

INFORME DE CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO 2016



Tú, nuestra razón de ser



ÍNDICE

- 1 LAS PERSONAS, EN EL CENTRO DE NUESTRO MODELO DE EMPRESA**
MENSAJE DEL PRESIDENTE
MENSAJE DEL CEO DIRECTOR GENERAL EJECUTIVO
MENSAJE DEL DIRECTOR DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN

2 CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

- 3 ¿CÓMO SOMOS? CALIDAD PASCUAL**
NUESTRO MODELO DE EMPRESA

- 4 ¿QUÉ SUCEDE CUANDO COMPRAS PASCUAL? TÚ MUEVES LA CADENA DE VALOR DE PASCUAL**
LA DECISIÓN DEL CONSUMIDOR
OFERTA DE PRODUCTOS SALUDABLES Y FOMENTO DE MEJORES HÁBITOS
LOS COLABORADORES EN EL PUNTO DE VENTA: HORECA, DISTRIBUCIÓN
LOGÍSTICA
PRODUCCIÓN
APROVISIONAMIENTO SOSTENIBLE
INNOVACIÓN

- 5 ¿CÓMO IMPULSAMOS DESDE PASCUAL LA CREACIÓN DE VALOR?**
ESCUCHANDO Y DIALOGANDO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS
CON LA CALIDAD Y LA EXCELENCIA COMO REFERENTES
COMPROMETIDOS CON EL EQUIPO HUMANO
RESPETANDO EL MEDIO AMBIENTE
COLABORANDO CON LA SOCIEDAD
DESARROLLANDO ALIANZAS

- 6 OTRAS EMPRESAS DEL GRUPO**
CONSTRUCTORA PEACHE
GRUPO INMOBILIARIO LA QUINTA

- 7 ANEXOS**
ACERCA DE ESTE INFORME
COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES
GRI STANDARDS
PACTO MUNDIAL
<IR>

1

LAS PERSONAS, EN EL CENTRO DE NUESTRO MODELO DE EMPRESA

Hemos construido un modelo de empresa por y para las personas, con visión de liderazgo, que centra sus esfuerzos en crear y compartir el valor generado con los grupos de interés.



CRECER DE MANERA SOSTENIBLE Y RENTABLE

Mensaje del Presidente



Nuestra meta es conseguir que Calidad Pascual crezca de manera sostenible y rentable.

2016 ha sido un año en el que el sector de la alimentación ha experimentado luces y sombras a lo largo de su cadena de valor, tanto en el aprovisionamiento en el campo como en las fases de transformación, distribución y consumo. Seguimos inmersos en un entorno de lento crecimiento y la situación socioeconómica continúa afrontando riesgos estructurales en nuestro país y en el exterior, con incertidumbre respecto a los últimos acontecimientos políticos, como la futura salida del Reino Unido de la Unión Europea o los efectos cada día más visibles del cambio climático.

Sin embargo, 2016 también ha sido un año lleno de oportunidades. Los avances de nuestras empresas en el reto de la transformación digital y la progresiva consolidación del comercio electrónico son realidades cada vez más asentadas. En cuanto al consumo, aunque ha permanecido bastante estancado en el hogar, hemos observado un repunte del gasto en el canal de hostelería, mientras que la internacionalización de nuestra industria alimentaria sigue marchando a muy buen ritmo.

Calidad Pascual experimenta los vaivenes lógicos de todas estas corrientes y dinámicas interrelacionadas, pero con un rumbo firme hacia el camino marcado por nuestro “Modelo de Empresa”: queremos ser reconocidos como una empresa familiar y global, referente social y líder en alimentación de calidad. Queremos crecer de manera sostenible y rentable, creando valor compartido para nuestros grupos de interés: consumidores, clientes, empleados, proveedores, ciudadanos y accionistas.

Nuestra ambición es ser líderes, aspiramos a ser una empresa de la que nos sintamos orgullosos por el presente y por el futuro, que destaque por su desempeño, que sea vanguardista e innove, que se gane la admiración de los clientes y especialmente, que consiga enamorar a los consumidores con marcas y productos de excelente calidad. Nuestra meta es conseguir que Calidad Pascual sea un excelente lugar para trabajar y crecer de manera sostenible y rentable.

Este 2016 ha sido para Calidad Pascual un año de cambio de perspectiva, además de crear una nueva estructura organizativa, hemos avanzado en el reto de la transformación digital y nos hemos dado cuenta de que existe otro tipo de innovación, la disruptiva, en la que debemos ser capaces de transformarnos continuamente y adaptarnos a lo que buscan y necesitan los consumidores con la ayuda de todo el talento que podamos encontrar afuera. Así nació Pascual Startup, una iniciativa que combina la innovación abierta con el mundo de los emprendedores para premiar las mejores soluciones para la industria alimentaria.

Nuestros retos no han sido únicamente poner en valor nuestros productos, sino también todas las iniciativas enfocadas a mejorar nuestra cadena de valor y las relaciones con todos nuestros grupos de interés a través de una gestión ética, responsable y excelente.

Hemos aprendido a movernos en un territorio complicado y ahora es el momento de mirar hacia adelante. Por ello, el año 2017 debe ser el de la consolidación de estos proyectos, tiempo de innovar con más audacia que nunca, de rodearnos del talento más diverso dentro y fuera de la compañía y de entender a nuestros grupos de interés, con el consumidor y el cliente a la cabeza, como verdaderos decisores de nuestra estrategia.

Tomás Pascual Gómez-Cuétara
Presidente de Calidad Pascual

ENAMORAR AL CONSUMIDOR

Mensaje del CEO
Director General Ejecutivo



Hemos focalizado nuestros esfuerzos en la tarea de enamorar al consumidor. Nuestros consumidores son nuestra razón de ser, por ello es ineludible la misión de ganarnos su adhesión y apego.

En Calidad Pascual hemos trabajado en el año 2016 con el objetivo de recuperar el liderazgo, de crecer, como indica nuestro presidente, de forma sostenida y rentable. Hemos focalizado nuestros esfuerzos en la tarea de enamorar al consumidor. Nuestros consumidores son nuestra razón de ser, por ello es nuestra ineludible misión ser capaces de ganarnos su adhesión y el apego hacia nuestras marcas, apostando por los valores de la alimentación sana y equilibrada y la innovación. En Calidad Pascual ofrecemos productos diferenciales, que respondan a una necesidad real, y que estén visibles y accesibles en todo momento y lugar. Ejemplos como la nueva Leche Pascual Desnatada 0%, el lanzamiento de ColaCao Shake o los nuevos Bifrutas Zero atestiguan nuestro compromiso durante el pasado año.

Tampoco hemos olvidado la obligación de ganarnos la admiración de nuestros clientes, ese imprescindible eslabón de la cadena alimentaria que nos permite ofrecer nuestros productos al conjunto de la sociedad. Hemos desarrollado propuestas que les añaden valor, que permiten su crecimiento y el incremento de su competitividad. Destacamos las alianzas firmadas en 2016 con socios estratégicos como Borges o La Zaragozana, que se unen a las ya existentes con Conservas Garavilla, Unilever, Idilia Foods, Kellogg's, Heinz o Pedras.

La hostelería es una de las grandes apuestas de la compañía, por ello en Calidad Pascual cuidamos el negocio del hostelero adaptándonos a sus necesidades. Hemos creado programas como Pascual Profesional, que ayuda a los cocineros a elaborar sus propios menús, o formaciones profesionales de la mano de iniciativas como Mccay Academy, que recorrió las cafeterías de 25 ciudades españolas enseñando a 2.400 profesionales a servir un café espresso perfecto.

No podemos olvidar el camino iniciado en los mercados exteriores. Pascual es considerado hoy como un especialista en la categoría de yogures y postres de larga vida, un recorrido que nos debe llevar a aumentar significativamente nuestra presencia internacional, especialmente en África y Asia.

La mejora de nuestra competitividad ha sido otro de los grandes objetivos de nuestro negocio en 2016. Para cumplir nuestros sueños debemos contar con una organización que responda de forma ágil y eficiente a los desafíos, reduciendo complejidad y ganando en

rapidez de respuesta y capacidad de adaptación. Para ello pondremos en marcha iniciativas para mejorar nuestra eficiencia operativa, proyectos que nos deben ayudar a conseguir los retos que nos hemos planteado.

En Calidad Pascual estamos comprometidos en la construcción de una compañía admirada, un lugar para desarrollarse profesional y personalmente, fomentando el aprendizaje continuo, trabajando de manera colaborativa, apostando por líderes inclusivos y fomentando la diversidad en los equipos. Todo ello en un entorno de trabajo que apuesta por la salud y la seguridad.

Apostamos por la calidad total y la excelencia en la gestión. Buscamos la calidad, tanto en los productos, como en los servicios. La búsqueda de la excelencia ha sido refrendada en 2016 con iniciativas como la implantación de metodología y herramientas de nuestro modelo de gestión Mare Nostrum para la elaboración de planes sólidos. O, por otro lado, el ejercicio de autoevaluación según el Modelo de Excelencia EFQM realizado en este ejercicio.

Para afrontar con garantías los retos futuros hemos configurado una nueva estructura organizativa y un nuevo equipo de dirección. Para poder crecer de forma sostenida hemos puesto en marcha una organización sencilla, eficiente y operativa con claras responsabilidades y con foco en consumidor, clientes, calidad, innovación y personas.

En definitiva, en 2016 iniciamos una nueva etapa enfocada al crecimiento y al liderazgo, con una clara orientación al consumidor y vocación de servicio al cliente, todo ello sin olvidar el foco en el desarrollo del talento interno, la intensificación de los mecanismos de diálogo y escucha con todos nuestros grupos de interés y la calidad y la excelencia en la gestión. Enamorar a nuestros millones de consumidores es, sin duda, un objetivo común de todos los que formamos parte de Calidad Pascual.

José Luis Saiz
CEO Director General Ejecutivo de Calidad Pascual

CREAR VALOR LABORAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

Mensaje del Director de Responsabilidad Corporativa y Comunicación



Abordamos una gestión integral, ética y responsable de los impactos económicos, laborales, sociales y ambientales.

Tal y como refleja nuestra misión y visión, la creación de valor compartido es uno de los ejes vertebradores de la actividad de Calidad Pascual, entendida como una forma de integrar las expectativas y necesidades de sus grupos de interés. Desde los consumidores destinatarios de nuestros productos, hasta los proveedores al inicio de la cadena de valor. Pasando por los empleados, clientes, accionistas y, por supuesto, la sociedad en su conjunto, la cooperación con nuestros grupos de interés es vital para construir un futuro común. La integración ordenada de los impactos laborales, ambientales y sociales entre todos ellos es la clave de la responsabilidad corporativa.

Por esta razón, en 2016 nuestras personas han seguido siendo el eje sobre el que hemos pivotado, una empresa vale lo que valen sus personas, y así lo entendemos en Calidad Pascual. El proyecto de Talento Diverso y Liderazgo Inclusivo de Pascual surge como una importante palanca aceleradora de los retos que nos hemos marcado en Pascual. También destacamos el proyecto Pascual Contigo, una iniciativa que busca el desarrollo integral de las personas que trabajan con nosotros, basado en la responsabilidad compartida, la confianza, la flexibilidad y la productividad.

No hemos sido ajenos al nuevo enfoque regulatorio derivado del Acuerdo de París contra el calentamiento global (COP21), con los compromisos y hoja de ruta de la UE para reducir las emisiones GEI. Nuestro plan de gestión del impacto medioambiental contempla el cálculo de la huella de carbono de Calidad Pascual. Me causa orgullo decir que hemos sido la primera empresa del sector lácteo en inscribir su huella de carbono corporativa en el Registro de Huella de Carbono, Compensación y Proyectos de Absorción de Dióxido de Carbono del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

Calidad Pascual ha sido igualmente sensible a las tendencias sociales, por ejemplo en la cadena alimentaria, adhiriéndonos al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria o construyendo un aprovisionamiento sostenible, avalado por el dato de que el 98% de nuestros proveedores son de origen local. Además de mantener nuestro tradicional compromiso con la sociedad a través de la donación de alimentos, la ayuda directa al empleo o las acciones desarrolladas en el área de la salud y el voluntariado.

Intentamos trasladar a nuestro entorno las propias exigencias que nos marcamos como empresa, con el objetivo de que este enfoque ayude a construir un círculo virtuoso. Crear valor compartido significa, por ejemplo, involucrar a nuestros ganaderos para que nos ofrezcan la mejor materia prima; compartir con nuestros clientes sus preocupaciones para brindarles no solo productos, sino soluciones; difundir entre nuestros consumidores los valores de vida sana en los que creemos o trabajar día a día con nuestros empleados para que reconozcan a la empresa como un lugar excelente para trabajar. Nuestro deseo en 2017 es seguir siendo capaces de aportar valor a cada grupo de interés.

Francisco Hevia
Director de Responsabilidad Corporativa
y Comunicación de Calidad Pascual



CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

A través de Pascual, cada vez son más las personas que disfrutan de un nuevo concepto de calidad, cada vez más amplio y global, que constituye la esencia que diferencia la cultura y los valores de la organización. Pascual tiene como principio inspirador la aportación de valor y calidad a la vida de las personas, entendida como un compromiso colectivo de superación en la búsqueda diaria de su bienestar.





CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Somos una Corporación de empresas cuyo capital pertenece en un 100% a la familia Pascual Gómez-Cuétara, y que desarrollan sus actividades en los sectores alimentario, inmobiliario y de la construcción.



Empresa insignia que supone la mayor parte de nuestra facturación, engloba un amplio portfolío de marcas de alimentación y bebidas bajo el denominador común de la calidad.

LA QUINTA

GRUPO INMOBILIARIO Marbella | Benahavis

Se dedica a la promoción inmobiliaria y a la prestación de servicios relacionados con el sector turístico, gestionando 1,5 millones de metros cuadrados en el corazón de la Costa del Sol.



Nació como elemento estratégico para soportar el crecimiento de Pascual, desarrolla en la actualidad obras que abarcan desde trabajos de urbanización, obra civil, naves industriales y edificios de oficinas, hasta construcciones medioambientales y plantas de tratamiento y depuración de aguas.



FAMILIA PASCUAL GÓMEZ-CUÉTARA



Consejo de familia



Inmobiliario
(2,5% de la facturación)

Alimentación
(97,5% de la facturación)



La estructura de la Corporación se completa con la participación accionarial en otras empresas nacionales e internacionales.

CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Órganos de Gobierno



CONSEJO DE CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL, S.L.

Pilar Gómez-Cuétara Fernández PRESIDENTA	Antonio Urcelay Alonso CONSEJERO
Joaquín Moya-Angeler Cabrera VICEPRESIDENTE	Sonia Pascual Gómez-Cuétara CONSEJERA Y SECRETARIA
Tomás Pascual Gómez-Cuétara CONSEJERO DELEGADO	Antonio Castañeda Camarero VICESECRETARIO NO CONSEJERO
Pilar Pascual Gómez-Cuétara CONSEJERA	Emilio Martín González LETRADO ASESOR
Borja Pascual Gómez-Cuétara CONSEJERO	
Joaquín Uriach Torelló CONSEJERO	

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y BUEN GOBIERNO

Joaquín Moya-Angeler Cabrera
PRESIDENTE

Antonio Castañeda Camarero
VOCAL

Javier Colomina Pérez del Río
VOCAL

César Bardaji Vivancos
INVITADO PERMANENTE

Konstanin Sajonia-Coburgo
y Gómez-Acebo
INVITADO PERMANENTE

Emilio Martín González
SECRETARIO

COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS, RETRIBUCIONES Y PERSONAS

Joaquín Uriach Torelló
PRESIDENTE

Borja Pascual Gómez-Cuétara
VOCAL

Antonio Urcelay Alonso
VOCAL

Laura González Molero
INVITADO PERMANENTE

Emilio Martín González
SECRETARIO

Además de consejeros dominicales e independientes, nuestros órganos de gobierno cuentan con sistemas de evaluación y gestión que garantizan un adecuado desempeño.

Cumplimiento del Plan de Auditorías:

92%

Mujeres en el Órgano de Gobierno de Corporación Empresarial Pascual:

38%

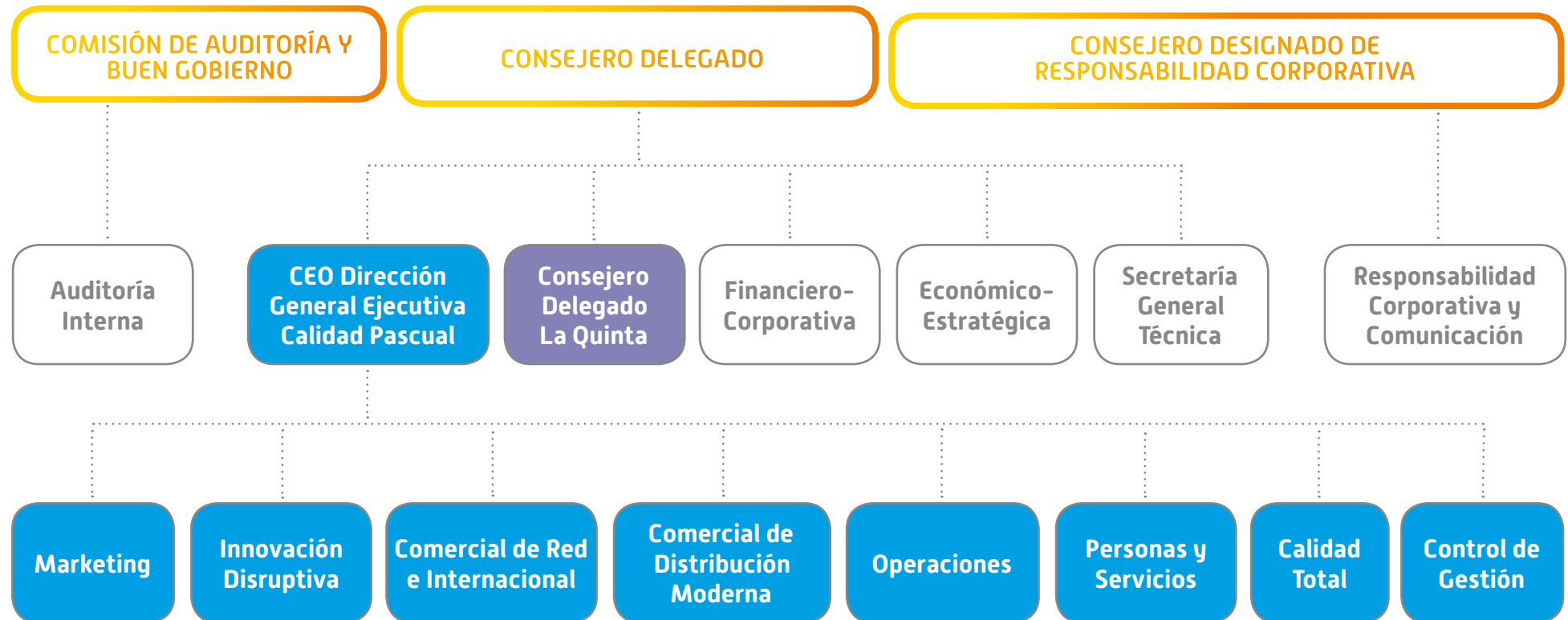
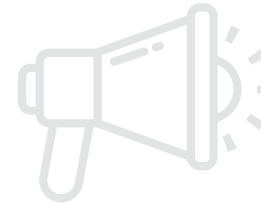
Auditorías de riesgos corporativos realizados:

100%

CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Órganos de Gestión

La organización interna de la compañía garantiza la atención a las distintas unidades de negocio y un servicio adecuado desde las funciones directivas transversales.



CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

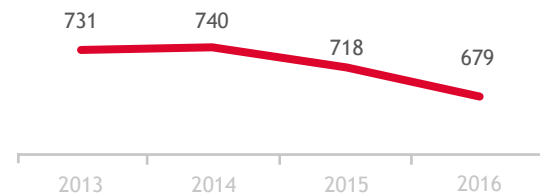
Valor Económico Generado

En 2016 hemos conseguido mantener el EBITDA en cifras similares a las de años anteriores y continuar con el proceso de estabilización y reducción de la deuda, lo que nos permitirá ser más competitivos en el medio y largo plazo.

