprovisionamientos de materias primas de la compañía.</li> </ul>	Pág. 77-85
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP2 Porcentaje de compras a proveedores verificado de acuerdo a estándares internacionales de producción reconocidos.</li> </ul>	Pág. 79
<ul style="list-style-type: none"> <li>SECCIÓN ECONÓMICA</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC1 Comentarios adicionales sobre las inversiones específicas relacionadas con el sector.</li> </ul>	Pág. 63-72, 139-145
<ul style="list-style-type: none"> <li>EC 4 Comentarios adicionales para describir el impacto del apoyo gubernamental en el sector.</li> </ul>	Pág. 146-154
<ul style="list-style-type: none"> <li>SECCIÓN MEDIOAMBIENTAL</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Materiales EN1. Comentarios adicionales para especificar la captura de pescado salvaje o en piscifactoría y otras materias primas como soja.</li> </ul>	Pág. 139-141
<ul style="list-style-type: none"> <li>Biodiversidad EN11. Comentarios adicionales sobre aguas.</li> </ul>	Nota 5
<ul style="list-style-type: none"> <li>Biodiversidad EN13. Comentarios adicionales sobre aguas.</li> </ul>	Nota 5



## GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
• SECCIÓN SOCIAL	
» INDICADORES DE DESEMPEÑO LABORAL	
• Comentarios adicionales para informar sobre el diálogo entre la dirección de la organización y los representantes de los trabajadores.	Nota 13
• FP3 Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a conflictos, huelgas y <i>lock outs</i> por país.	Nota 21
» INDICADORES DE DESEMPEÑO EN LA SOCIEDAD	
• 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. 63-72, 135-141
• SO5. Comentarios adicionales sobre actividades de <i>lobby</i> y su contexto, relacionadas con la producción subvencionadas de ingredientes clave de los	Pág. 142-150
» INDICADORES SOBRE RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
• 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. 74-85, 112-131
• PR2. Considerado indicador clave para el sector.	Pág. 56, 85
• FP5. Porcentaje de producción realizada en centros certificados por una tercera parte independiente, de acuerdo a los estándares internacionales de seguridad alimentaria.	Pág. 79, 83
• 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 trans, sodio y azúcares.	Pág. 64
• 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. 20, 25, 64
• 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 <i>packaging</i> .	Pág. 29-30, 63-72
• FP8. Políticas y prácticas de comunicación a consumidores sobre ingredientes e información nutricional más allá de las obligaciones legales.	Pág. 69-72
• 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. 56-58, 65-73

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, VERSIÓN 3.1, DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

TIPO DE INDICADOR	INFORME 2012 DE LECHE PASCUAL
» INDICADORES SOBRE BIENESTAR ANIMAL	
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP9 Porcentaje y número total de animales criados y/o procesados, por especies y tipo de alimentación.</li> </ul>	Pág. 77-81
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP10 Políticas y prácticas, por especies y tipo de alimentación, relacionadas con alteraciones físicas y uso de anestesia.</li> </ul>	No aplica
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP9 Porcentaje y número total de animales criados y/o procesados, por especies y tipo de alimentación, en función del tipo de estabulación.</li> </ul>	Pág. 77-81
<ul style="list-style-type: none"> <li>FP12 Políticas y prácticas sobre antibióticos, antiinflamatorios, hormonas, y/o tratamientos de crecimiento por especies y tipo de alimentación.</li> </ul>	Pág. 77-81
<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	No aplica





**Nota 1.** En la memoria de 2012 no se ha llevado a cabo verificación externa.

**Nota 2.** En el informe de 2012 no se han hecho públicas las retribuciones de los consejeros.

**Nota 3.** La compañía no ha aplicado un mecanismo formal de gestión de los grupos de interés en 2012, planteamiento que está previsto iniciar en 2013, paralelamente al despliegue del modelo EFQM.

**Nota 4.** Las subvenciones recibidas en 2012 ascendieron a 2.757.053 euros en concepto de desarrollo industrial, I+D y subvenciones a la explotación.

**Nota 5.** 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 6.** La memoria hace referencia a la evitación de emisiones de CO2 gracias al uso de las mejores técnicas disponibles como la cogeneración.

**Nota 7.** No se han producido derrames accidentales ni vertidos de agua con afectación significativa.

**Nota 8.** En 2012 la compañía no ha sido objeto de multas significativas en materia medioambiental.

**Nota 9.** Este indicador se encuentra en proceso de revisión en el seno del Comité de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual.

**Nota 10.** El 100% de los empleados se han reincorporado a su puesto de trabajo tras la baja de maternidad o paternidad.

**Nota 11.** El 100% de los empleados de Grupo Leche Pascual y de su matriz, Corporación Empresarial Pascual, está sujeto a convenio colectivo.

**Nota 12.** El periodo de preaviso relativo a cambios organizativos se sitúa en 15 días.

**Nota 13.** El modelo de relaciones laborales de Grupo Leche Pascual se basa en la interlocución directa con los trabajadores, con el objetivo de fortalecer, renovar y apoyar a los comités de empresa independientes.

**Nota 14.** Las nuevas incorporaciones reciben formación en el programa «Incorpórate» sobre el Código de Conducta Empresarial de la Corporación Empresarial Pascual.

**Nota 15.** 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. Por otra parte, no se han producido expedientes públicos relacionados con los derechos humanos.

**Nota 16.** En 2012 la Comisión Nacional de la Competencia ha abierto un expediente conjunto al sector lácteo por supuesto acuerdo en el precio de la leche.

**Nota 17.** La compañía ha sido objeto en 2012 de un expediente sancionador por parte de la Junta de Castilla y León con seis infracciones en materia de etiquetado por un valor de 4.500 euros.

**Nota 18.** Grupo Leche Pascual ha incorporado las Ingestas dietéticas de referencia (IDR), como añadido al etiquetado obligatorio, a más del 80% de su cartera de productos.

**Nota 19.** Durante 2012 no se han recibido reclamaciones relacionadas con la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

**Nota 20.** Durante el periodo reportado no ha existido tiempo perdido de trabajo debido a conflictos laborales.



**Grupo Leche Pascual S.A.**

Av. Manoteras 24, 28050 Madrid, España

[www.grupolechepascual.es](http://www.grupolechepascual.es)