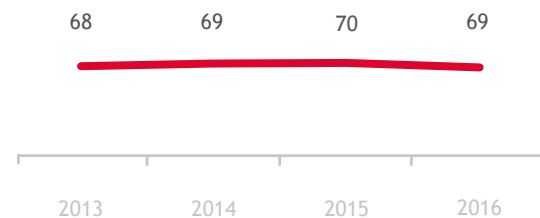


VALOR ECONÓMICO GENERADO

Facturación (millones de euros)

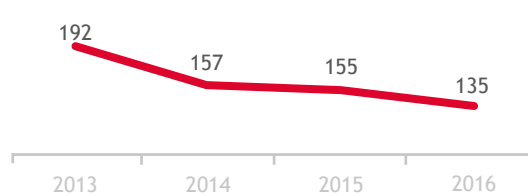


EBITDA (millones de euros)

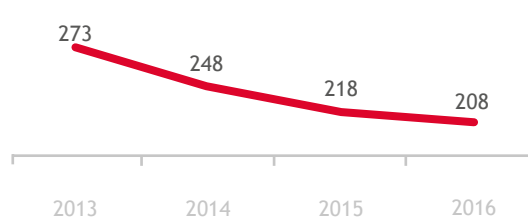


FINANCIACIÓN

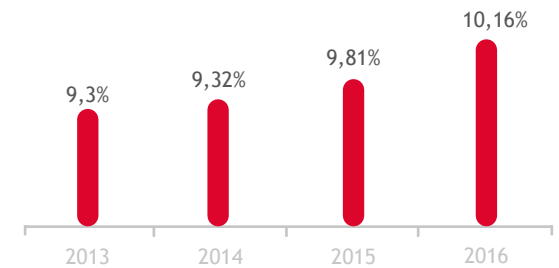
Patrimonio Neto (millones de euros)



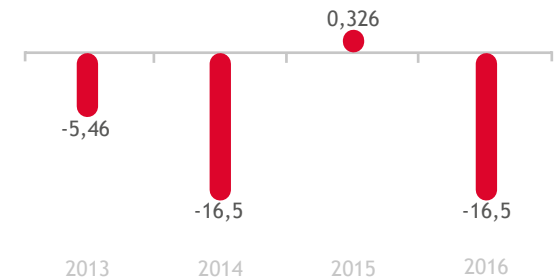
Deuda Financiera (millones de euros)



EBITDA/VENTAS



BAI (MILLONES DE EUROS)





¿CÓMO SOMOS?

Queremos construir una empresa sostenible en todas las dimensiones, con el firme convencimiento de que los resultados llegarán desde la calidad y la innovación, pero también desde una gestión ética, responsable y excelente.

El objetivo de Calidad Pascual es la consecución de un modelo de negocio sostenible en el largo plazo que trabaje para la satisfacción de las expectativas del entorno donde nos desarrollamos, gestionando integralmente los impactos económicos, laborales, sociales y ambientales.



CALIDAD PASCUAL

En 1969, en Aranda de Duero, iniciamos la actividad de la que hoy se conoce como Calidad Pascual, la empresa más emblemática de la Corporación y la que cuenta con una mayor facturación. Rápidamente ampliamos nuestra presencia por toda España hasta llegar a exportar, a día de hoy, a 71 países.

Nuestra principal actividad es la preparación, envasado, distribución y venta, entre otros, de lácteos y derivados con la marca Pascual, aguas minerales Bezoya, bebidas vegetales Vivesoy, Bifrutas y Mocay Caffè.

Complementamos nuestro portfolio con otros productos de valor añadido, gracias a alianzas con empresas como Idilia Foods (batidos Cola Cao y Okey), Unilever, Esteve, Agua Pedras Salgadas (Grupo Unicer), Kellogg's, Heinz, Isabel de Conservas Garavilla, Aceites y Vinagres Cosecha y Frutos Secos de Borges, y Cerveza Ambar de La Zaragozana.

Siempre hemos desarrollado todas nuestras actividades con el común denominador de la calidad, entendida como un concepto global que nos sirve en el día a día para inspirar nuestro trabajo en busca de la aportación de valor y la búsqueda del bienestar de las personas.

Siempre hemos desarrollado todas nuestras actividades con el común denominador de la calidad, entendida como un concepto global.



CALIDAD PASCUAL

El portfolio de productos que desde Calidad Pascual ofrecemos a nuestros consumidores, da respuesta a distintas necesidades nutricionales con la calidad como elemento diferenciador.



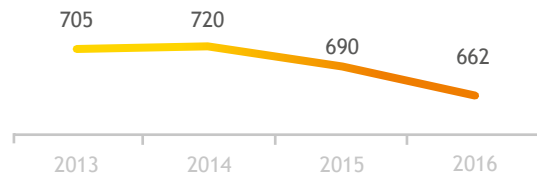
VALOR ECONÓMICO GENERADO Y COMPARTIDO

Calidad Pascual

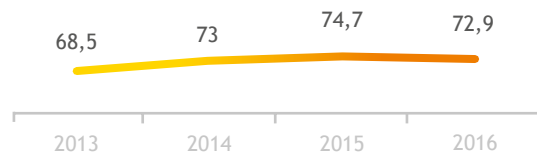
La mayor parte del valor económico que generamos con nuestra actividad se redistribuye entre la sociedad y nuestros colaboradores. Redistribuimos la riqueza generada a través de la actividad con nuestros empleados, las empresas de nuestra cadena de suministro y al conjunto de la sociedad.

VALOR ECONÓMICO GENERADO

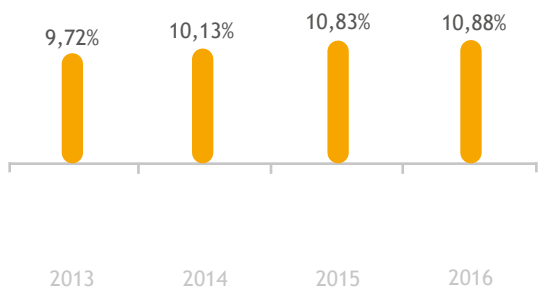
Facturación (millones de euros)



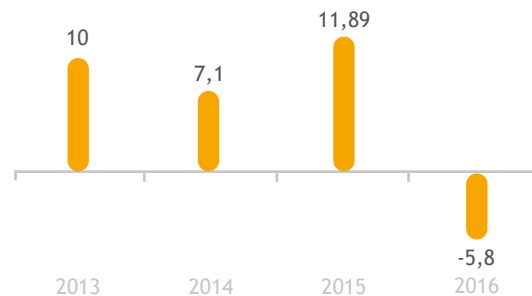
EBITDA (millones de euros)



EBITDA/VENTAS



BAI (MILLONES DE EUROS)



CADA EURO DE NUESTRAS VENTAS SE DESTINA A...

- Proveedores y otros gastos operativos **76%**
- Sueldos y salarios de los empleados **15%**
- Pagos a proveedores de capital **4,7%**
- Pagos a gobiernos **2%**
- Inversiones en la comunidad **0,5%**
- Valor económico retenido **1,8%**



VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

Empleados: 101 millones de euros en retribuciones a empleados.

Proveedores: 603,4¹ millones de euros distribuidos a proveedores.

Proveedores financieros: 31,4 millones de euros en gastos financieros (gasto de Corporación Pascual).

Sociedad: Aportación a la sociedad en impuestos de 101,2² millones de euros y 1,5 millones de euros en inversiones en la comunidad.

VALOR ECONÓMICO RETENIDO

29,1 millones de euros en amortizaciones y depreciaciones.

REINVERSIÓN

20,3 millones de euros en inversiones, de los cuales 2,4 millones de euros destinados a innovación.

0,3 millones de euros invertidos en formación.

¹ Incluye aprovisionamientos, IVA, mantenimiento, publicidad, alquiler de delegaciones, inversiones, seguros, transporte de cisternas de compra de leche, asesorías externas, punto verde de Ecoembes o servicios a distribuidores, entre otros.

² Contribución fiscal generada por la actividad de Calidad Pascual. Incluye impuestos soportados, como el impuesto de sociedades; repercutidos, como el IVA; contribuciones a la seguridad social y otros tributos.

VISIÓN, MISIÓN, VALORES Y POLÍTICAS CORPORATIVAS

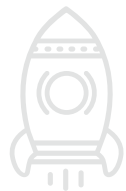
Alcanzar la Misión y Visión manteniéndonos fieles a nuestros Valores. Esta es la máxima que guía nuestra forma de entender el futuro de la compañía, y por tanto, nuestros procesos de toma de decisiones.

Nuestro modelo de empresa



VISIÓN

Queremos ser tu empresa, familiar y global, referente social y líder en alimentación de calidad.



MISIÓN

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



VALORES

Integridad

Nos comprometemos a ser honestos, congruentes, consecuentes y responsables en todas nuestras áreas de actuación y todas nuestras relaciones con los grupos de interés.

Calidad

Buscamos la excelencia y crear un valor añadido que nos diferencie a través del talento y el esfuerzo que todos ponemos para la mejora diaria de nuestros productos, servicios y gestión.

Innovación

Soñamos con un futuro mejor y por este motivo ponemos todo el esfuerzo y los recursos necesarios para aportar nuevas y eficientes soluciones a las necesidades actuales y futuras de nuestros grupos de interés.

Cercanía

Nos vinculamos con los consumidores, clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general desde la igualdad, la empatía, el respeto mutuo, la confianza y la humildad.

Pasión

Creemos en la cultura de la responsabilidad y estamos convencidos de que el éxito se consigue gracias a la motivación, el compromiso, la ilusión y el entusiasmo que demostramos todas las personas de la organización.



POLÍTICAS CORPORATIVAS

Políticas

Gestión Ética.
Política de Responsabilidad Corporativa y Buen Gobierno.

Gestión Responsable.
Política de Relación con los Grupos de Interés.
Política de Gestión del Valor Compartido con los Grupos de Interés.

Gestión Excelente.
Política de Excelencia y Calidad de la Gestión.

En base a este modelo hemos construido nuestras estrategias corporativas, las cuales, tienen el reto de armonizar objetivos de negocio y expectativas de los grupos de interés, generando valor para la empresa y el entorno y sentando las bases de una empresa sostenible en el largo plazo.

GESTIÓN DE RIESGOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

Nuestro modelo de empresa

Hemos dado un impulso a la gestión de riesgos corporativos, como herramienta clave para la anticipación y asegurar los objetivos de la compañía. Este proceso se ha iniciado con la constitución en 2016 del Comité de Riesgos como órgano de apoyo.

¿Para qué?

- Para gestionar aquellos eventos, que pongan en peligro en mayor o menor medida la consecución de uno o varios objetivos de la Organización, Dirección, Departamento o Unidad de Negocio.
- Para evaluar y gestionar los riesgos asociados a nuestros objetivos.
- Para tener una visión global de las oportunidades y riesgos de la compañía, ya que en algunos casos es posible que haya que asumir riesgos en determinadas áreas que supongan grandes oportunidades para otras, y viceversa.



¿Cómo lo hacemos?

- Las áreas operativas son propietarias de los riesgos y los gestionan. También se encargan de la implementación de acciones correctoras para hacer frente a deficiencias de proceso y control, así como de mantener un control interno efectivo y de ejecutar procedimientos de control sobre los riesgos de manera constante en el día a día.
- Las funciones de gestión de riesgos y cumplimiento, sirven de apoyo para asesorar y monitorear los controles.
- Auditoría Interna da una seguridad razonable sobre la efectividad del gobierno corporativo, de la gestión de riesgos y del control interno, incluyendo la manera en que las líneas de defensa alcanzan sus objetivos de gestión de riesgos y control.

PRESENCIA EN ESPAÑA

Nuestro modelo de empresa

Contamos con una infraestructura industrial y comercial que nos permite afrontar nuestra estrategia de crecimiento y liderazgo. A través de 6 plantas industriales nos abastecemos de las diferentes categorías de producto que ofrecemos a nuestros clientes, y gracias a Qualianza y sus comerciales, gestionamos la distribución de forma especializada, flexible y focalizada.

Plantas industriales

A. Aranda de Duero, Burgos (2 plantas)



B. Gurb, Barcelona



C. Ortigosa del Monte, Segovia



D. Trescasas, Segovia



E. Pamplona, Navarra



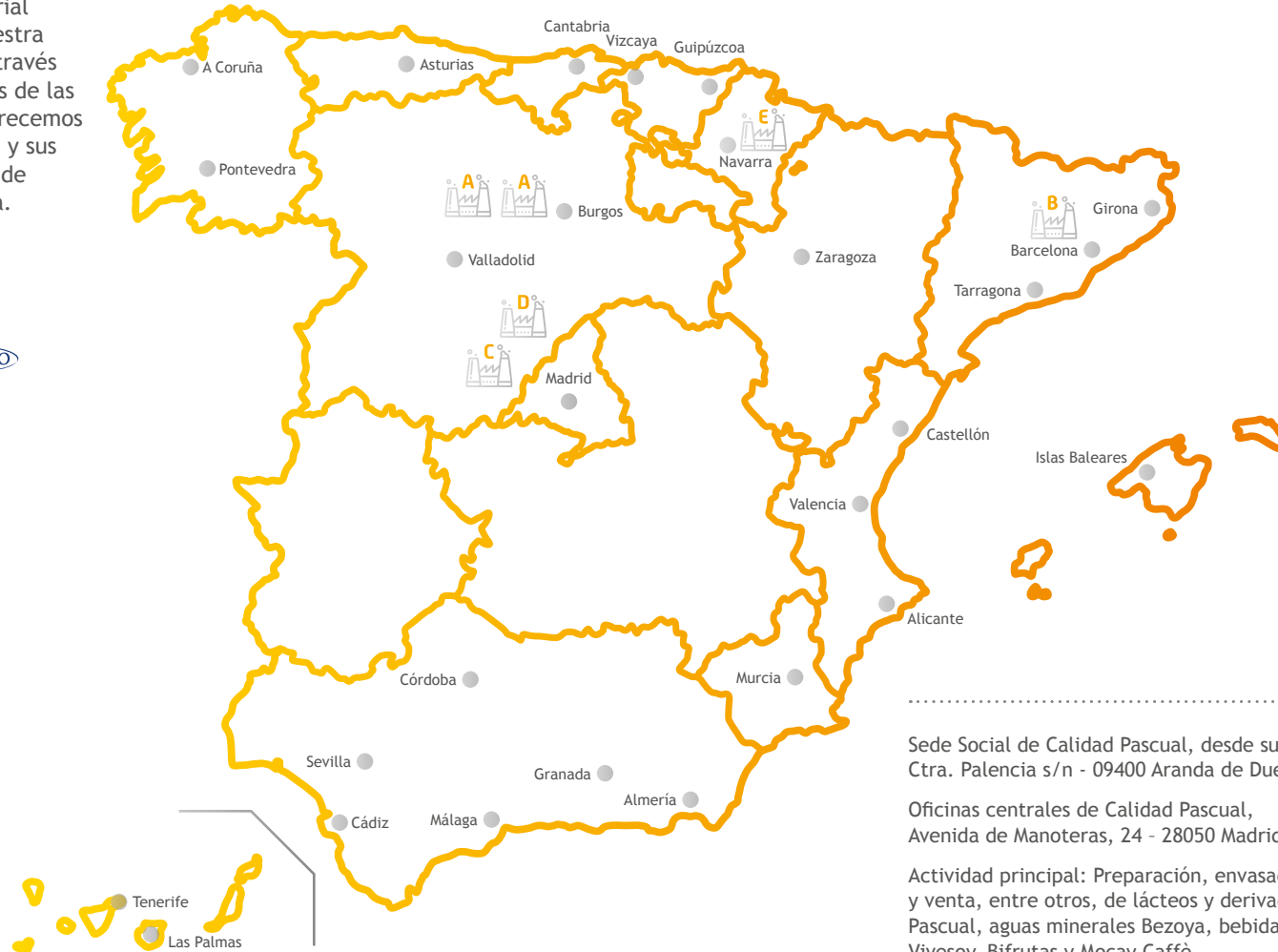
● Delegaciones comerciales



6
Plantas industriales

27
Delegaciones comerciales

436
Distribuidores



Sede Social de Calidad Pascual, desde su inicio en 1969, Ctra. Palencia s/n - 09400 Aranda de Duero (Burgos).

Oficinas centrales de Calidad Pascual, Avenida de Manoteras, 24 - 28050 Madrid.

Actividad principal: Preparación, envasado, distribución y venta, entre otros, de lácteos y derivados con la marca Pascual, aguas minerales Bezoja, bebidas vegetales Vivesoy, Bifrutas y Mocay Caffè.

ESTRATEGIA Y CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

Nuestro modelo de empresa

Contamos con una estrategia que conecta nuestros objetivos de negocio con la creación de valor compartido que buscamos con los grupos de interés y con los retos económicos, ambientales, sociales y laborales que compartimos con nuestro entorno, así como la prioridad de basar el desempeño empresarial en la ética, la responsabilidad y la excelencia.



ESTRATEGIA 2020

- Enamorar al consumidor:**
A través de la innovación y de productos únicos y diferenciales, que respondan a una necesidad real y que estén vinculados y accesibles en todo momento y lugar.
- Ganar la admiración de nuestros clientes:**
Desarrollando propuestas que añadan valor y les permitan crecer y ser más competitivos.
- Internacionalización:**
Trabajando con visión de demostrar nuestro saber hacer en nuestro país para después dar el gran salto.
- Mejorar la competitividad:**
Siendo capaces de responder de forma ágil y eficiente a los nuevos desafíos en base a una estructura organizativa con mayor rapidez de respuesta y capacidad de adaptación.
- Ser el mejor lugar para trabajar:**
Para atraer el mejor talento, una empresa donde nos desarrollemos profesional y personalmente y donde se planteen retos que nos ayuden a ser mejores en base al trabajo cooperativo y a un liderazgo inclusivo e inspirador.
- Impulsar la calidad y la sostenibilidad:**
Apostando por la Calidad Total y la excelencia en la gestión, contribuyendo con nuestro trabajo a hacer de nuestro planeta un lugar mejor para vivir.



GESTIÓN ÉTICA, RESPONSABLE Y EXCELENTE

- Plan de Impacto Económico.
- Plan de Impacto Ambiental.
- Plan de Impacto Social.
- Plan de Impacto Laboral.



MODELO DE EMPRESA

- Visión
- Misión
- Valores
- Políticas



4

¿QUÉ SUCEDE CUANDO COMPRAS PASCUAL? TÚ MUEVES LA CADENA DE VALOR DE PASCUAL

Cuando nuestros consumidores eligen en el lineal un producto Pascual, están ayudándonos a desarrollar nuestro Modelo de Creación de Valor Compartido, iniciando una cadena que genera valor económico, ambiental y social en cada fase, hasta llegar al campo, donde situamos el origen de nuestros productos.



LA CADENA DE VALOR DE CALIDAD PASCUAL

A través de nuestra cadena de valor ofrecemos a nuestros consumidores productos saludables y adaptados a sus necesidades con la colaboración de nuestros clientes, a los que hacemos llegar los productos mediante un modelo logístico eficiente y sostenible. Para ofrecer la mejor calidad, nuestros procesos productivos tienen como

referencia los estándares más exigentes y trabajamos con nuestros proveedores para mejorar su desempeño económico, ambiental y social. Por último, para ser líderes, competitivos y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores impulsamos la innovación en cada uno de los eslabones de nuestra cadena de valor.



INNOVACIÓN

LA CADENA DE VALOR DE CALIDAD PASCUAL

Cuando decides comprar un producto Pascual nos ayudas a crear valor en cada una de las fases de nuestra cadena de valor, y así, construir una cadena más sostenible, capaz de dar respuesta a los desafíos de la sociedad actual.



Nuestra cadena de valor genera una riqueza de **1.400 millones de euros** de forma directa, indirecta e inducida.

La actividad de Calidad Pascual genera más de **14.500** puestos de trabajo de forma directa, indirecta e inducida.

APROVISIONAMIENTO SOSTENIBLE

Colaboramos en el día a día con nuestros proveedores para favorecer la sostenibilidad de nuestra cadena de valor desde su inicio y disminuir su impacto ambiental, mediante acciones y programas de mejora.

- 175 ganaderías en programas de eficiencia productiva.
- El 100% de nuestros proveedores de leche son locales.
- Más del 99% de los proveedores homologados bajo criterios medioambientales.
- El 100% de nuestros proveedores cuentan con contratos homologados y un Programa de Seguridad Garantizada.

PRODUCCIÓN

Estamos alineados con las principales normas internacionales y estándares en materia de calidad y seguridad alimentaria, y desarrollamos diversos proyectos innovadores para reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones, asegurar la protección de nuestros productos o minimizar riesgos laborales, entre otros.

OFERTA DE PRODUCTOS SALUDABLES

Ofrecemos productos adaptados a todas las necesidades con el foco de mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores.

A nivel corporativo actuamos conforme al Modelo de Empresas Saludables de la OMS, y nos hemos unido al Clúster de Nutrición y Salud AINS.

COLABORADORES EN PUNTO DE VENTA

Mantenemos relaciones de largo plazo con nuestros aliados en los canales: HORECA, de Distribución Moderna, Comercial de Red, e internacional.

- Más de **47.000** clientes.

LOGÍSTICA

Nuestra empresa de distribución de corta distancia Qualianza, nos permite gestionar con eficacia y eficiencia la distribución y logística de las marcas que suministramos.

- **777.022 toneladas** transportadas de larga distancia, y **241.000 de corta**.
- Más de **2.400 vehículos** con certificación Ecostars 5 estrellas de flota sostenible.
- Distribución en ciudades con vehículos **100% eléctricos**.

INNOVACIÓN

Mediante la innovación tratamos de dar respuesta a las necesidades del consumidor detectando las oportunidades y adaptándonos al cambio.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

INNOVACIÓN DISRUPTIVA

OFERTA DE PRODUCTOS SALUDABLES Y FOMENTO DE MEJORES HÁBITOS

En Calidad Pascual estamos comprometidos con la salud de nuestros grupos de interés, especialmente consumidores y empleados. Por ello, además de ofrecer productos saludables y adaptados a diversas necesidades, en el marco del proyecto **Pascual Saludable** hemos desarrollado una **Política y Estrategia de Gestión de la Salud** que ponen el foco tanto en nuestros productos y servicios como en nuestros grupos de interés.

En este contexto, en el que en base a los resultados de la matriz de materialidad, que nos muestran una creciente relevancia de los asuntos relacionados con la salud y el bienestar, tanto dentro como fuera de la compañía, hemos incrementado nuestra presencia en iniciativas nacionales e internacionales en la materia, con el objetivo de impulsar y liderar el cambio en la sociedad.

Por ello, actuamos conforme al **Modelo de Empresas Saludables de la OMS**, y nos hemos unido al **Clúster de Nutrición y Salud AINS** (Asociación Empresarial Innovadora Nutrición y Salud). Este organismo tiene la misión de promover y contribuir a la competitividad y a la innovación del sector agroalimentario español en el ámbito de los alimentos funcionales; así como incrementar la competitividad a través de estrategias que generan flujos de conocimiento e innovación.

Asimismo, estamos adheridos al **Convenio Productos Lácteos Sostenibles**, promovido por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, que tiene como objetivo cooperar en favor del sector lácteo español para lograr un funcionamiento eficiente y sostenible de las cadenas de valor de la leche y los productos lácteos, mejorando la percepción del consumidor con un alto valor nutritivo y calidad.



Actuamos conforme al Modelo de Empresas Saludables de la OMS y estamos adheridos al Convenio Productos Lácteos Sostenibles, promovido por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.



PRODUCTOS PARA TODAS LAS NECESIDADES Y PARA MEJORAR TU CALIDAD DE VIDA

Oferta de productos saludables y fomento de mejores hábitos



Leche Pascual y otros productos lácteos

Variedades entera, desnatada o semidesnatada. Recogida diariamente para mantener su pureza y calidad. Conserva todas sus vitaminas, proteínas y minerales, así como su sabor, gracias a la uperización, el tratamiento más seguro y moderno.

Leche Pascual Sin Lactosa. Mantiene el sabor y los nutrientes de la leche de siempre, y al ser sin lactosa es más digestiva. Además es la única leche sin lactosa del mercado con vitamina B6 para ayudar a disfrutar del día a día con vitalidad.

Leche Pascual Calcio. Con calcio natural procedente de la leche y con nutrientes esenciales como ácido fólico, fósforo y vitaminas, que ayudan a mantener los huesos en forma.

Flora Folic B y Flora Pro.Activ. Que ayudan a controlar los niveles de colesterol.



Batidos. Nuestros batidos aportan nutrientes de uno de los alimentos más completos, la leche, en cuatro deliciosos sabores chocolate, chocolate blanco, vainilla y fresa, con toda la calidad y el prestigio de Leche Pascual.

Nata. Nata Pascual, le da más sabor a tus platos. Partimos de leche entera cruda, es decir, que no ha sufrido ningún tratamiento térmico, y que ha superado todos los requisitos de calidad propios de Calidad Pascual.

Mantequilla. La Mantequilla es rica en vitaminas A, D y E. En su fabricación se utiliza el sistema más avanzado en tecnología que mantiene toda la calidad en origen y la textura de la mantequilla tradicional.



Agua mineral natural Bezoya

Un agua mineral natural de mineralización muy débil con muy bajo residuo seco que la hace única y la diferencia de la mayoría de las aguas.



Bebidas vegetales Vivesoy

Vivesoy Soja. Con alto contenido en proteínas vegetales y que ayuda a equilibrar la alimentación. Además de la gama Natural (Natural, Ligera y Original), comercializamos distintos sabores (Chocolate, Vainilla y Cappuccino) y las bebidas de soja con zumos de frutas (Naranja, Piña-Melocotón y Papaya-Mango).

Vivesoy Avena. Elaborada a partir de dorados granos de avena.

Vivesoy Almendras. Con almendras ligeramente tostadas.

Vivesoy Arroz. Con un fino sabor y una ligera textura.



PRODUCTOS PARA TODAS LAS NECESIDADES Y PARA MEJORAR TU CALIDAD DE VIDA



Oferta de productos saludables y fomento de mejores hábitos

Bifrutas

Una bebida muy sabrosa y nutritiva enriquecida en vitaminas A, C y E y elaborada a partir de Leche Desnatada Pascual y Zumo de diferentes frutas.



Mocay Caffé

En las variedades Exclusive, Plus, Etiqueta Roja, Supremo, Etiqueta Negra, y Selección. Además, una exclusiva selección de té e infusiones para disfrutar.



Yogures Pascual

El yogur de siempre con una gran variedad de sabores.

Yogures Pascual Lite 0%.
El placer de la auténtica fruta en un yogur 0% m.g. enriquecido en calcio.

Yogures Pascual Low Fat Creamy.
Un yogur cremoso con frutas pero con solo un 1,1% de m.g.

Yogikids.
Yogur con vitaminas E, A, B9 y D y fruta en puré sin trocitos para los pequeños de la casa.

Yogur Pascual Greek.
Un capricho al estilo Griego con una textura cremosa y ricas variedades.

Yogur Pascual Creamy.
Una textura súper cremosa con trozos de auténtica fruta.

Yogurt Pascual Creamy para beber.
El Yogur para beber ideal para toda la familia, porque es nutritivo y está riquísimo.



Diabalance

Gama integrada por alimentos de uso cotidiano que cubren desde el desayuno hasta la cena y que combinados con unos hábitos de vida saludables ayudan a controlar la glucemia. Incluye postres, galletas, bebida láctea, pan, pasta y bebidas que contienen menos hidratos de carbono, menos fibra y proteínas, menos grasas, y menos carga glucémica.



Huevo líquido ultrapasteurizado Pascual

Realizado con huevos frescos de producción propia, de gallinas controladas sanitariamente y alimentadas con piensos controlados cuya formulación es exclusiva para nuestras gallinas, transportados a la planta a las pocas horas de su puesta.



PASCUAL SALUDABLE Y NUESTRA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE LA SALUD

Oferta de productos saludables y fomento de mejores hábitos



A través de **Pascual Saludable** canalizamos nuestro objetivo de construir una sociedad con unos mejores hábitos de vida y alimentación. A través de este proyecto propio, desarrollamos acciones en tres pilares:

- **Nutrición.**
- **Salud física.**
- **Salud emocional.**

En el marco de esta iniciativa, hemos puesto en marcha una **Estrategia de Gestión de la Salud**, que cuenta con tres ejes de trabajo para asegurar el impulso de la salud y el bienestar en todo nuestro entorno:

○ **Productos:** Impulsando productos que promuevan la salud en la sociedad y mejorando los ingredientes para hacerlos más saludables. Los objetivos de este eje son:

- Ofrecer productos que promuevan la salud de la sociedad, teniendo en cuenta las necesidades nutricionales y de salud de la población.
- Mejora de los ingredientes de los productos para hacerlos más saludables, con especial foco en: azúcar, edulcorantes, aditivos, grasas y sal.

○ **Servicios:** Proporcionando información nutricional y de salud al consumidor, promoviendo la distribución saludable de nuestros productos en toda la cadena de valor y la utilización de envases saludables. Los objetivos de este eje son:

- Proporcionar información nutricional y de salud del consumidor, comunicando el valor nutricional de los productos y su significado y promoviendo los hábitos saludables y una comunicación responsable.



· Promover la distribución saludable de nuestros productos en toda la cadena de valor, mediante vehículos y recursos que protejan la salud de las personas de daños relacionados con la contaminación química o acústica del medio ambiente.

· Promover la utilización de envases saludables, usando envases inocuos y ergonómicos, y el eco-diseño.

○ **Grupos de interés:** Implicando a todos nuestros grupos de interés y aliados en la promoción de la salud. Los objetivos de este eje son:

· Promover la salud integrando a nuestros aliados y grupos de interés en nuestra estrategia de promoción excelente de la salud, con la finalidad de orientar hacia una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable.

LOS COLABORADORES EN EL PUNTO DE VENTA

En la fase de comercialización encontramos a nuestros principales aliados en la relación con nuestros consumidores.

Con nuestros aliados en los canales **HORECA**, **distribución moderna**, **pequeño comercio e internacional**, desarrollamos relaciones de largo plazo que persiguen la creación de valor compartido.

Nuestro posicionamiento en el canal de distribución moderna y la relevancia que tiene para nosotros en términos de ingresos y visibilidad de nuestras marcas y productos, es clave para alcanzar nuestras metas.

Por su parte, desde el canal Comercial de Red, trabajamos para construir una posición de liderazgo en la red capilar de hostelería y alimentación, y desarrollando el canal de distribuidores.



Nuestro objetivo es ser un referente para nuestros clientes.



CANALES COMERCIALES DE CALIDAD PASCUAL

- Distribución Moderna.
- Rutas Alimentación.
- Rutas Hostelería.
- Distribuidores.
- Hostelería Organizada.
- Hostelería Industrial.
- Hostelería y Rutas Vending.

Más de
47.000
clientes en
2016



HORECA Y DISTRIBUCIÓN

Los colaboradores en el punto de venta

El canal Horeca es un elemento fundamental para el presente y el futuro de Calidad Pascual. En la actualidad supone más del **35%** de la facturación del grupo en España. Además, mantenemos una presencia muy activa en el comercio tradicional que representa otro 10% de nuestras ventas.

Desde la tienda tradicional hasta la panadería, pasando por los pequeños supermercados y establecimientos de hostelería, siempre hemos tenido muy presente nuestra estrategia en el **pequeño comercio**. Su beneficio es el nuestro, porque nos permite distribuir mejor el valor generado por todos y, además, ambos trabajamos con el objetivo de trasladar al consumidor los mejores productos posibles.

A través de **Qualianza**, nuestra red de distribución de corta distancia, ofrecemos a nuestros clientes un **servicio integral**, contando con un amplio portfolio de productos que se adapta continuamente a sus necesidades. Además de los productos de marcas de Calidad Pascual, ponemos a disposición de nuestros clientes las enseñas de los socios de nuestra compañía, con los que desarrollamos alianzas tanto de producción como de distribución: Idilia Foods (Cola Cao y Okey), Unilever (Flora), Agua Pedras, Zumosol, Heinz, Kellogg's, Conservas Garavilla (Isabel), La Zaragozana (Cervezas Ambar) o Borges (Aceites y vinagres Cosecha y frutos secos).



Qualianza



HORECA Y DISTRIBUCIÓN

Los colaboradores en el punto de venta

Los servicios para hostelería son uno de nuestros ejes estratégicos. Por ello, además de ofrecer a nuestros clientes de este canal productos específicos, desarrollamos proyectos conjuntos para mejorar su competitividad.



LECHES Y BEBIDAS VEGETALES ESPECIALES PARA HOSTELERÍA

Hemos lanzado la campaña "Leches especiales Pascual", con el objetivo de difundir la gama más completa de leches y bebidas vegetales para el acompañamiento del café en la hostelería.



PLAN COCINA

Desde septiembre de 2014, hemos puesto en marcha el Plan Cocina, una iniciativa para potenciar la distribución en los establecimientos que ofrecen servicio de comidas, que incluye descuentos, regalos y servicio de apoyo. Este plan se completó con la web www.pascualprofesional.com que permite a los cocineros de cafeterías y restaurantes elaborar menús semanales de forma rápida y sencilla de acuerdo a distintas variables: presupuesto, tipo de cocina, estación del año, etc.



Un año más hemos salido a la calle para enseñar a camareros y profesionales hosteleros de toda España los secretos para servir el mejor café, y para ello hemos contado con las enseñanzas de Adrián Fernández, Campeón Barista del Fórum del Café 2014, que les mostró los secretos de los maestros del café.

Mocay Academy visitó 34 provincias e impartió 225 sesiones formativas con 12 profesionales a 2.700 hosteleros.

HORECA Y DISTRIBUCIÓN

Los colaboradores en el punto de venta



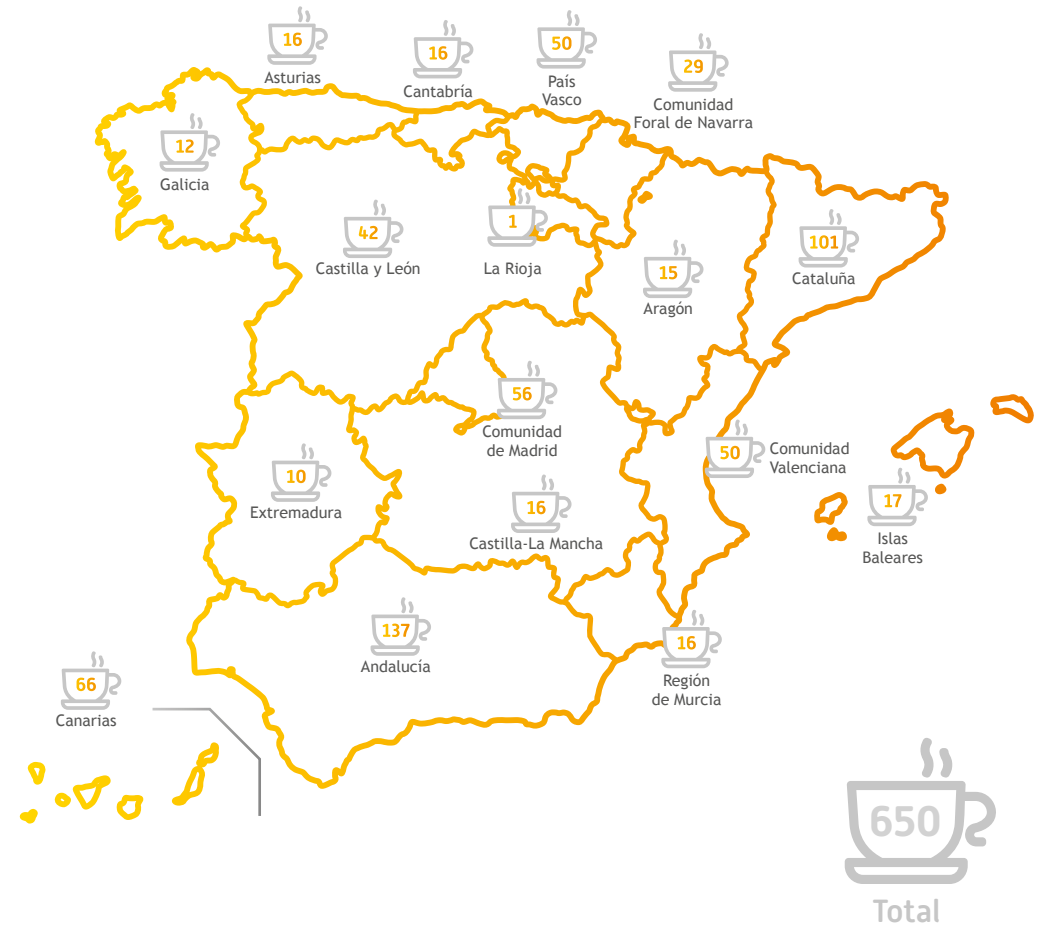
OPERACIÓN CAFÉ

Campaña para animar a los clientes de 650 cafeterías y bares de todo el país a tomar café para luchar contra el hambre, con la que se donaron a Acción contra el Hambre 0,10 euros de cada taza de café que sirvieron entre el 17 de marzo y el 30 de abril.

Operación Café es posible gracias a la colaboración de Mocay Caffè de Calidad Pascual, la Federación Española de Hostelería (FEHR), y a la logística desinteresada de Fundación SEUR.

A través de esta campaña conseguimos:

- Colaborar conjuntamente con el sector hostelero en un proyecto solidario.
- Una oportunidad para la hostelería de una oferta diferenciada.
- La contribución del consumidor a una causa justa.
- Aportar valor a todos nuestros grupos de interés, desde el hostelero a la sociedad en su conjunto.



CANAL INTERNACIONAL

Los colaboradores en el punto de venta

El grueso de las ventas de la compañía se desarrolla en España, no obstante, trabajamos para fortalecer nuestra posición internacional, una de las líneas de trabajo de nuestra estrategia 2020.

Calidad Pascual mantiene dos líneas de desarrollo internacional: la **exportación** de productos elaborados y la **política de alianzas** con otros grupos en países considerados estratégicos.

Contamos con tres mercados internacionales consolidados: **Filipinas, Angola y Guinea Ecuatorial**, que suman gran parte de nuestra facturación internacional, no obstante desarrollamos operaciones comerciales en 68 países más.

Exportación de productos elaborados:

Fundamentalmente yogures de larga duración y bebidas de soja. El yogur de larga vida es un producto que ofrece grandes posibilidades, ya que permitirá extender el consumo de yogur entre la población y facilitar el acceso a un alimento con excelentes propiedades nutritivas sin necesidad de frío.

Alianzas con otros grupos:

Como la desarrollada con Asia Brewery para la distribución en exclusiva de yogures de larga vida en Filipinas bajo la marca "Creamy Delight".



19
millones de euros
de facturación
internacional

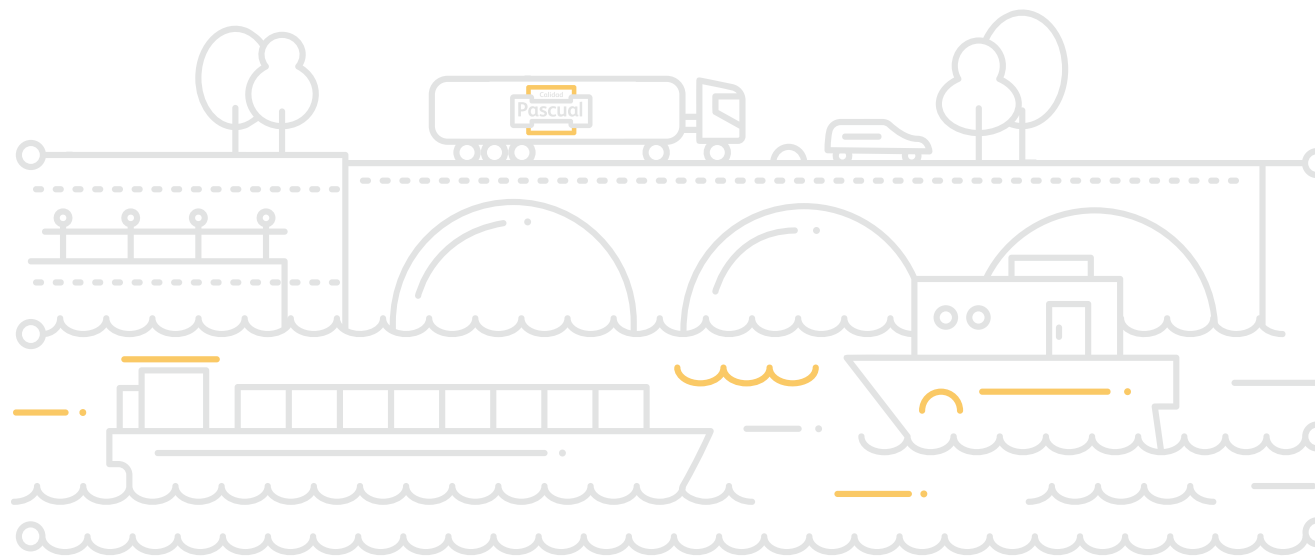


LOGÍSTICA

Gracias a Qualianza, nuestra empresa de distribución de corta distancia, contamos con todas las herramientas para **gestionar con eficacia y eficiencia la distribución y logística** de las marcas que suministramos. En esta fase de la cadena de valor ponemos nuestro foco en la reducción del impacto ambiental, a través de nuestra política de movilidad sostenible.

En cuanto a nuestra logística de largo recorrido, que comprende los movimientos a plataformas logísticas de nuestros clientes, nuestras delegaciones comerciales y otros distribuidores, en 2016 un total de **56.567 movimientos de camiones** de larga distancia, han transportado **1,8 millones de palets** y **777.022 toneladas**.

En 2016 hemos contado con una media de **261 vehículos** de reparto de corta distancia que han transportado **241.000 toneladas** en el año y han recorrido **9,2 millones de kilómetros**, generando **370 empleos indirectos**.



Emisiones de corto recorrido

9,4 kgCO₂/t de producto transportado.



Emisiones de largo recorrido

52,04 kgCO₂/t de producto transportado.

MOVILIDAD Y DISTRIBUCIÓN SOSTENIBLE

Logística

Nuestro Plan de Impacto Ambiental contempla la movilidad sostenible como elemento estratégico con el objetivo de minimizar el impacto de nuestra actividad del transporte en el medio ambiente y en la distribución urbana de mercancías en los centros de las ciudades.

Recientemente hemos renovado la certificación europea ECOSTARS con una calificación de 5 estrellas gracias a más de 2.400 vehículos certificados propios y de nuestros proveedores, que constituyen la mayor flota sostenible de Europa. Asimismo, contamos con la Acreditación de Flota Ecológica de la Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles (AEGFA) en la categoría Máster, y con el apoyo y aval del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), que certifica que los parques móviles de las empresas que lo reciben cumplen con unos estándares de respeto medioambiental.

Hemos recibido el premio "Sostenibilidad" de la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España, este galardón reconoce la gestión logística sostenible de la compañía en términos de impacto medioambiental y de consumo energético.



La Mayor flota sostenible de Europa



MOVILIDAD Y DISTRIBUCIÓN SOSTENIBLE

Logística

Lideramos pilotos de distribución “última milla”, como el proyecto **FREVUE** de la Comisión Europea para el fomento del transporte eléctrico de mercancías, a través del que realizamos gran parte de la distribución del centro de Madrid con furgonetas 100% eléctricas. Gracias a este proyecto contamos con un espacio en Madrid para poder gestionar este tipo de vehículos, donde pueden recargar energía, ser acondicionados, y realizar las actividades de carga y descarga necesarias para la operativa diaria de distribución.

En 2016, gracias a la colaboración con Nissan, hemos dado un paso más en la mejora de la huella de carbono a través de la adquisición de dos furgonetas eléctricas.

A través de nuestra flota de vehículos alternativos, en 2016 hemos logrado reducir nuestras emisiones en 800 toneladas de CO₂.

Otro aspecto clave en nuestros procesos logísticos asociados a la movilidad es la **seguridad vial**, ámbito en el que contamos con un Plan de Seguridad Vial que persigue la prevención de accidentes en carretera de nuestros empleados.

Hemos obtenido el galardón de la Asociación Española de Gestores de Flota (AEGFA) a la Formación y Educación del usuario de flota por nuestro Plan de Seguridad Vial, cuyo principal objetivo es la prevención de accidentes de seguridad vial de los empleados.



A través de nuestra flota de vehículos alternativos, en 2016 hemos logrado reducir nuestras emisiones en 800 toneladas de CO₂.



OPTIMIZACIÓN Y EFICIENCIA LOGÍSTICA

Logística



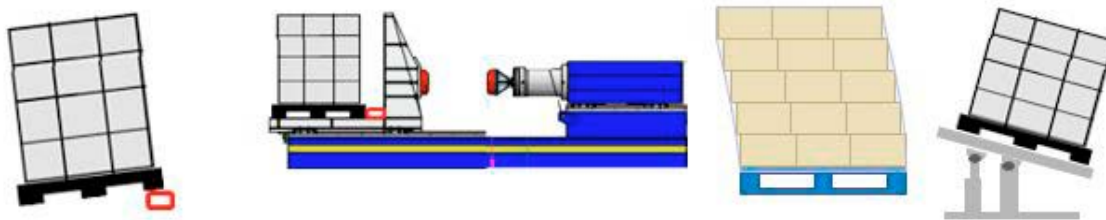
Qualianza ha comenzado a utilizar en 2016 un **software de diseño de rutas**, que hace aún más eficientes los desplazamientos. Gracias a este programa informático dinámico e inteligente, se optimizan los trayectos diarios y así se contribuye tanto a la reducción de la huella de carbono del cliente como al descenso del tráfico rodado en las zonas especialmente vulnerables a la contaminación.

Hemos trabajado también para optimizar los embalajes de nuestros productos de acuerdo a sus entornos de distribución.

Para validar un buen embalaje, que garantice calidad y eficiencia, se debe definir, ejecutar, y aprobar un protocolo de pruebas que simule el proceso de distribución, para analizar cómo se comportaría en caso de cambios de temperatura, exceso de carga, impactos horizontales y verticales o vibraciones, entre otras circunstancias. Para apoyarnos en este proceso contamos con la ayuda del **Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE)**.

Sistema de embalaje óptimo

PROTOCOLO DE SIMULACIÓN DEL TRANSPORTE A MEDIDA ADAPTADO AL CICLO DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO



PRODUCCIÓN

Nuestros procesos productivos se centran en alcanzar los **máximos estándares de calidad y eficiencia**, algo que nuestros clientes terminan percibiendo en el producto. Para ello, nuestros procesos están alineados con las principales normas internacionales y todos los estándares en materia de calidad y seguridad alimentaria. Además,

el 100% de la leche aprovisionada está certificada y el 100% de los ganaderos auditados o verificados en programas de seguridad alimentaria. Para garantizar la calidad de nuestros procesos contamos también con otras certificaciones en materias más transversales, como eficiencia o prevención de riesgos laborales, entre otras.



	ISO 9001	ISO 14001	LEED*	BREAM*	OHSAS 18001	EFR	ISO 22000	FSSC 22000	BRC	IFS	MSA	SAE	HALAL
ARTEOVO	★				★	★							
BARRANCOS	★	★			★	★				★			
BEZOVA I	★		★		★	★							
BEZOVA II	★	★	★		★	★	★						
CAMPORROBLES	★	★			★	★				★			
COMPLEJO ARANDA	★	★			★	★							
SALA HORIZONTE LECHE					★	★		★					
SALA YOGURES Y BIFRUTAS					★	★			★			★	★
GURB	★	★			★	★	★						
MOCAY	★	★			★	★							
MANOTERAS					★	★							
DELEGACIÓN MADRID		★			★	★							
DELEGACIÓN BARCELONA		★			★	★							
DELEGACIÓN VALENCIA		★			★	★							
DELEGACIÓN VALLADOLID		★			★	★							
RESTO DELEGACIONES [23]					★	★							
LA QUINTA				★	★	★							
PEACHE	★	★			★	★							
APROVISIONAMIENTO LECHE	★				★	★	★				★		
AGROPECUARIO					★	★		★			★		

- ISO 9001 (Calidad)
- ISO 14001 (Gestión ambiental)
- OHSAS 18001 (Seguridad y salud)
- ISO 22000 (Inocuidad alimentos)
- FSSC 22000 (Seguridad alimentaria)
- BRC (Proveedores)
- IFS (Seguridad alimentaria)
- EFR (Conciliación)
- MSA (Seguridad trabajadores)
- SAE (Exportación)
- HALAL (Yogures)
- LEED* (Edif. sostenible)
- BREAM* (Edif. sostenible)

* Certificaciones en fase de implantación a lo largo del 2016.



ECODISEÑO

Producción

El Proyecto **ECODHYBAT** tiene como objetivo demostrar que el eco-diseño higiénico de los equipos e instalaciones de las industrias alimentarias permite reducir de forma significativa el impacto medioambiental. Se trata de un proyecto conjunto de Calidad Pascual, Pescanova, el centro tecnológico AINIA y la asociación de las empresas industriales internacionalizadas AMEC, y está cofinanciado por LIFE +.

El eco-diseño higiénico aplicado en los equipos de las empresas agroalimentarias permite reducir los gastos en agua, energía y componentes químicos para la limpieza y desinfección de sus equipos, así como el coste medioambiental de sus procesos, dando un valor añadido a su producto.

Las pruebas realizadas en las instalaciones de Calidad Pascual en el complejo industrial de Aranda de Duero demuestran que el diseño higiénico supone una técnica eficaz para reducir el impacto medioambiental en el sector alimentario no solo en el consumo de agua, sino también en el uso de la energía eléctrica y térmica utilizadas para la limpieza de los equipos.



FOOD DEFENSE

Producción



En Calidad Pascual hemos desarrollado el programa de Food Defense para reforzar nuestros estándares de seguridad.

Forma parte de la **gestión del riesgo** de Calidad Pascual, dotando a la compañía de herramientas para la prevención y protección de forma sistémica en caso de sufrir un acto malintencionado, además de la capacidad de reacción para la vuelta a la normalidad.

El proceso de implantación ha comenzado con una fase inicial de diagnóstico y evaluación del riesgo, ya completada, seguida de un plan plurianual con controles de acceso de personas a zonas clave, control de entrada de vehículos en las instalaciones, formación en procedimientos de seguridad y, en general, distintas medidas de seguridad para la protección alimentaria.



FORMACIÓN EN PLANTA

Producción

En 2016 hemos recuperado la Escuela de Carretillas en el complejo industrial de Aranda. Esta escuela nació en 2014 derivada del riesgo intrínseco del uso de carretillas en el complejo, y de los incidentes que se dan en planta con estos equipos de trabajo.

Con este objetivo, de formación continua y para todo el personal, y con la colaboración de nuestro proveedor de equipos, creamos un recinto donde se realiza, por una parte, formación teórica de aproximadamente 45 minutos y una parte práctica por todos los asistentes, donde se representan las tareas que se realizan en el día a día dentro de la planta.



RELACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES

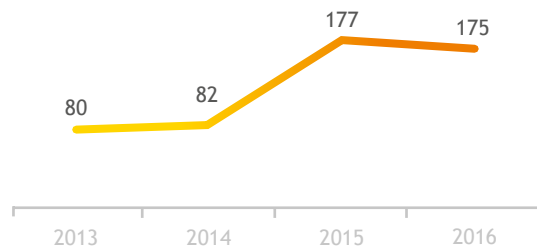
Aprovisionamiento sostenible

Colaboramos en el día a día con nuestros proveedores para favorecer la sostenibilidad de nuestra cadena de valor desde su inicio.

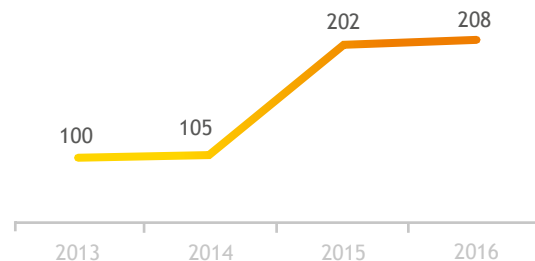
Para disminuir el impacto ambiental de la cadena de suministro evaluamos periódicamente aspectos sociales y medioambientales de nuestros proveedores, desarrollamos programas para mejorar su eficiencia y disminuir sus impactos e implantamos criterios medioambientales en nuestras compras.



Ganaderías en programas de eficiencia productiva



Millones de litros de leche en programas de eficiencia productiva



Evaluación ambiental a proveedores de leche: 99%.

Mejora ambiental y económica en proveedores reduciendo el fertilizante utilizado: 12 agricultores de soja en cuyas granjas se han realizado análisis y tratamiento posterior.

APROVISIONAMIENTO SOSTENIBLE



Bajo los principios de compra responsable y eficiencia en la gestión, construimos un aprovisionamiento sostenible, desarrollando acciones y programas diferenciadores e innovadores para que nuestros proveedores, especialmente los de leche, estén alineados con nuestros valores, las necesidades y los objetivos de Calidad Pascual, generando de forma conjunta valor para todos.

- 98% de nuestros proveedores son locales (100% en el caso de la leche).
- Más del 95% de proveedores lo son desde hace más de 15 años.
- El 100% de los proveedores en Programa de Seguridad Garantizada.
- 100% de los proveedores cuentan con contratos homologados.
- 175 ganaderías con más de 200 millones de litros producidos cada año participan en el Programa de Eficiencia Productiva.
- Más del 99% de los proveedores homologados bajo criterios medioambientales.
- Único esquema de calidad de leche diferenciada privado acreditado por ENAC.
- Certificación y homologación de proveedores adaptada a nuevos requisitos de grandes clientes BRC, IFS, etc.
- Sostenibilidad del aprovisionamiento: tres veces menos de tasa de abandonos de la producción de los ganaderos de Pascual respecto al aprovisionamiento del resto de empresas de España y más del doble de capacidad de producción por granja.



Nos hemos adherido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Este Código, de carácter voluntario, tiene como objetivos lograr un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales, mejorar el acceso a la información y la trazabilidad a lo largo de la cadena, y regular las prácticas comerciales.

NUESTROS APROVISIONAMIENTOS DEL SECTOR PRIMARIO



APROVISIONAMIENTOS AGROPECUARIOS

Aprovisionamiento sostenible

Los proveedores agropecuarios (soja, leche), constituyen un importante grupo de interés, por lo que las decisiones a la hora de definir el modelo de relación tiene fuertes implicaciones sociales, legales e institucionales. Nuestras estrategias en este ámbito están destinadas a contribuir a la sostenibilidad del sector como un elemento clave del negocio futuro como Compañía.



Calidad y seguridad alimentaria

- Programa de Seguridad Garantizada.
- Certificación de Sistemas de Autocontrol Específicos para la Exportación.
- ISO 9001/2008; ISO 22.000/2005; UNE/EN 45.011; CP/LVC/001/10.

Proyecto de Buenas Prácticas para la protección de la Biodiversidad en Aprovisionamiento Sostenible de Leche, en colaboración con la Fundación Global Nature.



Medio ambiente

- Congreso Nacional de medio ambiente: Grupo de trabajo de Iniciativas de Aprovisionamiento Sostenible en Industria Agroalimentaria.
- Fase de presentación Proyecto LIFE “LIFE AGRI ADAPT - Sustainable adaptation of typical EU farming systems to climate change”.
- Fase de propuesta Proyecto LIFE “LIFE AGRI ADAPT - B+B (Business and Biodiversity)”.
- Elaboración de la Guía Buenas Prácticas Medioambientales.
- Homologación medioambiental de proveedores.
- Eficacia proteica y uso del agua (objetivo 20.20:20:20).

Compra responsable y competitividad de la cadena de valor

- Contratos homologados.
- Programa Productos Lácteos Sostenibles.
- Implementación Programa de Eficiencia Productiva.
- Programa Optilácteo: Big data.
- MAGRAMA-FIAB “Plan Operativo de Creación de Valor”.
- FoodDrink Europe “Hacia una cadena alimentaria europea más sostenible”.

APROVISIONAMIENTOS AGROPECUARIOS

Aprovisionamiento sostenible

Desde 2008 contamos con un Plan Medioambiental de Aprovisionamiento Agropecuario que tiene como objetivo impulsar la sostenibilidad de la cadena de suministro desde distintas perspectivas: eficiencia, biodiversidad, economía circular, cambio climático, etc.

En el caso concreto de la soja, hemos desarrollado el Programa de Cultivo y Aprovisionamiento de Soja Nacional, que tiene grandes repercusiones positivas desde el punto de vista medioambiental generando valor para nuestros proveedores y siendo un elemento diferenciador para la compañía.

El 32% de nuestras compras de soja son de origen nacional, y el resto tienen su origen en Francia, disminuyendo nuestros impactos logísticos. Además, en la fabricación de las referencias de Vivesoy tenemos el **compromiso de Residuos 0**, por el que todos los co-productos de soja que se generan en fábrica (cascarilla, granos rotos, etc.) se destinan a alimentación animal. Por último, cabe destacar que la soja con la que trabajamos no es genéticamente modificada.

Compromiso de Residuos 0 en la fabricación de Vivesoy.



CICLO DEL AGUA-BEZOYA

Aprovisionamiento sostenible

El agua es la clave de la existencia y supervivencia de todas las formas conocidas de vida. Por ello es importante asegurarnos de la calidad del agua que ingerimos.



Producimos
92.000
botellas
a la hora,
lo que ha supuesto
550 millones de litros
embotellados
en 2016



Origen Natural

Nuestra agua mineral natural Bezoya nace en la Sierra de Guadarrama a una altitud de 1.900 metros en un entorno natural protegido, reconocido como Parque Nacional y que forma parte de la Red Natura 2000.

Envasado

En la fábrica no se realiza ningún tratamiento al agua, a excepción del filtrado, luego pasa a las líneas de envasado para ser embotellada en los diferentes formatos.

Controles de calidad

- Control en la actividad de las envasadoras: estudios hidrológicos, circuitos cerrados.
- 75.000 controles anuales de calidad en las plantas de Bezoya.
- Envases debidamente identificados y controlados.
- Bezoya es un agua mineral natural de mineralización muy débil porque tiene solo 28mg/L de residuo seco, es un agua de gran pureza.



INNOVACIÓN

Desde Pascual hemos apostado en los últimos años por un nuevo impulso a la innovación, que nos permita dar respuesta a unas necesidades del consumidor en constante cambio. El objetivo es detectar oportunidades y adaptarnos a los cambios en nuestro entorno, para lo que trabajamos en dos ejes: transformación digital e innovación disruptiva.

En un contexto más amplio, de fomento de la innovación en nuestro entorno, hemos celebrado la primera edición de los Premios Pascual Startup, que fomentan la innovación y el emprendimiento en los jóvenes.

Pascual
STARTUP



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Innovación

Este proceso alcanzará a todos los eslabones de la cadena de valor, para que finalmente pueda plasmarse en la experiencia del usuario. La causa subyacente es un conjunto de nuevas “tecnologías digitales” que habilitan que el consumidor, las empresas y la sociedad en general, al adoptarlas, transformen radicalmente su forma de consumir y actuar. Desde Pascual hemos decidido anticiparnos a través de nuestra **Estrategia Digital**, que surge con el objetivo de construir una ventaja competitiva relevante y sostenible.

- Con una visión 360°.
- Con el consumidor en el centro.
- Con visión de apertura a nuevos modelos de relación y negocio.
- Con una visión gradual, por proyectos.

*Hemos creado una **Oficina de Transformación Digital** con un equipo que ha traído talento interno y externo.*



INNOVACIÓN DISRUPTIVA

Innovación

La innovación disruptiva busca la redefinición de los productos que ofrecemos, adaptándonos a nuevas oportunidades y ampliando nuestra gamas de productos en función de las necesidades detectadas, siguiendo el camino iniciado con el lanzamiento de DiaBalance.

Nuestros procesos de innovación y desarrollo de productos nos han permitido realizar en 2016 los siguientes lanzamientos:

DiaBalance E-commerce

La única marca desarrollada en exclusiva por Calidad Pascual y ESTEVE para facilitar la alimentación diaria de las personas con diabetes se introduce en el e-commerce y sorprende en el sector agroalimentario con su nueva web de venta directa.



Cola Cao Shake ha ganado el Premio Innovación de Carrefour 2016 en la categoría de "Bebidas Sin Alcohol". La II edición de estos galardones fue una apuesta clara por la innovación para premiar a las empresas que hacen esfuerzos en I+D y que desarrollan nuevos productos para los consumidores.

Cola Cao Shake

La única bebida en vaso del mercado que no necesita frío y se puede calentar en el microondas, trata de satisfacer las necesidades de un público adulto que busca un snack, fácil de transportar y de consumir en cualquier lugar, tanto en frío como en caliente.

Leche Pascual Sin Lactosa en botella

Adaptándonos de esta manera a las demandas del consumidor.

Leche Pascual Desnatada 0%

Elegida, a través de test ciego entre los consumidores, como la mejor desnatada por su sabor.

Bifrutas Zero

Dirigido al público joven.



PREMIOS PASCUAL STARTUP

Innovación

En 2016 lanzamos la primera edición de los premios Pascual Startup, una apuesta decidida por la innovación abierta y colaborativa, que da apoyo a los emprendedores españoles. A través de esta iniciativa reconocemos y premiamos ideas de carácter innovador en el sector agroalimentario, y nos posicionamos como uno de los principales impulsores de la innovación en el sector.



Pascual STARTUP



PROYECTOS GANADORES 2016

Categoría de Medio Ambiente:

El ganador ha sido “Sorbos”, una nueva start-up que pretende sustituir las “pajitas” o “cañitas” de plástico por unas comestibles y biodegradables que respetan 100% el medio ambiente, favoreciendo el desarrollo sostenible.

Categoría de Nutrición y Salud:

El ganador ha sido “Insulclock, tu diabetes bajo control”, un dispositivo que pretende mejorar la vida de las personas insulino dependientes. Se trata de un sistema de automatización de datos que conecta la puesta del medicamento con dispositivos inteligentes como smartphones, tablets, etc.

Área de Retail:

El ganador ha sido “Food in the box”, una plataforma que ofrece cajas de comida a partir de recetas elaboradas por chefs y bloggers.



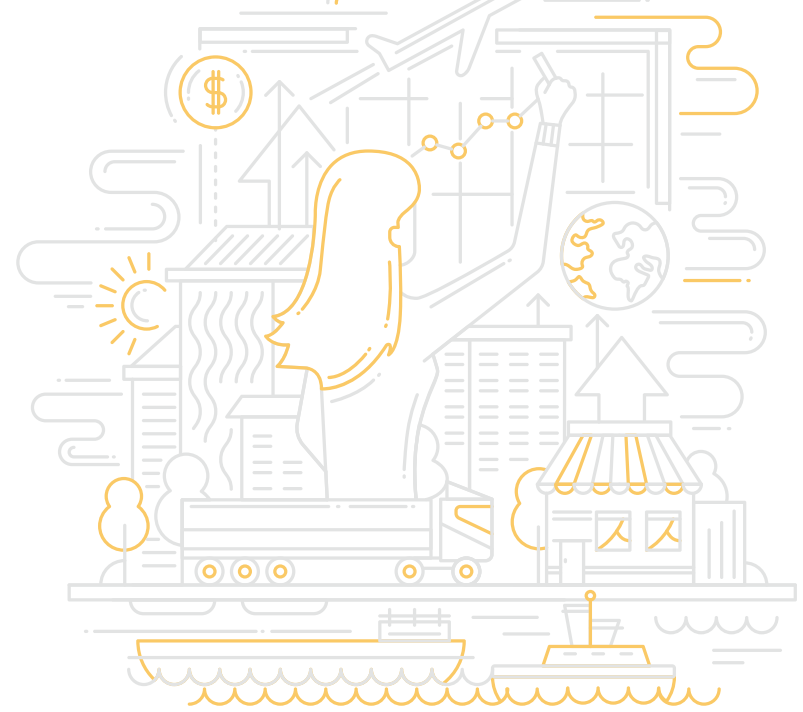
Los tres ganadores han recibido un premio en metálico por parte de Calidad Pascual, acompañado de un mentoring con directivos de la compañía, así como asesoramiento de Calidad Pascual y de Telefónica Open Future, quien también ofrece apoyo metodológico, networking y acceso a su plataforma.

Pascual Startup ha sido galardonada con el Premio Compreedor 2016 de la Fundación Empresa y Sociedad en la categoría de “Empresa con programas de emprendedores”.

5

¿CÓMO IMPULSAMOS DESDE PASCUAL LA CREACIÓN DE VALOR?

Para que nuestra cadena de valor sirva como elemento de creación de valor compartido, desde Calidad Pascual desarrollamos un modelo abierto, responsable y sostenible.



ESCUCHANDO Y DIALOGANDO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Desde Pascual integramos a nuestros grupos de interés en la toma de decisiones estratégicas.

Las relaciones fuertes y a largo plazo con los grupos de interés han sido siempre uno de nuestros objetivos principales.

A finales de 2014 desde la compañía iniciamos un proceso de escucha a todos nuestros grupos de interés para conocer de forma más específica sus intereses, sus necesidades, sus inquietudes y sus deseos.

Matriz de Materialidad de Calidad Pascual.

Plan Director de Creación de Valor Compartido 2020.

Establecer los **mecanismos permanentes de diálogo con nuestros grupos de interés** que nos permitan relacionarnos con ellos de manera provechosa para ambas partes, y extraer de dicho diálogo la inteligencia necesaria para alimentar la propia planificación estratégica de la compañía.

Hemos establecido una **estrategia de comunicación corporativa** bien coordinada que nos permite trasladar a los grupos de interés el impacto ético, económico, laboral, social y ambiental de la actividad de la compañía, así como establecer un sistema efectivo de diálogo con ellos.



CANALES DE DIÁLOGO

Escuchando y dialogando con los grupos de interés



ACCIONISTAS

- Asamblea familiar.
- Otras reuniones periódicas.
- Órganos de Gobierno.
- Oficina de familia.
- Relación informal.



CIUDADANOS

- Informes de escucha y conversación en redes sociales.
- Community Management y gestión de crisis on y off line.
- Seguimiento de redes sociales y medios.
- Interlocución en los órganos de gobierno de las asociaciones sectoriales.
- Reuniones presenciales en asociaciones.



PROVEEDORES

- Escucha personalizada en el día a día.
- Reuniones por áreas geográficas de recogida de leche sobre evaluación del Programa Eficiencia Productiva.
- Escucha diaria en las visitas de los técnicos agropecuarios a los proveedores lácteos.
- Reunión anual de presentación de estrategia y mejoras.
- Encuesta anual.



CONSUMIDORES

- Estudios de cuotas de mercado, volumen y valor.
- Paneles de consumidores.
- Estudios de modelos econométricos y marketing mix.
- Estudios de imagen de marca.
- Estudios *ad-hoc*.
- Seguimiento online de noticias y opinión.



CLIENTES

- Encuestas a clientes.
- Reuniones con clientes.
- Encuesta diaria a clientes de red.
- Encuesta a distribuidores.
- Visita de comerciales.
- Lanzamientos de productos.
- Foros sectoriales.
- Jornadas de conocimientos del sector.
- Convención anual de distribuidores.
- Servicio de Asistencia Técnica Mocay.



EMPLEADOS

- Escucha directa en el día a día por parte de la cadena de mando y el equipo de relaciones humanas.
- Encuesta de clima laboral.
- Comités de empresa.
- Encuestas puntuales sobre temas específicos.
- Focus group y jornadas participativas derivadas de los resultados de la encuesta de clima.
- Acciones de escucha enmarcadas en los planes de acción de clima de los centros de trabajo.
- Desayunos y comidas periódicos de Presidencia con los empleados.
- Despachos con el colaborador/a en el Sistema de Gestión de Desempeño.

SISTEMA DE DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Escuchando y dialogando con los grupos de interés

En 2016 hemos dado un nuevo impulso al diálogo con los grupos de interés de la compañía a través del desarrollo de un sistema de diálogo, que contempla procesos de escucha y de comunicación, además de darnos nuevos elementos de decisión ampliando la información disponible en la compañía.



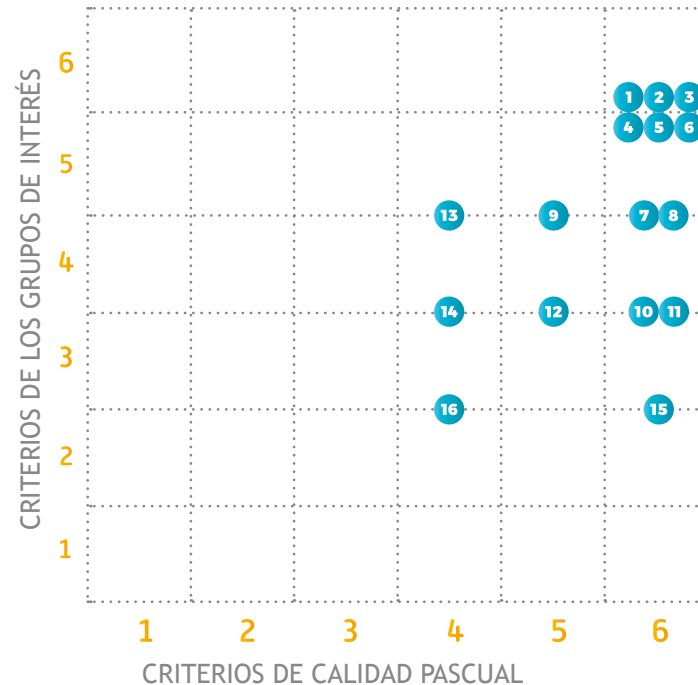
Para establecer este diálogo, contamos con un sistema de gestión compuesto por dos procesos complementarios que deben ir siempre alineados con la estrategia global: escucha y comunicación.

ASUNTOS MATERIALES EN NUESTRO DESEMPEÑO

Escuchando y dialogando con los grupos de interés

Tras la escucha a los grupos de interés, identificamos aquellos asuntos que son más relevantes desde su perspectiva y la de la compañía, permitiéndonos establecer nuestras prioridades estratégicas.

Este **análisis de materialidad**, que incluye riesgos y oportunidades identificados a lo largo de nuestra cadena de valor, no solo es el punto de partida en la construcción de la Estrategia de Creación de Valor Compartido, sino que también nos sirve de base para la definición de contenidos en los procesos de reporte corporativo.



ASUNTOS MATERIALES EN NUESTRO DESEMPEÑO

Nº TEMAS DE CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

- 1 Cumplir la Misión de Calidad Pascual.
- 2 Gestión transparente y con valores.
- 3 Marca de prestigio por calidad e innovación.
- 4 Productos adaptados al consumidor en salud y nutrición.
- 5 Innovación en el negocio y nuevos productos.
- 6 Modelo responsable de gestión de personas.
- 7 Gestión económico-financiera sostenible.
- 8 Gestión ética y responsable a lo largo de toda la cadena de valor.
- 9 Eficiencia en la gestión de los recursos renovables y no renovables.
- 10 Cultura Pascual de alianzas e innovación.
- 11 Garantía de cumplimiento de los compromisos comerciales.
- 12 Identificación y gestión de riesgos y oportunidades.
- 13 Excelencia de los empleados de Pascual.
- 14 Comunicación fluida, abierta y periódica.
- 15 Transparencia en la gestión financiera y no financiera.
- 16 Fomento del desarrollo social y del bienestar de las personas.

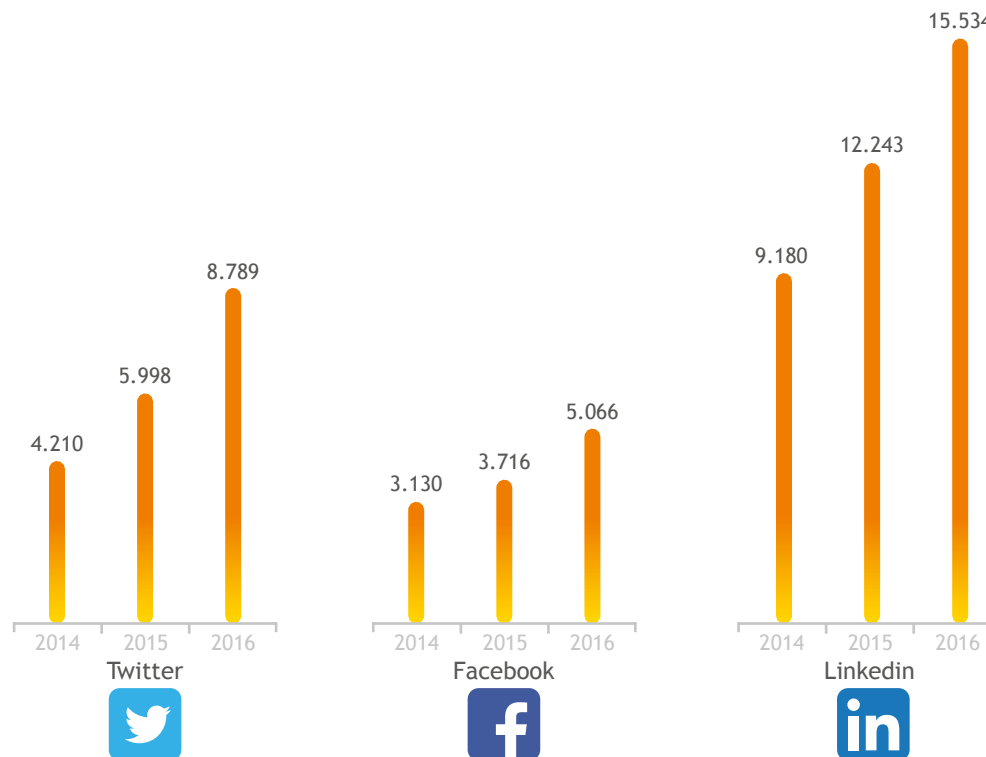
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Escuchando y dialogando con los grupos de interés

Una parte importante de nuestra estrategia comunicativa son las redes sociales. Estas nos permiten conocer la conversación en internet sobre Calidad Pascual, seguir perfiles de interés para la compañía, como aliados o competencia, o realizar informes para

detectar oportunidades y riesgos en las redes sociales; pero sobre todo mantener una relación ágil y dinámica con nuestros grupos de interés.

PRESENCIA EN REDES SOCIALES (número de seguidores en los perfiles de Calidad Pascual)



En 2016 hemos lanzado el nuevo perfil de Calidad Pascual en Instagram



La comunidad online de Calidad Pascual creció un **33%** en 2016

CON LA CALIDAD Y LA EXCELENCIA COMO REFERENTES

A través de una **gestión ética, responsable y excelente**, perseguimos nuestro objetivo de contar con un modelo de negocio sostenible, capaz de satisfacer las necesidades del entorno.

La búsqueda de la excelencia se encuentra impresa en el ADN de Pascual desde nuestro origen y, de hecho, viene reflejada en nuestra misión empresarial. Deseamos “un compromiso de superación permanente y colectivo para alcanzar la excelencia en la gestión”. Además, la calidad figura entre nuestros valores corporativos como sinónimo de excelencia y como forma de crear valor que se pueda compartir con los grupos de interés.



Hemos entrado a formar parte del Club Excelencia en Gestión, lo que supone ir un paso más allá en materia de búsqueda de la excelencia para la compañía. Es una asociación cuya principal misión es potenciar la competitividad global de las organizaciones que lo forman.



MODELO DE EXCELENCIA

Con la calidad y la excelencia como referentes

Desde hace años trabajamos según los estándares del modelo EFQM, en el que seguimos progresando con una calificación actualmente de 400+.

Para avanzar con más firmeza por este camino acabamos de diseñar y desplegar nuestro modelo propio de gestión "Mare Nostrum", en el que entendemos la excelencia como una prioridad que engloba a toda la organización.



PASOS	VISIÓN
1 Fijar objetivos	-Implantación del cuadro de mando de cada Dirección, alineado con los requisitos Mare Nostrum.
2 Anticipar	-Incorporar en las fases de planificación la identificación y evaluación de eventos que puedan afectar a los objetivos (oportunidades y riesgos) utilizando las plantillas Mare Nostrum.
3 Planificar	- Elaborar planes sólidos con iniciativas o tareas, responsables, plazos, recursos necesarios, y que incorporen las respuestas a los riesgos más relevantes y a las oportunidades seleccionadas.
4 Cumplir	
5 Documentar	-Formación y despliegue a todos los Directores y sus reportes directos del resto de elementos del Modelo Mare Nostrum: identificar e incorporar requisitos de cumplimiento, documentar, ejecutar los cambios, verificar.
6 Ejecutar	-En algunas áreas, despliegue directo hasta todos los niveles.
6 Verificar	

Mare Nostrum constituye nuestro camino a la excelencia, nos habla de marcarnos retos, de anticiparnos y ser proactivos, de planificar nuestras actividades, de ser éticos y responsables, de ayudar a que el conocimiento se comparta documentando lo importante, de hacer realidad nuestros sueños y ambiciones como empresa, y de verificar y aprender de lo que hemos hecho para mejorar continuamente.

CON EL FOCO EN LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS

Con la calidad y la excelencia como referentes

Periódicamente evaluamos la satisfacción de nuestros grupos de interés con nuestro trabajo y productos, como herramienta clave de mejora y calidad, especialmente en la que se aprecia en los últimos eslabones de la cadena de valor. Para ello, estamos abiertos a sus demandas y reclamaciones a través de canales tradicionales, como la línea 900, y otros más modernos, como las redes sociales, pero también evaluamos el desempeño de nuestros proveedores, que tienen incidencia en todos nuestros procesos.



REPUTACIÓN

Con la calidad y la excelencia como referentes

Hemos logrado construir una marca reconocida por su reputación en base a la calidad en la gestión, la responsabilidad y el trato en la atención a clientes, elementos que nos diferencian e impulsan nuestra posición en el mercado.



merco**EMPRESAS**
Las empresas con mejor reputación corporativa

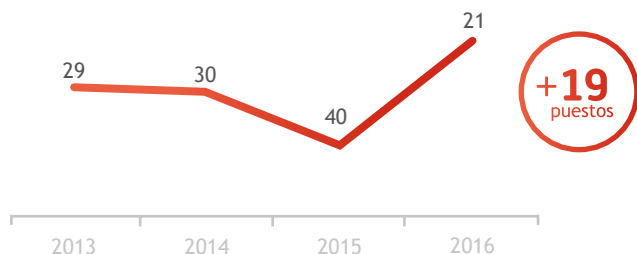


merco**TALENTO**
Las empresas que mejor atraen y retienen el talento personal

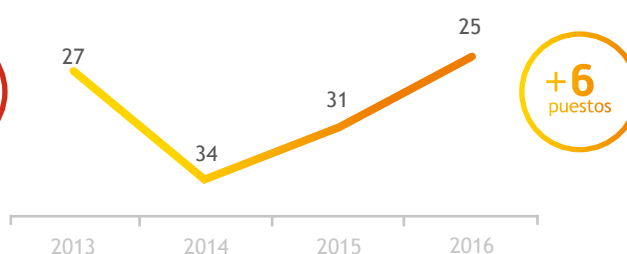


merco**RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO**
Las empresas más responsables

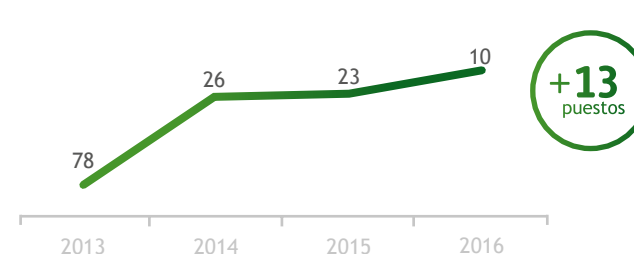
mercoEMPRESAS: Empresas con mejor reputación corporativa.



mercoTALENTO: Las mejores empresas que atraen y retienen el talento personal.



mercoRESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO: Las empresas más responsables.



30
millones de consumidores

Puesto **19**
en el ranking Merco Consumo de empresas de consumo con mejor reputación de España

CUOTAS DE MERCADO DE NUESTRAS PRINCIPALES MARCAS

11,1%
Leche Pascual
Pascual

13%
Bezoya
BEZOYA

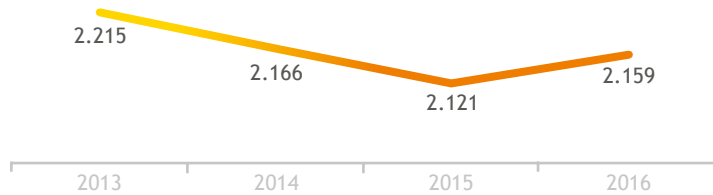
27,9%
Vivesoy
Vive soy

38,7%
Bifrutas
Bi-frutas

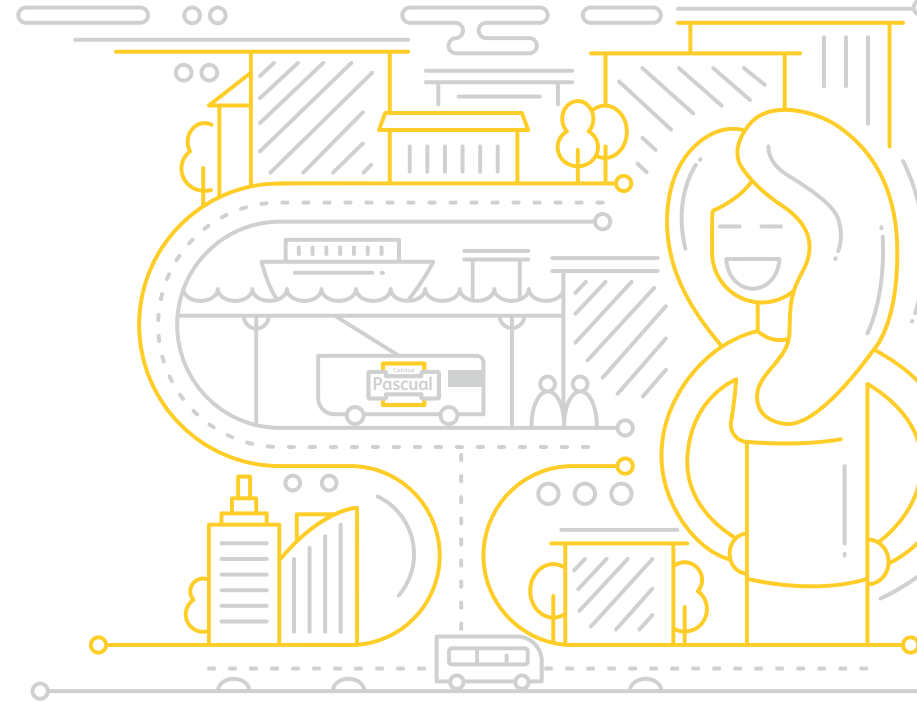
COMPROMETIDOS CON EL EQUIPO HUMANO

Un equipo humano formado por más de 2.000 profesionales desarrolla y pone en valor nuestros principios y valores en su día a día. Apostamos por la estabilidad laboral y la creación de empleo de calidad, destacando el porcentaje de empleados indefinidos que conforman nuestra plantilla.

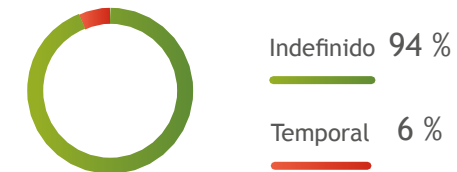
Número de Empleados



Rotación de plantilla.....	12,6%
Personas con discapacidad en plantilla.....	2,75%
Ratio de absentismo.....	3,92%
Empleados en programas de flexibilidad horaria.....	40%
Empleados cubiertos por convenios colectivos y con beneficios sociales.....	100%



Plantilla por tipo de contrato



Plantilla por género



MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

Comprometidos con el equipo humano



El modelo de gestión de personas de Pascual se estructura en torno a tres pilares: un modelo de **competencias** con las habilidades y conocimientos requeridos para garantizar el óptimo desempeño, los **valores corporativos** y un **estilo de dirección** que promueve la figura del “líder excelente”. Este modelo integra las políticas de responsabilidad compartida, igualdad de oportunidades y diversidad.

Nuestras personas construyen día a día la compañía que somos y la que queremos ser, todas ellas han participado en el desarrollo de nuestro entorno de trabajo y en la mejora del clima y el compromiso de la organización. Igualmente mantenemos una clara apuesta por los colaboradores y su desarrollo integral como personas y como profesionales, así como por una estrategia en materia de gestión de personas basada en nuestros valores y nuestro modelo de liderazgo y de desarrollo del talento, en donde nuestro lema “**Tú, nuestra razón de ser**” sitúa al empleado en el centro de nuestras políticas e iniciativas.

A través del **Plan de Impacto Laboral** afrontamos todos los retos que nos plantea la gestión de personas, para favorecer su desarrollo y posicionarnos como una referencia en el desarrollo del talento y la promoción de la diversidad, así como alcanzar el liderazgo como empresa segura y saludable.

Queremos personas que cuenten con una serie de valores diferenciales y cercanos a nuestra forma de hacer y de sentir, es decir con los **Valores de Compañía: Calidad, Cercanía, Integridad, Pasión e Innovación.**

Para los nuevos empleados hemos desarrollado el “**Plan Incorporáte**”, un plan de acogida diseñado para lograr la plena integración de las personas que se incorporan en la compañía o que cambian a un nuevo puesto, dotándoles para ello de los conocimientos, herramientas e instrumentos necesarios para su rápida adaptación y acelerando así su contribución a los objetivos y resultados de la empresa.



TALENTO DIVERSO

Comprometidos con el equipo humano

El compromiso de Pascual con la igualdad de oportunidades ha sido un eje de trabajo fundamental dentro de nuestra política como Empresa Familiarmente Responsable. Creemos que es clave fomentar un entorno de trabajo inclusivo y de confianza en el que todos podamos aportar, a través del desarrollo de equipos de naturaleza diversa que nos permita ofrecer mejores soluciones de negocio. Retos como el ascenso de la mujer a puestos de dirección o la integración laboral de personas con discapacidad en Pascual han sido claros ejes de trabajo.

En Pascual, queremos impulsar la **Gestión activa de la Diversidad y el Talento Diverso**, favoreciendo la movilidad interna en la organización y el desarrollo de las personas, la diversidad de género en todos los niveles de la compañía, la diversidad generacional, aprovechando las sinergias que aportan el expertise de los seniors y la habilidad en el mundo de las redes sociales y la digitalización de los millenials, la diversidad cultural, aprendiendo de la diferencia y la diversidad social e integrando personas con discapacidad o en riesgo de exclusión.

Para ello, hemos puesto en marcha un plan de acción concreto que gira en torno a tres líneas de trabajo:

- El liderazgo inclusivo.
- La comunicación y sensibilización.
- La estrategia de talento y procesos de relaciones humanas.



TALENTO DIVERSO

Comprometidos con el equipo humano

LA DIVERSIDAD, CLAVE DE LA TRANSFORMACIÓN EN PASCUAL



EMPLEO RESPONSABLE

Comprometidos con el equipo humano

Nuestro modelo de personas, al igual que el modelo de compañía, se basa en la escucha, el diálogo y la búsqueda de creación de valor compartido, en este caso con nuestros empleados, a los que escuchamos para el desarrollo de nuevas iniciativas y para los que ponemos a disposición un entorno de trabajo adecuado en el que desarrollar sus funciones de la mejor forma posible.

Desde 2008 estamos certificados como Empresa **Familiarmente Responsable (EFR)**, lo cual implica todo un modelo de gestión que demuestra políticas de responsabilidad con los empleados, sus familias y el entorno en su estrategia de compañía. En 2016 hemos logrado mejorar nuevamente nuestro indicador EFR, además de desarrollar el 92% de las acciones previstas.

Con un 88% de participación entre nuestros empleados, hemos obtenido 72 puntos en la encuesta **Great Place to Work**, modelo que nos ayuda a desarrollarnos como un lugar excelente para trabajar.

Por otro lado, nos esforzamos en ofrecer a nuestro equipo las mejores oportunidades de desarrollo personal y profesional. Para lograrlo, ponemos en marcha iniciativas que recogemos bajo el nombre de **"Pascual Contigo"** y que "acompañan" a las personas en sus distintas etapas vitales. En Pascual Contigo puedes encontrar toda la información relativa a la calidad de empleo, beneficios sociales y ventajas para los empleados, medidas de apoyo a nuestras familias y para el desarrollo personal y profesional, igualdad de oportunidades y pautas de liderazgo, compromiso y estilos de dirección eficientes.

Hemos sido reconocidos por la Fundación Másfamilia por nuestra labor como patronos y como entidad certificada bajo la Iniciativa EFR (Empresa Familiarmente Responsable) desde 2008.

efr fundación
másfamilia
www.masfamilia.org

Mejora constante en la "Encuesta Anual de Clima", con un

88%
de participación

Recertificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable) desde 2008, con certificación B+ y una valoración de

78
puntos

35,7%
de las posiciones clave cubiertas con promoción interna



EMPLEO RESPONSABLE

Comprometidos con el equipo humano

CIVSEM
CENTRO DE
INVESTIGACIÓN EN VALORES



Estamos adheridos a la Estrategia de Empleo y Emprendimiento Joven y contamos con el distintivo Igualdad en la Empresa

A través de CIVSEM, entidad que forma parte de la Fundación Tomás Pascual Sanz y Pilar Gómez Cuétara, desarrollamos el Programa de Desarrollo Personal y Orientación Profesional, dirigido a cualquier persona que desee integrarse en la realidad social y laboral española.

Participamos en el programa OIE Adecco para dar a conocer el mundo laboral a los jóvenes



Hemos sido reconocidos por el Top Employers Institute con la Certificación Top Employers 2016, un galardón que reconoce a todas aquellas empresas que ofrecen condiciones excelentes a sus empleados, situándonos como uno de los empleadores de referencia.

Hemos recibido un reconocimiento por la activa participación en el programa "Juntos Somos Capaces" de Fundación Mapfre y por nuestro programa de integración laboral de personas con discapacidad.



PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Comprometidos con el equipo humano

Trabajamos continuamente para mejorar las condiciones de trabajo de nuestro equipo y reducir la accidentalidad laboral. Tras años con importantes descensos, en los dos últimos se observa un ligero repunte en los índices de seguimiento (índice de frecuencia de 6,49¹), manteniendo el mismo nivel de accidentalidad leve pero con 2 accidentes calificados como graves.

Destaca nuestro plan para el fomento de la seguridad vial dentro de la compañía.

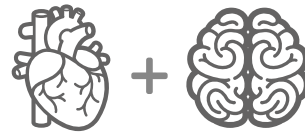
Nuestra compañía fue galardonada en la categoría **"Mejor Iniciativa de Seguridad Vial Laboral"** de los premios Ponle Freno, por nuestro Programa de Seguridad Vial Integral. Este premio nos reconoce como la entidad que ha desarrollado un proyecto, campaña, iniciativa o investigación cuyos resultados han contribuido de manera significativa y, desde un punto de vista global, a la mejora de la seguridad vial.

¹ (Accidentes/Número de horas trabajadas)x1.000.000

Empleados representados en el Comité de Seguridad y Salud
100%



PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES



Comprometidos con el equipo humano

Cada año trabajamos en distintas iniciativas para fomentar la salud y la seguridad en el trabajo, así como el bienestar de nuestros empleados. Entre las iniciativas desarrolladas en 2016 destacan:

PROGRAMA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN DE LA SALUD DE SANITAS

A través del cual nuestros empleados clientes de Sanitas, disponen de forma exclusiva y gratuita de su servicio de promoción de la salud, programas personalizados de asesoría de salud a través del teléfono y de internet llevados a cabo por profesionales sanitarios.

AULA DE ESPALDA EN ARANDA

Inaugurada en 2016 en todos los centros de la organización para prevenir lesiones de espalda, más allá del ámbito laboral, a través de los consejos y recomendaciones.

"TRIVIAL DE PASCUAL", LA NUEVA CAMPAÑA SOLIDARIA DE PREVENCIÓN

Que consistió en una serie de preguntas diarias relacionadas con la prevención en nuestras plantas que de una forma lúdico-formativa, nos permitieron reforzar los conocimientos en la materia.

CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Como iniciativa para fomentar la seguridad y la salud en el trabajo entre nuestros empleados.

"PREVENIMOS EL PRESENTE PARA PROTEGER EL FUTURO"

Fue el lema escogido en un concurso llevado a cabo entre los empleados bajo el que se articularán todas las campañas de prevención del complejo de Aranda. Esta iniciativa, surgida en el Grupo Clave de Seguridad Industrial de Aranda, busca la concienciación y la participación de todo el personal del complejo.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Comprometidos con el equipo humano



Apostamos por un modelo que combina acciones formativas en el puesto con otras regladas, presenciales, e-learning y mixtas, de tal forma que el aprendizaje se pueda aplicar al puesto de trabajo de forma eficaz. Para ello contamos con un **Plan Director de Formación Anual** que identifica las prioridades y necesidades de cada puesto.

Somos responsables e impulsores de nuestro propio desarrollo y para ayudarnos en este proceso de aprendizaje continuo se plantea una práctica iniciativa, que puede ser de gran utilidad y que completa otras incluidas en el **modelo de formación 70/20/10**.

“La Biblioteca de Recursos para el Desarrollo”

Es una metodología sencilla y de fácil acceso que puede dar respuesta a las necesidades de desarrollo, o plantear ideas de cara a las acciones del **Plan de Desarrollo Individual** registrado en **Pascual Talento**, tras la entrevista mantenida por el responsable y su colaborador como parte del proceso del sistema de Gestión del Desempeño.

Esta Biblioteca contiene numerosos recursos de desarrollo a los que puede acceder tanto el mando como el colaborador. El mando puede utilizar estos recursos como fuente para establecer los planes de acción de sus colaboradores y estos, como ayuda para dar respuesta a lo que le pide su mando, responsabilizándose de su propio desarrollo.

La Biblioteca pone a disposición de todos, materiales para el desarrollo de las once Habilidades (Autodesarrollo Profesional, Flexibilidad, Liderazgo, Negociación, Orientación al Logro, Sociabilidad, Toma de Decisiones, Capacidad de Análisis, Productividad Personal, Gestión de Proyectos, y Trabajo en Equipo) y los cinco Valores de la compañía (Integridad, Innovación, Cercanía, Pasión y Calidad).



RESPETANDO EL MEDIO AMBIENTE

A través de nuestro Plan de Impacto Medioambiental trabajamos para minimizar la huella ambiental de la compañía. Además de la movilidad sostenible y los aprovisionamientos, aspectos en los que ya se ha incidido, centramos nuestros esfuerzos en aumentar la eficiencia en la utilización de recursos naturales.

Además de actuaciones de alcance interno, colaboramos y desarrollamos distintos proyectos e iniciativas.

- Con motivo del Día Internacional del Consumo Responsable, el **Movimiento RAP (Reduce, Ahorra y Protege)** promovido por Pascual llevó al colegio CEIP “Isaac Peral” de Madrid una iniciativa para intentar favorecer hábitos y actitudes que ayuden a un mejor aprovechamiento de los alimentos en una edad temprana.
- Por tercer año consecutivo nos hemos sumado a la iniciativa global **“La Hora del Planeta”** promovida por WWF (World Wildlife Found), para demostrar nuestro compromiso contra el cambio climático apagando las luces de todos los centros de trabajo durante una hora.
- Con motivo del **Día Mundial del Medio Ambiente**, expusimos la renovación del Plan de Gestión de Impacto Ambiental de Pascual en una mesa redonda organizada por Bureau Veritas.
- Estuvimos presentes en **ENVIFOOD Meeting Point**, un encuentro organizado por la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) e IFEMA, que tiene por objeto servir de punto de encuentro para compañías de soluciones ambientales y el sector de la alimentación y bebidas.



- Participamos en el primer foro en España sobre Capital Natural, en el marco del **Natural Capital Summit**, un encuentro que busca dar a conocer el concepto de capital natural en el que fuimos la única empresa del sector lácteo.
- Hemos participado en el **13º Congreso Nacional de Medio Ambiente**, concebido como una plataforma orientada, en colaboración con todos los agentes implicados, a mejorar el conocimiento y las capacidades en materia de defensa del medio natural y la biodiversidad, la utilización sostenible de los recursos naturales y la prevención de la contaminación y del cambio climático.
- Nos sumamos a las celebraciones con motivo del **Día Europeo de la Red Natura 2000** participando, a través de nuestros empleados y sus familias, en la acción de voluntariado de restauración y conservación del entorno natural de las Lagunillas de Cantalejo (Segovia) organizado por SEO/BirdLife.

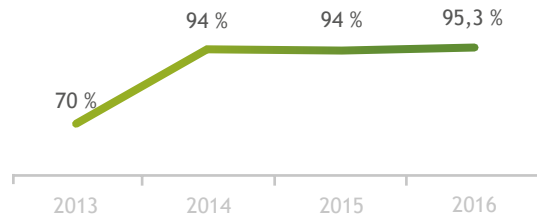


EFICIENCIA

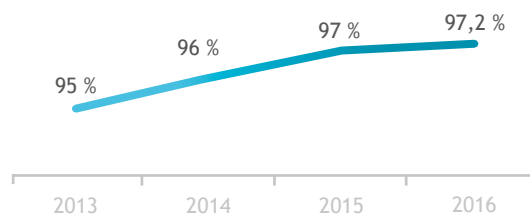
Respetando el medio ambiente

Trabajamos para mejorar la eficiencia en todos nuestros procesos productivos, fundamentalmente en el uso de recursos, lo que nos ha permitido en los últimos años reducir nuestros consumos de agua y energía eléctrica y mejorar los ratios de residuos enviados a valorización y rendimiento de la depuradora de aguas residuales.

Porcentaje de residuos no peligrosos valorizados.



Rendimiento de las depuradoras de aguas residuales.



Energía eléctrica:

- Objetivo 2020 (vs 2015): Reducir un 20% el ratio del consumo de energía eléctrica.
- Reducción 2016 (vs 2010): 27%

Agua:

- Objetivo 2020 (vs 2015): Reducir un 20% el ratio del consumo de agua.
- Reducción 2016 (vs 2010): 22%

Residuos:

- Objetivo 2020 (vs 2015): 0 residuos enviados a vertederos, alcanzando el vertido cero en Gurb.
- Reducción 2016 (vs 2010): 56%

Adicionalmente, en nuestras instalaciones consumimos más de un **99%** de energía renovable, certificada por la compañía EDP

OBJETIVOS 2015-2020

20% de reducción en emisiones de CO₂

20% de reducción en el consumo de agua

20% de reducción en el consumo energético

100% de PET reciclado en envases

Residuo 0 a vertedero (vertido 0)

HUELLA DE PRODUCTOS

Respetando el medio ambiente



El objetivo de trabajar para mejorar nuestra eficiencia, es que cada producto que pongamos en el mercado genere el menor impacto posible en el medio ambiente, especialmente lo referente a la utilización de recursos. En 2016 hemos conseguido reducir nuevamente la huella ambiental de nuestros productos.

¿CUÁL ES EL IMPACTO DE CADA PRODUCTO QUE ENVASAMOS? Por cada kilogramo o litro envasado



¹ Alcances 1 y 2. Se han ajustado los indicadores de alcance 1 y 2 correspondientes a 2013 y 2014, con unos resultados de 0,068 y 0,063 tCO₂e/tonelada producida respectivamente. Más información sobre el alcance del inventario de emisiones en el apartado Huella de Carbono.

ENVASES

Respetando el medio ambiente

El principal reto en el ámbito de los envases en 2016, y que continuará siéndolo en 2017, se centra en los materiales y su utilización y capacidad para ser reciclados de forma efectiva. Nuestro objetivo para el horizonte 2020 en este ámbito es el empleo de un 100% de PET reciclado.

Además, trabajamos para mejorar la sostenibilidad de nuestros envases y etiquetas:

- 636 millones de briks certificados con sello FSC.
- 100% envases Brik FSC.
- 100% cartón reciclado.
- 100% etiquetas papel FSC.

Además, en 2016 hemos impulsado el ahorro de 21.030 toneladas de CO₂ equivalentes gracias al reciclado de nuestros envases.

La certificación FSC garantiza que los productos tienen su origen en bosques gestionados de forma sostenible desde una perspectiva económica, social y medioambiental



HUELLA DE CARBONO

Respetando el medio ambiente

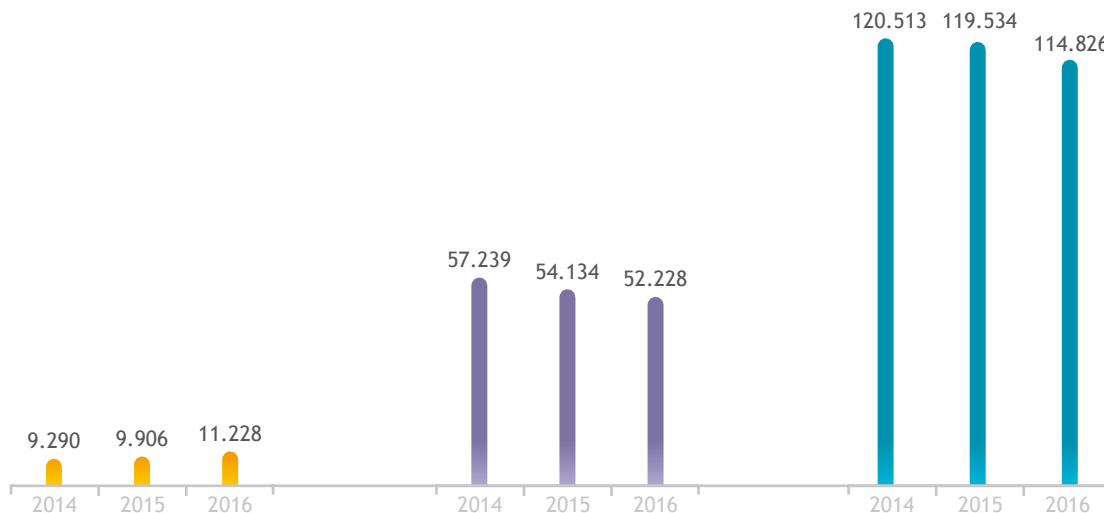
Entre nuestros compromisos en materia de medio ambiente destaca el objetivo de reducción de nuestras emisiones en un 20% para 2020 respecto a las registradas en 2015.

Además, en 2016 hemos alcanzado un nuevo hito al convertirnos en la primera empresa española del sector lácteo que registra su huella de carbono corporativa¹ en el Registro de Huella de Carbono, Compensación y Proyectos de Absorción de Dióxido de Carbono del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

En el período 2013-2015 hemos reducido nuestro ratio de emisiones por producto (kilogramo o litro envasado) en un **8,6%²**

Primera empresa láctea que inscribe el cálculo de su huella de carbono corporativa en el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

EVOLUCIÓN DE LAS EMISIONES POR ALCANCE (toneladas de CO₂ equivalentes)



Alcance 1

Emisiones directas, por ejemplo provenientes de la combustión de calderas, hornos o vehículos propiedad de la organización y controladas por la misma.

Alcance 2

Emisiones indirectas (energía adquirida), están asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por la organización.

Alcance 3

Emisiones indirectas: combustible y energía relacionados con actividades de la cadena de valor, transporte y distribución aguas arriba, residuos generados en operaciones, viajes de negocio, commuting de empleados, arrendamiento de activos aguas arriba y transporte y distribución aguas abajo.

¹ El cálculo de la huella de carbono corporativa está verificado de acuerdo a la norma ISO 14064, incluyéndose en su alcance 5 plantas industriales (Aranda de Duero, Gurb, Bezoya Ortigosa y Trescasas y Mocay), las oficinas centrales y 27 delegaciones comerciales. Se han ajustado los indicadores de Alcance 1 y 2 y revisado los de Alcance 3 correspondientes a 2013 y 2014.

² Alcance 1,2 y 3.

COLABORANDO CON LA SOCIEDAD

En Calidad Pascual estamos comprometidos con las necesidades de nuestro entorno, en el que impulsamos, a través del **Plan de Impacto Social**, iniciativas para el desarrollo y la creación de empleo en nuestra cadena de valor, el fomento de la salud y el bienestar a través de Pascual Saludable, el aseguramiento de los derechos humanos y para ser un referente por nuestra generación de valor para la sociedad.

No solo colaboramos con la donación de alimentos, sino que también con otras diversas acciones, como la ayuda directa al empleo, a través de **Cáritas** y su centro de inserción laboral y social Taller 99, con la **Fundación Integra**, la **Fundación ONCE** y la **Fundación La Caixa**; o las acciones desarrolladas en el área de la salud, tales como la donación de sangre con **Cruz Roja** o la recogida de tapones para recaudar fondos para niños con necesidades especiales, a través del acuerdo con la **Fundación SEUR**.

Calidad Pascual apoya la inserción laboral de personas con discapacidad no solo desde la contratación directa, sino también a través del acuerdo con cinco Centros Especiales de Empleo mediante la incorporación de sus artículos y servicios en las compras de la empresa. Estamos adheridos al **Programa Inserta de Fundación ONCE** para impulsar la inserción laboral de personas con discapacidad. También colaboramos con los planes **ADO** y **ADOP** de apoyo al deporte olímpico y paralímpico respectivamente.

El **Grupo de Voluntariado Corporativo de Pascual¹** es otra de las vías a través de las cuales se canaliza la ayuda de la compañía a los más desfavorecidos. Este colectivo pone en valor la ayuda altruista que los empleados de Pascual brindan a distintas causas a lo largo de todo el año.



¹ Para el cálculo de los presentes indicadores, consideramos como voluntarios solo a los empleados. Sin embargo, el impacto para las organizaciones con la que hemos trabajado, sumó la colaboración de amigos y familiares de los empleados, llegando a ser 237 los participantes en los programas de voluntariado en 2016.

PRESENCIA EN LA SOCIEDAD

Colaborando con la sociedad



Hemos participado en el **Día mundial de la leche en las escuelas** del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, una iniciativa de la FAO que tiene lugar el último miércoles de septiembre en la que desarrollamos una serie de acciones en colegios con el objetivo de destacar los beneficios de la leche y los productos lácteos en niños y pre-adolescentes en edad escolar.



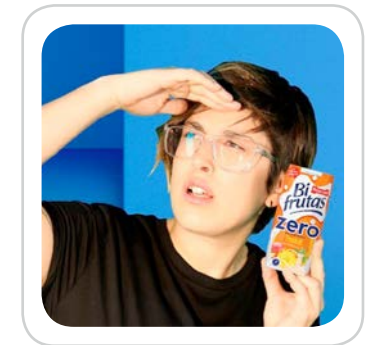
Hemos donado 7.500 litros de leche a la campaña **“Ningún niño sin bigote”**, que recoge leche en favor de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL). Esta iniciativa de la Obra Social “la Caixa” tiene como objetivo que ningún niño de nuestro país se quede sin este alimento básico para su crecimiento.



Hemos ingresado en la **Real Orden del Mérito Deportivo (ROMD)** por nuestro apoyo al deporte olímpico. Hemos sido distinguidos con la Medalla de Bronce, reconocimiento otorgado por el Gobierno de España, a través del Consejo Superior de Deportes, a los españoles que hayan destacado en la práctica del deporte; así como los que hayan contribuido al fomento de la investigación, difusión, organización y desarrollo de la cultura física y el deporte. La Real Orden del Mérito Deportivo es la más alta distinción que se otorga al deporte en nuestro país.



Con motivo del **Día Mundial de la Diabetes**, DiaBalance organizó un concurso de cocina muy especial de la mano de Samantha Vallejo-Nágera. El evento, que tuvo lugar en el madrileño Mercado de San Antón, contó con la participación de 12 cocineros amateurs que demostraron sus artes culinarias a la hora de elaborar el mejor postre especialmente preparado para las personas que necesitan controlar sus niveles de glucosa.



Hemos lanzado las **Becas Bifrutas Zero** con hasta 100.000 euros, para ayudar a los jóvenes a cumplir sus sueños y proyectos.

CONCURSO DE PROYECTOS SOCIALES

Colaborando con la sociedad

En 2016 hemos celebrado el I Concurso de proyectos sociales de Pascual, abierto a todos los empleados, que podían presentar proyectos de entidades sociales no lucrativas, actuando como “padrinos”. Una vez presentadas las candidaturas, la elección también ha sido sometida a votación por el total de trabajadores de la compañía. Como dice el lema del concurso, mejorar el entorno en el que vivimos “está en tu mano”.

Los tres proyectos sociales ganadores fueron: **Ningún Niño Sin Cerrar**, **Economato Solidario de Cáritas** y **#NingúnNiñoSinTerapia** (Fundación Acavall), los cuales recibieron un premio de 5.000 euros en metálico. El acto contó con la presencia de la Familia Pascual Gómez-Cuétara y directivos de la compañía.

Las ONG contarán con el asesoramiento por parte de directivos y otros profesionales de la compañía y serán incluidas en nuestra estrategia de Impacto Social. De la misma forma, los proyectos se abrirán a la participación de voluntarios de la compañía.



esta en tu mano!

CONCURSO DE PROYECTOS SOCIALES DE PASCUAL

INSTITUTO TOMÁS PASCUAL SANZ

Colaborando con la sociedad



Instituto
Tomás Pascual Sanz

Como parte integrante de la Corporación Pascual, el Instituto Tomás Pascual Sanz hace suya la misión esencial de mejorar la calidad de vida de la población. Con este compromiso, trabaja para aportar valor al bienestar de las personas y a la cultura de la calidad desde el desarrollo de actividades de sensibilización, en ámbitos relacionados con salud física y mental, actividad física, nutrición, bienestar, hábitos de vida saludables y medio ambiente.

Estreno de la **nueva web** que incluye más de **4.000** reportajes sobre salud, nutrición y estilo de vida

Colaboración con SATSE (Sindicato de Enfermería) y FUDEN (Fundación para el desarrollo de la Enfermería) para trabajar conjuntamente para el fomento y promoción de la salud y promover la formación de posgrado y continuada de los profesionales de la enfermería

Organización del seminario “La utilización de los fitoesteroles en la práctica clínica” en el Salón de conferencias de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales

IX ANIVERSARIO INSTITUTO TOMÁS PASCUAL SANZ

El 11 de febrero de 2016 el Instituto Tomás Pascual Sanz celebró sus nueve años de trayectoria en compañía de Darío Gil, Vicepresidente de Ciencia y Tecnología de IBM Research, quien subrayó la importancia del talento y la cultura empresarial para el impulso de la innovación.



V Premio Instituto Tomás Pascual Sanz-Real Academia de Ciencias Veterinarias (RACVE), para el dar relevancia al trabajo de la profesión veterinaria, recayó sobre el trabajo “La sostenibilidad de las explotaciones del vacuno lechero” de Álex Bach

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Desarrollando alianzas

Contamos con alianzas estratégicas con empresas y organizaciones líderes en distintos ámbitos de conocimiento y desarrollo, con las que desarrollamos relaciones que optimizan nuestras capacidades haciéndonos más fuertes. Estas son algunas de las más significativas.



EDF fenice, con quien hemos firmado un acuerdo para la optimización de la gestión energética en Aranda de Duero, con el objetivo de conseguir un ahorro neto de más de 600.000 euros en 2019.



Tetra Pak, para el envasado de “Leche Pascual Desnatada 0% PRO” en el envase “Tetra Brik Aseptic Edge”.



ITENE, Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística, para optimizar el embalaje de nuestros productos.



La Zaragozana, acuerdo para que Qualianza comercialice las cervezas Ambar en su red comercial.



Idilia Foods, para producir, comercializar y distribuir los batidos Cola Cao, Okey y Cola Cao Energy.



Unilever, para producir y comercializar las bebidas lácteas de Flora.



Borges Branded Foods, acuerdo de colaboración para la comercialización en el canal de hostelería de los aceites y vinagres de la marca Cosecha y los frutos secos de Borges.



Nissan, con quien tenemos un acuerdo para fomentar la movilidad sostenible y el uso profesional de vehículos 100% eléctricos.



Grupo IBM, como proveedor de servicios tecnológicos.

PRESENCIA EN ASOCIACIONES

Desarrollando alianzas

Formamos parte de numerosas asociaciones y organizaciones sectoriales y empresariales, en las que presentamos un amplio grado de implicación y dedicación.



Asociaciones Empresariales

FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas).
 AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial).
 AME (Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas).
 Promarca (Asociación de fabricantes de primeras marcas de alimentación, bebidas, droguería y perfumería de España).
 ENSA (European Natural Soy and Plant Based Manufacturers Organisation).
 FeNIL (Federación Nacional de Industrias Lácteas).
 ANEABE (Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas).
 INOVO (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos).
 FEC (Federación del Café).
 Federación Castellano Leonesa de Industrias Lácteas.
 Asociación de Industrias Lácteas de Galicia.
 Asociación Regional de Industrias Lácteas de Cantabria.
 Vitartis (Asociación de la industria alimentaria de Castilla y León).
 Círculo de Empresarios.
 Ecoembes.

Responsabilidad Social

Forética.
 SERES (Fundación Sociedad y Empresa Responsable).
 Red del Pacto Mundial España.
 Iniciativa empresarial para el desarrollo de la responsabilidad social en Cataluña (Respon.cat).

Seguridad Alimentaria, Calidad y Excelencia

SESAL (Sociedad Española de Seguridad Alimentaria).
 AINS CLÚSTER (Asociación Empresarial Innovadora Nutrición y Salud).
 AEC (Asociación Española de la Calidad).
 Club de Excelencia en la Gestión.
 EXECYL (Fundación para la Excelencia Empresarial de Castilla y León).

Asociaciones Profesionales

DIRCOM (Asociación de Directivos de Comunicación).
 DIRSE (Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social).
 CUMPLEN (Asociación de Profesionales de Cumplimiento Normativo).



PRESENCIA EN ASOCIACIONES

Desarrollando alianzas

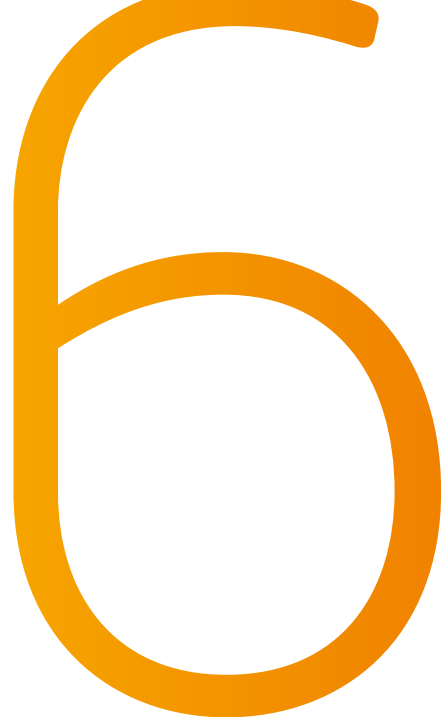


Hemos entrado a formar parte del **Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial de la ONU**, tras la 12ª Asamblea General de Socios, que ha renovado la mitad de su Comité Ejecutivo. De esta forma, nos incorporamos como representantes del sector agroalimentario en este organismo multistakeholder compuesto por miembros de grandes empresas, pymes, tercer sector, entidades educativas, sector público, etc.

Nos hemos unido al **Clúster de Nutrición y Salud AINS**. Este organismo tiene la misión de promover y contribuir a la competitividad y a la innovación del sector agroalimentario español en el ámbito de los alimentos funcionales; así como a incrementar la competitividad a través de estrategias que generan flujos de conocimiento e innovación. La misión de AINS está relacionada directamente con los valores que tenemos en nuestro ADN: innovación y calidad.



Nos hemos incorporado a la Junta Directiva de Vitartis, el principal clúster de la industria alimentaria de Castilla y León, que agrupa a los más destacados agentes en los sectores alimentario y biotecnológico de la región.



**OTRAS EMPRESAS
DEL GRUPO**



CONSTRUCTORA PEACHE



Queremos ser tu empresa cercana, líder comarcal y referente en la construcción regional.



Somos una empresa familiar, con un conjunto de valores consolidado y diferenciador, referente en el sector de la construcción. Estamos comprometidos en satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles confianza, garantía, servicio, calidad de vida y bienestar.



EN 2016

En 2016 Constructora Peache ha concluido con éxito la segregación de su actividad inmobiliaria y promotora, que se ha traspasado a Kampinas S.L.U, sociedad mercantil que detenta las acciones del Grupo Inmobiliario La Quinta.

Esta segregación ha permitido a Constructora Peache centrarse en su actividad principal, la construcción en sus diversas líneas de negocio, entre las que se encuentran la obra industrial (desde pequeñas instalaciones como almacenes o pequeños talleres, a grandes industrias), la obra civil (infraestructuras, como depuradoras, urbanizaciones, viales, abastecimientos) o la edificación (construcción de vivienda y edificación singular en sus diferentes conceptos, como pueden ser residencias, hospitales, instalaciones deportivas, centros de educación).

Como principales hitos de la constructora desarrollados en 2016 podemos destacar los siguientes:

- La nueva instalación industrial de agua mineral natural de Bezoya en Ortigosa del Monte (Segovia).
- 54 viviendas unifamiliares en Aranda de Duero (Burgos) construidas para terceros.
- La urbanización de los terrenos de El Real de La Quinta en Benahavis (Marbella) para construcción para el Grupo Inmobiliario La Quinta.
- 77 viviendas en Aranda de Duero (Burgos) para el Grupo Inmobiliario La Quinta.

En 2017 Constructora Peache prevé concluir exitosamente los principales trabajos iniciados en el ejercicio 2016, además de proseguir su política de alianzas con otras empresas para llevar a cabo nuevos proyectos, siempre con el foco en ofrecer a sus clientes los más elevados niveles de satisfacción.



PEACHE EN 2016



RETOS LABORALES

- 44 empleados (14% mujeres y 66% indefinidos).
- 19% de rotación.
- Certificación OHSAS 18001 en gestión de la seguridad y la salud en el trabajo.
- 0 accidentes graves y un índice de frecuencia de accidentes también de 0.
- Ratio de absentismo del 3,6%.
- 17,54 Horas y 223,55 euros en formación por trabajador.
- 100% de las posiciones clave cubiertas con promoción propia.



RETOS ECONÓMICOS

- Volumen de negocio: 17,85 millones de euros.
 - Obras del grupo: 4,07 millones de euros
 - Inmobiliaria Aranda: 3,74 millones de euros
 - Terceros: 10,04 millones de euros.
- EBITDA: 0,69 millones de euros.
- BAI: 0,59 millones de euros.



RETOS MEDIOAMBIENTALES

- Certificación ISO 14001.
- Control del consumo de agua y electricidad en el centro de trabajo de Aranda: 7,08 litros por día y 5.790 kilovatios-hora por mes.
- Control consumo de papel en Aranda y Valladolid; A4: 110.000 y A3: 10.000.
- Control de residuo de papel en el principal centro de trabajo (Aranda): 1,029 kilos por persona y mes.
- Correcta segregación de los residuos inertes de obra, evitando el residuo de construcción y demolición sucio: Promedio del 24,15%.
- 5,62 litros de consumo por cada 100 kilómetros de la flota de vehículos.



RETOS SOCIALES

- 583 proveedores.
- 14,88 millones de euros generados en aprovisionamiento.
- 29 contratos homologados.
- 40% proveedores locales.



GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE

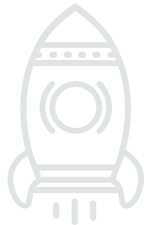
- Sistema de Cumplimiento Corporativo.
- Medidas activadas para la prevención del blanqueo de capitales.

GRUPO INMOBILIARIO LA QUINTA



VISIÓN

Convertirnos en un grupo empresarial de referencia internacional, que integre espacios habitables en entornos naturales, dotando a las personas de una experiencia vital plena en un medio ambiente cuidado y sostenible.



MISIÓN

Somos un grupo de empresas perteneciente a la Corporación Empresarial Pascual orientado a los sectores turístico y residencial que identifica y promueve terrenos y construcciones y gestiona servicios inmobiliarios y turísticos de calidad, en torno a una marca de reconocido prestigio. Con una oferta completa de servicios y con altos estándares de calidad, trabajamos para superar las expectativas de nuestros clientes, de forma continuada, rápida y fiable, con base en una gestión excelente. Con ello conseguimos fidelizar clientes y colaboradores, convirtiéndolos en el mejor referente de la empresa para lograr unos resultados sólidos y sostenibles a largo plazo, lo que revierte en el desarrollo social del entorno.

LA QUINTA

GRUPO INMOBILIARIO **Marbella | Benahavís**

EN 2016

El grupo inmobiliario de Corporación Pascual, que lleva operando exitosamente en el sector turístico e inmobiliario de la Costa del Sol y ofreciendo un aval de calidad y garantía en todas sus actividades, afronta con garantías su nuevo plan estratégico.

A lo largo de 2016 La Quinta ha culminado con éxito el desarrollo inmobiliario realizado durante estos años, prácticamente con todas las propiedades comercializadas, y abre una nueva etapa volcada en el desarrollo de El Real de La Quinta.

La Quinta Grupo Inmobiliario presentó también en 2016 su nuevo portal en Internet, www.grupolaquinta.com con una imagen actualizada, amplia información y dotado de un potente buscador de alquileres, ofertas y propiedades en venta. La nueva página web ofrece al cliente cualquier servicio que pueda necesitar, de forma personalizada y garantizándole los niveles más altos de calidad. Además, trasladó su sede a unas nuevas oficinas de estilo contemporáneo y a escasos metros del Hotel y Casa Club.

El grupo centrará a partir de ahora su actividad en la explotación y puesta en valor de las más de 200 hectáreas que posee en el enclave privilegiado de El Real de La Quinta. En 2016 La Quinta Grupo Inmobiliario ha estado inmersa en el proyecto de urbanización y consolidación de estas infraestructuras, paso previo para afrontar en los próximos años el desarrollo del nuevo resort.

El Real de La Quinta es una finca enclavada al noroeste de Marbella, perteneciente al término municipal de Benahavís. El Real de La Quinta afronta el objetivo de un futuro desarrollo inmobiliario exclusivo perfectamente integrado en el entorno natural, respetando el ecosistema que lo rodea, donde el uso de energías renovables y cuidado del medio ambiente serán prioritarios. Este desarrollo también incluirá oferta hotelera y de ocio.



GRUPO INMOBILIARIO LA QUINTA EN 2016



RETOS MEDIOAMBIENTALES

Estrategia encaminada a la sostenibilidad integral del conjunto del desarrollo urbanístico en el Real de La Quinta. Incorporación en el proyecto de aspectos relacionados con la salud y bienestar, eficiencia, energías alternativas, ecología, calidad ambiental interior y exterior, desarrollo sostenible de los espacios libres, residuos, materiales, transportes, etc.



RETOS LABORALES

27 empleados (16 hombres y 11 mujeres).
Certificación OHSAS en gestión de seguridad y la salud en el trabajo.
2 accidentes *in itinere*.



GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE

Sistema de Cumplimiento Corporativo.
Medidas activadas para la prevención del blanqueo de capitales.



RETOS SOCIALES

391 proveedores (64% locales, lo que supone un 71,8% de las compras).
0,9 millones de euros generados en aprovisionamiento.
Buenas prácticas de compra y consumo responsable.
100% de contratación local.
Acción social: participación en recogidas solidarias de tapones, Café Solidario y donación de alimentos para obra social por parte de la plantilla.



RETOS ECONÓMICOS

4,9 millones de euros de facturación.
1.109 clientes.
Satisfacción de los Clientes:
9,02 en ventas y 8,3 en Customer Service.



7

ANEXOS

ACERCA DE ESTE INFORME

Marco y criterios para el desarrollo de este informe

PERIODO CUBIERTO	ENERO – DICIEMBRE 2016
Alcance y cobertura	No se han producido cambios significativos en el alcance y cobertura de los contenidos de la memoria respecto a años anteriores. Este informe, elaborado siguiendo las directrices de los GRI Standards, la última versión de las recomendaciones de GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad, refleja de una forma razonable y equilibrada nuestro desempeño.
Principios para la determinación de contenidos según GRI G4	Participación de los grupos de interés, Contexto de Sostenibilidad, atendiendo a nuestro desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales, Materialidad: el presente informe responde al ejercicio realizado de identificación de nuestros principales impactos económicos, ambientales y sociales y su influencia sobre los grupos de interés y Exhaustividad, en cuanto a alcance, cobertura y espacio temporal.
Principios para determinar la calidad de la memoria según GRI G4	Equilibrio, Precisión, Puntualidad, Comparabilidad, Claridad y Fiabilidad.
Reporte integrado	Este informe está alineado con las directrices del marco de información publicado por el Consejo Internacional de Informe Integrado (IIRC): <ul style="list-style-type: none"> -Enfoque estratégico y orientación futura. -Conectividad de la información. -Relación con los grupos de interés. -Materialidad. -Concisión. -Fiabilidad y exhaustividad. -Consistencia y comparabilidad.
Reporte de información no financiera	La Directiva Europea de Divulgación de Información no Financiera, actualmente en proceso de trasposición a la normativa española, establece que las entidades de interés público deberán reportar información medioambiental, social, relativa al personal, al respeto de los derechos humanos, a la lucha contra la corrupción y a la diversidad. Estos requisitos han sido tenidos en cuenta en la definición de contenidos del presente informe.

COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES

En septiembre de 2015, la Asamblea General de Naciones Unidas adoptó los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), una agenda global con visión 2030 para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Nuestro Plan de Creación de Valor Compartido contempla iniciativas que ya han contribuido y contribuirán a la consecución de los ODS. En las siguientes páginas se muestra la relación entre las metas establecidas por Naciones Unidas en los ODS y los compromisos y acciones desarrollados por Pascual y expuestos a lo largo de este informe.



COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES



ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<p>1 Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.</p>	<p>-Garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos. (1.4)</p>	<p>-<u>Ayudas directas al empleo y la inserción laboral.</u></p>
<p>2 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.</p>	<p>-Poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año. (2.1)</p> <p>-Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra. (2.4)</p>	<p>-<u>Aprovisionamiento sostenible.</u> -<u>Campana “Ningún niño sin bigote”, impulsada por la Obra Social la Caixa.</u> -<u>Movimiento RAP (Reduce, Ahorra, Protege) de prevención del desperdicio de alimentos.</u> -<u>Día mundial de la leche en las escuelas del MAPAMA.</u> -<u>Colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).</u></p>
<p>3 Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.</p>	<p>-Promover la salud mental y el bienestar. (3.4)</p> <p>-Reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico. (3.6)</p>	<p>-<u>Adhesión al Clúster de Nutrición y Salud AINS.</u> -<u>Desarrollo de productos saludables.</u> -<u>Pascual Saludable.</u> -<u>Plan de Seguridad Vial.</u></p>
<p>4 Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.</p>	<p>-Asegurar el acceso en condiciones de igualdad para todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria. (4.3)</p> <p>-Aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento. (4.4)</p>	<p>-<u>“La Biblioteca de Recursos para el Desarrollo”.</u> -<u>Estrategia de Empleo y Emprendimiento Joven.</u></p>
<p>5 Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.</p>	<p>-Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. (5.1)</p> <p>-Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública. (5.5)</p>	<p>-<u>Talento Diverso.</u> -<u>Empresa Familiarmente Responsable.</u> -<u>Distintivo Igualdad en la empresa.</u></p>

COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES



ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
6 Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	<ul style="list-style-type: none"> -Mejorar la calidad del agua mediante la reducción de la contaminación, la eliminación del vertimiento y la reducción al mínimo de la descarga de materiales y productos químicos peligrosos, la reducción a la mitad del porcentaje de aguas residuales sin tratar y un aumento sustancial del reciclado y la reutilización en condiciones de seguridad a nivel mundial. (6.3) -Proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua. (6.6) 	<ul style="list-style-type: none"> -Producción eficiente. -Convenio con SEO Birdlife: <u>Recuperación lagunas de Cantalejo (Segovia).</u> -<u>Modelo de aprovisionamiento agropecuario.</u>
7 Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	<ul style="list-style-type: none"> -Aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en el conjunto de fuentes de energía. (7.2) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Consumo de energía eléctrica 100% renovable, certificada por la compañía de energía EDP.</u> -<u>Uso de vehículos propulsados por energías alternativas bajas en emisiones.</u>
8 Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	<ul style="list-style-type: none"> -Lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor. (8.5) 	<ul style="list-style-type: none"> -Programa OIE Adecco. -<u>CIVSEM - Programa de Desarrollo Personal y Orientación Profesional para adolescentes.</u> -<u>Plan Incorpórate.</u> -<u>Programa Inserta de Fundación ONCE.</u> -Talento Diverso. -<u>Estrategia de negocio.</u>
9 Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	<ul style="list-style-type: none"> -Mejorar la infraestructura y reajustar las industrias para que sean sostenibles, usando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países adopten medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas. (9.4) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Estrategia Digital.</u> -<u>Innovación disruptiva.</u> -<u>Premios Pascual Startup.</u>
10 Reducir la desigualdad en y entre los países.	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición. 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Compromiso con la Igualdad de Oportunidades y la Diversidad.</u> -<u>2,5% de personas con discapacidad en la plantilla.</u>

COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES



ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
11 Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> -Proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial. (11.2) -Reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo. (11.6) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Movilidad sostenible.</u> -<u>Plan de seguridad vial.</u>
12 Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> -Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. (12.2) -Reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos per cápita en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y distribución, incluidas las pérdidas posteriores a las cosechas. (12.3) -Lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida. (12.4) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Aprovisionamiento sostenible.</u> -<u>Envases con sellos FSC.</u> -<u>Movimiento RAP (Reduce, Ahorra, Protege) de prevención del desperdicio de alimentos.</u>
13 Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	<ul style="list-style-type: none"> -Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países. (13.1) -Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. (13.2) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Proyecto LIFE “LIFE AGRI ADAPT - Sustainable adaptation of typical EU farming systems to climate change.</u> -<u>Compromiso de reducción de emisiones “1 millón de compromisos por el clima”.</u> -<u>Iniciativa “La hora del planeta”.</u> -<u>Movilidad sostenible.</u> -<u>Optimización y eficiencia logística.</u>
14 Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> -Prevenir y reducir de manera significativa la contaminación marina de todo tipo, en particular la contaminación producida por actividades realizadas en tierra firme, incluidos los detritos marinos y la contaminación por nutrientes. (14.1) 	<ul style="list-style-type: none"> -<u>Modelo de aprovisionamiento agropecuario.</u> -<u>Depuración de aguas residuales.</u>

COMPARTIENDO DESAFÍOS GLOBALES



ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<p>15 Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.</p>	<p>-Velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales. (15.1)</p>	<p>-<u>Envases con sellos FSC.</u> -<u>Convenio con el SEO Birdlife para la recuperación de las lagunas de Cantalejo en Segovia.</u> -<u>Colaboración con la Fundación Global Nature.</u> -<u>Participación en el I Natural Capital Summit.</u></p>
<p>16 Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, proporcionar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas en todos los niveles.</p>	<p>-Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas. (16.5)</p>	<p>-<u>Misión, Visión. Valores y Políticas Corporativas.</u></p>
<p>17 Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.</p>	<p>-Fortalecer la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen y promuevan el intercambio de conocimientos, capacidad técnica, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, en particular los países en desarrollo. (17.16)</p>	<p>-<u>Incorporación al Comité Ejecutivo del pacto Mundial de la ONU.</u></p>

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Perfil de la organización			
GRI 102-1	Nombre de la organización.	8	
GRI 102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	8, 14, 18, 24, 25	
GRI 102-3	Ubicación de la sede.	18	
GRI 102-4	Localización de las operaciones.	18, 31	
GRI 102-5	Propiedad y forma jurídica.	8	
GRI 102-6	Mercados servidos (localización, sector, y tipo de clientes y destinatarios).	8, 14, 31	
GRI 102-7	Tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización y cantidad de productos y servicios).	11, 14, 15, 24-25, 59, 82, 84	
GRI 102-8	Información sobre empleados.	15, 59-67, 82, 84	
GRI 102-9	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	40-44	
GRI 102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.		No se han producido cambios significativos.
GRI 102-11	Principio de precaución.	17	
GRI 102-12	Iniciativas externas.	78-79, 100, 101	
GRI 102-13	Presencia en asociaciones	78-79	

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Estrategia			
GRI 102-14	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones.	4	
GRI 102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades.	17, 53	
Ética e integridad			
GRI 102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta.	16	
Gobierno			
GRI 102-18	Estructura de gobierno.	8-10	
GRI 102-21	Consulta a grupos de interés.	50-54	
Participación de los grupos de interés			
GRI 102-40	Grupos de interés.	51-52	
GRI 102-41	Empleados cubiertos por convenios colectivos.	59	
GRI 102-42	Identificación y selección de grupos de interés.	51-52	
GRI 102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés.	50-54	
GRI 102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados.	53	

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES			
Elaboración de informes			
GRI 102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	8	
GRI 102-46	Definición de los contenidos y cobertura del informe.	86	
GRI 102-47	Temas materiales.	53	
GRI 102-48	Re-expresión de la información.		Se ha recalculado la huella de carbono correspondiente a los ejercicios 2013 y 2014 ampliando su alcance. En el informe 2015 se representaban las retribuciones a empleados de la Corporación Empresarial Pascual, este año solamente Calidad Pascual. Las retribuciones a los empleados de Corporación Empresarial Pascual en 2016 ascendieron a 113,3 millones de euros.
GRI 102-49	Cambios significativos respecto a reportes anteriores.	86	
GRI 102-50	Periodo objeto del informe.	86	
GRI 102-51	Fecha de último informe.		Anterior informe presentado en julio de 2016.
GRI 102-52	Ciclo de elaboración de informes.		Anual.
GRI 102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.		Dirección de Responsabilidad Corporativa y Comunicación, Corporación Pascual.
GRI 102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.		Opción de conformidad esencial.
GRI 102-55	Índice de contenidos GRI.	92	
GRI 102-56	Verificación externa.		Informe no sometido a verificación externa.

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
ENFOQUE DE GESTIÓN			
GRI 103-1	Explicación de los temas materiales y su alcance.	53	
GRI 103-2	Enfoque de gestión.	11, 16, 17, 24-25, 45-48, 50, 55, 59-67, 69, 73-76, 77-78, 86	
GRI 103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	11, 16, 17, 24-25, 45-48, 50, 55, 59-67, 69, 73-76, 77-78, 86, 94	
ECONOMÍA			
Desempeño económico			
GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	11, 15	
GRI 201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno.		0,31 millones de euros.
Prácticas de adquisición			
GRI 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	41	
Competencia desleal			
GRI 206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.		En 2015 se ha hecho una propuesta de sanción por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por prácticas anticompetitivas en la compra de leche, por hechos teóricamente acontecidos en ejercicios anteriores. A la fecha de presentación de este informe, se encuentra recurrida sin resolución firme.

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
MEDIO AMBIENTE			
Energía			
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización.		Consumo total de energía en plantas: -Eléctrica: 93.506.616 kWh. -Primaria: 182.762.913 kWh.
GRI 302-3	Intensidad energética.	70	
GRI 302-4	Reducción del consumo energético.	69	
Agua			
GRI 303-1	Captación de agua.	44, 69	Consumo total de agua en plantas: 2.411.985 m ³ .
Biodiversidad			
GRI 304-1	Operaciones en zonas protegidas o de gran valor para la biodiversidad	44	
Emisiones			
GRI 305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	72	
GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	72	
GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	72	Se han revisado los indicadores de Alcance 3 correspondientes a 2013 y 2014.
GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI.	70	Se han ajustado los indicadores de Alcance 1 y 2 correspondientes a 2013 y 2014.
GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	72	

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
MEDIO AMBIENTE			
Efluentes y residuos			
GRI 306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	69-70	Residuos no peligrosos: 14.070.525 kg (12,70 kg/ 1.000kg-l envasados). Residuos peligrosos: 45.949 kg (0,041 kg/ 1.000kg-l envasados). 95,3% residuos valorizados. Por error de transcripción en el informe de 2015, se corrige el dato correspondiente a los residuos no peligrosos: 13.889.307 kg.
Cumplimiento ambiental			
GRI 307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.		No se han producido sanciones por incumplimiento de normativa ambiental.
Evaluación ambiental de los proveedores			
GRI 308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	40	
SOCIEDAD			
Empleo			
GRI 401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados.	59, 82	
GRI 401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo.	59	
Relaciones trabajador-empresa			
GRI 402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.		Conforme a legislación vigente.
Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad.	65	

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
SOCIEDAD			
Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	59, 65, 82, 84	
GRI 403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.		Ningún trabajador desarrolla actividades profesionales con una incidencia o riesgo elevados de enfermedades determinadas.
Capacitación y educación			
GRI 404-1	Promedio de horas de formación por año y por empleado.	67	
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	67	
Diversidad e igualdad de oportunidades			
GRI 405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	9, 59, 82, 84	
Trabajo infantil			
GRI 408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.		El cumplimiento de la legislación española garantiza el correcto desempeño respecto a este indicador. En los próximos años desarrollaremos un Plan de Derechos Humanos.
Trabajo forzado u obligatorio			
GRI 409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.		El cumplimiento de la legislación española garantiza el correcto desempeño respecto a este indicador. En los próximos años desarrollaremos un Plan de Derechos Humanos.
Evaluación de los Derechos Humanos			
GRI 412-1	Número total y porcentaje de operaciones que han sido objeto de exámenes de derechos humanos o evaluaciones de impacto en derechos humanos, por país.		Todas las operaciones significativas son sometidas a análisis en materia de derechos humanos.
GRI 412-3	Acuerdos y contratos significativos de inversión que incluyen cláusulas de derechos humanos o que se sometieron a un examen de derechos humanos		Todas las inversiones significativas son sometidas a análisis en materia de derechos humanos.

GRI STANDARDS

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
SOCIEDAD			
Comunidades Locales			
GRI 413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	22, 73-76	
GRI 413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales.		No se han identificado operaciones significativas con impactos negativos en comunidades locales.
Evaluación social de los proveedores			
GRI 414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales.	41	
GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	41	
Salud y seguridad del cliente			
GRI 416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	22-26, 36	
Marketing y etiquetado			
GRI 417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	36, 71	
GRI 417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.		Somos miembros de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial y disponemos de un Comité propio para la supervisión. Se ha efectuado una reclamación en este ámbito.
Cumplimiento socioeconómico			
GRI 419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		En 2016 hemos abonado sanciones administrativas por un valor total de 10.553,5 €, siendo las más significativas las de exceso de carga.

PACTO MUNDIAL

CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL

TEMA	PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI RESPONDIDOS EN ESTE INFORME QUE INFORMAN SOBRE NUESTRO DESEMPEÑO EN RELACIÓN A CADA PRINCIPIO
Derechos Humanos	PRINCIPIO 1. Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	GRI 412-1, GRI 413-1, GRI 413-2
	PRINCIPIO 2. Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	GRI 412-3
Normas Laborales	PRINCIPIO 3. Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	GRI 102-41, GRI 402-1
	PRINCIPIO 4. Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	GRI 409-1
	PRINCIPIO 5. Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	GRI 408-1
	PRINCIPIO 6. Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 404-1, GRI 404-3, GRI 405-1
Medio Ambiente	PRINCIPIO 7. Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	GRI 302-1, GRI 303-1, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3,
	PRINCIPIO 8. Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 303-1, GRI 304-1, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5, GRI 306-2, GRI 307-1, GRI 308-1
	PRINCIPIO 9. Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	GRI 302-4. GRI 305-5
Anticorrupción	PRINCIPIO 10. Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	GRI 102-16



CONTENIDOS DEL IIRC

CONTENIDOS		PÁGINAS
Descripción general de la organización y su entorno externo	Descripción general.	1-19
	Misión, Visión y Valores.	16
	Composición de la cadena de suministro.	21-22
	Estructura de la propiedad.	8
	Principales magnitudes.	11, 15, 82, 84
Gobierno Corporativo	Órganos de gobierno y procesos de toma de decisiones.	9-10
	Prácticas e iniciativas vinculadas al gobierno corporativo.	9-10, 16-19
Modelo de negocio	Modelo de Creación de Valor Compartido.	20-79
	Grupos de interés.	50-52
	Materialidad.	53
	Productos y resultados.	11, 14, 15, 24-25, 82, 84
Riesgos y oportunidades	Descripción e identificación de los principales riesgos y oportunidades, y actuación ante ellos.	4, 17, 53
Estrategia y asignación de recursos	Planificación estratégica.	19
	Compromisos con los grupos de interés.	16
Desempeño	Indicadores de desempeño.	20-84
Perspectivas de futuro	Retos, desafíos y objetivos.	4-6, 19
Bases de preparación y presentación	Contenidos y principios para la elaboración del informe.	86



Tú, nuestra razón de ser

www.calidadpascual.com

